

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО РЫНКА В РАКУРСЕ МОДЕРНИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Д. В. Щеглова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 10 октября 2011 г.

Аннотация: статья посвящена методике исследования политического рынка. Опираясь на концепции моделей рынка, школы общественного выбора, автор делает попытку создать общую модель анализа политического рынка России, особенно подчеркивая новые условия модернизации, заявленной руководством страны. Анализируются особенности и условия риска модернизации в региональных условиях (на примере Воронежской области) с точки зрения предлагаемой модели.

Ключевые слова: политический рынок, модернизация, асимметрия информации.

Abstract: this article covers methodological problems of political market functioning. The author tries to construct the model of Russian political market analysis pointed new conditions of modernization, which were proclaimed by political leaders. Also the features and conditions of region modernization risks were analyzed (based on the Voronezh example).

Key words: political market, modernization, asymmetry or the information.

Концепт политического рынка все больше завоевывает позиции в методологии отечественной политической науки.

Данный подход, оценивая функционирование политического рынка на макроуровне, описывает структурирование спроса и предложения, а также возникновение конкуренции между носителями различных интересов в борьбе за влияние на представителей власти, тем самым оформляя пространство предложения и спроса на политические решения.

Однако понимание политического рынка не сводится только к процессам спроса – предложения (принцип классической экономической теории) и анализа электорального и внеэлекторального рынков, как это мы можем найти, например, у С. Н. Пшизовой [1]. И структура, и функциональные аспекты политического рынка рассматриваются в ракурсе макро-модели.

Немаловажен и еще один факт: ни одна модель не может (да и не должна) отразить всю сложность и многообразие элементов политической жизни – этот принцип называется принципом *нечеткой системы*. Его не стоит упускать из внимания при построении аналитической модели. В целом все социально-политические системы характеризуются как нечеткие, т.е. явление, факт политической жизни может не на все сто процентов принадлежать к операционализированному понятию.

В целом, модель политического рынка может иметь следующий вид (см. рисунок).

Подобные схемы анализа политического рынка имеют достаточно серьезную эвристическую ценность.

Во-первых, помимо теоретического обоснования они содержат и схемы конкретного, эмпирического анализа «политического рынка».

Во-вторых, они объединяют несколько теоретических подходов к политической, социально-экономической реальности путем нахождения методологических «смычек» и логических обобщений достижений западных и отечественных авторов.

В-третьих, достаточно успешно могут быть адаптированы к современным проблемам российского политического поля. Так, процесс политической модернизации может быть охарактеризован в терминах политического рынка следующим образом.

Для успешной модернизации необходимо:

1) появление конкурентоспособных производителей политического товара, т.е. политических партий и блоков, располагающих достаточно широкой социальной базой («капиталом»);

2) равноправие политических субъектов, которое обеспечивается детально разработанной системой норм и правил конкурентной борьбы (избирательное законодательство);

3) общепринятая система ценностей как основа для достижения консенсуса между политическими субъектами (базовый политический консенсус);

4) возрастание массы потребителей, способных предъявлять самые высокие требования к его качеству (как результат массового политического «просвещения»).

Первый уровень измерения		
Личность – общество – политические институты		
Функциональные уровневые связи	Предпочтения/мотивация акторов (Парето оптимальное, уровень рациональности, мотивационная модель).	Инфраструктурная связь элементов
Регулярность обмена Взаимная добровольность (поддерживается конституционными правами) Транзакционные издержки	Доверие институтам, выраженность / динамичность политических настроений. Политическое участие (участие в выборах, членство в политических партиях, участие в политических акциях). ↓ Превращение индивидуальных предпочтений в коллективный выбор <i>(Уровень: индивид – общество)</i> Выявление политических потребностей благодаря игре спроса и предложения Доля информационного принуждения/влияния Риск недобросовестности ↓ Агрегация предпочтений (трансляция коллективного выбора посредством политических институтов)	Обмен информацией Характер информации / Уровень асимметричности Каналы коммуникации
↓		↓
Второй уровень измерения		
Структура и инфраструктура		
Функционирование элементов по признакам: – регулярности, – наличия и характера социального капитала, – добровольности, – состоятельности, – взаимной выгоды	Форма конкуренции, Характер рынка, Каналы коммуникации, оборот информации, Структура политического продукта, Издержки политического рынка, Уровень монополизации	Уровень асимметрии информации (наличие информационных ловушек в структуре и инфраструктуре)

Рисунок. Уровни изучения проблематики политического рынка

В качестве ключевых критериев развитости политического рынка в рамках предлагаемого подхода можно выделить:

1. Неограниченный доступ на политический рынок новых субъектов, реализующих пассивное избирательное право (партий, кандидатов), невысокий уровень барьера для вступления в «отрасль» – свобода участия.

2. Активное участие в процессе политического обмена субъектов, реализующих активное избирательное право (всеобщее избирательное право, политическая активность), – свобода выбора.

3. Отсутствие (минимизация) практик регулирования политической конкуренции посредством применения нормативных актов, противоречащих конституционным принципам действующего законодательства, – политическая культура «продавцов».

4. Доля четырех основных «продавцов» не должна превышать 40 %. – отсутствие монополии на «политическом рынке».

5. Выпуск дифференцированного «политического продукта» – отсутствие единоличного контроля над выпуском различных «политических товаров».

б. Минимизация условий «политического сговора», характерного для олигопольных рынков: высокий эквивалент значимости «покупателя» «политического товара», функциональная политическая критика, преодоление издержек информационной асимметрии, институциональная ситуация равновесия ветвей власти.

Таким образом, должны анализироваться четыре основных блока: свобода участия, свобода обмена, высокая политическая культура, реальная конкуренция.

Ключевым в поле «политического рынка» является обмен, в котором возникает конкуренция между субъектами рынка. Причем подобный обмен должен соответствовать нескольким ключевым признакам: эквивалентности, регулярности, добровольности, взаимной выгоды и низких транзакционных издержек.

Риск латентного увеличения последних может существовать в ситуации вытеснения из политического процесса идей и механизмов представительства, в условиях изменения статуса партий, уменьшения роли программ и идеологического направления. Представительное правление превращается в этом случае в систему правления с помощью репрезентаций [2]. То есть политика в таких условиях превращается в форму представления для общественности событий политической жизни в том или ином ключе с целью спровоцировать нужную реакцию политических субъектов.

В свою очередь, ключевое условие формирования соответствующей гражданской культуры, в которой следование рациональным стандартам поведения в политике становится необходимым условием политической социализации, а другие виды деятельности расцениваются обществом либо как маргинальные, либо как девиантные, в таком положении вещей не только не соблюдается, но и находится под прямой угрозой.

Выявление политических предпочтений граждан и их агрегация тесно связаны с особенностями предлагаемого «политического товара» (т.е. ресурсами общественного влияния, используемыми для удовлетворения политических интересов и производимыми с целью последующего обмена). Поэтому любые манипуляции и «подмены» (асимметрия, информационные «ловушки» и т.п.) приводят к искажению процесса представительства, обмена и конкуренции, которые являются для «политического рынка» основополагающими.

Успех модернизационных процессов сильно привязан к развитию человеческого капитала и инфраструктуры. Если обратить внимание на региональный политический процесс, то подобная «связка» вырисовывается после анализа вторичной информации [3].

В Воронежской области существует несколько проблемных точек «модернизационного потенциала» с точки зрения состояния «человеческого капитала»:

- потенциально низкая модернизационная активность «снизу», на уровне личности;
- низкий уровень участия в самоорганизации (на местном и муниципальном уровнях);
- установки по самореализации не направлены на развитие инициативности;
- трудовая мобильность мало связана с вертикальной мобильностью и «социальным лифтом»;
- расходы направлены на удовлетворение основных потребностей, низкая доля расходов на досуг.

Проблемы в развитии человеческого капитала проявляются в следующем: снижение темпов роста реальных доходов населения и реальной заработной платы, ухудшение демографической ситуации, старение и снижение уровня квалификации трудовых ресурсов, снижение уровня безопасности трудовой деятельности, ухудшение экологической ситуации [4], устаревание интеллектуальных ресурсов с точки зрения качества накопленного человеческого капитала. В области нет достаточного количества эффективных предпринимателей-производственников, что тормозит развитие промышленности и сферы услуг. Указанные проблемы следует отнести к негативному аспекту потенциала развития человеческого капитала, как базы модернизации в области¹.

Важным показателем развития человеческого капитала служат характеристики среднего класса, **который** является главной социальной базой для модернизации, так как представляет собой самую динамичную часть общества, способную воспринять модернизаторские ценности. Средний класс Воронежской области можно охарактеризовать как закрытый и немногочисленный (10,7 % от всего населения) [5]. Причем самоидентификация себя как среднего класса превышает реальное его число (что является и общероссийской тенденцией).

Что касается инфраструктуры, то существует риск асимметричности: продвигая «точки развития региона», другие сферы испытывают «инвестиционный голод» (причем те сферы, которые напрямую связаны с заявленной стратегией модернизации). Это приведет к неравномерному протеканию модернизационных процессов.

Таким образом, развитие «политического рынка», привязанное к модернизационным процессам, имеет свои особенности: риск политической и экономической асимметрии, накладываясь друг на друга, могут

¹ Эти выводы основаны на исследовании, выполненном при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ («Модернизационный потенциал Воронежской области: опыт исследования и условия реализации»), проект № 11-13-36001а/Ц.

привести к усилению противоречий и «подрыву» социальной базы и развития человеческого капитала. Последнее, как было отмечено, является ключевым в процессе функционирования политического рынка в условиях модернизации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пшизова С. Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе / С. Н. Пшизова // Полис. – 2000. – № 3. – С. 6–18.

2. Пшизова С. Н. От «гражданского общества» к «сообществу потребителей»: политический консьюме-

ризм в сравнительной перспективе. Часть II / С. Н. Пшизова // Политические исследования, – 2009. – № 2. – С. 39–52.

3. Риски и ограничения политической модернизации в России. – Режим доступа: <http://www.carnegie.ru/events/?fa=3164>

4. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики. – Режим доступа: voronezhstat.gks.ru

5. Данные территориального органа статистики о доходах, сбережениях, уровне образования и покупательской способности населения Воронежской области. – Режим доступа: <http://voronezhstat.gks.ru/default.aspx>

Воронежский государственный университет

Щеглова Д. В., аспирантка кафедры социологии и политологии

E-mail: bruenen@mail.ru

Тел.: 8 (473) 221-27-43

Voronezh State University

Scheglova D. V., Post-graduate Student of the Department of Sociological and Political Science

E-mail: bruenen@mail.ru

Tel.: 8 (473) 221-27-43