

LARRY M. BARTELS

Äänestäjät järkeä vailla

Viime presidentinvaalien aikaan myydyimpiin poliittisiin teoksiin USA:ssa kuului yleistajuista historiaa harjoittavan Rick Shenkmanin *Kuinka typerää oikein olemmekaan?* (2008), joka alaotsikkonsa mukaisesti mieltä kertoo ”totuuden yhdysvaltalaisesta äänestäjästä”. Kirjasessa kootaan tuttuja, karuja tuloksia kyselytutkimuksista. Ne paljastavat koko joukon niistä monista asioista, joita yhdysvaltalaiset eivät tiedä oman maansa politiikasta, hallituksesta ja historiasta. ”Yleinen tietämättömyys”, Shenkman päättelee, ”on ilmeisin syy typeryydelle, joka leimaa niin paljon yhdysvaltalaisesta politiikasta.” Jos tämä arvio vaikuttaa lannistavalta, esityksen lopulla yletään kuitenkin pakollisen toiveikkaisiin, huojentaviin ehdotuksiin kansalaiskunnan kohentamiseksi.¹

Eipä paljon paina, purevatko Shenkmanin tarjoamat ylimääräiset kansalaistaitokurssit ja ”demokratiakutsut”² yleisön hyökyvään epätietoon. Lukijan ensireaktio lienee: ”Mitä väliä?”

Onko siitä todellakaan väliksi, tuntevatko äänestäjät puolustusministerin nimeltä tai muistavatko he ulkoa senaattoreiden toimikauden pituuden? ’Yleisen tietämättömyyden’ poliittiset seurauksia ei tule noin vain olettaa, vaan ne täytyy näyttää toteen. Ja se taas vaatii keskittymään yhtä hyvin siihen, mitä äänestäjät eivät tiedä, kuin myös siihen, miten heidän tietämättömyytensä tosiasiaa vaikuttaa heidän tapaansa äänestää. Onnistuuko heidän valita järkevasti, vaikka politiikan ja hallinnon yksityiskohdat jäävätkin heille hämäräksi? (Olkoon menneeksi: *perin* hämäräksi.) Jos he pystyvät järkeviin valintoihin, emme tapaakaan tyhmyyttä – vaan tehokkuutta.

’Rationaalinen valinta’ itse on ilmiselvästi ja oikeutetusti riidanalainen ilmiö. Shenkman näyttäisi ajattelevan, että kun kerran typeruus leimaa politiikkaa Yhdysvalloissa, äänestäjien *täytyy* valita tyhmästi. Useimmat tarkkailijat ovat kuitenkin pyrkineet arvioimaan äänestäjiä vähemmän subjektiivisin perustein – kriteereillä, jotka perustuvat tiettyihin menettelytaparationaalisuuden käsitteisiin tai äänestäjien omiin arvoihin ja etuihin taikka vertailuihin asiaankuuluvien tavoin samanlaisten mutta asioista paremmin perillä olevien äänestäjien käyttäytymiseen. Nämä erittelijät ovat sitä paitsi huomanneet, että ratkaisevaa ei ole yksittäisten äänestäjien harhaantuminen vaan se, harhautuvatko kokonaiset äänestäjäkunnat. Kun 120 miljoonaa antaa äänensä, heidän yhteispäätöksensä voi ujuttua kosolti idiosynkraattista käyttäytymistä.

Shenkmanin mielestä ”politiikantutkijat ovat yksituumaisia äänestäjien järkipärsyydestä”. Eivätpähän ole. Puoli vuosisataa tutkimusta tarjoaa viljalti perusteita pessimismiin.

Viisikymmenluvulta nykypäivään

Kun yhteiskuntatieteilijät alkoivat aikoinaan käyttää yksityiskohtaisia mielipidekyselyjä tutkiessaan tavalisten äänestäjien käyttäytymistä, he löysivät kaikenlaista raitistavaa. Paul Lazarsfeld työtovereineen sai selville Columbian yliopistolla 50-luvun alussa, että äänestyspäätökset ”varjeltuvat suhteellisen hyvin suorilta vastaväitteiltä”, ne kun ovat ”luonteeltaan pikemminkin uskonasioita kuin vakaumuksia; toiveita paremminkin kuin seuraamusten huolellista ennakkointia”. Äänestäjiltä jäi esimerkiksi säännönmukaisesti huomaamatta, mikä olikaan ehdokkaiden kanta tärkeisiin päivänkysymyksiin, kun he katsoivat näiden asettuvan lähemmäksi omia kantojaan. Vastaehdokkaiden he taas kokivat olevan näkemysiltään vastakkaisempia kuin nämä olivatkaan. Niin ikään he liioittelivat kannatusta, jonka heidän suosikiehdokkaansa kokosi heille itselleen läheisten sosiaaliryhmien parista.³

Michiganin yliopiston tutkimusryhmä julkaisi 1960 vielä vaikutusvaltaisemman tutkimuksen nimeltä *Yhdysvaltalainen äänestäjä*. Siinä kuvattiin ”poliittisen ajattelun köyhtymistä suuressa osassa äänestäjäkuntaa” ja huomautettiin, että ”monet ihmiset tuntevat politiikan pääasioista vain harvoja jos niitäkään”.⁴ Tutkijat päättelivät, että vaalitulosten erot edellisiin vaaleihin voitiin pitkälti katsoa pitkäkestoisen puolueuskollisuuden puutteeksi niissä suhteellisen hienostumattomissa äänestäjissä, jotka tajusivat vain vähän puheenaiheista tai ideologioista. Jatkotutkimuksessa, jossa käytettiin vuosien 2000 ja 2004 kyselytuloksia, todettiin, ettei tilanne ollut juuri muuttunut viimeisen 50 vuoden aikana.⁵

Viime vuosikymmeninä on yritetty kumota tai välttää näiden klassisten Columbian ja Michiganin tutkimusten löydökset. Eräät tutkijat esimerkiksi väittivät 70-luvulla löytäneensä ”muuttuvan yhdysvaltalaisäänestäjän”, joka olikin aiemmissa selvityksissä esiin piirtynyttä hahmoa

”Ryöppysi optimistisia kirjoja: *Järkeilevä äänestäjä ja Järkiperäinen julkiso.*”

paljon asiasuuntautuneempi ja ideologisesti johdonmukaisempi tapaus⁶. Valitettavasti lisätutkailu paljasti, että suurin osa tilanteen näennäisestä kohentumisesta voitiin selittää muutoksilla kysymyksissä, joita äänestäjille esitettiin, eikä siis suinkaan heidän poliittisen ajattelunsa huomattavalla parantumisella⁷. Kun äänestäjiltä tiukattiin samoja kysymyksiä kuin 50-luvulla, heidän vastauksissaan ei näkynyt yhtään sen enempää johdonmukaisuutta tai hienostuneisuutta kuin 50-luvun vaalikarjan vastauksissa.

Valtio-oppineet kokeilivat 90-luvulla uutta niksia myöntämällä, että äänestäjät eivät yleensä olleet tarkkaavaisia ja perillä asioista, mutta kieltämällä, että näiden poliittiset ratkaisut kovin pahasti kärsisivät näistä puutteista. Ryöppysi kirjoja, joitten optimistiset otsakkeet saattoivat kuulua *Järkeilevä äänestäjä* tai *Järkiperäinen julkiso*: niissä todisteltiin, että äänestäjät saattoivat hyödyntää ’informaatio-oikopolkua’ rationaalisia äänestyspäätöksiä tehdessään, vaikkei heillä ollutkaan seikka-peräistä tietoa ehdokkaitten politiikasta ja tavoitteista⁸. Oikopolkua piisasi: johteluita henkilöhistorioista tai muista tarinoista, puoluestereotyyppioita, suosituksia tai muita vinkkejä luotetuilta yksilöiltä tai ryhmiltä.

Toisin kuin vastaava kirjallisuus psykologiassa, tämä tutkimusaalto poliittisista vihjeistä ja info-oikaisuista korosti näiden ilmiöiden mahdollista arvoa. Ohitettiin niiden kyky johtaa äänestäjiä hakoteille. Yhdessä kaikkein värikkäimmistä informaatio-oikopolkuesimerkeistä poliitologi Samuel Popkin ehdotti, että yhdysvaltainmeksikolaisilla äänestäjillä oli hyviä syitä epäillä presidenttiä. Eihän Gerald Ford tiennyt, miten *tamalea* syödään. Tämä heikkous paljastui, kun Ford kävi 1976 Ronald Reagania vastaan republikaanien Texasin esivaaleissa ja yritti kampanjansa tiimellyksessä hotkaista tulisen piiraan poistamatta siitä ensin maissinlehtikäärettä.

Popkinin sanoin ehdokas voi ”osoittaa tutustuneisuutta äänestäjän kulttuuriin”, sillä se on ”ilmeinen ja vaivaton tapa testata tämän kykyä suhtautua etnisen ryhmän pulmiin ja tuntoihin sekä ymmärtää ja arvostaa niitä”.⁹ Ilmeinen ja vaivaton testi – mutta onko se myös *luotettava*? Olisiko yhdysvaltainmeksikolaisten äänestäjien ollut oikein päätellä tästä, että Ford herkistyi heidän huolenaiheilleen Reagania enemmän? Minulla ei ole haajuakaan, eikä ole Popkinillakaan.

Jyvällä ja ei

Ei ole mitään objektiivista perustaa luotettavien vihjeiden erottamiseksi epäluotettavista. Siksi jotkut tutkijat ovat yksinkertaisesti kysyneet, onnistuvatko asioista perillä olemattomat – ja mitä hyvänsä kohdalleen osuvia oikopolkua tietouteen käyttävät – äänestäjät valitsemaan paremmin tietävien äänestäjien tapaan, kuten info-oikaisukirjallisuus antaa ymmärtää. Toteutinkin itse 1996 tutkimuksen nimeltä ”Asioista perillä olemattomien äänät”, jossa tarkasteltiin USA:n presidentinvaaleja 1972–1992. Tukeuduin tilastotietoihin hyvin ja huonosti asioista perillä olevien mutta muuten samankaltaisten äänestäjien eri vaaleissa antamista äänistä. Arvioin, kuinka vahvasti äänestäjien tosiasialliset valinnat vastasivat heidän valintojaan, jos he *olisivat* äänestäneet ”täysin asioista perillä olevina”. Sain selville, että tosiasialliset äänestyspäätökset jäivät kutakuinkin puolitiehen matkalla siitä, mitä olisi äänestetty täysin asioista perillä olevina, sinne, mitä olisi äänestetty, jos kaikki olisivat kantansa ratkaistakseen heittäneet uurnilla kolikkoa.¹⁰

Politiikantutkijat Richard Lau ja David Redlawsk erittelivät samoja vaaleja teoksessaan *Miten äänestäjät päättävät*. Heillä oli käytössään vähemmän vaativa ”oikeellisen” äänestämisen määrittyskriteeri. (He kirjjasivat

”Kun miljoonat äänestäjät sotkevat saman varteenotettavan faktan, yksittäisten äänestäjien erheet eivät raukea vaalituloksessa.”

ylös kunkin äänestäjän puoluekannan, asennoitumisen poliittisiin kysymyksiin ja suhtautumisen ehdokkaisiin kysymättä, olivatko nämäkin seurausta virheistä tai vinoutumista.) Tutkijat totesivat – ”mieluisaksi yllätyksekseen” – että keskimäärin noin 70 prosenttia äänestäjistä valitsi ehdokkaan, joka parhaiten vastasi heidän omia mielilyksisiään.¹¹

Lau ja Redlawsk esittivät kuitenkin painavamman kysymyksen, johon he eivät edes yrittäneet vastata: ”Onko 70 prosenttia riittävän oikein?” Jos tuohon tahtoo vastata, pitää arvioida sääntillisesti, mihin määrään ”epäkorrektit” äänet sotkevat vaalituloksia.

Hyväuskoisuutta demokraattisten äänestäjäkuntien kyvykkyyteen on usein vaalittu (ainakin politiikantutkijoiden piireissä) vetoamalla ideaan, jota kutsutaan ”ryhmittymisen ihmeeksi”. Markiisi de Condorcet esitti asian formaalina matemaattisena todistuksena yli 200 vuotta sitten. Ranskalainen yhteiskuntateoreetikko näet osoitti, että jos useat valamiehet puntaroivat itsenäisesti epäillyn syyllisyyttä ja syyttömyyttä, *enemmistö* hyvinkin todennäköisesti arvioi oikein, vaikka kukin yksittäinen valamies päätyykin oikeaan tuomioon vain hieman todennäköisemmin kuin jos päättäisi asiasta arvostelukykynsä sijasta kolikkoa heittämällä. Vaalipolitiikkaan sovellettuna Condorcet’n järkeily vihjaa, että äänestäjäkunta kokonaisuudessaan saattaa olla viisaampi kuin yksikään äänestäjä erikseen.¹²

Ainoa vika tässä elegantissa ja väkevässä argumentissa enemmistövallan puolesta on siinä, että se ei välttämättä toimi kovin hyvin käytännössä. Todellisten äänestäjien erheet eivät ollenkaan todennäköisesti ole Condorcet’n logiikan vaatimalla tavalla summattaisia ja tilastollisesti riippumattomia. Kun tuhannet tai miljoonat äänioikeudet hahmottavat pieleen saman asiaankuuluvan tosiseikan tai kun heitä johtaa harhaan sama eloisa vaali-

mainos, mikään määrä ryhmittymistä ei tuota kaivattua ihmettä – yksittäisten äänestäjien ”virheet” eivät raukea vaalien kokonaistuloksessa.

Tutkimuksessani asioista perillä olemattomista äänestäjistä en tyytynyt ainoastaan arvioimaan, kuinka hyvin yksittäisten äänestäjien ratkaisut vastasivat heidän oletettua ”täysin asioista perillä olevaa” ratkaisuaan. Pyrin lisäksi täsmentämään, miten hyvin kulloinenkin vaalien kokonaistulos vastasi tulosta, johon olisi päädytty, jos kaikki äänestäjät olisivat olleet täysin perillä asioista. Tosiasiallisten vaalien ja täysininformoitujen äänestäjien käymien olettamavaalien välinen keskimääräinen ero oli kolme prosenttiyksikköä, mikä olisi riittänyt heilauttamaan täpärän vaalivoiton vaalitappioksi ja päinvastoin. Neljässä tapauksessa – vuosina 1980, 1984, 1988 ja 1992 – ero tosiasiallisten ja hypoteettisten tulosten välillä oli kyllin suuri puhumaan lujasti sen puolesta, että miljoonien äänestävien yksilöiden ”erheet” eivät kokonaan kumoutuneet vaaleissa. Nämä poikkeamat täysin asioista perillä olevien kesken pidetyiksi oletetuista vaaleista paljastivat järjestelmällisen vinoutuman edellisissä vaaleissa paikkansa hankkineiden ja sitä uusissa vaaleissa puolustavien hyväksi. He pärjäsivät nimittäin yleensä huomattavasti paremmin kuin mitä olisivat pärjänneet täysin asioista perillä olevien antaessa ääntään. Ilmeni myös hieman pienempi vinoutuma demokraattisen puolueen ehdokkaitten hyväksi. ’Ryhmittymisen ihme’ ei selvästikään ole kyllin ihmeellinen mitätöidäkseen äänestäjien tietämättömyyden poliittisen merkityksen.

Tällaiset tutkimukset osoittavat, että poliittisella ignoranssilla on väliä – sekä yksittäisille äänestäjille että kokonaisille vaalituloksille. Oma tutkimukseni vie pohjaa käsitykseltä, jonka mukaan ’informaatio-oikopolut’ tai silkka ’ryhmittyminen’ voi paikata äänestäjien vajavaisuutta. Myöhempi tutkimus on valaissut tapaa,

jolla tavallisten äänestäjien käyttämät vahvat poliittiset heuristiikat tai äkkäyskeinot vain pahentavat ongelmaa. Esimerkiksi Alex Todorovin johtama psykologiryhmä totesi, että kuvernööri-, senaattori- tai edustajainhuoneehdokkaat, jotka ihmiset arvioivat päteviksi pelkästään valokuvien perusteella, voittavat huomattavastikin todennäköisemmin tosimaailman vaaleissa kuin vähemmän päteviltä näyttävät vastaehdokkaansa. Lyhykäinenkin altistuminen valokuville – yksi sekunninkymmenys riittää – tuottaa merkitsevää korrelaatiota tosiasiallisten vaalitulosten kanssa. Jatkotutkimus osoitti, että pätevännäköisten ehdokkaiden vaalietu on vahvimmillaan kaikkein huonoimmin asioista perillä olevien keskuudessa ja niiden parissa, jotka joutuvat raskaimman vaalimainonnan kohteiksi.¹³

Järkipärisen äänestyskäyttäytymisen ihannetta kalvaa edelleen kasautuva todistusaineisto, jonka mukaan äänestäjiä voidaan vahvasti harhauttaa juuri ennen vaalipäivää näytetyillä televisiomainoksilla. Richard Johnston, Michael Hagen ja Kathleen Hall Jamieson jäljittivät avaintutkimuksessaan vuoden 2000 presidentinvaaleista tulevien äänestäjien reagoitua vaali-ilmoittelun määrään ja sisältöön sekä kansallisten kampanjoiden uutisuurantaan ja muihin näkökohtiin. Heidän analyysinsä nojalla George W. Bushin ohuenohut voitto johtui ratkaisevasti siitä, hänellä oli enemmän rahaa käytettäväksi tv-mainoksiin vaalivaiheissa kampanjan viimeisten viikkojen aikana.¹⁴

UCLA-yliopiston tutkijaryhmä jatkoi tätä erittelyä pyrkien selvittämään, kuinka kauan vaali-ilmoitusten teho säilyy. He havaitsivat, että suurin osa minkä tahansa mainoksen jäljistä äänestäjien mieltymyksissä haihtui viikossa, ja että ”vain poliittisesti tiedostavimmilla äänestäjillä todettiin pitkäkestoisesta vaikutuksesta”¹⁵. (Saattaa toki olla itsessään huolestuttavaa, että juuri kaikkein sitoutuneimmissa äänestäjissä ilmeni mainonnan sitkein tehokkuus, mutta he sentään reagoivat melkoiseen argumenttivyöryyn pitkin kampanja-aikaa, sen sijaan että heitä olisi sysinyt päätöksiin vasta satunnaiset kuulopuheet viime metreillä ennen äänestyskoppia.) Toisessa saman ryhmän tekemässä tutkimuksessa erilaisista osavaltiotasoisista ja kongressivaaleista todettiin, että mainostehon puoliintumisajat olivat tätäkin lyhyempiä¹⁶. Kolmas, erään toisen ryhmän toteuttama tutkimus paikansi sekin ainoastaan hetkellistä mainostamisen vaikutusta erään texasilaisen kuvernöörinvaalin alkuvaiheissa. Huomattavan ilmoitustilan hankinta tuotti kyllä ehdokkaalle seitsemän prosenttiyksikön kannatuspiikin heti mainosten lähettämistä seuraavana päivänä, mutta kaksi päivää myöhemmin suosion noususta ei näkynyt enää merkkiäkään. Tutkijoiden mukaan tämä ”äkillisen muutoksen ja äkillisen tasaantumisen kuvio” äänestäjien aikeissa reaktiona kampanjamainontaan ”näyttää sopivan huonosti rationaalisen oppimisen malliin”.¹⁷

Nämä ja muut tuoreet tutkimukset tarjoavat yltäkylläisesti tukea johtopäätökselle, että ehdokkaiden pätevyyteen ja vakaumuksiin mitenkään liittymättömät tekijät voivat vaikuttaa vaalituloksiin. Mutta jos äänestäjät

ovat oikukkaita valitessaan ehdokkaansa pätevimmän naamataulun tai uusimman markkinointi-iskun perusteella, miten he sitten onnistuvat usein kuulostamaan niin järkeviltä? Useimmat ihmiset näyttävät pystyvän perustelemaan äänestyspäätöksensä tolkullisenuuloisesti. Huolellinen tarkastelu kumminkin vihjaa, että nämä ”perustelut” ovat monesti pelkkää kampanjaretorikan avustamaa rationalisointia, jolla pyritään oikeuttamaan muulta kuin järkipohjalta muodostetut mieltymykset.¹⁸

Pohtikaamme sosiaaliturvan yksityistämiskysymystä vuoden 2000 presidentinvaaleissa. Se kasvoi valtavaksi asiaksi, johon keskittyi yli kymmenesosa kaikesta kampanjan televisiouutisoinnista ja parisataa tv-mainosta kaikilla tyypillisillä vaalitaistelun pääviestintäalueella näkyvillä kanavilla viimeisen äänestyspäivää edeltäneen viikon aikana. Vaalipäivään mennessä oli rakentunut vahva tilastollinen suhde äänestäjien yksityistämisenäkemysten ja heidän valitsemansa presidenttiehdokkaan välille, äänestäjät kun arvattavasti harkitsivat tätä tärkeää pulmakysymystä ja äänestämistä sen mukaisesti. Yhtä kaikki kun politologi Gabriel Lenz kävi kohta kohdalta läpi aineistoa, hän löysi perin vähän näyttöä siitä, että ihmiset tosiasiaa vaihtaisivat äänensä saajaa sosiaaliturva-väittelyn johdosta. Enimmäkseen ihmiset, jotka oppivat ehdokkaiden yksityistämiskannat ilmoitus- ja uutistulvasta, vain omaksuivat jo muista syistä kannattamansa ehdokkaan näkemyksen. ’Asiakysymyksistä äänestämisen’ ilmiäsi oli lähestulkoon kokonaan harhakuvaa.¹⁹

Tällaiset löydökset ovat saaneet jotkut politiikan-tutkijat hylkäämään ’asiaäänestämisen’ osuuden vaaleissa. Mistä muualta voisi hakea tukea ajatukselle, jonka mukaan äänestäjät tekevät rationaalisia valintoja, järkipärisiä ratkaisuja? Ehkä äänestäjät varaavat suoranuottiseen arvioon siitä, näyttääkö maa olevan ”oikeilla raiteilla” tai ”väärillä raiteilla”, kuten mielipidemittaajat usein asian esittävät. Loppujen lopuksihan vallassa olevat tapaavat menestyä vaaleissa hyvinä aikoina ja kokea kovia, kun eletään huonoja aikoja. Vaikutusvaltaisessa teoksessaan *Retrospektiivinen äänestämisen Yhdysvaltain liittovaltion vaaleissa* (1981) politologi Morris Fiorina liitti talouden nousujen ja syöksyjen, sujuvien tai tappiollisten sotien sekä suotuisten ja epäsuotuisten yhteiskunnallisten olojen merkityksen vaaleissa siihen, että asioista huonoimminkin perillä olevilla kansalaisilla ”on tyypillisesti yksi suhteellisen kova tiedonmuru: he tietävät, millaista elämä on ollut istuvan hallinnon aikana”. Mitä vähemmän he tietävät politiikka- tai puolueohjelmista, Fiorina päätteli, sitä todennäköisemmin he luottavat päätöksensä tehdessään ”takautuvaan” eli ehdokkaiden aiempiin tekoihin huomion kiinnittävään ja siten ”kustannuksia leikkaavaan” äänestämistapaan.²⁰

Fiorinan teoria tuntui politiikantutkijoista uskottavalta, jos kohta vähemmän ylentävältä, koska se näytti edellyttävän äänestäjiltä paljon vähemmän kuin vanhaa aikainen, epärealistinen näkemys, jonka mukaan näiden täytyisi seurata uutisia, pitää tiettyjä suunniteltuja tai täytäntöön pantuja politiikkaohjelmia parempina kuin toisia, tutkia ehdokkaiden esityslistoja ja ansioluette-

”Äänestäjien taloudellinen likinäköisyys pelaa republikaanien pussiin.”

loita, punnita risteävien asioiden suhteellista painoarvoa ja päätyä harkittuun arvostelmaan hallitusvallan tulevaisesta linjasta. Tämän kaiken sijasta heidän tarvitsikin nyt vain arvioida, menikö hyvin vai huonosti. Vaikeaakos tuo on! Mutta, ah ja voi, olen yhdessä Princetonin yliopistossa työskentelevän kollegani Christopher Achenin kanssa laatinut kokonaisen joukon tutkimuksia, joista valkenee, että sankaruudesta päästetty retrospektiivinen äänestäminenkin voi olla paljon työläämpää kuin miltä se kuulostaa.

Ensinnäkin puoluekantaisuus voi vakavasti vääristää äänestäjien havaintoja. Esimerkiksi eräässä mielipidekyselyssä 1988 enemmistö itsensä vahvoiksi demokraateiksi kuvailleista vastaajista väitti, että inflaatio oli ”pahentunut” Reaganin kahdeksanvuotisen hallinnon aikana, vaikka tosiasiallisesti inflaatio oli pudonnut 1980 noteeratusta 13,5 prosentista aina 4,1 prosenttiin 1988. Vastaavasti enemmistö republikaaneista esitti eräässä kyselytutkimuksessa 1996, että liittovaltion budjettivaje oli kasvanut Bill Clintonin kaudella, vaikka tosiasiallisesti vaje oli kutistunut 255 miljardista dollarista 22 miljardiin. Tällaiset virhearviot ovat yllättäen kaikkein tavallisimpia ihmisillä, joiden tulisi olisi jyvällä asioista – niiden parissa, jotka ovat yleisesti ottaen hyvin perillä politiikasta, ainakin sikäli kuin voidaan päätellä heidän vastauksistaan faktakysymyksiin poliitikoista, asiakysymyksistä ja kansalaistaidon perusteista. Jos eliittien poliittisen keskustelun tarkkaaminen opettaa ihmisiä lähinnä uskomaan sen, mitä heidän oman puolueensa harvat ja valitut haluaisivat pitää totena, niin Rick Shenkmanin kirjan ja muitten vastaavien teosten perusoletus – jonka mukaan valppaampi ja poliittisesti sitoutuneempi äänestäjäkunta tuottaisi terveempää kansanvaltaa – saattaa olla katteeton.²¹

Silloinkin kun äänestäjillä on tarkka taju asioiden luontumisesta, he tapaavat keskittyä kohtuuttomasti käsillä olevaan tilanteeseen. Talousperustaisen äänestämisen tutkimukset osoittavat esimerkiksi jotakuinkin poikkeuksetta, että äänestäjiin vaikuttavat voimakkaasti vaalivuoden tai ehkä vain sen pienen jakson talousolot, siinä missä he vähät välittävät taloudenhoidosta vallassa olevien toimikauden aiemmissa vaiheissa.²²

Tappajahait

Lyhytnäköisyys ei jää psykologiseksi kummajaiseksi, vaan sillä on merkittäviä poliittisia seurauksia. Viimeisen 60 vuoden aikana on todettu räikeitä puolue-eroja tulotason nousun ajoittumisissa: demokraattipresidentit ovat olleet vallassa useammin *kokonaisen toimikauden* mittaisen tulojen kasvamisen aikaan (etenkin keskiluokkaisten ja työtä tekevien köyhien hyväksi), kun taas republikaanipresidentit ovat olleet vallassa presidentinvaalivuotina koetun vaurastumisen aikaan (etenkin rikkaitten hyväksi). Siten äänestäjien taloudellisesta likinäköisyydestä johtuu huomattava republikaaninen vääristymä vaalitulosissa. Vinouma on ollut tarpeeksi suuri ollakseen ratkaiseva kolmessa republikaanien II maailmansodan jälkeen saavuttamista yhdeksästä voitosta: 1952, 1968 ja 2000.²³

Kuluvana vaalivuonna [2008] ei näytä olevan tulossa mitään republikaanihallinnon aikaista talousnousua, ja John McCain saa tuntea sen nahoissaan. Ei ole kovinkaan paljon väliä sillä, ovatko nykyiset taloushankaludet todella presidentti Bushin, saatikka senaattori McCainin vika.

Äänestäjät tuskin kykenevät arvioimaan, mitkä seikat heidän omassa ja maansa hyvinvoinnissa voi lukea vaa-

leissa valittujen johtajien ansioiksi ja mitä ei. Esimerkiksi kesällä 1916 yhden dramaattisen viikon ajan hait hyökkäilivät New Jersey'n uimarannoilla aiheuttaen neljän ihmisen kuoleman. Kun turistit pakenivat, joihinkin merellisiin majoituslaitoksiin jäi 75 prosentin vajuus täyttöasteeseen keskellä parasta lomakautta. Kongressiin virtasi kirjeitä, joissa vaadittiin liittovaltion puuttumista asiaan. Mutta mitkä toimet olisivat tepsineet noissa olosuhteissa? Äänestäjät eivät tainneet sitä tietää, vaan eivät he välittäneetkään tietää. Kun presidentti Woodrow Wilson – New Jersey'n entinen kuvernööri lujine siteineen paikallisiin piireihin – yritti valituttaa itsensä jatkokaudelle vain muutamaa kuukautta myöhemmin, häntä rangaistiin vaalihuoneistoissa. Wilson menetti odotetusta äänisaaliistaan jopa kymmenen prosenttia niissä kaupungeissa, joitten rannoille hait olivat iskeneet.

Newjerseylaisten äänestäjien reaktio haihyökkäyksiin oli dramaattinen mutta tuskin omituinen. Läpi koko 1900-luvun menettivät vallassa kulloinkin olleen puolueen presidenttiehdokkaat rutkasti ääniä osavaltioissa, joissa pääsi poutimaan tai tulvimaan liikaa. Shenkman väittää, että ”kammetaan nuo konnat vallassa’ ei ehkä ole hienostunut vastaus koettelemuksiin, mutta rationaalinen vastaus se kyllä on”. Mutta presidentin puolueen rankaiseminen siitä, ettei ole sadellut, ei ole sen ”rationaalisempaa” kuin koiran potkaiseminen kovan työpäivän päätteeksi.²⁴

Samalla kun äänestäjät puuhaavat poliitikoille likinäköisiä ja vähämielisiä hyvityksiä ja näpäytyksiä, poliittiset tarkkailijat usein liioittelevat äänestäjien langettamien tuomioitten poliittista sisältöä. Paraatiesimerkki Yhdysvaltain historiasta saattavat olla New Deal -vedenjakaavaalit 1936. Demokraattipuolueen Franklin D. Roosevelt oli singahtanut valtaan vahvan taloudellisen tyytymättömyyden nosteessa 1932, minkä jälkeen hän pani pula-ajan taltuttamiseksi alulle joukon laajakantoisia uusia politiikkaohjelmia eli niin sanotun New Dealin, elvytystä ja sosiaaliturvan kohennusta edustaneen uuden yhteiskuntasopimuksen. Aikakauden arvovaltaisimman valtio-oppineen V. O. Keyn sanoin ”äänestäjät vastasivat sinetöimällä raikuvasti hallituksen politiikan uuden pyrinnön”: Roosevelt sai maanvyörymävoiton, kun ällistytävät 46 osavaltiota päätyi kannattamaan häntä ja sysäsi maan demokraattivallan aikakauteen.²⁵

Vuoden 1936 presidentinvaaleista on tullut kuuluisin

oppikirjaesimerkki ideologisesta uudelleenjäsentymisestä USA:n historiassa. Silti huolellinen osavaltiokohtainen katsaus äänestyskuvioihin tuo esiin, että Rooseveltin politiikkaohjelmien raikuva ratifiointi keskittyi voimakkaasti osavaltioihin, joissa tulot sattuivat olemaan jyrkässä nousussa parahiksi vaaleja edeltävinä kuukausina. Vain väliaikaisesti elpyneen talouden vaikutus oli jopa niin voimallinen, että mikäli vuoden 1938 taantuma olisikin osunut vuoteen 1936, Roosevelt olisi luultavasti jäänyt yhden kauden presidentiksi.²⁶

Yhdysvallat ei ole ainutlaatuinen esimerkki siitä, että lama-aikainen taipumus kammeta rötösherrat vallassa vaikuttaa vähemmän järkiperaiselta poliittiselta arvostelmalta. USA:ssa äänestäjät vaihtoivat 1932 republikaanit demokraatteihin ja talous elpyi. Britanniassa ja Australiassa äänestäjät vaihtoivat työväenpuolueen hallituksen konservatiiveihin ja talous elpyi. Ruotsissa äänestäjät vaihtoivat konservatiivit liberaaleihin ja talous elpyi. Kanadan maatalousprovinssissa Saskatchewanissa äänestäjät vaihtoivat konservatiivit sosialisteihin ja talous elpyi. Naapuriprovinssissa Albertassa äänestäjät vaihtoivat sosialistit oikeistolaiseen puolueeseen (jonka loi tyhjästä karismaattinen radiopastori, joka kaupitsi kaistapäistä vauraudenjakosuunnitelmaa) ja talous elpyi. Weimarin Saksassa (jossa talouskurimus oli syvempi ja pidempi) äänestäjät tyrmäsivät kaikki valtavirtapuolueet: natsit ottivat vallan ja talous elpyi. Kussakin tapauksessa puolue, joka sattui olemaan vallassa laman hellittäessä, jatkoi poliittisesti ylivoimaisena vuosikymmenen tai kauemminkin. Tuntuisi väkinäiseltä kuvitella, että kaikki nämä ristiriitaiset käänteet edustaisivat hyvin harkittuja ideologisia kääntymyksiä. Kitsaammin tulkiten äänestäjät yksinkertaisesti – ja hyväuskoisesti – palkitsivat niitä, joilla mahti sattumoisin oli asioitten alkaessa petraantua.

Tyhmää? Ei, inhimillistä vain. Ja sen tähden – lainatakseni erään toisen tuoreen menestysteoksen, talouskäyttätymistieteilijä Dan Arielyn kirjan nimeä – ”ennustettavan järjetöntä”²⁷. Sekin saattaa olla riittävän paha juttu.

Suomentanut Jarkko S. Tuusvuori

(alun perin: *The Irrational Electorate. Wilson Quarterly*. Vol. 32, No. 4, 2008, 44–50)

Viitteet [& suomentajan huomautukset]

1. Rick Shenkman, *Just How Stupid Are We? Facing the Truth About the American Voter*. Basic Books, New York 2008, 123 & 38.
2. Shenkmanin esittämiin rohtoihin kuuluvat kansalaistaidon tuntien lisäämisen ja muun perus-, keskiasteen ja korkeamman opetuksen uudistamisen, yleisen mielipiteen epäilemisen ja itsekritiikin sekä puolue- ja yhdistystoimintaan usuttamisen lisäksi erityiset demokratiapidot tai kansanvaltaseurat, joissa ihmiset keskustelisivat vapaa-aikanaan ajankohtaisista asioista.]
3. Bernard Berelson, Paul F. Lazarsfeld & William N. McPhee, *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. University of Chicago Press, Chicago 1954, 311.
4. Angus Campbell, Philip E. Converse, Warren E. Miller & Donald E. Stokes, *The American Voter*. Wiley & Sons, New York 1960, 543 & 170.
5. Michael S. Lewis-Beck, William G. Jacoby, Helmut Norpoth & Herbert F. Weisberg, *The American Voter Revisited*. University of Michigan Press, Ann Arbor 2008.
6. Norman H. Nie, Sidney Verba & John R. Petrocik, *The Changing American Voter*. Harvard University Press, Cambridge, Mass. 1976.
7. George F. Bishop, Robert W. Oldendick & Alfred J. Tuchfarber, Change in the Structure of American Political Attitudes: The Nagging Question of Question Wording. *American Journal of Political Science*. Vol. 22, 1978), 250–269.
George F. Bishop, Robert W. Oldendick & Alfred J. Tuchfarber, Effects of Question Wording and Format on Political Attitude Consistency. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 38, 1978, 81–92.
Gregory G. Brunk, The 1964 Attitude Consistency Leap Reconsidered. *Political Methodology*. Vol. 5, 1978, 347–359.
John L. Sullivan, James E. Piersone, George E. Marcus & Stanley Feldman, The More Things Change, the More They Stay the Same: The Stability of Mass Belief Systems. *American Journal of Political Science*. Vol. 23, 1979, 176–186.
8. Samuel L. Popkin, *The Reasoning Voter. Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. University of Chicago Press, Chicago 1991. Paul M. Sniderman, Richard A. Brody & Philip E. Tetlock, *Reasoning and Choice. Explorations in Political Psychology*. Cambridge University Press, Cambridge 1991. Benjamin I. Page & Robert Y. Shapiro, *The Rational Public. Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*. University of Chicago Press, Chicago 1992.
9. Popkin 1991, 3.
10. Larry M. Bartels, Uninformed Votes: Information Effects in Presidential Elections. *American Journal of Political Science*. Vol. 40, 1996, 194–230.
11. Richard R. Lau & David P. Redlawsk, *How Voters Decide. Information Processing during Election Campaigns*. Cambridge University Press, Cambridge 2006, 88 & 263.
12. Philip E. Converse, Popular Representation and the Distribution of Information. Teoksessa *Information and Democratic Processes*. Toim. John A. Ferejohn & James H. Kuklinski. University of Illinois Press, Urbana 1990. [Markiisi Nicolas de Condorcet'n (1743–1794) teos oli *Essai sur l'application de l'analyse à la probabilité des décisions rendues à la pluralité des voix* (1785).]
13. Alexander Todorov, Anesu N. Mandisodza, Amir Goren & Crystal C. Hall, Inferences of Competence from Faces Predict Election Outcomes. *Science*. Vol. 308, 2005, 1623–1626. Charles C. Ballew, II & Alexander Todorov, Predicting Political Elections from Rapid and Unreflective Face Judgments. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 104, 2007, 17948–17953. Gabriel Lenz & Chappell Lawson, *Looking the Part: Television Leads Less Informed Citizens to Vote Based on Candidates' Appearance*. Department of Political Science. MIT, Boston 2008.
14. Richard Johnston, Michael G. Hagen & Kathleen Hall Jamieson, *The 2000 Presidential Election and the Foundations of Party Politics*. Cambridge University Press, Cambridge 2004, 13.
15. Seth J. Hill, James Lo, Lynn Vavreck & John Zaller, The Duration of Advertising Effects in the 2000 Presidential Campaign. The 2008 Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, 24.
16. Hill, Lo, Vavreck & Zaller, The Duration of Advertising Effects in Political Campaigns. The 2007 Annual Meeting of the American Political Science Association.
17. Alan Gerber, James G. Gimpel, Donald P. Green & Daron R. Shaw, The Influence of Television and Radio Advertising on Candidate Evaluations: Results from a Large Scale Randomized Experiment. The 2007 Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, 26.
18. Wendy M. Rahn, Jon A. Krosnick & Marijke Breuning, Rationalization and Derivation Processes in Survey Studies of Political Candidate Evaluation. *American Journal of Political Science*. Vol. 38, 1994, 582–600.
19. Gabriel S. Lenz, *Learning and Opinion Change, Not Priming. Reconsidering the Evidence for the Priming Hypothesis*. Department of Political Science. MIT, Boston 2008.
20. Morris P. Fiorina, *Retrospective Voting in American National Elections*. Yale University Press, New Haven 1981, 5–6. [Fiorina erotti toisistaan ”prospektiivisen” eli tulevaan tähyilevän ja ”retrospektiivisen” eli menneeseen katsovan äänestämisen. Takautuvaa äänestyskäytännöstä on Suomessa kutsuttu yksinkertaisesti ”poliitikkojen toiminnan seuraamiseen ja arviointiin perustuvaksi äänestämiseksi”, joka on joutunut vaikeuksiin poliittikan viihteellistyttyä. Ks. Tom Moring & Juri Mykkänen, Vaalikampanja. Teoksessa *Vaalit yleisdemokratiassa. Eduskuntavaalitutkimus 2007*. Toim. Sami Borg & Heikki Paloheimo. Tampere University Press, Tampere 2009, 28–59; 34–35 & viite 4.]
21. Bartels, Beyond the Running Tally: Partisan Bias in Political Perceptions. *Political Behavior*. Vol. 24, 2002, 117–150. Christopher H. Achen & Larry M. Bartels, It Feels Like We're Thinking: The Rationalizing Voter and Electoral Democracy. The 2006 Annual Meeting of the American Political Science Association. Danielle Shani, Knowing Your Colors: Can Knowledge Correct for Partisan Bias in Political Perceptions? The 2006 Annual Meeting of the Midwest Political Science Association. Bartels, *Unequal Democracy. The Political Economy of the New Gilded Age*. Russell Sage Foundation and Princeton University Press, Princeton 2008, 148–161.
22. Achen & Bartels, Musical Chairs: Pocketbook Voting and the Limits of Democratic Accountability. The 2004 Annual Meeting of the American Political Science Association.
23. Bartels 2008, luku 4.
24. Achen & Bartels, Blind Retrospection: Electoral Responses to Drought, Flu, and Shark Attacks. The 2002 Annual Meeting of the American Political Science Association. Shenkman 2008, 41. [Ilmaisun *throw the bums out* eli ”heitetään nuo pummit ulos” alkupeirää on hankala määrittää. Rooseveltin uudistuksille suojea New Yorkin liberaali republikaanipormestari Fiorello La Guardia turvautui puheenparteen 1933, mutta hän puhui gangsterien häätämistä kaupungista. Joka tapauksessa sutkausta käytetään yhdysvaltalaisissa vaalikeskusteluissa tuhkatieheen, kun viitataan valituiksi tulleet yritykseen uusia valtakirjansa. Se on muodostunut perustermiksi niin arkipuheessa, journalismissa kuin akateemisissa tutkimuksessakin. Ks. esim. David R. Jones & Monika L. McDermott, *Americans, Congress, and Democratic Responsiveness. Public Evaluations of Congress and Electoral Consequences*. University of Michigan Press, Ann Arbor 2009.]
25. V. O. Key, Jr., *The Responsible Electorate. Rationality in Presidential Voting 1936–1960*. Harvard University Press, Cambridge, Mass. 1966, 33.
26. Achen & Bartels, Partisan Hearts and Gall Bladders: Retrospection and Realignment in the Wake of the Great Depression. The 2005 Annual Meeting of the Midwest Political Science Association.
27. Dan Ariely, *Predictably Irrational. The Hidden Forces That Shape Our Decisions*. HarperCollins, New York 2008.