

**А. П. Заостровцев<sup>1</sup>**

канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории и мировой экономики Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЯ: ПОЧЕМУ ОН ГОЛОСУЕТ?**

Поведение избирателя — ключевого действующего лица в теории общественного выбора (ТОВ) — сразу поставило перед теоретиками, придерживающимися аксиомы рациональности, нелегкую задачу. Нужно было, прежде всего, обосновать, что сам факт участия наделенного правом голоса гражданина в выборах есть рациональное действие. Однако со времен Э. Даунса и по сей день объяснение поведения избирателя как рационального агента рождает сложности и различные точки зрения.

Известный швейцарский экономист — специалист в области ТОВ Б. Фрей по этому поводу пишет: «Участие в голосовании — это реальный вызов теории общественного выбора, поскольку сделанное предсказание становится полностью ошибочным: в то время как рациональные граждане не должны иметь стимулов голосовать, в реальности они делают это, и во многих демократиях делают это в удивительно больших количествах» (Freu, 1997, p. 53). О той же проблеме говорит и Дж. Элдрич. «Рациональность голосования — это ахиллесова пята теории рационального выбора в политической науке. Сами теоретики общественного выбора разделены по вопросу о том, может ли участие в выборах рассматриваться как рациональное решение» (Aldrich, 1997, p. 373). Как нам предстоит убедиться, выгоды от этого участия сомнительны, тогда как издержки присутствуют. Поэтому большинство попыток оставить рациональность в силе фактически сводятся к расширению трактовки выгод.

Причины возможного неучастия избирателя в голосовании были отмечены еще в 1941 г. А. Смизисом (Smithies, 1941), который предложил одно из первых обобщений модели Хотеллинга и указал на возможность отказа от участия в голосовании в случае отдаления кандидата от позиций его избирателей. Относительно неучастия в голосовании, как отмечает в своем обзоре Д. Мюллер, могут быть выдвинуты две причины. Во-первых, позиции кандидатов могут быть слишком близки друг к другу, что лишает голосование какой-либо ценности (безразличие избирателей); во-вторых, ближайший к избирателю кандидат все же может отстоять слишком далеко от его позиции, что делает участие в голосовании непривлекательным (отчуждение избирателей) (Мюллер, 2007, с. 306).

Однако здесь речь все же шла о том, почему избиратель не голосует. Вместе с тем, гораздо сложнее показать, почему он голосует. В этой связи факт массового участия в выборах был даже назван в ТОВ «парадоксом голосования».

---

<sup>1</sup> Эл. адрес: zaoand21@gmail.com

Модели рационального выбора оценивают, как люди выбирают среди возможных действий, чтобы достичь желаемых результатов. Разделяющий их теоретик старается объяснить, почему выбрано то или иное действие из набора возможных, и эти действия (поведение) рассматриваются как инвестиции ограниченного времени, усилий и ресурсов ради реализации цели. Таким образом, в подходе с позиции рационального выбора, как правило, *инструментальны* — они соединяют средства достижения с целями. Поэтому в первую очередь рассмотрим объясняющие голосование инструментальные модели.

**Избиратель как максимизатор ожидаемой полезности.** Модель была предложена Э. Даунсом (Downs, 1957) и развита далее У. Райкером и П. Ортешуком (Riker, Ordeshook, 1968). Проблема с участием в голосовании заключается в том, что оно требует затрат<sup>1</sup> (пусть и небольших, но все же затрат), тогда как неучастие не влечет никаких затрат. Отсюда очевидно, что гражданин голосует, если выгоды от этого акта перевешивают затраты, и не голосует, ежели, напротив, затраты выше выгод.

Это напоминает стандартное предположение из теории поведения потребителя. Однако голосование и потребление существенно различаются в двух аспектах. Во-первых, потребитель один определяет результат. Если он платит за товар, то он его получает; если нет, то нет. Голосование же, наоборот, есть *коллективное действие*. Когда избиратель «оплачивает» затраты на голосование, он отдает свой голос, но автоматически не получает желаемого результата, если только его голос вместе с голосами единомышленников не берет верх над голосами оппозиции.

Во-вторых, потребительские товары — *частные блага*. Раз потребитель платит за товар, то он принадлежит только ему одному. Что же касается выборов, то это один из наиболее близких к реальному миру примеров чистого *общественного блага*. А, как известно, общественное благо становится доступно всем, как только оно становится доступно одному. Например, победитель президентских выборов — президент для всех, независимо от того, голосовал ли данный конкретный избиратель за него, против него или не голосовал вообще.

Таким образом, на выборах, по контрасту с рынком, наблюдается радикальное разъединение действий и их результатов в двух отношениях. Прежде всего, результат лишь в минимальной степени (да и то в лучшем случае) зависит от того, какие индивидуальные действия предпринимал наш избиратель. Далее результат выборов налагается на избирателя независимо от того, хотел он его или нет, а также делал он что-либо или не делал ничего, чтобы повлиять на него.

Обрисовав кратко принципиальные различия ситуаций с потребителем частных благ и избирателем, перейдем к рассмотрению самой модели. Ее иногда называют «расчет голосования». Воспользуемся вариантом модели с выборами из двух кандидатов по принципу простого большинства (Fiorgina, 1997, p. 401—402). Представим ее в виде двух таблиц (табл. 1 и 2).

В первой из них даны пять состояний (от  $S_1$  до  $S_5$ ) с их определениями и описаниями. Во второй — три рода действий, доступных некоему избирателю ( $V_1$  — голосовать за предпочитаемого кандидата,  $V_2$  — голосовать за его оппонента,  $A$  — воздержаться);  $B$  — чистая полезность для избирателя от кандидата 1 в качестве победителя<sup>2</sup>;  $C$  — затраты избирателя на участие в голосовании. Каждому

<sup>1</sup> Это могут быть затраты на регистрацию, сбор информации о позициях кандидатов, поездку на избирательный участок и возвращение домой.

<sup>2</sup> За вычетом полезности кандидата 2 в качестве победителя (заметим, что она, в принципе, может быть положительной, но уступающей полезности предпочитаемого кандидата 1). Согласно Мюллеру, «выгоды от голосования выступают в виде разницы между ожидаемыми полезностями от политических мероприятий этих двух кандидатов» (Мюллер, 2007, с. 409).

Таблица 1

## Решение об участии в голосовании: состояния, определения, описания

Состояния	Определения	Описания
$S_1$	$n_1^* > n_2^* + 1$	Кандидат 1** выигрывает более, чем 1 голос без голоса избирателя
$S_2$	$n_1 = n_2 + 1$	Кандидат 1 выигрывает ровно 1 голос без голоса избирателя
$S_3$	$n_1 = n_2$	Оба кандидата набрали равное количество голосов
$S_4$	$n_1 = n_2 - 1$	Кандидат 1 проигрывает ровно 1 голос без голоса избирателя
$S_5$	$n_1 < n_2 + 1$	Кандидат 1 проигрывает более, чем 1 голос без голоса избирателя

\*  $n_1$  и  $n_2$  — число голосов, поданных за соответствующего кандидата без голоса избирателя.

\*\* Кандидат 1 — предпочитаемый избирателем кандидат.

Таблица 2

## Решение об участии в голосовании: полезности (чистые выгоды) и затраты

	$S_1$	$S_2$	$S_3$	$S_4$	$S_5$
$V_1$	$B - C$	$B - C$	$B - C$	$B/2 - C$	$-C$
$V_2$	$B - C$	$B/2 - C$	$-C$	$-C$	0
$A$	$B$	$B$	$B/2$	0	0

из состояний отвечает субъективно ощущаемое избирателем значение их вероятностей (от  $P_1$  до  $P_5$ ).

Понятно, что рациональный избиратель исключит из рассмотрения  $V_2$ . Так что выбор для него будет только между  $V_1$  (его в дальнейшем будем именовать просто  $V$ ) и  $A$ .

Если выбирается  $V$  и избиратель оказывается в состояниях от  $S_1$  до  $S_3$  включительно, тогда он получает  $B$  в виде чистой выгоды, несет затраты на голосование ( $C$ ) и может получить неинструментальное (не связанное с исходом выборов) вознаграждение за участие в голосовании как таковом ( $D$ )<sup>1</sup>. Если имеет место состояние  $S_4$ , то избиратель «делает ничью» и при справедливой процедуре разрешения ничейной ситуации (скажем, бросании монетки) может ожидать получить в среднем  $B/2$ . В состоянии  $S_5$  избиратель не получает  $B$ . Однако и в последних двух случаях он несет затраты ( $C$ ) и получает выгоды в виде  $D$ . Выбор же  $A$  не приносит  $D$  и не влечет за собой никаких затрат ( $C$ ), но приносит абстиненту выгоды ( $B$ ) при  $S_1$  и  $S_2$ ,  $B/2$  при  $S_3$  и не приносит никаких выгод ( $B = 0$ ) при  $S_4$  и  $S_5$ .

С учетом субъективных вероятностей можно представить ожидаемую полезность принявшего решение голосовать избирателя:

$$EU(V) = P_1B + P_2B + P_3B + P_4(B/2) - C + D.$$

Ожидаемая полезность абстинента:

$$EU(A) = P_1B + P_2B + P_3(B/2).$$

Голосование оказывается максимизирующим ожидаемую полезность выбором, если  $EU(V) - EU(A) > 0$ . Подставляя соответствующие значения и упрощая, получим

$$P_3(B/2) + P_4(B/2) - C + D > 0.$$

<sup>1</sup> Под  $D$  в данной модели понимается нематериальное удовлетворение избирателя от выполнения гражданского долга в форме участия в выборах. Как мы увидим далее, без добавления к выгодам этой величины  $D$  невозможно объяснить факт участия избирателя в голосовании.

Если вероятности сделать ничью ( $P_4$ ) и разрешить ничейную ситуацию ( $P_3$ ) принять одинаковыми (что является допустимой аппроксимацией) и обозначить их как  $P$ , то избиратель голосует, когда

$$PB - C + D > 0.$$

Таким образом, при выборе между двумя кандидатами рациональный, максимизирующий ожидаемую полезность избиратель подсчитывает: а) затраты на голосование ( $C$ ); б) неинструментальные выгоды от участия в самом процессе выборов ( $D$ ); в) чистые выгоды от победы предпочитаемого кандидата ( $B$ ), оцененные с учетом вероятности, что его единственный голос реально изменит исход выборов ( $P$ )<sup>1</sup>.

Если сумма всех этих величин положительна, то избиратель примет участие в голосовании. Главная проблема в том, что величина  $P$  — ничтожно мала<sup>2</sup>. Можно считать, что  $P \approx 0$ . Как пишет в этой связи Дж. Элдрич, «урок заключается в том, что все голоса всегда растрачиваются впустую, если их подача преследует цель повлиять на результат» (Aldrich, 1997, p. 378). Таким образом, если избиратель рационален, то он не должен голосовать с целью оказать влияние на исход выборов. В результате для принятия решения о голосовании ему достаточно сравнить лишь  $D$  и  $C$ . Если  $D - C > 0$ , то он голосовать будет.

Однако насколько оправдана подстановка достаточно искусственного параметра  $D$  ради спасения концепции рациональности? Если под  $D$  подразумевается «чувство долга», то тогда его надо распространить и на других акторов ТОВ (политиков, бюрократов). Кроме того, если избиратель движим исключительно «чувством долга», то неясно, по какому принципу он действует дальше на избирательном участке (как он делает выбор между кандидатами). «Без теории, объясняющей происхождение, силу и степень индивидуального чувства гражданского долга, простое постулирование его существования “спасает” предпосылку о рациональном эгоизме за счет выхолащивания его предсказательного содержания» (Мюллер, 2007, с. 412).

**Правило минимального сожаления.** Это правило было выдвинуто Дж. Фереджоном и М. Фиориной (Ferejohn, Fiorina, 1974; Ferejohn, Fiorina, 1975). Логика рассуждений здесь такова. Индивиду предстоит выбрать одно из альтернативных действий прежде, чем ему станет известно действительное положение дел. Он подсчитывает максимальное предвидимое им после устранения неопределенности сожаление для каждого действия и конечного состояния. Затем он ранжирует альтернативы и выбирает то действие, которое приносит минимальное из этих максимальных сожалений. Избиратель может сожалеть о неучастии

<sup>1</sup> Напомним еще раз, что  $P$  — это вероятность, что наш избиратель с помощью своего единственного голоса разрешит ничейную ситуацию в пользу предпочитаемого им кандидата или сведет его проигрыш в 1 голос к ничейной ситуации. Иначе говоря, это вероятность стать так называемым решающим избирателем.

<sup>2</sup> Д. Мюллер приводит следующий вариант расчета данной вероятности. Пусть в день выборов все избиратели настроены голосовать либо за кандидата 1, либо за кандидата 2. Доступные избирателям опросы общественного мнения показывают, что доля настроенных голосовать за кандидата 1 равна  $p$ . Однако рациональный избиратель знает, что это ориентировочная величина. Поэтому, принимая решение об участии в голосовании, ему необходимо вычислить вероятность стать «решающим избирателем» ( $P$ ) при данной  $p$  и погрешности, с которой она вычислена. Эта вероятность обратно связана с  $\sqrt{Np(1-p)}$  — стандартным отклонением оценочного количества людей, голосующих за кандидата 1 ( $N$  — общее число избирателей). Очевидно, что  $P$  становится бесконечно малой величиной при достаточно больших  $N$ . Например, если  $p = 0,51$  и  $N = 100\,000\,000$ , то  $P = 6 \times 10^{-6}$ . В этой связи среди теоретиков общественного выбора весьма популярно утверждение, что вероятность попасть под машину на пути к избирательному участку или при возвращении оттуда близка к вероятности подать решающий голос (Мюллер, 2007, с. 410).

в голосовании, если это привело к проигрышу предпочитаемого кандидата, но он также будет сожалеть об участии в голосовании, если оно не оказало никакого влияния на исход выборов.

Рассмотрим минимаксное сожаление при помощи табл. 1. Предположим, что реальным будет состояние  $S_1$ . Лучшим выбором, если избиратель знает об этом, окажется воздержание от участия в голосовании и, соответственно, получение выигрыша, равного  $B$ . В таком случае не будет сожаления. Если же избиратель пошел на избирательный участок, то его выигрыш будет  $B - C$  (наличие  $D$  для упрощения представления концепции можно игнорировать). В таком случае сожалением избирателя станет разность  $(B) - (B - C)$ , т. е.  $C$ .

Однако на самом деле избиратель не знает, какое из состояний станет реальным. А свое действие он должен выбрать заранее. Ему придется просчитать сожаление для каждого возможного действия и состояния. Так, голосуя, он в состояниях  $S_1$ ,  $S_2$  и  $S_5$  столкнется с сожалением, равным  $C$ , а в состояниях  $S_3$  и  $S_4$  оно будет нулевым. Неучастие принесет ему нулевое сожаление в случае состояний  $S_1$ ,  $S_2$  и  $S_5$ , но сожаление в размере  $(B/2 - C)$  при  $S_3$  и  $S_4$  (последнее предполагает, что  $B/2 > C$ ).

Допуская, что произойдет худшее, максимальное сожаление при голосовании равно  $C$ , а при неучастии в нем —  $(B/2 - C)$ . Правило минимаксного сожаления заключается в том, чтобы выбрать действие, которое приносит меньшее из этих двух максимальных сожалений. Участие в голосовании обеспечит минимум из максимальных сожалений, когда  $(B/2 - C) > C$  или когда  $B/4 > C$ . Таким образом, согласно рассматриваемому правилу, избирателю следует голосовать, если  $B/4 > C$ , и не участвовать в выборах, если  $C \geq B/4$ .

Попутно заметим, что правило минимаксного сожаления предсказывает более высокую явку на выборы, чем предшествующая концепция. С учетом наличия «чувства долга» по правилу минимаксного сожаления явка избирателя состоится в случае  $B/4 > C - D$ , тогда как «расчет голосования» показывает явку при  $B/2 > C - D$ . Ясно, что первое случается гораздо чаще (вспомним, что  $P$  стремится к нулю).

Модель минимаксного сожаления, входя в противоречие с фактами, показывает, что голосование за кого-либо еще, кроме как за наиболее предпочитаемого избирателем кандидата, никогда не состоится. Аналогично «рационально сожалеющие» не отдадут голоса за кандидатов, не имеющих перспективы победить. Модель строится на допущении вероятности для избирателя повлиять на итоги голосования и в этом своем допущении не отличается от предшествующей.

Минимаксное сожаление предполагает крайнюю несклонность к риску, что не отвечает реальности. Как отмечает Дж. Элдрич, руководствуясь таким правилом поведения, индивид никогда не перешел бы улицу, так как нельзя исключить вероятность быть сбитым проезжающим автомобилем (Aldrich, 1997, p. 380). Д. Мюллер же обращается к условному примеру с выбором между республиканской и демократической партиями в США. Равнодушный к выбору между ними «рационально сожалеющий» избиратель пойдет голосовать только в том случае, если появится третья, скажем, нацистская, партия, как бы ни были малы ее шансы на победу, при этом рассчитывая исключить эти шансы при помощи своего единственного голоса (Мюллер, 2007, с. 413—414).

**Теоретико-игровые модели.** Сколько-нибудь подробный анализ теоретико-игровых моделей не ставится в качестве специальной задачи, поскольку они не внесли ничего принципиально нового по сравнению со схемами, где решение принимается индивидуальным избирателем. «Современные теоретико-игровые модели участия в выборах, — пишет Дж. Элдрич, — очевидно, отличаются те-

ми же базовыми характеристиками, что и модели индивидуального принятия решений» (Aldrich, 1997, p. 383).

Все эти модели относятся к разряду инструментальных моделей, которые тем или иным путем включают состояния  $S_2$ ,  $S_3$  или  $S_4$  (т. е. к ничейному результату или на 1 голос отличному от него). Они наиболее часто приходят к выводу, что фактически никто не будет голосовать; иногда они предсказывают, что почти все будут голосовать, но, как замечает Дж. Элдрич, никогда не предсказывают промежуточный уровень участия, который реально наблюдается на американских выборах (Aldrich, 1997, p. 383).

Суть возникающей перед анализом поведения избирателя проблемы можно увидеть, если устранить из табл. 2 состояния  $S_2$ ,  $S_3$  или  $S_4$  как неправдоподобные (а также, разумеется, голосование за кандидата  $2 - V_2$ ). Получится платежная матрица размеров  $2 \times 2$  (табл. 3). Из нее хорошо видно, что, независимо от того, какое из двух состояний ( $S_1$  или  $S_5$ ) имеет место на самом деле, принимающий решение относительно участия в голосовании индивид строго предпочитает воздерживаться от него, если только не наблюдается неравенство  $D > C$ .

На ключевое значение этого неравенства в обеспечении явки избирателя указывают и создатели теоретико-игровых моделей, в частности Т. Палффри и Г. Розенталь. «В очень большом электорате единственными избирателями являются граждане с чистыми положительными выгодами от акта голосования, граждане, чье чувство долга перевешивает любые затраты на голосование» (Palfrey, Rosenthal, 1985, p. 64).

Таблица 3

Платежная матрица

	$S_1$	$S_5$
$V$	$B - C + D$	$-C + D$
$A$	$B$	$0$

Далее представлены две концепции, первая из которых расширяет интерпретацию этого параметра  $D$ ; вторая же подключает альтруизм для объяснения «парадокса голосования». Первая явно выходит за рамки инструментального подхода, вторая — за рамки эгоистической трактовки поведения избирателя.

**Голосование как самовыражение.** Трактовка природы участия гражданина в голосовании в первую очередь как средства демонстрации им своих ценностей, а не способа обеспечить своим голосом какие-то выгоды путем введения во власть той или иной партии или того или иного кандидата, была присуща еще основателю экономической теории демократии — Э. Даунсу. Он, например, полагал, что люди могут голосовать лишь для того, чтобы поддерживать существование такой ценности, как демократия.

Однако появление собственно теории экспрессивного (выражающего себя) голосования приписывается М. Фиорине (Fiorena, 1976). Он представил параметр  $D$  как сумму  $B$  и  $D'$  ( $D = B + D'$ ). Здесь  $B$  представляет ценность выражения поддержки той или иной политической программы, которая практически не зависит от шансов на успех представляющих ее кандидатов или партий на выборах<sup>1</sup>. Что касается  $D'$ , то это все то, что подразумевалось в традиционных трактовках  $D$  (чувство долга, социальной ответственности за демократию и т. п.).

<sup>1</sup> Очевидно, что ценность самовыражения следовало бы обозначить буквой, отличной от  $B$ , чтобы не путать ее с чистой выгодой от победы предпочитаемого кандидата. Однако здесь мы следуем сложившейся в зарубежной литературе традиции (см., напр.: Мюллер, 2007, с. 431).

В результате формула, оценивающая принятие решения индивидуальным избирателем об участии или неучастии в выборах, теперь выглядит так:

$$PB + D' + B - C.$$

Если эта сумма положительная, то избиратель голосует.

С учетом того, что  $PB \approx 0$ , решение об участии в выборах — это не подобие инвестиционного решения (обмен вложений как затрат на голосование на будущие блага), а подобие потребления, так как связано с выражением предпочтений индивида. Таким образом, голосование предстает не как инструментальное средство для определения победителя на выборах, а как акт частного потребления, из которого извлекаются не зависящие от результатов выгоды<sup>1</sup>.

В то же время критики модели обращают внимание на то обстоятельство, что она находится в противоречии с данными, согласно которым многие индивиды голосуют стратегически. Так, в случае одномандатных избирательных округов избиратель не станет голосовать за наиболее предпочтительного для него кандидата, если он идет третьим или четвертым согласно предвыборным опросам общественного мнения. Он решит не «выбрасывать свой голос» и проголосует за одного из тех двух, которые идут первыми (Мюллер, 2007, с. 432).

**Этичный избиратель.** Концепция «этичного избирателя» в своем зрелом виде была предложена небезызвестным нам Д. Мюллером (Mueller, 1986; Mueller, 1987) и, естественно, подробно представлена в его обзоре ТОВ (Мюллер, 2007, с. 432—437). В его интерпретации избирателю приписывается два набора предпочтений — эгоистический и этический. Каждый индивид  $i$  максимизирует следующую функцию:

$$Q_i = U_i + \theta \sum_{j \neq i} U_j,$$

где  $Q_i$  — целевая функция индивида  $i$ -го избирателя,  $U_i$  — полезность  $i$ -го избирателя от его участия в голосовании и его выбора,  $\sum_{j \neq i} U_j$  — полезность всех прочих граждан от участия в голосовании и выбора  $i$ -го избирателя (с точки зрения  $i$ -го избирателя),  $\theta$  — некий коэффициент.

Для абсолютного эгоиста  $\theta = 0$ , для чистого альтруиста  $\theta = 1$ . Если  $\theta = 0$ , то мы возвращаемся к первой из рассмотренных моделей. В любом же случае, когда  $\theta > 0$ , очевидно, что  $i$ -го избирателя к голосованию толкает не только стремление принести полезность самому себе, но также и быть полезным (как он считает) всем прочим. По мнению Д. Мюллера, такой альтруистический мотив многократно усиливает стимулы индивида к участию в голосовании.

Ч. Плотт еще при самом первом появлении данной концепции сразу же оспорил это утверждение (Plott, 1987, р. 100—102). Его аргументация заключалась в том, что подключение альтруизма фактически не меняет доказанной ранее практически нулевой полезности от голосования с учетом вероятности подать решающий голос. Предположим, имеются два вынесенных на референдум вопроса — ( $X_1$  и  $X_2$ ). Оба они (с точки зрения нашего избирателя) полезны как для него, так и для общества. Тогда чистой выгодой для избирателя будет положительная разность этих полезностей:  $B = Q_i(X_1) - Q_i(X_2) > 0$  (если вариант  $X_1$  полезнее  $X_2$ ). Но и в этом случае  $PB \approx 0$ .

<sup>1</sup> Наилучшей аналогией такого поведения является поведение на стадионе болельщика, подбадривающего свою команду. Его шансы повлиять на результат игры своими криками, телодвижениями и изготовленными транспарантами практически нулевые, но тем не менее он тратит время и деньги на это занятие. Впервые сравнение голосования с возгласами болельщиков на спортивных мероприятиях было проведено Бреннаном и Бьюкененом (Brennan, Buchanan, 1984).

Д. Мюллер в дальнейшем согласился с очевидным, а именно с тем, что рациональный этический избиратель сознает, что вероятность решающего значения его голоса в обеспечении конкретного результата также ничтожно мала. В то же время, спасая свою аргументацию, он соединяет этического избирателя с известным мотивом долга. «Чтобы из этической теории голосования вывести этическое обоснование участия людей в выборах, необходимо постулировать, что голосование в конечном итоге увеличивает всеобщее благосостояние — ну, скажем, за счет совершенствования политического процесса (лучшие результаты имеют место, когда голосуют все), или, например, потому что обеспечивает сохранение демократических институтов. Член  $D$  в  $R = PB + D - C$ , по существу, представляет влияние голоса единственного избирателя на благосостояние всех остальных. Таким образом, гипотеза этического избирателя в качестве объяснения того, почему люди голосуют, содержит в числе своих предпосылок обоснование голосования гражданским долгом» ТОВ (Мюллер, 2007, с. 444).

Объяснение же происхождения склонности к голосованию по этическим мотивам Д. Мюллер ищет за пределами экономической теории — в поведенческой психологии. «Поведенческая психология предоставляет объяснение того, почему личная история индивида является важным фактором его поведения в настоящем и ключом к тем переменным, которые, вероятно, важны для объяснения голосования» (Мюллер, 2007, с. 445). Воспитанные обществом стереотипы коллективистского поведения могут согласовываться с эгоистическим поведением индивида (следование этим стереотипам часто вознаграждается обществом), но требуют ослабления постулата о рациональности (Мюллер, 2007, с. 437—438, 445—446)<sup>1</sup>.

Д. Мюллер неоднократно ссылается на исследования, которые пытались оценить коэффициент  $\theta$  (Мюллер, 2007, с. 434—436). Разброс оценок (от 0,15 в Дании до интервала между 0,5 и 1 в США, Великобритании, Франции, Германии) не позволяет, по всей видимости, говорить о сколько-нибудь высокой достоверности подобных изысканий.

**Германский эксперимент.** В плане прикладных исследований мотивов поведения индивидуального избирателя представляет интерес «германский эксперимент», проведенный в период общенациональных выборов в бундестаг в октябре 1994 г.<sup>2</sup> Он был поставлен в Университете им. Гумбольдта в Берлине и в нем приняли участие 174 студента, которые только готовились приступить к изучению курса микроэкономики<sup>3</sup>.

Первым делом из этой группы путем анкетирования были выделены 142 человека, которые декларировали готовность принять участие в продаже своего участия (т. е. не участвовать в голосовании за деньги). Максимально возможная цена, за которую можно было продать голос, равнялась 200 маркам. Определялась же реальная цена случайным образом: вытягивался один номер из ряда целых цифр от 1 до 200 включительно. Естественно, что участники анкетирования заранее ее не знали, но знали о правилах игры. Им было понятно, что те, кто

<sup>1</sup> В подтверждение концепции голосования как «хорошей социальной привычки» Мюллер приводит эксперимент А. Блэйса и Р. Янга (Blais, Young, 1999), в котором они обнаружили значимое ослабление участия в голосовании (на 7%) среди студентов канадских университетов после того, как им была прочитана десятиминутная лекция, содержащая объяснения смысла даунсианской модели поведения избирателя (Мюллер, 2007, с. 441). Возросшая рациональность восприятия голосования оказала разрушительное влияние на стереотип социального поведения.

<sup>2</sup> Этот эксперимент описан в статье (Guth, Weck-Hannemann, 1997).

<sup>3</sup> Это — важно, так как в противном случае эксперимент был бы не очень чистым. Изучение экономической теории довольно значительно влияет на укрепление рационального начала в образе мышления и поведения, тем более что в курс микроэкономики могут входить и некоторые разделы из ТОВ.



в анкетах ставил цифру выше 200, никаких реальных денег получить в принципе не могли. Тем не менее таковых набралось 90 человек, или примерно 63%. Это означает, что большинство избирателей готовы голосовать при сравнительно небольших издержках голосования (реальный процент участия в общегерманских выборах ко времени проведения эксперимента не опускался ниже 77,8%).

С другой стороны, тех, кто был согласен пожертвовать голосованием за любую отличную от 0 цену, оказалось лишь 2,8%. Таким образом, такое небольшое количество рациональных избирателей фактически подтвердило наличие «парадокса избирателя». Среди 52 (37%) готовых продать свой голос по цене от 200 марок и ниже только 7 человек согласились на «цену неучастия» ниже 10 марок (4,9% от 142), а 14 человек (9,8% от 142) не принимали цены ниже 190 марок.

При этом надо подчеркнуть, что 200 марок были отнюдь не гарантированной суммой за неучастие. Выше говорилось об определении реальной цены случайным образом. Правила же получения реальных денег были следующими: после определения этой цены отбирались те, кто заявлял цену, равную ей и ниже. Из этого количества заявок, в свою очередь, также случайным образом отбирались 4 заявки-победительницы. И лишь эти 4 «счастливчика» могли получить деньги, равные реальной цене. Причем вплоть до получения денег эта цена не объявлялась (победители должны были прийти и уничтожить свою «карту голосующего» в обмен на точно не известную им сумму).

В описываемом эксперименте из 4 победителей один не пришел за деньгами, а другой в последний момент отказался уничтожить карту голосующего. В результате лишь двое студентов получили по 112 марок каждый (таковой оказалась случайным образом определенная цена).

Другими полученными постановщиками эксперимента результатами стали ответы на вопросы о решении принимать и не принимать участие в голосовании среди тех самых 142 человек, заявивших о принципиальной готовности продать свое участие. Наибольший интерес, конечно, представляли ответы о причинах участия в голосовании. Все эти ответы присутствуют в табл. 4.

Таблица 4

Причины голосовать и не голосовать ( $N = 142$ )

	Типы голосующих		
	готовые продавать не дешевле 200 DM ( $n = 52$ )	не готовые продавать по цене 200 DM ( $n = 90$ )	всего ( $n = 142$ )
Число участников, принявших решение:			
• участвовать в выборах	44	90	134
• не участвовать в выборах	8	0	8
Причины голосовать:			
• раскрытие политических взглядов	18	51	69
• мой голос — решающий	9	22	31
• это поддерживает мой интерес к политике	11	19	30
• это развлечение	2	3	5
• это служит моим личным интересам	15	30	45
• я — сторонник/оппонент партии/политики	18	48	66
• это — гражданский долг поддерживать демократию	21	57	78
• другие причины	3	11	14
Всего:	97	241	338

Источники: (Guth, Weck-Hannemann, 1997, p. 37).

В первой строке мы видим разделение участников на тех, кто до эксперимента принял решение голосовать, и тех, кто принял решение не голосовать. Как видим, только 8 человек из числа потенциальных продавцов участия в голосовании не дороже 200 марок решили не участвовать в выборах. Для них эксперимент предоставлял прекрасную возможность получить деньги за то, что они и так бы сделали. Среди тех, кто готов в принципе продать свое участие, но по превышающей 200 марок цене, таковых не оказалось вовсе. Все они изначально приняли решение пойти на выборы. Оставшиеся 44 потенциальных продавца участия по цене не дороже 200 марок могут быть охарактеризованы как избиратели, которые, в принципе, хотят голосовать, но которых можно отвлечь от этого поступка, предложив умеренную цену.

Затем принявшие решение участвовать в выборах из обеих групп избирателей заявляли о причинах, побуждающих их так поступить. Можно было указывать не одну причину. В итоге на первое место вышло чувство долга (74 ответа), мотив голосования как самовыражения занял второе место (69 ответов). Любопытно заметить, что среди голосующих распространена иллюзия решающего голоса (31 ответ). В то же время, как показал опрос 8 неголосующих (в табл. 4 — не представлен), среди ответов о причинах неучастия только один раз был выбран вариант «мой голос ничего не изменит», т. е. вариант, отвечающий поведению рационального избирателя.

В итоге экспериментаторами было сделано следующее заключение: «Имеется небольшая группа избирателей, которые вряд ли когда-либо голосуют, поскольку считают это неважным или бесполезным. Другие голосуют только тогда, когда альтернативная стоимость голосования не оказывается запретительной или если результаты выборов представляют особый интерес, наподобие результатов некоторых спортивных событий. Большинство голосующих, однако, рассматривает участие в демократических выборах как свой моральный долг» (Guth, Weck-Hannemann, 1997, p. 28).

Экспериментальное исследование В. Гута и Х. Век-Ханнеманна получило, с одной стороны, признание за инновационный подход, но, с другой стороны, его критика преобладала. В наибольшей степени последняя была представлена в комментариях голландского экономиста А. Счрэма (Schram, 1997, p. 49—51). Он, в первую очередь, критикует дизайн эксперимента. А. Счрэм отмечает, что, как указывают сами его постановщики, уничтожение карты голосующего не исключает полностью возможности проголосовать. Тут же говорится, что участники отнеслись к эксперименту несерьезно и результатам заполнения анкет нельзя доверять (делается ссылка на тот факт, что двое из четырех победителей отказались от денег).

Во-вторых, ставится вопрос о том, что мы узнали из этого эксперимента. По мнению А. Счрэма, мы так и не узнали: а) ценят ли студенты само право голоса; б) определяют ли ценность голоса в связи с вытекающими из него благами; в) придают ли отрицательную ценность тому, что кто-то «скупает голоса».

Второй комментарий последовал от Б. Фрея (Frei, 1997, p. 53—55). Его комментарий касается трех проблем: а) демократия и система цен; б) концепции цены права голоса; в) достоверности эксперимента. Что касается первой проблемы, то он признает экономическую оправданность постановки вопроса по причине существования альтернативной стоимости (издержек упущенных возможностей) у голосования. Однако «вынуждать индивидов мыслить в измерении, которое они считают неуместным, неестественным и даже восстающим против морали, с большой вероятностью провоцирует соответствующие реакции, которые не серьезны в том смысле, что они не применимы к реальной жизни за рамками эксперимента» (Frei, 1997, p. 54). Б. Фрей полагает, что для выс-

шей степени правового германского общества ситуация «продажи голоса» настолько невероятна, что студенты воспринимали все это как игру. Это и ставит под сомнение достоверность эксперимента.

**Группы интересов как мобилизаторы голосов.** Как мы видели, еще Э. Даунс отказался от примитивной трактовки рациональности избирателя в силу явного превышения издержек голосующего индивида над его ожидаемыми чистыми выгодами ( $C > PB$ ), что означало, в сущности, и отказ от рассмотрения избирателя в качестве инвестора. Однако приверженцы инвестиционного подхода выдвинули альтернативную трактовку рациональности голосования, которая заставила по-иному взглянуть на весь процесс и его цели.

В 1972 г. Дж. Стиглер заметил, что в принципе неверно рассматривать выборы в виде дилеммы «все или ничего». Согласно ему, неправильно называть «завоевание 51 процента мест в законодательном органе победой, а 49 процентов — поражением» (Stigler, 1972, p. 98). Проигравшие отнюдь не беспомощны в деле влияния на политические решения. Представители меньшинства путем торговли голосами могут обеспечить выполнение некоторых своих программ и возложить издержки на большинство в проведении политики, которой они оппозируют. Более того, «эти издержки будут тем больше, чем больше меньшинство и чем более оно активно как оппозиция» (Stigler, 1972, p. 100). В этой связи Стиглер считал преждевременным отказываться от гипотезы, что поведение голосующего определяется больше инвестиционными, чем потребительскими мотивами.

Подход Дж. Стиглера был развит в статье У. Крэйна, У. Шугарта II и Р. Толлисона (Crain, Shughart II, Tollison, 1988). В ней они тестировали его утверждение, что отдача от голосования скорее непрерывный процесс, чем разовое действие по типу «все или ничего». Они отвергли традиционный подход к парадоксу голосования с позиции взвешивания выгод и затрат на голосование отдельного индивида. Они рассматривали этот процесс с позиции группы интересов и подчеркивали, что если что-то действительно имеет для нее значение, так это затраты на получение определенного маржинального (приростного) пакета голосов. Или, иначе, какое число дополнительных голосов необходимо для группы интересов, чтобы влиять на создание законов в легислатуре?

Они проанализировали данные по США с 1824 по 1976 г. и установили, что увеличение на 1% преимущества, с которым побеждает на выборах действующий президент, ведет к увеличению выпущенных законов также на 1%. В среднем это означает больше на 22 закона за последующие четыре года. Увеличение на 1% предполагало тогда дополнительные 132 тыс. голосов, которые могли способствовать прохождению этих 22 законов (или 1 закону на 6000 дополнительных голосов) (Crain, Shughart II, Tollison, 1988, p. 248).

И для них не являлось проблемой то обстоятельство, что  $1/6000$  — все еще достаточно малое число. Оно имело бы значение, если парадокс голосования рассматривать, как всегда, в терминах ценности голосования для отдельного индивида из многих. Авторы же ставили вопрос таким образом: во сколько обойдется группе интересов заполучить на выборы дополнительные 6000 голосов? Рассматривая его под таким углом зрения, они приходили к выводу, что привлечение голосов в качестве инвестиций в законотворчество представляется весьма доступной экономической активностью для групп интересов. И, таким образом, вслед за Стиглером ими делалось заключение о преждевременности отказа от инвестиционного мотива в понимании голосования (Crain, Shughart II, Tollison, 1988).

Надо сказать, что понимание привлечения голосов как инвестиций групп интересов не потеряло сторонников. В 1999 г. Р. Шакар и Б. Нэйлбафф соединяют модели «электоральной близости» и «следования за лидером» в теорию,

согласно которой избиратели отзывчивы к усилиям партийных лидеров «заполучить голоса», когда гонка слишком плотная. Используя данные по штатам США, они установили, что увеличение плотности президентской гонки на 1% повышает участие в выборах на 0,34% (Shachar, Nalebuff, 1999, p. 546). Причем связано это не столько с повышенным интересом самого избирателя, сколько с усилением заинтересованности групп интересов в дополнительных инвестициях ради привлечения электората к участию в выборах (Shachar, Nalebuff, 1999, p. 546).

Подтверждая роль группы интересов в мобилизации голосов, Б. Рэдклифф приводит свидетельства в пользу того, что процент участия в выборах в США варьировался в прямой зависимости от организационной силы профсоюзов, которые были в числе наиболее эффективных «мобилизаторов» голосующих. Снижение участия в выборах после 1960 г. объясняется упадком роли профсоюзов (Radcliff, 2001, p. 405—414).

**Разрешим ли «парадокс голосования»?** Ответ на этот вопрос означает решение более общей проблемы — универсальности модели экономического человека, ее применимости к любой области человеческого выбора<sup>1</sup>. Не погружаясь в ее рассмотрение, заметим лишь то обстоятельство, что акт голосования — один из базовых институтов демократического правления — с трудом удается уложить в эту модель. Мы убедились в том, какие трудности для этого преодолевают политологи и экономисты<sup>2</sup>.

С одной стороны, приходится так или иначе ослаблять строгость рационально-эгоистической трактовки, вводить дополнительные целевые ориентиры (как то: удовлетворенность самим участием в процессе, а не его результатами) и даже прибегать к доктринам поведенческой психологии, отсылая к усвоенным под влиянием воспитания стереотипам общественного поведения. С другой стороны, сохранение в неприкосновенности рационально-эгоистической и инструментальной природы голосования потребовало замены оценок его выгод и затрат с позиции отдельного индивида на оценки таковых с позиции группы интересов как целого, что также, скорее всего, не может не свидетельствовать о некотором нарушении чистоты принципа методологического индивидуализма<sup>3</sup>.

В итоге можно констатировать, что «парадокс голосования» представляет достаточно серьезный вызов, стоящий перед ТОВ. В настоящее время вряд ли можно предсказать, найдется ли когда-нибудь лучшее решение проблемы голосующего избирателя в рамках ее парадигмы.

<sup>1</sup> О различных позициях в общественных науках по вопросу модели человеческого поведения см.: (Автономов, 1998, с. 19—45).

<sup>2</sup> «Парадоксу рационального абсентеизма в теории общественного выбора придается столь большое значение, что даже такие признанные лидеры экономического империализма, как Дж. Бьюкенен и Дж. Бреннан, склонны в данном случае говорить о пределах плодотворного применения модели экономического человека» (Афонцев, 1998, с. 88).

<sup>3</sup> Конечно, индивид отнюдь не устраняется от принятия решений, но, как мы видели из приведенного ранее комментария М. Фиорины, он принимает решение под сильным воздействием на влияющие на его выбор детерминанты со стороны организаций, представляющих те или иные группы интересов. В таком случае рациональность его решений может оказаться под вопросом (не факт, что эти группы заинтересованы в действиях, оптимальных с позиции максимизации его благосостояния). В то же время есть точка зрения, что прибыльность политической рекламы вытекает из рациональной незаинтересованности избирателя в инвестировании ресурсов в политическую информацию, и в результате «модель человека, принятая в экономическом анализе, вполне может объяснить (по крайней мере, в теории) поведение людей в специфической роли избирателей» (Афонцев, 1998, с. 96).

## Источники

- Автономов В. С.* Модель человека в экономической науке. СПб., 1998.
- Афонцев С. А.* Методологические основы современного экономико-политического анализа // Истоки. М., 1998. Вып. 3. С. 72—122.
- Мюллер Д.* Теория общественного выбора — III. М., 2007.
- Aldrich J. H.* When is It Rational to Vote? // Perspectives on Public Choice: A Handbook / ed. by D. C. Mueller. Cambridge, 1997. P. 373—390.
- Blais A., Young R.* Why Do People Vote? An Experiment in Rationality // Public Choice. 1999. Vol. 1—2. P. 39—55.
- Brennan G., Buchanan G. M.* Voter Choice: Evaluating Political Alternatives // American Behavioral Scientist. 1984. Vol. 28. N 2. P. 185—201.
- Crain W. M., Shughart II W. F., Tollison R. D.* Voters as Investors: A Rent-Seeking Resolution of the Paradox of Voting // The Political Economy of Rent Seeking / ed. by C. K. Rowley, R. D. Tollison, G. Tullock. Boston, 1988. P. 241—249.
- Downs A.* An Economic Theory of Democracy. N. Y., 1957.
- Fiorina M. P.* The Voting Decision: Instrumental and Expressive Aspects // Journal of Politics. 1976. Vol. 38. N 2. P. 390—415.
- Fiorina M. P.* Voting Behavior // Perspectives on Public Choice: A Handbook / ed. by D. C. Mueller. Cambridge, 1997. P. 391—414.
- Ferejohn J. A., Fiorina M. P.* The Paradox of not Voting: A Decision Theoretic Analysis // American Political Science Review. 1974. Vol. 68. N 2. P. 525—536.
- Ferejohn J. A., Fiorina M. P.* Closeness Counts Only in Horseshoes and Dancing // American Political Science Review. 1975. Vol. 69. N 3. P. 920—925.
- Frey B. S.* Do People Care about Democracy? : Comment // Public Choice. 1997. Vol. 91. N 1. P. 53—55.
- Guth W., Weck-Hannemann H.* Do People Care About Democracy? An Experiment Exploring the Value of Voting Rights // Public Choice. 1997. Vol. 91. N 1. P. 27—47.
- Mueller D. C.* Rational Egoism versus Adaptive Egoism as Fundamental Postulate for a Descriptive Theory of Human Behavior // Public Choice. 1986. Vol. 51. N 1. P. 3—23.
- Mueller D. C.* The Voting Paradox // Democracy and Public Choice: Essays in Honour of Gordon Tullock / ed. by C. K. Rowley. Oxford, 1987. P. 77—99.
- Palfrey T. R., Rosenthal H.* Voter Participation and Strategic Uncertainty // American Political Science Review. 1985. Vol. 79. N 1. P. 62—78.
- Plott C. R.* Robustness of the Voting Paradox // Democracy and Public Choice: Essays in Honour of Gordon Tullock / ed. by C. K. Rowley. Oxford, 1987. P. 100—102.
- Radcliff B.* Organized Labor and Electoral Participation in American National Elections // Journal of Labor Research. 2001. Vol. 22. N 1. P. 405—414.
- Riker W. H., Ordeshook P. C.* A Theory of Calculus Voting // American Political Science Review. 1968. Vol. 62. N 2. P. 25—42.
- Shachar R., Nalebuff B.* Follow the Leader: Theory and Evidence on Political Competition // American Economic Review. 1999. Vol. 89. N 3. P. 527—547.
- Schram A.* Do People Care about Democracy? : Comment // Public Choice. 1997. Vol. 91. N 1. P. 49—51.
- Smithies A.* Optimal Location in Spatial Competition // Journal of Political Economy. 1941. Vol. 49. N 3. P. 423—439.
- Stigler G. J.* Economic Competition and Political Competition // Public Choice. 1972. Vol. 13. N 1. P. 91—106.