

فصلنامه علمی- پژوهشی **رهیافت**

سال دهم، شماره ۳۵، تابستان ۱۳۹۵
صفحه ۸۷ تا ۱۱۲

سیکل تجاری- سیاسی: مورد مطالعه دولت‌های سید محمد خاتمی و محمود احمدی‌نژاد

عزیزالله شهبازی / دانشجوی دکتری علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا
shahbazi_591@yahoo.com

علیرضا گلشنی / دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا

چکیده

عموماً استدلال می‌شود که دولت‌های حاکم با تأثیرگذاری در اقتصاد کلان، زمینه انتخاب مجدد خود را از طریق انتخابات فراهم می‌کنند؛ موضوعی که ذیل مفهوم سیکل تجاری- سیاسی نمود پیدا می‌کند. بدین‌سان، مقاله پیش‌رو تلاش می‌کند تا در مطالعه‌ای موردی، سیاست‌ها و اقدامات سید محمد خاتمی و محمود احمدی‌نژاد را از منظر سیکل تجاری- سیاسی مورد تشریح قرار دهد. از این رو، مقاله حاضر درصدد ارزیابی، چرایی، روی‌کار آمدن و انتخاب مجدد دولت‌های سید محمد خاتمی (۱۳۸۰) و محمود احمدی‌نژاد (۱۳۸۸) است. پژوهش حاضر با روش توصیفی و تحلیلی صورت گرفته و گردآوری اطلاعات به‌صورت مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی شامل کتاب‌ها، مقالات تخصصی و اینترنت بوده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، دولت‌های مورد مطالعه از طریق سیاست‌های انبساطی پولی و مالی، زمینه تغییر در متغیرهای اقتصادی را فراهم آوردند که به عرصه‌ای برای جلب آراء مردم و پیروزی در انتخابات تعیین یافت.

کلیدواژه: سیکل تجاری- سیاسی، سید محمد خاتمی، محمود احمدی‌نژاد، سیاست پولی، سیاست مالی.

تاریخ تأیید ۱۳۹۵/۳/۲۳

تاریخ دریافت ۱۳۹۵/۲/۵

این مقاله برگرفته از رساله دکتری آقای عزیزالله شهبازی می‌باشد.

مقدمه

بررسی تحولات اقتصادی جمهوری اسلامی ایران مبین این قضیه است که سیاست، یک عامل مهم در نوسانات اقتصادی دولت‌ها محسوب می‌گردد. به ویژه آنکه، دستیابی به قدرت از طریق مکانیزم انتخابات با اتخاذ سیاست‌های پولی و مالی در این زمینه بسیار مهم می‌نماید. به طوری که دولت‌ها جهت انتخاب مجددشان به ویژه در انتخابات ریاست جمهوری، از اینگونه سیاست‌ها تبعیت کرده که به عرصه‌ای برای نوسانات و بی‌ثباتی‌های اقتصادی تعیین می‌یابد؛ موضوعی که در این مقاله از آن به عنوان سیکل تجاری- سیاسی بحث خواهد شد.

به طور کلی، سیاست پس از انقلاب‌ها بر این منوال است که نقش دولت در اقتصاد افزایش می‌یابد و جهت‌گیری‌های بازتوزیعی و مداخله‌گر به خود می‌گیرد. از این رو به نظر می‌رسد، واضح‌ترین دوره‌های ظهور سیکل‌های تجاری- سیاسی (به معنی پی‌گیری اهداف سیاسی در تصمیم‌های اقتصادی) دوره‌های بعد از انقلاب‌ها باشد. به بیان دیگر در دوره‌های بعد از انقلاب، استدلال‌های سیاسی بهتر می‌تواند به تبیین روندهای اقتصادی کمک کند. موضوعی که در این پژوهش، در قالب انتخاب مجدد رؤسای جمهور (سید محمد خاتمی و محمود احمدی‌نژاد) به بوته آزمایش قرار گذاشته می‌شود. اگر چه، نظریه سیکل‌های تجاری در علم اقتصاد نظریه‌ای شناخته شده است، لیکن توجه پژوهشگران به نظریه سیکل تجاری سیاسی به منظور تبیین پدیده‌های سیاسی / اجتماعی دارای سابقه طولانی نیست. این مهم در میان تحقیقات سیاسی / اجتماعی ایران مصداق بیشتری دارد، به طوری که سابقه‌ای برای استفاده از این نظریه برای بررسی موردی روی کار آمدن دولت‌ها در ج.ا.ایران وجود ندارد و از این منظر، انجام این تحقیق گامی در جهت کاربردی کردن این نظریه محسوب می‌شود.

بدین‌سان، با توجه به اهمیت موضوع و شرح مختصر بیان شده، سؤالی که پژوهش حاضر قصد پاسخ‌گویی آن را دارد، این است که اقدامات و سیاست‌های مؤثر و تأثیرگذاری که توسط دولت‌های سید محمد خاتمی (انتخابات ۱۳۸۰) و محمود احمدی‌نژاد (۱۳۸۸) در حوزه اقتصادی اتخاذ گردید تا شانس انتخاب مجددشان را فراهم کنند، چه بوده است؟ در پاسخ به این پرسش اساسی در بخش نخست مبانی نظری سیکل تجاری سیاسی که برگرفته از آراء نورد هاوس است، بیان خواهد شد. در بخش دوم، سیاست‌ها و اقدامات دولت سید محمد خاتمی برای انتخاب مجدد در انتخابات تبیین

خواهد شد. در بخش سوم نیز، عملکرد دولت محمود احمدی‌نژاد برای پیروزی در انتخابات مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت و در نهایت به نتیجه بحث اشاره می‌شود.

چارچوب نظری: سیکل اقتصادی - سیاسی نورد هاوس

الگوی سیکل‌های تجاری - سیاسی نوردهاوس که به روش فرصت طلبی (Opportunistic Method) معروف است به فرآیندی می‌پردازد که دولت و یا حزب حاکم سعی می‌کنند که با دستکاری اقتصاد و تغییرات کوتاه مدت به فریب و یا ارضاء کوتاه مدت رأی‌دهندگان بپردازند تا بتوانند در انتخابات به قدرت برسند. در اینجا دولت‌ها سعی می‌نمایند با استفاده از سیاست‌های انبساطی (Expansionary Policy) نظیر سیاست مالی و پولی، قبل از انتخابات عملکرد کوتاه مدت موفقی از خود به نمایش بگذارند. در این شرایط و با فرض عدم انتظارات عقلایی از سوی مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، این سیاست‌ها می‌توانند به افزایش فعالیت‌های اقتصادی کمک نمایند و بدین ترتیب شانس پیروزی در انتخابات افزایش پیدا کند (کیمجانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴). بر اساس این الگو، متصدیان امور مملکتی درصددند که با توجه به حافظه کوتاه مدت رأی‌دهندگان، سیاست‌هایی در سال‌های نزدیک به انتخابات اتخاذ کنند که وضعیت معیشتی جامعه و عملکرد اقتصادی خود را بهبود بخشند (پورکاظمی و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۳۹) که این موضوع بی‌ثباتی در اقتصاد را در پی دارد، اما پس از انتخابات، آن‌ها با اتخاذ سیاست‌های رکود اقتصادی تلاش می‌کردند تا ثبات را دوباره بر اقتصاد حاکم نمایند (حاتمی، ۱۳۸۸: ۱۴۶). بطور کلی در این رویکرد فرض می‌گردد که رأی‌دهندگان حافظه تاریخی کوتاه مدتی دارند و بنابراین رفتار اواخر دوره دولت‌ها تأثیر بیشتری نسبت به رفتار گذشته آنها در تصمیم‌گیری رأی‌دهندگان دارند. به عبارت دیگر، با گذشت زمان تصمیمات اقتصادی گذشته دولت از مدل تصمیم‌گیری رأی‌دهندگان حذف و یا کم‌رنگ می‌شود و در مقابل تصمیمات اقتصادی کنونی دولت متغیر اصلی در مدل تصمیم‌گیری رأی‌دهندگان می‌گردد. البته حتی اگر رأی‌دهندگان عقلایی نیز رفتار کنند بایستی فرصت عکس‌العمل نسبت به اندازه‌گیری سیاست انبساطی پیش از انتخابات را داشته باشند. (اقبالی، ۱۳۹۰: ۶۴) در مطالعات روگف و سبیرت (دو تن از پژوهشگران سیکل‌های تجاری - سیاسی) دولت‌ها از فرصت عدم تقارن اطلاعات در کوتاه مدت استفاده می‌کنند و پیش از انتخابات توسط افزایش کسری بودجه سبب ایجاد سیکل‌های تجاری - سیاسی می‌شوند. بر اساس فرضیه روگف به این نوع از سیکل‌ها، سیکل عقلایی فرصت (Rational Opportunistic

(Cycles) نیز گفته می‌شود. در خصوص سیاست پولی، آن‌ها به متغیرهایی نظیر حق الضرب و یا حجم پول اشاره داشته‌اند که به نظر می‌رسد موفقیت آن به میزان زیادی به استقلال بانک مرکزی منوط است. در خصوص سیاست مالی نیز متغیر کسری بودجه از جمله مهم‌ترین متغیرهایی است که در مدل‌های تجربی بکار گرفته شده است. (اقبالی، ۱۳۹۰: ۶۶). صریح‌ترین حالت نظری برای سیکل‌های تجاری- سیاسی به بهره برداری دولت از منحنی فیلیپس کوتاه مدت متکی است. این استدلال به طور روشن در کار نورد هاوس آمده است و اساس ادعای وی در این مورد است که دموکراسی تورم ایجاد می‌کند. وی در مطالعات خود به منحنی فیلیپس اشاره می‌کند و از آنها بهره می‌برد. بر اساس منحنی فیلیپس رابطه تورم و بیکاری منفی است. به عبارت دیگر سیاست‌هایی که به دنبال کاهش نرخ بیکاری هستند (از قبیل سیاست پولی و مالی انبساطی) منجر به افزایش تورم بیشتر می‌گردد. بر این اساس دولت‌ها با اعمال سیاست پولی و مالی انبساطی می‌توانند شرایط اقتصادی را در کوتاه مدت دلپذیرتر نمایند. اما این پدیده بعد از مدتی منجر به افزایش نرخ تورم می‌گردد. پژوهشگران نشان داده‌اند که این پدیده در بلندمدت دستاوردهای دلپذیر کوتاه مدت را نیز از بین می‌برد و ارمغان سیاست پولی و مالی انبساطی در کوتاه مدت تورم بیشتر می‌باشد (گرگی و اقبالی، ۱۳۸۶).

سیاست‌های دولت‌های سید محمد خاتمی و محمود احمدی‌نژاد

هر دولتی به تناسب بحران‌ها یا اهداف سیاسی خاص دوران خود، پاسخی منحصر بفرد به روندهای اقتصادی می‌دهد. از این منظر، هر چند اقتصاد ایران در دوران پس از انقلاب اسلامی شاهد بحران‌ها و نوساناتی بود که عمدتاً ناشی از تحولات اقتصادی - سیاسی منطقه و جهان بوده، لیکن عنصر اصلی در مهار یا تشدید سیاست‌های اتخاذ شده از سوی کارگزاران دولتی است. از این منظر، با توجه به آموزه‌های نظری سیکل تجاری- سیاسی، مقاله حاضر درصدد است تا به صورت موردی، سیاست‌ها و اقدامات اقتصادی دولت‌های سید محمد خاتمی و محمود احمدی‌نژاد را به بوته آزمایش بگذارد و نشان دهد که تا چه میزان اقدامات اتخاذ شده دولت‌های تحت امر، جهت دستیابی به قدرت از مجرای انتخابات و مشارکت افراد، موجبات نوسانات اقتصادی را در کشور فراهم کرده است. اقداماتی که به واسطه سیاست‌های پولی و مالی صورت می‌پذیرد. در واقع، سیاستمداران علاوه بر سیاست‌های پولی از سیاست‌های مالی نیز برای دستکاری در اقتصاد بهره می‌گیرند. این سیاست‌های مالی شامل کاهش مالیات، افزایش هزینه‌های دولت به منظور ایجاد رونق

در اقتصاد، ایجاد اشتغال در بخش دولتی، افزایش پرداخت‌های انتقالی، افزایش میزان یارانه‌ها در زمان انتخابات می‌شدند. همه این اقدامات در زمان‌های نزدیک به انتخابات صورت می‌گرفت تا رضایت اقتصادی رأی‌دهندگان به نوعی جلب شود (خاتمی، ۱۳۸۸: ۱۵۲). بدین‌سان، فرضیه اصلی نیز به گونه‌ای به بوته آزمایش گذاشته می‌شود که هر یک از این دولت‌ها با سوگیری سیاسی، در متغیرهای اقتصادی تغییراتی ایجاد کرده‌اند. این امر از طریق شاخص‌های اقتصادی و آماری که در قبل و بعد از انتخابات حاصل شده است، صورت می‌گیرد تا بیان شود که چگونه رونق و رکود اقتصادی، تحت تأثیر سیاست و انتخابات ایجاد شده است.

دوران ریاست جمهوری سید محمد خاتمی

یکی از تحولات سیاسی و اجتماعی دو دهه اخیر ایران، انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری بود که در خرداد ۱۳۷۶ برگزار گردید. هفتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در دوم خرداد ۱۳۷۶ با حضور چهار نامزد انتخاباتی برگزار گردید که در نهایت حجت‌اسلام سید محمد خاتمی با اکثریت قاطع آراء به ریاست جمهوری انتخاب شد. در این انتخابات بیش از ۲۹ میلیون نفر از واجدین شرایط (۸۳/۲۸ درصد) در انتخابات شرکت کردند که سید محمد خاتمی با ۲۰ میلیون رأی در مقابل رقبای دیگر خود به پیروزی قاطع دست یافت (امینی، ۱۳۸۹: ۴۷). پژوهش فرارو درصدد است تا میزان تأثیرپذیری اقتصاد از سیاست را در دوره ریاست جمهوری سید محمد خاتمی مورد بررسی قرار دهد. بدین ترتیب، تلاش می‌شود تا با استفاده از آمارهای اعلامی مراجع رسمی کشور که مبین نوسانات اقتصادی می‌باشند در سال منتهی به انتخابات ریاست جمهوری، دور دوم ایشان مورد ارزیابی قرار گیرد.

سیاست‌ها و عملکردهای دولت خاتمی برای انتخاب مجدد در انتخابات ۱۳۸۰

ناگفته پیداست، هر رئیس‌جمهوری بعد از پیروزی در انتخابات به‌واسطه در دست داشتن قدرت و اختیارات گسترده، دست به اقداماتی جهت اداره کشور می‌زند و سعی می‌گردد به شعارها و وعده‌های انتخاباتی خود جامه عمل بپوشد. در ایران، با توجه به اینکه دوره ریاست جمهوری ۴ سال است، هر رئیس‌جمهوری با صرف تلاش زیاد سعی در اعتمادسازی مردم خواهد داشت، تا شانس دوباره‌ای برای رسیدن به قدرت به دست آورد. از این رو، در سال‌های پایانی دوره اول ریاست جمهوری با اتخاذ سیاست‌های پولی و مالی