

ПРАВИЛА „ИКРЫ” НА ПОЛИТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

*Цветы и поцелуи – всё это
очень приятно, но перстень
с алмазами – останется навсегда.*

*Анита Луз „Джентльмены
предпочитают блондинок”*

Ситуация в современном среднестатистическом украинском магазине всё более напоминает один из самых популярных фрагментов кинофильма „Иван Васильевич меняет профессию”. А именно – метание тарелок с яствами, когда блюда чёрной и красной икры летели полные до краёв, а икры „заморской баклажанной” было до неприличия мало. Примерно то же самое происходит и в современной украинской политике, особенно накануне очередных (увы, далеко не последних) выборов.

Допущенный каламбур в заглавии, дело отнюдь не случайное – икра любит богатых. Обилие дорогостоящей икры в магазине – это следствие желания её покупать – так гласят законы рыночной экономики. То же касается и ситуации, которая имеет место в социально–политических процессах. В „бедного, но честного” кандидата народ верить перестал давненько, поэтому этот же народ не обратил внимания на налоговые декларации большинства претендентов, традиционно продолжавших лицемерить в процессе освещения размеров собственных карманов ещё во время последних президентских выборов.

Политика и экономика связаны между собой очень тесно. Политическая стабильность является прямым следствием стабильности финансовой. Достаточно проконстатировать мало кому известный факт о том, что часто, даже в случае ведения войны, экономические отношения, в основном торговля, между воюющими странами не прекращаются. А самым страшным явлением, после военной оккупации и разрухи, является экономическая изоляция, то есть игнорирование потребностей страны, которые она сама в силу своих географических, климатических или производственных особенностей, удовлетворить не способна.

Однако, если в мире цивилизованном (*существует стереотип, согласно которому США мы считаем наиболее цивилизованной страной*), политика является механизмом обслуживающим экономические процессы, то в Украине – всё наоборот. Экономические ресурсы являются заложником избирательной системы, конечной целью использования которых является не получение прибыли, а достижение политического „олимпа”. При этом, деньги у нас – это не инструмент упрощения товарного обращения, а специфическая философская категория, владелец которой, в зависимости от их концентрации, способен от *многого* до *всего*. Причём, о непосредственно материальных ценностях, речь идёт в последнюю очередь.

Ни один политический процесс не способен осуществляться без экономической поддержки. Политическая деятельность в чистом виде, лишённая коррупционного влияния и лоббирования экономического интереса не способна принести дохода адекватного экономической прибыли.

Почему же такое количество людей бросает азартный и прибыльный бизнес и идёт в душный кабинет?

Если вспомнить историю, то во многих странах политические партии возникали не только как инструмент борьбы за власть, но и как выразители экономических интересов. Как правило, это были интересы либо предпринимателей, либо государственного сектора экономики.

Нет ничего более субъективного, нежели политическая история или история борьбы за власть. Её причины и следствия обуславливаются современной ситуацией в обществе, конъюнктурой, в том числе и экономической, а также социальной парадигмой, которую приемлет большая часть мыслящего населения.

В США, где традиционно сильными являются две партии (хотя ни в коем случае нельзя говорить, что у них двухпартийная система), представителей республиканцев, партии к которой принадлежит и семейство Бушей, традиционно поддерживают большинство представителей крупнейшего бизнеса страны, хоть и не все, в частности Билл Гейтс – демократ. Результатом такой тенденции является то, что в США президентов–республиканцев было на 3 больше чем демократов (18 против 15). Учитывая, что на сегодня внутренняя ситуация в Северной Америке, является чуть ли не эталоном демократии, то можно сказать, что деньги решают если не всё – то по крайней мере многое.

Нужны Парижу деньги – се ля ви, политике они нужны тем паче. Ну что такое рыцарь без любви; ну что, блин за политик, да без дачи? Приблизительно так мыслит украинский народ, с периодичностью, определённой Конституцией, мутирующий до состояния электората. Обилие депутатов–бизнесменов привели к формированию общесоциального стереотипа, согласно которому человек, за которым не стоят крупные финансы или их атрибутика, выиграть в политической борьбе просто не способен. И успех в политической борьбе является следствием или хотя бы подспорьем успешной предпринимательской деятельности.

Что же следует понимать под „икрой” или же продуктивным результатом в политике? Во–первых – достижение определённого уровня власти. Во–вторых – популярность. В английском языке слова „популярный” и „известный”, в отличие от русского, обозначают одно и то же. Какими бы низкими ни были результаты выборов для определённого субъекта избирательного права, и сколько бы он ни потратил на них денег, всё равно результат будет для него положительным, хотя бы с точки зрения общественной активности и известности. А превращение собственной известности в популярность – дело времени и политических технологий. Вывод: если в экономике понятия „затраты” (расходы, которые могут себя и не оправдать) и „инвестиции” (капиталовложения с целью получения прибыли) обозначают разные вещи, то в политике – это практически одно и то же.

Икра, с экономической точки зрения, является товаром высшей категории, в отличие от трудноусваиваемых продуктов питания, имеющих к

тому же низкую физиологическую ценность. К ним традиционно относят хлеб и картофель. И обращать внимание на икру, как и на политику, обыватель начинает либо в случае высокого уровня доходов, либо же после удовлетворения своих первичных потребностей.

Статистическим фактом является то, что вдвоём жить дешевле, чем двоим по одиночке. Речь идёт хотя бы о совместной работе по дому (разделении труда), оплате коммунальных услуг и т.д. То же самое можно сказать и о политике – создавать вдвоём (втроём, вчетвером и т.д.) идеологию, выпускать газеты, проводить агитационную работу гораздо проще, и главное интереснее, чем в одиночку. Речь идёт не только о политических партиях, но и об общественных организациях, социально – политических холдингах (с виду разных партий и организаций, за которыми стоит один человек или бизнес–структура) и избирательных блоках. И, конечно же, никто не будет против, если одним из участников политического объединения будет владелец экономических ресурсов.

Существуют случаи, когда в политической структуре наблюдается чёткое разделение: 1) публичный политик (оратор); 2) общеизвестный деятель, к политике не имеющий никакого отношения, выполняющий функции марионетки; 3) закулисный политтехнолог, особо не афишируемый; 4) денежный мешок, пардон, спонсор, которого кроме собственной безопасности и безопасности своего бизнеса ничего не интересует. Так или иначе, но в силу повышения политической грамотности не только представителей средств массовой информации, но и электората, несложно увидеть экономические „уши”, которые выглядывают за каждой политической силой.

В то же время укрупнение политических элементов, результатом которых являются создание блоков, коалиций, движений и так далее, приводит к монополизации политических процессов. Экономическая монополия – явление для потребителя негативное, если оно не находится под прямым контролем государства. Его следствие – повышение цен и/или снижение качества товара. Монополия в политике приводит к похожим явлениям, снижению ответственности перед избирателями, свободному лавированию в идеологическом поле. А в условиях недостаточно эффективной экономики – к *монополитизму*, то есть общему направлению развития политической деятельности, отдельные признаки которого мы можем уже сейчас наблюдать в Украине. Среди них: общие декларируемые цели практически всего спектра отечественных политиков, да так, что впору вводить защиту авторских прав и в эту сферу; осторожное и равнопропорциональное соединение консерватизма и радикализма в обсуждении и трактовании разных проблем и вопросов.

Довольно часто используемым, по крайней мере, в украинской журналистике, является словосочетание „политические дивиденды”. Напомню, дивиденд – это доход от акций акционерного общества (корпорации). Он напрямую зависит как от прибыльности корпорации, так и от ликвидности (способности продать/избавиться от) акции. Насколько часто

отечественные политики избавляются от своих партнёров и убеждений, иначе говоря, меняют лагеря (дай Бог, только идеологические) с оппозиционных на гипероппозиционные, – настолько низкими являются их политические дивиденды.

Довольно полезным для структуры государственного управления является нахождение у власти коалиций из нескольких политических партий. Это приводит к увеличению конкуренции между ними, взаимоконтролю за коррупционными действиями, и позволяет гражданам делать выводы о преимуществах и недостатках отдельных носителей политической ответственности на общем фоне.

Ещё совсем недавно в научном мире довольно популярной была точка зрения, согласно которой одновременное существование полноценной демократии и рыночной экономики в одной стране – невозможно. В то же время ни одна партия левой ориентации не может отвергать право частной собственности на средства производства, поскольку сама нуждается в финансовой поддержке. А если она не находится при власти – то обеспечивать её государственное предпринимательство не будет. В трактовке Ленина, политика – это борьба классов, а адаптируя на современность – борьба баксов.

Принято считать, что демократия порождает такое государство, какое является желаемым для её общества. Однако, в экономике, как и в политике, существует определённая закономерность: что хорошо для общества в целом – не всегда хорошо для отдельно взятого человека и наоборот. Также, что хорошо для демократии – не всегда хорошо для государства и его экономических интересов. Частично, это отображается в степени государственного вмешательства в процессы рыночно ориентированной экономики: в периоды экономического, а значит и социального кризиса механизм государственного управления работает более интенсивно, чем во время стабильного экономического развития. Усиление воздействия власти на бизнес, прямо или опосредовано, ограничивает процессы демократизации.

Продолжая тему нужности и ненужности государственного вмешательства в общественную жизнь, отметим, что существуют так называемые общественные блага, удовлетворяющие потребности общества в целом и не приносящие прибыль их производителям. К ним относятся: светофоры, маяки, зелёные городские насаждения и т.д., их создание – задача государственного сектора экономики. Также, к таким благам можно отнести и провластную политическую и защитную (армия, милиция) деятельность. В большинстве стран, правящие партии и коалиции, а также управленческий аппарат финансируются за счёт бюджета, то есть налогоплательщиков, как и прочие экономические примеры, уже перечисленные немного выше.

Если же рассматривать общественные блага непосредственно в процессе выборов, то к ним следует относить деятельность центральной избирательной комиссии, её структурных подразделений и служб так или иначе обслуживающих их деятельность (печатание бюллетеней, охрана, информирование и т.д.). В то же время, наблюдатели на выборах – это, в

большинстве случаев, представители участников гонок за власть, и их финансирование происходит за счёт избирательных штабов.

Теперь о налогах. Исторический пример связи политики и экономики: любая титулованная особа при дворе Людовика 14-го, одного из примеров монархического абсолютизма, известного своей фразой „Государство – это Я!”, могла полностью избавиться от уплаты налогов. В то же время купец из Марселя или нормандский крестьянин были обременены ими сверх всякой меры (ничем не напоминает события новейшей истории?). Кроме того, предприниматели, осуществлявшие финансовую поддержку политических победителей, могут рассчитывать на более благосклонное отношение к ним органов государственного управления.

Политический рынок функционирует по законам политического маркетинга. Речь идёт об исследовании явных и скрытых предпочтений как в идеологии (вспомните, сколько на Украине партий если не с одинаковыми – то с очень похожими названиями), так и в методах ведения политической борьбы (акции, выступления, концертные туры и т.д.). „Раскрутка” же политических партий или блоков на парламентских выборах учитывает опыт шоу-бизнеса. А именно первая пятёрка представителей каждой политической силы отвечает прежде всего эстетическим вкусам электората, в то время как реальной работой будут заниматься люди „за кадром”.

Одним из факторов приобретения, как потребительского товара, так и возникновения (изменения) симпатий избирателя, является новизна приобретаемого товара. К сожалению, пока ни новых идеологических направлений, ни свежих методов ведения агитации в процессе прошедших избирательных кампаний мы не видели. Да и сама структура политического маркетинга находится в Украине на стадии формирования. Можно сказать, что пока что у нас политическое предложение формирует спрос, но об этом немного позже.

Одной из обязательных составляющих и политического и традиционного маркетинга является реклама. Характерной чертой является то, что цена размещения политической рекламы в средствах массовой информации значительно выше, чем рекламы обычных товаров. Кроме того, повышенная интенсивность рекламы политической, способна привести к противоположным результатам, чем те, на которые рассчитывают рекламодатели, что практически исключено в рекламе обычных товаров. Как показывают социологические исследования, реклама товаров нравится многим: люди не верят услышанному, но не могут не запомнить его. Непрямая политическая реклама воздействует на искушённого избирателя гораздо эффективнее, чем традиционное битие себя в грудь.

При анализе макроэкономической стабильности экономики, традиционными бедами принято считать инфляцию и безработицу. Повышение цен на услуги в сфере выборов, как официальные (гонорары и зарплаты), так и неофициальные („подарки”, взятки, „стимулы и поощрения”) происходит значительно интенсивнее, чем инфляция в

неполитическом секторе. Каждые последующие выборы Украине обходятся всё дороже и дороже.

В свою очередь, выборы влияют на уровень цен. Так, политические силы в „несезонный период” проводят формирование не всегда официальных касс последующих расходов, связанных с выборами. Вследствие этого, часть денег, которые должны находиться в обращении – изымаются. После начала предвыборных манёвров – деньги возвращаются в оборот, существенно увеличивая диспропорцию между денежной массой и имеющимися товарами. Результат этого – рост цен, причём в зависимости от региональной ориентации той или иной политической силы, можно наблюдать разные темпы роста цен на различные товары в тех или иных областях. Не последнюю роль при этом играют, и экономические интересы финансовых менеджеров разных движений, которые в условиях ограниченной экономической конкуренции могут манипулировать ценами в отдельных (своих) отраслях с целью достижения конкретных политических целей.

Ранее было принято считать, что выборы в Украине – это период временного отсутствия безработицы. Во–первых, верной такую точку зрения назвать очень сложно, даже в условиях огромных масштабов агитации, и сложно измеримого количества субъектов народного выбора. Во–вторых, как было замечено одним, без сомнения мудрым человеком „временные удачи – гораздо хуже временных неудач”. Не все желающие успевают и могут попасть на „хлебные” места. Как правило, получатели больших гонораров на политической почве – это уже работающие люди, причём, как правило, люди небедные. Реализация политики увеличения собственного бюджета ними происходит либо во время отпуска, либо совмещения основной работы с организационно–политической. Стоит ли говорить о возможной потере квалификации работника, внимание которого раздваивается на два вида работы, и можно ли говорить о полноценном выполнении ним основной официальной работы?

На что может рассчитывать простой смертный? На работу рядового агитатора, которая редко оплачивается выше среднестатистического уровня и выплачивается неофициально. То есть существует вероятность „прокидывания” и без того не самых счастливых людей. Вывод данного блока: сами выборы – для экономики явление негативное, если они не способствуют экономически позитивным переменам.

Не следует забывать об огромных суммах, которые выплачиваются зарубежным политическим технологам. Можно сказать, что за практически одну и ту же работу „агенты иностранного воздействия” могут получать суммы в десятки раз превышающие доходы наших сограждан. В случае открытой и официальной поддержки за границей определённых сил – общество сможет контролировать ситуацию, однако, лишь до момента окончания выборов. Сможет ли сила, пришедшая к власти при помощи иностранного капитала, полноценно отстаивать национальные экономические интересы и сохранит ли государство при этом свою экономическую безопасность? Если же поддержка является неофициальной,

– не исключена возможность „отмывания” коррупционных денег через избирательную кампанию. То есть выборы в Украине могут содействовать международной преступности, в том числе и международному терроризму.

В отличие от экономики, где государство может определить политику в отношении импортируемой продукции – либо ограничивать её количество путём налогов, квот и лицензий, либо наоборот, в политике методов ограничения иностранного влияния, до сих пор не существует

Современная экономика более–менее развитых стран имеет кредитный характер. Деньги – это кредитный инструмент, подразумевающий задолженность Центрального банка страны перед владельцем денежных средств. Кроме того, если деньги не являются результатом общественного признания и политического утверждения, – они не будут выполнять свои экономические функции. На основании банковского кредита происходит формирование новых предприятий или расширение уже существующих. При помощи кредита формируются также и политические отношения между общественностью и теми, кто приходит к власти.

В условиях демократических выборов, избиратели выделяют кредит доверия силам, за которых они голосуют, а те, в свою очередь, возвращают его путём принятия и внедрения социально важных решений и мероприятий. Учитывая необходимость выплаты не только суммы долга по кредиту, но и процентов – будущие правители должны перевыполнить не только собственные обещания, но и удовлетворить все ожидания общественности. Не следует забывать, что невозвращение любого кредита подразумевает ответственность, разную в зависимости от каждого конкретного случая.

В сфере социальной политики одной из главных задач государства является помощь малообеспеченным гражданам и молодым семьям. Стоит ли оказывать помощь новым политическим силам или партиям–неудачникам? Какое количество политических партий нужно Украине? В идеале, каждый субъект предпринимательства видит себя координатором политической партии, имеющей своё представительство в парламенте. Поэтому можно предположить, что дальнейшее развитие предпринимательства приведёт либо к повышению цивилизованности политической борьбы, либо к дальнейшему увеличению количества партий, движений, организаций, коалиций и блоков.

Спросите, кого больше всего не любит обычный житель Западной Европы, и он вам ответит – страхового агента. Любой субъект цивилизованных политических отношений боится от возможных последствий проигрыша. Предприниматель может оказывать денежную поддержку одновременно нескольким партиям или кандидатам, при этом голосуя за третью силу. Политический деятель будет вести максимально честную борьбу, предусматривая возможность фиаско, в этом случае он может рассчитывать как минимум на отсутствие репрессивных действий по отношению к нему после окончания избирательной кампании, и, как максимум, вхождение в состав системы управления победившей силы.

От чего же стремятся застраховаться политики? Политических рисков существует в десятки раз больше чем экономических. Диаметр их спектра: от

ответственности за содеянное во время периода нахождения при власти – до способности команды реализовывать предвыборные программные положения. А такие традиционные политические риски, как смена законодательной базы или возникновение социальных конфликтов, традиционно относят к рискам способным влиять на экономическую деятельность.

В условиях неизбежного расслоения общества по материальному признаку, среди наиболее обеспеченных слоёв существует такого вида деятельность, как политическое, некоммерческое предпринимательство. Его целью не является получение экономической прибыли, то есть разницы между выручкой за результаты производства и затратами. В данном случае следует говорить о прибыли политической, и если говорить о негативных её результатах, перечислим следующее: 1) „оттягивание” голосов от неугодных субъектов путём создания чего-то, что негативно ассоциируется с определённым субъектом; 2) создание специальных партий с целью внесения хаоса в сознание избирателя, прежде всего в направлении идеологии; 3) создание общественных организаций, направленных на создание благоприятного климата для работы определённой политической силы (предварительная психологическая „обработка” электората); 4) создание нелегальных центров социальной нестабильности, направленных на „раскручивание” конфликтных ситуаций, в случае если выборы пройдут не так как надо и т.д.

Позитивные направления деятельности в данной сфере – редкость, хотя и нельзя говорить, что они невозможны. Абсолютно искренней и положительной можно считать любую политическую активность, если она не направлена на получение экономической прибыли для себя, своих компаньонов, не приносит вреда обществу и не направлена на дискредитацию иных особей человеческого вида.

В процессе производства политических товаров особым фактором производства наравне с традиционно экономическими, такими как природные ресурсы, деньги и средства производства, рабочая сила и организаторские способности, относят *время*. И хотя время является наиболее ограниченным ресурсом для каждого человека, в ходе избирательной кампании стоимость каждой последующей секунды при подходе ко дню голосования возрастает в геометрической прогрессии.

Производство с экономической точки зрения чаще всего рассматривают в качестве *воспроизводства*, то есть непрерывного процесса создания благ удовлетворяющих общественные потребности. Целью производства не является изготовление одной единицы товара, оно рассчитано на долгосрочный период. Тот, кто однажды успешно попробовал себя в политике не остановится, – так что здесь мы имеем дело с тем же самым воспроизводством. И если любой предприниматель стремится к расширенному воспроизводству, то есть увеличению объёмов производства, так и любая партия либо кандидат на следующем витке выборов планирует повышать свой рейтинг.

Специфика украинских выборов состоит в том, что выборы сменяют друг друга: парламентские – президентские и т. д. Любопытно, что, не смотря на то, что и в первых, и во вторых принимают участие одни и те же особи, опыт и эффективность проводимой работы увеличиваются с очень громким скрипом. Поэтому, можно сказать, что отсутствие специализации и разделения труда в данной сфере приводит к неэффективному использованию политических и экономических ресурсов.

В процессе эволюции человеческого общества, сформировалась такая специфическая потребность человека, как потребность в политической активности. Она включила в себя такие аспекты знаменитой пирамиды потребностей Абрахама Маслоу как: 1) потребность в общении – разговоры о политике стоят на втором месте по популярности после разговоров о ценах; 2) потребность в уважении – быть экспертом в политике или создавать у окружающих такую иллюзию – верный ключ к успеху в коллективе; 3) потребность в самореализации, несмотря на все разговоры о том, что политика – дело грязное, каждый хочет иметь возможность „что-то решать”.

Политический рынок, как и рынок экономический, состоит из трёх основных элементов: спроса, предложения и цены. Под спросом на политическом рынке, можно понимать потребность публики в массовых политических акциях, в чёрном пиаре (да-да!), хотя это и является характеристикой низкого культурного уровня общества, в стремлении влиять на политические процессы, и, конечно же, в решении личных проблем каждого человека. Политическое предложение – это любое напоминание (заявление) политика обществу о своём существовании. Политический рынок, в отличие от экономического не саморегулируется при помощи взаимодействия спроса и предложения, но оказывает непосредственное воздействие на национальный рынок товаров и услуг. Ценой игр на политическом рынке, является цена, которую платит общество в виде потрясений, кризисов, шоков от „разоблачений” и экономических спекуляций. При этом прямые финансовые затраты политиков и их представителей являются мало сравнимыми с тем, сколько и чем платит народ.

Один мудрый человек в своё время сказал: „нет политики – есть экономика”. Автор этой статьи сказал бы так: нет политики, нет экономики, реальность – лишь всепоглощающая и всеуничтожающая борьба за власть. И вместо христианского Армагеддона, где останутся выжившие, нас, в процессе выборов, может ожидать скандинавский Рагнарёк – битва богов и демонов, в которой по легенде погибает весь мир...

Роман ЯКОВЕНКО