

Проблематика конфликта политических партий в условиях конкурентного политического рынка: к вопросу о политическом маркетинге

Клычков А. Е.¹, Меркулов П. А.^{2, *}

¹Правительство Орловской области, г. Орел, Российская Федерация

²Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Среднерусский институт управления — филиал РАНХиГС), г. Орел, Российская Федерация; *oo@orel.ranepa.ru

РЕФЕРАТ

В данной статье авторы исследуют политические партии в рамках конфликтологической парадигмы, отмечая ее тесную взаимосвязь с парадигмой символического интеракционизма. Для понимания природы конфликта между политическими партиями, взаимодействующими в рамках политического процесса, авторы операционализируют ключевые понятия и категории: конкуренция, рынок и провалы рынка, политический рынок, конкурентный политический процесс, политический процесс, демократический процесс и компоненты политического процесса.

В результате исследования авторы приходят к выводу о том, что конфликт в рамках политической конкуренции партий и их взаимодействия (транзакций) имеет свое измерение полезности. Наличие конфликта во взаимодействии политических партий порождает конкуренцию. При этом конкуренция и наличие конфликтов между политическими партиями представляет собой жестко конкурентный, но во многом демократический процесс.

Ключевые слова: политические партии, конфликт, конкуренция, политический рынок, политический маркетинг, транзакции

Для цитирования: Клычков А. Е., Меркулов П. А. Проблематика конфликта политических партий в условиях конкурентного политического рынка: к вопросу о политическом маркетинге // Управленческое консультирование. 2019. № 11. С. 16–26.

Problematic of Political Parties Conflict in the Conditions of Competitive Political Market: To the Question of Political Marketing

Andrey E. Klychkov^a, Pavel A. Merkulov^{b, *}

^aThe Government of the Orel Region, Orel, Russian Federation

^bRussian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Central Russian Institute of Management, branch of RANEPa), Orel, Russian Federation; oo@orel.ranepa.ru

ABSTRACT

In this article, the authors explore political parties in the framework of the conflictological paradigm. The researcher notes its close relationship with the paradigm of symbolic interactionism. To understand the nature of the conflict between political parties interacting in a political process, the author operationalizes key concepts and categories: competition, market and market failures, political market, competitive political process, political process, democratic process and components of the political process. As a result of the study, the authors come to the conclusion that the conflict within the framework of political competition of parties and their interaction (transactions) has its own measure of utility. At the same time, competition and the existence of conflicts between political parties is a competitive, but largely democratic process.

Keywords: political parties, conflict, competition, political market, political marketing, transactions

Политические партии, в том числе функционирующие в рамках политической системы РФ, вынуждены принимать в расчет такие категории, как «рынок», «политический рынок», «конкуренция», «политико-рыночные процессы», «конкуренция» и «взаимодействие», «политический маркетинг», «полезность», «общее (публичное) благо». В данном разрезе авторы полагают, что исследование политических партий логично рассматривать и в рамках конфликтологической парадигмы, поскольку в национальных государствах существует политический рынок, и в рамках символического интеракционизма, поскольку любые парламентские и внепарламентские политические партии вынуждены вступать в процесс акций (действий), транзакций (сделок) и интеракций (взаимодействия).

Вследствие этого авторы считают, что и конфликт в рамках политической конкуренции партий и их взаимодействия (транзакций) имеет свое измерение полезности. Полезность, в свою очередь, в конечном итоге формирует общее (публичное) благо. Стоит отметить, что представленные в данной работе научные категории во многом универсальны, активно используются в политической и экономической науках. К примеру, В. Парето операционализировал дефиницию полезности в своих экономических и политических исследованиях.

Другой исследователь, Дж. Винер, анализируя теорию полезности, считал, что классики (У. С. Джевонс, Л. Вальрас) «заимствовали из повседневного языка слово «полезность» и придали ему специальное значение способности товара удовлетворять желание» [4, с. 78]. В данном случае стоит полагать, что «партийные программы», «доктрины», «избирательные лозунги» и другое также являются «продуктами», которые могут удовлетворять желание. Кроме того, по оценке Дж. Винера, наличие полезности является фактором, предшествующим существованию благосостояния. Таким образом, «благосостояние представляет собой поток полезности, а полезность означает удовлетворение» [4, с. 96]. Данный автор предлагает свою аргументированную позицию на предмет того, что «полезность» и «благосостояние» являются этическими понятиями.

С нашей же стороны добавим, что партии, создавая свои программы в рамках конкурентных избирательных кампаний, предлагают свой конкурентный товар и по итогам этих кампаний часть из них приносит удовлетворение избирателям, которые, в свою очередь, оказывают им свои политические предпочтения. Если же партии участвуют в формировании исполнительной власти с имеющейся программой действий, и реализация этих программ на практике дает развитие страны, то это неизбежно сказывается на росте благосостояния граждан.

Впрочем, такой алгоритм успешности складывается далеко не у всех политических партий, даже ставших парламентскими и участвовавших в формировании исполнительной власти как на общенациональном, так и на субнациональном уровнях. И такая констатация тренда во многом объясняется проблемами «качества» «политического продукта» и «политического товара», которые представлены политическими партиями и движениями на конкурентном политическом рынке. Эта же конкуренция товаров и продуктов на рынке актуализирует политическую конфликтность между партиями.

Понятие «рынок» введено классиками экономической науки, в том числе шотландским ученым А. Смитом. Позже понятие «политический рынок» было интегрировано в политическую науку. Стоит также иметь в виду, что А. Смит разработал и ныне актуальные теорию «рынка» и концепцию «невидимой руки конкуренции»,

при которых механизм рынка способен обеспечить сочетание частных и общественных интересов. Особое значение А. Смит отводил предпринимателю, который «имеет собственный интерес... невидимой рукой направляется к цели... преследуя свои собственные интересы, он часто более действительным образом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится сделать это» [22, с. 443].

Полагаем, что этот образ предпринимателя, созданный А. Смитом, логично соотносить и с институтом политических партий (политический предприниматель), который в агрессивной среде, преследуя свои частные или индивидуально-групповые интересы, может представить на рынке тот продукт (товар), который способен вызвать удовлетворение политических потребителей. И в условиях свободного рынка, как отмечает М. Ротбард в работе «Власть и рынок», акторы «максимизируют ожидаемую (*ex ante*) полезность, и что агрессор получает выигрыш в полезности за счет потери полезности его жертвами» [19, с. 31].

Кроме того, М. Ротбард не только гармонично увязывает функционирование рынка и демократии, но и видит высокую полезность демократических конкурентных выборов (на выборах конкурирующих политических партий), которые решают две принципиальные задачи: «выбрать руководителей или определить направление политики» [19, с. 284]. Еще один автор, Э. Коломбатто, близкий по взглядам к М. Ротбарду, устанавливает логическую взаимосвязь между рынком и моралью (!), результат которой (взаимосвязи) должен повлиять на выработку и реализацию эффективной государственной политики в интересах общественного блага [9].

В рамках операционализации ключевых научных категорий имеет смысл обратиться к дефиниции «конкуренция», которая используется исследователями и в экономической, и в политической науках. М. Портер отмечает, что в современных условиях ни одна отрасль (в том числе отрасль политики — *авт.*), ни одна компания не могут позволить себе игнорировать объективную реальность конкуренции. Следовательно, акторы, в том числе политические, «должны постараться понять и овладеть искусством конкурентной борьбы» [16, с. 15].

М. Портер выделяет пять составляющих в структуре конкуренции: рыночную власть покупателей (в нашем случае — партийные предпочтения избирателей), рыночную власть поставщиков (установки политических партий), угрозу вторжения новых участников (внесистемные движения), опасность появления продуктов или услуг-заменителей (кандидаты-двойники, партии с похожими названиями, к примеру, КПРФ и «Коммунисты России»), усиление конкуренции.

Безусловно, конкуренция партий на рынке представляет собой политический процесс с его основными компонентами (акторы процесса и их взаимодействия, пространственно-временной континуум, среда разворачивания конкуренции и др.). В данном разрезе этот партийно-политический процесс стоит определять, прежде всего, как конкурентный. Один из западных исследователей конкурентного процесса, И. Кирцнер, отмечает, что данный процесс всегда имеет место быть, и он продолжается благодаря «вовлеченности участников в бесконечную гонку за опережение или удержание первенства (где, как всегда, «опережение» означает «предложение самой привлекательной возможности другим участникам рынка») [8, с. 20].

Правда, И. Кирцнер подчеркивает одну принципиальную особенность. В идеале есть рынок и конкурентный процесс, что, впрочем, не исключает появление монополии. Основание для ее институционализации — монополистический характер обладания ресурсами и то, что «ресурс находится в собственности монополиста, может иметь для хода производства существенное значение» [8, с. 21]. Таким образом, на партийно-политическом рынке, в особенности в постсоветских и постсоциалистических странах, мы имеем дело с феноменом административного ресурса «партии власти».

Применительно к рынкам, в том числе политическим, исследователи применяют не только термин «конкурентный», но и близкие по значению понятия. К примеру, А. Пшеворский [17, с. 132] (о нем речь пойдет ниже) чаще использует термин «соперничество» (работа «Демократия и рынок. Политические и экономические реформы в Восточной Европе и Латинской Америке»). Применительно к отраслям (для нас интересна отрасль политики) У. Дж. Баумоль операционализирует словосочетание «состязательные рынки», которые он рассматривает как более широкий идеал, как точку отсчета большей общности. У. Дж. Баумоль аргументирует свою позицию о важности состязательных рынков в жизни общества и государства тем, что «состязательный рынок — это рынок, вход на который абсолютно свободный и выход абсолютно бесплатный» [3, с. 116]. Более того, этот исследователь уверен в ключевом требовании состязательности, которое заключается в том, чтобы «для новичков не было дискриминации по затратам» [Там же]. Тем самым в разрезе партийно-политических рынков, уже по нашему мнению, не должно быть неподъемных затрат для участия внесистемных партий, стремящихся заявиться в избирательные кампании.

Важно подчеркнуть, что вне зависимости от наличия различных вариаций объяснения производных категорий «рынка», имеет смысл рассматривать его более современное состояние в разрезе экономической политологии и экономической социологии. К примеру, Х. Уайт выделяет не только три основных типа рынков (парадоксальный, «скрипящий», переполненный), но и три типа провалов рынка (market failures). Более того, Х. Уайт считает, что «рынки — это самовоспроизводящиеся социальные структуры, объединяющие конкретные клики фирм и других акторов, которые приобретают свои роли, наблюдая за поведением друг друга» [23, с. 98].

Анализируя роль институтов (политических партий) в условиях их конкуренции, мы не можем не обратиться к точке зрения Л. Роббинса и его утверждения о том, что в условиях рынка (политического рынка) преследование собственных интересов теми или иными субъектами, не ограниченное соответствующими институтами, как правило, порождает хаос. В противовес А. Смиту с его «невидимой рукой рынка» Л. Роббинс вводит свое понятие «видимая рука законодателя», которое, по мысли данного автора, старается исключать интерес отдельных субъектов, не согласующихся с «полезностью благ более высокого порядка» [18, с. 359].

Таким образом, если взять за основу точку зрения Л. Роббинса, то можно предположить, что политические партии (общественные движения) реализуют свой интерес на политическом рынке, заботясь, прежде всего, о себе и интересах своих членов. При этом часть таких интересов может далеко не совпадать с интересами большинства населения, проживающего в стране, и противоречить общему (публичному) благу. И в этом случае должна срабатывать «видимая рука законодателя», регулирующая политический процесс.

К примеру, в СССР в 1989–1991 гг. националистические общественно-политические движения в союзных республиках, такие, как «Саюдис» (Литва), «Народный рух Украины», «Народный фронт Эстонии», требовали независимости своих территорий, несмотря на то, что на референдуме 1991 г. большинство населения проголосовало за сохранение Советского Союза. В таких ситуациях законодатель, представленный в парламенте страны народом, может налагать ограничения для ряда партий, исключать партии (движения) из выборного процесса, вводить санкции и штрафы, в том числе в рамках уголовного законодательства.

Рынок, как и политический рынок, также является, по мнению Дж. Ходжсона, институтом, с которым связаны нормы и обычаи. Данный исследователь логично делает вывод о том, что влияние рынка как института на людей проявляется не только в предоставлении информации или простом наложении ограничений, но

и «в придании структуры ходу мыслей вовлеченных агентов и в реальном воздействии на их предпочтения и убеждения» [26, с. 262]. Таким образом, на наш взгляд, действие политико-рыночных обычаев, рутин и правил в какой-то мере «навязывает» избирателю, незаметно для него самого, специфические типы поведения на рынке партий и программ.

Важно также отметить, что в социальных науках стран Запада нет идеализации ни рынка как такового, ни политического рынка с засильем эгоистических политических движений, мало беспокоящихся о коллективном благе. Более того, часть ученых, таких как К. Поланьи, А. Сен, С. Хедлунг, постоянно подчеркивают, что без контролирующих рынки институтов, человечество в целом и население конкретных национальных государств в частности ждут провалы рынка, как это произошло в РФ, когда «фактическим результатом постсоветских реформ стали гипердепрессия, гиперинфляция, массовое обнищание населения и катастрофа в сфере здравоохранения» [25, с. 32].

С одной стороны, пишет К. Поланьи, рынки подчинили себе весь мир, а количество обращающихся на рынке средств выросло до невероятных масштабов, с другой стороны, «система соответствующих мер сложилась в мощные институты, призванные контролировать воздействие рынка» [15, с. 90]. Следовательно, общество, полагает К. Поланьи, обязано защитить себя от опасности, которыми угрожала ему саморегулирующаяся рыночная система. В этом случае, как мы полагаем, большая часть политических партий в национальном государстве как необходимый институт может выполнять функцию контроля и арбитража и своим участием в политике не допустить провалов рынка.

Отечественные исследователи в русле современной политической науки не только принимают и используют универсальные категории, но и придают им метафоричную описательность при анализе политических процессов и институтов. В частности, Д. В. Нежданов и О. Ф. Русакова разделяют мнение в научном дискурсе об особенностях «политического рынка», отраслевой структуры политического маркетинга с выделением его субдисциплин: избирательный, партийный, государственный, муниципальный, президентский, идеологический, глобальный, политический и т. д. [12, с. 186] Данные исследователи считают также, что для базового характера метафоры «политический рынок» важное эвристическое значение имеют такие производные метафоры, как «партийный дизайн», «политический франчайзинг», «политический маркетинг», «политический капитал», «партийный лизинг» [12, с. 187].

Кстати, в функционировании и конкуренции политических партий на общенациональном и субнациональном уровнях важное значение имеет категория политического маркетинга, хронология появления которой связывает проведение избирательных кампаний с данным типом маркетинга. Ведь как считает отечественный исследователь А. В. Владимирова, для современных избирательных кампаний отличительной особенностью которых является не только сам процесс борьбы за голоса избирателей, но и процесс использования системы «интегрированных маркетинговых коммуникаций, основывающихся на стратегиях позиционирования» [5, с. 93].

Другой исследователь И. Л. Недяк имеет точку зрения на политический маркетинг как на полиаспектный феномен, ведь его рассматривают как философию и культуру поведения в конкурентной среде, как социальный процесс, как профессию, технологию и искусство. Ну а период двухтысячных годов, полагает И. Л. Недяк, «маркетизация политики вышла «маршем победителя» за пределы электорального поля в домен «politics» [11, с. 144]. Более того, в политических практиках лидеров политических партий инструменты коммерческого маркетинга механически и массово подгоняются под решение задач политических акторов, и не только в избирательных кампаниях.

Исследуя особенности политического рынка, на котором конкурируют политические партии, мы выходим на ключевые дефиниции нашего исследования: «политический процесс», «демократический процесс» и «компоненты политического процесса». Если исходить из того, что политический процесс — это смена состояний политической системы и ее подсистем (к примеру, партийной системы) в пространственно-временном континууме, то при прогнозировании того, как будет протекать политический процесс и насколько устойчивым он окажется, важно учитывать также «степень соответствия между культурными ориентациями и институциональными формами» [1, с. 100] (Г. Алмонд, Дж. Пауэлл, К Стром, Р. Далтон).

Конечно, стоит учитывать, что политический процесс в странах Запада с его сложившимися институтами и участнической политической культурой, и политический процесс в постсоветской России с ее несформировавшимися институтами, историческими традициями и культурой, — не один и тот же процесс. Поэтому в свое время исследователь Л. Пай выделил в особый тип процесса незападный политический процесс, для которого характерны «наличие политических клик... отсутствие интеграции его участников, серьезные различия в политических пристрастиях разных поколений» [13, с. 70, 72, 74].

Достаточно интересная точка зрения на политические процессы имеется у Г. А. Алмонда и С. Вербы, которые под ним (процессом) понимают исходящие от общества требования, которые «поступают в политику и конвертируются во властную политику» [2, с. 133]. При этом среди структур, преимущественно включенных в процессы на «входе», эти исследователи выделяют прежде всего политические партии, группы интересов и средства коммуникации. Отдельно Г. А. Алмонд и С. Верба выделяют административный процесс, или процесс на «выходе». Для этих авторов административный процесс — это череда событий и решений, где реализуется и воплощается в жизнь властная политика.

Политические партии как акторы политического процесса (другие компоненты процесса — взаимодействие между ними, институциональная среда, нормы, пространство и время, уровень равновесия) реализуют следующие функции: артикулируют интересы групп и индивидов, обобщают, т. е. агрегируют эти интересы в виде партийных платформ, парламентские партии координируют принятие решений по поводу этих интересов, а затем осуществляют парламентский контроль по данным решениям. Таким образом, по оценке исследователя партиом К. Лоусона, «от партий ожидается, что, формируя тесную связь между гражданами и государством, они закладывают фундамент демократии» [10, с. 32].

При исследовании процесса конкуренции (соперничества) и интеракций (взаимодействия) политических партий особое значение приобретает институциональная среда, в которой разворачиваются действия различных акторов. В данном случае стоит привести классическое определение В. Парето в отношении условий для данного процесса, которые были актуальны и за сто лет до написания работ итальянского политического мыслителя (первые два десятилетия XX в.), и которые сохраняют свою актуальность и сто лет спустя (два десятилетия XXI в.). О феноменах социально-экономического развития западных обществ В. Парето пишет в работе «Трансформация демократии».

Если мы очистим этот процесс от случайных воздействий, подчеркивает данный исследователь, то сможем отметить следующие характеристики: 1) стремительный рост богатства, накоплений, капитала, вложенного в производство; 2) такой способ распределения, который предполагает сохранение неравенства; 3) «постоянное возрастание значения двух общественных классов, а именно богатых спекулянтов и рабочих, или, если угодно, трудящихся» [14, с. 59]. Согласитесь, что констатация В. Парето институциональной среды Италии начала XX в. соотносится со многими характеристиками экономики и политики постсоветской России периода двухты-

сячных годов, которые учитываются современными политическими партиями РФ в конкуренции и взаимодействии между собой.

Логичным выглядит и утверждение Ф. фон Хайека о том, что рынки (стихийный порядок), конкурируя, могут приводить к благополучию индивидов, обеспечению приращения коллективного (общего) блага. Как отмечает данный исследователь, «сохранение стихийного порядка общества есть главное условие общего благополучия его членов, в чем и состоит значение правил справедливого поведения» [24, с. 173–174]. И далее Ф. фон Хайек представляет гипотезу, которая базируется на том, что «вся история развития ... учреждений есть история непрерывной борьбы за то, чтобы помешать отдельным группам злоупотреблять использованием правительственного аппарата для удовлетворения своих коллективных интересов» [там же, с. 174].

Иными словами, если, к примеру, в авторитарных или поставторитарных государствах при проведении конкурентных избирательных кампаний, в которых участвуют политические партии или их кандидаты, не ограничивать использование доминирующей партией в общенациональной партии («партией власти») административного ресурса (по фон Хайеку, возможностей правительственного аппарата), то это негативно повлияет на благополучие части граждан и на приращение коллективного (общего) блага.

Исследуя категорию рынка, в том числе и политического, различных интересов конкурентного процесса, в который вступают политические партии, мы неизбежно сталкиваемся и с категорией конфликта. Один из основателей конфликтологической парадигмы Р. Дарендорф полагает, что в основе конфликта социальная база политических разногласий, которая в современном обществе стала такой же неясной, как и партийные структуры, служащие рупором этих разногласий. Исследовав структуру разногласий, Р. Дарендорф дает определение социального конфликта, который, по его мнению, «связан с действием неравенства, ограничивающего полноту гражданского участия людей социальными, экономическими и политическими средствами» [7, с. 55]. Важное значение при этом, по Р. Дарендорфу, отдается правам, которые реализуют положение гражданина как статус.

Итальянский политолог Дж. Сартори исследовал партии с точки зрения теории «среднего уровня» и также в рамках теории конфликта. Данный исследователь отмечал, что политические общества реального мира являются более или менее: «а) обладающими консенсусом или конфликтными; б) интегрированными, сегментированными или дезинтегрированными; в) однородными или разнородными, едва ли удивительно, что теориям консенсуса общества должен быть брошен вызов со стороны конфликтных теорий общества и наоборот» [21, с. 123]. Выигрышный путь теории демократии, по оценке Дж. Сартори, если состояние общества более или менее «согласительно конфликтно», просто представляет собой комплекс стимулирующих или, наоборот, усложняющих условий для функционирования демократии.

Отечественный исследователь М. Н. Руткевич, исследуя социально-экономические и политические противоречия после проведенных институциональных изменений (экономических и политических реформ 1990-х годов) в постсоветской России, также обращает внимание на объективное существование проблематики конфликта. Более того, за конфликтом, полагает он, всегда стоят определенные силы, заинтересованные либо в продолжении дальнейших изменений (реформ), либо в их консервации.

Кстати, работа М. Н. Руткевича «Общество как система» была опубликована в 2001 г. и была неким научным отражением болезненных институциональных изменений, конфликтом между различными политическими силами в России, включая функционировавшие политические партии. М. Н. Руткевич, исследуя сущность кон-

фликта, подчеркнул, что он «возникает вместе с осознанием людьми объективно существующего противоречия в их интересах и превращает их в субъекты социального действия» [20, с. 334]. Таким образом, трансформирующиеся под условия институциональной среды начала двухтысячных годов политические партии РФ, как элементы партийной системы, были одновременно и носителями конфликта, и идеями интеракционизма в достижении поставленных перед собой целей в демократическом и конкурентном процессе в сфере политики.

Польский политолог А. Пшеворский, исследуя конкурентный политический процесс с его конфликтами в странах Восточной Европы и Латинской Америки, видел полезность конкурентных рынков и соотносил это с важным для общества равновесием и с укреплением демократических государств. Пусть и весьма наивно для периода 1990-х годов (работа опубликована после «бархатных революций в ЦВЕ»), поскольку А. Пшеворский не имел эмпирической информации о провалах рынка в политической сфере, данный ученый полагал, что рынок и его вариации как соответствующие политические условия, как система институтов (включая политические партии), становятся единственной «игрой» (определение А. Пшеворского), когда никто и не думает о том, чтобы «действовать вне демократических институтов, когда все, чего хотят проигравшие, это попытаться сыграть еще раз в рамках тех же институтов, при которых они только что проиграли» [17, с. 47].

Таким образом, конкуренция и наличие конфликтов между политическими акторами, в нашем случае партиями, представляет собой жестко конкурентный, но во многом демократический процесс. Политолог Р. Даль, исследуя сущность этого демократического процесса, выделил пять его принципиальных критериев: эффективное участие, равное голосование, понимание, базирующееся на информированности, контроль над повесткой дня, участие совершеннолетних [6, с. 208]. При этом, данный исследователь уверен, что ни один институт политической системы не определяет в плане разнообразия политический ландшафт государства в такой степени, как ее избирательная система и ее политические партии.

Развивая тезис Р. Даля о том, что демократия в той или иной форме, вероятно, является единственной легитимной и стабильной формой правления в современном мире, Ф.К. Шмиттер приводит следующий аргумент. Он подчеркивает поразительный факт того, сколь малочисленны современные партии или движения, открыто защищающие недемократический образ правления. Даже, обосновывает свой тезис Ф.К. Шмиттер, «„regimes d'exception“ иногда проводят (мошеннические) выборы, терпят (ограниченную) критику и обычно заявляют, что их (авторитарное) попечительство в конце концов приведет к некоему культурно приемлемому типу „демократии“» [27, с. 28].

При этом, подчеркивает данный исследователь, демократия при всей стабильности не всегда работает хорошо, может также оказать шокирующее воздействие. Внутренние дилеммы в национальных государствах могут затруднять работу законодательной и исполнительной власти, сформированных с участием политических партий, в решении задач социально-экономического развития, в движении государства и его регионов к прогрессу.

И наоборот, в основе возможного регресса и отсталости лежат пять причин: 1) олигархия (партии и организации находятся под олигархическим контролем); 2) самоустранение (у индивидов отсутствуют рациональные стимулы к политическому участию); 3) цикличность в политике (неравномерность распределения издержек и прибылей среди групп индивидов); 4) функциональная автономия (институты должны быть изолированы от разнородного давления, в том числе и от охлократии, что не всегда достижимо); 5) взаимозависимость (современные демократии стран Запада вплетены в сложную сеть взаимозависимости с некоторыми автократиями).

Литература

1. Алмонд Г. Сравнительная политология сегодня: Мировой обзор / Г. Алмонд, Дж. Пауэлл, К. Стром, Р. Далтон / сокр. пер. с англ. А. С. Богдановского, Л. А. Галкиной : под ред. М. В. Ильина, А. Ю. Мельвиля. М. : Аспект Пресс, 2002.
2. Алмонд Г. А. Гражданская культура. Подход к изучению политической культуры / Г. А. Алмонд, С. Верба // Полития. 2010. № 2 (57). С. 122–144.
3. Баумоль У. Дж. Состязательные рынки: мятёж в теории структуры отрасли // Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков. Т. 5 / под общ. ред. А. Г. Слуцкого. СПб. : Экономическая школа. 2003. С. 110–141.
4. Винер Дж. Концепция полезности в теории ценности и ее критики // Теория потребительского поведения и спроса (Сер. «Вехи экономической мысли»). Вып. 1) / под ред. В. М. Гальперина. СПб. : Экономическая школа, 1993. С. 78–117.
5. Владимирова А. В. Истоки политического маркетинга // Вестник Московского государственного университета. Сер. 12. Политические науки. 2008. № 5. С. 90–99.
6. Даль Р. О демократии / пер. с англ. А. С. Богдановского ; под ред. О. А. Алякринского. М. : Аспект Пресс, 2000.
7. Дарендорф Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы. М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2002.
8. Кирицнер И. Конкуренция и предпринимательство / пер. с англ. А. В. Куряева, Д. А. Бабушкина; под ред. А. В. Куряева. Челябинск : Социум, 2010.
9. Коломбатто Э. Рынки, мораль и экономическая политика: новый подход к защите экономики свободного рынка / пер. с англ. под науч. ред. Гр. Сапова. М. : Мысль, 2016.
10. Лоусон К. Новый подход к сравнительному исследованию политических партий // Политическая наука. 2010. № 4. С. 29–142.
11. Недяк И. Л. Политический маркетинг: особенности развития научно-исследовательского направления // Политические исследования. 2010. № 3. С. 144–155.
12. Нежданов Д. В., Русакова О. Ф. Метафора «политический рынок» как дискурсивный компонент и теоретико-методологическая основа современных политических исследований // Полития. 2009. № 4. С. 185–195.
13. Пай Л. Незападный политический процесс // Политическая наука. 2003. № 2. С. 66–85.
14. Парето В. Трансформация демократии / пер. с итал. М. Юсима. М. : Издательский дом «Территория будущего», 2011.
15. Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени / под общ. ред. С. Е. Федорова ; пер. с англ. А. А. Васильева, С. Е. Федорова, А. П. Шурбелева. СПб. : Алетейя, 2014.
16. Портер М. Э. Конкуренция. М. : Издательский дом «Вильямс», 2001.
17. Пшеворский А. Демократия и рынок. Политические и экономические реформы в Восточной Европе и Латинской Америке / пер. с англ. / под ред. проф. В. А. Бажанова. М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2000.
18. Роббинс Л. История экономической мысли: лекции в Лондонской школе экономики / пер. с англ. Н. В. Автономовой, под ред. В. С. Автономова. М. : Изд. Института Гайдара, 2017.
19. Ротбард М. Власть и рынок: государство и экономика / пер. с англ. Б. С. Пинскера, под ред. Гр. Сапова. Челябинск : Социум, 2016.
20. Руткевич М. Н. Общество как система. Социологические очерки. СПб. : Алетейя, 2001.
21. Сартори Дж. Управляемая демократия и управляющая демократия // Мир политики: Суждения и оценки западных политологов : сб. статей / сост. Е. А. Киселева. М. : Политологический центр РАН, 1992. С. 122–127.
22. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ. П. Ключина. М. : Эксмо, 2017.
23. Уайт Х. Откуда берутся рынки? // Классика новой экономической социологии / сост. В. В. Радаев, Г. Б. Юдин, под науч. ред. В. В. Радаева, Г. Б. Юдина. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.
24. Хайек фон Ф. Право, законодательство и свобода: современное понимание либеральных принципов справедливости и политики / пер. с англ. Б. Пинскера, А. Кустарева, под ред. А. Куряева. М. ; Челябинск : ИРИСЭН, Социум, 2016.
25. Хедлунд С. Невидимые руки, опыт России и общественная наука. Способы объяснения системного провала / пер. с англ. Н. В. Автономовой, под науч. ред. В. С. Автономова. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015.

26. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории. М. : Дело, 2003.
27. Шмиттер Ф. К. Угрозы и дилеммы демократии // Пределы власти / науч. ред. С. Кордонский. М. : «Век XX и Мир», 1994. С. 27–48.

Об авторах:

Клычков Андрей Евгеньевич, Губернатор и председатель Правительства Орловской области (Российская Федерация, г. Орел); post@adm.orel.ru

Меркулов Павел Александрович, директор Среднерусского института управления — филиала РАНХиГС (Орел, Российская Федерация), доктор исторических наук, профессор; oo@orel.ranepa.ru

References

1. Almond G. Comparative Politics Today: World Review / G. Almond, J. Powell, K. Strom, R. Dalton / Translation from English A. S. Bogdanovsky, L. A. Galkin: under ed. of M. V. Ilyin, A. Yu. Melvill. M. : Aspect Press, 2002. 537 p. (In rus)
2. Almond G. A. Civic Culture. Approach to the Political Culture Study/G. A. Almond, S. Verba // *Politiya*. 2010. No. 2 (57). P. 122–144. (In rus)
3. Baumol W. J. Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure / Translation of Demchenko O. V. // Milestones of economic thought. Industry market theory. V. 5. Under ed. of A. G. Slutsky. SPb. : Economic School. 2003. 669 p. P. 110–141. (In rus)
4. Viner J. The Utility Concept in Value Theory and its Critics // The Theory of Consumer Behavior and Demand (“Milestones of Economic Thought” Series. Issue. 1) / under ed. of V. M. Halperin. SPb. : Economic School, 1993. 380 p. P. 78–117. (In rus)
5. Vladimirova A. V. Origins of Political Marketing // Journal of Moscow State University. Series 12. Political sciences [Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 12. Politicheskie nauki]. 2008. No. 5. P. 90–99. (In rus)
6. Dahl R. On Democracy / Translation from English A. S. Bogdanovsky, under the ed. of O. A. Alakrinsky. M. : Aspect Press, 2000. 208 p. (In rus)
7. Darendorf R. Modern social conflict. Freedom Policy Essay / Translation from German. Moscow: Russian Political Encyclopedia (ROSSPEN), 2002. 288 p. (In rus)
8. Kirzner I. Competition and Entrepreneurship / translation from English A. V. Kuryaeva and D. A. Babushkina; under ed. of A. V. Kuryayeva. Chelyabinsk : Society, 2010. XIV + 272 p. (In rus)
9. Colombatto E. Markets, Morality and Police-Making: A New Defense of Free Market Economics / translation from English under the scientific ed. of Gr. Sapov. M. : Thought, 2016. 500 p. (In rus)
10. Lawson K. A new approach to comparative political party research // Political Science [Politicheskaya nauka]. 2010. No. 4. P. 29–142. (In rus)
11. Nediak I. L. Political Marketing: Peculiarities of Research Direction Development // Political Research [Politicheskie issledovaniya]. 2010. No. 3. P. 144–155. (In rus)
12. Nezhdanov D. V., Rusakova O. F. Metaphor “political market” as a discursive component and theoretical-methodological basis of modern political research // *Politiya*. 2009. No. 4. P. 185–195. (In rus)
13. Pye L. The non-west Political Process // Political Science [Politicheskaya nauka]. 2003. No. 2. P. 66–85. (In rus)
14. Pareto V. The transformation of Democracy/Translation from Italian M. Yusim. Moscow: Publishing House “Territory of the Future,” 2011. 208 p. (In rus)
15. Polanyi K. The Great Transformation: Political and Economic Origins of Our Time/under edition of S. E. Fedorov; translation from English A. A. Vasilyev, S. E. Fedorov, A. P. Shurbelev. SPb. : Alethea, 2014. 312 p. (In rus)
16. Porter M. E. Competition: translation from English M. : Williams Publishing House, 2001. 495 p. (In rus)
17. Pshevorsky A. Democracy and the market. Political and economic reforms in Eastern Europe and Latin America/ translation from English/ under the edition of Bazhanov V. A. M. : Russian Political Encyclopedia (ROSSPEN), 2000. 320 p. (In rus)
18. Robbins L. History of Economic Thought: Lectures in the London School of Economics / translation from English N. V. Avtonomova. under ed. of V. S. Avtonomov. M. : Publishing house of Gaidar Institute, 2017. 488 p. (In rus)

19. Rothbard M. Power and Market: Government and Economy / translation from English B. S. Pinsker under ed. Gr. Sapova. Chelyabinsk: Society, 2016. XII+ 418 p. (In rus)
20. Rutkevich M. N. Society as a system. Sociological essays. SPb. : Alethea, 2001. 444 p. (In rus)
21. Sartori G. Managed Democracy and Governing Democracy // World of Politics: Judgements and Assessments of Western Political Scientists: A Collection of Articles / translation from English, German, Spanish, Hungarian, Italian / Collection of Kiseleva E. A. M. : Political Science Center of RAU, 1992. P. 122–127. (In rus)
22. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations/translation from English P. Klukin. M. : Eksmo, 2017. 1056 p. (In rus)
23. White H. Where do markets come from? // Classic of New Economic Sociology/coll. V.V. Radayev, G.B. Yudin; translation from English and from French.; under the scientific ed. of V.V. Radaev, G.B. Yudin; National Research University "Higher School of Economics." M. : HSE publishing house, 2014. 381 p. (In rus)
24. Hayek F. Law, Legislation and Liberty: A Modern Understanding of the Liberal Principles of Justice and Politics / Translation from English B. Pinsker and A. Kustarev. under ed. of A. Kuryaev. Moscow; Chelyabinsk: IRISEN, Society, 2016. 644 p. (In rus)
25. Hedlund S. Invisible hands, Russian experience, and Social science. Approaches to understanding systeming failure / translation from English N.V. Avtonomova; under the scientific ed. of V.S. Avtonomov; National Research University "Higher School of Economics." M. : HSE publishing house, 2015. 424 p. (In rus)
26. Hodgson J. Economic and Institutions: A Manifesto for a Modern Institutional Economics/ translation from English M. : Delo, 2003. 464 p. (In rus)
27. Schmitter F.C. Threats and Dilemma of Democracy // Limits of Power/Scientific ed S.K.ordon-sky. M. : "Century XX and the World," 1994. P. 27–48. (In rus)

About the authors:

Andrey E. Klychkov, Governor and Chairman of the Government of the Orel Region (Orel, Russian Federation), post@adm.orel.ru

Pavel A. Merkulov, Director of Central Russian Institute of Management, branch of RANEPa (Orel, Russian Federation), Doctor of Science (History), Professor; oo@orel.ranepa.ru