

عنوان مقاله:

همخوانی رسانه و دولت کلاسیک

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

فرشاد پرویزیان - دانشجوی دکتری اقتصاد پولی دانشگاه سمنان و سردبیر اقتصادی شبکه خبر-تهران ستاری پیامبر غربی جهاد اکبر پلاک 1

علیرضا عرفانی - دانشیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه سمنان

خلاصه مقاله:

این تحقیق با بیان ارتباط فعالیت های رسانه ای با سیاست های تحریک تقاضا توسط دولت، تاکید دارد رفتارهای اقتصادی براساس الگوی انتظارات حاکم بر جامعه است. همزمان با گسترش فعالیت های رسانه ای، میزان دسترسی به اطلاعات موثر بیشتر شده و الگوی انتظارات تطبیقی و پیش بینی ناقص قیمت ها به الگوی انتظارات عقلایی و پیش بینی کامل تبدیل می شود. یعنی سیاست های پولی و مداخله دولت در اقتصاد از طریق سیاست های تحریک تقاضا کم اثر شده و مدل اقتصاد از دیدگاه پولیون یا کینزین های جدید به سمت دیدگاه کلاسیک های جدید حرکت می کند. این مقاله با روش قیاسی و مرور روابط مرسوم ریاضی اقتصاد کلان به بررسی نقش رسانه در اطلاع رسانی و حرکت به سمت دیدگاه کلاسیک های جدید می پردازد و فعالیت رسانه را متغیر مستقل در تابع اثربخشی سیاست های پولی معرفی می کند. به بیان دیگر نقصان اطلاعات جامعه از اوضاع اقتصادی و برقراری شرایط الگوی انتظارات تطبیقی موجب ایجاد شرایط کینزی و توان دولت در تاثیر بر اقتصاد می شود. از سوی دیگر توسعه رسانه ها، اقتصاد را به سمت الگوهای کلاسیک و بی تاثیری دولت خواهد برد. به عبارت صریح در نتیجه تاثیرات رسانه بر الگوهای انتظاری، دولت در مدیریت تقاضای اقتصاد بی تاثیر خواهد شد. یعنی توسعه فعالیت های رسانه ای با دیدگاه دولت کلاسیک های جدید بیشتر همخوانی دارد چرا که توسعه اطلاع رسانی موجب اصلاح و تکمیل اطلاعات تصمیم گیران یعنی برقراری شرایط انتظارات عقلایی و در نتیجه بی اثر شدن سیاستهای اقتصادی دولت، حداقل سیاست پولی در تحریک طرف تقاضا خواهد شد.

کلمات کلیدی:

اطلاعات، رسانه، انتظارات تطبیقی، عقلایی، سیاست پولی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/625241>

