



中國人民大學
RENMIN UNIVERSITY OF CHINA



中國人民大學
RENMIN UNIVERSITY OF CHINA

《世界经济学》课程读书笔记

姓名：张宇琦

年级：2014 级

学号：2014200703

学院：经济学院

专业：国际经济与贸易

“集体行动困境”的逻辑困境

——《集体行动的逻辑》读书笔记

作为一种社会现象，集体行动自人类诞生以来就普遍存在。但是对于集体行动的系统研究并提出相关理论却诞生得很晚。而奥尔森先生对集体行动逻辑的分析和论证则是该领域的重要奠基人，诚然在奥尔森之前的很多学者对集体行动的分析也颇有建树，但相比之下奥尔森的巨大贡献在于他提出并使用了后来在公共选择理论十分盛行的“搭便车”这一分析工具，同时他在“理性人”假设的基础上，运用“成本收益”分析方法得出了如下结论：“除非一个集团中的人数很少，存在强制或其它某些特殊手段促使个人按照他们的共同利益行动，理性的、自利的个人将不会采取行动以实现他们共同的或集团的利益”，“简而言之，集团越大，就越不可能去增进它的共同利益。”¹

因此奥尔森的逻辑表明：越大规模、人数越多的集团越会陷入“集体行动的困境”，确乎在集团中个人自己拥有的集体物品因具有非排他性而自动地被其他人分享，那么伴随着理性人“搭便车”行为的将是效率低下的自愿供给集体物品的行为，从而由于大集团存在不能提供任何数量集体物品的倾向，便可以得到“零贡献命题”。可是现实又好像并不完全如奥尔森所论断的那样。阅读《集体行动的逻辑》，可以发现奥尔森的“集体行动困境”理论本身也陷入了困境。

在现实中，几乎可以肯定在大集团中的个人有可能做出比在小集团中更加积极的集体物品供给行为。例如国家中的很多人（即使并非所有人）很乐意提供使得整个国民收益的集体物品，但是在他们所组成的小集团中，并不一定会乐于供给使得整个集团受益的集体物品。现实中不乏在社会中积极表率，促进社会良好风气的形成的个体，其国家（一个规模相当大的集团）提供“良风益俗”这种集体物品；但是在他所工作的企业中，却不一定供给使得企业员工都受益的集体物品。国家相对于他所在的企业而言，是“大集团”，他所在的企业相对于国家而言，是“小集团”。在国家这样一个“大集团”中，很多人乐于自发供给“良风益俗”的公共物品，而在他所加入较小的集团中却不一定乐于供给。这是奥尔森集体行动的逻辑所无法解释的。

现实提出的疑问让人不禁对“集体行动困境”理论中进行了更进一步的思考，站在大师的肩膀上也让我看到大师自身高度也是有限的，主要有以下几个方面：

一是现实中集团发展趋势与奥尔森论断的矛盾。随着社会发展时代变迁，人类社会对集体物品的需求越来越旺盛，远远超过了古时候的水平，但是按照奥尔森的逻辑，由于小集团在集体物品的供给上比大集团更有效，那么应对现实需求的急剧攀升，社会中应该有越来越多的小集团。但是事实是，几乎所有的组织都在不断膨胀、扩张，大企业的联盟、合并，跨国公司层出不穷，甚至奥尔森自己也承认：“大集团是社会发展的趋势，以前的小集团会逐渐发展成大集团，例如小型的工会逐渐演变成全国性的大工会。”这样的矛盾奥尔森却没有给以解释说明，令人不禁对其“集体行动困境”理论产生疑虑。

二是奥尔森对“大集团”和“小集团”的性质界定也让人困惑。因为事实上作者本身并没有对大集团和小集团的本质作出界定，他只是按照人们的经验知识来阐述，即用人数构成来说明大集团和小集团的区别。但是对于大集团和小集团的界限在哪里，我们并不知道。

¹ 奥尔森，《集体行动的逻辑》，1971年版



奥尔森也许是从相对的角度而言的，但是如果是这样的话，奥尔森认为“大集团和小集团是按照截然不同的原则运作的”论断就值得怀疑。因为如果集团的分类是相对的，那么，一个集团有时会划分为“小集团”，而有的时候会划分为“大集团”。这种性质划分的不稳定性。用来说明大集团和小集团在集体物品供给上存在质的差异，显得言过其实，难以获得普世性的认可。

最后一点也是关键点，它是对奥尔森“成本收益”分析方法的一点质疑。其实可以发现奥尔森所关注的收益主要是“物质收益”。的确奥尔森用理性行为来解释和分析何以大集团和小集团中的成员在集体物品供给存在差异。相对于大集团，小集团中的人们在供给公共物品上可以有较高的物质收益。但是并非所有理性人在衡量成本收益时都会把收益局限在物质方面，精神层面的回报也是收益的组成部分。如果考虑精神层面的收益，就可以解释之前文所述提供“良风益俗”的个体的行为模式了，因为在“国家”这个大集团中他得以倍受尊敬，充满使命感、荣誉感，从中他获得的总收益是可以超过其付出的成本的。而精神收益可以进一步解释同一集团中，个体间行为的差异。奥尔森尽管意识到了这种差异的存在，因此提出了“选择性激励”的概念，但是他没有对这种差异本身进行必要的解释说明。或许对“精神收益”的考量可以解决这个问题。

不妨以例论证：按照社会学的术语，每一个人都在扮演多个社会角色，但是每一个人对自己加入集团的认可度也是不同的，或者说，每一个人对自己所扮演的社会角色持不同的认同感。一个女权主义者对自己的“女人身份”持很强的身份认同，因而她会积极供给“女人”集团的公共物品，维护“女人”集团的权益，尽管“女人”集团是一个“大集团”。她不会太计较她付出了很多而收益却为所有的女人分享；相反，一个非女权主义者的女人，可能对积极供给“女人”集团的公共物品嗤之以鼻，她可能对家庭持更高的身份认同。家庭可能是个人加入的最小的集团之一，也可能是个人最为认可的集团身份。因而个人对家庭的集体物品供给最为积极。相对于个人加入的一个较大集团（包含了所有消费者的消费者集团）而言，他更愿意供给家庭的集体物品，而非消费者协会的集体物品。这种事实在现实中比比皆是，是奥尔森的“小集团比大集团”的论断受到推崇的一个现实印证。但是这种归属感和身份认同本身没有被纳入其考量范围。

对于那些对所在集团有很强归属感、认同感的个体来说，就不太会发生“搭便车”的事件，同时将这种从归属感中获得的精神收益可以解释其行为成本小于收益的合理性，这也证明了其实奥尔森关于“理性人”的假设和“成本收益”分析法的运用逻辑是没有错的。进一步地，对于身为经济学家的奥尔森而言，没有将精神收益纳入“成本收益”分析是可以理解的，因为“精神收益”是没有办法像“物质收益”那样量化的。但是纳入“精神收益”可以很好解释为何同一个集团中的个人会有着不同的集体物品供给行为。尽管在同一集团内部，人们供给集体物品得到的物质收益可能是相同的，但是由于人们对集团的身份认同度不同，因而有着不同的精神收益。在物质收益确定的情况下，对集团持高身份认同的成员会从供给集体物品中收获的精神回报就越高，因而他供给集体物品的收益也会变大（包括物质收益和精神收益）。小集团中的个人供给公共物品的确能够获得较高的物质收益，但是不一定能有较高的精神收益。相反，大集团中的个人供给公共物品却可能获得较高的精神收益，这些精神收益包括名望、地位、权力以及内心享受。在这种状况下，大集团中的成员也积极供给公共物品。以及同一个集团内部不同成员有着不同的公共物品供给行为也就顺理成章了。

通过上述分析，我们依然还是要肯定奥尔森在“成本收益”分析方法运用上的优势，他对集体行动逻辑的分析理论有着十分重大的贡献和意义，我得以吹毛求疵也是因为站在了他的肩膀上。阅读本书，并对照现实进行思考的过程就如同，行走在幽长的小巷中，曲径方能通幽。毕竟没有办法苛求普适性的理论可以与充满不确定性的现实完美重合，恰恰是它们之间保持着若即若离的关系最为迷人，最能引人思考探究的地方。站在巨人的肩膀上不是终点，



对于难以穷尽的知识与智慧来说，需要的是更高的肩膀。阅读本身不应该仅仅是被说服，从这本书开始我在尝试，在阅读中去反思、批驳，然后再回头，或许更加能让我看到著者所述内容的闪光之处。

【参考文献】

1. 高春芽，“集体行动的逻辑及其困境”，《武汉理工大学学报》，2008年2月，第21卷第1期。
2. 王刚，“公共物品供给的集体行动问题——兼论奥尔森集体行动的逻辑”，《重庆大学学报》，2013年第19卷第4期。