

## ПОЛІТИЧНИЙ КРАУДФАНДИНГ: СУТНІСТЬ, ВИДИ, ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ

*Аналізується політичний краудфандинг як новий концепт політичної науки. Аргументується виправданість застосування технології краудфандингу не лише у бізнесі, а й у громадсько-політичній сфері. Наголошується на ефективності, доступності, дешевизні нових форм політичного інвестування завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Пропонується типологія політичного краудфандингу. Аналізується просування політичних проектів вітчизняними краудфандинговими платформами. Привертається увага до проблеми правових прогалів у регулюванні народного фінансування. Вивчається зарубіжний досвід організації громадської підтримки (мікроінвестування) політичних проектів. Акцентується, що в основі політичного краудфандингу покладено теорію солідарності. Наголошується на властивості політичного краудфандингу трансформувати накопичений соціальними мережами соціальний капітал у капітал фінансовий.*

*Ключові слова: краудфандинг, політичне інвестування, політичний краудфандинг, політичний фандрейзинг.*

Поняття «політичний краудфандинг» є новим концептом політичної науки. Його розробка є на старті своєї еволюції. Складність розуміння його сутності зумовлюється: 1) відсутністю дослідницької єдності у тлумаченні базового поняття □ «краудфандинг»; 2) концептуальною новизною феномена політичного краудфандингу та його різновидів; 3) ще незначною емпіричною базою для вивчення практики застосування механізму краудфандингу, особливо у вітчизняній політиці.

У той же час сучасний політичний процес відкритий до нових технологічних механізмів, у тому числі й організаційно-фінансових. Політична практика останніх років демонструє прихильність до механізму краудфандингу, який, стартувавши як бізнес-механізм, нині розширив сферу застосування й на громадсько-політичну сферу.

Значимість вивчення можливості застосування краудфандингу у політиці полягає у з'ясуванні тих нових підходів, за допомогою яких вирішується проблема нестачі ресурсів для реалізації суспільно значимих проектів. Нашим дослідницьким завданням є наукова концептуалізація сутності політичного краудфандингу, його типологізація, аналіз зарубіжної практики застосування цього механізму у громадсько-політичному вимірі задля визначення доцільності імплементації його у простір вітчизняної політики.

При вивченні політичного краудфандингу ми опиралися на міждисциплінарні наукові розвідки (економічні, соціологічні, психологічні, науки державного управління та ін.) дослідників краудфандингу: Н. Гончарук, І. Васильчук, О. Дудкін, П. Книш, Д. Котенко, О. Марченко, Ю. Петрушенко, В. Поліщук, А. Фоменко, І. Химич та ін. Перші кроки у вивченні власне політичного краудфандингу зробили А. Голембіовська, О. Соколов, В. Швальц, А. Шерман та ін.

Якщо теоретичні підходи до сутності політичного краудфандингу уже представлені у нечисельних розвідках згаданих дослідників, то типологія політичного краудфандингу, аналіз вітчизняних краудфандингових платформ щодо просування ними політичних проектів, є прогалинами вітчизняної політичної науки.

Серед визначень краудфандингу є його трактування як процесу, об'єднання ресурсів, співпраці, відкритого конкурсу, розподілу завдань, інструменту активізації діяльності та форми відносин тощо. Вочевидь, розмаїтість наукових підходів пояснюється міждисциплінарністю краудфандингу, який є предметом вивчення, а сьогодні визначає своє місце у системі наук про політику. У вітчизняному законодавстві поняття «краудфандинг»

(«співфінансування», «спільнокошт» чи інші аналоги) відсутнє. І це незважаючи на функціонування кількох краудфандингових платформ.

Д. Котенко підкреслює унікальну особливість цього феномена: трансформацією накопиченого соціальними мережами соціального капіталу в капітал фінансовий [1, с. 141]. Унікальність краудфандингу у тому, що цей інструмент фінансування, використовуючи Інтернет-технології, дозволяє швидко отримати невеликі інвестиції від великої кількості людей для підтримки проекту.

Політичний краудфандинг – одна з інноваційних соціальних технологій. О. Соколов визначає політичний краудфандинг як «збір засобів на різноманітні політичні проекти» [3, с. 33]. Він наголошує, що його цілями, окрім власне збору фінансів, є привернення уваги потенційного електорату, акцентування власної легітимності та громадської підтримки, відкидання звинувачень щодо сумнівного фінансування і под. [3, с. 33]. Важлива особливість політичного краудфандингу – відсутність традиційних посередників при фінансуванні: інвестор напругу співпрацює з реципієнтом.

Популярність політичного краудфандингу, як ефективного інструменту залучення капіталу, зростає. Завдяки стрімкому розвитку інформаційних технологій політичним інвесторам стали доступні нові привабливі можливості фінансування. Фінансування здійснюється за допомогою Інтернет-платформ. Прикладами є ресурси: kickstarter.com, indiegogo.com, seedrs.com, boomstarter.ru, crowdcube.com, smartmarket.net, EquityNet.com, betterplace.org, respekt.net та ін. Швидкий розвиток народного фінансування забезпечують і соціальні мережі (Twitter, Facebook, «ВКонтакте»), які здатні за короткий термін популяризувати залучення інвестицій у конкретний проект.

У бізнесі можна говорити про щонайменше три типи краудфандингу, залежно від винагороди, пропонованої інвестору: 1) безоплатний або умовно безоплатний; 2) із умовним поверненням; 3) безумовно поворотний (власне інвестиційний). Коли ж мова про типи політичного краудфандингу, то, на нашу думку, можна за аналогією виділити два типи:

1) *безоплатний (умовно безоплатний)* □ передбачає з боку реципієнта подяку, згадку про інвестора (донора), наприклад, на сайті, при виступах перед виборцями; можливість взяти участь у заходах, ініційованих політичною силою;

2) *з умовним поверненням* □ припускає, що в майбутньому буде проведений обмін вкладу інвестора на, наприклад, лобювання певних інтересів інвестора, включення його чи його представників до виборчого списку тощо.

Що ж до третього (за бізнес-класифікацією) типу □ *безумовно поворотного (власне інвестиційного)*, то оскільки суб'єкти політики (наприклад, партії, громадські організації) є неприбутковими організаціями, то цей тип краудфандингу не відповідає сутності демократичної політичної діяльності. У бізнесі ж при використанні цього типу краудфандингу передбачена пряма винагорода інвестора (частина власності, акції підприємства, дивіденди або право голосування на загальних зборах акціонерів).

Окрім окресленої типології, на нашу думку, можна щонайменше виділити типи краудфандингу за цільовою сферою, наприклад, *електоральний, революційний (протестний)* та ін.

На Заході краудфандинг уже продемонстрував ефективність у політичній сфері, позаяк поєднує залучення фінансування та проведення певної кампанії наприклад, кампанії. Звернення до цілих груп виборців дозволяє методом краудфандингу творити спільноту людей, натхнених одним і тим же посилом, які прагнуть підтримати політичний проект фінансово.

Гроші завжди відігравали важливу роль у політиці, однак сьогодні понад 90% кандидатів на Заході перемагають на виборах саме завдяки залученню більшої кількості засобів. Завдяки електоральному краудфандингу виборці можуть зібрати понад 80% бюджету кампанії. Краудфандинг допомагає уникнути надмірних витрат, пов'язаних із проведенням кампанії, наприклад, величезних рахунків за оренду, телефонні переговори, переїзди та под.

Організація краудфандингової кампанії практично безкоштовна, а політичні лідери отримують список інвесторів, які підтримали їх як проект; ця база даних може бути використана при проведенні подальших кампаній. Очевидно, що спонсори політичної кампанії, швидше за все, проголосують саме за спонсоровану політичну силу і, крім того, поділяться інформацією про неї зі своїм оточенням.

Починаючи з 2007 р. політичний краудфандинг допоміг Б. Обамі зібрати 16,1 млрд доларів [4]. Зокрема, у 2008 р. стратегія проведення президентських виборів Б. Обами базувалася на використанні власного сайту для залучення фінансування; кампанія Обами збрала понад 750 млн. доларів за допомогою численних дрібних інвесторів (середня інвестиція – 86 доларів на людину) [5]. Ця стратегія отримала суспільний резонанс і була неодноразово відтворена іншими гравцями політичної арени.

Під час президентської кампанії (2012 р.) кандидати вже активно користувалися мобільними платіжними платформами, хоч і не в таких обсягах, як у нинішній кампанії-2016. Б. Обама включив платформу онлайн-платежів Square в інструментарій своєї передвиборчої кампанії в січні 2012 р., а раніше, в серпні 2011 р., Республіканська партія роздала більше п'яти тисяч зчитувачів для Square під час Національного з'їзду. Конкретна цифра прийнятих пожертвувань не називалася, проте були коментарі про те, що використання Square для прийому пожертвувань і республіканцями, і демократами було успішним [6].

У президентських перегонах-2016 у США для збору пожертв використовується багато способів. Наприклад, для збору пожертвувань усі кандидати в президенти США □ від Х. Клінтон і Б. Сандерса до Р. Пола та М. Рубіо □ використовують платформу онлайн-платежів Stripe. Президентська кампанія-2016 показує високий рівень залучення кандидатів у сучасні технології. Кампанія Х. Клінтон за оцінкою «Forbes» станом на серпень 2015 р. вже отримала лише за допомогою Stripe пожертв більше, ніж на 20 млн доларів [6].

Організація «The Center for Public Integrity» провела дослідження, у результатах якого відображено, в яких державах отримали дипломатичні посади організатори краудфандингових кампаній зі збору засобів на користь Б. Обами. Результати проекту довели тісний взаємозв'язок між великим фінансуванням і найбажанішими посадами у дипломатичних корпусах; дипломатичні посади отримують не стільки дипломати, скільки організатори кампаній зі збору фінансування. Така практика характерна не лише для Б. Обами, вона існує вже упродовж десятиліть.

Історія розвитку краудфандингу в США та країнах Західної Європі підтверджує теорію солідарності. Народне фінансування розвинулося тут завдяки проектам, які не пропонували інвесторам пакети або акції в будь-якому з підприємств чи якісь виплати за внесеними часткам у майбутньому. Замість цього інвесторам надавалися нагороди, часто у вигляді кінцевого продукту або просто згадки і публічної подяки [1, с. 141].

На Заході, де традиції політичного меценатства (політичного інвестування) є міцними, фіксують видозміну політичного краудфандингу: тепер все частіше дрібні спонсори беруть участь у фінансуванні великих починань. Потенціал Інтернет-спільноти сьогодні очевидний і потужні політичні гравці вимушені до нього прислухатися.

Прикладами використання методу краудфандингу на пострадянському просторі можна назвати кампанію зі збору заходів на проект «РосПил» (<http://rospil.info/>) О. Навального, збір коштів Московською Хельсінкською групою, збір засобів у виборчий фонд О. Чірикової, збір коштів на підтримку «Pussy Riot». Увиразнилася тенденція, за якою у підтримку мають організатори, насамперед, протестних акцій, як-от «Маршу незгідних» (Російська Федерація). За умов тиску влади завше виникають такі механізми політичної боротьби, які не можуть контролюватися діючою владою. Саме опозиціонери почали використовувати політичний краудфандинг (його онлайн формат) для фінансування своїх проектів. Наприклад, О. Навальний організував «РосПил» для боротьби зі зловживаннями у сфері державних закупівель; зібрані кошти витрачаються на оплату праці юристів і роботу сервера. Підтримав О. Навального прошарок активних Інтернет-користувачів, серед яких більш популярні опозиційні настрої. Водночас, відстаючий характер російської політичної культури, яка не

адаптувалася до інноваційних механізмів політичної взаємодії, підкреслює дослідник О. Соколов [3, с. 36]; він наводить аргумент: 78% коштів на підтримку панк-групи «Pussy Riot» було зібрано не в Росії, а за її межами.

На сучасному етапі політичний краудфандинг в Україні лише починає розвиватися. Потенціал механізмів онлайн-фандрейзингу використовується недостатньо. Серед вітчизняних краудфандингових платформ відзначимо: 1) «Спільнокошт» (<https://biggggidea.com/>); 2) «Українська Біржа Благодійності» (<https://ubb.org.ua/>); 3) «Na-Starte» (<http://na-starte.com/ua/>); 4) «JQ Star» (<http://jqstar.com/>). Одним із наших дослідницьких завдань є вивчення їх практики задля з'ясування того, чи практикуються цими платформами саме політичні проекти, наскільки успішними вони були? Найперший висновок: на усіх краудфандингових платформах увиразнена відсутність саме політичних проектів.

*Платформа «Спільнокошт»* виділяє такі групи проектів як «Медіа», «Права людини», «Професійна подорож», «Діти», «Транспорт», «Місто» та багато інших. 76 успішних проектів станом на 07.09.2015 р. (кількість успішних проектів інших краудфаундингових платформ вказується теж на цю дату). Якщо звернути увагу, на те, які ж проекти знайшли підтримку громадськості, то це урбаністика, підтримка таборів, літніх шкіл для підлітків, культурні проекти та підтримка окремих творчих колективів і под. Власне політично спрямованих проектів нема; як наближені до громадсько-політичної тематики можна розглядати підтримку громадського радіо та телебачення, програми адаптації внутрішньо переміщених осіб, «She.Fest □ фестиваль Тараса Шевченка» (популяризація Т. Шевченка), інтеграційний табір «Big Game for TEENS» (для підлітків із різних регіонів України для оволодіння лідерськими навичками) та подібні (радше соціальні, аніж політичні) проекти.

*Платформа «Українська Біржа Благодійності»* має порівняно з іншими найбільшу кількість успішно реалізованих проектів – 747. Проектів політичного спрямування тут нема, натомість виокремлено групи проектів «Help UA» (відновлення шкіл у зоні АТО, реабілітація бійців тощо), «Здоров'я» (підтримка хворих), «Освіта» (книги для шкіл Донбасу, обмеблювання сільських шкіл, шкільна форма для дітей-переселенців, проведення т. зв. «наукових пікніків», підтримка дітей із психічними, емоційними та поведінковими порушеннями, інклюзивна освіта), «Екологія та тварини» (допомога притулкам для тварин), «Наше місто» (обіди для дітей із кризових сімей), «Як вдома...» (їжа та засоби гігієни для евакуйованих із зони АТО, опіка сиротами, вихованцями шкіл-інтернатів і под.).

*Платформа «Na-Starte»* акцентує на проектах музики, відео, фото, дизайну, ігр, моди, дизайну, спорту і под.; 8 успішно реалізованих проектів.

*Платформа «JQ Star»* серед груп проектів політичні не виокремлює і в межах представлених груп проектів (ІТ-технології, соціальне підприємництво, соціальні проекти, екологія, театр, туризм, технології тощо) вони не інтегровані. Кількість успішно реалізованих проектів організаторами не вказана.

У вітчизняній політичній практиці уже є чимало прикладів електорального краудфандингу. Так, О. Богомолець збирала кошти як кандидат на пост Президента України: «Єдиний мій спонсор – народ України. Гроші на заставу були зібрані звичайними громадянами і волонтерами». Збір коштів на заставу в ЦВК (2,5 млн. грн.) був завершений за дві доби. А на рахунок передвиборчого фонду (08-21.04.2014 р.) надійшло 181 495 гривень [2]. У 2012 р. так збирав кошти на заставу лідер ГО «Українська альтернатива» В. Кухар. Гроші на виборчу заставу в ЦВК на парламентських виборах-2014 збирали журналіст Р. Коцаба й активіст М. Гавриляк.

В цілому, видається, що в Україні ставлення до народного фінансування політики є доволі скептичне. Найперше, громадськість має сумніви, чи не буде збір коштів черговим шахрайством, чи саме на заявлену ціль підуть зібрані кошти. І тут відсутність законодавчої бази – вагомий «мінус», адже громадянину як політичному інвестору потрібен дієвий захист від фінансових злочинів.

Якщо брати до аналізу таких суб'єктів вітчизняної політики, як політичні партії, то на сучасному етапі вони не постають, як привабливі об'єкти політичного інвестування.

Традиційні партії не можуть опертися на основну аудиторію онлайн-краудфандингу – активний користувачів соціальних мереж, які налаштовані на підтримку радше позасистемних, протестних ініціатив.

Культура масового меценатства, зокрема громадсько-політичного, у нас ще не набула постійної основи, як і не сформувався стабільний прошарок середнього класу, який і схильний до жертвовної підтримки креативних починань. На нашу думку, популярність краудфандингу на пряму корелюється з розміром середнього класу. Використання політичного краудфандингу все ще є прерогативою позасистемних суб'єктів політики. Системні ж політичні гравці практично не використовують цей механізм комунікації зі своїми політичними прихильниками.

Оскільки проблематика політичного краудфандингу є новою, то потребує вивчення механізм його застосування у вітчизняній політиці, поглиблення типології та характеристика визначених типів політичного краудфандингу.

#### **Використана література:**

1. Котенко Д. А. Краудфандинг □ инновационный инструмент инвестирования [Текст] / Д. А. Котенко // Закон. – 2014. – С. 140-141.
2. Ольга Богомолец: «Передвиборча кампанія кандидатів у президенти має бути абсолютно прозорою!» [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: <http://bogomolets.com/ua/news/372-olga-bogomolets-peredviborcha-kampaniya-kandidativ-u-prezidenti-mae-buti-absolyutno-prozogoou>. Назва з екрана. □ Дата доступу: 09.09.2014.
3. Соколов А. В. Особенности возникновения политического краудфандинга в российской политической практике [Текст] / А. В. Соколов // Вест. Рос. ун-та дружбы народов. Серия: Политология. □ 2014. □ № 2. □ С. 31-38.
4. Швальц В. Политический краудфандинг помог Бараку Обаме собрать \$16,1 млрд. с 2007 года [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: [http://crowdsourcing.ru/article/politicheskij\\_kraudfanding\\_pomog\\_baraku\\_obame\\_sobrat\\_161\\_mlrd\\_s\\_2007\\_goda](http://crowdsourcing.ru/article/politicheskij_kraudfanding_pomog_baraku_obame_sobrat_161_mlrd_s_2007_goda). – Назва з екрана. □ Дата доступу: 08.09.2015.
5. Швальц В. Почему политики все чаще обращаются к краудфандингу / В. Швальц [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: [http://crowdsourcing.ru/article/politicheskij\\_kraudfanding\\_pomog\\_baraku\\_obame\\_sobrat\\_161\\_mlrd\\_s\\_2007\\_goda](http://crowdsourcing.ru/article/politicheskij_kraudfanding_pomog_baraku_obame_sobrat_161_mlrd_s_2007_goda). – Назва з екрана. □ Дата доступу: 08.09.2015.
6. Шерман А. Краудфандинг, политика и Stripe / А. Шерман [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: <http://futurebanking.ru/post/2932>. – Назва з екрана. □ Дата доступу: 29.08.2015.

**Голка В. Е.** *Политический краудфандинг: сущность, виды, преимущества использования*

*Анализируется политический краудфандинг как новый концепт политической науки. Аргументируется оправданность применения технологии краудфандинг не только в бизнесе, но и в общественно-политической сфере. Отмечается эффективность, доступность, дешевизна новых форм политического инвестирования благодаря развитию информационно-коммуникационных технологий. Предлагается типология политического краудфандинга. Анализируется продвижения политических проектов отечественными краудфандинговыми платформами. Привлекается внимание к проблеме правовых пробелов в регулировании народного финансирования. Изучается зарубежный опыт организации общественной поддержки (микроинвестування) политических проектов. Акцентируется, что в основе политического краудфандинга лежат теория солидарности. Отмечается свойства политического краудфандинга трансформировать накопленный социальными сетями социальный капитал в капитал финансовый.*

*Ключевые слова:* краудфандинг, политический краудфандинг, политический фандрейзинг, политическое инвестирование.

**Golka V. Political crowdfunding: the nature, types, benefits of using**

*Analyzes political crowdfunding as a new concept of political science. It is argued justification for the use crowdfunding technologies not only in business but also in the political sphere. It noted the efficiency, availability, low cost of the new forms of political investment through the development of information and communication technologies. The typology of political crowdfunding. Analyze political projects promoting domestic crowdfunding platforms. Draws attention to the problem of legal gaps in the regulation of national funding. We study the foreign experience of organizing public support (mikroinvestuvannya) political projects. Emphasizes that in terms of political theory crowdfunding lezhyt solidarity. There crowdfunding properties of political social networks to transform the accumulated social capital in the financial capital.*

*Keywords: crowdfunding, political crowdfunding, political fundraising, political investment.*