

**Обратные социальные связи в условиях голосования при выборах  
должностных лиц и в рейтингономике***Братищева Е.Н.<sup>1</sup>, Иванова В.Н.<sup>2</sup>*

1 - Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана, Инженерный бизнес и менеджмент, Кафедра предпринимательства и внешнеэкономической деятельности, Москва, Россия, *E-mail: elizavete82@mail.ru*; 2 - Институт социологии РАН, Москва, Россия, *E-mail: vere85@mail.ru*

Большинство проблем в научной, либо в хозяйственной сфере, которые приходится решать, представляют собой своего рода «*субъективизацию объективных предпосылок*», необходимых для принятия соответствующих хозяйственных решений. То есть, индивид как бы наделяет явления несуществующей для них логикой, которая свойственна только ему, этому конкретному индивиду. Но существует - и в научной сфере, и в экономике, - прямо противоположное явление. Его, опять же условно, можно назвать «*объективизацией чисто субъективных восприятий*», в данном случае - восприятия индивидами реальных текущих событий, а также социального облика других индивидов. Именно этому явлению и посвящена настоящая работа. Для начала, в качестве наглядного примера остановимся на проблеме анализа общественного выбора и, в частности, - на исследованиях по альтернативным методам голосования [4]. И так, методы голосования. Сразу же зафиксируем - а для чего же они нужны, т.е. какую конечную цель они преследуют. Цель же здесь, очевидно, должна быть - совершенствование управления обществом. То есть механизм должен обладать осязаемой обратной связью, т.к. совершенствование обязательно предусматривает повторяемость той либо другой процедуры через корректировку каждый раз субъективных установок. Что же имеем первично - субъективные ощущения ряда индивидом, что пришли к нам, условно, голосовать. Что имеем в результате? Нет, нет, - нас интересует, не кем является этот выигравший кандидат, а выигрыш собственно этих индивидов от результатов деятельности победившего кандидата. И что же здесь может быть определяющим критерием? Как ни странно - опять же субъективные ощущения тех самых индивидов, в том, что вышеуказанная деятельность выигравшего кандидата (служба на посту) их устраивает. А что же в новых, предлагаемых методах голосования для именно этой задачи может быть принципиально полезно? Принципиально - ничего. Как можно на основе объективизации (с помощью математической, например, формализации) выявить общий вектор субъективного восприятия, если такой вектор вообще может существовать. И как этот вектор можно пролонгировать в будущее восприятия действительности с помощью формального перебора и перетасовки первичных, сугубо спонтанных субъективных восприятий? Дадим подсказку. Диалектическая в данном случае двойственность субъективного фактора, заключающаяся в том, что первичная субъективная целевая установка перед выборами у индивидов и субъективная же результирующая (при подведении итога) установка, формирующаяся у индивидов после истечения срока полномочий выбранного кандидата - обладают сильной положительной обратной связью. Ведь если я выбрал какой-либо путь, либо высказал предпочтение к чему-то, то естественно я, как личность, всегда буду стараться такой поступок оправдать, часто даже греша против истины. На наш взгляд именно путь по интенсификации величины указанной обратной связи только и может быть задействован для совершенствования методов голосования. Поскольку в такой обратной связи только и возможно отыскать механизмы воздействия на процесс голосования. Манипулирование сознанием избирателей, в рамках активизации той самой обратной связи между двумя отмеченными выше субъективными восприятиями, разнесенными во времени и, по сути дела, в пространстве, так же успешно можно направить как

на демократические рельсы, так и на рельсы автократии и, в конечном счете, диктатуры. Сами методы голосования никак не могут быть ни демократичными, ни тоталитарными по своей сути, т.к. *диалектически они алогичны*. Тот либо другой оттенок в направлении демократичности голосованию как инструменту управления обществом придают не внедренные в его основу привила и математические формулы, а собственно практика пользования этими правилами и формулами. *Эффективность же голосования может быть рассмотрена с точки зрения уровня интенсификации положительной обратной связи между первичным субъективным восприятием и разнесенным во времени и в пространстве вторичным, опять же субъективным, восприятием индивида*. И чем более непонятная для простого индивида процедура голосования, тем хуже будет работать указанная выше положительная обратная связь. Теперь остановимся на важном для современного хозяйственного мироустройства, а для нашего рассуждения еще и для гносеологического сравнения, - вопросе рейтингономики. Здесь на первый взгляд также возникает проблема встраивания субъективного фактора в канву объективности. Рейтингономика - система отношений субъектов бизнес-сообщества на основе относительно достоверных, объективных, прозрачных унифицированных оценок, позволяющих устранить асимметрию информации на рынках и обеспечить большую эффективность деятельности всех участников рынков [1]. Но на практике коммерческий подход в деятельности рейтинговых агентств стал одним из факторов усиления кризиса. Но вернемся к гносеологии рейтингономики как области сочетания субъективного и объективного. Еще раз напомним, что цель функционирования рейтингономики - минимизация хозяйственных, в том числе финансовых, рисков для субъектов бизнеса. Задачи же решаемые рейтингономикой с этой целью - построение прогнозных моделей развития бизнес-структур и рынков на основе корреляционных подходов, т.е. оценки рисков с помощью построения статистических рядов, расчета дисперсий по выбранным и повторяющимся, в основном, событиям в экономике. Но на сегодня риски в экономике уже особенные - чаще всего статистические данные отсутствуют, сами процессы нелинейные, в них отсутствуют какие-либо константы и законы подобия во временных рядах, а доходность финансовых активов имеет бесконечную дисперсию [2]. В этой ситуации моделирование экономических процессов вынуждено опираться на парадигму о том, что когда объективные вероятности неизвестны, их можно заменить субъективными. Таким образом, задача принятия решений в условиях неопределенности сводится к такой же задаче в условиях риска [3]. При этом предполагается, что у людей есть вероятностные верования относительно любого источника неопределенности. Внесение субъективного фактора в реальные процессы в форме моделирования несуществующей в реальности дисперсии, совсем не означает подмену либо аннулирование существующих связей между объективными явлениями. В данном случае двойственность субъективного фактора проявляется в том, что он как бы и присутствует при анализе объективных процессов, но суть и направленность их при этом не меняет.

### Источники и литература

- 1) Авдокушин Е.Ф. Рейтингономика как инструмент финансовой экономики // Вопросы новой экономики. 2014. № 2. С. 4-12.
- 2) Андрюшин С., Бурлачков В. Денежно-кредитная политика и глобальный финансовый кризис: вопросы методологии и уроки для России // Вопросы экономики. 2008. № 11. С. 38-50.
- 3) Гильбоа И., Постлуэйт Э., Шмайдлер Д. Вероятность и неопределенность в экономическом моделировании // Вопросы экономики. 2009. № 10. С. 46-61.

- 4) Огрызько К.В. Альтернативные методы голосования: совершенно разные результаты. На пути к подлинной демократической революции // Научный эксперт. (Сетевое издание). 2014. № 5. С.4-20. - <http://expert.problemanalysis.ru/>