

Становление и развитие теории «политического рынка»

Е. С. Викторovich,
аспирант,
Республиканский институт высшей школы

Одним из эффективных теоретико-методологических инструментов познания политической действительности является концепция «политического рынка». Предпосылки становления политического рынка появились еще в догосударственный период в процессе развития механизмов товарообмена и формирования власти как ключевого социально-политического феномена, определявшего основные императивы политического генезиса общества.

На разных этапах политической истории человечества и в разных государствах эволюция политического рынка имела свои особенности. В раннем средневековье политический рынок скорее напоминал натуральный обмен или первоначальное накопление власти. Так, во времена Киевской Руси входившие в ее состав племена вынуждены были вместе с материальной данью отдавать князю и часть своей свободы, получая взамен обещание защищать их от внешних врагов [1, с. 31]. В период Нового времени наряду с усложнением политических систем, повышением конфликтности политических процессов, вызванных увеличением количества политических акторов, принимающих участие в политической купле-продаже, происходит модернизация политического рынка, формируется социальный запрос на выделение политической науки в самостоятельную область научного знания. Сегодня в сознании политической элиты и массовом общественном сознании доминирует рыночная ценностная ориентация, дискурсивно-концептуальным ядром которой является метафора политического рынка [2, с. 46].

Проведенный в 2022 г. референдум по внесению изменений и дополнений в Конституцию Республики Беларусь ознаменовал собой новый этап трансформации политического рынка в условиях белорусского государства, что актуализирует значимость нашего исследования.

Предпосылки актуализации идеи «политического рынка» обозначились в рамках политэкономии. Классик политико-правовой мысли К. Маркс в теоретической модели общества, представленной в «Критике политической экономии», обосновал диалектическую взаимосвязь экономики и политики: «Экономическая структура общества составляет реальный базис, на котором возвышается юридическая и политическая надстройка и которому соответствуют определенные формы общественного сознания, что способ производства материальной жизни обуславливает социальный, политический и духовный процессы жизни вообще» [3]. Однако элементы надстройки по-разному связаны с базисом и ощущают его воздействие: одни (политика) влияют на него непосредственно, а другие – опосредованно (философия).

Сквозь призму рынка и рыночных отношений представитель немецкой политической социологии М. Вебер в труде «Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии» дифференцировал социальную сущность феноменов «власть» и «господство»: «Если же мы хотим провести различия в этом непрерывном потоке форм, не имеющих четких переходов, нужно отталкиваться от полярной противоположности между, например, чистым рыночным обменом, который ориентирован на компромисс интересов, т. е. фактической властью, вырастающей из владения как такового, и авторитарной властью отца семейства или монарха, апеллирующих единственно к долгу послушания... В дальнейшем мы будем употреблять господство в узком смысле – в противоположность власти, возникающей в силу констелляции интересов, особенно рыночного характера, которая формально основана на свободной игре интересов, т. е. мы будем считать господство тождественным авторитарной власти приказа» [4, с. 20–21].

Австрийский и американский политолог, экономист Й. Шумпетер рассматривал политический процесс как специфический вид рыночных отношений, построенных на конкуренции: «В экономической жизни конкуренция никогда полностью не отсутствует, но едва ли когда-либо существует в совершенном виде. Точно так же в политической сфере постоянно идет борьба, хотя, возможно, лишь потенциальная, за лояльность избирателей. Объяснить это можно тем, что демократия использует некий признанный метод ведения конкурентной борьбы, а система выборов – практически единственно возможный способ борьбы за лидерство для общества любого размера» [5]. В работе «Капитализм, социализм и демократия» он

поставил под сомнение возможность плавного исторического перехода от рыночного капитализма к истинному социализму по К. Марксу.

Идеи Й. Шумпетера были позитивно восприняты в западных социальных и гуманитарных науках, получив творческое развитие. Наиболее системно это проявилось в теории общественного выбора. К указанной проблематике обращались основатели современного политико-экономического анализа Э. Даунс («Социальный выбор и индивидуальные ценности») и К. Эрроу («Экономическая теория демократии»). Так, Э. Даунс предложил следующую модель электорального поведения: «Политики хотят быть избранными, чтобы получить возможность реализовывать собственные интересы, а избиратели голосуют за политических лидеров для того, чтобы они защищали их интересы. В результате происходит рыночный обмен определенной политики на голоса» [6]. Сторонники теории общественного выбора сформировали целостное видение политики как рынка, где избиратели являются потребителями специальных политических услуг, концентрирующихся на политико-программных документах и актах государственного управления.

Теория общественного выбора была воплощена в работах Дж. Бьюкенена («Причина правил. Конституционная политическая экономия»), Г. Таллока («Новый федералист»), М. Олсона («Власть и процветание. Перерастая коммунистические и капиталистические диктатуры»), Д. Мюллера («Капитализм и демократия»), Р. Толлисона («Политизированная экономическая теория: монархия, монополии и меркантилизм»), У. Нисканена («Бюрократы и политика») и др. Так, американский ученый, нобелевский лауреат, «отец» теории общественного выбора Дж. Бьюкенен отмечал: «Анализ этой простой модели наводит на мысль, что наиболее обоснованное допущение относительно человеческого поведения будет следующим: в обоих случаях индивиды руководствуются одними и теми же основными ценностями, хотя узко понимаемые гедонистические ценности явно доминируют в экономической, а не в политической деятельности. Однако первоначально мы могли бы предположить, что репрезентативный, или средний, индивид действует в соответствии с единой шкалой ценностей и на рынке, и в сфере политики» [7, с. 37]. В своей Нобелевской лекции он сформулировал три специфические предпосылки, на которые опирается созданная им теория общественного выбора: 1) методологический индивидуализм, 2) концепция «экономического человека» и 3) анализ политики как процесса обмена [7, с. 454].

Таким образом, сторонники теории общественного выбора прекрасно осознавали многомерность и многоаспектность мотивов человеческой деятельности, однако на высоком уровне абстрагирования, по их мнению, ведущую роль играет рациональная мотивация.

На современном этапе представители теории общественного выбора значительно увеличили потенциал используемого инструментария для анализа нерационального поведения политических акторов в процессе принятия решений. Расширение логико-смысловых схем, формулируемых в рамках этой теории, за счет ценностных факторов (например, мотива потребления в политической деятельности, роли социальных издержек и выгод для участников политического взаимодействия) представляет собой перспективное направление поиска точек методологического взаимодействия между моделями человека, принятыми в рамках экономической и политической науки [1, с. 35].

Внимание современных исследователей сконцентрировано на изучении природы «экономического человека» с акцентом на его ценностно-идеологических представлениях. Значительная работа ведется в рамках исследований в области взаимосвязи общества и экологических проблем и изучения вопросов феминизма. Это связано как с объективными процессами, хорошо проанализированными в рамках глобального проекта по всемирному обзору ценностей, реализуемому с начала 1980-х гг., так и с мейнстримом социальных и гуманитарных наук. В политической науке «освоение» соответствующих объяснительных схем предполагает отказ от допущений о «структурной обусловленности» рационального поведения в пользу признания инструментальной рациональности как основополагающего принципа, описывающего политическое поведение людей.

Таким образом, в теории общественного выбора была впервые дана системная характеристика политического рынка как феномена политических систем эпохи развитого индустриального и постиндустриального общества, как механизма производства общественных благ, которые требуют использования государственного принуждения. Исследователи концентрировались на вопросах политического анализа стратегического планирования и прогнозирования политических процессов, институциональных и правовых аспектах функционирования политических систем, теоретических и практических аспектах принятия решений.

В целом исследования зарубежных авторов второй половины XX в. в области политического рынка были сосредоточены преимущественно на проблемах максимизации, права собственности на публичном рынке (право граждан избирать своих представителей, право депутатов принимать законы, должностных лиц – применять законы, а судей – интерпретировать их), рентоориентированного поведения и издержек в государственном секторе.

Особенности становления и развития теории «политического рынка» в белорусской и российской науке тесно связаны с особенностями советской политической системы и модели организации науки.

О системных исследованиях в этой области в 1920-е – 1980-е гг. говорить не приходится. Однако ведущими советскими научными центрами (Академия наук СССР, Академия общественных наук) велись работы по разработке механизмов повышения эффективности принятия управленческих решений.

Начало становления этой области исследований, как и всей политической науки, относится к концу 1980-х – началу 1990-х гг. Важнейшими факторами, формировавшими интерес ученых к названной проблематике, стали закономерности институционализации новой научной дисциплины и трансформации политического пространства. Главная особенность состоит в том, что политический рынок в постсоветском пространстве складывался слишком быстро, часто методом проб и ошибок. Длительное время параллельно существовали нерыночные элементы, заполняющие пространство между управляющими и управляемыми.

Наибольшие результаты были достигнуты в российской политической науке. Так, С. Н. Пшизова трактует политический рынок как систему институтов, правил и норм, обеспечивающих взаимодействие между управляющими и управляемыми. Исходя из этого определения рассматриваются закономерности функционирования электоральных и внеэлекторальных рынков, широкий спектр экономических отношений в политике (финансирование политического процесса, участие субъектов хозяйствования в процессе принятия решений, роль лоббизма и коррупции в процессе принятия решений) [8].

С. Г. Кордонский отмечал, что при формировании политического рынка в постсоветских странах начали складываться административные рынки, которые он определял как «жестко, но многомерно иерархизированные синкретичные системы (где экономическая и политическая компоненты даже аналитически не могли быть разделены)»; распределение общественных статусов и требования электората конвертируются друг в друга по неформальным, теневым правилам, которые при этом имеют тенденции к постоянному темпоральному изменению [9, с. 5–6]. Следовательно, место публичных политиков занимают высшие звенья политизированной бюрократии в лице «правлящей группы». «Массовая бюрократия» при условии лояльности правящей группе и выполнении определенного минимума общественно необходимых функций имеет возможность «приватизировать» часть государственных функций и путем «продажи» административного ресурса реализовать свои частные интересы.

Е. Г. Морозова определяет политический рынок как «систему производства и распределения политических товаров и услуг (идеи, программы, стили управления, имидж лидера), относительно эффективно обеспечивающую согласование значительного числа интересов конкурирующих между собой продавцов

(партий, политиков, бюрократии) и покупателей (избирателей, граждан)» [10]. Таким образом, политический рынок – это пространство, на котором происходит обмен голосов избирателей на предвыборные обещания кандидатов, лояльности и поддержки граждан – на проектируемые политиками и управленцами решения, при этом все акторы политического рынка действуют ради достижения собственных целей.

В белорусском социогуманитарном знании концепция «политического рынка» не является основной точкой роста, что связано с динамикой политической системы Республики Беларусь. В 1990-е гг. в отечественной науке отмечалась рецепция западных идей и концепций анализа социальной реальности. Вместе с тем известными белорусскими гуманитариями осмысливались вопросы конструирования национального политического пространства. Так, социологический анализ институционализации политического рынка был осуществлен Е. М. Бабосовым, А. Н. Даниловым, И. В. Котляровым, С. А. Шавелем и Д. Г. Ротманом. На основании богатого эмпирического материала установлены закономерности развития политической системы, расширения форм народовластия, участия институтов гражданского общества в политическом процессе.

Политико-правовые аспекты функционирования политического рынка рассматривались в исследованиях Г. А. Василевича, Е. В. Матусевича, Я. С. Яскевич, Д. М. Демичева. Консолидированная позиция исследователей заключается в важности функционирования политического рынка в рамках правового поля, которое должно формироваться с учетом традиций белорусского народа и исключительно в национальных интересах.

Роль политического рынка в формировании архитектуры органов государственного управления, публичной политики и государственном администрировании рассматривалась в работах Н. А. Антонович, В. А. Мельника, С. В. Решетникова, С. Н. Князева. «Анализ политического процесса связан с вопросом, какие качества придают проблеме политический характер, что отличает частную проблему от политической? Определение сути политической проблемы как таковой зависит не только от объективных обстоятельств, но, что не менее важно, в какой мере проблема отражается в общественном сознании» [11, с. 100].

Проблемы развития политического маркетинга анализировались А. П. Мельниковым, А. И. Веруш, Л. М. Беленковой, Е. М. Ильиной.

В белорусском научном пространстве тема политического рынка как теоретическая концепция комплексно не разрабатывалась. Отдельные исследования проводились политологами, юристами, социологами, философами, что, с одной стороны, дало возможность рассмотреть предмет исследования с разных научных позиций, а с другой – не позволило провести комплексный анализ динамики и закономерностей

развития политического рынка в Беларуси. В условиях расширения механизмов народовластия, проводимых в соответствии с принятыми на февральском референдуме решениями, актуальность исследований политического рынка будет повышаться.

Становление концепции «политического рынка» тесно связано с институционализацией социальных и гуманитарных наук во второй половине XIX – середине XX в. и основано на ряде допущений о возможности переноса закономерностей экономической сферы жизни общества на политические процессы. Данная теория наиболее релевантна для анализа политических систем, основанных на принципах народовластия.

Западные политологи, социологи, экономисты сферу политики уподобляли рынку, где избиратели с помощью инструментов прямой и опосредованной демократии выбирают политический «товар» – лидеров, концепции, программы, «образ будущего». В демократической политической системе, основанной на конкуренции, реализация рыночных механизмов принятия решений позволяет наиболее эффективно реализовывать волю народа.

Кроме того, рыночная интерпретация политики позволяет на институциональном уровне обеспечить сближение и взаимопонимание интересов различных социальных групп, а также создает условия для качественного целеполагания и формирования стратегических приоритетов общественного развития.

В социальных и гуманитарных науках на постсоветском пространстве становление названной концепции актуализировано процессами национально-государственного строительства. Долгое время исследователи ограничивались рецепцией западных идей и их некритичным переносом на механизм анализа формирующихся национальных политических рынков. Вместе с тем в отечественном социально-гуманитарном знании математико-статистические методы применяются недостаточно системно, что, с одной стороны, не позволяет выходить на более широкие обобщения, а с другой – дает возможность сделать акцент на человекомерности политической системы.

При использовании концепции «политического рынка» важно не абсолютизировать ее эвристический потенциал, а системно применять в совокупности с другим методологическим инструментарием.

На наш взгляд, политический рынок – пространственно-временной политический континуум (поле, среда, арена), в рамках которого происходит взаимодействие конкурирующих политических акторов по вопросам приобретения, реализации и сохранения политической власти.

Список использованных источников

1. Пшизова, С. Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе / С. Н. Пшизова // Полис: политические исследования. – 2000. – № 2. – С. 30–44.
2. Русакова, О. Ф. Что такое политический маркетинг? / О. Ф. Русакова, А. Е. Спасский. – Екатеринбург, 2004. – 190 с.
3. Маркс, К. К критике политической экономии [Электронный ресурс] / К. Маркс. – М.: Гос. изд-во полит. лит., 1959. – Режим доступа: <https://www.marxists.org/russkij/marx/cw/t13.pdf>. – Дата доступа: 10.10.2022.
4. Вебер, М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии / М. Вебер – М.: Изд-во «Дом Высшей школы экономики», 2019. – 485 с.
5. Шумпетер, Й. А. Капитализм, социализм и демократия [Электронный ресурс] / Й. А. Шумпетер – М.: Эксмо, 2008. – 864 с. – Режим доступа: <https://crystalbook.ru/>. – Дата доступа: 05.10.2022.
6. Даунс, Э. Жизненный цикл бюрократических структур / Э. Даунс // Классики теории государственного управления: Американская школа / под ред. Дж. Шафритца, А. Хайда. – М., 2003. – С. 341–361.
7. Бьюкенен, Дж. Конституция экономической политики. Расчет согласия. Границы свободы / Дж. Бьюкенен; пер. с англ. Ю. Н. Парамонова, А. А. Соловьева. – М.: Таурус Альфа, 1997. – 556 с.
8. Пшизова, С. Н. Становление политических рынков как теоретическая проблема / С. Н. Пшизова // Политическая теория, язык и идеология / отв. ред. Н. А. Романович. – М.: РАПН, 2008. – С. 71–90.
9. Кордонский, С. Г. Рынки власти. Административные рынки СССР и России / С. Г. Кордонский. – М.: ОГИ, 2006. – 240 с.
10. Морозова, Е. Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии [Электронный ресурс] / Е. Г. Морозова. – М.: РОССПЭН, 1999. – 247 с. – Режим доступа: <http://grachev62.narod.ru/morozova/content.htm>. – Дата доступа: 04.10.2022.
11. Антанович, Н. А. Государственная политика и управление как инновационное направление развития политической науки в Республике Беларусь / Н. А. Антанович, С. В. Решетников, Т. С. Решетникова // Науч. тр. Респ. ин-та высш. шк. Филос.-гуманитар. науки: сб. науч. ст. / под ред. В. Ф. Беркова. – Минск: РИВШ, 2007. – Вып. 3(8). – С. 100–107.

Аннотация

В статье проанализированы основные аспекты становления и развития теории «политического рынка» в социогуманитарном знании, показан ее эвристический потенциал для анализа политических систем, основанных на принципах народовластия, обозначено взаимовлияние теории общественного выбора и концепции «политического рынка», определены закономерности становления концепции в российской и белорусской политической науке, дана авторская дефиниция исследуемого феномена.

Abstract

The article analyzes the main aspects of the formation and development of the «political marketplace» theory in socio-humanitarian knowledge, shows its heuristic potential for the analysis of political systems based on the principles of democracy, indicates the mutual influence of the public choice theory and the concept of «political marketplace», defines the formation patterns of the concept in the Russian and Belarusian political sciences, gives the author's definition of the researched phenomenon.