

نابرابری سیاسی

ژولیا کاژه



ترجمه‌ی کیوان زندکریمی



چکیده

نابرابری در مشارکت و تأثیرگذاری سیاسی در دهه‌های اخیر به‌نحو چشمگیری افزایش یافته است. در این مقاله، ما بر سه جنبه از نابرابری سیاسی تمرکز داریم: تمرکز فزاینده‌ی کمک‌های مالی سیاسی و خیریه، شکاف روبه‌رشد در نمایندگی توصیفی، و فقدان مداوم نمایندگی حقیقی. بر اساس نوشته‌های موجود و همچنین شواهد جدید، این جنبه‌ها را به گسترش اخیر نابرابری در مشارکت انتخاباتی مرتبط می‌کنیم. سپس، اشکال نوین مشارکت [مانند افزایش اهداکنندگان کوچک در ایالات متحده] و کارایی سیاست‌هایی را بررسی می‌کنیم که با هدف بهبود نمایندگی وضع شده‌اند. در نهایت، به بحث درباره‌ی مسیرهای جدید پژوهش می‌پردازیم.¹

کلیدواژه‌ها: نابرابری سیاسی، کمک‌های خیریه، کمک‌های مالی سیاسی، نمایندگی توصیفی، نمایندگی حقیقی، دموکراسی‌های نمایندگی، تأمین مالی کمپین انتخاباتی، مشارکت انتخاباتی.

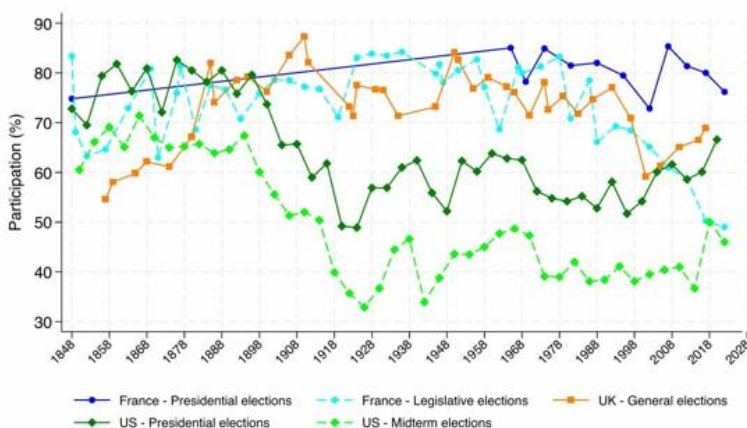
۱. مقدمه

امتناع از شرکت در انتخابات در بسیاری از دموکراسی‌های غربی رو به افزایش است. در کشوری مانند فرانسه، در سال ۲۰۲۲، نرخ امتناع به بالاترین سطح خود در بیش از ۱۵۰ سال گذشته رسید (نگاه کنید به شکل ۱): از سال ۱۸۴۸، مشارکت در انتخابات قانون‌گذاری عموماً بین ۷۰-۸۰ درصد در نوسان بوده است، اما از سال ۲۰۱۷ به کمتر از ۵۰ درصد کاهش یافته است (Cagé and Piketty, 2023).

در بریتانیا، با وجود اندکی بهبود از سال ۲۰۰۱، مشارکت همچنان کمتر از ۷۰ درصد است، در حالی که از سال ۱۸۸۵ تا ۱۹۹۷ به‌طور مداوم بالاتر از این رقم بوده است.

در ایالات متحده، با وجود افزایش اخیر، مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری امروز کمتر از قرن نوزدهم است و مشارکت در انتخابات میان دوره‌ای همچنان به‌طور قابل توجهی پایین‌تر از انتخابات ریاست جمهوری باقی مانده است.

شکل ۱: کاهش بلندمدت مشارکت سیاسی؛ شواهدی از فرانسه، بریتانیا و ایالات متحده، ۱۸۴۸-۲۰۲۲



توضیح: این شکل، سیر تحول مشارکت سیاسی را در فرانسه و بریتانیا (اندازه‌گیری شده به صورت نسبت تعداد رأی‌دهندگان به تعداد رأی‌دهندگان ثبت‌شده) و تحول مشارکت سیاسی در ایالات متحده (اندازه‌گیری شده به صورت نسبت تعداد رأی‌دهندگان به جمعیت در سن رأی دهی) نشان می‌دهد. خط آبی تیره با نقاط، مشارکت در دور اول انتخابات ریاست جمهوری فرانسه را نشان می‌دهد و خط آبی روشن نقطه‌چین با نقاط، مشارکت در دور اول انتخابات قانون‌گذاری فرانسه را نمایش می‌دهد؛ داده‌های مربوط به فرانسه از Cagé and Piketty (2023) گرفته شده است. خط نارنجی با مربع‌ها، مشارکت در انتخابات عمومی بریتانیا را گزارش می‌کند؛ داده‌ها از Cagé and Dewitte (2021) هستند. خط سبز با لوزی‌ها، مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده را نشان می‌دهد و خط سبز روشن نقطه‌چین با لوزی‌ها، مشارکت در انتخابات میان دوره‌ای ایالات متحده را نمایش می‌دهد؛ داده‌ها از electproject.org گرفته شده است.

این کاهش مشارکت اغلب با بحران دموکراسی مرتبط دانسته می‌شود. در این پژوهش، با تکیه بر مطالعات روبه‌رشد در این مورد و همچنین تعدادی از وقایع جدید،

بررسی می‌کنیم که این امر تا چه حد می‌تواند ناشی از افزایش نابرابری‌های سیاسی باشد، بدین معنی که این وقایع از چندین دیدگاه به نظر می‌رسد، دموکراسی‌ها به طور فزاینده‌ای با «یک یورو، یک رأی» به جای «یک نفر، یک رأی» مشخص می‌شوند. نوشته‌های موجود تعاریف متعددی از برابری (یا نابرابری) سیاسی ارائه می‌دهد. **وربا** (۲۰۰۱) برابری سیاسی را به‌عنوان معیاری که شهروندان در تصمیمات دولتی صدای برابر دارند تعریف می‌کند. به‌طور مشابه، **آنسل و گینگریچ** (۲۰۲۱) بر توانایی شهروندان در تأثیرگذاری بر روند سیاسی تمرکز می‌کنند «هم از طریق انتخاب رأی‌دادن، هم از نحوه رأی‌دادن، هم این‌که سیاستمداران منعکس‌کننده‌ی جمعیتی باشند که به آنها خدمت می‌کنند، و هم این‌که سیاست‌هایی که آنها ایجاد می‌کنند، یک گروه را بر گروه دیگر ترجیح می‌دهد». به گفته‌ی **برامندی و همکاران** (۲۰۲۲)، اعضای یک جامعه‌ی سیاسی در صورتی از نظر سیاسی برابر تلقی می‌شوند که قوانین، هنجارها و رویه‌هایی که بر جامعه حاکم است، توجه یکسانی را برای همه‌ی اعضا در نظر بگیرد.

در این مقاله، بر سه جنبه‌ی متفاوت از نابرابری سیاسی تمرکز داریم.

اول، این واقعیت را مستند می‌کنیم که شهروندان ثروتمند به شکل نامتوازنی بیشتر از فقرا در تأمین مالی سیاست، مشارکت می‌کنند؛ که این میزان در کشوری مانند ایالات متحده به بی‌سابقه‌ترین حدّ خود رسیده است. سپس نشان می‌دهیم که این پدیده محدود به حوزه‌ی سیاست نیست و بخش خیریه نیز به شکل بی‌سابقه‌ای در حال متمرکز شدن است.

دوم، استدلال می‌کنیم که این وضعیت می‌تواند منجر به فقدان نمایندگی حقیقی (میزان در نظر گرفتن ترجیحات گروه‌های مختلف) شود و چرخه‌ی معیوب بین نابرابری‌های سیاسی [با نفوذ رو به افزایش ثروتمندان بر بحث‌های سیاسی] و نابرابری‌های اقتصادی را تقویت کند. (نابرابری‌هایی که به ثروتمندان امکان می‌دهند به شکل نامتوازنی بیشتر از بقیه‌ی مردم به هر دو بخش خیریه و احزاب کمک مالی کنند.)

سوم، بر شکاف روبه‌رشد در نمایندگی توصیفی (تطابق بین ویژگی‌های جمعیتی و ویژگی‌های نمایندگان منتخب) تمرکز می‌کنیم و تعارض میان «کیفیت» و «نماینده بودن (واقعی)» سیاستمداران را مورد پرسش قرار می‌دهیم.

در ادامه، به بررسی پیامدهای افزایش نابرابری سیاسی می‌پردازیم و آن را به‌طور خاص با افزایش اخیر نابرابری مشارکت انتخاباتی [یعنی این واقعیت که فقرا نسبت به ثروتمندان کم‌تر رأی دهند] مرتبط می‌کنیم. نشان می‌دهیم که این وضعیت همواره وجود نداشته است، بنابراین نوشته‌های موجود را که عمدتاً آن را به هزینه‌ی رأی‌دادن مرتبط می‌داند، مورد پرسش قرار می‌دهیم. در مقابل، پیشنهاد می‌کنیم که شکاف فزاینده‌ی مشارکت در انتخابات ناشی از این واقعیت است که بازدهی مورد انتظار از رأی دادن [از دیدگاه فقرا] در حال کاهش است. در نهایت، رابطه بین افزایش نابرابری سیاسی و تغییر ساختار تعارض سیاسی را مورد بحث قرار می‌دهیم.

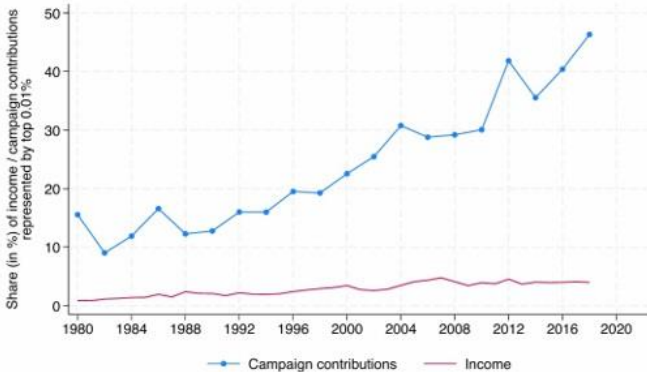
آیا نابرابری سیاسی یک سرنوشت اجتناب‌ناپذیر است؟

در بخش پایانی مقاله، تعدادی از رفتارهای سیاسی نوظهور را بررسی می‌کنیم از جمله افزایش اخیر کمک‌های مالی کوچک در ایالات متحده، که آن را به افزایش اخیر مشارکت انتخاباتی مرتبط می‌دانیم. همچنین، کارایی سیاست‌هایی را که اخیراً برای بهبود نمایندگی اجرا شده‌اند، ارزیابی می‌کنیم. و در پایان، به بحث درباره‌ی چشم‌انداز پژوهش‌های آینده می‌پردازیم.

۲. افزایش نابرابری سیاسی

نابرابری سیاسی می‌تواند اشکال مختلفی به خود بگیرد. در این بخش، ابتدا توانایی‌های متفاوت برای تأمین مالی کمپین‌های انتخاباتی و احزاب سیاسی و همچنین خیریه‌ها و اندیشکده‌ها را بررسی می‌کنیم، سپس به بحث در مورد این که این امر تا چه حد می‌تواند منجر به نمایندگی نابرابر شود، می‌پردازیم. چه به صورت حقیقی (با تقویت صدای ثروتمندان) و چه به صورت توصیفی.

شکل ۲: افزایش تمرکز کمک‌های مالی کمپین انتخاباتی در ایالات متحده، ۱۹۸۰-۲۰۱۸



توضیح: این شکل، روند سهم درآمد (خط قرمز) و سهم کمک‌های مالی کمپین انتخاباتی (خط آبی با نقاط) متعلق به ۰.۰۱ درصد بالای خانوارها و جمعیت در سن رأی در ایالات متحده از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۸ را نشان می‌دهد. داده‌ها از Bonica et al. (۲۰۱۳) و از «پایگاه داده در مورد ایدئولوژی، پول در سیاست و انتخابات» (DIM) گرفته شده است. داده‌های مربوط به سهم درآمد ۰.۰۱ درصد بالای خانوارها برای سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۱۸ از پایگاه داده نابرابری جهانی (World Inequality Database) استخراج شده است. [بالاترین ۰.۰۱ درصد خانوارها؛ به معنای ثروتمندترین ۰.۰۱ درصد خانوارهای آمریکا است. یعنی یک خانوار از هر ۱۰۰۰۰ خانوار]

۲.۱ کمک‌های مالی سیاسی

۲.۱.۱ افزایش تمرکز کمک‌های مالی سیاسی: شواهد تجربی

کمک‌های مالی سیاسی در سال‌های اخیر با افزایش تمرکز همراه بوده است، به گونه‌ای که بزرگ‌ترین اهداکنندگان سهم روبه‌رشدی از کل مبلغ اهدایی را به خود اختصاص داده‌اند. این پدیده ابتدا توسط بونیکا و همکاران (Bonica et al., 2013) و روزنتال (Bonica and Rosenthal, 2015) در مورد ایالات متحده مستند شد.

بر اساس این داده‌ها (Bonica et al., 2013) شکل ۲، روند سهم کمک‌های مالی کمپین انتخاباتی متعلق به بالاترین ۰.۰۱ درصد جمعیت در سن رأی در ایالات متحده از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۸ را نشان می‌دهد. این سهم در این دوره سه برابر شده است؛ از ۱۵.۵ درصد در سال ۱۹۸۰ به ۴۶.۳ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است. نکته‌ی قابل توجه این است که تمرکز کمک‌های مالی کمپین انتخاباتی به مراتب بیشتر از تمرکز درآمد است.

همان‌طور که بونیکا و روزنتال (Bonica and Rosenthal, 2015) تأکید کرده‌اند، این افزایش نابرابری در کمک‌های مالی کمپین انتخاباتی، عمدتاً ناشی از افزایش نابرابری اقتصادی (Piketty, 2014) و به‌ویژه مخارج سیاسی میلیاردرهای آمریکایی است و حتی بیش از تغییرات در چارچوب قانونی رخ داده است.

این نکته‌ی مهمی است، زیرا اغلب ثروتمندسالاری (پلوتوکراسی)^۱ ایالات متحده به‌عنوان یک استثنا دیده می‌شود؛ گویی چنین سطحی از نابرابری سیاسی نمی‌تواند در دیگر دموکراسی‌های غربی وجود داشته باشد، به‌خصوص در کشورهایی که کمک‌های مالی به کمپین‌ها و احزاب سیاسی بیشتر تحت کنترل و محدود شده است.

با این حال، با استفاده از رویکرد مقایسه‌ای، در مقاله‌ی قبلی‌ام (Cagé, 2018) نشان داده‌ام که سطح بالایی از تمرکز کمک‌های مالی، هم در کشورهایی وجود دارد که کمک‌های مالی و مخارج کمپین محدود نیستند (مانند آلمان)، هم در جاهایی که کمک‌های مالی محدود نیست اما مخارج کمپین محدود است (مانند بریتانیا)، و هم در کشورهایی که شهروندان (و شرکت‌ها) نمی‌توانند بیش از مبلغ معینی کمک کنند (مانند ایتالیا).

مورد فرانسه اما از این نظر جالب‌توجه است که سقف کمک‌های مالی به احزاب و کمپین‌ها در مقایسه با استانداردهای بین‌المللی نسبتاً پایین است [۷۵۰۰ یورو به ازای هر فرد در سال برای کمک به احزاب سیاسی^۲ و ۴۰۶۰۰ یورو برای کمک به کمپین‌های انتخاباتی]. استفاده از داده‌های اداری – مالیاتی نیز به ما اجازه می‌دهد تا مقدار کمک‌ها را بر اساس درآمد اهداکنندگان بررسی کنیم. شکل ۳ متوسط مقدار سالانه‌ی کمک به احزاب را توسط هر خانوار (شامل همه‌ی خانوارها، حتی کسانی که کمک نمی‌کنند) بر

حسب سطح درآمد آن‌ها نشان می‌دهد. این مقدار را به صورت نسبت به متوسط کمک گزارش کرده‌ایم. دوره‌ی زمانی مورد بررسی ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۱ است.

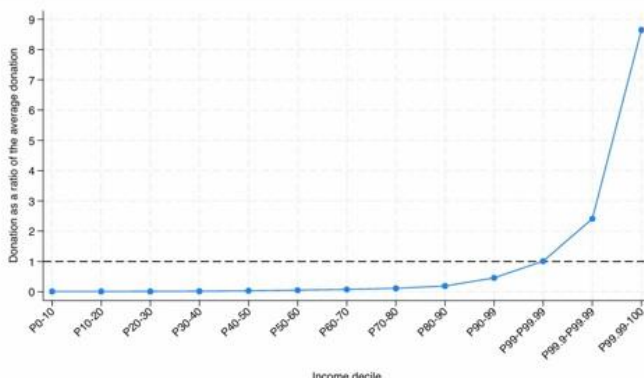
هرچند متوسط کلی مبالغ کمک‌شده ممکن است کوچک به نظر برسد (بین ۱۰ تا ۵۰ یورو بسته به سال، با احتساب خانوارهایی که هیچ کمکی نمی‌کنند - رجوع شود به شکل A.1 در پیوست)، اما مهم است که بر اندازه‌ی تفاوت بین مقادیر پایین و بالای توزیع تأکید کنیم. تنها خانوارهای واقع در بالای ۰.۱ درصد توزیع درآمد، مبلغی برابر یا بیشتر از متوسط کمک را پرداخت می‌کنند و خانوارهای بالای ۰.۰۱ درصد تقریباً ۹ برابر بیشتر از متوسط کمک می‌کنند. متوسط کمک (به واحد یورو) در دهک‌های اول تا سوم کم‌تر از ۰.۲ یورو، در دهک‌های چهارم و پنجم کم‌تر از ۱ یورو، و تنها در دهک نهم برابر با ۴ یورو است؛ یعنی ۵۹ برابر کم‌تر از آنچه برای خانوارهای بالای ۰.۰۱ درصد توزیع درآمد مشاهده می‌کنیم. (در مقایسه با دهک اول، این خانوارها به‌طور متوسط ۲۹۲۰۰ برابر بیشتر کمک می‌کنند). جالب توجه است که نابرابری واقعی توزیع کمک‌ها عمدتاً در بالاترین سطوح توزیع درآمد رخ می‌دهد، یعنی در میان بالای ۰.۱ درصد و به‌ویژه بالای ۰.۰۱ درصد. (بالاترین ۰.۰۱ درصد خانوارها؛ به معنای

ثروتمندترین ۰.۰۱ درصد خانوارها. یعنی یک خانوار از هر ۱۰۰۰۰۰ خانوار)

این تمرکز کمک‌ها ناشی از ترکیب دو پدیده است که در شکل ۴ آن‌ها را از هم جدا کرده‌ایم: از یک‌سو، خانوارهای واقع در بالای توزیع درآمد؛ احتمال بیشتری برای کمک کردن دارند (زیر شکل a۴)؛ و از سوی دیگر، هنگامی که کمک می‌کنند، مبلغ پرداختی‌شان معمولاً بیشتر است (زیر شکل b۴).

در شکل ۴، توزیع کمک‌ها را برای هر یک از سال‌های مورد بررسی به صورت جداگانه رسم کرده‌ایم. دو انتخابات ریاست‌جمهوری آخر در فرانسه در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۲۲ برگزار شد و کمپین‌های انتخاباتی از سال قبل (به ترتیب ۲۰۱۶ و ۲۰۲۱) آغاز می‌شد.

شکل ۳: کمک‌های مالی و حق عضویت در احزاب سیاسی بر حسب سطح درآمد، فرانسه، ۲۰۲۱-۲۰۱۳



توضیح: این شکل، متوسط ارزش کمک‌های مالی سالانه و حق عضویت در احزاب سیاسی پرداخت‌شده توسط خانوارهای مشمول مالیات در فرانسه را بر حسب سطح درآمدی آن‌ها نشان می‌دهد. این متوسط برای دوره‌ی زمانی ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۱ محاسبه شده و به صورت نسبت به متوسط کمک مالی انجام‌شده گزارش شده است) برای شکل مشابه به واحد یورو، به شکل A.1 در پیوست آنلاین مراجعه کنید. تمامی خانوارها در محاسبه لحاظ شده‌اند (حتی کسانی که هیچ کمک مالی نکرده‌اند). با در نظر گرفتن همه‌ی خانوارهای مشمول مالیات، در حالی که مالیات‌دهندگان در دهک اول توزیع درآمد به‌طور متوسط ۰/۰۰۵ برابر متوسط کمک مالی مشارکت می‌کنند، مالیات‌دهندگان در بالاترین ۰/۰۱ درصد توزیع درآمد به‌طور متوسط ۸/۷ برابر متوسط کمک مالی مشارکت می‌کنند. داده‌ها برای سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۱۳ از (Cag  and Guillot ۲۰۱۸) و برای سال‌های ۲۰۲۱-۲۰۱۷ از (Cag  and Guillot ۲۰۲۱) گرفته شده است.

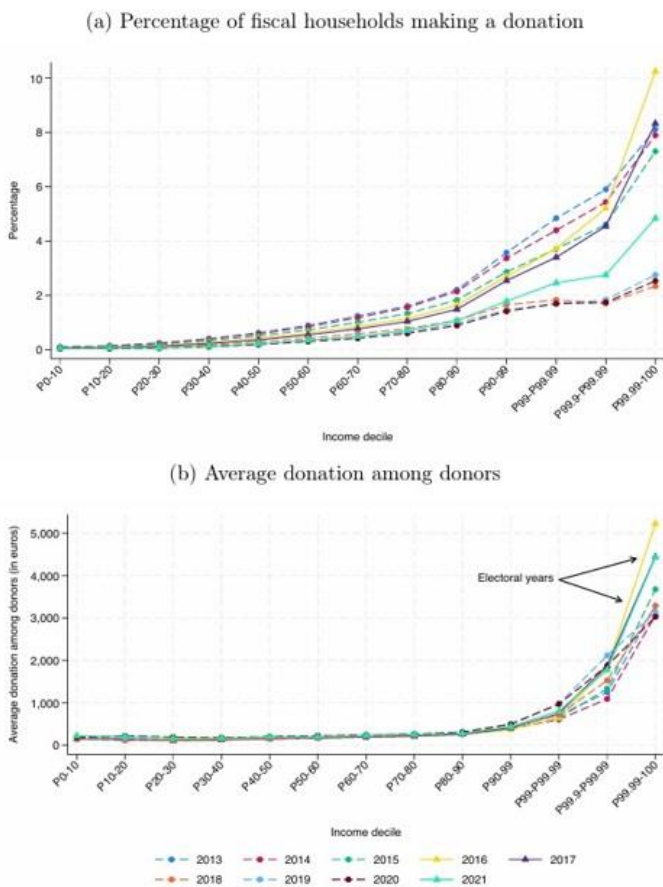
هنگامی که بر متوسط مبلغ اهدایی تمرکز می‌کنیم، کاملاً روشن است که شکاف بین اهداکنندگان ثروتمند و بقیه‌ی خانوارها در سال‌های انتخاباتی به‌شدت افزایش می‌یابد.^۴ برای مثال، در سال ۲۰۱۶، متوسط مبلغ اهدایی توسط اهداکنندگان در پنج دهک پایین، بین ۱۳۲ تا ۲۲۹ یورو بوده است، در حالی که این رقم برای بالاترین ۰/۰۱ درصد توزیع درآمد به ۵۰۲۲۵ یورو می‌رسد — یعنی ۲۳ تا ۳۹ برابر بیشتر. این نسبت در سال ۲۰۲۰ تنها بین ۱۴ تا ۱۸ برابر بوده است.

علاوه بر این، باید توجه داشت که برخلاف اهداکنندگان ثروتمند، اهداکنندگان در سطح پایین توزیع درآمد خارج از سال‌های انتخاباتی، کم‌تر کمک نمی‌کنند. بلکه اگر چیزی باشد، تمایل دارند بیشتر کمک کنند (۱۷۷ تا ۲۱۹ یورو برای اهداکنندگان پنج دهک پایین در سال ۲۰۲۰). فرانسه تنها نمونه‌ای از کشوری است که در آن کمک‌های مالی محدود شده است. برای مثال در کره جنوبی، کمک‌های مالی سالانه به سیاستمداران نیز به ۲۰ میلیون وون کره جنوبی در سال (حدود ۱۴,۱۰۰ یورو) محدود شده است. کمک به نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری (به ترتیب برای نامزدهای انتخابات عمومی و شهرداری) به ۱۰ میلیون وون (به ترتیب ۵ میلیون وون) محدود است و کمک به احزاب سیاسی به حداقل مبلغ بین ۱۰ میلیون وون و ۵ درصد درآمد مشمول مالیات اهداکننده در سال مالی محدود می‌شود.^۶ به‌طور کلی، در مقایسه با فرانسه (که همان‌طور که دیدیم، سقف‌های نسبتاً پایین‌تری دارد) کمک‌های مالی سیاسی در کره جنوبی کمی متمرکزتر است. در شکل ۵، سهم کل کمک‌های مالی سیاسی در فرانسه و کره جنوبی را که متعلق به خانوارهای هر دهک درآمدی (بر اساس داده‌های اداری مالیات بر درآمد) است، ترسیم کرده‌ایم.^۶

در هر دو کشور، اهداکنندگان واقع در دهک درآمدی دهم (بالاترین دهک) سهم بزرگ‌تری از کمک‌های مالی سیاسی را به خود اختصاص داده‌اند و این تمایل در کره جنوبی کمی بیشتر است: در حالی که در فرانسه، اهداکنندگان در ۱۰ درصد بالای توزیع درآمد ۵۱٫۵ درصد از کل مبلغ اهدایی را تشکیل می‌دهند (در مقایسه با ۳۱٫۲ درصد سهم از کل درآمد)، این سهم در کره جنوبی به ۵۷٫۷ درصد می‌رسد (هرچند سهم آن‌ها از کل درآمد نیز کمی بالاتر است: ۴۳٫۳ درصد).^۷

در پژوهش‌های آینده، جالب خواهد بود که بررسی شود این تمرکز بالاتر کمک‌های مالی سیاسی تا چه حد ناشی از سطح بالاتر نابرابری درآمد و یا از این واقعیت است که سقف کمک‌های مالی در کره جنوبی کمی بالاتر از فرانسه است.

شکل ۴. کمک‌های مالی سیاسی: سهم اهداکنندگان و متوسط مبلغ اهدایی بر حسب سطح درآمد، فرانسه، ۲۰۲۱-۲۰۱۳



توضیح: این شکل برای هر سال (بین ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۱) و بر حسب سطح درآمد، درصد خانوارهای مشمول مالیات را که کمک مالی یا حق عضویت به احزاب سیاسی اعلام کرده‌اند (زیرشکل a۴) و متوسط اندازه‌ی کمک‌های مالی و حق عضویت به احزاب سیاسی به ازای هر اهداکننده (زیرشکل b۴) را نشان می‌دهد. انتخابات ریاست‌جمهوری فرانسه در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۲۲ برگزار شد؛ سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۲۱ سال‌هایی بودند که احزاب در حال جمع‌آوری پول برای آمادگی این انتخابات بودند (متأسفانه داده‌های سال ۲۰۲۲ هنوز در دسترس نیست). داده‌ها برای سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۱۶ از Cagé (۲۰۱۸) و برای سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۲۱ از Cagé and Guillot (۲۰۲۱) گرفته شده است.

۲.۱.۲ چرا خانوارهای ثروتمند به سیاست، کمک مالی می‌دهند؟

چرا خانوارهای پردرآمد خیلی بیشتر از بقیه مردم [و به‌ویژه بیشتر از سهمی که از کل درآمد کشور دارند] به احزاب و کمپین‌ها کمک مالی می‌دهند؟ و چرا این کار را به‌خصوص در سال‌های انتخاباتی انجام می‌دهند؟^۴

نوشته‌های موجود دو دسته‌ی کلی از انگیزه‌ها را برای کمک‌های مالی سیاسی شناسایی کرده است (برای مرور، ببینید Gordon et al., 2007).^۵ از یک‌سو، برخی پژوهشگران کمک‌های مالی را عمدتاً به عنوان یک کالای مصرفی می‌بینند (مانند Gimpel et al., 2008؛ Ansolabehere et al., 2003). طبق این رویکرد، اهداکنندگان، کمک مالی می‌کنند صرفاً به این دلیل که از این نوع مشارکت در فرآیند سیاسی لذت می‌برند. بنابراین می‌توان استدلال کرد: افراد ثروتمند به همان دلیلی بیشتر از افراد فقیر کمک می‌کنند که بیشتر رأی می‌دهند؛ چون علاقه‌ی بیشتری به سیاست دارند. از سوی دیگر، کمک‌های مالی می‌تواند به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری استراتژیک تلقی شود. این کمک‌ها ممکن است در واقع با هدف افزایش شانس پیروزی نامزدهایی با ویژگی‌های مطلوب مانند ایدئولوژی و شایستگی (Poole and Romer, 1985; Wand, 2007)، خرید مزایای سیاستی مانند آرای قانون‌گذاری آینده یا اعمال فشار بر نهادهای نظارتی (Aranson and Hinich, 1979; Baron, 1989; Snyder, 1990; Grossman and Helpman, 1994, 2001)، یا ضمانت دسترسی به سیاستمداران پس از ورود به قدرت برای شکل‌دهی به قوانین در حال تدوین (Langbein, 1986; Hall and

(Wayman, 1990) انجام شود. به عبارت دیگر، کمک‌های مالی می‌توانند یا **انتخاباتی‌محور** باشند با هدف ارتقای موفقیت انتخاباتی یک نامزد، یا **منفعت‌محور** برای کسب یک منفعت سیاسی از طریق دسترسی یا رأی‌های قانونگذاری. یا به بیان دیگر، کمک‌های مالی سیاسی می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای کسب نفوذ دیده شوند (به این نکته در بخش ۲.۳.۲ هنگام بحث درباره‌ی میزان فقدان نمایندگی محتوایی بازمی‌گردیم).

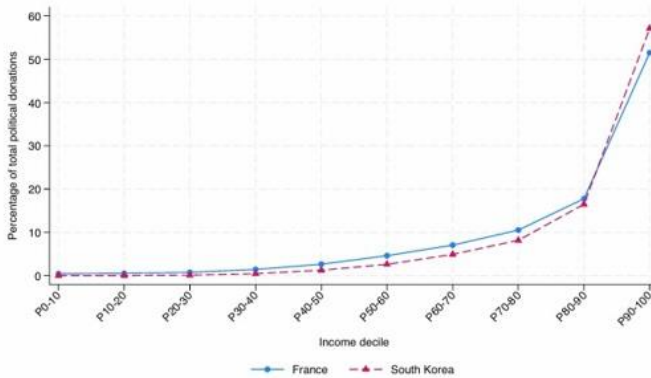
از این منظر، تمایل افراد ثروتمند به کمک مالی بسیار بیشتر [حتی نسبت به سهم درآمدشان] نسبت به افراد فقیر، منطقی به نظر می‌رسد. در واقع، با توجه به این‌که آن‌ها منابع لازم برای کمک مبالغ بزرگ‌تر را دارند، گروه اول ممکن است انتظار داشته باشند که سرمایه‌گذاری‌شان سودآور باشد؛ در مقابل، کمک‌های کوچک ممکن است نتوانند سیاست‌ها را بخرند، به‌ویژه به دلیل مشکل هماهنگی. با این حال، برخی ممکن است استدلال کنند که در کشورهایی مانند فرانسه و کره جنوبی، حتی کمک‌های مالی اهداکنندگان بزرگ نیز محدود است. آیا می‌توان با کمک‌هایی به مبلغ «فقط» چند هزار یورو نفوذ سیاسی کسب کرد؟

با توجه به اینکه نوشته‌های مربوط به تأمین مالی کمپین انتخاباتی، عمدتاً بر مورد ایالات متحده تمرکز داشته است، معمولاً کمک‌های مالی سیاسی را به صورت میلیون‌ها یا حتی میلیارد‌ها دلار تصور می‌کنیم. اما فقط به این دلیل که در کشورهایی مانند فرانسه، کمک‌های مالی طبق قانون به مبالغی محدود شده که از چند هزار یا چند ده هزار یورو تجاوز نکند، به این معنا نیست که کمک‌های سیاسی افراد در این کشورها اهمیتی ندارد. در واقع، باید این کمک‌ها را در ترکیب با محدودیت‌های موجود بر مخارج سیاسی^{۱۰} مورد بررسی قرار داد.

به‌طور خلاصه، و فقط برای مثال، اگر آخرین انتخابات ریاست‌جمهوری فرانسه را در نظر بگیریم، سقف مخارج برای نامزدهای دور اول ۱۶۰۸۵۱۰۰۰ یورو بود. نامزدهایی^{۱۱} که بیش از ۵ درصد آرا را کسب کردند، تا ۸۰۰۰۴۰۲۲۵ یورو توسط دولت (بودجه عمومی) بازپرداخت شدند. بنابراین، تفاوت در تأمین مالی خصوصی کمپین بین دو نامزد حداکثر می‌توانست به ۸۰۸۴۶۰۷۷۵ یورو برسد. یک اهداکننده

(منحصربه‌فرد) حامی نامزد «ج» از حزب «پ» در سال ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ مجاز بود ۷۵۰۰ یورو به حزب و ۴۶۰۰ یورو به کمپین نامزد کمک کند، که در سطح خانوار (اگر هر دو عضو خانوار به همین شکل کمک کنند) به ۳۹۰۲۰۰ یورو می‌رسد. بنابراین، کم‌تر از ۲۶۶ خانوار که تا سقف مجاز کمک کنند، کافی است تا تفاوت میان دو نامزد ایجاد شود.^{۱۲}

شکل ۵: درصد کمک‌های مالی سیاسی کل بر حسب هر دهک درآمدی، فرانسه و کره جنوبی، ۲۰۱۳-۲۰۲۱ (متوسط)



توضیح: این شکل سهم کل کمک‌های مالی سیاسی در فرانسه (خط آبی با نقاط) و کره جنوبی (خط قرمز نقطه‌چین با مثلث‌ها) را که توسط خانوارهای هر دهک درآمدی (بر اساس داده‌های اداری مالیات بر درآمد) تأمین شده، نشان می‌دهد. دوره‌ی زمانی برای فرانسه ۲۰۱۳-۲۰۲۱ و برای کره جنوبی ۲۰۱۵-۲۰۲۱ است و از متوسط استفاده شده است. داده‌های فرانسه برای سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۱۶ از Cagé and Guillot (۲۰۲۱) گرفته شده است. داده‌های کره جنوبی از اداره‌ی مالیات کره (NTS) گرفته شده و یونگ هی-این، نماینده مجلس ملی کره، تهیه شده است. ما از کمک‌های مالی سیاسی گزارش شده در اظهارنامه‌های مالیات بر درآمد کسر شده استفاده کرده‌ایم (برای جزئیات به متن مراجعه کنید).

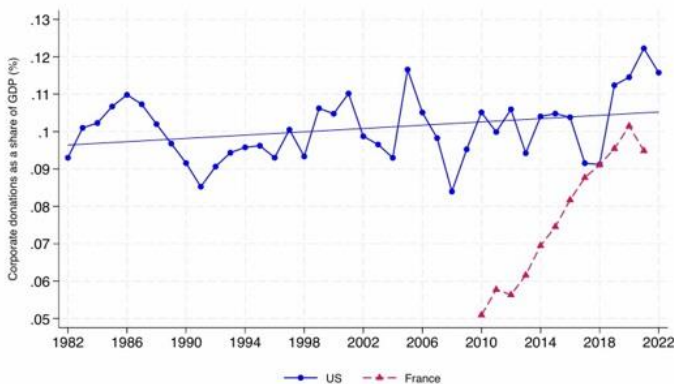
۲.۲ کمک‌های خیریه

تا این‌جا بر کمک‌های مالی سیاسی به معنای دقیق کلمه تمرکز کرده‌ایم، یعنی کمک به احزاب سیاسی یا کمپین‌های انتخاباتی. اما ابزار جایگزین برای کسب نفوذ سیاسی، کمک‌های خیریه است. کمک‌های خیریه می‌تواند توسط شرکت‌ها و یا افراد انجام شود.

کمک‌های نهادهای خیریه نیز مانند کمک‌های مالی سیاسی، در سال‌های اخیر افزایش یافته است (برای مثال، ببینید (Cha and Rajadhyaksha, 2021)، البته با تفاوت‌هایی در کشورهای مختلف. شکل ۶ تحول کمک‌های نهادهای خیریه را نسبت به تولید ناخالص داخلی (GDP) (به درصد) در فرانسه و ایالات متحده نشان می‌دهد. در ایالات متحده شاهد افزایش بلندمدت این سهم هستیم؛ از ۰.۰۹۳ درصد GDP در سال ۱۹۸۲ به ۰.۱۲ درصد در حال حاضر.^{۱۳} این افزایش خطی نبوده است و نوسانات شدیدی داشته که بخشی از آن را می‌توان به تغییرات وضعیت اقتصاد کلان (macroeconomic) نسبت داد، اما روند کلی صعودی است. نهادهای خیریه در فرانسه از سال ۲۰۱۰ با سرعت بسیار بیشتری رشد کرده است (متأسفانه داده‌ای قبل از این تاریخ در دسترس نیست)، اما از سطح بسیار پایین‌تری شروع شده: کمک‌های نهادهای خیریه از ۰.۰۵ درصد GDP در سال ۲۰۱۰ به تقریباً ۰.۱ درصد در حال حاضر جهش کرده است. کمک‌های نهادهای خیریه در فرانسه کم‌تر مورد مطالعه قرار گرفته است، اما می‌توان آن را به افزایش مشوق‌های مالیاتی برای کمک‌های خیریه در دهه‌های اخیر مرتبط دانست. این اهمیت روبه‌رشد کمک‌های نهادهای خیریه، یک بُعد مهم از نابرابری سیاسی است، با توجه به استفاده از نهادهای خیریه به‌عنوان ابزاری برای کسب نفوذ سیاسی (متأسفانه، با داده‌هایی که در اختیار داریم، نمی‌توانیم بررسی کنیم که آیا نهاد خیریه نیز به‌طور فزاینده‌ای در حال متمرکز شدن است یا خیر). این نوع استفاده در سال‌های اخیر به‌ویژه در مورد ایالات متحده به خوبی مستند شده است، خصوصاً توسط Bertrand و همکاران (۲۰۲۱، ۲۰۲۰).^{۱۴} Bertrand و همکاران (۲۰۲۱) بررسی می‌کنند که تا چه حد شرکت‌ها از کمک‌های خیریه برای همسو کردن (co-opt) سازمان‌های غیرانتفاعی در طیف وسیعی از مسائل و نهادهای نظارتی استفاده

می‌کنند. آن‌ها نشان می‌دهند که سازمان‌های غیرانتفاعی بیشتر احتمال دارد درباره‌ی همان مقرراتی نظر بدهند که اهداکنندگان‌شان اظهار نظر می‌کنند و این «هم‌نظری مشترک» بیشترین ارتباط را با کمک‌های مالی در سال پیش از انتخابات دارد؛ همچنین این هم‌نظری‌ها بیشتر (به هم) شباهت دارند. نکته‌ی مهم این‌که، این روابط هم‌نظری بر قواعدی که در نهایت در مقررات فدرال ایالات متحده نهایی می‌شوند، تأثیرگذار است. برتراند و همکاران (۲۰۲۱) میزان استفاده‌ی شرکت‌ها از کمک‌های خیریه برای جذب سازمان‌های غیرانتفاعی در طیف وسیعی از مسائل و سازمان‌های نظارتی را بررسی می‌کنند.

شکل ۶: خیریه‌ی شرکت‌ها نسبت تولید ناخالص داخلی (به درصد)، فرانسه و ایالات متحده، ۱۹۸۲-۲۰۲۲ (متوسط)



توضیح: این شکل کمک‌های خیریه‌ی شرکت‌ها را نسبت به تولید ناخالص داخلی (GDP) در ایالات متحده (خط آبی با نقاط) و فرانسه (خط قرمز نقطه‌چین با مثلث‌ها) نشان می‌دهد. دوره‌ی زمانی برای ایالات متحده ۱۹۸۲-۲۰۲۲ و برای فرانسه ۲۰۱۰-۲۰۲۱ است. داده‌های ایالات متحده از Giving USA و داده‌های فرانسه از DGFIP گرفته شده است. برای نرمال‌سازی از داده‌های GDP پایگاه داده نابرابری جهانی استفاده شده است.

به عبارت دیگر، شرکت‌ها از کمک‌های خیریه برای تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاری دولتی استفاده می‌کنند. این یافته با شواهدی که Bertrand و همکاران (۲۰۲۰) ارائه کرده‌اند، کاملاً سازگار است. آن‌ها نشان می‌دهند که نهادها بخش بیشتری از کمک‌های خیریه‌ی خود را به حوزه‌های انتخابیه کنگره‌ای اختصاص می‌دهند که به دلیل عضویت نمایندگان منتخب در کمیته‌های مرتبط، برای منافع شرکت‌ها اهمیت بیشتری دارند.^{۱۵}

کمک‌های خیریه‌ی فردی - علاوه بر این، نه تنها شرکت‌ها، بلکه افراد نیز ممکن است از کمک‌های خیریه به‌عنوان ابزاری برای کسب نفوذ استفاده کنند. در این جا مهم است که بین اهداکنندگان کوچک و بزرگ تمایز قائل شویم. در حالی که کمک‌های کوچک ممکن است کاملاً ناشی از نوع‌دوستی، رفتار اجتماعی (Tirole and Bénabou, 2006; DellaVigna et al., 2012) و یا ابراز محبت (warm-glow) (Andreoni, 1989) باشد (برای مرور، ببینید Andreoni, 2006)، نوشته‌های روبه‌رشدی وجود دارد که انگیزه‌های سیاسی پشت کمک‌های خیریه‌ی فردی را مستند می‌کند.

با تمرکز بر پرداخت‌کنندگان مالیات بر ثروت و بهره‌گیری از یک اصلاحیه مالیات بر ثروت در فرانسه (که بر قیمت کمک‌های خیریه تأثیر گذاشت اما بر قیمت کمک‌های سیاسی تأثیری نداشت)، Cagé و Guillot (۲۰۲۱) نشان می‌دهند که کمک‌های سیاسی و خیریه جایگزین یکدیگر هستند. این یافته با شواهدی که Yildirim و همکاران (۲۰۲۱) در زمینه‌ی ایالات متحده ارائه کرده‌اند، سازگار است. نکته‌ی مهم این‌که، درست همانند آنچه برای کمک‌های مالی سیاسی دیدیم، کمک‌های خیریه نیز تمایل به تمرکز شدید در بالای توزیع درآمد دارند. این موضوع در مورد ایالات متحده توسط Duquette (۲۰۲۱) مستند شده است. او سهمی را محاسبه کرد که واحدهای مالیاتی اهداکننده بیشترین مبالغ، از کل کمک‌های خانوارها به خود اختصاص داده‌اند. با استفاده از داده‌های او، شکل ۷ تحول سهم کمک‌های خیریه متعلق به بالاترین ۰.۰۱ درصد واحدهای مالیاتی با بیشترین کمک‌های خیریه‌ی تفکیکی در ایالات متحده از

سال ۱۹۶۰ تا ۲۰۱۲ را نشان می‌دهد. در این دوره، سهم کمک‌های بالاترین ۰.۰۱ درصد واحدهای مالیاتی چهار برابر شده است؛ از ۴.۶ درصد در سال ۱۹۶۰ به ۲۰.۶ درصد در سال ۲۰۱۲. به عبارت دیگر، درست مانند کمک‌های مالی سیاسی در ایالات متحده، سهم کمک‌هایی که توسط اقلیت اهداکنندگان برتر تأمین می‌شود، در سال‌های اخیر به شدت افزایش یافته است (با این حال توجه کنید که در ایالات متحده، این تمرکز برای کمک‌های خیریه کم‌تر از کمک‌های سیاسی است - شکل ۲ را ببینید).

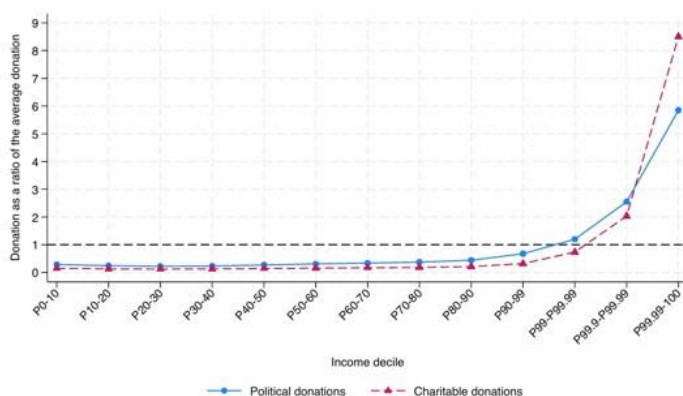
در فرانسه [که کمک‌های مالی سیاسی در آن محدود است] تمرکز برای کمک‌های خیریه در بالای توزیع درآمد قوی‌تر است. شکل ۸ متوسط مبلغ اهدایی توسط اهداکنندگان را بر حسب درآمدشان، به صورت نسبت به متوسط کمک انجام‌شده، نشان می‌دهد (برای شکل مشابه به واحد یورو، به شکل A.3 در پیوست آنلاین مراجعه کنید).¹⁶ متوسط کمک خیریه انجام‌شده توسط اهداکنندگان در بالاترین ۰.۰۰۱ درصد توزیع درآمد تقریباً ۹ برابر متوسط کمک مشاهده‌شده در میان همه‌ی اهداکنندگان است؛ این نسبت برای کمک‌های سیاسی برابر با ۶ است.¹⁷

شکل ۷: افزایش تمرکز کمک‌های خیریه در ایالات متحده، ۱۹۶۰-۲۰۱۲



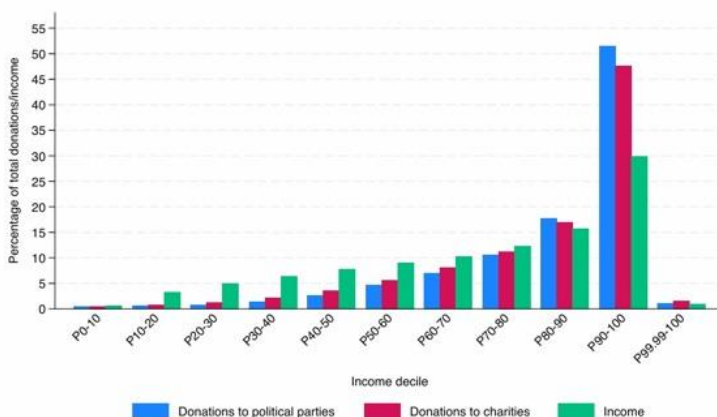
یادداشت: این شکل تحول سهم کمک‌های خیریه متعلق به بالاترین ۰.۰۱ درصد واحدهای مالیاتی با بیشترین کمک‌های خیریه‌ی تفکیکی در ایالات متحده از سال ۱۹۶۰ تا ۲۰۱۲ را نشان می‌دهد (حدود ۱۶,۰۰۰ اظهارنامه‌ی مالیاتی در سال ۲۰۱۲). این سهم در سال ۲۰۱۲ به ۲۰.۶ درصد می‌رسد. داده‌ها از Duquette (۲۰۲۱) گرفته شده است.

شکل ۸: متوسط مبلغ اهدایی توسط اهداکنندگان به احزاب سیاسی و خیریه‌ها بر حسب سطح درآمد، فرانسه، ۲۰۱۳-۲۰۲۱



یادداشت: این شکل متوسط مبلغ اهدایی به احزاب سیاسی (خط آبی با نقاط) و به خیریه‌ها (خط قرمز نقطه‌چین با مثلث‌ها) توسط اهداکنندگان در فرانسه را بر حسب درآمدشان (بر اساس داده‌های اداری مالیات بر درآمد) نشان می‌دهد. کمک‌ها به صورت نسبت به متوسط کمک انجام‌شده گزارش شده‌اند. دوره زمانی ۲۰۱۳-۲۰۲۱ است و از متوسط استفاده شده است.

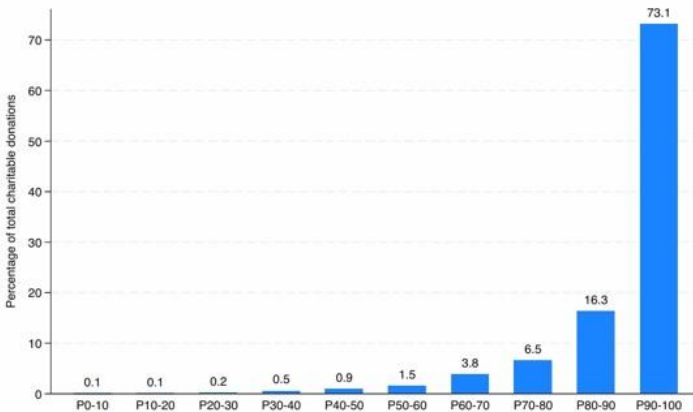
شکل ۹: درصد کمک‌های کل به سهم درآمد بر حسب هر دهک درآمدی، فرانسه، ۲۰۱۳-۲۰۲۱ (متوسط)



یادداشت: این شکل سهم کل کمک‌ها به احزاب سیاسی (ستون‌های آبی)، کل کمک‌ها به خیریه‌ها (ستون‌های قرمز)، و سهم درآمد (ستون‌های سبز) را که توسط خانوارهای هر دهک درآمدی (بر اساس داده‌های اداری مالیات بر درآمد) تأمین شده، نشان می‌دهد. دوره زمانی ۲۰۱۳-۲۰۲۱ است و از متوسط استفاده شده است.

شکل ۹ رابطه‌ی بین تمرکز کمک‌ها و سهم درآمد خانوارهای هر دهک درآمدی را نشان می‌دهد. جالب توجه این‌که، تنها برای خانوارهای واقع در دو دهک بالای توزیع درآمد، سهم کمک (هم برای کمک‌های خیریه و هم کمک‌های سیاسی) بالاتر از سهم کل درآمدشان است. ما حتی تمرکز قوی‌تری از کمک‌های خیریه در کره جنوبی مشاهده می‌کنیم: با استفاده از کمک‌های اعلام‌شده در فرم مالیات جهانی^{۱۸}، نشان می‌دهیم که اهداکنندگان در ۱۰ درصد بالای توزیع درآمد بیش از ۷۱ درصد از کل کمک‌های خیریه را به خود اختصاص داده‌اند، سهمی که بسیار بالاتر از سهم درآمدشان (۴۳ درصد) است. (شکل ۱۰)

شکل ۱۰: درصد کل کمک‌های مالی ارائه شده توسط هر طبقه درآمدی، کره جنوبی، ۲۰۱۵-۲۰۲۱ (میانگین)



توضیح: این شکل، سهم کل کمک‌های خیریه ارائه شده توسط خانوارها در هر دهک درآمدی را نشان می‌دهد (همان‌طور که در داده‌های مالیات بر درآمد اداری گزارش شده است). دوره‌ی زمانی ۲۰۱۵-۲۰۲۱ است و ما از میانگین استفاده می‌کنیم. داده‌ها از خدمات مالیاتی ملی (سالنامه آماری مالیات ملی، ۲۰۲۲) گرفته شده است.

چرا کمک‌های خیریه به طور فزاینده‌ای متمرکز می‌شوند؟ Duquette

(۲۰۲۱) نکاتی برای تأمل ارائه می‌دهد. اول، افزایش نابرابری سیاسی [که اینجا با تمرکز رو به رشد کمک‌های خیریه اندازه‌گیری می‌شود] ممکن است ناشی از افزایش نابرابری اقتصادی باشد. او همچنین به تعدادی از تغییرات اجتماعی در زمینه‌ی جنسیت، اشتغال و ازدواج اشاره می‌کند که ممکن است بر رفتار کمک‌دادن تأثیر بگذارند. در Cagé و همکاران (۲۰۲۳) به نقش فزاینده‌ی اهمیت انتخاباتی راست افراطی اشاره کرده‌ایم. اول، تأکید می‌کنیم که در حالی که ادبیات عمدتاً بر اهمیت روبه‌رشد بخش خیریه تمرکز کرده است، این موضوع پنهان‌کننده‌ی کاهش سهم اهداکنندگان در کشورهایی مانند فرانسه، آلمان، هلند، سوئد، بریتانیا و ایالات متحده است (ببینید شکل ۱ در Cagé et al., ۲۰۲۳)

دوم، مستند می‌کنیم که حامیان راست افراطی احتمال اهدای کمک کم‌تری نسبت به دیگران [از جمله شهروندانی که در انتخابات غیبت می‌کنند] دارند و ادامه‌ی رشد راست افراطی در بسیاری از دموکراسی‌های غربی ممکن است این کاهش را تشدید کند. با توجه به اینکه رأی‌دهندگان راست افراطی معمولاً درآمد نسبتاً پایینی دارند، این امر بر این واقعیت تأکید می‌کند که افراد در پایین توزیع درآمد به طور فزاینده‌ای کم‌تر کمک می‌کنند؛ هم از نظر تمایل به کمک و هم از نظر مبلغی که شرط کمک‌دادن پرداخت می‌کنند، نسبت به افراد در بالای توزیع درآمد. به این نکته در ادامه، هنگام بحث درباره‌ی رابطه‌ی بین افزایش نابرابری‌های سیاسی و ظهور جنبش‌های راست افراطی، باز می‌گردیم.¹⁹

آیا خیریه‌ها ابزاری برای کاهش نابرابری اقتصادی هستند؟

برخلاف کمک‌های مالی سیاسی، می‌توان استدلال کرد که کمک‌های خیریه ممکن است به کاهش نابرابری اقتصادی منجر شود و بنابراین در بلندمدت به کاهش نابرابری سیاسی. هدف اعلام‌شده‌ی بسیاری از خیریه‌ها در واقع کاهش نابرابری‌های درآمدی، ترویج همبستگی اجتماعی، یا مبارزه با فقر است. به عبارت دیگر، کمک‌های خیریه می‌تواند به‌عنوان راهی برای افراد ثروتمند (که کمک می‌کنند) دیده شود تا بخشی از درآمد یا ثروت خود را به افراد فقیر (که از آن منتفع می‌شوند) توزیع کنند. این همان

چیزی است که توجیه‌کننده‌ی وجود معافیت‌های مالیاتی سخاوتمندانه برای کمک‌های خیریه در بسیاری از کشورها است.

با این حال، به نظر نمی‌رسد که این موضوع حداقل به دو دلیل صادق باشد.

اول اینکه، در بسیاری از کشورها، کمک‌های خیریه منجر به یارانه‌های مالیاتی می‌شوند که کاهنده هستند، یعنی به ثروتمندان بیشتر از فقرا سود می‌رسانند. به عنوان مثال، در فرانسه، اعتبار مالیات بر درآمد برای کمک‌های خیریه و همچنین کمک‌های سیاسی برابر با ۶۶٪ از مبلغ کمک است، اما غیرقابل استرداد است. به عبارت دیگر، فقط خانوارهایی که مشمول مالیات بر درآمد هستند [کم‌تر از نیمی از خانوارها در حال حاضر] می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. در ایالات متحده، کمک‌های مالی به سازمان‌های غیرانتفاعی از یارانه‌های مالیاتی بهره‌مند می‌شوند که با نرخ مالیات اهداکنندگان متفاوت است. به عبارت دیگر، قیمت کمک مالی برای اهداکنندگان در طبقات مالیاتی پایین بیشتر از اهداکنندگان در طبقات مالیاتی بالا است. علاوه بر این، کسور مالیاتی کمک‌های خیریه فقط برای اهداکنندگانی که کسور خود را به صورت جزئی بیان می‌کنند، در دسترس است، اما تقریباً ۷۰ درصد از کل مالیات‌دهندگان (و به ویژه افراد کم درآمد) این کار را نمی‌کنند.

دوم این که، بسیاری از کمک‌های خیریه بعد بازتوزیعی ندارند. این موضوع در مورد ایالات متحده توسط رایش (۲۰۱۸) به خوبی مستند شده است. او تخمین‌هایی از سهم کمک‌های خیریه که بر نیازهای فقرا متمرکز است، ارائه می‌دهد. طبق محاسبات او، این سهم کم‌تر از یک سوم کل کمک‌ها به خیریه‌ها در ایالات متحده است.^{۲۰} علاوه بر این، همان‌طور که رایش (۲۰۱۸) تأکید کرده است، اهداکنندگان بزرگ اغلب از کمک‌های خود برای خرید کالاها یا خدمات مادی و معنوی که خود از مصرف‌کنندگان اصلی آنها هستند، استفاده می‌کنند (به عنوان مثال، آنها در ازای کمک‌های خود به سازمان‌های هنری، صندلی‌های ویژه دریافت می‌کنند).

علاوه بر این، اهداکنندگان ثروتمند به همان خیریه‌هایی کمک نمی‌کنند که اهداکنندگان کم‌درآمد کمک می‌کنند. Reich (۲۰۱۸) همچنین تخصیص تخمینی

دلارهای خیریه را بسته به گروه‌های درآمدی ارائه می‌دهد. در حالی که اهداکنندگان فقیر و با درآمد متوسط عمدتاً به امور مذهبی کمک می‌کنند، اهداکنندگان در صدر توزیع درآمد تمایل دارند بخش عمده‌ی کمک‌های خود را به حوزه سلامت (۲۵٫۳٪)، آموزش (۲۵٫۲٪) و هنر (۱۵٫۴٪) اختصاص دهند.

بنابراین، به عبارت دیگر، با توجه به فقدان توزیع مجدد ناشی از رفتارهای خیریه همراه با مشوق‌های مالیاتی کاهنده، این خطر وجود دارد که تمرکز فزاینده‌ی کمک‌های خیریه [درست مانند کمک‌های سیاسی] در آینده، نابرابری اقتصادی را تقویت کند. علاوه بر آن، چنین تمرکز فزاینده‌ای، ممکن است به فقدان روزافزون نمایندگی واقعی نیز منجر شود.

۲.۳ نمایندگی نابرابر

همان‌طور که Pitkin (۱۹۶۷) تأکید کرده است، مسئله‌ی نمایندگی را می‌توان در دو معنای متفاوت درک کرد: از یک سو، «نمایندگی توصیفی» که هویت سیاستمداران و ویژگی‌های قابل‌مشاهده‌ی آن‌ها را مورد پرسش قرار می‌دهد، و از سوی دیگر، «نمایندگی حقیقی» یعنی میزانی که ترجیحات گروه‌های مختلف در نظر گرفته می‌شود. در این بخش، این دو بعد را به نوبت بررسی می‌کنیم و سپس آن‌ها را به یکدیگر و همچنین به تمرکز روبه‌رشد کمک‌های مالی که در بالا مستند شد، مرتبط می‌سازیم.

۲.۳.۱ فقدان رو به رشد نمایندگی توصیفی

نمایندگی توصیفی را می‌توان از طریق تطابق بین برخی ویژگی‌های جمعیتی قابل اندازه‌گیری در سن رأی‌دهی و ویژگی‌های نمایندگان آنها بررسی کرد (به عنوان نمونه به پیتکین، ۱۹۶۷ مراجعه کنید)^{۲۱} این موضوع منجر به نوشته‌های گسترده‌ای شده است که تمرکز ویژه‌ای بر حضور کم زنان (ازجمله، چاتوپادیای و دوفلو، ۲۰۰۴) و اقلیت‌های قومی یا نژادی (به‌عنوان مثال به ریکا و تربی، ۲۰۲۲، در مورد حضور کم

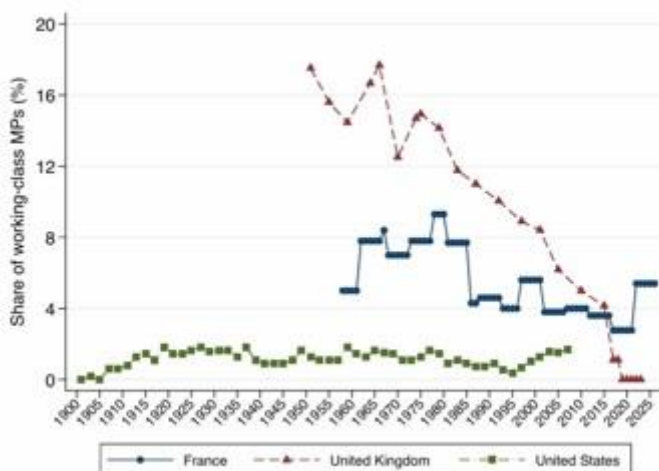
رأی‌دهندگان آفریقایی-آمریکایی، آسیایی و لاتین در سیاست محلی ایالات متحده مراجعه کنید) دارد.

در این بررسی، می‌خواهم بر حضور کم‌رنگ افراد فقیر/کارگران یقه‌آبی (blue-collar workers) تأکید کنم.^{۲۲} این حضور کم‌رنگ عمدتاً در نوشته‌های موجود نادیده گرفته شده است، به استثنای Carnes (۲۰۱۲، ۲۰۱۳).^{۲۳} شکل ۱۱ سیر تکامل سهم نمایندگان طبقه‌ی کارگر در فرانسه، بریتانیا و ایالات متحده طی دهه‌های اخیر را نشان می‌دهد. در حالی که این سهم همیشه پایین بوده (در ایالات متحده همواره کم‌تر از ۴ درصد، در فرانسه کم‌تر از ۱۰ درصد)، نکته‌ی قابل توجه آن است که در سال‌های اخیر به‌شدت در حال کاهش بوده [و با سرعت بسیار بیشتری نسبت به کاهش حضور کارگران یقه‌آبی در کل جمعیت فعال]. این موضوع به‌ویژه در مورد بریتانیا قابل تأمل است، جایی که سهم نسبتاً بالای نمایندگان مجلس طبقه‌ی کارگر از دهه‌ی ۱۹۵۰ تا ۱۹۹۰ کاملاً توسط نمایندگان حزب کارگر هدایت می‌شد و امروزه این سهم به نزدیک صفر رسیده است.

چرا چنین است؟ برخی استدلال می‌کنند که ممکن است به این دلیل باشد که مردم، نمایندگان مجلس طبقه‌ی کارگر را دوست ندارند، مثلاً اگر معتقد باشند بین «کیفیت» سیاستمداران و نماینده بودن آنها، تعارضی وجود دارد. طی قرن بیستم، بسیاری از دانشمندان علوم اجتماعی از وجود تمایل به سیاستمداران «تخبه» (به‌خصوص کسانی که تحصیلات بالاتری دارند) سخن می‌گفتند (Jacobson ۱۹۹۷).^{۲۴} با این حال، همان‌طور که Dal Bó و همکاران (۲۰۱۷) مستند کرده‌اند، حداقل در زمینه‌ی سوئد، تعارض بین شایستگی (کیفیت سیاستمداران) و نمایندگی توصیفی در بهترین حالت، ضعیف است. این امر ناشی از این واقعیت است که یک انتخاب مثبت قوی از سیاستمداران با وضعیت اجتماعی-اقتصادی پایین وجود دارد. طبق تخمین آن‌ها، سیاستمدارانی که از پیشینه‌های اجتماعی پایین‌تری برخوردارند، حتی بیشتر از سیاستمدارانی که از پیشینه‌های اجتماعی بالاتر برخوردارند، انتخاب می‌شوند. با این حال، Dal Bó و همکاران (۲۰۱۷) خاستگاه اجتماعی را بر اساس طبقه‌ی اجتماعی والدین سیاستمداران می‌سنجند [نه بر اساس شغل یا درآمد

خودشان قبل از ورود به سیاست.] در حالی که، یافته‌های آنها به این واقعیت اشاره دارد که به نظر می‌رسد سیاستمداران بسته به توانایی‌هایشان و نه بر اساس خاستگاه اجتماعی‌شان انتخاب می‌شوند، این سؤال را مطرح می‌کنند که: هزینه‌ی داشتن سیاستمدارانی که وقتی به قدرت می‌رسند، شبیه بقیه جمعیت فعال نیستند، چیست؟!

شکل ۱۱: کاهش بلندمدت سهم نمایندگان مجلس از طبقه کارگر: شواهدی از فرانسه، بریتانیا و ایالات متحده



توضیح: این شکل، سیر تکامل سهم نمایندگان مجلس از طبقه‌ی کارگر را نشان می‌دهد - که به صورت تعداد نمایندگان مجلسی که شغل قبلی آنها درست قبل از انتخابات «یدی» (بریتانیا) یا «بقه آبی» (ایالات متحده) (در متن فرانسوی «کارمندان و کارگران») بود، نسبت به کل تعداد نمایندگان مجلس در فرانسه، بریتانیا و ایالات متحده اندازه‌گیری شده است. خط آبی با نقطه، این سهم را برای فرانسه نشان می‌دهد؛ داده‌ها از Cag  (۲۰۱۸) برای سال‌های ۱۹۵۸-۲۰۱۶ و از وب‌سایت مجلس ملی فرانسه برای سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۲۶ گرفته شده است. خط قرمز خطچین با مثلث، این سهم را برای بریتانیا نشان می‌دهد؛ داده‌ها از Cag  (۲۰۱۸) و از «کتابخانه مجلس عوام» برای سال‌های اخیر گرفته شده است. خط سبز خطچین با مربع، این سهم را برای ایالات متحده گزارش می‌دهد؛ داده‌ها از Carnes (۲۰۱۳، ۲۰۱۸) هستند. سهم مشاغل طبقه کارگر در کل نیروی کار معمولاً حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد یا بیشتر است.

از یک سو، شواهد اخیر نشان می‌دهد که شهروندان به سیاستمداران نخبه‌علاقه‌ای ندارند [بلکه کاملاً برعکس]. نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که رأی‌دهندگان به همان

اندازه که مایل به حمایت از نامزدهای یقه‌سفید در پای صندوق رأی هستند، مایل به حمایت از کارگران نیز هستند (کارنز و لوپو، ۲۰۱۶؛ کارنز و سادین، ۲۰۱۵).^{۲۰} مردم در واقع آنها را به همان اندازه واجد شرایط و قابل درک‌تر می‌دانند. از سوی دیگر، کاژه و دیویت (۲۰۲۰) با استفاده از یک مجموعه داده جدید درباره‌ی پروفایل همه‌ی نامزدهای انتخابات عمومی بریتانیا از سال ۱۹۱۸ و حوزه‌های انتخابیه که در آن شرکت می‌کنند، نشان می‌دهند که از اوایل دهه‌ی ۲۰۰۰، زمانی که نامزدها از نظر تحصیلات و وضعیت شغلی با رأی‌دهندگان خود تفاوت بیشتری دارند، میزان مشارکت کم‌تر است، در حالی که در قرن بیستم عکس این موضوع صادق بود. علاوه بر این، آنها همچنین دریافتند که نمایندگی در سطح نامزدها یک مزیت انتخاباتی به همراه دارد. به عبارت دیگر، به نظر می‌رسد تقاضای فزاینده‌ای برای نمایندگی توصیفی‌تر و «مردمی» وجود دارد.

این یافته‌ها با شواهدی که دال بو و همکاران (۲۰۲۲) در مورد دموکرات‌های سوئد، حزب راست رادیکال سوئد ارائه کرده‌اند، سازگار است. دال بو و همکاران (۲۰۲۲) در واقع نشان می‌دهند که سیاستمداران حزب دموکرات‌های سوئد، گروه‌های حاشیه‌ای (فاقد پیوند قوی با بازار کار یا خانواده‌های سنتی) را بیشتر نمایندگی می‌کنند [در مقابل، این گروه‌ها در میان سیاستمداران سایر احزاب کم‌تر از حد لازم نمایندگی می‌شوند]. آنها سپس این ویژگی‌ها را به ویژگی‌های رأی‌دهندگان دموکرات‌های سوئد ربط می‌دهند و نشان می‌دهند که به‌طور متوسط، دموکرات‌های سوئد در حوزه‌هایی که سهم بیشتری از رأی‌دهندگان به این گروه‌های حاشیه‌ای تعلق دارد، سهم رأی بالاتری را به دست می‌آورند.

اگر فقدان نمایندگی توصیفی ناشی از ترجیحات رأی‌دهندگان نباشد، چگونه می‌توان آن را توضیح داد؟ این ممکن است به دلیل وجود موانع ورود، به‌ویژه مربوط به هزینه‌ی مبارزات انتخاباتی باشد. به‌عنوان مثال، کارنز (۲۰۱۸) نشان می‌دهد که اگر کارگران با تعداد کم برای تصدی مناصب نامزد شوند، تا حدی به این دلیل است که آنها زمان و پول کافی برای مبارزات انتخاباتی ندارند. بنابراین، افزایش کمبود نمایندگی افراد فقیر ممکن است در تعدادی از کشورها با افزایش هزینه‌ی مبارزات

انتخاباتی مرتبط باشد، زیرا انتخابات روزه‌روز گران‌تر می‌شود. در بریتانیا، کاهش ثبت شده در شکل ۱۱ ممکن است به این واقعیت مربوط باشد که در سال ۱۹۸۴، مارگارت تاچر تأمین مالی جنبش کارگری را برای اتحادیه‌ها دشوارتر کرد (به عنوان مثال به Cage، ۲۰۱۸ مراجعه کنید). از این‌رو، پیوندهای ضعیف بین اتحادیه‌ها و حزب، منجر به حضور کم‌تر کارگران در کرسی‌های پارلمان شد. با افزایش اتکای حزب کارگر به کمک‌های مالی خصوصی، کارگران [که برعکس، از نظر مالی حضور کم‌تری داشتند] به تدریج توسط حزب از روند سیاسی کنار گذاشته شده‌اند.

به‌طور گسترده‌تر، شکاف نمایندگی توصیفی همچنین ناشی از استراتژی احزاب است: رهبران سیاسی محلی در واقع به‌ندرت کاندیداهای یقه‌آبی (نامزدهای طبقه‌ی کارگر) را جذب می‌کنند.^{۲۶} علاوه بر این، در ایالات متحده، ترول و هانسن (۲۰۲۳) نشان می‌دهند که کاندیداهای طبقه‌ی کارگر در مقایسه با کاندیداهای یقه‌سفید، در انتخابات مقدماتی عملکرد ضعیف‌تری دارند. در پژوهش‌های آینده، بررسی اینکه آیا این موضوع با این واقعیت مرتبط است که آنها در جمع‌آوری پول برای تأمین مالی مبارزات انتخاباتی خود کارآمدی کمتری دارند (و همچنین فاقد منابع خود برای انجام این کار هستند) مورد توجه خواهد بود.

۲.۳.۲ فقدان نمایندگی حقیقی

علاوه بر این، اگرچه یکی از پیش‌فرض‌های دموکراسی نمایندگی این است که سیاست‌های وضع‌شده توسط مقامات دولتی بازتاب اراده‌ی عمومی باشد (لیم و اسنایدر، ۲۰۲۱)، شواهد فزاینده‌ای وجود دارد که سیاستمداران ترجیحات فقرا را در نظر نمی‌گیرند. این امر ممکن است در وهله‌ی اول به فقدان نمایندگی توصیفی مربوط باشد. کارنز (۲۰۱۳) با تکیه بر داده‌های تاریخی، در مورد ایالات متحده، مستند کرده است که در تعدادی از مسائل [و به‌ویژه در مورد مسائل اقتصادی] نمایندگان یقه‌آبی مجلس مانند نمایندگان یقه‌سفید مجلس رأی نمی‌دهند.^{۲۷} به‌طور کلی، **افراد ثروتمند ترجیحات یکسانی با افراد فقیر ندارند** (برای شواهدی در مورد ترجیحات سیاسی ۱ درصد بالای ثروتمندان ایالات متحده،^{۲۸} به‌عنوان مثال به پیچ و همکاران (۲۰۱۳)

مراجعه کنید) و با توجه به این که نمایندگان مجلس معمولاً به‌طور نامتوازی ثروتمند هستند (مثلاً در ایالات متحده اما نه فقط در این کشور)، ممکن است ترجیحات ثروتمندان را تنها با در نظر گرفتن ترجیحات خود بیش از حد نمایندگی کنند.

صرف نظر از مسئله‌ی هویت سیاستمداران، شواهد قابل توجهی وجود دارد که نشان می‌دهد ثروتمندان، نفوذ سیاسی بیشتری نسبت به افراد کم‌تر ثروتمند اعمال می‌کنند. گیلنز (۲۰۱۲) در کار مهم خود، بر اساس نتایج نظرسنجی‌ها در طول چندین دهه، نشان می‌دهد که وقتی ترجیحات (اقتصادی، سیاسی یا اجتماعی) ثروتمندان و فقرا متفاوت باشد، دیگر هیچ ارتباطی بین تصمیمات دولت و اینکه آیا فقیرترین بخش‌های جامعه با آنها مخالف هستند یا خیر، وجود ندارد (همچنین به پیچ و گیلنز، ۲۰۱۷ مراجعه کنید).^{۲۹} او شواهد قابل توجهی ارائه می‌دهد که این امر به این دلیل نیست که افراد ثروتمند بیشتر از فقرا رأی می‌دهند، بلکه به این دلیل است که آنها پول بسیار بیشتری به مبارزات انتخاباتی کمک می‌کنند. از جمله موارد دیگر، این امر به آنها دسترسی بهتری به سیاستمداران می‌دهد (کالا و بروکمن، ۲۰۱۶).^{۳۰}

نوشته‌های موجود در مورد نفوذ گسترده‌ی ثروتمندان، عمدتاً بر ایالات متحده متمرکز بوده است. با این حال، شواهد روبه‌رشدی از سایر کشورها وجود دارد که به ما امکان می‌دهد مکانیسم‌های دخیل را بهتر درک کنیم. ماتیسن (۲۰۲۳) با استفاده از داده‌های نروژ [یکی از کشورهای که در کاهش نابرابری اقتصادی و محدود کردن پول در سیاست بیشترین پیشرفت را داشته است] نشان می‌دهد که در این کشور نیز شهروندان مرفه از نفوذ سیاسی بیشتری نسبت به شهروندان عادی و فقرا برخوردارند، اما با این حال، به نظر می‌رسد ترجیحات فقرا تا حدودی بر مسائل اقتصادی تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، به نظر نمی‌رسد نفوذ سیاسی در نروژ به اندازه‌ی ایالات متحده به ثروت وابسته باشد. این با شواهد مقایسه‌ای ارائه شده توسط لوپو و وارنر (۲۰۲۲) سازگار است. چرا نمایندگی بهتر شهروندان مرفه‌تر در برخی کشورها نسبت به برخی دیگر اهمیت بیشتری دارد؟ لوپو و وارنر (۲۰۲۲) پنج مجموعه از توضیحات ممکن را ارائه می‌دهند: شرایط اقتصادی، نهادهای سیاسی، حکومت، گروه‌های ذی‌نفع و رفتار سیاسی، و نشان می‌دهند که متغیرهای مربوط به شرایط

اقتصادی و حکومت، مهم‌ترین عوامل برای پیش‌بینی سوگیری ثروت در نمایندگی هستند. بررسی تأثیر این متغیرها، محور پژوهش‌های بعدی خواهد بود.

۳- پیامدهای نابرابری سیاسی

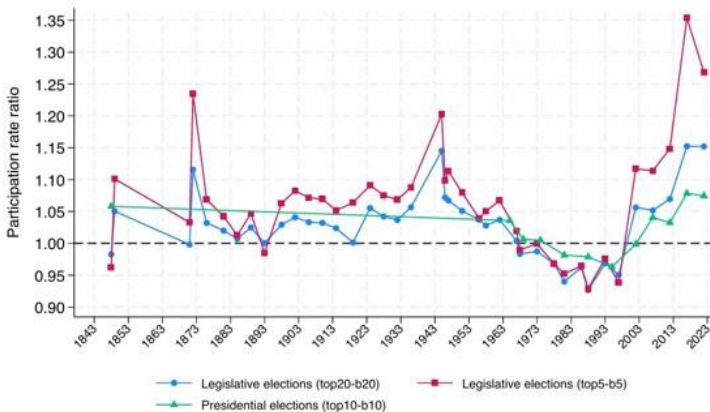
۳.۱ افزایش نابرابری در میزان مشارکت در انتخابات

در این مقاله، فرض زیر را مطرح می‌کنیم: سقوط مشارکت سیاسی در بسیاری از دموکراسی‌های غربی که در مقدمه به آن اشاره کردیم؛ ممکن است به دلیل روندهای فزاینده‌ی نابرابری سیاسی باشد که ما به‌تازگی مستند کرده‌ایم.^{۳۱} ابتدا توجه داشته باشید که این سقوط، پدیده‌ای نسبتاً جدید است که توسط نوشته‌های موجود که تمایل به تمرکز بر انتخابات پس از جنگ جهانی دوم دارند، نادیده گرفته شده است.^{۳۲} در مقابل، رویکرد بلندمدت انتخاب شده در اینجا (با داده‌های انتخاباتی که به نیمه اول قرن نوزدهم برمی‌گردد) به ما این امکان را می‌دهد که این واقعیت را برجسته کنیم که مشارکت امروز کمتر از آن چیزی است که در پایان قرن نوزدهم، در زمانی که دستگاه‌های ارتباطی کمیاب بودند، وجود داشت (شکل ۱ را ببینید).^{۳۳}

دوم، مهم است که تأکید کنیم این کاهش مشارکت، به‌ویژه بسته به درآمد (در این‌جا نیز به میزان تاریخی بی‌سابقه‌ای) بسیار نابرابر توزیع شده است. کاژه و پیکتی (۲۰۲۳) با ترکیب نتایج انتخابات سطح شهر با ویژگی‌های اجتماعی - جمعیتی شهرها، مشارکت سیاسی را بسته به درآمد محاسبه کرده‌اند. شکل ۱۲ نتایج دور اول انتخابات قانونگذاری و ریاست جمهوری در فرانسه را گزارش می‌دهد.^{۳۴} شهرها بر اساس میانگین درآمدشان رتبه‌بندی شده‌اند. به‌طور مشخص، ۱۰ کمون برتر از نظر درآمد شامل ۱۰٪ برتر جمعیت ساکن در شهرهایی با بالاترین میانگین درآمد هستند. به‌وضوح می‌توان مشاهده کرد که افراد فقیر [که با جمعیت ساکن در فقیرترین کمون‌ها تعریف می‌شوند] بسیار کمتر از بقیه‌ی جمعیت رأی می‌دهند. نکته‌ی جالب‌تر این است که شکاف در میزان مشارکت بین کمون‌های فقیر و ثروتمند در سال‌های اخیر به‌شدت افزایش یافته است. برای مثال، در حالی که از انتخابات مجلس قانون‌گذاری ۱۹۶۸ تا ۱۹۹۷، نسبت

نرخ مشارکت بین کمون‌های ثروتمند و فقیر زیر یک درصد بود (یعنی کمون‌های فقیر در واقع بیشتر از کمون‌های ثروتمند رأی دادند) در انتخابات مجلس قانونگذاری ۲۰۲۲، مشارکت در کمون‌هایی که در ۲۰ درصد بالای توزیع درآمد قرار داشتند، ۱۰۱۵ برابر بیشتر از کمون‌هایی بود که در ۲۰ درصد پایین توزیع درآمد قرار داشتند. در حالی که ادبیات موجود این واقعیت را که فقرا کمتر از ثروتمندان رأی می‌دهند، بدیهی می‌داند (برای مثال به Brady و همکاران، ۱۹۹۵؛ Lijphart، ۱۹۹۷ مراجعه کنید).^{۳۰} Piketty و Cage (۲۰۲۳) تأکید می‌کنند که همیشه این‌طور نبوده است. حداقل در فرانسه، کمون‌های فقیر در دهه‌های ۱۹۶۰، ۷۰، ۸۰ و ۹۰ بیشتر از کمون‌های ثروتمند رأی دادند.

شکل ۱۲: درآمد و مشارکت، فرانسه، انتخابات قانونگذاری و ریاست جمهوری، ۱۸۴۸-۲۰۲۲



توضیح: این شکل از کاژ و پیکتی (۲۰۲۳) گرفته شده است. این شکل، سیر تکاملی نسبت بین مشارکت سیاسی ۲۰ کمون برتر و ۲۰ کمون پایین را از نظر درآمد در طول انتخابات قانونگذاری (خط آبی با نقطه)، ۵ کمون برتر و ۵ کمون پایین را از نظر درآمد در طول انتخابات قانونگذاری (خط قرمز با مربع)، و ۱۰ کمون برتر و ۱۰ کمون پایین را از نظر درآمد در طول انتخابات ریاست جمهوری (خط سبز با مثلث) در فرانسه نشان می‌دهد. مشارکت به صورت تعداد رأی‌دهندگان بر تعداد رأی‌دهندگان ثبت‌نام‌شده در دور اول انتخابات اندازه‌گیری می‌شود.

این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که نوشته‌های موجود مرتبط با مشارکت پایین افراد فقیر و هزینه‌ی رأی دادن را، مورد پرسش قرار می‌دهد؛ این هزینه (چه از دیدگاه عملی و چه از نظر کسب اطلاعات - هزینه‌ی شناختی و مادی رأی دادن) امروزه در واقع کمتر از دهه‌های ۱۹۶۰ یا ۷۰ است،^{۳۶} زمانی که با این حال فقرا نسبتاً بیشتر از ثروتمندان رأی می‌دادند. از این رو، برای مقابله با مشارکت سیاسی نابرابر، ممکن است تغییر سیاست‌ها و نهادها به منظور تسهیل مشارکت کافی نباشد. به عنوان مثال، برآمدی و همکاران (۲۰۲۲) در مورد صلاحیت‌های سنی، دسترسی به اطلاعات مرتبط و سرمایه‌گذاری در آموزش، به عنوان راهی برای کاهش نابرابری مشارکت در انتخابات بحث می‌کنند. اگرچه این عوامل مهم هستند، اما همان طور که نشان دادیم نابرابری در مشارکت در سال‌های اخیر افزایش یافته است، در حالی که همزمان هزینه‌های مشارکت کاهش یافته است.

از این رو، بعید است که این هزینه‌ها بخش عمده‌ای از افزایش مشارکت در انتخابات را در زمینه‌ی برابری توضیح دهند. برعکس، شواهد موجود نشان می‌دهد که بازده رأی‌گیری، آنطور که توسط افراد فقیر درک می‌شود، در حال کاهش است، زیرا آنها احساس می‌کنند که توسط سیستم رها شده‌اند و از تمرکز فزاینده‌ی کمک‌های مالی و پیامدهای آن در رابطه با سیاست‌های اجرا شده به‌خوبی آگاه هستند. از این رو، بازده (ادراک‌شده) به‌جای هزینه‌ی رأی‌گیری ممکن است افزایش نابرابری مشارکت را توضیح دهد. بنابراین، اجرای اصلاحاتی با هدف کاهش نابرابری‌های سیاسی روبه‌رشد بسیار مهم به نظر می‌رسد.

علاوه بر این، با توجه به این که نابرابری در میزان مشارکت ممکن است ماهیت سیاست اقتصادی و به‌ویژه نتایج توزیعی را شکل دهد (به عنوان مثال به Franko و همکاران، ۲۰۱۶ مراجعه کنید)، در نتیجه نابرابری اقتصادی را افزایش می‌دهد و یک چرخه‌ی معیوب بین نابرابری سیاسی و اقتصادی ایجاد می‌کند (در مورد تأثیر نابرابری اقتصادی بر نابرابری سیاسی، همچنین به Houle، ۲۰۱۸ مراجعه کنید).

۳.۲ تغییر ساختار تعارض سیاسی

لازم به ذکر است همانطور که در بالا اشاره کردیم، یک استثنا در روند نزولی نمایندگی توصیفی وجود دارد: **احزاب راست افراطی**. به عنوان مثال، دال بو و همکاران (۲۰۲۲) نشان داده‌اند که سیاستمداران دموکرات‌های سوئد، گروه‌های حاشیه‌ای را بیش از حد نمایندگی می‌کنند که در میان سیاستمداران سایر احزاب، کم‌تر از حد لازم نمایندگی می‌شوند. از این‌رو، ساختار در حال تغییر منازعه‌ی سیاسی (به‌عنوان مثال به پیکتی، ۲۰۱۸؛ گتین و همکاران، ۲۰۲۲ مراجعه کنید) ممکن است در آینده بر نمایندگی توصیفی تأثیر بگذارد. با این حال، این ساختار در حال تغییر ممکن است تا حدی ناشی از افزایش اخیر نابرابری سیاسی نیز باشد.

درک تأثیر علی نابرابری‌های سیاسی فزاینده بر ظهور جنبش‌های راست افراطی باید موضوع تحقیقات آینده باشد. به‌طور خاص، شواهد فزاینده‌ای در مورد رابطه‌ی بین ظهور جنبش‌های راست افراطی و این واقعیت وجود دارد که احزاب سیاسی سنتی [به‌ویژه در چپ طیف سیاسی] اهمیت فزاینده‌ای به مسائل فرهنگی نسبت به مسائل اقتصادی می‌دهند. در این بررسی، ما استدلال می‌کنیم که احزاب چپ ممکن است تا حدی از عرصه‌ی نابرابری و بازتوزیع عقب‌نشینی کرده باشند تا بتوانند کمک‌های انتخاباتی بیشتری از ثروتمندان به دست آورند (به‌عنوان مثال به Cage، ۲۰۱۸ مراجعه کنید).^{۳۷} در واقع، در حالی که اهداکنندگان ثروتمند جمهوری خواه و اهداکنندگان دموکرات ثروتمند در مورد برخی از ترجیحات خود، به‌ویژه در مورد مسائل فرهنگی، متفاوت هستند، اما تمایل دارند در مورد مسائل اقتصادی و به‌ویژه در مخالفت با مالیات و بازتوزیع اقتصادی توافق داشته باشند (به‌عنوان مثال به Page و همکاران، ۲۰۱۳ مراجعه کنید). این امر ممکن است به تصور وجود یک «بحران اخلاقی» دامن زده باشد (به‌طور خاص به کرامر، ۲۰۱۶؛ هاکشیلد، ۲۰۱۶، برای بحثی در زمینه‌ی ایالات متحده مراجعه کنید).

نکته‌ی مهم این است که این واقعیت که طرف عرضه‌ی سیاسی اهمیت فزاینده‌ای به مسائل فرهنگی می‌دهد، به این معنی نیست که رأی‌دهندگان نیز اهمیت فزاینده‌ای برای این مسائل قائل هستند. در حالی که شواهد نظرسنجی وجود دارد که نشان

می‌دهد بخش مهمی از شهروندان در امتداد شکاف فرهنگی متحد می‌شوند (به‌عنوان مثال به Gennaioli and Tabellini, ۲۰۲۳ مراجعه کنید)، شواهد موجود در Cage and Piketty (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که حداقل در مورد فرانسه، ویژگی‌های اجتماعی-اقتصادی رأی‌دهندگان (و به‌ویژه درآمد، ثروت، نرخ مالکیت خانه، شغل، صنعت، اندازه‌ی شهر) سهم بسیار بیشتری از الگوهای رأی‌دهی را نسبت به گذشته توضیح می‌دهند. به عبارت دیگر، عوامل فرهنگی مانند ریشه‌های خارجی یا تعبیر از مهاجرت، تنها زمانی نقش جزئی ایفا می‌کنند که ویژگی‌های اجتماعی-اقتصادی در نظر گرفته شوند. به نظر می‌رسد شکاف فزاینده بین رأی‌دهندگان کم‌درآمد روستایی و شهری، در درجه‌ی اول به دلیل افزایش شکاف‌های جدید اجتماعی-اقتصادی بین مناطق روستایی و شهری (مثلاً قرار گرفتن نابرابر در معرض رقابت تجاری و دسترسی نابرابر به خدمات عمومی مانند بیمارستان‌ها و دانشگاه‌ها) و ناتوانی احزاب سنتی در توسعه‌ی پلتفرم‌های سیاسی مناسب برای رسیدگی به این چالش‌ها باشد.

۴. چگونه نابرابری سیاسی را کاهش دهیم؟

در بخش‌های قبلی، ابعاد مختلف افزایش نابرابری سیاسی را مستند کردیم. استدلال کردیم [هرچند اثبات رسمی آن به صورت تجربی خارج از محدوده‌ی این مقاله است و موضوع پژوهش‌های آینده خواهد بود] که تمرکز رو به رشد کمک‌های مالی، شکاف رو به افزایش در نمایندگی توصیفی و فقدان مرتبط نمایندگی واقعی، حداقل تا حدی می‌تواند افزایش اخیر نابرابری مشارکت انتخاباتی را توضیح دهد. در این بخش، تغییرات اخیر را بررسی می‌کنیم و سیاست‌هایی را که ممکن است به‌عنوان ابزاری برای مقابله با نابرابری‌های سیاسی مورد استفاده قرار گیرند، مورد بحث قرار می‌دهیم. ابتدا با ارائه‌ی شواهدی در مورد افزایش اخیر اهداکنندگان کوچک در ایالات متحده شروع می‌کنیم و مطابق با فرض خود، آن را به افزایش اخیر مشارکت در آن کشور مرتبط می‌کنیم.

۴.۱ افزایش اهداکنندگان کوچک و افزایش مشارکت

نوشته‌های موجود در مورد کمک‌های مالی سیاسی (که در بخش ۲.۱ در بالا بررسی کردم) عمدتاً بر بازیگران بزرگ و گروه‌های ذی‌نفع خاص متمرکز است. با این حال، در انتخابات گذشته در ایالات متحده، همانطور که توسط بوتون و همکاران (۲۰۲۲) مستند شده است، اهداکنندگان کوچک در واقع از اهداکنندگان بزرگ بسیار بیشتر بودند. آنها شواهد جدیدی را بر اساس دو کانال بزرگ ارائه می‌دهند: **ActBlue** (i)، یک پلت‌فرم جمع‌آوری کمک مالی آنلاین که در سال ۲۰۰۴ برای کمک به دموکرات‌ها برای جمع‌آوری پول ایجاد شد و اکنون بر جمع‌آوری کمک‌های مالی دموکرات‌ها تسلط دارد،^{۳۸} و **WinRed** (ii)، پلت‌فرم مشابهی که در سال ۲۰۱۹ در حوزه‌ی جمهوری خواه راه‌اندازی شد. هدف این پلت‌فرم‌ها، حمایت از اهداکنندگان کوچک با ساده و تقریباً آنی کردن کمک‌های سیاسی است.

شکل ۱۳، روند تکامل تعداد کمک‌های مالی انجام شده از طریق **ActBlue**، **WinRed** و تعداد سایر کمک‌های مالی در ایالات متحده بین سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۲۰ را نشان می‌دهد. کمک‌های مالی انجام شده توسط **ActBlue** و **WinRed** عمدتاً کمک‌های مالی کوچک هستند، یعنی کمک‌های مالی کم‌تر از ۲۰۰ دلار طبق آستانه‌ی انتخاب شده توسط **Bouton** و همکاران (۲۰۲۲). در چرخه‌ی انتخاباتی ۲۰۲۰، این کمک‌ها به ترتیب نزدیک به ۶۵٪ و ۲۳٪ از کل کمک‌های مالی را تشکیل می‌دادند. در مجموع، بیش از ۹۵٪ از کل کمک‌های مالی قابل‌مشاهده در چرخه‌ی انتخاباتی ۲۰۲۰ از طریق **ActBlue**، **WinRed** یا مجرای دیگری انجام شده است (شکل فرعی ۱۳a)؛ به عبارت دیگر، اگر تعداد کمک‌های مالی را در نظر بگیریم، کمک‌های مالی سیاسی اکنون در درجه‌ی اول از کمک‌های مالی کوچک در ایالات متحده تشکیل شده است. این یک تغییر مهم در تأمین مالی سیاست ایالات متحده است، که شاید وسوسه‌انگیز باشد که آن را به افزایش اخیر مشارکت در انتخابات (به پایین مراجعه کنید) ربط دهیم. با این حال، کانال‌ها هنوز سهم نسبتاً کمی از مبالغ کمک‌های مالی را به خود اختصاص می‌دهند، زیرا بسیاری از کمک‌های مالی که آنها هدایت می‌کنند، اندک است. با این حال، این سهم در سال‌های اخیر نیز به سرعت در

حال افزایش بوده است. در مجموع، ActBlue و WinRed ۳۹.۲٪ از پول کمک شده توسط افراد به کمیته‌ها در چرخه‌ی ۲۰۲۰ را به خود اختصاص داده‌اند، که نسبت به ۱۵.۱٪ تنها دو سال قبل و تنها ۲.۹٪ در سال ۲۰۱۲ افزایش یافته است (شکل فرعی ۱۳b). اگر روند مشاهده شده در سال‌های اخیر را گسترش دهیم، می‌توانیم انتظار داشته باشیم که این سهم به زودی به ۵۰٪ برسد.

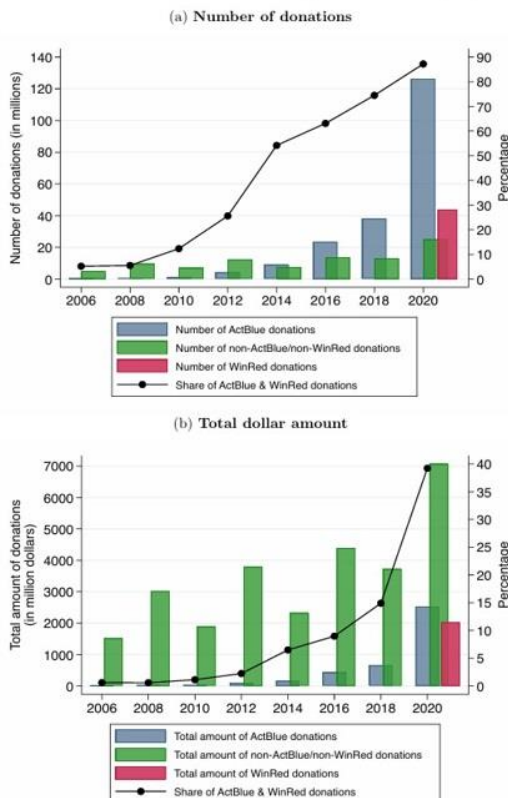
آیا این می‌تواند افزایش اخیر مشارکت در انتخابات در ایالات متحده را

توضیح دهد؟ در حالی که در مقدمه به کاهش بلندمدت مشارکت سیاسی در بسیاری از دموکراسی‌های غربی اشاره کرده‌ایم، یک استثنا ایالات متحده است که در آن مشارکت، اخیراً افزایش یافته است (شکل ۱ را ببینید). به‌عنوان مثال، در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ ایالات متحده، مشارکت به سطحی رسید که در دهه‌های گذشته مشاهده نشده بود، و ۶۶.۶٪ از رأی‌دهندگان واجد شرایط رأی دادند. بسیاری از توضیحات احتمالی برای این افزایش مورد بحث قرار گرفته است، از جمله تغییرات اخیر در سیاست‌های انتخاباتی. اما در حالی که هدف برخی از این اصلاحات - مانند رأی‌گیری زودهنگام و ثبت‌نام در همان روز - کاهش مشارکت بود (Grumbach and Hill, ۲۰۲۲)، سیاست‌های دیگری در تعدادی از ایالت‌ها اجرا شد تا رأی‌گیری را دشوارتر کند، به‌عنوان مثال الزامات کارت شناسایی رأی‌دهنده و محدودیت‌های رأی‌گیری پستی (در مورد تأثیر قوانین کارت شناسایی عکس‌دار، به‌عنوان مثال به Esposito et al., ۲۰۱۹; Hoekstra and Koppa, ۲۰۱۹ مراجعه کنید). با این حال، ما شاهد افزایش مشارکت در همه‌ی ایالت‌ها، از جمله ایالت‌هایی هستیم که روند رأی‌گیری در آنها آسان‌تر نشده است.

افزایش قطب‌بندی حزبی نیز ممکن است بخشی از توضیح باشد.^{۳۶} با این حال، شواهد موجود در مورد تأثیر قطب‌بندی بر میزان مشارکت هنوز قطعی نیست (به عنوان مثال به Muñoz and Meguid, ۲۰۱۵ و Thurber and Yoshinaka, ۲۰۲۱ مراجعه کنید) و قطب‌بندی در ۴۰ سال گذشته در ایالات متحده، یعنی مدت‌ها قبل از افزایش اخیر مشارکت، در حال افزایش بوده است.

در حالی که هدف این مقاله حل این بحث و ارائه‌ی پاسخ قطعی نیست، می‌خواهم بر این واقعیت تأکید کنم که این افزایش ممکن است تا حدی ناشی از افزایش اخیر کمک‌های مالی کوچک نیز باشد. این افزایش در واقع می‌تواند به عنوان انقلابی برای تأمین مالی کمپین‌ها تلقی شود و در واقع با دادن صدای بیشتر به اهداکنندگان کم‌درآمد، که ممکن است احساس کنند نماینده‌ی بهتری هستند و از این‌رو در نظر می‌گیرند که شرکت در انتخابات ارزش بیشتری دارد، سیاست ایالات متحده را متحول کرده است. تخمین تجربی این‌که آیا این مورد صادق است یا خیر، موضوع تحقیقات آینده خواهد بود.

شکل ۱۳: تعداد و کل مبالغ دلاری کمک‌های سیاسی، ایالات متحده، ۲۰۰۶-۲۰۲۰



توضیح: این شکل نشان‌دهنده‌ی تعداد (زیرشکل a۱۳) و کل مبلغ (زیرشکل b۱۳) کمک‌های مالی اهداکنندگان انفرادی بین سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۲۰، بر اساس چرخه‌ی انتخاباتی دو ساله و بسته به این‌که آیا این کمک‌ها از طریق WinRed ActBlue یا هیچ‌کدام از این دو انجام شده است، می‌باشد. داده‌ها از Bouton و همکاران (۲۰۲۲) گرفته شده است.

۴.۲ کوپن‌های دموکراسی

مورد سیاتل

اهمیت روزافزون کمک‌های مالی کوچک، تنها یکی از نوآوری‌هایی است که در سال‌های اخیر، وجه مشخصه‌ی تأمین مالی سیاست ایالات متحده بوده است. یکی دیگر از تغییرات جالب [و مرتبط] معرفی سیستمی از «کوپن‌های دموکراسی» برای انتخابات محلی توسط شهر سیاتل در سال ۲۰۱۷ بود؛^۴ که به شهروندان اجازه می‌دهد تا نامزدهای موردنظر خود را با پول عمومی تأمین مالی کنند. به‌طور خاص، هر رأی‌دهنده‌ی ثبت‌نام‌شده در سیاتل به‌طور خودکار از طریق پست چهار کوپن دموکراسی ۲۵ دلاری (یا در مجموع ۱۰۰ دلار) دریافت می‌کند که می‌تواند آنها را به نامزدهای منتخب خود در انتخابات محلی (برای سمت‌های شهردار، مشاور شهر و دادستان کل) بدهد. نامزدهایی که مایل به بهره‌مندی از این کوپن‌های دموکراسی هستند، باید موافقت کنند که محدودیت‌های سختگیرانه‌ی هزینه را رعایت کنند و هیچ کمکی بالاتر از ۲۵۰ دلار (به استثنای ارزش کوپن‌ها) دریافت نکنند.

آیا این کوپن‌های دموکراسی مؤثر هستند و به‌طور خاص آیا در کاهش

نابرابری سیاسی کارآمد هستند؟ اولین ارزیابی از این برنامه توسط هیرویگ (۲۰۱۶) انجام شده است، که تأکید می‌کند قبل از راه‌اندازی آن، کمک‌های مالی به کمپین‌های انتخاباتی شهر سیاتل بسیار متمرکز بود: طبق محاسبات او، در سال ۲۰۱۳، تنها یک‌پنجم از اهداکنندگان بیش از ۵۰۰ دلار کمک کردند، اما کمک‌های مالی آنها بیش از ۵۵ درصد از کل بودجه‌ی جمع‌آوری‌شده برای انتخابات را تشکیل می‌داد. معرفی کوپن‌های دموکراسی امکان تنوع‌بخشیدن به پروفایل اهداکنندگان را فراهم کرد. به‌طور خاص، همانطور که در مطالعه‌ای توسط سازمان‌های Win/Win و

Every Voice نشان داده شده است که ساختار کمک‌های مالی برای نامزدهایی که در سال ۲۰۱۷ از برنامه‌ی کوپن استفاده می‌کردند را با کمک‌های مالی برای نامزدهای انتخابات شهرداری (زمانی که این برنامه هنوز اجرا نشده بود) مقایسه کردند، در مورد اول، کمک‌های بیشتری از شهروندان با درآمد متوسط (زیر ۵۰۰۰ دلار در سال) نسبت به مورد دوم (۱۴ درصد در مقابل ۹ درصد از کل) و به‌طور متقارن، کمک‌های کمتری از شهروندان بسیار مرفه (با درآمد بیش از ۱۵۰۰۰ دلار در سال) برای نامزدهایی که کوپن‌های دموکراتیک را انتخاب کردند، نسبت به کسانی که از بودجه‌ی عمومی استفاده نکردند، وجود داشت^{۴۱} (۱۳ درصد در مقابل ۲۷ درصد). به همین ترتیب، گریفیت و نونن (۲۰۲۲)، که اولین ارزیابی علّی از تأثیر کوپن‌ها را از طریق طرح تحقیقاتی تفاوت در تفاوت‌ها ارائه می‌دهند،^{۴۲} افزایش ۵۳ درصدی در کل کمک‌های مالی و افزایش ۳۵۰ درصدی در تعداد اهداکنندگان منحصربه‌فرد را مشاهده می‌کنند؛ این اثرات تا حد زیادی با افزایش زیاد در کمک‌های مالی کوچک، که به‌عنوان کمک‌های مالی کم‌تر از ۲۰۰ دلار تعریف می‌شوند، توضیح داده می‌شود. بنابراین، کوپن‌های دموکراسی به‌عنوان یک راه‌حل امیدوارکننده به نظر می‌رسند.

بهبود مقررات تأمین مالی مبارزات انتخاباتی - به‌طور کلی، تعداد فزاینده‌ای از محققان، طرفدار تنظیم بهتر تأمین مالی مبارزات انتخاباتی، به‌ویژه با محدودیت مؤثر بر کمک‌های مالی بسیار بزرگ در ایالات متحده (به‌عنوان مثال به Lessig, ۲۰۱۵; Page and Gilens, ۲۰۱۷; Bartels, ۲۰۰۸; مراجعه کنید) و همچنین در تعدادی دیگر از دموکراسی‌های غربی (Cage, ۲۰۱۸) هستند.^{۴۳} در صورت عدم وجود چنین محدودیتی، رفتارهای جدید مانند کمک‌های مالی کوچک ممکن است برای کاهش نابرابری سیاسی در درازمدت، به‌ویژه در شرایطی که نابرابری‌های اقتصادی رو به افزایش است، کافی نباشد.

علاوه بر این، برخی از محققان بر لزوم تأمین مالی عمومی انتخابات تأکید می‌کنند تا وزن پول خصوصی را کاهش دهند (به‌عنوان مثال به پیچ و گیلنز، ۲۰۱۷ مراجعه کنید). اصلاح تأمین مالی عمومی سیاست همچنین ممکن است به معنای زیر سؤال بردن [در کشورهایی که چنین انگیزه‌هایی وجود دارد] کارایی کسر مالیات برای

کمک‌های مالی سیاسی باشد. همان‌طور که در بخش ۲.۲ اشاره شد و با توجه به شواهد روبه‌رشد در مورد استفاده از امور خیریه به‌عنوان ابزاری برای نفوذ سیاسی و همچنین این واقعیت که کمک‌های خیریه ممکن است در واقع نابرابری را افزایش دهد، ممکن است مورد توجه قرار گیرد که انگیزه‌های مالیاتی موجود برای کمک‌های مالی خیریه (حداقل توسط اهداکنندگان ثروتمند) مورد پرسش قرار گیرد.

۴.۳ برابری اجتماعی

همان‌طور که در بخش ۲ نشان دادیم، نابرابری سیاسی می‌تواند اشکال مختلفی به خود بگیرد که تمرکز کمک‌های مالی (سیاسی و خیریه) تنها یکی از آنهاست. یکی دیگر از ابعاد مهم نابرابری سیاسی، فقدان نمایندگی توصیفی است. آیا می‌توانیم (و می‌بایست) هدف خود را کاهش شکاف در نمایندگی نمایندگان طبقه‌ی کارگر در مجلس قرار دهیم؟

همان‌طور که در بخش ۲.۳.۱ دیدیم، حداقل دو دلیل وجود دارد که ممکن است بخواهیم به این سؤال پاسخ مثبت دهیم. از یک‌سو، کاهش نابرابری توصیفی ممکن است نابرابری مشارکت را کاهش دهد. در واقع تقاضای فزاینده‌ای برای نمایندگی مردمی بیشتر وجود دارد (Cagé and Dewitte, ۲۰۲۰ و Dal Bó et al., ۲۰۲۲). از سوی دیگر، فقدان نمایندگی توصیفی بر نمایندگی حقیقی نیز تأثیر می‌گذارد (به‌طور خاص به Carnes, ۲۰۱۳ مراجعه کنید).

چگونه می‌توان نمایندگی کارگران طبقه‌ی کارگر را افزایش داد؟ یک احتمال این است که مسیری را که اصلاحات به سمت برابری بیشتر زن و مرد در سیاست گشوده است، دنبال کنیم. در بیشتر کشورها، افزایش برابری جنسیتی سیاسی را می‌توان حداقل تا حدی با معرفی سهمیه‌های جنسیتی توضیح داد. از زمان اعلامیه‌ی پکن در سال ۱۹۹۵ [که در آن اکثر کشورها متعهد به افزایش نمایندگی زنان در پارلمان‌ها به ۳۰٪ شدند] سهمیه‌های جنسیتی در ۱۳۲ کشور تصویب شده است. در حالی که مخالفان سهمیه‌ها اغلب بر تهدید بالقوه برای انتخاب شایسته‌سالارانه تأکید می‌کنند، بسی و همکاران (۲۰۱۷) با استفاده از تصویب سهمیه‌ی جنسیتی توسط حزب

سوسیال‌دموکرات سوئد در سال ۱۹۹۳ نشان داده‌اند که شایستگی در واقع پس از معرفی سهمیه افزایش یافته است، و این امر در شهرداری‌هایی که سهمیه منجر به بیشترین افزایش در نسبت زنان منتخب شده است، بیشتر نیز شده است. به عبارت دیگر، برخلاف انتظار منتقدان سهمیه‌بندی، شایستگی زنان کاهش نیافت، بلکه تقریباً ثابت ماند و شایستگی مردان منتخب نیز به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافت.

علاوه بر این، برابری جنسیتی نه‌تنها هزینه‌ای ندارد، بلکه تحقیقات موجود نشان داده است که برابری زن و مرد در سیاست تأثیر مثبتی بر سیاست‌گذاری و روش‌های اجرای تصمیمات سیاسی دارد. به‌عنوان مثال، در کنگره‌ی ایالات متحده، پیش‌نویس قوانینی که توسط زنان ارائه می‌شوند، به‌طور متوسط، حمایت بیشتری نسبت به قوانینی که توسط مردان ارائه می‌شوند، به دست می‌آورند و زنان جمهوری‌خواه کنگره نیز شانس بیشتری برای کسب حمایت دو حزبی برای قوانینی که از آنها حمایت می‌کنند، دارند (Gagliarducci and Paserman, ۲۰۲۲). در مورد هند، چاتوپادیای و دوفلو (۲۰۰۴) نشان داده‌اند که وقتی زنان (به‌جای مردان) ریاست شوراهای شهری را بر عهده داشتند، سرمایه‌گذاری بیشتری به‌ویژه در تأمین آب آشامیدنی صورت می‌گرفت. جالب این‌جاست که مطالعه‌ی آنها بر اساس وجود کرسی‌های رزرو شده برای زنان در هند از اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰ است؛ همه‌ی شهروندان (زن و مرد) برای انتخاب نمایندگان خود رأی می‌دهند، اما فقط زنان این کار را برای این کرسی‌ها انجام می‌دهند. بهبود نمایندگی زنان در مناصب انتخابی و معرفی تأمین مالی مبارزات انتخاباتی عمومی حتی می‌تواند دو روی یک سکه باشد. در برزیل، اصلاحات قانون انتخابات در سال‌های ۲۰۲۱-۲۰۲۰ تصویب شد که تخصیص صندوق انتخاباتی (یعنی پول عمومی که برای تأمین مالی انتخابات استفاده می‌شود) بین احزاب را به عملکرد انتخاباتی زنان یا نامزدهای سیاه‌پوست گره می‌زند تا احزاب را تشویق کند.

هند، بزرگ‌ترین دموکراسی جهان، در معرفی برابری اجتماعی واقعی در نهادهای قانون‌گذاری خود نیز فراتر از حد انتظار عمل کرده است. از زمان استقلال، سهمیه‌هایی را برای گروه‌های اجتماعی که از نظر تاریخی از تبعیض رنج برده‌اند (کاست‌های دسته‌بندی شده، که به آنها نجس‌ها یا دالیت‌ها نیز گفته می‌شود؛ برای مثال به جنسنیوس، ۲۰۱۷ مراجعه کنید) تعیین کرده است. این سهمیه‌ها به شکل حوزه‌های

انتخابیه (۱۶٪ از کل) است که در آن فقط نامزدهای این گروه‌ها می‌توانند در انتخابات قانون‌گذاری شرکت کنند. همانطور که جنسنیوس (۲۰۱۷) تأکید کرده است، اگر حوزه‌های انتخابیه‌ی رزرو شده وجود نداشتند، احتمالاً هیچ یک از نجس‌های سابق هرگز به مجلس راه نمی‌یافتند. از این رو، تحقیقات آینده باید شواهد مقایسه‌ای بیشتری در مورد کارایی قوانین مختلفی که از نظر تاریخی برای بهبود نمایندگی توصیفی استفاده شده‌اند، ارائه دهند و به‌ویژه بررسی کنند که چگونه ممکن است بر نمایندگی توصیفی و نابرابری سیاسی به‌طور گسترده‌تر تأثیر بگذارند.

۵. مسیر برای تحقیقات آینده و نتیجه‌گیری

برابری سیاسی یک ارزش کلیدی دموکراتیک است. در این بررسی، ما ابعاد مختلف نابرابری سیاسی را برجسته کرده‌ایم. ابتدا، شواهد جدیدی در مورد نابرابری مشارکت ارائه کرده‌ایم که نشان می‌دهد تنها در دهه‌های اخیر، افراد فقیر بیشتر از شهروندان ثروتمند رأی می‌دهند (Cage و Piketty, ۲۰۲۳). این شواهد مبتنی بر داده‌های فرانسه است و بررسی این که آیا روندهای مشابهی را در سایر کشورها مشاهده می‌کنیم یا خیر، جالب خواهد بود.

دوم این که، حدس زدیم افراد فقیر ممکن است به‌طور فزاینده‌ای از رأی‌دادن دلسرد شوند، زیرا آنها درک می‌کنند که سیاستمداران ترجیحات آنها را در نظر نمی‌گیرند، یا فقط در مقایسه با ترجیحات ثروتمندان، به میزان کمی به آنها توجه می‌کنند. این ممکن است به معنای یک دور باطل باشد، زیرا نابرابری در نمایندگی سیاسی نیز ممکن است ناشی از این واقعیت باشد که شهروندان کم‌درآمد کم‌تر از شهروندان پردرآمد رأی می‌دهند (برای بررسی ادبیات به‌عنوان مثال به اریکسون، ۲۰۱۵ مراجعه کنید).

با این حال، بسیاری از سؤالات تحقیقاتی همچنان بی‌پاسخ مانده‌اند. اول، در زمینه‌ی تمرکز کمک‌های خیریه، جالب است که تخمین‌های ارائه شده در رایش (۲۰۱۸) [در مورد سهم کمک‌های خیریه‌ای که بر نیازهای فقرا متمرکز است] را به کشورهای دیگری غیر از ایالات متحده و همچنین به دوره‌های زمانی مختلف تعمیم دهیم تا ببینیم آیا این سهم با افزایش تمرکز واقعاً کاهش یافته است یا خیر. داده‌های

رایش (۲۰۱۸) مبتنی بر اطلاعات نظرسنجی است و باید با داده‌های مالیاتی اداری، با اطلاعات دقیق نه تنها در مورد اهداکنندگان، بلکه در مورد دریافت‌کنندگان نیز ترکیب شود. در نهایت، هنوز هیچ کمیت دقیقی از اثر بازتوزیعی یا ضد بازتوزیعی نیکوکاری، پس از در نظر گرفتن تأثیر یارانه‌های مالیاتی و ذی‌نفعان فعالیت‌های خیریه، وجود ندارد. علاوه بر این، اگرچه کمک‌های خیریه نهادها و افراد، اغلب جداگانه در نظر گرفته می‌شوند، اما تجزیه و تحلیل همزمان کمک‌های مالی نهادها و افراد، با استفاده از ساختار مالکیت نهادها به همراه داده‌های مالیاتی، مفید خواهد بود.

در مرحله‌ی بعد، در حالی که شواهد فزاینده‌ای مبنی بر تأثیر پول در سیاست وجود دارد، اطلاعات بسیار کم‌تری در مورد نوع اصلاحاتی که می‌تواند منجر به کاهش مؤثر مقیاس پول‌های کلان در سیاست شود، وجود دارد. شواهد بیشتری مورد نیاز است، مثلاً در مورد شکل بهینه‌ی تأمین مالی عمومی دموکراسی. در کشورهایی مانند فرانسه و کره جنوبی، دولت بخش قابل توجهی از هزینه‌های مبارزات انتخاباتی را به نامزدهایی که آرای کافی کسب کرده‌اند (پنج درصد از آرا در دور اول در فرانسه و پانزده درصد در کره جنوبی) بازپرداخت می‌کند. آیا این به معنای موانع کم‌تر برای ورود در مقایسه با کشورهایی است که چنین سیاست‌هایی در آنها اجرا نمی‌شود؟

در نهایت، ما بر این واقعیت تأکید کرده‌ایم که بخش قابل توجهی از کمک‌های خیریه‌ی بزرگ توسط اهداکنندگان ثروتمند ممکن است ناشی از ملاحظات سیاسی باشد (و البته کمک‌های شرکتی را هم نباید فراموش کرد). از این رو، می‌توان به نفع تعیین سقف برای کمک‌های خیریه، مشابه آنچه که (حداقل در برخی کشورها) برای کمک‌های سیاسی وجود دارد، استدلال کرد. البته، پیامدهای چنین اصلاحاتی باید به‌دقت، چه قبل و چه بعد از وقوع، مورد مطالعه قرار گیرد. علاوه بر این، فراتر از محدود مطالعات موجود که این کار را انجام می‌دهند (Yildirim et al., ۲۰۱۵; Yörük, ۲۰۲۱; Cagé and Guillot, ۲۰۲۱)، مطالعه‌ی ساختارمندتر کمک‌های خیریه در کنار کمک‌های سیاسی جالب خواهد بود. به‌عنوان مثال، آیا وقتی کمک‌های سیاسی شرکت‌ها ممنوع می‌شود، شاهد افزایش کمک‌های خیریه‌ی شرکتی هستیم؟ همچنین توجه داشته باشید که مشارکت انتخاباتی تنها یک شکل از مشارکت است. اشکال بسیار

دیگری از مشارکت سیاسی وجود دارد (به عنوان مثال به Dalton, ۲۰۱۷ مراجعه کنید) که هنوز باید در طول نابرابری سیاسی مورد مطالعه قرار گیرند.

منبع:

Cagé, Julia. 2024. Political Inequality. *Annu Rev. Econ.* 3: Submitted. DOI: 10.1146/annurev-economics-080223-040921.

¹ از نیکلاس کارنز (Nicholas Carnes) برای ارائه‌ی داده‌های مربوط به سهم نمایندگان^۱ طبقه کارگر در ایالات متحده سپاسگزارم؛ از آدام بونیکا (Adam Bonica) برای داده‌های مربوط به تمرکز کمک‌های مالی کمپین انتخاباتی در ایالات متحده؛ و از سهیون هونگ (Sehyun Hong) برای کمک ارزشمندش با داده‌های کره جنوبی.

از نظرات ارزشمند مالکا گیو (Malka Guillot)، الیزا موژان (Elisa Mougin)، کارولین لو پنک (Caroline Le Pennec)، توماس پیکتی (Thomas Piketty)، الساندرا ریبونی (Alessandro Riboni)، کلمانس تریکو (Clémence Tricaud)، اولیویا تسوتسوپلیدی (Olivia Tsoutsoplidi) و کامیل اوروی (Camille Urvoy) بسیار سپاسگزارم. همچنین از شرکت‌کنندگان در کنفرانس‌های مدرسه‌ی اقتصاد پاریس تشکر می‌کنم.

پژوهش منجر به این پروژه، از شورای تحقیقات اروپا تحت برنامه تحقیق و نوآوری افق ۲۰۲۰ اتحادیه‌ی اروپا (شماره قرارداد ۹۴۸۵۱۶) بودجه دریافت کرده است. تمامی خطاها متوجه خود نگارنده است.

^۲ Bonica and Rosenthal (۲۰۱۵) تکامل کمک‌های مالی افراد ثروتمند فهرست Forbes ۴۰۰ را بررسی کرده‌اند.

^۳ برای جزئیات بیشتر در مورد قوانین فرانسه، رجوع شود به Bekkouche et al (۲۰۲۲) و Cagé (۲۰۱۸).

^۴ البته، کمک‌های مالی سیاسی به طور کلی در سال‌های انتخاباتی نیز تمایل به افزایش دارند. بنابراین، در حالی که این مبلغ در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به ترتیب به ۸۴٫۴ میلیون و ۸۲٫۲ میلیون یورو رسیده بود و در سال ۲۰۲۱ به ۶۵ میلیون یورو بازگشت، در سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰ تنها به ۵۶ تا ۵۹ میلیون یورو می‌رسد.

^۵ برای مطالعه مقررات کمپین انتخاباتی در کره جنوبی، به یو و لین (You and Lin, 2020) مراجعه کنید.

هرچند ممکن است عجیب به نظر برسد که سقف کمک مالی بسته به درآمد اهداکنندگان متفاوت باشد — سیاستی که ممکن است به نفع کمک‌های مالی اهداکنندگان پردرآمد باشد — این موضوع خاص کره جنوبی

نیست. قوانین مشابهی برای مثال در برزیل و هند وجود دارد. با این حال، در برزیل و هند، این قانون به گونه‌ای است که اهداکنندگان ثروتمند می‌توانند خیلی بیشتر از افراد معمولی کمک کنند (چون سقف فقط درصدی از درآمد سال قبل است)، در حالی که در کره جنوبی، حتی اهداکنندگان با درآمد بسیار بالا نمی‌توانند بیش از ۱۰ میلیون وون کمک کنند.

⁶ نکته این‌که در کره جنوبی دو نوع مالیات بر درآمد وجود دارد: از یک سو، مالیات بر درآمد کسر شده (withhold income tax) که عمدتاً بر درآمد حقوق و دستمزد تعلق می‌گیرد و شکل ۵ بر اساس آن ترسیم شده است؛ و از سوی دیگر، مالیات بر درآمد فراگیر (global income tax) که بر درآمد اجاره املاک، درآمد کسب‌وکار، درآمد کسب‌شده و سایر درآمدها به جز درآمد غیرحقوقی اعمال می‌شود (درآمد ترکیبی سهام و بهره بیش از ۲۰ میلیون وون مشمول مالیات جهانی است). شکل A.2 در پیوست آنلاین، متوسط اندازه‌ی کمک‌های مالی سیاسی اعلام‌شده در فرم مالیات بر درآمد کسر شده و فرم مالیات بر درآمد ناخالص را نشان می‌دهد. متأسفانه، با داده‌هایی که در اختیار داریم، نمی‌توانیم ساختار کلی کمک‌های مالی سیاسی را بررسی کنیم، زیرا یک فرد ممکن است در هر دو مجموعه داده (مالیات بر درآمد جهانی و مالیات بر درآمد کسر شده) ظاهر شود و کمک‌های خود را اعلام کند.

⁷ داده‌های مربوط به سهم درآمد از پایگاه داده نابرابری جهانی (World Inequality Database) گرفته شده است.

^۸ برای شواهد بیشتر، به شکل ۹ در ادامه مراجعه کنید.

^۹ همان‌طور که Bouton et al. (۲۰۲۲) برجسته کرده‌اند، در نوشته‌های موجود انواع مختلفی از انگیزه‌ها وجود دارد که زیربنای کمک‌های مالی سیاسی هستند. برای مثال، ویلسون (Wilson, ۱۹۹۵) و Gimpel et al. (۲۰۰۶) انگیزه مادی، انگیزه هدفمند و انگیزه همبستگی را از هم متمایز می‌کنند. Francia et al. (۲۰۰۳) چهار دسته اهداکننده را در نظر می‌گیرد (i): سرمایه‌گذاران که برای کسب منافع شخصی یا دسترسی کمک می‌کنند، (ii) ایدئولوگ‌ها که برای ترویج برنامه‌های خاص کمک می‌کنند، (iii) نزدیکان که توسط جنبه‌های اجتماعی کمک‌دادن انگیزه می‌گیرند، و (iv) اتفاقی‌ها که الگوهای کمک آن‌ها ناسازگار است. برای مرور نوشته‌ها، هم در مورد انگیزه‌ها و هم پیامدهای کمک‌های مالی کمپین، به Dawood (۲۰۱۵) مراجعه کنید.

^{۱۰} علاوه بر این، در کره جنوبی نه تنها کمک‌های مالی افراد محدود شده است (همان‌طور که در بالا ذکر شد)، بلکه سقف قیمتی نیز وجود دارد که میزان دریافت کمک مالی توسط هر سیاستمدار را محدود می‌کند. توجه کنید که کمک‌های مالی نقدی تنها یکی از ابزارهای کسب نفوذ سیاسی است. اهداکنندگان ثروتمند ممکن است برای مثال با فراهم کردن دسترسی سیاستمداران به شبکه روابط خود نیز این کار را انجام دهند. بنابراین، در اینجا کمک‌های مالی نقدی می‌تواند به عنوان شاخصی از نفوذ رو به افزایش ثروتمندان تفسیر شود که فراتر از این کمک‌های قابل اندازه‌گیری است.

^{۱۱} نامزدی‌هایی که به دور دوم راه یافتند، می‌توانستند در مجموع ۲۲,۵۰۹,۰۰۰ یورو هزینه کنند.

^{۱۲} نوشته‌های بسیار گسترده‌ای در مورد تأثیر مخارج کمپین بر آرا وجود دارد که در اینجا به آن نمی‌پردازیم.

^{۱۳} طرح مشوق مالیاتی بسیار سخاوتمندانه‌ای برای هر دو نوع کمک خیریه شرکتی و فردی از اواخر دهه ۱۹۹۰ و اوایل دهه ۲۰۰۰ در فرانسه اجرا شده است، به گونه‌ای که اعتبار مالیاتی تا دو سوم مبلغ کمک و با سقف بسیار

بالایی در نظر گرفته شده است (برای جزئیات، ببینید Fack and Landais, ۲۰۱۰؛ Cagé and Guillot, ۲۰۲۱).

^{۱۴} همچنین توجه کنید که در ایالات متحده، شرکت‌ها نیز کمک‌های سیاسی می‌کنند، به‌خصوص از طریق کمیته‌های اقدام سیاسی (PACs) خود. Bertrand و همکاران (۲۰۲۰) اثرات افزایش مالکیت نهادی در ایالات متحده بر تمرکز نفوذ سیاسی را مطالعه کرده‌اند. با بهره‌گیری از تغییرات مالکیت، آن‌ها نشان می‌دهند که احتمال اینکه یک سرمایه‌گذار و یک شرکت هر دو به یک سیاستمدار خاص کمک کنند، پس از اینکه سرمایه‌گذار برای اولین بار سهام قابل توجهی در آن شرکت به دست می‌آورد، به طور قابل توجهی افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، ترجیحات سیاسی تعداد محدودی از شرکت‌های مدیریت دارایی، با کسب کنترل بر شرکت‌های آمریکایی به نمایندگی از مشتریان پراکنده‌شان، تقویت می‌شود.

^{۱۵} همچنین ادبیات بسیار گسترده‌ای در مورد لابی‌گری وجود دارد که در اینجا به آن نمی‌پردازیم. برای مرور اخیر، ببینید Bombardini and Trebbi (۲۰۲۰) مراجعه کنید.

^{۱۶} بین سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۱، در حالی که متوسط مبلغ اهدایی برای کمک‌های سیاسی توسط اهداکنندگان در بالاترین ۰.۰۰۱ درصد توزیع درآمد کمتر از ۴۰۰۰۰ یورو است، این رقم برای کمک‌های خیریه به تقریباً ۱۵۰۰۰ یورو می‌رسد.

^{۱۷} علاوه بر این، توجه کنید که ما در اینجا فقط کمک‌های خیریه اعلام‌شده در فرم مالیات بر درآمد را در نظر گرفته‌ایم. با این حال، تعداد قابل توجهی از خانوارهای واقع در بالای توزیع درآمد مشمول مالیات بر ثروت نیز هستند. اگر چنین باشد، آن‌ها تمایل دارند کمک‌های خود را در فرم مالیات بر ثروت اعلام کنند؛ زیرا مشوق مالیاتی مرتبط با آن بالاتر است (Cagé and Guillot, ۲۰۲۱) بنابراین، در اینجا مقادیر واقعی کمک‌شده به خیریه‌ها در بالای توزیع درآمد را کمتر برآورد می‌کنیم.

^{۱۸} متأسفانه، برخلاف کمک‌های سیاسی، برای کمک‌های خیریه، اطلاعات مربوط به مالیات بر درآمد کسرشده را نداریم و همچنین توزیع دقیق‌تری از کمک‌ها بر اساس درآمد در اختیار نداریم.

^{۱۹} هرچند رأی‌دهندگان راست افراطی به طور متوسط درآمد کمتری نسبت به رأی‌دهندگان راست میانه دارند و کمک‌های کمتری (با شرط درآمد) می‌کنند، اما گاهی اوقات گروه‌های فشار ثروتمند بسیار قدرتمندی وجود دارند که از راست افراطی حمایت می‌کنند؛ برای مثال، صندوق‌های پوشش ریسک (hedge funds) و شرکت‌های سهام خصوصی طی کمپین برگزیت، Benquet and Bourgeron, (۲۰۲۲).

^{۲۰} در مورد این واقعیت که نیکوکاری، نابرابری درآمدی را کاهش نمی‌دهد، مراجعه کنید به Duquette (۲۰۱۸).

^{۲۱} ادبیات مربوط به نمایندگی توصیفی عمدتاً بر ویژگی‌های شخصی سیاستمداران تمرکز کرده است و Folke و همکاران (۲۰۲۱) در عوض به محله‌های محل سکونت سیاستمداران توجه کرده‌اند.

^{۲۲} همچنین نوشته‌های بسیار گسترده‌ای در مورد انتخاب سیاسی وجود دارد (به‌ویژه ببینید Dal Bó and Finan, ۲۰۱۸؛ Gulzar, ۲۰۲۱ برای مرورهای اخیر) که موضوع این مقاله نیست.

^{۲۳} همچنین ببینید Barnes و همکاران (۲۰۲۱) که بر زنان طبقه کارگر شاغل در مشاغل «pink-collar»

تمرکز دارند.

- ^{۲۴} استدلال نظری دیگری که ممکن است تمایل نخبه‌گرایانه فقرا را توضیح دهد، واگذاری استراتژیک است: فقرا ممکن است تصمیم بگیرند نماینده‌ای ثروتمندتر انتخاب کنند تا مشکلات تعهد را حل کنند (Persson and Tabellini, ۱۹۹۴).
- ^{۲۵} همچنین به پدرسن و همکاران (۲۰۱۹) مراجعه کنید که نشان می‌دهند واکنش‌های رأی‌دهندگان به ویژگی‌های پیشینه نامزدها پس از اطلاع‌رسانی به رأی‌دهندگان در مورد مواضع سیاسی نامزدها، از بین می‌رود.
- ^{۲۶} برای شواهدی از نقش احزاب در انتخاب نامزدهای مورد نظر رأی‌دهندگان، به بسلی و همکاران (۲۰۱۷) و کیسی و همکاران (۲۰۲۱) مراجعه کنید.
- ^{۲۷} برای شواهدی در مورد پیامدهای حضور کم اقلیت‌ها، به عنوان مثال به بیچ و همکاران (۲۰۱۸) مراجعه کنید که نشان می‌دهند افزایش حضور می‌تواند نابرابری‌های نژادی را کاهش دهد.
- ^{۲۸} آنها به‌ویژه نشان می‌دهند که این آمریکایی‌های ثروتمند در زمینه‌ی مالیات، مقررات اقتصادی و برنامه‌های رفاه اجتماعی بسیار محافظه‌کارتر از عموم مردم آمریکا هستند. برای شواهد بیشتر در مورد آنچه ثروتمندان می‌خواهند، به بیچ و همکاران (۲۰۱۸) مراجعه کنید که دیدگاه‌های ۱۰۰ میلیاردی ثروتمند در ایالات متحده را مستند می‌کنند.
- ^{۲۹} برای کارهای جدیدتر، به ویتکو و همکاران (۲۰۲۱) مراجعه کنید که سخنرانی‌های کنگره را تجزیه و تحلیل می‌کنند و مستند می‌کنند که کنگره ایالات متحده تمایل دارد منافع کسب‌وکارها و ثروتمندان را بر نگرانی‌های آمریکایی‌های معمولی اولویت دهد.
- ^{۳۰} همچنین ادبیاتی نظری وجود دارد که می‌تواند توضیح دهد که چرا ترجیحات ثروتمندان بهتر از ترجیحات فقرا نشان داده می‌شود. برای مثال، در یک مدل رأی‌گیری احتمالی با سیاستمدارانی که انگیزه‌های اداری دارند، سیاستمداران ممکن است وزن بیشتری به ترجیحات گروهی بدهند که کمترین پراکندگی ترجیحات سیاسی را دارد (به عنوان مثال به مقاله بوتون و همکاران، ۲۰۱۴، ۲۰۲۱، در مورد عدم تمایل اعضای کنگره ایالات متحده برای حمایت از کنترل اسلحه با وجود این واقعیت که اکثر شهروندان آمریکایی طرفدار تنظیم آنها هستند، مراجعه کنید). از این رو، سیاستمداران ممکن است ثروتمندان را بر فقرا ترجیح دهند، اگر ثروتمندان در مورد آنچه می‌خواهند با یکدیگر توافق بیشتری داشته باشند (یا اگر ترجیحات آنها «شدیدتر» باشد)، که باعث می‌شود کل گروه نسبت به تغییرات سیاست پاسخ‌گوتر باشد. با این حال، تمرکز این بررسی در درجه‌ی اول بر ادبیات تجربی است و ما وارد جزئیات این مدل‌ها نخواهیم شد. به همین ترتیب، به دلیل کمبود فضا، ما ادبیات نظری گسترده در مورد رقابت انتخاباتی، و به ویژه بحث بین مدل داونزی رقابت انتخاباتی (به سبک داونز، ۱۹۵۷) و مدل‌های شهروند-نامزد (به عنوان مثال بسلی و کوات، ۱۹۹۷) را بررسی نمی‌کنیم.
- ^{۳۱} نوشته‌های بسیار گسترده‌ای در مورد عوامل تعیین‌کننده مشارکت وجود دارد (به عنوان مثال به Herrera و همکاران، ۲۰۱۶ و بسیاری دیگر مراجعه کنید)، که تمرکز این بررسی نیست. آنچه ما در اینجا مستند می‌کنیم، ارتباط بین کاهش مشارکت و افزایش نابرابری سیاسی است.
- ^{۳۲} برای مروری بر داده‌های مشارکت رأی‌دهندگان در دموکراسی‌ها از سال ۱۹۴۵، به عنوان مثال به مجموعه داده‌های انتخابات «مؤسسه دموکراسی و کمک‌های انتخاباتی» مراجعه کنید.

- ^{۳۳} یک استثنا در روندهای کاهش‌ی ثبت شده در شکل ۱، افزایش اخیر مشارکت مشاهده شده از سال ۲۰۰۱ در بریتانیا - هرچند هنوز از نظر تاریخی در سطح بسیار پایینی است - و از سال ۲۰۱۶ در ایالات متحده است. در ایالات متحده، مشارکت در سال ۲۰۲۰ به نزدیک به ۷۰ درصد رسید که بالاترین سطح آن از سال ۱۹۹۲ است. ما در بخش ۴.۱ در زیر به این نکته برمی‌گردیم و آن را به افزایش اخیر کمک‌های مالی کوچک مرتبط می‌کنیم.
- ^{۳۴} این شکل فقط رابطه خام بین درآمد و مشارکت را گزارش می‌دهد. در مقاله‌ی کاگه و پیکتی (۲۰۲۳)، نویسندگان نشان می‌دهند که **گرادیان** درآمدی در برابر کنترل سایر ویژگی‌های اجتماعی-جمعیتی شهرها مقاوم است. آن‌ها همچنین به‌طور گسترده در مورد مسائل بالقوه مرتبط با سوگیری اکولوژیکی بحث می‌کنند (برای مثال به کینگ، ۱۹۹۷ مراجعه کنید).
- ^{۳۵} این از **این** واقعیت ناشی می‌شود که ادبیات موجود عمدتاً به نظرسنجی‌های نسبتاً جدید متکی است. برای مقاله‌ای جدید که تأثیر تغییر درآمد بر میزان مشارکت را بررسی می‌کند، به شافر و همکاران (۲۰۲۲) مراجعه کنید.
- ^{۳۶} یک استثنا رسانه‌ها هستند. در واقع نوشته‌های گسترده‌ای وجود دارد که نشان می‌دهد، با وجود افزایش عرضه‌ی اطلاعات در سال‌های اخیر (به‌ویژه به دلیل اینترنت) مصرف واقعی اطلاعات ممکن است در میان افراد کم‌تر تحصیل کرده و کم‌درآمد به دلیل رقابت با سرگرمی کاهش یافته باشد (برای مثال ببینید، Prior، ۲۰۰۷؛ Gavazza et al., ۲۰۱۹). علاوه بر این، کیفیت اطلاعات تولیدشده نیز ممکن است به دلیل رقابت و این واقعیت که دزدیدن محتوا روزه‌به‌روز آسان‌تر شده، کاهش یافته باشد (برای مثال ببینید، Cagé et al., ۲۰۲۰) توجه کنید که سرمایه‌گذاری در صنعت رسانه نیز راه دیگری است که افراد ثروتمند ممکن است برای تأثیرگذاری بر مناظره‌ی سیاسی از آن استفاده کنند (برای مثال ببینید، DellaVigna and Kaplan، ۲۰۰۷؛ Martin، Cagé et al., ۲۰۲۱؛ Yand Yurukoglu، ۲۰۱۷).
- ^{۳۷} البته، همان‌طور که اغلب در نوشته‌های دیگر نیز به آن اشاره می‌شود، انگیزه‌های بسیار دیگری برای احزاب راست افراطی یا «پوپولیسم» وجود دارد؛ برای بررسی بیشتر، به گوریف و پاپایوانو (۲۰۲۲) مراجعه کنید. در مورد کارهای اخیر در مورد نقش نابرابری اقتصادی، همچنین به رودریگز-پوز و همکاران (۲۰۲۳) مراجعه کنید.
- ^{۳۸} نامزدهایی که ActBlue را انتخاب می‌کنند می‌توانند بدون نیاز به راه‌اندازی پلت‌فرم جمع‌آوری کمک‌های مالی خود، کمک‌های آنلاین دریافت کنند. آن‌ها فقط باید لینکی را در وبسایت خود قرار دهند که مشارکت‌کنندگان بالقوه را به صفحه‌ای اختصاص داده شده به آن‌ها در وبسایت ActBlue هدایت می‌کند. اهداکنندگان می‌توانند به‌طور یکپارچه، از طریق رایانه یا تلفن هوشمند خود، به کاندیداها کمک کنند. پس از وارد کردن اطلاعات و شماره کارت خود، کمک اضافی تنها با یک کلیک قابل انجام است. برای جزئیات بیشتر به Bouton و همکاران (۲۰۲۲) مراجعه کنید.
- ^{۳۹} در مورد عوامل افزایش قطب‌بندی سیاسی در ایالات متحده، نوشته‌های بسیار گسترده‌ای وجود دارد؛ برای مثال، در کارهای اخیر به Boxell و همکاران (۲۰۱۷)؛ Canen و همکاران (۲۰۲۰) مراجعه کنید.
- ^{۴۰} این سیستم تحت قانون «انتخابات صادقانه سیاتل» در نوامبر ۲۰۱۵، نتیجه ابتکار شهروندان، معرفی شد. برای جزئیات بیشتر به Cage (۲۰۱۸) مراجعه کنید.

- ^{۴۱} نتایج این مطالعه در مقاله Gene Balk (۲۰۱۷)، «آیا کوپن‌های دموکراسی سیاتل کار می‌کنند؟ تحلیل جدید می‌گوید بله»، سیاتل تایمز، ۱۳ اکتبر، خلاصه شده است.
- ^{۴۲} آنها سیاتل را با شهرهایی که از شهرهای بزرگ واشنگتن و کالیفرنیا گرفته شده‌اند، مقایسه می‌کنند.
- ^{۴۳} تنظیم بهتر امور مالی انتخابات در ایالات متحده همچنین به معنای حذف سوپر پک‌ها (کمیته‌های اقدام سیاسی) است.

منابع:

- Andreoni, J. (1989). Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence. *Journal of Political Economy*, 97(6):pp. 1447–1458.
- Andreoni, J. (2006). Philanthropy. In Kolm, S. and Ythier, J. M., editors, *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, volume 1 of *Handbook on the Economics of Giving, Reciprocity and Altruism*, chapter 18, pages 1201–1269. Elsevier.
- Ansell, B. and Gingrich, J. (2021). *Political Inequality. The ife deaton review of inequalities*, London: Institute for Fiscal Studies.
- Ansolabehere, S., de Figueiredo, J. M., and Snyder, J. M. J. (2003). Why is There so Little Money in U.S. Politics? *Journal of Economic Perspectives*, 17(1):105–130.
- Aranson, P. H. and Hinich, M. J. (1979). Some Aspects of the Political Economy of Election Campaign Contribution Laws. *Public Choice*, 34:435–461.
- Barnes, T. D., Beall, V. D., and Holman, M. R. (2021). Pink-Collar Representation and Budgetary Outcomes in US States. *Legislative Studies Quarterly*, 46(1):119–154.
- Baron, D. P. (1989). Service-Induced Campaign Contributions and the Electoral Equilibrium. *The Quarterly Journal of Economics*, 104(1):45–72.
- Bartels, L. M. (2008). *Unequal Democracy: The Political Economy of the New Gilded Age*. Russell Sage Foundation.

Beach, B., Jones, D. B., Twinam, T., and Walsh, R. (2018). Minority Representation in Local Government. Working Paper 25192, National Bureau of Economic Research.

Bekkouche, Y., Cagé, J., and Dewitte, E. (2022). The heterogeneous price of a vote: Evidence from multiparty systems, 1993-2017. *Journal of Public Economics*, 206:104559.

Benquet, M. and Bourgeron, T. (2022). *Alt-Finance: How the City of London Bought Democracy*. Pluto Press.

Beramendi, P., Besley, T., and Levi, M. (2022). Political equality: what is it and why does it matter? techreport.

Bertrand, M., Bombardini, M., Fisman, R., Hackinen, B., and Trebbi, F. (2021). Hall of Mirrors: Corporate Philanthropy and Strategic Advocacy. *The Quarterly Journal of Economics*, 136(4):2413–2465.

Bertrand, M., Bombardini, M., Fisman, R., and Trebbi, F. (2020a). Tax-Exempt Lobbying: Corporate Philanthropy as a Tool for Political Influence. *American Economic Review*, 110(7):2065–2102.

Bertrand, M., Bombardini, M., Fisman, R., Trebbi, F., and Yegen, E. (2020b). Investing in influence: Investors, portfolio firms, and political giving. Working paper.

Besley, T. and Coate, S. (1997). An Economic Model of Representative Democracy. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(1):pp. 85–114.

Besley, T., Folke, O., Persson, T., and Rickne, J. (2017). Gender Quotas and the Crisis 30 of the Mediocre Man: Theory and Evidence from Sweden. *American Economic Review*, 107(8):2204–2242.

Bombardini, M. and Trebbi, F. (2020). Empirical Models of Lobbying. *Annual Review of Economics*, 12(1):391–413.

Bonica, A., McCarty, N., Poole, K. T., and Rosenthal, H. (2013). Why Hasn't Democracy Slowed Rising Inequality? *Journal of Economic Perspectives*, 27(3):103–124.

Bonica, A. and Rosenthal, H. (2015). The Wealth Elasticity of Political Contributions by the Forbes 400. Working paper.

Bouton, L., Cagé, J., Dewitte, E., and Pons, V. (2021). Small Campaign Contributions. Working paper.

Bouton, L., Cagé, J., Dewitte, E., and Pons, V. (2022). Small Campaign Donors. Working Paper 30050, National Bureau of Economic Research.

Bouton, L., Conconi, P., Pino, F., and Zanardi, M. (2014). Guns and Votes. Working Paper 20253, National Bureau of Economic Research.

Boxell, L., Gentzkow, M., and Shapiro, J. M. (2017). Is the Internet Causing Political Polarization? Evidence from Demographics. Working Paper 23258, National Bureau of Economic Research.

Brady, H. E., Verba, S., and Schlozman, K. L. (1995). Beyond Ses: A Resource Model of Political Participation. *The American Political Science Review*, 89(2):271–294.

Cagé, J. (2018). *Le prix de la démocratie*. Fayard (English version: *The Price of Democracy*, Harvard University Press, 2020).

Cagé, J. and Dewitte, E. (2020). The Rising Demand for Representation: Lessons from 100 Years of Political Selection in the UK. Working paper.

Cagé, J. and Dewitte, E. (2021). It Takes Money to Make MPs : New Evidence from 150 Years of British Campaign Spending. CEPR Discussion Paper 16586, C.E.P.R. Discussion Papers.

Cagé, J. and Guillot, M. (2021). Is Charitable Giving Political? Evidence from Wealth and Income Tax Returns. Working paper, Sciences Po Paris.

Cagé, J., Hengel, M., Hervé, N., and Urvoy, C. (2021). Hosting Media Bias: Evidence from the Universe of French Broadcasts, 2002-2020. Working paper.

Cagé, J., Hengel, M., and Huang, Y. (2023). The Far-Right Donation Gap. techreport.

Cagé, J., Hervé, N., and Viaud, M.-L. (2020). The Production of Information in an Online World. *The Review of Economic Studies*, 87(5):2126–2164.

Cagé, J. and Piketty, T. (2023). *Une histoire du conflit politique. Elections et inégalités sociales en France, 1789-2022*. Le Seuil (English version: *A History of Political Conflict. Elections and Social Inequalities in France, 1789-2022*. Harvard University Press, forthcoming).

Canen, N. J., Kendall, C., and Trebbi, F. (2020). Political Parties as Drivers of U.S. Polarization: 1927-2018. Working Paper 28296, National Bureau of Economic Research.

Carnes, N. (2012). Does the Numerical Underrepresentation of the Working Class in Congress Matter? *Legislative Studies Quarterly*, 37(1):5–34.

Carnes, N. (2013). *White-Collar Government: The Hidden Role of Class in Economic Policy Making*. Chicago Studies in American Politics. University of Chicago Press.

Carnes, N. (2018). *The Cash Ceiling: Why Only the Rich Run for Office—and What We Can Do about It*. Princeton Studies in Political Behavior. Princeton University Press.

Carnes, N. and Lupu, N. (2016). Do Voters Dislike Working-Class Candidates? Voter Biases and the Descriptive Underrepresentation of the Working Class. *American Political Science Review*, 110(4):832–844.

Carnes, N. and Sadin, M. L. (2015). The “Mill Worker’s Son” Heuristic: How Voters Perceive Politicians from Working-Class Families—and How They Really Behave in Office. *The Journal of Politics*, 77(1):285–298.

Casey, K., Kamara, A. B., and Meriggi, N. F. (2021). An Experiment in Candidate Selection. *American Economic Review*, 111(5):1575–1612.

Cha, W. and Rajadhyaksha, U. (2021). What do we know about corporate philanthropy? A review and research directions. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 30(3):262–286.

Chattopadhyay, R. and Duflo, E. (2004). Women as Policy Makers: Evidence from a Randomized Policy Experiment in India. *Econometrica*, 72(5):1409–1443.

Cramer, K. J. (2016). *The Politics of Resentment: Rural Consciousness in Wisconsin and the Rise of Scott Walker*. Chicago Studies in American Politics. University of Chicago Press.

Dal Bó, E. and Finan, F. (2018). Progress and Perspectives in the Study of Political Selection. *Annual Review of Economics*, 10(1):541–575.

Dal Bó, E., Finan, F., Folke, O., Persson, T., and Rickne, J. (2017). Who Becomes A Politician? The Quarterly Journal of Economics, 132(4):1877–1914.

Dal Bó, E., Finan, F., Folke, O., Persson, T., and Rickne, J. (2022). Economic and Social Outsiders but Political Insiders: Sweden's Populist Radical Right. The Review of Economic Studies.

Dalton, R. J. (2017). The Participation Gap: Social Status and Political Inequality. Oxford University Press.

Dawood, Y. (2015). Campaign Finance and American Democracy. Annual Review of Political Science, 18(1):329–348.

DellaVigna, S. and Kaplan, E. (2007). The Fox News Effect: Media Bias and Voting. The Quarterly Journal of Economics, 122(3):1187–1234.

DellaVigna, S., List, J. A., and Malmendier, U. (2012). Testing for Altruism and Social Pressure in Charitable Giving. The Quarterly Journal of Economics, 127(1):1–56.

Downs, A. (1957). An Economic Theory of Democracy. Harper.

Duquette, N. J. (2018). Inequality and philanthropy: High-income giving in the United States 1917–2012. Explorations in Economic History, 70:25–41.

Duquette, N. J. (2021). The Evolving Distribution of Giving in the United States. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 50(5):1102–1116.

Erikson, R. S. (2015). Income Inequality and Policy Responsiveness. Annual Review of Political Science, 18(1):11–29.

Esposito, F. M., Focanti, D., and Hastings, J. S. (2019). Effects of Photo ID Laws on Registration and Turnout: Evidence from Rhode Island. Working Paper 25503, National Bureau of Economic Research.

Fack, G. and Landais, C. (2010). Are Tax Incentives for Charitable Giving Efficient? Evidence from France. American Economic Journal: Economic Policy, 2(2):117–141.

Folke, O., Martén, L., Rickne, J., and Dahlberg, M. (2021). Politicians' Neighborhoods: Where do they Live and does it Matter?

Francia, P. L., Green, J. C., Herrnson, P. S., Powell, L. W., and Wilcox, C. (2003). *The Financiers of Congressional Elections*. Columbia University Press.

Franko, W. W., Kelly, N. J., and Witko, C. (2016). Class Bias in Voter Turnout, Representation, and Income Inequality. *Perspectives on Politics*, 14(2):351–368.

Gagliarducci, S. and Paserman, M. D. (2022). Gender Differences in Cooperative Environments? Evidence from The U.S. Congress. *The Economic Journal*, 132(641):218–257.

Gavazza, A., Nardotto, M., and Valletti, T. (2019). Internet and Politics: Evidence from U.K. Local Elections and Local Government Policies. *The Review of Economic Studies*, 86(5):2092–2135.

Gennaioli, N. and Tabellini, G. (2023). *Identity Politics*. techreport 18055, CEPR Press Discussion Paper.

Gethin, A., Martínez-Toledano, C., and Piketty, T. (2022). Brahmin Left Versus Merchant Right: Changing Political Cleavages in 21 Western Democracies, 1948–2020. *The Quarterly Journal of Economics*, 137(1):1–48.

Gilens, M. (2012). *Affluence and Influence: Economic Inequality and Political Power in America*. Princeton University Press.

Gimpel, J. G., Lee, F. E., and Kaminski, J. (2006). The Political Geography of Campaign Contributions in American Politics. *The Journal of Politics*, 68(3):626–639.

Gimpel, J. G., Lee, F. E., and Pearson-Merkowitz, S. (2008). The Check Is in the Mail: Inter district Funding Flows in Congressional Elections. *American Journal of Political Science*, 52(2):373–394.

Gordon, S. C., Hafer, C., and Landa, D. (2007). Consumption or Investment? On Motivations for Political Giving. *The Journal of Politics*, 69(4):1057–1072.

Griffith, A. and Noonan, T. (2022). The effects of public campaign funding: Evidence from Seattle's Democracy Voucher program. *Journal of Public Economics*, 211:104676.

Grossman, G. M. and Helpman, E. (1994). Protection for Sale. *American Economic Review*, 84(4):833–850.

Grossman, G. M. and Helpman, E. (2001). *Special Interest Politics*. MIT Press.

Grumbach, J. M. and Hill, C. (2022). Rock the Registration: Same Day Registration Increases Turnout of Young Voters. *The Journal of Politics*, 84(1):405–417.

Gulzar, S. (2021). Who Enters Politics and Why? *Annual Review of Political Science*, 24(1):253–275.

Guriev, S. and Papaioannou, E. (2022). The Political Economy of Populism. *Journal of Economic Literature*, 60(3):753–832.

Hall, R. L. and Wayman, F. W. (1990). Buying Time: Moneyed Interests and the Mobilization of Bias in Congressional Committees. *The American Political Science Review*, 84(3):797–820.

Heerwig, J. A. (2016). Donations and dependence: Individual contributor strategies in house elections. *Social Science Research*, 60:181–198.

Herrera, H., Morelli, M., and Nunnari, S. (2016). Turnout Across Democracies. *American Journal of Political Science*, 60(3):607–624.

Hochschild, A. R. (2016). *Strangers in Their Own Land: Anger and Mourning on the American Right*. New Press.

Hoekstra, M. and Koppa, V. (2019). Strict Voter Identification Laws, Turnout, and Election Outcomes. Working Paper 26206, National Bureau of Economic Research.

Houle, C. (2018). Does economic inequality breed political inequality? *Democratization*, 25(8):1500–1518.

Jacobson, G. C. (1997). *The Politics of Congressional Elections*. Longman.

Jensenius, F. (2017). *Social Justice through Inclusion: The Consequences of Electoral Quotas in India*. Oxford University Press.

Kalla, J. L. and Broockman, D. E. (2016). Campaign Contributions Facilitate Access to Congressional Officials: A Randomized Field Experiment. *American Journal of Political Science*, 60(3):545–558.

King, G. (1997). *A Solution to the Ecological Inference Problem: Reconstructing Individual Behavior from Aggregate Data*. Princeton University Press.

Langbein, L. I. (1986). Money and Access: Some Empirical Evidence. *The Journal of Politics*, 48(4):1052–1062.

Lessig, L. (2015). *Republic, Lost. The Corruption of Equality and the Steps to End It*. Grand Central Publishing.

Lijphart, A. (1997). Unequal Participation: Democracy's Unresolved Dilemma. *The American Political Science Review*, 91(1):pp. 1–14.

Lim, C. S. H. and Snyder, J. M. (2021). What Shapes the Quality and Behavior of Government Officials? Institutional Variation in Selection and Retention Methods. *Annual Review of Economics*, 13(1):87–109.

Lupu, N. and Warner, Z. (2022a). Affluence and Congruence: Unequal Representation around the World. *The Journal of Politics*, 84(1):276–290

Lupu, N. and Warner, Z. (2022b). Why are the affluent better represented around the world? *European Journal of Political Research*, 61(1):67–85.

Martin, G. J. and Yurukoglu, A. (2017). Bias in Cable News: Persuasion and Polarization. *American Economic Review*, 107(9):2565–2599.

Mathisen, R. B. (2023). Affluence and Influence in a Social Democracy. *American Political Science Review*, 117(2):751–758.

Muñoz, M. M. and Meguid, B. M. (2021). Does party polarization mobilize or de-mobilize voters? The answer depends on where voters stand. *Electoral Studies*, 70:102279.

Page, B. I., Bartels, L. M., and Seawright, J. (2013). Democracy and the Policy Preferences of Wealthy Americans. *Perspectives on Politics*, 11(1):51–73.

Page, B. I. and Gilens, M. (2017). *Democracy in America?: What Has Gone Wrong and What We Can Do About It*. University of Chicago Press.

Page, B. I., Seawright, J., and Lacombe, M. J. (2018). *Billionaires and Stealth Politics*. University of Chicago Press.

Pedersen, R. T., Dahlgaard, J. O., and Citi, M. (2019). Voter reactions to candidate back ground characteristics depend on candidate policy positions. *Electoral Studies*, 61:102066.

Persson, T. and Tabellini, G. (1994). Representative democracy and capital taxation. *Journal of Public Economics*, 55(1):53–70.

Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Harvard University Press.

Piketty, T. (2018). Brahmin Left vs Merchant Right: Rising Inequality and the Changing Structure of Political Conflict. *Wid.world working paper n°2018/7*, WID.world.

Pitkin, H. F. (1967). *The Concept of Representation*. Berkeley/Los Angeles.

Poole, K. T. and Romer, T. (1985). Patterns of political action committee contributions to the 1980 campaigns for the United States House of Representatives. *Public Choice*, 47(1):63–111.

Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Cambridge Studies in Public Opinion and Political Psychology. Cambridge University Press.

Reich, R. (2018). *Just Giving: Why Philanthropy Is Failing Democracy and How It Can Do Better*. Princeton University Press.

Ricca, F. and Trebbi, F. (2022). Minority Underrepresentation in U.S. Cities. *Working Paper 29738*, National Bureau of Economic Research.

Rodríguez-Pose, A., Terrero-Dávila, J., and Lee, N. (2023). Left-behind versus unequal places: interpersonal inequality, economic decline and the rise of populism in the USA and Europe. *Journal of Economic Geography*, page lbad005.

Schafer, J., Cantoni, E., Bellettini, G., and Berti Ceroni, C. (2022). Making Unequal Democracy Work? The Effects of Income on Voter Turnout in Northern Italy. *American Journal of Political Science*, 66(3):745–761.

Snyder, J. M. (1990). Campaign Contributions as Investments: The U.S. House of Representatives, 1980-1986. *Journal of Political Economy*, 98(6):1195–1227.

Thurber, J. A. and Yoshinaka, A. (2015). *American Gridlock: The Sources, Character, and Impact of Political Polarization*. Cambridge University Press.

Tirole, J. and Bénabou, R. (2006). Incentives and Prosocial Behavior. *American Economic Review*, 96(5):1652–1678.

Treul, S. A. and Hansen, E. R. (2023). Primary Barriers to Working Class Representation. *Political Research Quarterly*.

Verba, S. (2001). Political Equality. What Is It? Why Do We Want It? techreport, Russell Sage Foundation.

Wand, J. (2007). The Allocation of Campaign Contributions by Interest Groups and the Rise of Elite Polarization.

Wilson, J. (1995). Political Organizations: Updated Edition. Princeton University Press.

Witko, C., Morgan, J., Kelly, N. J., and Enns, P. K. (2021). Hijacking the Agenda: Economic Power and Political Influence. Russell Sage Foundation.

Yildirim, P., Simonov, A., Petrova, M., and Perez-Truglia, R. (2021). Are Political and Charitable Giving Substitutes? Evidence from the United States. *Management Science*, Forthcomin.

Yörük, B. K. (2015). Do Charitable Subsidies Crowd Out Political Giving? The Missing Link between Charitable and Political Contributions. *The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy*, 15(1):1–29.

You, J.-s. and Lin, J.-D. (2020). Liberal Taiwan Versus Illiberal South Korea: The Divergent Paths of Election Campaign Regulation. *Journal of East Asian Studies*, 20(3):437–462