

СРАВНИТЕЛЬНОЕ КОНСТИТУЦИОННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

«Отфильтрованные» выборы – конечная цель или переходная форма?

Верховенство права как принцип консолидации политических режимов

Разделение властей: преодолевая рифы заблуждений

Референдумы по-киргизски: «да» означает «нет»?

«Вертикали» и «горизонталы» конституционных прав

СРАВНИТЕЛЬНОЕ КОНСТИТУЦИОННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№6 (91) 2012

Учредитель и издатель

Институт права и публичной политики
<http://www.ilpp.ru>

Редакционный совет

Алексей АВТОНОМОВ
Александр БЛАНКЕНАГЕЛБ
Наталья БОГДАНОВА
Александр ВАШКЕВИЧ
Вадим ВИНОГРАДОВ
Гадис ГАДЖИЕВ (председатель)
Лех ГАРЛИЦКИЙ
Лев ИВАНОВ
Ирина КЕНЕНОВА
Анатолий КОВЛЕР
Михаил КРАСНОВ
Владимир КРУСС
Андрей МЕДУШЕВСКИЙ
Мари МЕНДРАС
Инга МИХАЙЛОВСКАЯ
Владимир ПАСТУХОВ
ПИТЕР СОЛОМОН
Рената УИТЦ
Стивен ХОЛМС
Андраш ШАЙО

Главный редактор

Ольга СИДОРОВИЧ

Заместитель главного редактора

Андрей РУМЯНЦЕВ

Выпускающий редактор

Сергей ЗАЙКИН

Ответственный секретарь

Ольга ПОДОПЛЕЛОВА

Редакционная коллегия

Светлана ВАСИЛЬЕВА
Армен ДЖАГАРЯН
Антон ЗУЙКОВ
Кирилл КОРОТЕЕВ
Василий ЛУКАШЕВИЧ
Александра ТРОИЦКАЯ
**В подготовке номера
участвовали**
Наталья ДАНИЛОВА
Георгий МАНЧАШВИЛИ
Иван НИКИТИН
Бенджамин НОУБЛ
Манана ЧИГОГИДЗЕ

Компьютерная верстка

Виктор СИДОРОВИЧ

Зарегистрирован в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций
Свидетельство о регистрации ПИ №77-17237 от 14 января 2004 г.
Тираж 500 экз. Периодичность — 6 номеров в год. ISSN 1812-7126

Распространяется по подписке и через редакцию

Адрес редакции: 129090 Москва, ул. Щепкина, д. 8
Для корреспонденции: 129090 Москва, а/я 140
Тел.: +7 (495) 608-69-59; 608-66-35
Факс: +7 (495) 608-69-15

Отпечатано: ООО «Информполиграф»
111123, г. Москва, ул. Плеханова, д. 3а

Позиции авторов статей могут не совпадать с мнением редакции

При цитировании материалов ссылка на журнал и правообладателя обязательна.
Перепечатка разрешена только с письменного согласия правообладателя.

© Институт права и публичной политики, 2012

МОНИТОРИНГ КОНСТИТУЦИОННЫХ НОВОСТЕЙ

ОКТАБРЬ — ДЕКАБРЬ • 2012

4

Наталья Аленкина, Ольга Гулина, Сергей Заикин, Иван Никитин,
Ольга Подоплелова, Андрей Румянцев, Алим Ульбашев

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

КОНСТИТУЦИОННЫЕ РЕФЕРЕНДУМЫ В КЫРГЫЗСТАНЕ

16

Гульнара Искакова

ИЗБРАННОЕ

ОСОБЕННОСТИ ГЛОБАЛЬНОГО ПРАВА
И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РАЗЛИЧНЫХ ПРАВОПОРЯДКОВ

28

Джанлуиджи Паломбелла

В ФОКУСЕ: МЕТАМОРФОЗЫ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ПРАВ

ВВЕДЕНИЕ

56

МНОГО ПАРТИЙ ХОРОШИХ И РАЗНЫХ?..

57

АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЙ РОССИЙСКОГО ЗАКОНА «О ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЯХ»
С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ ДЕМОКРАТИИ
Андрей Румянцев

ФРАКЦИОННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПАРЛАМЕНТА
В СВЕТЕ ДЕМОКРАТИЧЕСКИХ СТАНДАРТОВ ВЫБОРОВ

76

Ирина Алебастрова

ПЕРВЫЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ НОВОГО ПОРЯДКА ИЗБРАНИЯ
ГУБЕРНАТОРОВ В ПЯТИ ОБЛАСТЯХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ДЕФЕКТЫ. ТОЧКА ЗРЕНИЯ ПРАКТИКА

87

Виктория Вискулова

РАЗДЕЛЕНИЕ ВЛАСТЕЙ: ВЫМЫСЛЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

ПРИНЦИП РАЗДЕЛЕНИЯ ВЛАСТЕЙ:

96

ИСТОРИЯ, ЗАБЛУЖДЕНИЯ, ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ
Юрий Сафоклов

КОНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ РОССИЙСКОГО ПРАВОПОРЯДКА

ВЛИЯНИЕ КОНСТИТУЦИОННЫХ ПРАВ
НА РОССИЙСКУЮ ПРАВОВУЮ СИСТЕМУ

109

Алексей Должиков

СТАНДАРТЫ ЕДИНОЙ ЕВРОПЫ

ПРИНЦИП СУБСИДИАРНОСТИ И ЕГО РОЛЬ
В ЕВРОПЕЙСКИХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ:
ПРАВОВОЕ РАЗВИТИЕ ДО И ПОСЛЕ ЛИССАБОНСКОГО ДОГОВОРА

121

Оксана Пименова

В КОНСТИТУЦИОННОМ СУДЕ РОССИИ: РЕШЕНИЯ И КОММЕНТАРИИ

ОБЗОР ДЕЛ, РАССМОТРЕННЫХ
КОНСТИТУЦИОННЫМ СУДОМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

139

Валерия Долгополова

ПОДПИСКА НА I ПОЛУГОДИЕ 2013 ГОДА

Россия

Подписка на журнал производится во всех отделениях почтовой связи:

- по каталогу агентства «Роспечать» «Газеты. Журналы» — индекс **80643**.

Через агентства альтернативной подписки:

- ООО «Интер-Почта-2003» Тел.: (495) 500-00-60 • <http://www.interpochta.ru>
- ООО «Агентство "Ган"» Тел.: (495) 795-23-00
- ООО «Агентство "Урал-Пресс"» Тел.: (495) 789-86-36 • <http://ural-press.ru>

В редакции подписка на журнал возможна с любого номера.

За дополнительной информацией обращаться:

Тел.: (495) 608-69-59, 608-66-35 • Факс: (495) 608-69-15

e-mail: ilpp-ccr@mail.ru • <http://www.ilpp.ru>.

Страны СНГ

Оформить подписку на журнал можно по каталогам агентства «Роспечать»

«Газеты. Журналы» и «Russian Newspapers & Magazines» — индекс **80643**

в отделениях почтовой связи или на сайте агентства в сети Интернет:

<http://www.rospru.ru>

Страны дальнего зарубежья

Для стран дальнего зарубежья подписка на журнал оформляется:

- через партнеров фирмы ЗАО «МК-Периодика» или непосредственно в ЗАО «МК-Периодика» по адресу: 129110, Москва, ул. Гиляровского, 39. Тел.: +7 (495) 681-91-37; 681-87-47 • Факс: +7 (495) 681-37-98 e-mail: export@periodicals.ru • <http://www.periodicals.ru>
- через представительство ООО «Урал-Пресс» за рубежом: ФРГ, Берлин, Waldemar Besler Тел.: +49 30 33890115 • e-mail: frg@ural-press.ru 13581 Berlin Seeburger Strasse 87

Электронная версия

Приобрести электронную версию любого выпуска или статьи журнала теперь можно через Российскую универсальную научную электронную библиотеку

elibrary.ru. Страница журнала в электронном каталоге:

http://elibrary.ru/title_items.asp?id=9477

ПРИГЛАШЕНИЕ К ПУБЛИКАЦИИ

Приглашаем российских и зарубежных авторов к публикации на страницах журнала статей, а также рецензий, обзоров, комментариев, соответствующих профилю и тематике издания.

Минимальные требования к статьям:

- объем — от 0,5 до 1 п. л. (20–40 тыс. знаков);
- сноски — не более 60, (образец оформления см. на сайте);
- заголовок — краткий, емкий, интересный;
- аннотация — 50–100 слов на русском и английском языках;
- ключевые слова — 4–6 слов/словосочетаний;
- данные об авторе — Ф.И.О., место работы/учебы, должность, ученая степень, звания, адрес электронной почты и контактный телефон.

В журнале предусмотрена процедура обязательного внутреннего анонимного рецензирования.

Система платного размещения статей в журнале не используется!

Материалы направлять в электронном виде (желательно в формате Word) по электронной почте: ilpp-ccr@mail.ru

●●●●●●●●●● Решением ВАК журнал включен ●●●●●●●●●●
в «Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертации на соискание ученой степени доктора и кандидата наук»

PARTNER PUBLICATION

International Journal of Constitutional Law

The journal *Sravnitel'noe Konstitutsionnoe Obozrenie* (CCR) contains selected items originally published in English from *International Journal of Constitutional Law* (ICON) and is published by arrangement with its publishers Oxford University Press and New York University School of Law.

This work is subject to copyright. All rights are reserved, whether the whole or part of the material is concerned, specifically the rights for translation, reprinting, reuse of illustrations, broadcasting, reproduction on microfilm or in any other way, and storage in data banks.

The use of registered names, trademarks etc. in this publication does not imply, even in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant laws and regulations and therefore free for general use.

For any references/citations from this selection of items, the source must be given as the original English article with full bibliographic details as given at the top of the first page of each article.

ПАРТНЕРСКОЕ ИЗДАНИЕ

International Journal of Constitutional Law

Журнал «Сравнительное конституционное обозрение» содержит статьи, ранее опубликованные на английском языке в журнале *International Journal of Constitutional Law* (ICON), и публикуется с согласия его издателей Oxford University Press и New York University School of Law.

Данная работа является объектом авторских прав. Все права защищены, и в частности права на перевод, переиздание, воспроизведение иллюстраций, передачу в эфир, копирование микрофильмы или любым другим способом, хранение в базах данных, причем как в отношении всего материала, использованного в издании, так и его части.

Использование зарегистрированных наименований, торговых марок и т. д. в этом издании не подразумевает, даже при отсутствии особых указаний на этот счет, что такие наименования не охраняются соответствующими законами и иными нормативными правовыми актами и поэтому подлежат свободному использованию.

При цитировании каждая цитата должна сопровождаться дополнительно ссылкой на англоязычный источник, который должен быть приведен в соответствии с полным библиографическим описанием, содержащемся на первой странице статьи.

ВАША РЕКЛАМА

НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА

Редакция приглашает издателей, образовательные, исследовательские, правозащитные, консалтинговые, юридические и иные организации к размещению своей рекламы, а также информации о публикациях, мероприятиях, конкурсах, проектах на страницах журнала «Сравнительное конституционное обозрение».

Аудитория журнала — это судьи Конституционного, Верховного и Высшего Арбитражного судов Российской Федерации, члены Совета Федерации и депутаты Государственной Думы, представители Администрации Президента, Правительства, региональных властей и местного самоуправления, а также представители властных структур и судебного сообщества иностранных государств, признанные эксперты и молодые исследователи в области права и политологии из ведущих университетов и научных центров России, СНГ, Европы, США, Канады и др.

Размещение рекламы в журнале возможно:

- на платной основе;
- на основе взаимобмена.

Возможно также обсуждение иных форм сотрудничества.

В ФОКУСЕ: МЕТАМОРФОЗЫ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ПРАВ

Введение

Маятник развития российской демократии качнулся в другую сторону: период ограничения и ликвидации избирательных прав завершился, избирателю возвращены некоторые из утраченных им ранее возможностей по участию в политическом процессе. В первую очередь это выразилось в снижении барьера для регистрации политических партий, а также в восстановлении института выборности губернаторов регионов. Этим вопросам посвящены самостоятельные материалы рубрики. Участие населения в формировании органов публичной власти является важным фактором легитимации последней. В условиях отсутствия других факторов — успеха или традиции — выборы приобретают особое значение.

Хотя статьи, публикуемые в рубрике, посвящены разным аспектам избирательного, партийного и парламентского права, несколько тем проходят по ним «красной нитью». В-первых, это проблема разного рода «фильтров», ограничивающих степень влияния избирательного корпуса на конечный результат. Во-вторых, это многогранный вопрос о субъектах политического процесса. Каким параметрам они должны отвечать, как много их должно и может быть, каковым должно быть отношение между отдельными политиками и

их объединениями (партиями и фракциями). Последний вопрос является специальным вариантом знаменитого вопроса о роли личности в истории и уже в силу этого не предполагает простых ответов.

Но самый главный, фундаментальный вопрос — это вопрос о соотношении формальных, юридических механизмов и механизмов, основанных на политической культуре и традиции. Жесткие правовые ограничения, нередкие в современной России, должны заменить элементы политической культуры, отсутствующие здесь, по мнению законодателя. В целесообразности такого эрзаца существуют серьезные сомнения, особенно в сфере парламентаризма формальные ограничения могут принести больше вреда, чем пользы. Эта проблема подробно рассмотрена в статье, посвященной фракционной организации представительных органов власти.

Политический класс любой демократической страны стремится не пустить дело «на самотек», но одновременно с этим не выхолостить принцип выборности совсем, лишив его тем самым легитимирующего влияния. Российское общество находится сейчас на важном промежуточном этапе по пути к формированию политической системы, отвечающей этим требованиям.

Много партий хороших и разных?..

Анализ изменений российского Закона «О политических партиях» с точки зрения экономической теории демократии

Андрей Румянцев

Последняя редакция Федерального закона «О политических партиях» поменяла правила игры на прямо противоположные, резко понизив планку для регистрации новых партий. Как и прежнее регулирование, новый вариант вызвал неоднозначную реакцию участников политической сцены. В статье, предлагаемой вниманию читателей, дан анализ того, как уровень формального барьера для доступа на «политический рынок» может влиять на партийный ландшафт и результаты выборов.

→ *Ограничения на создание политических партий; экономическая теория демократии; аксиома рационального эгоизма; совершенная конкуренция; эффективная конкуренция; свободная конкуренция; уровень конкуренции; неоднородность политических партий*

Последние изменения в Федеральном законе «О политических партиях» являются хорошим поводом применить экономический инструментарий для анализа партийно-политической системы и ее правового регулирования. С этой целью в данной статье будут широко применяться аналогии между экономическими и политическими явлениями. В первую очередь такой подход преследует эвристические цели. В экономической деятельности социальные механизмы, цели и мотивы представлены более наглядно, в то время как в политике они могут быть искусно упрятаны в красивую риторическую упаковку¹.

Вопрос об *идентичности* экономических и политических явлений не ставится и, следовательно, статья не преследует цели дать на него ответ. Термин «*сравнимость*» представляется более подходящим для обозначения понятийной связи между экономическими и политическими явлениями, обоснование чего может выглядеть в высшей степени элементарно: как в экономике, так и в политике действующими лицами являются люди² с присущими им мотивами и стремлениями.

I. Изменения Закона «О политических партиях»

Основное изменение, внесенное ставшим уже почти легендарным Законом от 2 апреля 2012 года № 28-ФЗ, касалось минимальной численности политической партии, которая была снижена с 40 000 до 500 человек. Кроме того, были отменены требования к минимальной численности членов региональных отделений, а также принят ряд других изменений, ослабивших давление бюрократического гнета на партийную деятельность.

II. Оппозиция опять недовольна

Реакция представителей оппозиции на новый закон была неожиданной и отрицательной³. Если раньше критике подвергался чрезмерно высокий уровень требований, предъявляемый к образованиям, стремящимся зарегистрироваться в качестве партий, то теперь объектом критики стало существенное упрощение процедуры регистрации. Критика нового регулирования в основном сводится к тому, что произойдет резкий рост числа (заре-

гистрированных) политических партий, что, в свою очередь, окажет негативное влияние на политический процесс в целом.

Аргументация этой позиции вызывает много вопросов и содержит отчасти недостоверные факты: так, в качестве положительного примера приводится опыт Германии, в которой, по словам одного из оппозиционеров, «сражаются за место под солнцем пять партий»⁴. На самом деле пять, а точнее шесть партий представлены в Бундестаге, в то время как ситуация на стадии выборов совсем иная. К выборам в Бундестаг в 2009 году были допущены 29 партий, из которых 27 действительно приняли в них участие. В силу специфики немецкой избирательной системы бюллетени формируются на уровне федеральных земель, по причине чего число партий, указанных в бюллетенях, колебалось от 10 до 21⁵.

Очевидно, что уже известных оппозиционеров устроила бы такая редакция закона, которая, с одной стороны, дала бы им возможность без особого труда зарегистрировать свои собственные партии, с другой — ограничила бы возможности для появления на партийном горизонте совершенно новых сил, реальных или мнимых. С точки зрения партикулярных интересов определенных представителей политической сцены, такое желание понятно. Насколько это соответствует интересам всего общества — другой вопрос, который мы рассмотрим ниже.

В любом случае реакция, продемонстрированная оппозиционерами, настораживает. Уже сейчас, находясь в оппозиции и не имея реальных инструментов власти, они проявляют склонность к конструированию такого партийного законодательства, которое максимально отвечает их интересам. В этом смысле разница между оппозиций и властной группировкой отсутствует.

III. Экономическая теория демократии Энтони Даунса

1. Основные тезисы

Экономическая теория демократии была предложена американским политологом и экономистом Энтони Даунсом в 1957 году⁶. Согласно этой теории, политические партии заинтересованы исключительно в максими-

зации числа голосов, получаемых ими на выборах. Отношения между партиями и избирателями сравнимы с отношениями между продавцами некоего товара и покупателями. В качестве специфического товара, предлагаемого партиями, выступают разные варианты политики, которую партии обязуются проводить в случае их победы на выборах.

Задача партии в этой модели заключается в формулировании политической платформы таким образом, чтобы оказаться в точке (или совокупности точек⁷) политического спектра, разделяемого максимальным числом избирателей. Задача избирателя-клиента заключается в том, чтобы понять, какая из конкурирующих за его голос партий предлагает вариант политики, максимально отвечающий его интересам.

Модель, предложенная Даунсом, как и любая другая, содержит необходимые упрощения и допущения. Так, Даунс считает, что стремление к максимизации числа голосов первично, а политическая позиция носит инструментальный характер⁸. Кроме того, он полагает, что идеология — представление об идеальном обществе и путях его достижения — служит лишь средством борьбы за голоса избирателей⁹.

Вопрос о соотношении партий и идеологий неоднократно рассматривался многими авторами. Например, возможно более изощренное объяснение инструментального характера идеологии: последняя должна помочь партии, представляющей партикулярные интересы определенной группы, объяснить, почему их реализация отвечает интересам всего общества¹⁰. Карл Поппер считал, что партии и идеологии должны существовать относительно независимо друг от друга, так как партийно-политическая повседневность плохо совместима с чистотой учения¹¹.

Автор этой статьи придерживался отчасти иной точки зрения, полагая, что инструментальный характер политической платформы является свойством лишь *популистских* партий, готовых произвольно менять свои позиции, если это позитивно отражается на количестве получаемых ими голосов¹². Однако следует признать, что элементы популизма и оппортунизма обнаруживаются в деятельности всех более-менее успешных партий. Напротив, результаты партий, строго придерживающихся определенной идеологии, как пра-

вило, не выходят за пределы статистической погрешности.

Вместе с тем тезис о сугубо прагматическом характере партий приводит к другому, более оптимистичному выводу, а именно, что партии отслеживают настроения избирателей и до определенной степени учитывают их, причем не только в агитационной деятельности, но и в случае своей победы на выборах¹³. С другой стороны, как компании, так и партии не просто регистрируют настроения клиентов и избирателей соответственно, но и стараются оказывать *активное* влияние на их формирование¹⁴.

2. Насколько рационален и эгоистичен «рациональный эгоизм»?

Тезис Даунса о заинтересованности партий исключительно в максимизации числа голосов, получаемых ими на выборах, является частным проявлением аксиомы «рационального эгоизма», на которой основываются многие экономические и прочие концепции. Родоначальником этого подхода, судя по всему, был Адам Смит, благодаря одному из своих наиболее цитируемых высказываний: «Не от благожелательности мясника, пивовара или булочника ожидаем мы получить свой обед, а от соблюдения ими своих собственных интересов. Мы обращаемся не к их гуманности, а к их эгоизму, и никогда не говорим им о наших нуждах, а об их выгодах»¹⁵.

В экономике аксиома «рационального эгоизма» проявляется в тезисе о том, что субъекты предпринимательства заинтересованы исключительно в получении прибыли, а не в самой деятельности, которой они занимаются. Справедливость этого тезиса подтверждается известными случаями репрофилирования компаний, которые радикально меняли сферу своей деятельности (Nokia и т. д.)¹⁶. Одновременно с этим оказывается, что факт удовлетворения нужд потребителей в рамках понимаемой таким образом рыночной экономики лишь счастливая случайность. Если бы компании могли получать большие прибыли, выпуская товаров меньше и более низкого качества, то они пошли бы на это.

В области политики тезис о рациональном эгоизме приводит к тому, что вопрос о власти решается элитой исключительно с учетом собственных интересов: «Когда социальные

элиты накладывают ограничения сами на себя, они делают это, чтобы добиться некоторой цели: большей безопасности, большего богатства, большей территории, большего сотрудничества или большей власти»¹⁷. Даунс критикует экономические теории, которые, вводя тезис об эгоизме участников экономических отношений, одновременно с этим постулируют альтруистический характер государства, как будто последнее состоит не из людей, а является некой машиной по обеспечению всеобщего блага¹⁸.

Концепция «рационального эгоизма» подкупает своей простотой, позволяет создавать стройные теории и, кроме того, регулярно подтверждается нашим повседневным опытом. Однако существует эмпирический пласт, выходящий за рамки этой концепции, что вызвало к жизни ряд других подходов, ставящих под сомнение как эгоизм¹⁹, так и рациональность²⁰.

Хотя работа Даунса была опубликована в 1957 году, когда концепция рационального эгоизма еще не ставилась под сомнение столь активно, как это произошло позже, он увидел факты и аргументы, в нее не укладывающиеся. Даунс описывает рациональность не как проявление близорукого эгоизма, а как способность к долгосрочному планированию. Например, он считает рациональным поведение избирателей, направленное на сохранение существующего демократического механизма как такового, даже если участие в конкретных выборах приводит к превышению «затрат» над непосредственно достигнутой выгодой²¹. Тем самым его понимание рационального поведения фактически приближается к альтруизму эволюционной психологии, в рамках которого речь идет не только о сиюминутных потребностях ныне живущих людей, но и о благе будущих поколений (точнее, общего набора генов).

IV. Понятие «конкуренция» и его применение к политической сфере

1. Конкуренция и ее функции

На очень абстрактном, теоретическом уровне процессы принятия решений могут происходить по схеме «сверху-вниз» (централизованно), или «снизу-вверх» (децентрализованно). Первой схеме в политической сфере соответ-

ствуует диктатура, в экономической — советская «плановая» модель (точнее, модель централизованно управляемой экономики); второй — демократия и рыночная модель соответственно. Уже здесь заметна сравнимость политической демократии и рыночной экономики²². Важным признаком обеих является использование механизма конкуренции, без которого их реализация оказывается невозможной.

Рынок и конкуренция — это разные, хотя и связанные понятия. Так как в данной статье основное внимание уделено вопросу конкуренции, тема рынка затрагивается лишь в той степени, в которой это необходимо для рассмотрения этого главного вопроса.

Понятие «конкуренция» может быть определено следующим образом: *конкуренция* — это динамический процесс отбора, в ходе которого конкуренты преследуют одинаковые цели, а *третьи лица решают*, кто из конкурентов и в каком объеме этих целей достигает. Это определение, данное в стандартном учебнике экономики²³, без всяких изменений может быть применено и к политическому процессу²⁴.

Важно отметить, что конкуренция между ее участниками носит *косвенный* характер. В цивилизованных условиях это «между» не означает непосредственного соприкосновения, например, в виде посылки отряда боевиков для расправы с конкурентом. Впрочем, не стоит забывать, что подобное происходило в странах западного культурного круга в исторически недавнем прошлом, как в экономике (США: конец XIX — начало XX века, «железнодорожные войны» (*railroad wars*)), так и в политике (Германия: здесь в 1920-е годы военизированные организации были созданы нацистами и коммунистами; в 1970-е годы радикальная часть внепарламентской оппозиции вела вооруженную борьбу против государства и истеблишмента (*Rote Armee Fraktion, RAF*)). В современных условиях компании ограничиваются «юридическими войнами», например, путем ведения процессов о нарушении авторских или патентных прав. Строго говоря, и здесь есть третье лицо — суд или квазисудебный орган, — которое решает вопрос об успехе одного из конкурентов.

По поводу функций, выполняемых механизмом конкуренции, нет единой точки зрения, причем это касается как экономики, так

и политики. *Одной из причин* этих разногласий является невозможность жесткого отграничения функций, некоторые из которых являются частью или предпосылкой для выполнения других.

Ограничение влияния отдельных игроков является функцией, выполняемой как экономической, так и политической конкуренцией. Среди специфических функций в экономике обычно называются обеспечение работы механизма ценообразования²⁵, перераспределение ресурсов и мотивация к инновациям.

В качестве основной функции, выполняемой механизмом конкуренции в политической сфере, как правило, называется образование дееспособного правительства²⁶. Дееспособность правительства обеспечивается не только наличием большинства, необходимого для принятия законов в парламенте, но и достаточным уровнем его легитимности. Легитимность в данном случае понимается как психологическая готовность граждан следовать указаниям правительства, или шире — государства, основанная *не* на угрозе применения насилия. Конкуренция между партиями и институт выборов считаются важным средством для обеспечения легитимности²⁷. Напротив, способность избранного органа отражать структуру настроений электората считается не столь важным свойством, что, в частности, приводит к допустимости мажоритарных систем, несмотря на заложенные в них возможности серьезных различий между распределением голосов и мест в парламенте.

2. Разные модели конкуренции

Дефиниция, данная выше, описывает конкуренцию на абстрактном уровне, задавая минимум неотъемлемых признаков. Конкретизация этого понятия может происходить по-разному. Наиболее распространенными являются следующие три модели²⁸: 1) модель совершенной конкуренции; 2) модель работающей конкуренции; 3) модель свободной конкуренции.

Разработанная в конце XIX — первой половине XX века модель *совершенной* конкуренции известна читателю-неэкономисту наилучшим образом, ее признаки будут изложены в следующем разделе. Модель *работающей* конкуренции будет представлена в связи с описанным ниже парадоксом Кант-

ценбаха. Наконец, модель *свободной* конкуренции, хотя и не будет изложена систематически, сыграет определенную роль при ответе на вопрос о значении барьера для образования новых партий. Сторонники этого подхода, также известного как «Чикагская школа» или неоклассическая модель, выступают за первоочередное обеспечение свободного доступа к рынкам в надежде на то, что все остальное урегулируется само собой.

3. Совершенная конкуренция в экономике и политике

Теоретически ситуация совершенной конкуренции в экономике наступает при выполнении ряда условий, из которых интерес для нас представляют следующие: 1) число участников рынка — продавцов и покупателей — настолько велико, а их размер и значение, соответственно, настолько малы, что они не могут по отдельности оказывать какое-либо влияние на рынок; 2) ограничения для выхода на рынок и ухода с него отсутствуют; 3) участники рынка обладают полной информацией о спросе и предложении; 4) товары однородны по качеству²⁹.

Эти условия могут быть переведены в категории политической сферы следующим образом: 1) число политических партий велико, как и число избирателей; 2) партии могут создаваться и распускаться без каких-либо ограничений; 3) предпочтения избирателей и намерения партий известны всем остальным участникам политического рынка; 4) политические программы партий идентичны.

В то время как первые три условия если и вызывают сомнения, то лишь с точки зрения их реализуемости, четвертое условие выглядит нелепо. Здесь мы сталкиваемся с необходимостью более глубокой смысловой адаптации экономических подходов при их применении к политическим явлениям. Условие однородности товара введено для того, чтобы компании боролись за весь слой потребителей, присутствующих на рынке. Если товары дифференцируются по своим свойствам, то это означает и дифференциацию потребителей на несколько подгрупп, то есть образование нескольких «подрынков». По этой причине можно сформулировать условие 4 следующим образом: партии борются за влияние на *весь* электорат.

В модели совершенной конкуренции взаимная зависимость цены и количества реализуемого товара устанавливается на идеальном рынке. На схеме 1 условно изображены кривые совокупного спроса и предложения. Все сделки купли-продажи осуществляются в точке и в момент пересечения этих кривых. Цена, по которой это происходит, именуется *равновесной*, так как она указывает на точку равновесия между спросом и предложением: с одной стороны, удовлетворяется весь спрос, с другой — обеспечивается весь сбыт. Отдельные участники рынка не могут непосредственно влиять на равновесную цену и учитывают ее как внешний, объективный параметр, меняя в зависимости от ее уровня объем своего предложения или спроса.

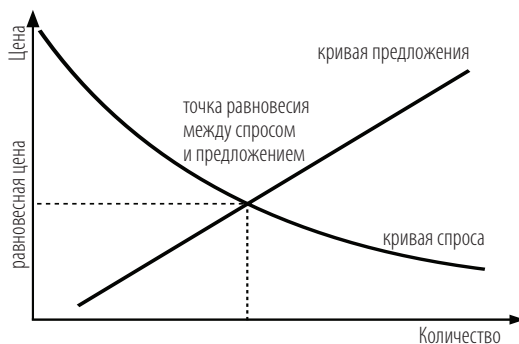


Схема 1. Закон спроса и предложения

Считается, что торговля биржевыми товарами (сырье, ценные бумаги) приближается к идеальному рынку. Однако на рынке готовых изделий правило однородности товаров не выполняется. Такой рынок не является идеальным, даже при наличии достаточно большого числа участников («гетерогенная полиполия»).

Графическое представление электорального процесса на политическом рынке, изображенное на схеме 2, ориентируется на работу Даунса³⁰. Для аналитических целей Даунс максимально упрощает модель и вводит шкалу плавного изменения определенной, то есть одной-единственной политической позиции, отложенной по горизонтали. В книге Даунса в качестве примера взято отношение к степени государственного регулирования экономики: в крайней *левой* точке 0 это регулирование максимально (тотальное огосударствление), в крайней *правой* точке 100 — оно отсутствует. По вертикали отложены до-

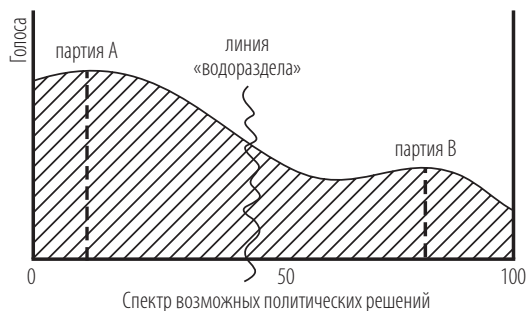


Схема 2. Распределение предпочтений избирателей и позиции партий

ли электората. Кривая, ограничивающая заштрихованное пространство, показывает распределение предпочтений избирателей в отношении разных вариантов государственной политики («доли рынка»). Прерывистые вертикальные линии отображают позиции, занимаемые отдельными политическими партиями. Волнистая вертикальная линия показывает место разграничения между обеими частями электората: избиратели слева от нее отдадут свои голоса партии А, справа — партии В. Распределение предпочтений избирателей считается фиксированным и партии могут, меняя свою политическую платформу, передвигаться по горизонтальной шкале, пытаясь сдвинуть границу между электоральными группами таким образом, чтобы обеспечить себе максимально возможный результат. График на схеме 2 является лишь примером, количество партий может быть больше двух, а распределение предпочтений избирателей — носить совершенно иной характер.

Визуально представленные здесь графики не очень похожи, но их можно было бы привести к более единообразному виду. График политического рынка изначально показывает как множественность избирателей, так и партий. Напротив, график, отображающий работу ценового механизма, скрывает тот факт, что и на стороне покупателей, и на стороне продавцов выступает множество лиц. Однако эта анонимность носит искусственный характер, так как изображенные здесь кривые получаются путем суммирования множества кривых спроса и предложения всех участников рынка. Обе кривые не обязательно принимают столь простой вид, как изображено на схеме 1. Например, известна ситуация, когда спрос на определенный товар растет с ростом цены (эффект Веблена)³¹.

Несмотря на все различия, модели имеют одно важное сходство: в обеих есть параметр, общий для всех участников соответствующих рынков. В модели идеального рынка это равновесная цена, в модели политического рынка — результат выборов. Равновесная цена и результат выборов представляют собой так называемые «коллективные (публичные, общественные) блага». Являясь собираемым, понятие коллективного блага может означать некое экономическое, политическое или иное явление либо свойство, характеризующее *неделимостью и доступностью* для всех членов общества. Примерами коллективных благ являются состояние окружающей среды, обороноспособность страны, общественная безопасность, состав парламента³², качество дорожной сети общего пользования. В экономике оборот коллективных благ подпадает своим закономерностям, во многом отличающимся от оборота обычных (штучных) товаров.

4. Отличие политического рынка от экономического

Важное различие между товарным рынком и рынком политическим заключается во времени установления результата. На товарном рынке в момент сделки сторонам известны все ее существенные свойства: наименование, цена и количество товара. Если какой-то параметр не устраивает участника рынка, то он вправе воздержаться от сделки.

На политическом рынке избиратель, отдавая свой голос, иногда имеет довольно отдаленные представления о том, к каким результатам это приведет³³. В двухпартийной системе эта неопределенность носит относительно простой характер, но ситуация резко осложняется в многопартийной системе, особенно в условиях формирования коалиционных правительств³⁴. Хотя могут возникать ситуации, когда избиратели в момент голосования имеют достаточно четкие представления о том, как им стоит распорядиться своим голосом для достижения определенного результата, абсолютной уверенности в успехе у них нет, так возможна контрстратегия, направленная на его предотвращение³⁵.

Для полноты картины отметим, что и в экономике существуют виды сделок, когда часть параметров не известна в момент их

заклучения. Это, в первую очередь, разного рода аукционы и конкурсы. Предлагая свою цену, участник аукциона не может быть уверен, что другой участник не предложит более высокую. Подавая свое предложение на конкурс, участник может лишь предполагать, как сформулированные им условия соотносятся с условиями других конкурсантов.

5. Сегментация избирательного корпуса: один рынок или несколько?

Установить, насколько эффективна конкуренция, можно лишь применительно к рынку конкретного товара или товаров. Определение границ такого, так называемого релевантного, рынка является непростой задачей как для экономической науки, так и при применении антимонопольного законодательства. Признаком того, что два не обязательно совершенно идентичных товара образуют единый, релевантный рынок, является перекрестная ценовая эластичность: рост цены на один товар приводит к росту спроса на другой, что означает их взаимозаменяемость³⁶.

Применительно к политической области это означает, что если партия X из-за смены своей политической позиции потеряла N голосов, а партия Y приобрела N голосов, то обе эти партии находятся в состоянии конкурентной борьбы друг с другом. Это правило справедливо в двухпартийной системе, если вынести за скобки категорию избирателей, не участвующих в выборах. В многопартийных системах возможны более сложные переходы, направление которых должно определяться не только на основании динамики результатов голосования, но и с помощью специальных инструментов.

В современных условиях скорее типична ситуация низкой сегментированности избирательного корпуса³⁷. Это приводит к тому, что все партии могут рассматриваться как находящиеся в состоянии конкуренции друг с другом. Устойчивые группы избирателей, образующие изолированные «рынки», на которых за голоса борются лишь некоторые из существующих партий, могут появляться по причинам, связанным с религиозной, национальной или региональной принадлежностью. Известны примеры стран, в которых сегментация избирательного корпуса (была) закреплена институционально (ЮАР времен

апартеида, Фиджи). В Германии Христианско-демократический союз (ХДС) действует во всех землях, кроме Баварии, где существует отдельная партия — Христианско-социальный союз (ХСС), самостоятельно выступающая на федеральных выборах, но только в этой земле. В Бундестаге обе партии образуют единую фракцию.

6. Выход на рынок и его ограничения

В теории принято различать три категории ограничений, действующих в отношении доступа к рынку новых «игроков»:

а) Структурные (объективные) ограничения

Эти ограничения связаны с объективной ситуацией на рынке конкретного товара, например с большой стоимостью создания необходимого производства. В политической области это может быть ситуация, когда существующие партии в совокупности удовлетворяют запросы подавляющего числа избирателей, что лишает новую партию шансов на успех.

Однако периодически возникает ситуация, когда существующие партии теряют «бдительность», что приводит к образованию «не прикрытых» масс электората, достаточных для появления новых партий. Так, в Германии и, с меньшим успехом, в других европейских странах недооценка новой на тот момент экологической темы привела к появлению и закреплению на политическом поле партий Зеленых. В наше время история повторяется в отношении партий Пиратов.

б) Стратегические (субъективные) ограничения

Ограничения этого типа создаются участниками рынка, которые искусственно препятствуют доступу на него новых игроков. Необходимо отличать стратегические ограничения от структурных. Так, если существующие игроки объективно удовлетворяют спрос на товары или виды проводимой политики, то имеет место структурное ограничение. Напротив, если какие-то действия, например занижение цен, совершаются с целью не допустить нового игрока (демпинг), то это стратегическое ограничение. Внутри группы стратегических ограничений можно различать рыночные и ад-

министративные. Рыночные стратегические ограничения реализуются в ходе экономической деятельности компаний, административные предусматривают обращение к содействию государственных органов. Последнее может принимать разные формы, как легальные (пример: судебные процессы против конкурентов), так и нелегальные (пример: подкуп). Возможны сочетания. Например, если компания, защищающая рынок от новых игроков, демпингует, то она прибегает к рыночному стратегическому ограничению. Однако если демпинг принимает юридически запрещенные формы, то у такой компании возникает необходимость в применении административных ограничений.

Ярким примером стратегического ограничения в политической сфере является поведение буржуазных и левых партий во Франции, многие годы успешно организующих блокаду «Национального фронта»³⁸. В условиях мажоритарной системы и раздробленности партийного ландшафта победы могут добиваться лишь блоки партий. После первого тура партии, входящие в левый или буржуазный блок, осуществляют взаимную уступку округов в пользу кандидатов, имеющих наилучшие шансы победить во втором туре. Кандидаты «Национального фронта» из этих договоренностей, в которых участвуют практически все остальные сравнимые по размеру и значению партии, исключены. В итоге партия, регулярно получающая 10–15 процентов голосов, оказывается представленной в парламенте лишь эпизодически. Так, на последних выборах 2012 года «Национальный фронт» получил лишь два места в парламенте при 13,6 процента голосов в первом туре³⁹. Для сравнения: коммунистический «Левый фронт» получил в первом туре 6,91 процента голосов и 10 мест, а избирательное объединение «Центр за Францию» — 1,77 процента голосов и два места в парламенте (столько же, сколько «Национальный фронт»)⁴⁰.

Двухпартийная система американского образца также может рассматриваться в качестве примера стратегического ограничения, так как благодаря ее особенностям успешное выступление на выборах «третьей силы» оказывается практически невозможным. Причем это касается не только президентских выборов, но и выборов в Конгресс. Поэтому ставить знак равенства между бри-

танской и американской избирательными системами нельзя.

Если в экономической области стратегические ограничения могут оказаться предметом антикартельного или антидемпингового разбирательства, в политической они считаются легитимным методом борьбы, как минимум, до тех пор, пока соответствующие действия не оказываются самостоятельными нарушениями.

в) Институциональные (правовые) ограничения

Институциональные ограничения — это ограничения, установленные законодательством (и, возможно, судебной практикой). Организации, признаваемые политическими партиями, могут иметь какие-то привилегии по сравнению с другими, например обладать монополией на совершение определенных действий, таких как выдвижение кандидатов или списков, участвующих в выборах. В таком случае для признания организации политической партией необходимо выполнение определенных условий либо совершение определенной процедуры, либо и то и другое.

Именно институциональные ограничения были предметом изменений Закона «О политических партиях». Хотя формально определенный барьер все-таки сохранился, можно считать, что его высота стала равной нулю. Минимальные требования, которые закон предъявляет к политическим партиям, следует рассматривать как гарантию того, что эти организации, в принципе, существуют и носят федеральный характер. Но, как обычно, многое будет зависеть от административной и последующей за ней судебной практики.

г) Связь институциональных и стратегических ограничений

Усложненная процедура допуска к выборам переносит центр тяжести политической борьбы на эту раннюю стадию, которая проходит в условиях меньшей публичности и существенно меньших возможностей влияния со стороны электората. Партии, которые проявляют симпатии к такому варианту, должны обладать соответствующими ресурсами, не имеющими отношения к процедуре непосредственной демократической легитимации. С этой точки зрения снижение уровня институцио-

нальных ограничений одновременно уменьшает возможности для применения стратегических ограничений административного типа.

д) *Hard case*: «всеядная партия»

Трудности представляет интерпретация деятельности партии, пытающейся учесть ожидания всех значительных групп электората. С одной стороны, такая деятельность может подпадать под понятие *структурного* ограничения. Действительно, если запросы электората удовлетворяются существующими партиями, то *объективной* необходимости в появлении новых партий нет. С другой стороны, если мотивом для такой деятельности является препятствие появлению новых конкурентов, то имеет место *стратегическое* ограничение.

Примером такой «всеядной» партии являлась японская Либерально-демократическая партия, многие годы (с 1955 по 2009 год с перерывом в 1993—1994 годах) находившаяся у власти. Характерной особенностью этой партии является существование ярко выраженных внутривнутрипартийных группировок⁴¹. По сути, политическая борьба в Японии в это время была выведена за рамки избирательного процесса и носила внутривнутрипартийный характер. Аналогичной была ситуация, существовавшая в 1920—1960-е годы в США в некоторых штатах, охарактеризованных Чарльзом Линдбломом как *однопартийные (single-party states)*⁴².

Японская модель могла бы подойти для России, особенно с точки зрения тех сил, которые не хотели бы пускать дело на самотек, однако ее воссоздание требует определенного минимума *политической культуры*, то есть способности добиваться своих целей среди формально равноправных игроков, не прибегая к насилию⁴³.

Иногда «всеядность» определенной партии объясняется просто. Так, периодические «реверансы» немецкого ХДС в сторону консервативных или традиционалистских слоев электората представляют собой политическую риторику, направленную на то, чтобы «справа» от ХДС и ХСС не могла появиться жизнеспособная парламентская партия. Таким образом, в данном случае явно имеет место стратегическое ограничение, так как на практике политика ХДС не имеет ничего об-

щего с консервативными или традиционными ценностями.

7. Парадокс Кантценбаха: чем больше участников, тем ниже уровень конкуренции между ними

Модель совершенной конкуренции *жестко* задает несколько структурных признаков, к воплощению которых необходимо стремиться. Однако возможен и другой подход, примером чего является модель *работающей (эффективной) конкуренции (workable competition)*⁴⁴. В этой модели решающим является результат, к которому должна привести конкуренция. Какие структурные параметры содействуют этому, не задано изначально и является вопросом, требующим изучения. Возможны разные варианты конкретизации модели работающей конкуренции. Изложенное ниже базируется на подходе, предложенном в середине 1960-х годов немецким экономистом Эрхардом Кантценбахом⁴⁵. Схожие идеи до Кантценбаха и независимо от него высказывали немецкий экономист Альфред Отт⁴⁶ и американский Алмарин Филлипс⁴⁷.

Кантценбах вводит понятие *уровня* или *интенсивности* конкуренции, определяемый, как степень влияния компаний друг на друга. Важным случаем такого взаимного влияния является «догоняющая конкуренция», а именно необходимость для компаний нивелировать технические или организационные преимущества, достигнутые конкурентом. Если эта необходимость существует, компании зависимы друг от друга, если она отсутствует — то нет.

Целью, которую преследует Кантценбах, является определение *оптимального* уровня конкуренции, обеспечивающего наилучшие условия для инноваций и распределения ресурсов. Его исследование обосновывает парадоксальный вывод о том, что *рост числа* участников рынка приводит к *снижению* уровня их непосредственной зависимости друг от друга, а значит, и к *снижению* уровня конкуренции между ними⁴⁸.

Поэтому оптимальным, с точки зрения Кантценбаха, является умеренная *олигополия*⁴⁹, в которой действия каждой отдельной компании влияют на конкурентов⁵⁰ (а также на общую ситуацию на рынке⁵¹). К тому же в реальных условиях ограничение числа компа-

ний позволяет концентрировать (конечные) ресурсы, в противном случае «размазываемые тонким слоем» среди бесконечно большого числа производителей.

На основании этого Кантценбах приходит к революционному выводу о том, что если достижение оптимального уровня конкуренции невозможно по причине слишком большого числа участников рынка, то меры государственного регулирования должны быть направлены на *уменьшение* этого числа⁵². Революционным этот вывод можно назвать по той причине, что до этого действовало правило совершенной конкуренции, чем больше участников — тем лучше, прочно утвердившееся, как минимум, на уровне догмы⁵³. Предложение Кантценбаха перекликается с высказываниями тех российских политиков, которые требуют *искусственного ограничения* числа партий.

Укрупнение не обязательно должно проводиться в виде уменьшения числа самостоятельных предприятий. Некоторые отрасли, например сельское хозяйство, розничная торговля или сфера бытовых услуг предрасположены к дроблению. В этих условиях возможна организация закупочных и сбытовых коопераций. Главное, чтобы компании отрасли выступали единым фронтом по отношению к своим партнерам по сбыту или закупкам⁵⁴.

В реальности появление новой компании, как правило, но не всегда (например, в случае дробления существующей компании) сопровождается появлением новых производственных мощностей⁵⁵. Их рост приводит к снижению равновесной цены, а значит, и росту давления на (всех) производителей. Последнее, однако, само по себе не оказывает влияния на уровень конкуренции, понимаемой как степень *взаимной* зависимости компаний.

При достаточно большом числе компаний (полиполия) уровень взаимного влияния недостаточен для отбора, составляющего неотъемлемую часть понятия конкуренции; в пределе, когда действие отбора равно нулю, конкуренция отсутствует⁵⁶. Более того, так как доли отдельных предприятий исчезающе малы, уход каждого из них по отдельности никак не влияет на ситуацию на рынке. Образно говоря, в этих условиях все компании дружно идут на дно.

Модель Кантценбаха работает при соблюдении следующего важного условия: все

компании имеют *сравнимый* размер и влияние⁵⁷. Например, появление в дополнение к четырем существующим равнозначным компаниям десяти новых приведет к снижению уровня взаимного влияния (то есть снижению интенсивности конкуренции) лишь тогда, когда существующие ресурсы окажутся *примерно* одинаково распределены среди нового числа участников рынка. В некотором смысле это условие тривиально, так как ситуация сосуществования «гигантов» и «карликов» означает фактическое отсутствие последних, которые не должны учитываться при подсчете числа участников рынка.

Закономерность, на которой базируется модель Кантценбаха, можно пояснить на числовом примере (см. табл. 1). При увеличении числа компаний с одной до двух относительные доли рынка, приходящиеся на одну компанию, уменьшаются в два раза, со 100 до 50; при увеличении числа компаний с четырех до пяти — на одну пятую, со 100 до 80. Каждый раз с приходом очередной компании объем изменений, которые претерпевают отдельные участники рынка, снижается. При достаточно большом числе участников появление новой компании остается практически незамеченным. Та же логика действует и в отношении ухода компаний с рынка.

В пользу того, что уровень взаимной (субъективной) зависимости участников рынка снижается с ростом их числа, говорит и следующее практическое соображение. Держать в поле зрения двух или четырех сопер-

Таблица 1

Изменение доли рынка в зависимости от числа участников

Первоначальное число участников	Новое число участников	Доля рынка после прихода нового участника (до этого = 100)
1	2	50,00
2	3	67,00
3	4	75,00
4	5	80,00
5	6	83,00
6	7	86,00
7	8	88,00
8	9	89,00
9	10	90,00
10	11	91,00
100	101	99,01
1000	1001	99,90

ников — относительно простая задача. Но если это число составляет 20 или 30, задача резко усложняется. В этих условиях проще ориентироваться на какие-то общие, объективные параметры рынка.

Считается, что позиция Кантценбаха оказывала определенное влияние на антимонопольную политику Германии в конце 1960-х — 1970-х годах. Но на практике вопрос о *желаемом числе участников рынка и их размере* решается под влиянием политической и экономической конъюнктуры. Так, в начале 2000-х годов «мантрой» немецкой политики был тезис о необходимости *укрупнения* немецких банков, создании так называемых «национальных чемпионов». Обосновывалось это тем, что немецкие банки по сравнению с иностранными конкурентами невелики по своим размерам, что усложняет финансовую поддержку крупных корпоративных трансакций — особенно слияний и поглощений — и требует привлечения иностранных банков. Однако после кризиса 2008 года риторика поменялась на прямо противоположную. Отныне считается, что банки *не должны быть слишком большими*, так как в противном случае банкротство такого банка чрезмерно отражается на состоянии экономики в целом («*too big to fail*»).

8. Особенности конкуренции в политической сфере

а) Парадокс Кантценбаха в политике

Перевод описанного выше парадокса в политическую сферу будет выглядеть следующим образом. Идеальный политический рынок предусматривает наличие большого числа партий, *сравнимых по степени влиятельности*. Следовательно, доли электората, приходящиеся на каждую партию, снижаются до крайне малых величин. Это приводит к тому, что перемещение предпочтений избирателей становится малозаметным, конкуренция между партиями стремится к нулю. Уточним, что перемещение электоральных предпочтений носит случайный, нецеленаправленный характер. Если все избиратели партии А отдадут свои голоса партии В, то говорить об отсутствии конкуренции между этими партиями невозможно. Однако в рамках идеального «рынка», на котором все партии борются за

предпочтения всего электората, возникновение таких точечных противостояний невозможно.

По аналогии с экономической версией парадокса Кантценбаха рост числа партий одновременно со снижением уровня конкуренции между ними приводит к росту общего давления на все партии. В экономике это давление создается фактором конечности покупательной способности, которая должна распределяться между все большим числом продавцов. В политике такими ограничивающими факторами являются, во-первых, внимание избирателей, которое должно быть распределено между большим числом конкурирующих партий, и, во-вторых, избирательный барьер или избирательная квота. Например, если национальное законодательство устанавливает пятипроцентный барьер, то чисто арифметически в парламент не могут пройти больше 20 партий.

Аналогом экономической *кооперации* является организация избирательных объединений, включающих несколько партий. В таком случае конечные ресурсы в ходе выборов распределяются между меньшим числом соперников.

Требование *сравнимости* участников конкурентной борьбы применительно к политической сфере означает, что ответ на вопрос, будет ли наблюдаться парадокс Кантценбаха или нет, зависит не столько от абсолютного числа партий, сколько от распределения их электорального веса. В условиях 20 сравнимых партий уровень конкуренции между ними будет невелик. Напротив, уровень конкуренции окажется высоким при наличии трех-четырех партий-лидеров, даже если общее число партий будет существенно большим.

Свойство сравнимости не носит в данном контексте исключительно числового характера. Например, в ситуации, когда две большие «общенародные» партии собирают примерно одинаковое число голосов, третья, «нишевая», партия является сравнимой, даже если она набирает не 30—40, а 10 процентов голосов, так как именно от ее решения зависит, какая из двух других партий возглавит правительство. Именно такова была ситуация в Германии в середине 1960-х — середине 1980-х годов, когда Свободная демократическая партия играла роль своего рода «де-

лателя королей». Нужно признать, что конкретизация свойства сравнимости связана с определенными сложностями, так как здесь возникает опасность эклектичного смешения морфологического (оцениваются структурные признаки) и функционального (оцениваются последствия) подхода⁵⁸, что может привести к кругу в аргументации.

б) Партийно-политический ландшафт: «карлики» и «гиганты»

Если оценивать предпосылки, содействующие и противодействующие концентрации на политическом «рынке», а также последствия их воздействия, то складывается противоречивая картина. С одной стороны, есть основания полагать, что уровень концентрации здесь будет выше, чем на экономическом рынке. В частности, в классической избирательной системе голос избирателя неделим, что заставляет последнего в особой степени учитывать опасность проголосовать за бесперспективную партию или кандидата. Это дополнительно усиливает позиции общепризнанных лидеров избирательного процесса и содействует концентрации политических сил; если бы подобная ситуация существовала на рынке товаров, то разнообразие предложения резко бы сократилось⁵⁹. С другой стороны, число участников национального избирательного процесса во многих странах превышает среднее число компаний, присутствующих на национальном рынке определенного товара. Не редкость, когда в выборах принимают участие 25–30 партий⁶⁰. Представить себе ситуацию, когда в каждом магазине по всей стране одновременно предлагаются 25 разных марок кефира, довольно сложно.

Принципиальная разница между экономическим рынком и политическим заключается в наличии или отсутствии возможности существования участников-«карликов»: в экономике длительное существование небольшого предприятия, имеющего минимальный сбыт своих продуктов⁶¹, является абсолютным исключением из правил. Хотя компании-«призраки» как юридические лица без реальной деятельности могут существовать, крайне маловероятно, чтобы их продукты регулярно соревновались за внимание потребителей наравне с продуктами других компаний. Напротив, в политической сфере

возможно длительное существование партий-«карликов», регулярно принимающих участие в выборах, на которых они раз за разом получают мизерное количество голосов.

Для того чтобы понять причины этой разницы, мы можем еще раз обратиться к графикам спроса и предложения на экономическом и политическом рынках. Кривая предложения предприятия носит заданный характер и зависит от структуры издержек, на которые предприятие может влиять лишь отчасти (например, стоимость сырья, как правило, оказывается вне зоны влияния отдельного предприятия), а также от резерва производственных мощностей. Последнее обстоятельство играет немаловажную роль. Теоретически предприятие — участник полиполитического рынка (множество мелких производителей) могло бы, последовательно снижая цены, довести свою долю на рынке до 100 процентов и стать монополистом. Но в реальных условиях такое невозможно, так как подразумевает наличие неиспользованного резерва производственных мощностей, равного общему объему рынка⁶². Иначе говоря, мы имели бы перед собой компанию-гиганта, по непонятным причинам не спешащую до поры до времени реализовывать свой потенциал.

Напротив, партии могут конструировать свои политические платформы произвольным образом, обещая все что угодно, чтобы попасть в зону сосредоточения максимального объема предпочтений избирателей. *Конкуренция обещаний* носит иной характер, чем *конкуренция продуктов*, так как «производство» обещаний ничего не стоит и может быть перенастроено в максимально краткие сроки. Эта «свобода» заканчивается в момент прихода к власти, когда ставшая правящей партия должна принимать и исполнять реальные решения, как правило, не обладая полным контролем над факторами, влияющими на их характер⁶³.

Впрочем, в ходе экономического развития периодически складываются ситуации, в которых также возможна конкуренция «обещаний». Типичным примером этого был бум интернет-кампаний в США в конце 1990-х годов (*dot-com bubble*). Как и в других подобных историях, все закончилось (биржевым) крахом.

В силу отсутствия объективных «производственных» ограничений, решающее влия-

ние на число партий будет оказывать размер финансовых расходов, которые они должны нести для своего существования (постоянные издержки) и участия в избирательных кампаниях. Например, партии могут стоять перед необходимостью содержания дорогостоящего аппарата специалистов либо, наоборот, состоять исключительно из волонтеров-любителей, политиков «выходного дня». В последнем случае, при прочих равных условиях, число партий будет выше. Заметим, что новые средства коммуникации резко снизили стоимость информационной компоненты политического процесса, одновременно повысив степень непредсказуемости результатов ее действия.

в) Отсев партий-аутсайдеров

Многочисленность участников политического процесса сопровождается их жестким расслоением на несколько групп. В первую группу входят партии, безусловно проходящие в парламент. Во вторую группу попадают партии, чьи шансы стоят под вопросом. Третью группу составляют партии, шансов однозначно не имеющие, но по каким-то причинам получающие определенное, не минимальное число голосов⁶⁴. Наконец, четвертую группу образуют партии, чьи результаты исчезающе малы. Последняя, четвертая группа может оказаться и самой многочисленной.

Как говорилось выше, модель Кантценбаха работает лишь при выполнении условия сравнимости участников рынка. В экономике это условие не просто является теоретической предпосылкой, но и обычной ситуацией на практике. Ситуация в политической области прямо противоположна. Если отсутствуют мощные институциональные ограничения по типу предусмотренных прежней версией российского Закона «О политических партиях», то внешняя динамика партийного ландшафта — изменение общего числа партий — серьезно отличается от реальной, охватывающей лишь партии, имеющие определенный потенциал. В этих условиях можно говорить о правиле *отсутствия сравнимости* участников политического «рынка».

Это самым непосредственным образом влияет на восприятие ситуации потребителем-избирателем. При изучении прайс-листа определенных товаров потребитель может

быть уверен, что перед ним предложения сравнимых фирм. Напротив, держа в руках бюллетень с названиями 20 или 30 партий, избиратель может быть уверен, что эти партии в высшей степени неоднородны.

По этой причине избиратель в дополнение к анализу обещаний партий оценивает их шансы, строя прогноз по поводу того, как проголосуют другие избиратели⁶⁵. Для этого могут использоваться разные источники информации, например опросы электоральных настроений или электоральная история. Последняя может принимать институционализированные формы. Например, в Германии очередность партий в бюллетене для голосования по спискам определяется на основании результата, полученного партиями на предыдущих выборах (абз. 3 § 30 Закона «О федеральных выборах»).

В некоторых экономических отраслях также существует ярко выраженное расслоение между конкурентами при распределении доходов. В первую очередь это отрасли, в которых предлагаемый продукт является результатом труда отдельных физических лиц или небольших групп лиц, например, в сфере так называемых креативных профессий. Ситуация в этих отраслях похожа на ситуацию в партийно-политической области в условиях отсутствия институциональных ограничений и характеризуется относительно низким уровнем фиксированных издержек, направленных на поддержание специфической профессиональной деятельности. В пределе эти издержки могут быть равными нулю. Расслоение в уровне доходов публицистов, художников, музыкантов и т. д. достигает значений, сравнимых с расслоением электоральных результатов политических партий. Интересно, что это справедливо отнюдь не для всех категорий самозанятого населения: разброс доходов представителей трудовых профессий, таких как маляры, ремонтники и т. д., не столь велик.

г) Опыт электорального развития в Германии

Для иллюстрации изложенного выше можно привести пример послевоенной Германии, где произошла быстрая «зачистка» политического поля. Если в первом Бундестаге (1949) заседали 10 партий, то во втором (1953) — 7, в третьем (1957) — 5, а с 1961 по 1983 год в

Бундестаге были представлены всего лишь 4 партии⁶⁶. Справедливости ради следует упомянуть, что концентрации партийного ландшафта содействовало изменение Закона «О федеральных выборах»: на выборах 1949 года для участия в распределении мандатов партии должны были преодолевать пятипроцентный барьер в землях по отдельности; начиная с 1953 года учитывается результат голосования по всей стране⁶⁷.

Впоследствии число партий, представленных в парламенте, постепенно росло, достигнув шести. При этом число участников избирательного процесса менялось не принципиально, большую часть времени колеблясь где-то между 9 и 15; с начала 1990-х годов наблюдается тенденция по увеличению числа участников выборов до 20–30. Большинство «альтернативных» партий получают единицы или десятки тысяч голосов. Процентная доля «сгоревших» голосов, поданных за списки, не преодолевшие заградительный барьер, выражается однозначными числами.

На последних выборах в Бундестаг в 2009 году среди 27 конкурентов наибольшее число голосов — 11 828 277 — получил список ХДС, наименьшее — 1 854 — список Германской коммунистической партии. Шесть партий, прошедших в парламент, получили 92,6 процента от общего числа поданных голосов.

V. Анализ ситуации применительно к России

Снижение уровня требований для регистрации политических партий неизбежно приведет, а точнее уже привело, к росту их числа⁶⁸. Этому способствует и снижение размера минимально необходимых издержек на содержание партии, произошедшее благодаря новым требованиям к численности и ряду других послаблений, например благодаря тому, что отныне финансовая отчетность должна сдаваться в ЦИК не каждый год, а раз в три года.

Многие из зарегистрированных партий примут участие в выборах в Государственную Думу. Это означает, что за мандаты будут бороться не 7 партий, как в 2011 году, а существенно больше, возможно 30 или 40.

Уже одного этого достаточно, чтобы избирательная кампания приобрела иной характер. Это случится даже в том случае, ес-

ли средства, потраченные на ее проведение, останутся неизменными. Подобное предположение может быть принято, если посчитать, что многие из новых партий серьезными образованиями не являются и спектр представляемых интересов, а следовательно, и предоставляемых ресурсов, остался неизменным. Тем не менее избирательная кампания способна принять иной вид хотя бы по той причине, что в российских условиях особую роль играют коммуникационные платформы в Интернете, содержание которых не требует больших финансовых или человеческих ресурсов.

Увеличение числа участников выборов теоретически может привести к одному из трех результатов. Во-первых, может вырасти число партий, прошедших в парламент. Во-вторых, может произойти распыление голосов между множеством партий, которые не смогут преодолеть пятипроцентный барьер, поэтому число партий, присутствующих в парламенте, может даже сократиться. В-третьих, принципиальных изменений в структуре парламента может не произойти. Анализ этих сценариев представляет собой самостоятельную задачу, поэтому ниже приведены лишь некоторые общие соображения.

Первый возможный вариант — увеличение числа партий, прошедших в парламент — возможен, но не обязателен, так как зависимости в виде «больше участников выборов — больше партий в парламенте» не существует. Об этом говорит как недавний российский опыт, так и изложенный выше немецкий.

Согласно второму сценарию развития, особенно часто приводимому критиками изменений закона, наступит прямо противоположный эффект: голоса избирателей распылятся между множеством партий, в результате чего в Думу попадут две, три или четыре самые крупные. В итоге позиции партий, прошедших в парламент, будут непропорционально усилены по сравнению с числом полученных ими голосов. Заметим, что существуют определенные юридические границы для масштабов этого эффекта (п. 8 ст. 82 Закона «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»); партии, участвующие в распределении мандатов, должны в совокупности набрать не меньше 60 процентов от числа поданных голосов.

Распыление голосов означает, что избиратели массово отдадут их за партии, не имевшие реальных шансов на успех. То, что избиратели оценивают шансы разных партий на прохождение в парламент, не вызывает сомнений. Поэтому помешать этому может лишь *объективная* сложность ситуации либо *субъективная* неспособность избирателей справиться с этой задачей. Вероятность последнего представляется не очень большой: российский опыт показывает, что отечественный избиратель со временем освоил отсеивание партий, изначально обреченных на неудачу⁶⁹.

Напротив, нет уверенности в том, что объективная сложность выбора все-таки не вырастет настолько, что это приведет к существенному распылению голосов. Оценка вероятности такого развития представляет собой непростую, хотя и решаемую задачу, которой наверняка будет уделено внимание соответствующими исследовательскими организациями. Также можно ожидать, что многие партии построят свою избирательную кампанию на вменении конкурентам роли «подставной утки».

Именно на это направлен один из аргументов критиков изменений закона о партиях: по их мнению, упрощение регистрации приведет к появлению «симулякров» или «нанопартий», то есть партий, чья роль будет заключаться в искажении хода предвыборной кампании, а не реальной борьбе за мандаты с целью последующего проведения определенной политики. В этом высказывании содержится большая доля самоуверенности в том, что партии самих критиков «симулякрами» не являются. К тому же предметом этой критики, по сути, является пропорционально-списочная избирательная система сама по себе, которая в условиях анонимного масс-медийного общества дает шанс партиям, за которыми не стоят какие-либо значимые части общества или просто организационные структуры.

Создание партий по тактическим соображениям издавна считается легитимным приемом политической борьбы⁷⁰. Следовательно, политические силы должны быть способны к работе в условиях сосуществования с подобными образованиями. Интересно, что имитация разнообразия встречается и в экономической деятельности: например, один и

тот же продукт может одновременно продаваться под разными марками.

В пользу второго варианта говорит неоднозначность ситуации партий, давно представленных в Государственной Думе. С одной стороны, они имеют преимущество, хотя бы уже в силу факта своего длительного пребывания во властных структурах, что должно показывать наличие у них определенной субстанции. С другой стороны, есть признаки того, что партии-старожилы исчерпали свой потенциал, а в обществе растет стремление к переменам. Электорат, будучи разорванным между этими посылами, может проголосовать непредсказуемым образом.

Наконец, возможен и третий вариант, а именно, что рост числа участников избирательной кампании сам по себе не приведет к принципиальным изменениям в структуре парламента, так как будет компенсирован другими факторами. Например, не исключено, что представители либеральной оппозиции, столкнувшись с опасностью в очередной раз оказаться за бортом парламента, смогут договориться и выступить единым фронтом; в таком случае в Думу пройдет еще одна партия, а положение других будет отъюстировано с учетом ее результата, который вряд ли приведет к тектоническим сдвигам в соотношении сил.

VI. Выводы

Общество, построенное на демократических началах, объективно заинтересовано в определенном уровне конкуренции между партиями, так как это заставляет последние более чутко учитывать настроения электората. Интенсивность конкуренции зависит от ряда параметров, в том числе от количества конкурентов. Существуют признаки того, что уровень конкуренции между сравнимыми по влиянию партиями снижается с ростом их числа. В свою очередь партии, уже присутствующие на политической сцене, объективно заинтересованы в наличии препятствий для доступа новых игроков. По этим причинам в обществе, у представителей разных сил, может возникнуть стремление к ограничению числа политических партий.

Факторы, работающие на уменьшение числа конкурирующих субъектов, могут быть отнесены к одной из трех групп: структурные,

стратегические и институциональные ограничения. Институциональные ограничения работают наиболее непосредственно. Например, установление высоких требований к численности членов организаций, стремящихся к признанию в качестве политических партий, быстро и неизбежно приводит к снижению числа последних.

Однако недостатки такого искусственно-го ограничения перевешивают преимущества формально свободного доступа. При наличии институциональных ограничений необходимость в использовании других, структурных и стратегических, практически отпадает, вследствие чего ослабевает мотивация действующих партий учитывать мнение электората, что в свою очередь может вызвать рост радикальных настроений в обществе.

Вводя институциональные ограничения, государство (то есть правящая партия или группировка) берет на себя ответственность за обусловленную этим негибкость политического рынка, снижая его способность реагировать на изменение общественных настроений. В этих условиях оппозиция получает дополнительный аргумент для обвинений правительства в ухудшении (если таковое происходит) положения в стране.

Ситуация принципиально меняется, если институциональные барьеры низки или отсутствуют. Жалобы на это со стороны политических сил звучат нелепо и означают признание собственной неспособности к участию в конкурентной борьбе.

Из двух оставшихся видов ограничений структурные не вызывают особых вопросов. Что касается ограничений стратегических, то их оценка не столь однозначна, так как они могут серьезно исказить результаты волеизъявления электората. Проявлением стратегического ограничения в российских условиях может быть создание определенного числа партий-«призраков», предназначением которых будет исключительно манипулирование итогами выборов. Результат применения этой стратегии во многом будет зависеть от способности избирателей отсеивать такие партии.

Применение стратегических ограничений издавна считается легитимным способом ведения политической борьбы. Их использование правящей элитой *вместо* институциональных ограничений поставит Россию в один

ряд с такими признанными демократиями, как США, Франция и Германия.

Румянцев Андрей Георгиевич – доктор права (Dr. jur).

post@law.net.ru

¹ При этом речь идет не только о сокрытии истинных мотивов участников политической борьбы, но и о более широком явлении: политическому дискурсу целиком придается некий альтруистический оттенок. В частности, в то время как реклама товаров и услуг открыто направлена на удовлетворение индивидуальных (≈ эгоистичных) потребностей покупателей и клиентов, политическая реклама апеллирует к альтруистическим чувствам. См.: *Margolis H. Selfishness, Altruism and Rationality: A Theory of Social Change.* Cambridge; New York; Sydney: Cambridge University Press, 1982. P. 94. Интерпретировать внешне альтруистическое поведение избирателей можно по-разному, см., например: *Buchanan J.M. Individual Choice in Voting and the Market // The Journal of Political Economy.* Vol. 62. 1954. No. 4. P. 334–343, 336 f.

² Теории, придающие понятию «система» онтологический смысл, а также сторонники абсолютного детерминизма («физикализм» в редукционистской версии) придерживаются иных позиций, но их обсуждение выходит за рамки статьи.

³ См., например: *Самарина А., Михеева О.* Короткое политическое дыхание оппозиции: Либерализация законодательства пока не вызвала бума в партстроительстве // Независимая газета. 2012. 17 мая (http://www.ng.ru/politics/2012-05-17/1_opposition.html).

⁴ Там же.

⁵ По данным организатора выборов в Бундестаг (http://www.bundeswahlleiter.de/de/bundestagswahlen/BTW_BUND_09/zugelassene_parteien/).

⁶ См.: *Downs A. An Economic Theory of Democracy.* New York: Harper & Row Publishers, 1957. В концентрированной форме эта теория изложена в: *Downs A. An Economic Theory of Political Action in a Democracy // The Journal of Political Economy.* Vol. 65. 1957. No. 2. P. 135–150.

⁷ Например, в случае так называемой «коалиции меньшинств». См.: *Downs A. An Economic Theory of Democracy.* P. 55 ff.

⁸ См.: *Ibid.* P. 11 f., 28, 30 f.

⁹ См.: *Ibid.* P. 96 ff., 111.

¹⁰ См.: *Margolis H. Op. cit.* P. 100 f.

- ¹¹ См.: *Popper K.R.* Zur Theorie der Demokratie // Spiegel. 1987. Nr.32. S. 54–55, 55. Русский перевод см.: http://www.democracy.ru/curious/democracy/Popper_democracy.html.
- ¹² См.: *Rumyantsev A.* Die Garantie des kollektiven Gutes der fehlerfreien Berichterstattung als medienübergreifender Rechtsgrundsatz: Zugleich ein Beitrag zu einer funktional-institutionellen Theorie des Medienrechts. Berlin; Münster: LIT Verlag, 2007. S. 148.
- ¹³ См.: *Downs A.* An Economic Theory of Democracy. P. 107 ff.
- ¹⁴ В области экономики одним из первых на это обратил внимание Шумпетер. См.: *Schumpeter J.A.* Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus. 6. Aufl. Berlin: Duncker & Humblot, 1964 [1911]. S. 100. Относительно политической сферы см.: *Luhmann N.* Legitimation durch Verfahren. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1983 [1969]. S. 170.
- ¹⁵ *Смут А.* Исследование о природе и причинах богатства народов // Антология экономической классики: В 2 т. / Авт.-сост. И.А.Столяров. М.: Эконов, 1993. Кн. 1, гл. II.
- ¹⁶ См., например: *Rumyantsev A.* Op. cit. S. 127 ff.
- ¹⁷ *Холмс С.* Конституции и конституционализм (Глава восьмая из книги «Оксфордский справочник по сравнительному конституционному праву») // Сравнительное конституционное обозрение. 2012. № 3(88). С. 56–84, 64.
- ¹⁸ См.: *Downs A.* An Economic Theory of Democracy. P. 282 ff.
- ¹⁹ О возможности и причинах альтруизма см., например: *Румянцев А.* Эволюционно-психологическое обоснование либеральной государственности, или почему принцип «чем меньше государства, тем лучше» может помочь России // Сравнительное конституционное обозрение. 2011. № 5(84). С. 86–106, 89, 91.
- ²⁰ Это один из тезисов так называемой «поведенческой экономики» (*behavioral economics*).
- ²¹ См.: *Downs A.* An Economic Theory of Democracy. P. 267 ff.
- ²² Это наблюдение утвердилось не позднее середины XX века. См.: *Arrow K.J.* Social Choice and Individual Values. New York: John Wiley & Sons; London: Chapman & Hall, 1951. P. 1, 5 f.
- ²³ См.: *Baßeler U., Heinrich J., Utecht B.* Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft. 17. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag, 2002. S. 190.
- ²⁴ В классической работе Роберта Даля и Чарльза Линдблома ценовой механизм в экономике и олигархия в политике (понятие, введенное авторами для замены классических представлений о демократическом процессе) охарактеризованы идентично: контроль ведомых за лидерами. См.: *Dahl R.A., Lindblom C.E.* Politics, Economics and Welfare: Planning and Politico-Economic Systems Resolved into Basic Social Processes. New York; Evanston; London: Harper & Row Publishers, 1963 [1953]. P. 175, 275 f.
- ²⁵ Строго говоря, ценообразование — это функция рынка и происходит в условиях рыночной экономики даже при отсутствии конкуренции, например в случае одного-единственного продавца-монополиста. Последний, однако, может учитывать опасность выхода на рынок соперников, возможность чего сама по себе моделирует конкурентную ситуацию.
- ²⁶ См.: *Schumpeter J.A.* Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie. 7. Aufl. Tübingen; Basel: Francke Verlag, 1993 [1942]. S. 427 f., 433 ff.; *Downs A.* An Economic Theory of Democracy. P. 7, 24; решение Федерального конституционного суда Германии от 5 апреля 1952 года, BVerfGE 1, 208 [247 f.].
- ²⁷ См.: *Luhmann N.* Op. cit. S. 151 ff., 171 ff. См. также решение Федерального конституционного суда Германии от 25 июля 2012 года: 2 BvF 3/11 (2 BvR 2670/11, 2 BvE 9/11), Rn. 55 (http://www.bundesverfassungsgericht.de/entscheidungen/fs20120725_2bvf000311.html).
- ²⁸ См.: *Baßeler U., Heinrich J., Utecht B.* Op. cit. S. 192 ff.
- ²⁹ Три признака — большое число участников, прозрачность рынка и однородность товаров — являются признаками так называемого идеального рынка, или «гомогенной полиполии». Иными словами, совершенная конкуренция — это идеальный рынок + свобода доступа.
- ³⁰ *Downs A.* An Economic Theory of Democracy. P. 115 ff. Сам Даунс предваряет эту часть указаниями на работы предшественников.
- ³¹ См.: *Baßeler U., Heinrich J., Utecht B.* Op. cit. S. 106.
- ³² См.: *Margolis H.* Op. cit. P. 171.
- ³³ См.: *Buchanan J.M.* Op. cit. P. 335, 339 f.
- ³⁴ См.: *Downs A.* An Economic Theory of Democracy. P. 47 ff., 143 ff.
- ³⁵ См.: *Румянцев А.* «Изыбточные» мандаты и проблема легитимности в немецком избирательном праве // Сравнительное конституционное обозрение. 2009. № 6(73). С. 5–15, 13–14.
- ³⁶ См.: *Baßeler U., Heinrich J., Utecht B.* Op. cit. S. 112, 195.

- ³⁷ Типичным примером является электоральное развитие в Нидерландах. Здесь еще в начале 1960-х годов подавляющая часть избирателей довольно жестко была распределена между четырьмя группами: католиками, протестантами, либералами и социалистами. Но уже тогда эта сегментация стала терять свои очертания. В наше время настроения нидерландского электората отличается повышенной нестабильностью и непоследовательностью. См.: *Lepszy N., Wilp M.* Das politische System der Niederlande // Die politischen Systeme Westeuropas / W. Ismayr (Hrsg.). 4. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009. S. 405–450, 419 ff., 427.
- ³⁸ См.: *Knapp A.* Parties and the Party System in France: A Disconnected Democracy? Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan, 2004. P. 28 ff., 335 f.; *Schild J.* Wählerverhalten und Parteienwettbewerb // Parteien in Frankreich: Kontinuität und Wandel in der V. Republik / S. Ruß, J. Schild, J. Schmidt, I. Stephan. Opladen: Leske + Budrich, 2000. S. 57 ff.; *Kempf U.* Das politische System Frankreichs. 4. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007. S. 171 f.
- ³⁹ Первый тур проводится по правилам мажоритарной системы абсолютного большинства, второй — относительного. Так как первый тур проводится во всех избирательных округах и в нем принимают участие все партии и кандидаты, то его результаты свидетельствуют о степени популярности политических сил.
- ⁴⁰ По данным Министерства внутренних дел Франции (http://www.interieur.gouv.fr/sections/a_votre_service/resultats-elections/LG2012/FE.html).
- ⁴¹ См.: *Kerbo H.R., MacKinstry J.A.* Who Rules Japan?: The Inner Circles of Economic and Political Power. Westport, CT: Praeger Publishers, 1995. P. 97 ff.
- ⁴² См.: *Lindblom C.E.* The Policy-Making Process. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1968. P. 57. Fn. 10.
- ⁴³ См.: *Crick B.* In Defence of Politics. Revised Pelican Edition. Harmondsworth: Penguin Books, 1964. P. 32. Это, однако, приводит к необходимости постоянно ковать альянсы и искать союзников (см.: *Dahl R.A., Lindblom C.E.* Op. cit. P. 304), что, в свою очередь, вызывает разочарование людей, стремящихся к эффективному решению реальных проблем. Немецкий предприниматель Харальд Крист во время избирательной кампании 2009 года считался теневым министром экономики от социал-демократиче-
- ской партии. В 2012 году он объявил, что покидает политическую сцену. В одном из интервью он так обосновал этот шаг: «Чтобы оказаться обремененным политической ответственностью, нужно отказаться от столь большого количества убеждений, что цена этого представляется мне слишком высокой. <...> Я ведь хочу заниматься решением реальных задач, а не перманентным отслеживанием того, как определенные идеи и представления воспринимаются в партии; кто, что и о чем думает. Это постоянное лавирование все парализует и, в условиях текущего кризиса, препятствует продвижению вперед» (*Dohmen F.* Politik-Aussteiger Harald Christ: «Dieses ständige Taktieren lähmt alles» // Spiegel Online. 2012. 12. Juli (<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/harald-christ-fuer-steinmeier-als-kanzlerkandidat-der-spd-a-843687.html>)).
- ⁴⁴ См.: *Baßeler U., Heinrich J., Utecht B.* Op. cit. S. 192 f. Основы этой модели были описаны в: *Clark J.M.* Toward a Concept of Workable Competition // The American Economic Review. Vol. 30. 1940. No. 2. P. 241–256.
- ⁴⁵ См.: *Kantzenbach E.* Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. 2. Aufl. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1967. Концепция Кантценбаха вызвала оживленную дискуссию в немецкой экономической науке, см.: *Hoppmann E.* Das Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität — Rivalität oder Freiheit des Wettbewerbs: Zum Problem eines wettbewerbspolitisch adäquaten Ansatzes der Wettbewerbstheorie // Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik (JbNSt). 1966. Bd. 179. S. 286–323; *Kantzenbach E.* Das Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität: Eine Erwiderung auf den gleichnamigen Besprechungsaufsatz von Erich Hoppmann // JbNSt. 1967/68. Bd. 181. S. 193–241; *Hoppmann E.* Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs: Bemerkungen zu Kantzenbachs Erwiderung // Ibid. S. 251–264; *Kaufer E.* Kantzenbachs Konzept des funktionsfähigen Wettbewerbs // JbNSt. Bd. 1966. 179. S. 481–492; *Kaufer E.* Das Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität // JbNSt. 1967/68. Bd. 181. S. 242–250; *Schmidt I.* Neuere Entwicklungen in der Wettbewerbstheorie unter Berücksichtigung wachstumspolitischer Zielsetzungen // Wirtschaft und Wettbewerb (WuW). 16. Jg. 1966. S. 699–731.
- ⁴⁶ См.: *Ott A.E.* Marktform und Verhaltenweise. Stuttgart: Gustav Fischer Verlag, 1959; *Ott A.E.* Grundzüge der Preistheorie. 3. Aufl. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1979. S. 59 ff.

- ⁴⁷ См.: *Phillips A.* Market Structure, Organization and Performance: An Essay on Price Fixing and Combinations in Restraint of Trade. Cambridge: Harvard University Press, 1962.
- ⁴⁸ См.: *Kantzenbach E.* Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. S. 41, 43 ff.; *Ott A.E.* Marktform und Verhaltenweise. S. 46.
- ⁴⁹ Форма рынка, находящаяся между монополией (одна компания) и полиполией (большое количество небольших компаний).
- ⁵⁰ См.: *Kantzenbach E.* Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. S. 31, 48 f., 102.
- ⁵¹ См.: *Ott A.E.* Marktform und Verhaltenweise. S. 117.
- ⁵² См.: *Kantzenbach E.* Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. S. 137, 144 ff.
- ⁵³ См.: *Ibid.* S. 136. См. также: *Phillips A.* *Op. cit.* P. 37 f.
- ⁵⁴ См.: *Kantzenbach E.* Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. S. 145.
- ⁵⁵ См.: *Ibid.* S. 85. Fn. 1.
- ⁵⁶ Об особенностях ценообразования и конкуренции на полиполическом рынке см.: *Ott A.E.* Grundzüge der Preistheorie. S. 62 f., 64; *Kantzenbach E.* Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. S. 145.
- ⁵⁷ См.: *Kantzenbach E.* Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. S. 43. Fn. 1. См. также: *Ott A.E.* Marktform und Verhaltenweise. S. 3.
- ⁵⁸ См.: *Ott A.E.* Marktform und Verhaltenweise. S. 81 f.
- ⁵⁹ См.: *Buchanan J.M.* *Op. cit.* P. 338. Возможность распределения голоса или голосов между несколькими списками/кандидатами (панаширование) может ослабить эту зависимость и приближает поведение избирателя к поведению покупателя, распределяющего свой бюджет между несколькими товарами.
- ⁶⁰ Несколько примеров: *Нидерланды*, 2010 год, выборы во Вторую палату Генеральных штатов, участвовали 18 партий, из которых 10 прошли в парламент (http://www.kiesraad.nl/sites/default/files/Statistische_gegevens_verkiezing_Tweede_Kamer_2010.pdf); *Италия*, 2008 год, выборы в Палату депутатов (кроме региона Валле д'Аоста и зарубежного избирательного округа), — 30 и 7 соответственно (<http://elezionistorico.interno.it>); *Швеция*, 2010 год, выборы в Риксдаг, — 37 (имели собственные избирательные бюллетени) и 8 соответственно (<http://www.val.se/val/val2010/slutresultat/R/gike/index.html>).
- ⁶¹ При этом имеет значение доля рынка, на котором предприятие присутствует. Региональное предприятие может иметь мизерную долю на национальном рынке какого-то продукта, но его доля на локальном рынке может быть достаточной для осмысленной деятельности и достижения поставленных целей. Если взять пример немецких коммунистов, получивших на последних выборах 2009 года 1 854 голоса (см. примеч. 66), то этого результата вполне хватило бы для победы на выборах во многих небольших муниципалитетах.
- ⁶² См.: *Ott A.E.* Marktform und Verhaltenweise. S. 63, 72. В данном случае имеются в виду развитие рынка в краткосрочной перспективе, не учитывающее возможность введения новых производственных мощностей, см.: *Kantzenbach E.* Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. S. 40 f. В отраслях, занятых производством нематериальных благ, например компьютерных программ, это ограничение перестает работать.
- ⁶³ См.: *Downs A.* An Economic Theory of Democracy. P. 108.
- ⁶⁴ Одной из причин этого может быть «протестное» голосование в *чистом* виде, которое должно отвечать трем условиям: 1) партия занимает достаточно радикальную позицию, 2) партия не имеет реальных шансов оказаться у власти или попасть в парламент, 3) по оценке избирателя, партия наберет некоторое, неминимальное количество голосов, чтобы результат голосования был замечен (см.: *Luhmann N.* *Op. cit.* S. 171. Fn. 31).
- ⁶⁵ См.: *Downs A.* An Economic Theory of Democracy. P. 48, 150 f.
- ⁶⁶ По данным организатора выборов в Бундестаг (http://www.bundeswahlleiter.de/de/bundestagswahlen/downloads/bundestagswahlergebnisse/btw_ab49_ergebnisse.pdf).
- ⁶⁷ См.: *Seifert K.-H.* Bundeswahlrecht: Wahlrechtsartikel des Grundgesetzes, Bundeswahlgesetz, Bundeswahlordnung und wahlrechtliche Nebengesetze. 3. Aufl. München: Verlag Franz Vahlen, 1976. S. 18 f.
- ⁶⁸ На 12 декабря 2012 года список зарегистрированных политических партий содержал 48 партий, см. сайт Министерства юстиции РФ: <http://www.minjust.ru/nko/gosreg/partii/spisok>.
- ⁶⁹ См.: *Кычев А.* Партий много не бывает: Реальное число партий в России будет колебаться между 40 и 140 (http://www.gazeta.ru/comments/2012/04/25_x_4562897.shtml).
- ⁷⁰ См., например: *Downs A.* An Economic Theory of Democracy. P. 127 f.