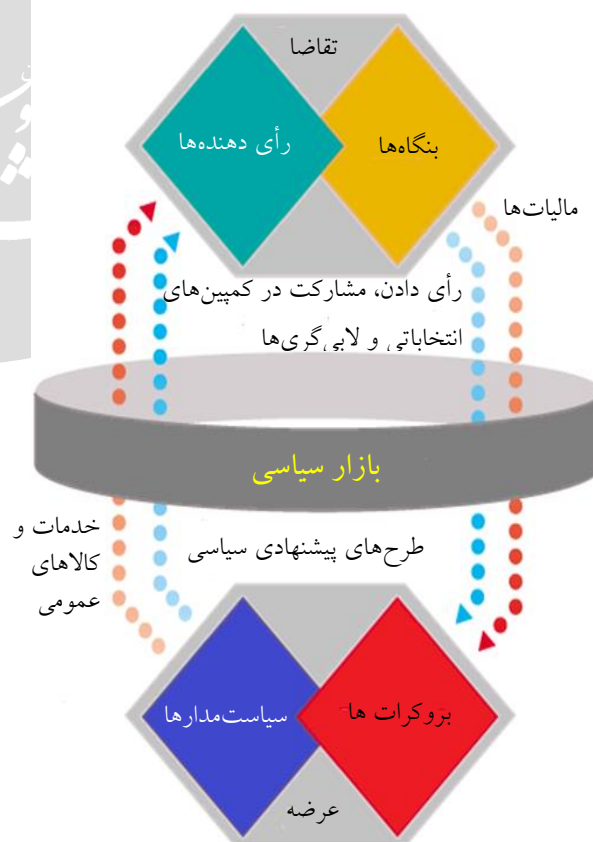


بازار سیاسی

Political Market

نظریه انتخاب عمومی (Public Choice) روش اقتصادی بررسی انتخاب‌هایی است که مردم و دولت‌ها در بازار سیاسی انجام می‌دهند. بازار سیاسی بخشی از فضای اجتماعی است که روابط در آن براساس رقابت بین افراد سیاسی بنا نهاده شده است. بازیگران بازار سیاسی عبارتند از: ۱. رأی‌دهندگان، ۲. بنگاه‌ها، ۳. سیاستمداران و ۴- بروکرات‌ها (دیوانسالارها). شکل (۱) بازار سیاسی و بازیگران این بازار را نشان می‌دهد (Parkin, 2004).



شکل (۱). بازار سیاسی و بازیگران آن

براساس شکل (۱)، از میان بازیگران بازار سیاسی رأی‌دهندگان - که شامل گروه‌های هم‌سود یا ذی‌نفع (Interest Groups) و احزاب سیاسی نیز هستند - و بنگاه‌ها

در طرف تقاضا و سیاستمداران و بروکرات‌ها در طرف عرضه هستند. رأی‌دهندگان و بنگاه‌ها «مصرف‌کنندگان» بازار سیاسی، سیاستمداران «مدیران» بازار سیاسی و بروکرات‌ها «تولیدکنندگان» یا «بنگاه‌های» بازار سیاسی هستند.

رأی‌دهندگان و بنگاه‌ها اولویت‌های خود برای خدمات و کالاهای عمومی را به‌وسیله تخصیص و معین کردن رأی خودشان و مشارکت در مبارزات انتخاباتی و لابی‌گری آشکار می‌کنند. همچنین، آنها مالیات‌هایی پرداخت می‌کنند که سرمایه و وجوه مورد نیاز برای ایجاد و تولید خدمات و کالاهای عمومی را تأمین می‌کند (Parkin, 2004).

رأی‌دهندگان طرح‌های سیاسی پیشنهادشده به‌وسیله سیاستمداران و منافع حاصل از خدمات و کالاهای عمومی را ارزیابی کرده و مقداری مالیات پرداخت می‌کنند. در الگوهای اقتصادی انتخاب عمومی، رأی‌دهندگان از سیاستمدارانی که طرح‌های پیشنهادی سیاسی بهتری عرضه کرده حمایت می‌کنند و تقاضای خودشان برای خدمات و کالاهای عمومی را به وسیله رأی دادن، ایجاد مبارزات سیاسی و مشارکت در آن، لابی‌گری و اعمال نفوذ آشکار می‌کنند.

بنگاه‌ها، همانند رأی‌دهندگان، طرح‌های سیاسی پیشنهادشده به‌وسیله سیاستمداران و منافع حاصل از خدمات و کالاهای عمومی را ارزیابی کرده و مقداری مالیات پرداخت می‌کنند. اگرچه بنگاه‌ها رأی نمی‌دهند، اما آنها در ایجاد و مشارکت در مبارزات انتخاباتی سهیم می‌شوند. بنگاه‌ها منبع اصلی تأمین مالی احزاب سیاسی هستند. همچنین، بنگاه‌ها با شرکت در فعالیت‌های لابی‌گرایانه و اعمال نفوذ، سیاستمداران را به عرضه سیاست‌هایی که به نفع آنها است ترغیب و تشویق می‌کنند.

سیاستمداران - که نقش کاندیداتوری را برای انتخابات ایفا می‌کنند - افراد منتخب در دولت‌های فدرال، ایالتی و محلی هستند. سیاستمداران فدرال و ایالتی از تشکیل ائتلاف - احزاب سیاسی - به‌منظور بسط طرح‌های پیشنهادی سیاسی استفاده کرده و آن را به رأی‌دهندگان

نخستین بار اقتصاددانانی همچون میلتون فریدمن (Milton Friedman)، فردریش آگوست فون هایک (Friedrich August Hayek)، جیمز بوکانان (James Buchanan)، گوردن تولاک (Gordon Tullock)، جک واکر (Jack.L Walker) و آنتونی داونز (Anthony Downs) به ضعف‌های عمده دموکراسی و بازار سیاسی در برابر مزیت‌های عمده بازار اقتصادی اشاره کرده‌اند (از مهم‌ترین چهره‌های دانشگاهی که در این زمینه کماکان فعالیت می‌کنند می‌توان به دنیس مولر (Dennis C Mueller) در دانشگاه وین، تورستن پرسون (Torsten Persson) در دانشگاه استکهلم، گویدو تابلینی (Guido Tabellini) در دانشگاه بوکونی، دارن آسم‌اغلو (Daron Acemoglu) در دانشگاه ام‌آی‌تی و آلبرتو آلسینا (Alberto Alesina) در دانشگاه هاروارد اشاره کرد).

آنتونی داونز (Downs, 1957a) بیان می‌دارد که یکی از تفاوت‌های مهمی که در بازار سیاسی نسبت به بازار (اقتصادی) برای مردم وجود دارد این است که در بازار سیاسی، رأی‌دهندگان در فضایی غیرشفاف و با اطلاعات کمتری نسبت به بازار دست به انتخاب می‌زنند. چرا که برای اکثر شهروندان کسب اطلاعات سیاسی به‌منظور رأی دادن عملی غیرعقلانی (Irrational) محسوب می‌شود، تا زمانی که هر فردی رفتار دیگران را معین و مفروض انگارد، کسب اطلاعات برای رأی دادن درست برای او ارزشمند نخواهد بود. احتمال اینکه رأی او تعیین کند کدام حزب بر سر کار خواهد آمد چنان کم است که حتی هزینه اندک جمع‌آوری و کسب اطلاعات از منفعت او نیز زیاده‌تر و سنگین‌تر است. از این رو، ناآگاهی او از سیاست نتیجه نداشتن احساسات وطن‌پرستانه نیست بلکه عکس‌العملی کاملاً عقلانی نسبت به واقعیات زندگی سیاسی در یک نظام گسترده مبتنی بر نظام دموکراسی محسوب می‌شود.

به امید جلب حمایت اکثریت عرضه می‌کنند. کاندیداها و نمایندگان برای انتخاب شدن، افرادی مصمم و مسئولیت‌پذیر معرفی می‌شوند. برای تحقق این امر آنان باید رأی‌دهندگان را خشنود کنند به‌طوری‌که آنهایی که در بدنه دولت هستند صرفاً ضامن افرادی هستند که خارج از یک سیستم سیاسی رقابتی قرار دارند. همچنین سیاست‌مداران، بروکرات‌ها را در تحویل خدمات و کالاهای عمومی و سایر فعالیت‌های سیاسی دیگر رهبری می‌کنند (مولر، ۱۳۹۵).

هدف سیاست‌مداران این است که برای مسئولیت و شغل عمومی انتخاب شوند یا در همان مسئولیت و شغل عمومی باقی بمانند. آراء برای یک سیاست‌مدار به‌منزله سود برای یک بنگاه است به‌طوری‌که آنها سیاست‌هایی ارائه می‌دهند که انتظار دارند باعث جذب کافی آراء و انتخاب آنها شود. لذا آنها سیاست‌هایی عرضه می‌کنند که باعث جذب اکثریت رأی‌دهندگان شود.

بروکرات‌ها خدمت‌گزاران مردم هستند که در ادارات دولتی مشغول به کار هستند. آنها مسئولیت جمع‌آوری مالیات، تولید و تحویل خدمات و کالاهای عمومی و مدیریت قوانین و مقررات را به عهده دارند. بروکرات‌ها از سیاست‌هایی حمایت می‌کنند که باعث حداکثر شدن بودجه آنها می‌شود.

تعادل سیاسی (Political Equilibrium) پیامد انتخاب‌های رأی‌دهندگان، سیاست‌مداران و بروکرات‌ها است. این وضعیتی است که در آن انتخاب‌های سه گروه سازگار با هم است و هیچ گروهی نمی‌تواند موقعیت خودش را به‌وسیله ایجاد انتخاب متفاوت بهبود بخشد (Downs, 1957a; Parkin, 2004).

چهار عامل تأثیرگذار بر بازار سیاسی می‌توان بیان کرد که شامل: عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی، عوامل قانونی و عوامل جمعیتی-اجتماعی هستند (Downs, 1957a).

Hayek, Friedrich August (1979). *Law, Legislation and Liberty: Volume 3- The Political Order of a Free People*, University of Chicago Press.

Parkin, Michael (2004). *Microeconomics*, Pearson Addison-Wesley, 8th edition.

Tullock, Gordon (1967). *Toward a Mathematics of Politics*, University of Michigan Press.

Walker, Jack L. (1966). "A Critique of the Elitist Theory of Democracy", *American Political Science Review*, 60, p. 289.

Walker, Jack L. (1966). *A Critique of the Elitist Theory of Democracy*, the University of Michigan.

امیر جباری

اقتصاد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

میلتون فریدمن (Friedman, 1962) از نابرابری توزیع اولیه پول (به عنوان نماینده انواع منابع اقتصادی) در بازار و برابری توزیع اولیه رأی در بازار سیاسی و نداشتن محدودیت زمانی پول در بازار و زمان دار بودن رأی در بازار سیاسی بیان و این پرسش را مطرح می کند که آیا می توان دموکراسی و بازار سیاسی بنا کرد که تنها با استفاده از دو تا از سازوکارهای بازار اقتصادی - توزیع نابرابر پول و نداشتن محدودیت زمانی پول - تخصیص بهینه منابع و مزایا برای شهروندان را تحقق بخشد. جواب سؤال فریدمن و سازوکارهای آن توسط جباری و همکاران (۱۳۹۰؛ ۱۳۹۷) بررسی و پاسخ داده شده است.

کتاب شناسی

جباری، امیر، رنانی، محسن و اکبری، نعمت اله (۱۳۹۰). «شبیه سازی الگوی پولی برای وزن دهی رأی در تحلیل اقتصادی دموکراسی»، *مجله تحقیقات مدل سازی اقتصادی*، ۳، صص ۷۱-۹۸.

جباری، امیر و همکاران (۱۳۹۷). «طراحی الگوی حذف محدودیت زمانی رأی در بازار سیاسی با استفاده از سازوکارهای بازار اقتصادی»، *فصلنامه پژوهشهای اقتصادی*، ۲، صص ۱۸۱-۲۰۸.

مولر، دنیس سی. (۱۳۹۵). *انتخاب عمومی؛ تحلیل اقتصادی قواعد بازی اجتماعی از دیکتاتوری تا دموکراسی*، ترجمه حجت ایزدخواستی، عباد تیموری، میرهادی حسینی، بهروز صادقی، اباذر کریمی، هما مؤذن و حمید هوشمندی، تهران: انتشارات نور علم.

Buchanan, James and Tulloch, Gordon (1962). *The Calculus of Consent*, Ann Arbor: University of Michigan Press.

Buchanan, James (1997). "Public Finance and Public Choice", in Samuel Baker & Cotherine Elliott (ed.), *Readings in Public Finance*, International Thomson Publishing, PP. 163-80.

Downs, Anthony (1957a). *An Economic Theory of Democracy*, New York: Harper.

Downs, Anthony (1957b). "An Economic Theory of Political Action a Democracy", *Journal of Political Economy*, Vol. 65, pp. 115-150.

Friedman, Milton (1962). *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press.

Hayek, Friedrich August (1973). *Law, Legislation and Liberty: Volume 1- Rules and Order*, University of Chicago Press.

Hayek, Friedrich August (1976). *Law, Legislation and Liberty: Volume 2- The Mirage of Social Justice*, University of Chicago Press.