

یکشنبه • ۲۷ اردیبهشت ۱۳۹۴ • سال دوازدهم • شماره ۲۳۰۱ • ۹

شرق روزنامه جهان

ترجمه‌ای جدید از بزرگ‌ترین اثر فلسفه سیاسی سده بیستم صفحه ۱۰

از کارخانه به متروپلیس؛ گفت‌وگوی مجله «روآر» با «تونی نگری» صفحه ۱۱

«قصه‌ها» روایت مادرانه واقعیت‌های امروز صفحه ۱۲

اروپا

مدل آلمانی

در جمهوری فدرال آلمان احزاب وضعیت حقوقی ویژه‌ای دارند؛ به این معنا که دولت در سازماندهی درونی آنها دخالت نمی‌کند و حتی الزامی برای ثبت حزب هم وجود ندارد. البته طبق ماده ۳۸ قانون بنیادین آلمان مصوب ۱۹۴۹، به احزابی که مخالف با اصول مردم‌سالاری باشند، اجازه فعالیت داده نمی‌شود. به‌علاوه، ماده ۲۱ که به تضمین ایجاد آزادانه احزاب اختصاص یافته و بر نقش کلیدی آنها در صورت‌بندی اراده مردم تأکید می‌کند، بلافاصله مقرر می‌دارد منشأ و موارد مصرف دارایی‌های حزبی، باید به‌طور شفاف و علنی گزارش شود. از همین‌رو، برخلاف فرانسه، در آلمان قانون مفصلی راجع‌به احزاب سیاسی تصویب شده (۱۹۶۷) و در سال ۱۹۹۴ اصلاح شده است. این قانون درواقع حاصل تدوین احکام متعدد و پراکنده «دادگاه فدرال قانون اساسی» راجع‌به فعالیت‌های سیاسی بوده و از میان بخش‌های مهم آن، می‌توان فصل‌های مربوط به کارکردهای احزاب، سازماندهی درونی آنها، چگونگی معرفی نامزد در انتخابات، هزینه‌های انتخاباتی و صورت‌حساب‌های حزبی اشاره کرد.

در انتخابات مجلس ملی، احزاب نقش تعیین‌کننده‌ای دارند، زیرا نیمی از اعضای این مجلس، متناسب با مجموع آرای هر حزب در سراسر کشور، از فهرست‌های حزبی تعیین می‌شوند. گرچه ثبت احزاب الزامی نیست، اما هر حزبی که قصد شرکت در انتخابات را داشته باشد، باید موضوع را به «کمیته انتخابات فدرال» اطلاع دهد. لازم به توضیح است هر تشکل سیاسی اگر طی مدت شش سال متوالی در هیچ انتخاباتی حضور نیابد، موقعیت خود را به‌عنوان حزب از دست می‌دهد. کمیته انتخابات فدرال پس از آگاهی از تصمیم یادشده طبق قانون احزاب سیاسی، تصمیم می‌گیرد تشکل مورد بحث، «حزب» تلقی شود و در نتیجه می‌تواند در انتخابات شرکت کند یا خیر. طبق ماده دو همین قانون، حزب باید علاوه‌بر اظهاریه مذکور، نسخه‌ای از اساسنامه و برنامه انتخاباتی خود را همراه با نام و وظایف اعضای فعال حزب و شعب محلی آن نیز به کمیته ارائه دهد تا هر شهروندی بتواند به رایگان از آن رونوشت بردارد.

یارانه دولت وسایر کمک‌ها

هر حزبی که دست‌کم نیم‌درصد (و در انتخابات محلی یک‌درصد) آرا را کسب کند، از یارانه برخوردار می‌شود. علاوه‌بر تعداد آرا، دو ملاک دیگر یعنی تعداد اعضا و میزان کمک‌های خصوصی نیز در تخصیص یارانه لحاظ می‌شود و از همین‌رو کمک دولت حداکثر



به میزان کمک‌های خصوصی که هر حزبی جمع‌آوری کرده است، به آن اعطا می‌شود. سالانه حداکثر سه هزار یورو از کمک هر شهروند به فعالیت‌های سیاسی از بدهی مالیاتی وی کسر می‌شود. اشخاص حقیقی و حقوقی هرقدر که مایل باشند، می‌توانند به احزاب کمک کنند و احزاب نیز به‌نوبه خود در هزینه‌کردن این کمک‌ها محدودیتی ندارند. اما باید توجه داشت کمک اشخاص حقوقی و کمک‌های اشخاص حقیقی که بیش از ۱۰ هزار یورو باشد، مشمول کسر مالیاتی یادشده نیست و باید هم از جانب کمک‌کننده و هم از سوی دریافت‌کننده آن به دولت اعلام شود. احزاب صورت‌حساب‌های مالی خود را به رئیس مجلس ارائه می‌دهند و او پس از بررسی و اعلام نظر «کمیسیون کارشناسان مستقل»، تعیین می‌کند سهم هرحزبی از کمک دولت چقدر باید باشد. این تصمیم برای رؤسای مجالس ایالتی هم الزام‌آور است و شعب هر حزب در ایالات برهمین‌اساس از کمک دولت محلی بهره‌مند می‌شوند.

تخلفات ومجازات‌ها
کمک‌های غیرقانونی در مواد ۲۳ و ۲۵ قانون احزاب سیاسی به این شرح، احصا شده است:

- کمک‌هایی که از جانب بنیادهای سیاسی وابسته به احزاب یا گروه‌های پارلمانی باشد؛

- کمک مؤسسات خیریه یا دیگر سازمان‌های غیرانتفاعی؛

- کمک مجامع صنفی چنانچه صراحتاً شده باشد که به

حزب معینی تعلق گیرد (نه به فعالیت‌های سیاسی به‌طورکلی).

- کمک‌هایی خارجی بیش از پنج هزار یورو درصورتی که جز،

دارایی‌هایی یک فرد آلمانی یا یک شهروند اتحادیه اروپا نباشد.

- کمک‌های بیش از ۵۰۰ یورو که اهداکننده آن ناشناس باشد

و کمک‌هایی که آشکارا یا چشمداشت کسب منفعتی خاص، خواه

اقتصادی یا سیاسی، صورت گرفته باشد.

گرچه این کمک‌ها غیرقانونی است، اما پیگرد کیفری برای

اهداکننده و پذیرنده آن مقرر نشده است؛ درعوض، طبق بند

الف ماده ۱۳، وجوه مزبور و نیز کمک‌هایی که برخلاف قانون

در صورت‌حساب سالانه اعلام نشده است، از طرف هیأت‌رئیس

مجلس ملی به‌نفع مؤسسات عام‌المنفعه ضبط می‌شود و حزب

متخلف به میزان دوبرابر آن مبلغ از اعتباری که در بودجه سال بعد

برای کمک به احزاب منظور می‌شود، محروم خواهد شد.

خبر

هیلاری: پول‌های کلان از انتخابات حذف شود

هیلاری کلinton اعلام کرده است اصلاح امور مالی کارزار خود برای انتخابات ریاست‌جمهوری را به عنوان محور اساسی مبارزات انتخاباتی در نظر خواهد گرفت. به‌نظر می‌رسد او تلاش‌های زیادی برای انجام نوآوری‌های بیشتر، در عرصه انتخابات انجام خواهد داد. روزنامه گاردین در گزارشی که از فعالیت‌های انتخاباتی هیلاری کلinton، عضو حزب دموکرات سطح محلی برای شوراهای محل، شهر و منطقه؛ در سطح ملی برای مجلس ملی و ریاست‌جمهوری و اخیراً در سطح فراملی برای پارلمان اروپا، همین تعدد باعث شده تا ضرورت ساماندهی به امور مالی انتخابات، بیشتر احساس شود.

مقررات مربوط به جمع‌آوری کمک‌های مردمی
نامزدها نمی‌توانند به‌طور مستقیم کمک‌ی بپذیرند و در صورت تخلف، حق شرکت در انتخابات را از دست می‌دهند. کمک‌ها باید از طریق ذی‌حسابی که نامزد از قبل به فرمانداری معرفی کرده، دریافت شود. فرمانداری‌ها موظف به نظارت بر حساب‌های انتخاباتی هستند. هر نامزد یا حزب باید یک حساب انتخاباتی داشته باشد، اما استفاده از ذی‌حساب، فقط درصورتی الزامی است که بخواهد «کمک‌های بلاعوض» دریافت کند. کمک‌های حزبی، بلاعوض محسوب نمی‌شود. ذی‌حساب ممکن است شخص حقیقی یا حقوقی باشد، در صورت اخیر، نباید مؤسسه‌ای باشد که نامزد در آن عضویت دارد. هر شخص می‌تواند فقط ذی‌حساب یک حزب یا نامزد باشد. از یک‌سال پیش، از ماهی که انتخابات در آن برگزار می‌شود، تا پایان انتخابات، نامزد صرفاً توسط ذی‌حساب، می‌تواند کمک بلاعوض دریافت کند. مسئولیت عملیات مالی، به‌طورکامل بر عهده ذی‌حساب است و هرگونه عملیات بانکی نسبت به حساب انتخاباتی، تنها با امضای وی معتبر است.



نظر می‌رسد بسیاری از ثروتمندان صاحب نفوذ در وال‌استریت، برای کارزار انتخاباتی به او کمک کنند و این دوره از انتخابات ریاست‌جمهوری، خرج‌خیزترین دوره انتخابات در تاریخ ایالات‌متحده باشد. کلinton گفته است: «ما نیاز داریم سیستم سیاسی تاکنون خود را درست کنیم و پول‌های بی‌شماری را که در آن خرج می‌شود، بیرون برانیم؛ حتی اگر این کار به اصلاح قانون اساسی آمریکا نیاز داشته باشد.» او که با چند خبرنگار صحبت می‌کرد، بعدتر به آنها گفت او می‌خواهد پول‌های غیرقابل کنترل را که به سیاست وارد می‌شوند، دوباره از عرصه سیاسی خارج کند. او این پیشنهاد خود را در یک کارگاه مکانیک خودرو در یووا مطرح کرد؛ در وضعیتی که به‌نظر می‌رسید کلinton برای حضور در اتجا، مثل یک فیلم سینمایی صحنه‌ها را تدارک دیده است. هیلاری در یک کارگاه با وسایل گف روغن‌نی تمپ ماشین ظاهر شده بود و یک قطب زردرنگ نازک، آنها را از ماشین‌ها و وسایل تعمیر جدا می‌کرد. او برای اینکه پیشنهاد اصلاحی خود را مطرح کند، مکان نمادینی را انتخاب کرده بود. چهار رکن برنامه‌های هیلاری کلinton برای انتخابات سال آینده، اصلاح سیستم مالی انتخابات، دفاع از کشور در مقابل تهدیدهای خارجی، پیشرفت اقتصاد و مستحکم‌کردن خانواده‌هاست. ذکر اصلاح مقررات نسبت به مسائل مالی انتخابات، از سوی دموکرات‌ها، امر غیرمعمولی نیست؛ در سال ۲۰۱۰ نیز دموکرات‌ها جمهوری‌خواهان را برای کمک‌های مالی بی‌حوשבابت در انتخابات، به دادگاه بردند. اینکه کلinton هزار مایل را از خانه خود در نیویورک تا یووا با ماشین رانده است تا برنامه‌های انتخاباتی خود را اعلام کند، نشان از توجه تیم تبلیغاتی او به جزئیات فراوان دارد، جزئیاتی که هیچ‌یک از سر تصادف انجام نشده‌اند.

در ۴۸ ساعت اولی که نامزدی هیلاری اعلام شد، او در شبکه‌های اجتماعی و اخبار در صدر قرار گرفت و به‌عنوان بزرگ‌ترین سیاست‌مدار زن جهان ظاهر شد. به‌نظر می‌رسد هیلاری از تیم تبلیغاتی خود خواسته است از او چه‌رادی بسازند که «تواضع» را به رای‌دهندگان نشان دهد.



کس، NBC News

نگاهی به قوانین مربوط به فساد اقتصادی انتخابات در مدل‌های آمریکایی و فرانسوی

ورود پول‌های کثیف ممنوع

نزهت امیرآبادیان

خصوصی واگذار، بلکه اعمال محدودیت‌هایی، ضرورت دارد.

مشارکت دولت در تأمین مالی انتخابات
محدودیت‌های یادشده در دو گروه اصلی قابل بررسی است: یکی تعیین سقف برای میزان درآمدها و هزینه‌های انتخاباتی و دیگری اختصاص یارانه به نامزدها و احزاب.

الف- تعیین سقف برای دخل‌وخرج انتخاباتی طبق مقررات موجود، برخی اشخاص حقوقی از هرگونه کمک به مبارزات انتخاباتی منع شده‌اند و دیگر اشخاص نیز تا میزان مشخصی اجازه کمک دارند.

در اوایل سال ۱۹۵۵ تئودور روزولت، رئیس‌جمهور وقت آمریکا، خواستار تصویب قوانینی برای اصلاح مبارزات انتخاباتی شد تا از ورود شرکت‌های تجاری با اهداف سیاسی، به این عرصه جلوگیری شود. پیرو درخواست وی، قانون «تیلمن» که متضمن همین ممنوعیت بود، در سال ۱۹۰۷ به تصویب کنگره رسید. این قانون که در آغاز، فقط مربوط به بانک‌ها و شرکت‌ها بود، اصلاحات سال ۱۹۴۳، به تاحدیه‌های تجاری هم تعمیم یافت.

در قانون فدرال مبارزات انتخاباتی مصوب ۱۹۶۳ آمده است مجموع کمک‌های هر شخص به امور انتخاباتی، نباید سالانه از پنج هزار دلار بیشتر شود. کمک‌های بالای ۲۰۰ دلار، لزوماً باید ثبت شود؛ احزاب باکلفند هر چهارماه یک‌بار، گزارشی از درآمدها و هزینه‌های خود ارائه کنند. در دوره انتخابات، این گزارش‌ها باید ۲۰ روز قبل و ۲۰ روز بعد از روز رای‌گیری هم ارائه شود. به موجب اصلاحاتی که در سال۱۹۷۴ صورت گرفت، سقف کمک مجاز به ۲۵ هزار دلار افزایش یافت. همچنین به کمیته‌های محلی احزاب اجازه داده شد

در هر انتخابات تا پنج هزار دلار کمک، جمع‌آوری کنند. احزاب برای دورزدن قانون، کمیته‌های محلی متعددی تشکیل دادند و در نهایت، آن را به شکست کشاندند. بنابراین مقتن ناگزیر شد در مارس ۲۰۰۲ «قانون اصلاح مبارزات انتخاباتی دوحزبی» را به تصویب برساند. از این پس، «هرگونه کمک، اعانه یا انتقال پول یا هر شیء، واجد ارزش مالی دیگر که کمیته‌های محلی احزاب آن را درخواست، دریافت یا به دیگری منتقل می‌کنند و کلاً هر هزینه‌ای از جانب کمیته‌های مزبور، باید مشمول محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های معین در این قانون باشد و الزاماً با ارائه گزارش انجام شود.» (ماده ۳۲۳) در این اصلاحیه،

علمای علم سیاست تا پیش از دهه۱۹۸۰، عموماً نقش تبلیغات را در این کشور، جزئی ارزنبای می‌کردند و بر این باور بودند که رفتار انتخاباتی رای‌دهندگان، اغلب تابع الگوی ثابتی است که موقعیت اجتماعی، اقتصادی، سطح تحصیلات و حتی معتقدات مذهبی آن را شکل می‌دهد؛ بنابراین تبلیغات مقطعی نمی‌تواند این الگو را دگرگون کند. اما تجارب چند دهه اخیر، این عقیده را به شدت به چالش کشیده است

به موارد دیگری نیز توجه شده است، ازجمله: محدودکردن مقدار «پول نرم» که از سوی کمک‌کنندگان به احزاب داده می‌شود؛ افزایش محدودیت کمک برای کمیته‌های ایالتی احزاب، تعریف «خرج مستقل» و منع جمع‌آوری کمک با روش‌های متقلبانه. به‌طورکلی، نظام حقوقی آمریکا در مورد نظارت بر تأمین مالی هزینه‌های انتخاباتی، به‌تدریج و متناسب با مسائل پیش‌رو در هر دوره تحول یافته است. این سیر تکاملی را می‌توان فهرست‌وار چنین توضیح داد:

پس از قانون تیلمن (۱۹۰۷)، مقررات متعدد و پراکنده‌ای راجع‌به انتخابات تدوین شد. به‌وضوح، در این قوانین، قانون‌گذار می‌خواست:
- تأثیرگذاری نامتناسب ثروتمندان و گروه‌های با منافع خاص را بر نتایج انتخابات فدرال محدود کند؛

- میزان مخارج انتخاباتی را منظم کند؛
- ضمن الزامی‌کردن افشای علنی هویت کمک‌کنندگان، مانع از سوءاستفاده احتمالی از این اطلاعات به ضرر آنها شود.

در سال۱۹۷۱ کنگره، مصوبات پیشین خود را در چارچوب «قانون فدرال مبارزات انتخاباتی» گردآوری کرد. این قانون برای افراد، احزاب و کمیته‌های حزبی، الزامات بیشتری برای افشای منابع درآمد خود مقرر می‌کرد. مفاد قانون یادشده و اصلاحات بعدی آن (۱۹۷۴) و (۱۹۷۹) به‌اختصار از این قرار بود:

- الزام کاندیداها به افشای منابع کمک‌ها و مخارج انتخاباتی خود؛

- تأسیس کمیسیون انتخابات فدرال.

- امکان تأمین بخشی از هزینه‌های انتخابات مقدماتی و اصلی

ریاست‌جمهوری، از بودجه عمومی و محدودیت خرج برای آموزدهایی که

می‌خواهند از این مشکلات سوءاستفاده کنند.

-اعمال محدودیت بر کمک‌های انتخاباتی افراد و سازمان‌ها.

- ممنوعیت کمک‌های مستقیم از جانب شرکت‌ها و اتحادیه‌های کارگری،

بانک‌های ملی، پیمانکاران بخش دولتی، اتباع خارجی و نیز کمک به نیابت از

دیگری و کمک‌های نقدی بیش از صد دلار.

ب- پرداخت یارانه؛ دولت با شرایط خاصی، بخشی از هزینه‌های نامزدها

و احزاب را از درآمدهای عمومی تأمین می‌کند تا از وابستگی مالی آنها به

ثروتمندان کاسته شود.

فرانسه

موضوع شفاف‌کردن فعالیت‌های سیاسی در فرانسه از دهه۱۹۸۰ مورد توجه

قرار گرفت و منجر به تصویب دوقانون مفصل در مارس۱۹۸۸ شد. تصویب

مقررات مذکور، از دوجده حائز اهمیت است؛ اولاً، صحنه سیاست فرانسه را

بیش از ۱۷۰حزب تشکیل می‌دهند که گرچه حوزه نفوذ بسیاری از آنها از حدود

دهه ۱۹۷۰ را باید سرآغاز روند اهمیت‌یافتن معضل فساد در دنیا محسوب

کرد، در این دوره، فعالیت شرکت‌های چندملیتی در کشورهای روبه‌توسعه،

ابعاد بی‌سابقه‌ای یافت و نگرانی‌هایی در مورد اعمال فسادآلود آنها و حتی

احتمال دخالتشان در سطوح بالای رهبری این کشورها را موجب شد و بیم

آن می‌رفت کشورهای مزبور، به واحدهایی قدرتمندتر از دولت‌های حاکم بدل

شوند و در راستای منافع خود هیات حاکمه را آلت دست قرار داده و بر حیات

سیاسی ملت‌ها مسلط شوند. برای جلوگیری از این موضوع، در سال ۱۹۷۴ شورای

اقتصادی واجتماعی ملل‌متحد، هیات بین‌الدولی را موسوم به کمیسیون

شرکت‌های فراملی تشکیل داد. این تلاش‌ها، نهایتاً به صدور قطع‌نامه‌های

۳۵۱۴ مجمع‌عمومی سازمان ملل و اعلامیه ملل متحد علیه فساد و ارتشاء،

در تاریخ ۱۶ دسامبر ۱۹۹۶ منجر شد. اما مصداق فساد در مبارزات انتخاباتی

چیست؟ دو برداشت وجود دارد؛ در برداشت گسترده، کمک‌های مالی به احزاب

و نامزدها و نیز نحوه هزینه آنها، یکی از بسترهای بروز فساد تلقی می‌شود، زیرا

اصل برابری را مخدوش کرده و به ثروتمندان امکان می‌دهد با تأثیرگذاری بر

انتخابات، آرای عمومی را به سمت گروه‌های موردنظر خود سوق دهند. اما بر

اساس برداشت محدود، کمک به انتخاب فرد یا حزب دلخواه به‌خودی‌خود،

مصداق فساد نیست؛ مهم این است که فرد یا حزب مذکور، پس از پیروزی

تبدیل به کارگزار منافع کمک‌کنندگان نشود. سال‌ها پیش آدولف هیتلر هم

در این مورد نوشته بود: اگر دولت به خلیقات مردم آشنا باشد، به مدد تکرار

مداوم و البته هوشمندانه، می‌تواند آنها را متقاعد کند که مربع، دایره است. او

افزوده است: لازم نیست پیام، واقعیت داشته باشد، همین‌قدر کافی است که

تبلیغات، عواطف مردم را به بهای خرد ایشان تقویت کرده و به خدمت گیرد.

در هر انتخاباتی، مسائل بسیاری مطرح است که نیاز به پشتیبانی مالی گسترده

دارد و هزینه‌های بسیاری بر فعالان سیاسی تحمیل می‌کند؛ مسائلی مانند:

سازماندهی ستادها، برگزاری همایش‌های انتخاباتی، انجام نظرسنجی و ...،

هزینه این اقدامات چگونه تأمین می‌شود؟ اصولاً دارایی شخصی جوابگو نیست.

بنابراین در برخی کشورها، دولت این هزینه را تقبل می‌کند، کاندیداها‌ی حزبی به

کمک حزب متبوعشان اتکا دارند. خود احزاب، بخشی از این کمک‌ها را از دولت

می‌گیرند و مابقی را ا کمیته‌های محلی حزب یا فعالیت‌هایی برای جمع‌آوری

کمک، فراهم می‌کنند و در نهایت، باید هواداران را نام برد که کمک‌های خود را

از طریق همین کمیته‌ها یا مستقیماً به خود نامزدها می‌رسانند. برای درک بیشتر

این مسائل، بد نیست به قوانین انتخاباتی دو کشور دنیا توجه کنیم:

ایالات متحده آمریکا

در آمریکا انتخابات همواره از امور پرهزینه بوده است. رشد بی اعتنایی سیاسی

مردم از یک سو و رقابت شدید در حوزه‌های انتخاباتی با استفاده از نوآوری‌های

صنعت تبلیغات از سوی دیگر، دائماً بر این هزینه‌ها می‌افزاید. علمای علم

سیاست تا پیش از دهه-۱۹۸۰، عموماً نقش تبلیغات را در این کشور، جزئی

ارزنبای می‌کردند و بر این باور بودند که رفتار انتخاباتی رای‌دهندگان، اغلب تابع

الگوی ثابتی است که موقعیت اجتماعی، اقتصادی، سطح تحصیلات و حتی

معتقدات مذهبی آن را شکل می‌دهد؛ بنابراین تبلیغات مقطعی نمی‌تواند این

الگو را دگرگون کند. اما تجارب چند دهه اخیر، این عقیده را به شدت به چالش

کشیده است. انتخابات سنا در سال۱۹۹۴، شاهدهی بر تأثیر بلامنازع تبلیغات بر

نتیجه انتخابات است. از ۳۵ سناتور منتخب، ۲۷ نفر در صدر فهرست نامزدهایی

قرار داشتند که بیشترین فعالیت‌های تبلیغاتی را انجام داده بودند. به‌علاوه،

رشد حیرت‌انگیز هزینه‌های انتخاباتی که عموماً صرف تبلیغات می‌شود،

حاکی از آن است که فعالان سیاسی، اثربخشی تبلیغات را به‌تجربه دریافته‌اند.

از همین‌رو است که اکنون متخصصان انتخاباتی نیز دو گروه را تبلیغات‌کنان تمایز

قائل می‌شوند؛ گروه اول کسانی هستند که به تبلیغات مقطعی دوره انتخابات

توجه کمتری دارند و در عوض، براساس آگاهی از ختمشی و سوابق احزاب یا

افراد، به آنها رای می‌دهند. در دسته دوم رای‌دهندگان تلقین‌پذیر جای می‌گیرند

که هر چه تبلیغات یک‌طرف را چشمگیرتر ببینند، تمایل آنها شدت می‌یابد. به

ادعای کارشناسان امور انتخاباتی آمریکا، این گروه بسیار پرمشارت‌تر از دست‌نوا

و همین واقعیت، بر اهمیت تبلیغات، بسیار افزوده است.

تأثیر چنین هزینه‌های هنگفتی را بر عملکرد نامزدها و احزاب به‌وضوح

می‌توان دید. کمتر کسی می‌تواند از دارایی‌های شخصی، مخارج فعالیت‌های

انتخاباتی خود را تأمین کند. بنابراین نامزدها ناگزیر می‌شوند از طریق احزاب

وارد صحنه شوند تا از حمایت‌های مالی حزب استفاده کنند. اما احزاب هم

به‌نوبه خود در تعیین نامزدی که باید حمایت شود، ثروت شخصی او را یکی

از ملاکهای عمده به‌حساب می‌آورند تا فشار مالی بر خود را تا حد امکان

کاهش دهند. بازتاب این حس‌باگری‌ها در ترکیب کنگره که یک پنجم اعضای

آن را میلیونرها تشکیل می‌دهند، هویداست. همچنین انتخابات کنگره در

۱۹۹۲ مثال خوبی است که نشان می‌دهد امکانات مالی افراد، چقدر در

پیروزی آنها تأثیرگذار است؛ ۹۳درصد از برندگان انتخابات، نمایندگان ادوار

گذشته بودند که باز انتخاب شدند. در مقام مقایسه، این نسبت در ۱۹۱۳ تنها

۲۰درصد و در ۱۹۶۷، ۲۰درصد بوده است. خلاصه آنکه تأثیرگذاری پول

بر جریان انتخابات، واقعیتی انکارناپذیر است. خطر بزرگی که از این رهگذر

اصل دموکراسی را تهدید می‌کند، احتمال به فساد کشیده‌شدن فعالان

انتخاباتی است؛ امری که باآمال نقش منتخبان را از «نهادنگی مردم» به

«حفاظان منافع گروه‌های متنفذ» تغییر می‌دهد. مسائلی از این دست، که

میانی دموکراسی را مخدوش می‌کند (و کاهش چشمگیر مشارکت سیاسی

مردم شاید مهم‌ترین نمودار عینی آن باشد)، دولت آمریکا را تا از اوایل قرن

بیستم متقاعد کرد که نباید این حوزه را به‌طورکامل به ابتکارهای بخش