

ФИНАНСИАЛИЗАЦИЯ КАПИТАЛИЗМА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МЕДИАСЕКТОР

© 2007 В.И. Сапунов

Воронежский государственный университет

Неолиберальная теория глобализации предоставляет мощное идеологическое прикрытие агрессивности современного капитала. Думается, она способствует продвижению его классовых интересов, что, в свою очередь, ведет к появлению неолиберальных медиастратегий, направленных на конвергенцию различных подразделений масс-медиа не только для достижения коммерческих целей, но и для создания оптимальных условий доминирования капитала. Для наиболее рельефной характеристики современных глобальных процессов в медиасфере выделим финансиализацию капитализма как один из ключевых (наряду с усиливающейся репрессивностью трудового законодательства, ростом социального неравенства и интенсификацией экспансионизма крупных капиталистических стран) политэкономических параметров неолиберальной глобализации.

Современные медиапроцессы развиваются в условиях глобальной, финансово-спекулятивной экономики, которая, согласно классификации австрийского экономиста Э.Манделя, является третьей стадией развития капитализма. Первыми двумя были рыночно-конкурентная и монопольно-империалистическая [1]. Каждая из этих стадий диалектически продолжает предыдущие, синтезируя их важнейшие черты [2]. Последние 30 лет прошлого и начало двадцать первого века характеризуются переходом капитализма из второй стадии в третью. Этот процесс происходит в результате отсутствия ценовой конкуренции в самых высокоразвитых отраслях промышленности, в условиях «олигархической» конкуренции (Й.Шумпетер использовал термин «взаимоучитываемость») [3]. В 2002 году в разгар дебатов о смягчении антимонопольного законодательства глава Федеральной комиссии по коммуникациям М.Пауэлл заявил, что «сама по себе монополия в США не является незаконной» [4]. Отметив, что полная монополия была бы «проблематичной с точки зрения закона», он охарактеризовал дуополию на американском рынке спутникового

телевидения (провайдеров ДирекТВ и Дишес Нетуорк) как «вибрирующий конкурирующий рынок», ясно обозначив приоритеты ФСС по дальнейшему дерегулированию американского рынка телекоммуникаций.

«Ценовые войны» в медиасфере, столь характерные для рубежа XIX-XX веков (например, между газетами Херста и Пулитцера), также уходят в прошлое. Последний пример ценовой конкуренции приходится на первую половину 90-х годов (между Таймс и Дейли Телеграф). Реальная конкуренция ограничена лишь сферами инноваций, удешевляющих производство, и маркетинга, при этом важно отметить, что дешевают не технологии, а линии технологий, что дает изначальное преимущество в использовании инноваций богатым слоям населения.

Но в основном, если корпорации несут убытки, то отвечают на них не понижением цен, а «сокращением расходов» — закрытием предприятий и увольнением сотрудников, чтобы сохранить показатели прибыли. Повышение производительности также в основном ведет не к понижению цен или повышению зарплат, а к перераспределению излишков между высшими руководителями и главными инвесторами корпораций. Эти излишки не используются для эффективных и целенаправленных инвестиций.

Именно это стало главной причиной перехода капитализма в третью стадию — финансово-спекулятивный сектор дал возможность абсорбировать гигантские реальные и потенциальные накопления, образовавшиеся в капиталистической экономике в 70-е годы, и это помогло избежать обесценивания капитала. Финансовая сфера с готовностью приняла такое перераспределение ресурсов, ответив на него появлением огромного количества новых операционных инструментов: фьючерсных и форвардных контрактов, опционов, хеджированных фондов, деривативов и тому подобного. Поощрение спекуляций выражалось и в правительственных гарантиях от неудач, кото-

рые могли компенсироваться политикой создания привилегированных условий для инвесторов или аккумуляции долгов развивающихся стран в частных банках [5].

На смену реальной конкуренции приходит виртуальная, связанная с игрой инвесторов на финансовых рынках. Инвесторы, которых интересует лишь быстрая прибыль, оценивают показатели корпораций и «наказывают» их за любые временные неудачи. Иллюстративным примером такого «наказания» в медиасфере могут послужить компании Рейтер и Яху, чьи акции упали на 23% и 13% соответственно в течение одного дня (16.10.2002 и 18.01.2006). Поводом для обрушения акций в случае с Яху стал отчет интернет-компании за четвертый квартал 2005 года, в котором говорилось, что компания почти удвоила свою прибыль. Однако это сообщение не обрадовало инвесторов, ожидавших от Яху большего. Больше того, падение акций Яху негативно отразилось и на его ближайшем конкуренте — компании Гугл, чьи акции упали в цене на 3,5 процентов. То есть квартальный отчет Яху, ставший первым среди крупных интернет-компаний явился своеобразным эталоном для ожиданий инвесторов [6].

Постоянный стресс и боязнь «впасть в немилость рынка» диктуют формирование внутрикорпоративной структуры, основанной на «войне всех против всех». Таким образом неолиберальный сценарий реализуется не только на макро-, но и на микроуровне. Главной причиной негативной динамики реального уровня безработицы в западных странах (с учетом временно занятых; отказавшихся от поиска работы и желающих изменить место работы) стоит считать именно финансово-спекулятивный характер современной экономики и ее реструктуризацию. Если раньше банки выполняли функцию заемных фондов, то сейчас они сами берут кредиты, создавая большие долги на деньгах, которые сами взяли в долг у вкладчиков. Банки и финансовые компании группируют занятые деньги и продают их хеджинговым фондам или другим институциональным инвесторам, получая за это комиссионные. По данным Бизнес Уик, сейчас финансовые компании получают от комиссионных 42% доходов, 58% приходится на проценты. В 80-е годы эти показатели составляли 20 и 80 процентов соответственно [7].

В отличие от традиционных промышленных кредитов, такие кредиты, предназначенные для спекуляций, не оказывают значительного стимулирующего влияния на экономику, так как спекулятивные операции не требуют ни производственных мощностей, ни большого количества занятых. Прибыли, полученные от таких операций, редко инвестируются в промышленность или даже сферу услуг, что могло бы дать возможность

для увеличения рабочих мест, а используются для дальнейших спекулятивных трансакций или непроизводительного потребления.

Несмотря на то, что финансовый сектор теоретики называют фиктивным — в котором «не создаются ни материальные, ни культурные ценности, фиктивным его можно называть скорее в социокультурном контексте, так как экономически финансовый капитал уже заявил о себе как о механизме накопления не менее реальном, чем другие, особенно учитывая его потенциал самовоспроизводства путем аккумуляции инвестиций [8].

Общемировой показатель акций вырос с 18 миллиардов в день в 1977 году до 1,8 триллионов в 2006. Это означает, что каждые 24 дня в финансовом секторе обращается сумма, равная общемировому ВВП. Ежедневный объем валютных трансакций увеличился с 570 миллиардов долларов в 1989 году до 2,7 триллионов в 2006 [9]. Еще более впечатляющим является рынок деривативных операций, абсолютная стоимость которых (уже совершенных и еще открытых сделок) составила в июне 2006 года 283 триллионов долларов — в 6 раз больше, чем общая ежегодная стоимость всех товаров и услуг в мире [10]. В информационных сетях Рейтер ежесекундно обновляется информация о 2 тысячах котировок, торговые терминалы Блумберг ежедневно работают с 2 миллионами акций [11].

Финансово-информационные компании, такие как Рейтер или Блумберг внесли огромный вклад в развитие инфраструктуры финансово-спекулятивных операций. Сейчас можно говорить о том, что они не только собирают и поставляют потребителям финансовые сведения, но и с помощью своих операционных систем и торговых терминалов организуют работу финансового сектора, в частности с помощью продаж клиентам биржевых позиций и доступа к информационным рынкам. При этом финансово-информационные агентства стремятся максимально интегрировать свои информационные системы и предоставить клиентам максимальный объем сведений и аналитических данных, чтобы отбить у них желание обращаться к конкурентам агентств [12].

Реальность финансового сектора подтверждается и его ростом за счет нефинансовых корпораций, которые получают значительную часть доходов от своих ценных бумаг на биржах. Скажем, Дженерал Моторз, ежегодно несущая потери от продаж машин, заработала в 2004 году около 2,9 миллиардов долларов на финансовых операциях [13]. Интересно, что именно медиакорпорации регулярно становятся «локомотивами» повышения рейтинга Стандарт энд Пур 500 (S&P 500), охватывающего 80% ценных бумаг на Нью-Йоркской фондовой бирже.

Например, в конце 2006 года первые два места по темпам роста заняли Комкаст и Уолт Дисней. В марте 2006 года S&P 500 приняло решение о включении в свой фондовый индекс компании Гугл вместо британской нефтегазовой Берлингтон Ресорсес, признав его финансовые заслуги [14]. Для газетных холдингов финансовализация капитализма, в основном, приносит проблемы. Главная тенденция последних лет для них — стагнация, а часто и снижение стоимости акций, что делает газетные концерны, осуществившие размещение акций на бирже (ИРО), наиболее уязвимыми компонентами медиасектора для финансовых спекулянтов. То есть речь идет не только о росте финансового сектора, как такового, а о приобретении ключевых характеристик финансового рынка другими секторами экономики, в том числе медиасферой, о жесткой вплетенности последней в финансово-спекулятивные отношения. В этом суть финансовализации капитализма [15].

Главная тенденция финансового сектора последних десяти лет — скупка традиционных корпораций частными инвестиционными фондами, особенно этот процесс интенсифицировался в последние 3 года. По данным журнала Экономист с 2003 по 2006 годы общая стоимость таких операций увеличилась с примерно 150 миллиардов долларов до приблизительно 450 миллиардов. На начало 2007 года в мире насчитывается около 2700 частных инвестиционных фондов, управляющих активами в 500 миллиардов долларов [16]. Покупка обычно осуществляется с помощью «рычаговых» контрактов с внушительной кредитной линией. Инвестиционные фонды (крупнейшими в мире являются ККР, Блэкстоун, Карлайл и Риверстоун) платят четверть — максимум треть необходимой суммы, занимая остальные средства, часто у собственных инвесторов [17]. Затем, после улучшения показателей корпорации она снова продается по значительно более высокой цене.

Методы управления новых менеджеров являются еще более жесткими, так как еще больше повышается риск для корпорации, соответственно интенсифицируются «сокращения расходов». Сами корпорации реагируют на это по-разному. Одни идут на сделку, сохраняя менеджерские должности при новых хозяевах и получая прибыль от последующей продажи ими корпорации. Другие яростно сопротивляются инвестиционным фондам, вплоть до тактики «долгового менеджмента» — намеренного обременения менеджерами своей компании долгами, чтобы отбить потенциальную спекулятивную атаку на финансовом рынке.

Тенденция покупки традиционных корпораций финансово-спекулятивным капиталом оказывает всевозрастающее влияние на медиа-

сектор, в котором по этой причине происходит существенный переток капитала. Блэкстоун уже имеет долю в Дойче Телеком и издательстве Хьютон, ККР в издательстве Праймедиа, Сит Пэйджин в Телеком Италия. Попали под контроль частных инвестиционных фондов испаноязычная телекорпорация Унивисьон и журнальная группа Ви-Эн-Ю в США. С другой стороны, попытки инвестиционных фондов захватить в 2006 году Кэйбл Вижн — американского медиагиганта в сфере кабельного телевидения провалились из-за протеста акционеров, посчитавших, что от сделки выиграют только менеджеры их корпорации.

Акционеры Клиар Чэннел по той же причине сопротивлялись покупке крупнейшей радиосети США консорциумом, созданным Блэкстоун, Карлайл и ККР, в течение всего 2006 года, однако в ноябре согласились продать ее за большую сумму (18,7 миллиарда долларов) двум другим фондам — Томас Ли партнерс и Бэйн Капитал партнерс. Чтобы избежать атаки спекулянтов, менеджеры корпорации Кокс Коммьюникейшнз осуществили делистинг — выкупили акции у публичных инвесторов, а владельцы Бертельсман отказались от ИРО пакета своих акций.

Последствия интереса спекулятивного капитала к медиагруппам не заставляют себя ждать. Новые владельцы Клиар Чэннел объявили, что продают все 42 телестанции, принадлежащие компании, и 448 радиостанций в рамках «пакета жестких мер» [18], другие его составляющие пока неизвестны. Ярким примером является и уничтожение одного из символов американского газетного бизнеса — концерна Найт-Риддер, совокупные тиражи изданий которого занимали второе место в США. В 2005 году группа инвестиционных фондов, завладев значительной частью холдинга компании, добилась ее распродажи по частям с целью улучшить свое финансовое положение. Большая часть активов Найт-Риддер перешла к Маклатчи компани, которая, превратившись в крупнейшую издательскую корпорацию в США, в свою очередь продала в 2006 году газету Миннеаполис Стар-Трибюн частному паевому фонду Ависта Капитал.

Еще один вариант улучшения финансового положения акционеров — продажа активов компании более крупной медиамонополии. Так, в 2005 году инвесторы — миноритарные акционеры кабельного холдинга Адельфия добились перехода его активов под контроль Тайм-Уорнер и Комкаст. В том же году онлайн-рекламный ресурс Даблклик был продан инвестиционным фондам Хелманн & Фридман и Джей-Эм-Ай за 1,1 миллиарда долларов, которые в апреле 2007 года продали его компании Гугл за 3,1 миллиарда [19].

Отмечаются и случаи консолидации усилий

традиционных медиаконцернов со спекулятивным капиталом для покупок, требующих значительных вложений. В частности, британская медиагруппа Индепендент Ньюз энд Медиа в январе 2007 года создала консорциум с Провиденс Эквити и Карлайл групп для приобретения австралийского медиаконгломерата Эй-Пи-Эн Ньюз энд Медиа [20], выпускающего около 100 газет в Австралии и Новой Зеландии (в том числе Нью-Зиланд Геральд) и специализирующегося, помимо того, в сферах радио и наружной рекламы.

В целом финансиализация капитализма ведет к еще большей консолидации и монополизации медиакapиала. Отдельные примеры расщепления диверсифицированных концернов, самым показательным из которых является выделение Си-Би-Эс из Вайаком в качестве самостоятельного холдинга с целью удовлетворить потребность инвесторов в более высоких дивидендах, выглядят не более чем экспериментами и не могут опровергнуть общей тенденции. Выделим пять причин интенсификации монополизации капитала в медиасекторе в связи с финансиализацией капитализма:

1. Риски «вибраций» финансового рынка. Вибрации финансово-спекулятивного рынка значительно увеличивают возможности получения быстрых прибылей. Спекулятивные операции позволяют быстро поднять биржевые позиции до сумм, примерно в 200 раз превышающих вложенные. Однако в случае неудачи потери также могут быть в 200 раз больше.²¹

2. Освобождение гигантских средств в результате финансово-спекулятивных операций. Огромные суммы, получаемые медиагруппами от финансово-спекулятивных операций, позволяют осуществлять все новые приобретения. Так, агрессивная политика Гугл на интернет-рынке объясняется рекордной суммой свободных средств, которыми компания обладала на начало 2007 года (11,2 миллиарда долларов), прежде всего за счет операций на фондовых биржах. Медиаконцерны делают все новые приобретения в том числе, чтобы избежать кризиса перенакопления и «переинвестирования». Миноритарные акционеры часто видят индивидуальную выгоду в переходе под контроль медиаконцернов (как в случае с продажей кабельного холдинга Адельфия Тайм-Уорнер).

3. Ужесточение медиаменеджмента. Финансиализация капитализма ведет к ужесточению медиаменеджмента, особенно при кризисных явлениях. Кризис на рынке интернет-технологий резко уменьшил самостоятельность интернет-индустрии в сфере оригинальных журналистских материалов и интенсифицировал структурную конвергенцию в ней

4. Перепродажа инвестиционными фонда-

ми акционерных обществ крупному капиталу. Частные инвестиционные фонды в результате спекулятивных менеджерских операций с медиагруппами, резко увеличивают их стоимость и перепродают крупному капиталу (приобретение Гугл ресурса Даблклик). Распродажа компаний по частям инвестиционными фондами также не снимает проблемы монополизации, так как активы перекупаются конкурирующим монопольным капиталом (например, активов Найт-Риддер группой Маклатчи).

5. Объединение усилий традиционного медиакapиала и инвестиционных фондов. Инвестиционные фонды объединяются с традиционным медиакapиалом в консорциумы для приобретения крупных медиагрупп (например, австралийской Эй-Пи-Эн Ньюз энд Медиа).

Эти причины дают возможность говорить о том, что финансиализация капитализма становится ключевым фактором политической экономии современного медиасектора. Более того, практически при любом слиянии медийных компаний, ориентированных на финансовый сектор, наблюдается синергетика тенденций монополизации и финансиализации. В таких сделках, апофеозом которых может стать слияние Рейтер и Томсон, очевидные монопольные преимущества, получаемые компаниями, соединяются с прибылями спекулятивного капитала от продажи каждой акции в совокупности с его потенциальными динамическими прибылями при приобретении части акций поглощающей структуры.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. Mandel, E. Late Capitalism. N.Y. 1969.

2. То есть капитализм в третьей стадии развития, можно называть и монопольно-империалистическим. Финансово-спекулятивный капитал в нашем понимании — это, прежде всего, использование денежного капитала на финансовых рынках и в других спекулятивных процессах

3. Нормальное состояние капиталистической экономики в монопольно-империалистической стадии — стагнация. Гигантские корпорации пытаются довести до максимума экономические излишки, находящиеся в их распоряжении, контролируя и тщательно регулируя расширение производственных возможностей. Перенакопление капитала, связанное с уменьшением потребления и, как следствие, сокращением использования производственных мощностей, ведет к свертыванию инвестиций, так как монополии избегают вложения средств в убыточное производство (так называемый кризис перепроизводства). В результате происходит снижение экономического роста. Недостаточное использование потенциала

экономики (неиспользование имеющихся производственных возможностей и следующий за ним инвестиционный кризис), таким образом, является главным признаком стагнации. В последние 30 лет экономика США работала на 81% потенциала, а в последние 5 лет — лишь на 77%. Даже в лучшие времена, в 60-е годы, она работала в среднем на 85% от потенциала (Magdoff, F. *The Explosion of Debt and Speculation* // *Monthly Review*. Vol. 56, # 11. April, 2005 (<http://www.monthlyreview.org>))

4. McChesney, R. *The Escalating War Against Corporate Media* // *Monthly Review*. March, 2004. (<http://www.monthlyreview.org>)

5. Кроме того, правительство США за счет налогоплательщиков тратит огромные суммы (около 175 миллиардов долларов за последние 10 лет) на спасение компаний в сфере займов и сбережений.

6. О причинах падения акций Рейтер см. подробнее Сапунов В.И. *Зарубежные информационные агентства*. СПб., 2006. — с. 359-360.

7. GM's ditech.com mortgage business is going great guns // *Business Week* 28.05.2005

8. Здесь стоит учитывать также беспрецедентную ликвидность ценных бумаг на финансовых рынках, которая превратилась в стимул для финансового накопления, заменив собой традиционный биржевой мотив — аккумуляцию средств для инвестиций в производство

9. Foster, J.B. *The Financialization of Capitalism* // *Monthly Review*. Vol. 58, # 11. April, 2007.

10. <http://www.nyse.com>

11. Погорелый Ю.А. *Международные экономические информационные агентства: стратегия развития и творческие аспекты деятельности*. Авт. дис. соиск. уч. ст. к. филол. наук. М.: МГУ, 2001. — с.17.

12. Подробнее об этом см. Сапунов В.И. *Зарубежные информационные агентства*. СПб., 2006. — с.352-357.

13. GM's ditech.com mortgage business is going great guns // *Business Week* 28.05.2005

14. Это стало признанием финансовой конкурентоспособности Гугл. На тот момент капитализация интернет-компаний превысила 100-миллиардную отметку и составила 111,5 миллиарда долларов США. В 2005 году в целом объём продаж Гугл составил 6,14 миллиарда дол-

ларов США, что на 92,5% превысило показатели в 2004 года (3,18 миллиарда долларов США). (<http://www.compulenta.ru/news/260340/>)

15. Сюда надо добавить традиционные связи медиагрупп с банковским сектором: Баркли владеет Дейли Телеграф, через переплетающиеся директораты Тайм Уорнер и Доу Джонс имеют связи с Морган Стэнли, Трибюн с Бэнк оф Америка. Кроме того, крупнейшие банки обеспечивают сделки по слияниям и поглощениям медиагрупп

16. The uneasy crown. The buy-out business is booming, but capitalism's new kings are attracting growing criticism // *The Economist*. 08.02.2007 (<http://economist.com>)

17. Соотношение общего объема занятых инвестиционными фондами средств и их активов составляет 6 к 1 (www.rbc.ru/news/200407.htm)

18. Liberman, D. Media Giant Clear Channel agrees to \$18,7B buy-out // *USA Today* 16.11.2006 (<http://www.usatoday.com>)

19. Helft, M., Story, L. Google Buys an Online Ad Firm for \$3.1 Billion // (<http://www.nytimes.com/2007/04/14/technology/14deal.html>)

20. Australia's APN News and Media confirms renewed bid from Independent news and Media // *AP* 25.01.2007 (<http://www.ap.org>)

21. Например, хеджинговый фонд Амарант Адвайсорз потерял в 2006 году 6 миллиардов долларов (половину своей рыночной стоимости) только потому, что предположил, что рыночная цена природного газа увеличится с марта по апрель 2007 года. Когда цены на газ резко упали в сентябре 2006 года, акции Амарант Адвайсорз упали катастрофически. Из последних потрясений мирового масштаба можно вспомнить обвал исландской кроны, случившийся из-за притока на рынок Исландии (где процентные ставки составляют 11,5%) огромных инвестиций — результата займов по крайне низким (0,25 %) процентным ставкам в Японии. Японское правительство использует близкие к нулю процентные ставки для стимулирования экономики, когда оно объявило о намерении их повысить, исландский фондовый рынок резко упал.

Рецензент — В.В. Хорольский.

Статья принята к печати 10.05.2007.