

این روزها که مشکلات اقتصادی، ادبیات اقتصادی را خواسته یا ناخواسته به میان مردم آورده و تحلیل‌های ریز و درشت را نقل زبان‌ها کرده است، بدفهمی‌های زیادی درباره اصطلاحات رایج اقتصادی وجود دارد.

این بدفهمی ها بیشتر شامل آن می شود که بسیاری از مردم، تعریف و معنای واقعی برخی واژه ها را که در کلام مسئولان ارشد کشور به کار می رود و به وفور در رسانه ها مورد استفاده قرار می گیرد، نمی دانند و در نتیجه برداشتی از آن می کنند که اشتباه است. این اشتباه شاید در نگاه اول زیاد مهم به نظر نرسد و صرفاً در حیطه یک حریم محدود فردی گنجانیده شود، اما نگاهی به وضعیت رایج اقتصاد ایران که «انتظارات تورمی» در آن موج می زند و شایعات پخش شده بین مردم و بسط و گسترش آن، چه ها که نمی کند، اهمیت اطلاع رسانی درباره مفهوم واقعی این واژه ها و کارکرد آن را بیش از پیش آشکار می سازد. به عبارت بهتر، گسترش معنی شناسی واژه های مرسوم اقتصادی راهی برای جلوگیری از رشد انتظارات تورمی به شمار می رود، یعنی وقتی مردم بدانند استفاده از یک واژه خاص، شاید معنی به آن شدت و تندى را که مورد انتظار ما باشد، ندهد و همچنین مفاهیم اقتصادی، مفاهیمی نسبی و غیرقطعی است که باید با مولفه های متعدد دیگری مخلوط شود تا به یک نتیجه مورد انتظار برسد، سطح توقعات پایین آمده و رفتارهای اقتصادی تا حدی اصلاح می شود. اینچنین است که اقتصاد به عنوان یک علم انسانی که بستگی تام و تمام به انسان و کنش و واکنش ها و رفتارهای وی در جریان خرید و فروش و مبادله کالا و خدمات دارد، به روان شناسی واژه ها بسیار توجه می کند. این توجه آنقدر ویژه است که تاکنون دو جایزه نوبل اقتصاد به کسانی که تلاش های مجدانه ای در روشنگری تعاریف و واژه شناسی علم اقتصاد و گسترش آن صورت داده اند، اعطا شده است.

شاید یکی از مهم ترین پدیده علم اقتصاد که در ایران و جهان مورد توجه مردم قرار دارد، قیمت و عوامل مشخص کننده آن است. مردم، سطح عمومی قیمت ها و تغییرات آن و همچنین عوامل دخیل در آن را که تورم مهم ترین آن است، روزانه و گاه چند بار در روز دنبال می کنند. قیمت، طیف وسیعی از کالاها و خدمات بزرگ و کوچک را در برمی گیرد. علم اقتصاد معتقد است در تعیین قیمت ها، دو ترازوی عرضه و تقاضا نقش اساسی دارد؛ یعنی هر قدر عرضه از تقاضا پیشی بگیرد، قیمت کاهش یافته و هرگاه تقاضا از عرضه بیشتر شود، قیمت افزایش می یابد. با این حال مجموعه عوامل وسیع و زنجیره واری که باعث حرکت ترازوی عرضه و تقاضا در هر کشوری می شود، دغدغه تاریخی علم اقتصاد است که اکنون بیشتر هم شده است. یعنی این علم می خواهد بداند رفتار انسان به عنوان موتور محرکه اقتصاد از چه عواملی تاثیر می پذیرد که باعث افزایش یا کاهش تقاضا برای یک کالا یا خدمات می شود. آن گاه با تعمیم این رفتار به کل یک جامعه می توان تا حدی رفتارهای اقتصادی آن جامعه را پیش بینی و برای متعادل کردن قیمت ها در آن نسخه پیچید. اینجاست که عوامل انسانی دخیل در عرضه و تقاضا به دو بخش سخت افزاری و نرم افزاری تقسیم می شود. در بخش سخت افزاری مجموعه امکانات و عوامل متنوع تولید کالا و خدمات قرار می گیرد که می تواند بر عرضه و تقاضای کالا و در نتیجه بر قیمت آن موثر باشد، اما این تمام ماجرا نیست. چرا که پس از تولید، پای عوامل نرم افزاری به میان می آید که بسیار مهم تر از عوامل سخت افزاری است. انتظارات تورمی و رفتار مصرف کننده، مهم ترین عوامل این بخش را تشکیل می دهد. عوامل نرم افزاری، انسان به عنوان عامل عرضه و تقاضا را تحریک، علاقه مند و وادار به عمل اقتصادی می کند که نتیجه اش می تواند کمبود عرضه یا تقاضای یک یا چند کالا و خدمات باشد. اما این عوامل نرم افزاری کدام است؟ علم اقتصاد، اینجا به اهمیت و نقش واژه های حساس در تعیین رفتارهای اقتصادی انسان می رسد. واژه هایی که می تواند امید یا نگرانی بیافریند و از قبل آن تقاضا برای یک کالای حساس را طوری بالا ببرد که قیمت آن به مرز بحرانی برسد یا برعکس تقاضا را طوری کاهش دهد که قیمت آن سقوط کند. واژه تورم، انتظارات تورمی و رفتار مصرف کننده در این چارچوب معنی می یابد. تورم عبارت است از فاصله و خلأ بین عرضه و تقاضای کالا. هرچه این فاصله بیشتر باشد یعنی تقاضا برای یک کالا زیاد و عرضه آن کم است، پس قیمت آن کالا افزایش می یابد. در کنار این به انتظارات تورمی می رسم. انتظارات تورمی که مکمل تورم است، انسان به عنوان عامل انجام عمل اقتصادی را وادار می کند تقاضای خود برای دریافت هرچه بیشتر و گاه نامحدود یک کالا یا خدمت را مرتباً افزایش دهد. به این ترتیب وی به دلیل عوامل محیطی و بویژه تلقی و درکی که از شرایط فعلی و وضعیت آینده اقتصاد دارد، نگران و مضطرب است و لذا مرتباً به خرید و انبار کردن کالاها ادامه می دهد تا جایی که هر مقدار هم تولید کالا یا عرضه خدمات افزایش یابد، باز هم متقاضی سیراب نمی شود و تورم کاهش نمی یابد. به دنبال این، واژه رفتار مصرف کننده نیز معنی می یابد. تصور کنید به دلیل بخش یک شایعه، مردم و مصرف

کنندگان از کمبود برنج یا افزایش قیمت آن در آینده نگران می شوند. بدیهی است بلافاصله برای خرید برنج - بسیار بیش از نیاز خود - هجوم می برند. حال هر قدر هم برنج بیشتر به بازار عرضه شود، چون انتظار تورمی وجود دارد و مصرف کننده تحریک شده است، باز هم کفه عرضه با تقاضای آن متعادل نشده و قیمت کاهش نمی یابد. در این حالت، کشور با کمبود برنج مواجه نیست. خانوارها گاه برای چند سال خود برنج ذخیره کرده اند، برنجی که ممکن است تا زمان مصرف پوسیده هم بشود. انبارها هم پر است، اما باز هم قیمت بالاست. این مثالی روشن است که هم می تواند معنی واژه هایی چون تورم و انتظارات تورمی را روشن کند و هم حساسیت واژه ها و نقش آنان در تحریک شهروندان را نشان دهد.

واژه هایی متنوع

این روزها ادبیات مسئولان کشور از رئیس جمهور گرفته تا وزرا، نمایندگان مجلس، کارشناسان و رسانه ها سرشار از واژه های اقتصادی است. واژه هایی که در حیطه اقتصاد کلان کاربردهای تخصصی دارد. پول پر قدرت، رشد اقتصادی، پایه پولی، برابری قدرت خرید، ضریب جینی، شاخص فلاکت، پیمان سپاری ارزی، تسعیر ارز، فاینانس، یوزانس، تراز تجاری، کسری بودجه، شاخص کل بورس، فدرال رزرو، سازمان بین المللی کار، آمار بانک جهانی و صندوق بین المللی پول، تولید ناخالص داخلی و... . پرونده ای که پیش رو دارید تلاش کرده است برخی از این واژه ها را به زبانی ساده و روان توضیح دهد تا مخاطب بتواند با درکی کامل از معنی و مفهوم و کارکرد آن در یک ماجرای اقتصادی که به تعیین یا تغییر قیمتی منتهی می شود، به تحلیلی صحیح برسد. امید که این گونه باشد.

سیدعلی دوستی موسوی / گروه اقتصاد