

Политический краудфандинг как концепт политических технологий

Валерия ГОЛКА,
аспирантка кафедры политических наук и права Государственного
учреждения «Южно-Украинский национальный педагогический
университет имени К. Д. Ушинского» (г. Одесса, Украина)

SUMMARY

Analyzes political crowdfunding as a new concept of political science. It is argued justification for the use crowdfunding technologies not only in business but also in the political sphere. It noted the efficiency, availability, low cost of the new forms of political investment through the development of information and communication technologies. The typology of political crowdfunding. Analyze political projects promoting domestic crowdfundingovimi platforms. Draws attention to the problem of legal gaps in the regulation of national funding. We study the foreign experience of organizing public support (mikroinvestuvannya) political projects. Emphasizes that in terms of political theory crowdfunding лежит solidarity. There crowdfunding properties of political social networks to transform the accumulated social capital in the financial capital.

Keywords: crowdfunding, political crowdfunding, political fundraising, political investment.

РЕЗЮМЕ

Анализируется политический краудфандинг, как новый концепт политической науки. Аргументируется оправданность применения технологии краудфандинга не только в бизнесе, но и в общественно-политической сфере. Отмечаются эффективность, доступность, дешевизна новых форм политического инвестирования, благодаря развитию информационно-коммуникационных технологий. Предлагается типология политического краудфандинга. Анализируются продвижения политических проектов отечественными краудфандинговыми платформами. Привлекается внимание к проблеме правовых пробелов в регулировании народного финансирования. Изучается зарубежный опыт организации общественной поддержки (микроинвестирования) политических проектов. Акцентируется внимание на то, что в основе политического краудфандинга лежит теория солидарности. Отмечаются свойства политического краудфандинга трансформировать накопленный социальными сетями социальный капитал в капитал финансовый.

Ключевые слова: краудфандинг, политический краудфандинг, политический фандрайзинг, политическое инвестирование.

REZUMAT

În acest articol este analizat crowdfunding-ul politic în calitate de o nouă concepție a științei politice. Este argumentată justețea aplicării tehnologiei crowdfunding-ului nu numai în cadrul businessului, dar și în sfera social-politică. Se menționează eficiența, accesibilitatea, prețul scăzut al noilor forme ale investițiilor politice, grație dezvoltării tehnologiilor informaționale și de comunicare. Se propune o tipologie de crowdfunding politic. Este analizată promovarea proiectelor politice de către platformele autohtone de crowdfunding. Se atrage atenția asupra problemei scăpărilor jurisdicționale în reglementarea finanțării populare. Este studiată experiența internațională în ceea ce privește organizarea asistenței publice (a microinvestirii) proiectelor politice. Se atrage atenția și asupra faptului că la baza crowdfunding-ului politic se află teoria solidarității. Sunt menționate calitățile crowdfunding-ului politic de a transforma capitalul social acumulat de rețelele sociale în capital financiar.

Cuvinte-cheie: crowdfunding, crowdfunding politic, fundraising politic, investiție politică.

Современный политический процесс открыт к новым технологическим механизмам, в том числе и организационно-финансовым. Политическая практика последних лет продемонстрировала активность использования концепта «краудфандинг»-а, который, стартовав как бизнес-механизм, в настоящее время расширил область применения и на общественно-политическую сферу.

Понятие «политический краудфандинг» является новым концептом политической науки. Сложность понимания его сущности предопределяется, во-первых, отсутствием исследовательского единства в толковании базового понятия - «краудфандинг»; во-вторых, концептуальной новизной феномена политического краудфандинга и его разновидностей и поэтому незначительной эмпирической базой для изучения практики применения механизма краудфандинга.

Значимость изучения возможности применения краудфандинга в политике заключается в выяснении тех

новых подходов, с помощью которых разрешается проблема недостатка ресурсов для реализации общественно значимых проектов. Поэтому важной теоретико-методологичной задачей является креативный анализ зарубежного опыта применения этого механизма в общественно-политическом измерении с целью выявления целесообразности/нецелесообразности его имплементации в украинское политическое пространство.

Данной проблемой активно занимаются такие ученые разных отраслей научного знания, как Н. Гончарук, И. Васильчук, А. Дудкин, П. Кныш, Д. Котенко, О. Марченко, Ю. Петрушенко, В. Полищук, А. Соколов, А. Фоменко, И. Химич, А. Шерман и др.

Среди определений краудфандинга наиболее распространенным является его трактование как процесса объединения ресурсов, сотрудничества, открытого конкурса, инструмента активизации деятельности. Очевидно, разнообразность научных подходов объясняется их междисци-

плиарностью. В политической науке еще не выработано единого подхода к этому концепту, а в отечественном законодательстве понятие «краудфандинг» вообще отсутствует.

Политический краудфандинг – одна из инновационных социальных технологий. По мнению Д. Котенко, уникальной особенностью этого феномена является трансформация накопленного социальными сетями социального капитала в капитал финансовый [2, с. 141]. Уникальность краудфандинга в том, что этот инструмент финансирования, используя интернет-технологии, позволяет быстро получить небольшие инвестиции от большого количества людей для поддержки проекта.

А. Соколов определяет политический краудфандинг как «сбор средств на разнообразные политические проекты» [3, с. 33]. Он отмечает, что его целями, кроме собственно сбора финансов, являются привлечение внимания потенциального избирателя, демонстрирование собственной легитимности и общественной поддержки, отбрасывание обвинений относительно сомнительного финансирования и т. д. [3, с. 33]. Важная особенность политического краудфандинга – отсутствие традиционных посредников при финансировании – инвестор напрямую сотрудничает с реципиентом.

Популярность политического краудфандинга, как эффективного инструмента привлечения капитала, существенно возросла в последнее десятилетие. Благодаря стремительному развитию информационных технологий, политическим инвесто-

рам стали доступными новые привлекательные возможности финансирования. Финансирование осуществляется с помощью интернет-платформ. Примерами являются ресурсы: kickstarter.com, indiegogo.com, seedrs.com, boomstarter.ru, crowdcube.com, smartmarket.net, EquityNet.com, betterplace.org, respekt.net и др. Быстрое развитие народного финансирования обеспечивают и социальные сети (Twitter, Facebook, «ВКонтакте»), которые способны за короткий срок популяризировать привлечение инвестиций в конкретный проект.

В бизнесе можно говорить, как правило, о трех типах краудфандинга, в зависимости от вознаграждения, предлагаемого инвестору: безоплатный или условно безоплатный; с условным возвращением; безусловно поворотный (собственно инвестиционный). Когда же речь идет о типах политического краудфандинга, то, по нашему мнению, можно по аналогии выделить два типа:

– безоплатный (условно безоплатный) - предусматривает со стороны реципиента благодарность, упоминание об инвесторе (доноре), например, на сайте, при выступлениях перед избирателями; возможность участвовать в мероприятиях, организованных политической силой;

– с условным возвращением - допускает, что в будущем будет проведен обмен вклада инвестора на, например, лоббирование определенных интересов инвестора, включение его или его представителей в избирательный список и тому подобное.

Что же касается третьего (за бизнес-классификацией) типа, то, посколь-

ку субъекты политики (например, партии, общественные организации) являются неприбыльными организациями, то этот тип краудфандинга не отвечает сущности демократической политической деятельности.

Кроме того, по мнению автора статьи, можно выделить типы краудфандинга и за целевой сферой, на пример, электоральный, революционный (протестный) и др.

На Западе краудфандинг уже продемонстрировал эффективность в политической сфере, поскольку сочетает привлечение финансирования и проведение определенных кампаний. Обращение к целым группам избирателей позволяет методом краудфандинга создавать сообщества людей, которые, понимая личную значимость того или иного политического проекта, стремятся поддержать его финансово.

Деньги всегда играли важную роль в политике, однако сегодня сверх 90% кандидатов на Западе побеждают на выборах именно благодаря привлечению большего количества средств (не будем упоминать отечественные электоральные издержки). Благодаря электоральному краудфандингу, избиратели могут собрать более 80% бюджета кампании. Краудфандинг помогает избежать чрезмерных расходов, связанных с проведением кампании, например, огромных счетов за аренду, телефонные переговоры, переезды и т. д.

Организация краудфандинговой кампании практически бесплатна, а политические лидеры получают список инвесторов, которые поддержали их проект; эта база данных может

быть использована при проведении дальнейших кампаний. Очевидно, что спонсоры политической кампании, скорее всего, проголосуют именно за спонсируемую политическую силу и, кроме того, поделятся информацией о ней со своим окружением.

Так, политический краудфандинг помог Б. Обаме собрать 16,1 млрд. долларов [4]. В частности, в 2008 г. стратегия проведения президентских выборов Б. Обамы базировалась на использовании собственного сайта для привлечения финансирования. Кампания Б. Обамы собрала более 750 млн. долларов с помощью многочисленных мелких инвесторов (средняя инвестиция – 86 долларов на человека) [5]. Эта стратегия получила общественный резонанс и многоразово использовалась другими игроками политической арены.

Во время президентской кампании (2012 г.) кандидаты уже активно пользовались мобильными платежными платформами, хотя и не в таких объемах, как в кампании-2016. Б. Обама включил платформу онлайн-платежей Square в инструментарий своей предвыборной кампании в январе 2012 г., а ранее, в августе 2011 г., Республикаанская партия раздала более пяти тысяч онлайн-платежей для Square во время проведения Национального съезда. Конкретная цифра принятых пожертвований не называлась, хотя комментировалось, что использование Square для приема пожертвований и республиканцами, и демократами было успешным [6].

В президентских выборах-2016 в США для сбора пожертвований использовалось много способов. На-

пример, для сбора пожертвований все кандидаты в президенты США - от Х. Клинтон и Б. Сандерса до Р. Поля и М. Рубио - использовали платформу онлайн-платежей Stripe. Президентская кампания-2016 показала высокий уровень использования кандидатами современных технологий. Кампания Х. Клинтон, по оценке «Forbes», по состоянию на август 2015 г., уже получила только с помощью Stripe пожертвований больше, чем на 20 млн. долларов [6].

Организация «The Center for Public Integrity» провела исследование, результаты которых показали, в каких государствах получили дипломатические должности организаторы краудфандинговых кампаний по сбору средств в пользу Б. Обамы. Результаты проекта показали тесную взаимосвязь между большим финансированием и наиболее желаемыми должностями в дипломатических корпусах. Дипломатические должности получают не столько дипломаты, сколько организаторы кампаний по сбору финансирования. Такая практика характерна не только для Б. Обамы, она существует уже несколько десятилетий.

История развития краудфандинга в США и странах Западной Европы подтверждает теорию солидарности. На Западе, где традиции политического меценатства (политического инвестирования) сильные, все чаще мелкие спонсоры принимают участие в финансировании больших начинаний. Потенциал интернет-сообществ сегодня очевидный и политические субъекты вынуждены с этим считаться.

Примерами использования мето-

да краудфандинга на постсоветском пространстве являются: кампания по сбору средств на проект «РосПил» (<http://rosbil.info/>) О. Навального, сбор денег Московской Хельсинкской группой, сбор средств в избирательный фонд О. Чириковой, сбор денег на поддержку «Pussy Riot» и т. д. Причем, именно оппозиционеры начали использовать политический краудфандинг (его онлайн формат) для финансирования своих проектов. Например, О. Навальный организовал «РосПил» для борьбы со злоупотреблениями в сфере государственных закупок; собранные деньги используются на оплату юристов и работу сервера. В то же время, А. Соколов приводит такие цифры – 78% средств на поддержку панк-группы «Pussy Riot» было собрано не в России, а за ее пределами [3, с. 36].

На современном этапе политический краудфандинг в Украине только начинает развиваться. Среди украинских краудфандинговых платформ: «Украинская биржа благотворительности» (<https://ubb.org.ua/>); «Na-Starte» (<http://na-starte.com/ua/>); «JQ Star» (<http://jqstar.com/>).

Платформа «Украинская биржа благотворительности» имеет по сравнению с другими наибольшее количество успешно реализованных проектов – 747. Проектов политической направленности здесь нет, зато выделены группы проектов «Help UA» (возобновление школ в зоне АТО, реабилитация бойцов и тому подобное), «Здоровье» (поддержка больных), «Образование» (книги для школ Донбасса, школьная форма для детей-переселенцев, проведения так называе-

мых «научных пикников», поддержка детей с психическими, эмоциональными и поведенческими нарушениями), «Экология и животные» (помощь убежищам для животных), «Наш город» (обеды для детей из кризисных семей), «Как дома» (еда и средства гигиены для эвакуированных из зоны АТО, опека сиротами, воспитанниками школ-интернатов и т. д.).

Платформа «Na-Starte» акцентирует внимание на проектах музыки, видео, фото, моды, дизайна, спорта и т. п. (8 успешных проектов).

Платформа «JQ Star» среди групп проектов политические не выделяет, акцентируя внимание и деятельность на IT-технологиях, социальном предпринимательстве, экологии, туризме и т. д. Количество успешно реализованных проектов организаторами не указано.

В отечественной политической практике уже есть немало примеров электорального краудфандинга. Так, О. Богомолец собирала средства как кандидат на пост Президента Украины, подчеркивая в своих обращениях, что единственный ее спонсор – народ Украины. Деньги на залог были собраны обычными гражданами и волонтерами. Сбор средств на залог в ЦИК (2,5 млн грн.) был завершен за двое суток. А на счет предвыборного фонда (в 08-21.04.2014 гг.) поступило 181 495 гривен [1]. В 2012 г. так собирал средства на залог лидер ГО «Украинская альтернатива» В. Повар. Деньги на избирательный залог в ЦИК на парламентских выборах-2014 собирали журналист Р. Коцаба и активист М. Гавриляк.

В целом же в Украине отношения

к народному финансированию политики достаточно скептическое. В первую очередь, общественность сомневается (и не без оснований), пойдут ли собранные средства на заявленную цель? И здесь отсутствие законодательной базы – весомый «минус», ведь гражданину, как политическому инвестору, нужна действенная защита от финансовых преступлений.

Если анализировать такие субъекты отечественной политики, как политические партии, то на современном этапе они не являются привлекательными объектами политического инвестирования. Традиционные партии не могут опереться на основную аудиторию онлайн-краудфандинга – активных пользователей социальных сетей, которые настроены в поддержку скорее внесистемных, протестных инициатив.

Культура массового меценатства, в частности, общественно-политического, у нас еще не приобрела постоянную основу, как и не сформировалась стабильная прослойка среднего класса, которая и склонна к жертвенной поддержке креативных начинаний. По мнению автора статьи, популярность краудфандинга напрямую коррелируется с численностью среднего класса. Использование политического краудфандинга все еще является прерогативой внесистемных субъектов политики. Системные же политические игроки практически не используют этот механизм коммуникации со своими политическими сторонниками, что порождает определенные проблемы в современном политическом пространстве.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Богомолець О. «Передвиборча кампанія кандидатів у президенти має бути абсолютно прозорою!» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://bogomolets.com/ua/news/372-olga-bogomolets-peredviborcha-kampaniya-kandidativ-u-prezidenti-mae-butii-absolyutno-prozoroyu>. Назва з екрана. - Дата доступу: 09.09.2014.
2. Котенко Д. А. Краудфандинг - инновационный инструмент инвестирования [Текст] / Д. А. Котенко // Закон. – 2014. – С. 140-141.
3. Соколов А. В. Особенности возникновения политического краудфандинга в российской политической практике [Текст] / А. В. Соколов // Вест. Рос. ун-та дружбы народов. Серия: Политология. - 2014. - № 2. - С. 31–38.
4. Швальц В. Политический краудфандинг помог Бараку Обаме собрать \$16,1 млрд. с 2007 года [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://crowdsourcing.ru/article/politicheskij_kraufdanding_pomog_baraku_obame_sobrat_161_mlrd_s_2007_goda. – Назва з екрана. - Дата доступу: 08.09.2015.
5. Швальц В. Почему политики все чаще обращаются к краудфандингу / В. Швальц [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://crowdsourcing.ru/article/politicheskij_kraufdanding_pomog_baraku_obame_sobrat_161_mlrd_s_2007_goda. – Назва з екрана. - Дата доступу: 08.09.2015.
6. Шерман А. Краудфандинг, политика и Stripe / А. Шерман [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://futurebanking.ru/post/2932>. – Назва з екрана. - Дата доступу: 29.08.2015.

Prezentat: 22 august 2016.

E-mail: pnpu_politolog2010@mail.ru

Рецензент: С. М. НАУМКИНА,

доктор политических наук, профессор,
заведующая кафедрой политических наук и права
Южно-Украинского национального педагогического университета имени
К. Д. Ушинского, г. Одесса, Украина