

Кузьмина Оксана Владимировна

кандидат политических наук,
доцент кафедры «Политология»
Восточного института – Школы региональных
и международных исследований
Дальневосточного федерального университета

Танцура Марина Сергеевна

кандидат политических наук,
доцент кафедры «Политология»
Восточного института – Школы региональных
и международных исследований
Дальневосточного федерального университета

Kuzmina Oksana Vladimirovna

PhD in Political Science, Assistant Professor,
Political Science Department,
Eastern Institute – School of Regional
and International Researches,
Far Eastern Federal University

Tantsura Marina Sergeevna

PhD in Political Science, Assistant Professor,
Political Science Department,
Eastern Institute – School of Regional
and International Researches,
Far Eastern Federal University

**ВЫБОРЫ И КОНКУРЕНЦИЯ:
ТОЖДЕСТВО И РАЗЛИЧИЕ
(СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
АМЕРИКАНСКОГО И РОССИЙСКОГО
ПОЛИТИЧЕСКОГО ОПЫТА)**

**ELECTIONS AND COMPETITION:
IDENTITY AND DISTINCTION
(COMPARATIVE ANALYSIS OF
AMERICAN AND RUSSIAN
POLITICAL EXPERIENCE)**

Аннотация:

В статье исследуются причинные основания, обуславливающие конкурентный характер президентских выборов в США и бесконкурентный – в России. По мнению авторов, наличие конкуренции в Соединенных Штатах и отсутствие конкуренции в Российской Федерации объясняется различной организацией господствующего класса и политической элиты обеих стран.

Ключевые слова:

выборы, демократия, США, Россия, элита, господствующий класс, политическая конкуренция, политический монополизм.

Summary:

The article studies causal bases determining competitive nature of presidential elections in the USA and the lack of it in the presidential elections in Russia. According to the authors, the competition in the USA and the lack of it in Russia can be explained by different structure of ruling class and political elite in these countries.

Keywords:

elections, democracy, USA, Russia, elite, ruling class, political competition, political monopolism.

В США 8 ноября 2016 г. состоялись очередные выборы президента. Их итог – избрание на пост президента представителя республиканской партии, миллиардера Дональда Трампа. Данный факт стал полной неожиданностью для подавляющего большинства политологов и социологов, уверенно прочивших победу сопернице Д. Трампа – Хиллари Клинтон.

В России 4 марта 2012 г. прошли выборы президента. Их результатом стало избрание на пост президента Российской Федерации В.В. Путина. Его победа была абсолютно ожидаемым событием как для представителей экспертного сообщества – разного рода, уровня и квалификации политологов и социологов, так и для рядовых российских граждан.

Указанные факты – внешне столь тождественные (и там, и там президентские выборы), но в то же время абсолютно различные (там непредсказуемый результат, здесь – абсолютная очевидность) – порождают потребность в их теоретическом осмыслении. Первым и относительно логичным ответом на вопрос: почему у них так, а у нас иначе, является утверждение, что у них – демократия и сопутствующая ей конкуренция, а у нас – «демократия» и сопутствующий ей политический монополизм. Согласно такой логике строились многочисленные объяснения победы Д. Трампа, «необъяснимо непрогнозируемой» представителями российского политологического и парapolитологического истеблишмента.

При внешней логичности указанный ответ, на наш взгляд, является тавтологичным и абсолютно лишенным каузального, т. е. вскрывающего причинные основания, содержания. Данное объяснение является попросту констатацией факта. По существу оно аналогично знаменитому ответу В.В. Путина на вопрос американского журналиста Ларри Кинга о судьбе подводной лодки «Курск». (Как мы помним, на вопрос о том, что произошло с лодкой, президент ответил просто: «Она утонула»).

С нашей точки зрения, каузальное объяснение непредсказуемой победы Д. Трампа и предсказуемой победы В.В. Путина предполагает сравнительный анализ субъекта власти в обеих

странах – исследование соотношения между господствующим классом и политической элитой в американском и российском обществах. По нашему мнению, данное соотношение в рассматриваемых государствах совершенно различно.

В США господствующий класс, т. е. субъект экономической власти, составляют представители бизнеса. Данный класс заинтересован в проведении внутренней и внешней политики, обеспечивающей бесперебойность накопления собственного капитала. С этой целью он (господствующий класс) осуществляет рекрутирование политической элиты – формирует бюрократию и электократию, которые в свою очередь выполняют функцию политического менеджера, вырабатывая и принимая внутри- и внешнеполитические решения. В конечном счете подобные решения как раз гарантируют бесперебойность процесса саморасширения капитала.

Современный американский политолог Майкл Паренти в известной книге «Democracy for the Few» («Демократия для избранных») достаточно детально анализирует состояние политической системы США и указывает на ее полную подчиненность интересам крупного бизнеса (правящего класса). «Поскольку бизнес управляет экономикой страны, – отмечает автор, – правительство вынуждено поддерживать с ним исключительно тесные взаимоотношения... Цель бизнеса (высокие прибыли и надежные рынки) становятся целями правительства, а "национальные интересы" начинают идентифицироваться с системными потребностями корпоративного капитализма» [1, с. 390]. Будучи по экономическим интересам гетерогенным, американский господствующий класс закономерно образом артикулирует данные интересы в конкретные способы конкурентной борьбы в разных областях общественной жизни, в том числе в политической сфере.

В итоге американская политика (как публичная, так и приватная) приобретает плюралистическую форму при неизменном классовом содержании. М. Паренти следующим образом характеризует данную ситуацию: «Нашу [американскую] систему можно лучше представить себе как сдвоенную политическую систему. Первая ее часть – это политическая система, находящаяся у всех на виду. Она сосредоточена вокруг проведения избирательных кампаний и деятельности представительных органов власти, включает борьбу соперников за победу на выборах, публичных политических деятелей, политические заявления и речи... Кроме того, есть малозаметная политическая система, включающая подрядные контракты на многие миллиарды долларов, налоговые списания, гранты, компенсации потерь, субсидии, контракты на аренду и весь обширный процесс планирования государственного бюджета, оказания протекций и предоставления услуг транснациональным компаниям. Все это происходит при полном... переписывании законодательства в интересах тех, кто обладает большим влиянием» [2, с. 389].

Кульминацией американского политического плюрализма становятся электоральные кампании, в первую очередь – выборы президента США. В ходе президентских выборов (как и всех прочих) происходит кристаллизация политических интересов американского господствующего класса на фоне поддержки (прежде всего финансовой) демократического или (и) республиканского кандидата.

Американский бизнес различается по стратегии оказания финансовой поддержки партийным кандидатам – некоторые компании предпочитают спонсировать кандидатов от одной партии, другие материально поддерживают кандидатов сразу от обеих партий (таблица 1) [3]. Предвыборная кампания кандидатов в президенты США – 2016 Х. Клинтон и Д. Трампа «стоила» 1 327,2 млрд долл. При этом расходы Х. Клинтон составили 897,7 млрд долл., Д. Трампа – 429,5 млрд [4].

Таблица 1 – Крупнейшие спонсоры демократической и республиканской партий США в 1989–2010 гг.

Отрасль экономики	Компания	Сумма отчислений, млн долл.	Доля демократов, %	Доля республиканцев, %
Телекоммуникации	AT&T Inc	44,027	49	50
Общественные организации	American Fedn of State, County & Municipal Employees	41,751	98	1
Недвижимость	National Assn of Realtors	35,438	57	42
Банки	Goldman Sachs	31,413	75	24
Общественные организации	Int Brotherhood of Electrical Workers	31,359	97	1
Банки	Citigroup	26,983	63	36
Почта	United Parcel Service (UPS)	24,064	42	57
Медиа	Time Warner	20,236	80	19
IT-технологии	Microsoft	19,943	72	27
Банки	JP Morgan Chase & Co	19,739	61	38
Банки	Morgan Stanley	18,514	56	42

Продолжение таблицы 1

ВПК	Lockheed Martin	18,514	56	42
Промышленность	General Electric	17,806	65	34
Консалтинг	Ernst & Young	17,072	45	54
Банки	Bank of America	17,034	55	44
Медиа	Walt Disney	10,939	75	24
ТЭК	Chevron	10,878	25	74
ТЭК	Exxon Mobil	10,636	23	76
Промышленность	General Motors	8,560	52	47
ТЭК	BP	6,137	40	59

Самыми крупными частными спонсорами Х. Клинтон стали занимающиеся медиабизнесом супруги-миллиардеры Хаим и Шерил Сабан. Их вклад в ее избирательную кампанию составил не менее 10 млн долл. [5]. Следующими крупнейшими частными спонсорами Х. Клинтон, вложившими по 7 млн долл., стали финансисты Джордж Сорос и Джеймс Симонс. Важную финансовую поддержку также оказали крупнейшие американские банки: Bank of America, JP Morgan Chase, Morgan Stanley [6]. Основными спонсорами Д. Трампа в свою очередь являлись угольные компании Murray Energy Corp и Alliance Coal [7].

Важной особенностью американской избирательной кампании 2016 г. стал отказ Х. Клинтон и Д. Трампа от государственного финансирования [8]. Сходная ситуация имела место в 2008 г., когда от господдержки отказался Б. Обама. В свою очередь в 2012 г. оба кандидата в президенты США – демократ Б. Обама и республиканец М. Ромни – отказались от финансовой помощи государства [9].

Таким образом, можно заключить, что за борьбой демократов и республиканцев на выборах президента США скрывается внутренняя конкуренция американского господствующего класса. По существу политическое соперничество в США является формой выражения конкуренции американского бизнеса.

Иная ситуация имеет место в российском обществе. В современной России в силу особых характеристик ее социально-экономического устройства политическая элита является господствующим классом. В условиях отечественного периферийного капитализма политическая элита (бюрократия и электократия) составляет главенствующую в обществе социальную группу, политический капитал которой детерминирует ее отношение к материальным ресурсам (собственности).

Являясь иерархически организованной социальной группой («вертикаль власти»), российская элита обладает единым корпоративным политическим интересом, основа которого – четко осознанное стремление сохранить собственный статус. В свою очередь наличие данного корпоративного интереса закономерным образом приводит элиту к выбору определенной политической стратегии – консолидированной поддержке конкретного кандидата (или политической партии) на выборах. Итогом этого как раз становится полное исчезновение фактической конкуренции на выборах и абсолютно предсказуемая победа в них провластного («основного») кандидата.

Например, по данным отдела по информационно-аналитической работе и проведению выборных кампаний ЦК КПРФ за все время президентской избирательной кампании 2012 г. освещению деятельности пяти кандидатов (В.В. Путина, Г.А. Зюганова, С.М. Миронова, В.В. Жириновского, М.Д. Прохорова) было посвящено 98 ч 6 мин 19 с. Из этого времени наибольшее время получил В.В. Путин – 68 ч 15 мин 53 с (70 %) [10]. Аналогичная ситуация наблюдалась и при учете синхрона (прямой речи кандидатов) – на долю В.В. Путина пришлось 55 % [11].

По качественным характеристикам высказываний СМИ о кандидатах в президенты РФ В.В. Путин также значительно опережал конкурентов. Из общего количества положительных высказываний СМИ о кандидатах его доля составила 57,4 % [12].

Подобные проявления политического монополизма и обусловленного им электорального неравенства деформируют российские выборы и превращают их из конкурентной борьбы кандидатов, партий и программ в «события электорального типа» [13], т. е. попросту в симулякры.

Все сказанное дает достаточные основания для вывода, что природа выборов в США и России абсолютно различна. В США выборы отражают реальную конкуренцию политических партий и кандидатов. Причем результат голосования зачастую совершенно непредсказуем (что показали выборы 2016 г.). В России выборы (за крайне редким исключением) лишь по форме напоминают таковые, а по сути представляют собой фактически безальтернативную легитимацию «основного кандидата».

Ссылки:

1. Паренти М. Демократия для избранных. Настольная книга о политических играх США. М., 2006. С. 390.

2. Там же. С. 389.
3. Крупнейшие компании – спонсоры партий в США [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/16387> (дата обращения: 20.01.2017).
4. За чей счет банкет: кто оплачивает гигантские расходы на предвыборную кампанию в США [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2819423> (дата обращения: 20.01.2017).
5. Там же.
6. Там же.
7. Там же.
8. Глущенко Ю.Н. Финансирование избирательной кампании кандидатов на пост президента США: правовые и организационные аспекты [Электронный ресурс]. URL: <https://riss.ru/analytics/28367/> (дата обращения: 20.01.2017).
9. Там же.
10. Новиков Д.В. Политический монополизм в современной России. Красноярск, 2015. С. 250.
11. Там же. С. 250.
12. Там же. С. 251.
13. Гельман В.Я. Из огня да в полымя: российская политика после СССР. СПб., 2013. С. 140.

References:

- Gelman, VYa 2013, *Out of the frying pan into the fire: Russian policy after USSR period*, St.-Petersburg, p. 140, (in Russian).
- Glushchenko, YuN 2017, *Financing the election campaign of the presidential candidates in the USA: legal and organizational aspects*, viewed 20 January 2017, <<https://riss.ru/analytics/28367/>>, (in Russian).
- Novikov, DV 2015, *Political monopolism in modern Russia*, Krasnoyarsk, p. 250, (in Russian).
- Parenti, M 2006, *Democracy for the Few. A handbook on political games in the United States*, Moscow, p. 390, (in Russian).