

مقدمه

یکی از رهیافت‌های نظریه قیمت، کارآمدی سیاست‌های تشویقی و تنبیهی به منظور تغییر رفتار در جهت مطلوب است. هرچند این سیاست‌ها در بسیاری از موارد، عملکرد مطلوبی دارد، اما برخی شواهد تجربی حاکی از کارکرد نامناسب آن‌ها در برخی موارد است. برای نمونه، استفاده از سیاست‌های تشویقی و تنبیهی گاهی موجب تضعیف کمیت و کیفیت خون اهدایی، کاهش مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه و افزایش تخریب محیط زیست شده است (رک: فرای و جگن، ۲۰۰۱؛ بولز و پولانیا ریس، ۲۰۱۰). از این پدیده، با عنوان هزینه مخفی پاداش و جریمه،^۱ هزینه مخفی مشوق‌ها،^۲ و اثر انگیزی غیرمتعارف^۳ یاد شده است. این کارکرد نامتعارف مشوق‌ها^۴ از آن رو غیر متعارف قلمداد شده که با فهم عرفی از روان انسان و همچنین نظریات سنتی انگیزش در روان‌شناسی و نظریه «قیمت» در اقتصاد - دست‌کم - در ظاهر ناهماهنگ است. بنا به تحلیل عرفی از انسان، افراد معمولاً از دریافت پاداش خشنود می‌شوند و از جریمه و مجازات گریزانند. نظریه «مشوق»^۵ در روان‌شناسی و نظریه «قیمت»^۶ در اقتصاد نیز بیانگر وجود رابطه‌ای مثبت میان تغییر در میزان مشوق‌ها (پاداش و جریمه) و رفتار است. این در حالی است که مشاهدات حاکی از هزینه‌های مخفی، جریمه و پاداش بیانگر آن است که در برخی موارد، مشوق‌ها بر خلاف انتظار عمل می‌کنند.

این مقاله، با استفاده از روش «تحلیلی»، به بررسی امکان وقوع اثر قیمتی نامتعارف در فضای فعالیت‌های عام‌المنفعه و دلایل وقوع آن می‌پردازد. فرضیه مقاله آن است که مشوق‌های پولی می‌توانند با ایجاد فضای بازاری موجب تردید در مسئولیت افراد برای مشارکت خیرخواهانه شود. این اثر به واسطه کارکرد مشوق‌ها در علامت‌دهی نسبت به کاهش نیاز، به مشارکت خیرخواهانه و کاهش تقاضای خیرخواهی در فضای بازاری رخ می‌دهد.

برای بررسی فرضیه مقاله، پس از مروری بر پیشینه تحقیق و معرفی نتایج مطالعات تجربی حاکی از وقوع اثر قیمتی نامتعارف، ابتدا به بررسی سازگاری یا ناسازگاری مشاهدات حاکی از وقوع اثر قیمتی نامتعارف با اقتضائات قوانین عرضه و تقاضا می‌پردازیم. در ادامه، تبیین‌های ارائه شده از این پدیده و لوازم روش‌شناختی آن تحلیل می‌شود. بخش بعدی مقاله به ارائه نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی» و شواهد آن اختصاص دارد.

پیشینه تحقیق

در ادبیات فارسی موجود، آثار علمی اندکی می‌توان در زمینه هزینه‌های مخفی سیاست‌های تشویقی و تنبیهی مشاهده نمود. این مشکل عمدتاً در لابه‌لای کتاب‌های روان‌شناسی و اقتصادی ترجمه شده به اجمال معرفی شده است که در ادامه، به برخی از این آثار اشاره می‌شود:

هزینه‌های مخفی سیاست‌های تشویقی و تنبیهی در اقتصاد

p_davoodi@yahoo.com

Tavakoli@qabas.net

پرویز داودی / استاد گروه اقتصاد دانشگاه شهید بهشتی تهران

محمد جواد توکلی / استادیار گروه اقتصاد موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

دریافت: ۱۳۹۲/۳/۱۵ - پذیرش: ۱۳۹۲/۷/۲۱

چکیده

نتایج مجموعه‌ای از مطالعات تجربی نشان می‌دهد که سیاست‌های تشویقی و تنبیهی مالی می‌تواند اثر منفی بر عملکرد اقتصادی افراد در حوزه‌هایی همچون محیط کار، فعالیت‌های داوطلبانه و حفظ محیط زیست برجای بگذارد. از این اثر با عنوان «هزینه‌های مخفی مشوق‌ها» و «اثر قیمتی نامتعارف، یاد شده است. این مقاله به تجزیه و تحلیل و تبیین‌های اقتصادی این پدیده و بررسی لوازم نظری و سیاستی آن می‌پردازد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بیشتر تبیین‌های ارائه شده از این پدیده به کارکرد مشوق‌ها در زمینه کاهش انگیزه‌های درونی اشاره دارد و راه حل گریز از مشکل را انتخاب بین عدم استفاده از مشوق و یا استفاده از مشوق مادی قوی دانسته است. مقاله حاضر این فرضیه را مطرح می‌کند که مشوق‌ها می‌توانند به جای تضعیف انگیزه‌های درونی خیرخواهانه، از میزان اثرگذاری آن بر رفتار بکاهند. لازمه سیاستی این نظریه استفاده همزمان از مشوق‌های اقتصادی و غیر اقتصادی در حوزه فعالیت‌های عام‌المنفعه است. این رویکرد با رهیافت‌های اسلامی در تفکیک بین انگیزه‌های مادی و معنوی و همچنین تحریک همزمان آن‌ها در خطابات و احکام اسلامی با تأکید بر انگیزه‌های معنوی سازگار است.

کلیدواژه‌ها: نظریه قیمت، مشوق، هزینه مخفی تشویق و تنبیه، سایت‌های تشویقی تنبیهی، اقتصاد اسلامی.

جان مارشال ریو (۱۳۸۱) در کتاب *انگیزش و هیجان*، ضمن اشاره به یافته‌های روان‌شناسان اجتماعی در زمینه هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه، رویکردهای تحلیلی روان‌شناسان را بررسی می‌کند. منکیو (۱۳۸۸) در کتاب *اقتصاد خرد*، در خلال بحث از اصل «واکنش افراد به مشوق‌ها» به یافته‌های برخی مطالعات تجربی در زمینه قانون «کمربند ایمنی» اشاره می‌کند که بر اساس آن، اعمال این قانون هرچند از میزان مرگ و میر رانندگان کاسته، ولی به واسطه اطمینان‌بخشی به رانندگان موجب افزایش تعداد تصادفات و همچنین افزایش تعداد مرگ افراد پیاده شده است (منکیو، ۱۳۸۸، ص ۱۰).

استیون لویت (۱۳۸۵) در کتاب *اقتصاد؛ علم انگیزه‌ها*، نتایج برخی مطالعات اقتصادی حاکی از وقوع هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش را معرفی کرده، تلاش می‌کند تا بر سازگاری این یافته‌ها با نظریه‌های سنتی اقتصاد استدلال کند.

سابقه مباحث اقتصادی در زمینه هزینه‌های مخفی مشوق‌ها (جریمه و پاداش) در ادبیات انگلیسی را می‌توان در چند دسته مطالعات ذیل رصد نمود:

مطالعه ریچارد تیمموس (۱۹۷۰) در زمینه تأثیر منفی پاداش بر کیفیت و کمیت خون‌های اهدایی در آمریکا را می‌توان نقطه آغاز مطالعات اقتصادی در زمینه کارکرد نامتعارف مشوق‌های پولی دانست. اقتصاددانانی همچون روبرت سولو (۱۹۷۱) و کنث ارو (۱۹۷۲) ضمن اشاره به اهمیت نتایج مطالعات تیمموس تلاش کردند تا در اهمیت و یا ناسازگاری این پدیده با نظریه «قیمت» تشکیک کنند.

در بین دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ گروهی از اقتصاددانان همچون *برونو فرای* تلاش کردند تا با معرفی نتایج مطالعات روان‌شناسان اجتماعی در زمینه هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه، توجه دوباره اقتصاددانان را به مشکلات پیش روی استفاده از مشوق‌ها جلب نمایند. *فرای* علی‌رغم سامان دادن مجموعه‌ای از مطالعات اقتصادی در این زمینه، تحلیلی فراتر از تبیین متعارف روان‌شناسان اجتماعی ارائه نداد.

در خلال دو دهه، برخی از اقتصاددانان ضمن سامان‌دهی مجموعه‌ای از مطالعات اقتصادی در زمینه کارکرد مشوق‌ها، تلاش کردند تا تبیین‌های اقتصادی‌تری از این پدیده ارائه دهند. از آن جمله، می‌توان به نظریه «هزینه‌های اجتماعی» (بنبو و تیرو، ۲۰۰۶؛ آریلی و همکاران، ۲۰۰۹)، نظریه «توجیه‌پذیری خودخواهی» (هیمن و آریلی ۲۰۰۴؛ فهر و گاخر، ۲۰۰۲) و نظریه «ترجیحات اجتماعی» (باولز و پولانیا-ریس، ۲۰۱۱) اشاره کرد.

از میان بررسی‌های مفهوم‌شناسانه هزینه‌های مخفی مشوق‌ها در ادبیات اقتصادی، مطالعات *فرای* و *جگن* (۲۰۰۱)، برخی از ابعاد این پدیده را روشن می‌کند. *جک فرومن* (۲۰۱۲) در مقاله‌ای تحلیلی، به برخی از مشکلات مفهومی در ادبیات انباشتگی منفی انگیزش توجه و پیشنهاد کرده

است تأثیر غیر متعارف مشوق‌های اقتصادی بر رفتار را اثر قیمتی نامتعارف و علت آن را انباشتگی منفی انگیزش درونی بنامد.

در این مقاله، به منظور تکمیل و گسترش ادبیات بحث، به بررسی سازگاری یا عدم سازگاری مشاهدات حاکی از هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش با اقتضائات نظریه «قیمت»، تحلیل تبیین‌های ارائه شده و لوازم آن برای نظریه «قیمت» می‌پردازد. این تحلیل با ارائه نظریه کاهش تقاضای خیرخواهی تکمیل می‌شود. نوآوری این مقاله را می‌توان در وارد کردن نتایج مطالعات صورت گرفته در ادبیات فارسی، نقد و تحلیل تبیین‌های پیشنهادی و ارائه نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی» و گسترش ادبیات اقتصاد اسلامی در زمینه رفتارهای عالم‌المنفعه دانست.

هزینه‌های مخفی سیاست‌های تشویقی و تنبیهی

در اوایل دهه ۱۹۷۰، نتایج دو دسته از مطالعات تجربی توسط روان‌شناسان اجتماعی و اقتصاددانان نشان داد که پاداش و جریمه می‌تواند تأثیری منفی بر انگیزش و رفتار داشته باشد. یافته‌های مطالعات روان‌شناسان اجتماعی نشان داد پرداخت وجه به افراد تحت آزمون (دسی، ۱۹۷۲)، وعده اهدای نشان (لپر، گرین و نیست، ۱۹۷۳)، وعده دادن اسباب بازی (لپر و گرین، ۱۹۷۸)، وضع جریمه (دسی و کاسیو، ۱۹۷۲)، قرار دادن ضرب الاجل (آماییل دی جانگ و لپر، ۱۹۷۶)، و پاییدن افراد هنگام کار (پیتمن و همکاران، ۱۹۸۰) تأثیری منفی بر علاقه‌های درونی به انجام فعالیت، کیفیت کار و همچنین خلاقیت دارد (ریو، ۲۰۰۱، ص ۱۲۷). دسی، کوستنر و رایان (۱۹۹۹) در مطالعه‌ای فراگیر، نتایج ۱۲۵ آزمایش تجربی را، که در آن هزینه‌های پنهان جریمه و پاداش مشاهده شده، گزارش کرده‌اند.

یافته‌های روان‌شناسان به طور خاص، حاکی از تأثیر منفی اهدای نشان بر طول فعالیت (لپر و همکارانش، ۱۹۷۳)، تأثیر منفی پاداش بر انجام فعالیت (مارگولیس و ماینات، ۱۹۸۵)، خلاقیت (مک گرو و مک کالرز، ۱۹۷۹؛ آماییل ۱۹۸۵؛ آماییل و همکاران، ۱۹۷۹)، فرایند یادگیری (بنوار و دسی، ۱۹۸۶؛ بوگیان و همکاران، ۱۹۹۳؛ فلینک و همکاران، ۱۹۹۰) و احساس وظیفه (کندا و شوارتز، ۱۹۸۳) بوده است.

صرف‌نظر از برخی مطالعات پراکنده، اقتصاددانان توجه چندانی به هشدارهای روان‌شناسان در زمینه هزینه‌های مخفی مشوق‌ها نشان ندادند. اقتصاددانان تحت تأثیر یافته‌های روان‌شناسان در زمینه هزینه‌های مخفی پاداش، با وقعه‌ای ۲۰ ساله به این مسئله پرداختند. در ادامه، مهم‌ترین یافته‌های تجربی اقتصاددانان در این زمینه را با تفکیک بین هزینه‌های مخفی تشویق و تنبیه بیان می‌کنیم.

هزینه‌های مخفی پاداش

عمده مطالعات اقتصادی در زمینه هزینه‌های مخفی مشوق‌ها، به بررسی هزینه‌های مخفی پاداش اختصاص دارد. این بررسی‌ها در زمینه‌هایی همچون اهدای خون، قراردادهای شناور، پذیرش پایگاه‌های دفن مواد سمی، و کار داوطلبانه انجام گرفته است.

الف. اهدای خون

ریچارد تیموس (۱۹۷۰) در کتاب معروفش، روابط مبتنی بر هدیه، نشان داد که سازوکار انتقال داوطلبانه خون انگلستان از نظر کارایی، کیفیت و سلامت، بر سازوکار دوگانه انتقال خون در آمریکا (متشکل از ساختار انتقال داوطلبانه و فروش خون) برتری دارد. به طور خاص، احتمال آلودگی خون در آمریکا، چهار برابر بیش از انگلستان است. به نظر او، وقتی خون به صورت بازاری جمع شود مردم ممکن است علاقه کمتری به اهدای آن داشته باشند و بر خلاف نظام‌های داوطلبانه، مردم برای مخفی کردن بیماری‌هایی همچون «هپاتیت» انگیزه دارند (تیموس ۱۹۷۰).

ایرلند و کوخ (۱۹۷۳) در مطالعه‌ای پرسش‌نامه‌ای، نشان دادند که پرداخت پول می‌تواند علاقه به اهدای خون را کاهش دهد (ایرلند و کوخ، ۱۹۷۳). نتایج مطالعه میدانی مستروم و جوهرانس (۲۰۰۷) نیز یافته‌های تیموس را درباره خانم‌ها - و نه آقایان - تأیید کرد. پس از معرفی پاداش در مرحله دوم آزمایش، درصد مشارکت خانم‌ها از ۵۲ درصد به ۳۰ درصد کاهش یافت. طراحی گزینه امکان اهدای پول دریافتی به خیریه در مرحله سوم آزمایش، موجب شد از تأثیر منفی پاداش بر علاقه به اهدای خون کاسته شود و به رقم ۵۳ درصد افزایش یابد.

ب. قراردادهای با عایدی متغیر

نتایج برخی مطالعات حاکی از برتری قراردادهای با عایدی متغیر^۷ به قراردادهای با عایدی ثابت است. بولی (۱۹۹۵) با مطالعه رفتار ۳۳۴ نفر در بازار کار، مشاهده کرد قرارداد نوع اول می‌تواند تأثیری منفی بر اخلاق کاری و خلایق داشته باشد؛ زیرا کارگران فرصت‌های زیادی برای ضربه زدن به منافع کارفرما دارند و بدین‌روی، اتکا بر اجبار و انگیزه‌های مالی برای انگیزش آن‌ها به خوب کار کردن کافی نیست (بولی، ۱۹۹۵، ص ۲۵۲). یافته‌های مطالعه فehr و گاختر (۲۰۰۰) نیز نشان داد که قراردادهای با عایدی متغیر موجب کاهش همکاری داوطلبانه می‌شود. در مقابل، قراردادهای مبتنی بر اعتماد، کارایی بیشتری دارد (Fehr و Gächter، ۲۰۰۰، ص ۱۶). همین نتیجه در مشاهدات فehr، کلین و اشمیت (۲۰۰۷) نیز گزارش شده است (Fehr، کلین و اشمیت، ۲۰۰۷، ص ۱۲۱).

ج. دفن مواد سمی و خطرناک

برونو فرای و همکارش (۱۹۹۷) تأثیر مشوق‌ها بر علاقه شهروندان سوییسی در پذیرش طرح احداث محل دفن زباله‌های سمی در محل مسکونی‌شان را بررسی کردند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که در وضعیت عدم استفاده از مشوق، بیش از نصف پاسخ دهندگان (۵۰/۸ درصد) با طرح موافق بودند (۴۴/۹ درصد مخالف و ۴/۳ درصد ممتنع). در مقابل، با معرفی پاداش مالی، درصد موافقت با طرح به ۲۴/۶ درصد کاهش یافت. در این مطالعه، افزایش در میزان پاداش تأثیر معناداری بر سطح پذیرش طرح نداشت (فرای و ابرهاوز-گی، ۱۹۹۷). مطالعه کانتروتر و استرلینگ (۱۹۹۰) در منطقه «نوادا» آمریکا نیز نتایج مشابهی داشت. پیشنهاد مشوق‌های مادی (معافیت مالیاتی ۲۰ ساله) موجب افزایش حمایت از طرح نشد. حتی افزایش سطح مشوق نیز نتوانست تأثیر معناداری بر میزان موافقت با طرح ایجاد کند. درصد موافقت با طرح در سه گزینه هزار، سه هزار و پنج هزار دلار معافیت مالیاتی در هر سال بین ۲۸ درصد تا ۳۲ درصد بود (کانتر و استرلینگ، ۱۹۹۰، ص ۲۲۵).

د. عرضه کار داوطلبانه

نتایج مطالعه میدانی گنیزی و روستوچینی (۲۰۰۰a) حاکی از تأثیر منفی مشوق‌های مالی بر جمع‌آوری خیریه است. در این مطالعه، متوسط خیریه جمع‌آوری شده توسط گروه بدون پاداش (۲۳۸/۶ واحد) بیش از متوسط گروه پاداش کم (۱۵۳/۶۷ واحد) و پاداش متوسط (۲۱۹/۳۳ واحد) بود (گنیزی و روستوچینی، ۲۰۰۰a). فرای و گوته (۱۹۹۹) نیز در بررسی اثر پرداخت پولی بر عرضه کار داوطلبانه در کشور سوئیس، مشاهده کردند که پرداخت پولی، میزان عرضه کار داوطلبانه را به طور تقریبی به میزان ۲ ساعت کاهش داده است (فرای و گوته، ۱۹۹۹، ص ۱۱).

هزینه‌های مخفی جریمه

در زمینه هزینه‌های مخفی جریمه، روان‌شناسان عمدتاً به بررسی آثار مخرب تنبیه بر فریند یادگیری و همچنین انجام فعالیت توجه کرده‌اند. در ادبیات اقتصادی، تأثیرات جانبی جریمه بر انگیزه کاری، اخلاق مالیاتی و تضمین قرارداد بررسی شده است. در ادامه، برخی از مطالعات انجام گرفته در این زمینه را ارائه می‌کنیم:

الف. جریمه تأخیر در مهد کودک

نتایج مطالعه گنیزی و روستوچینی (۲۰۰۰ الف) حاکی از ناکارآمدی جریمه در کاهش تأخیر والدین در

تحويل گرفتن فرزندانشان از مهدکودک است. این مطالعه طی ۲۰ هفته و در ده مهد کودک انجام شد. از میان این ده مهد کودک، یک مهد کودک به عنوان گروه کنترل (بدون وضع جریمه) انتخاب شد. در چهار هفته اول، همان روال سابق برقرار بود و تنها میزان تأخیرها ثبت شد. از هفته پنجم به بعد، جریمه‌ای بر والدین دارای تأخیر تعیین شد و در هفته هفدهم، جریمه برداشته شد. در حالی که متوسط نرخ تأخیر در گروه کنترل ثابت و کمتر از ۱۰ درصد بود، وضع جریمه در سایر مهدکودک‌ها، موجب افزایش میزان تأخیرها شد. در چهار هفته اول، که جریمه وضع نشده بود، نرخ متوسط تأخیر کمتر از ۱۰ درصد بود. پس از وضع جریمه، میزان تأخیرها به طور متوسط، به ۲۰ درصد افزایش یافت. حتی برداشتن جریمه در هفته هفدهم تأثیری بر کاهش میزان تأخیرها نداشت و متوسط تأخیرها در حدود ۲۰ درصد ثابت باقی ماند (گنیزی و روستوچینی، ۲۰۰۰، ص ۶-۱۰).

ب. جریمه صنایع آلاینده و تخریب کننده محیط زیست

نتایج برخی مطالعات نشان می‌دهد وضع جریمه بر صنایع آلوده کننده محیط زیست موجب کاهش انگیزه‌های داوطلبانه برای مراعات اخلاق زیست محیطی شده است. نتایج مطالعه، لیورنویس و مک کنا (۱۹۹۹) نشان داد بنگاه‌ها در حالت جریمه صفر، انگیزه‌های اخلاقی بیشتری برای رعایت استانداردهای زیست محیطی داشتند (لیورنویس و مکینا، ۱۹۹۹). کاردناس و همکارانش (۲۰۰۰) در یک مطالعه محیطی در جنگل‌های استوایی در کلمبیا، مشاهده کردند راهبرد وضع مقررات محدود کننده نه تنها به بهبود وضعیت کمک نکرد، بلکه میزان تخریب جنگل را افزایش داده است (کاردناس و همکاران، ۲۰۰۰).

ج. جریمه نقض قرارداد

نتایج مطالعه بوهنت، فرای و هوک (۲۰۰۱) نشان داد وضع جریمه موجب افزایش نقض قراردادهای کاری می‌شود. همچنین قراردادهای با سطح کنترل متوسط از لحاظ میزان نقض قرارداد در وضعیت بدتری نسبت به قراردادهای با سطح کنترل کم داشت. بارکما (۱۹۹۵) مطالعه مشابهی برای بررسی اثر سیاست‌های کنترلی بر رفتار کارگران در کارخانه‌های داری مقیاس کوچک تولید در سال ۱۹۸۵ انجام داد. نتایج مشاهدات او نیز نشان می‌دهد سیاست‌های کنترلی تأثیری منفی بر عملکرد کارگران داشته است.

هزینه مخفی مشوق‌ها به مثابه اثر قیمتی نامتعارف

برای بررسی سازگاری یا ناسازگاری مشاهدات حاکی از هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش با نظریات اقتصادی، باید به کارکرد انتظاری مشوق‌ها در دانش اقتصاد و میزان هماهنگی آن با یافته‌های تجربی توجه نمود.

ناسازگاری شواهد تجربی با کارکرد انتظاری مشوق‌های اقتصادی

اقتصاددانان همواره بر اهمیت مشوق‌های اقتصادی تأکید کرده‌اند. برای نمونه، گاورانتی و همکاران (۲۰۰۰) اصل «اهمیت داشتن مشوق‌ها» را از محوری‌ترین اصول دانش اقتصاد قلمداد می‌کنند. بر اساس این اصل، انتخاب به صورتی قابل پیش‌بینی متأثر از تغییرات در مشوق‌های اقتصادی است. به موازات افزایش منافع شخصی انتخاب یک گزینه، به شرط ثبات سایر شرایط، افراد با احتمال بیشتری آن گزینه را انتخاب می‌کنند. در مقابل، هر قدر هزینه‌های شخصی یک گزینه زیاد شود افراد با احتمال کمتری آن گزینه را انتخاب می‌کنند (گاورانتی و همکاران، ۲۰۰۰، ص ۱۲).

گاورانتی و همکاران (۲۰۰۰) حتی پا را از این فراتر می‌گذارند و ادعا می‌کنند که این اصل می‌تواند به اقتصاددانان کمک کند تمامی رفتارها و تصمیم‌های افراد، حتی در فضاهای غیر بازاری را تبیین کند. این فرض پایه‌ای دانش اقتصاد ابزاری قوی است؛ زیرا کاربردهای وسیعی دارد. مشوق‌ها بر رفتارهای ما تقریباً در همه زمینه‌ها تأثیر می‌گذارد؛ از تصمیم‌های ما در بازار درباره اینکه چه چیزی بخریم، گرفته تا تصمیم سیاسی‌ها به اینکه به چه کسی رأی بدهیم. ... اصل اثرگذاری مشوق‌ها بیانگر این امر است که رأی دهندگان با احتمال کمتری به نامزدی رأی می‌دهند که از وضع مالیات بالاتر برای تأمین مالی کالایی غیر جذاب برای رأی‌دهنده حمایت می‌کند (همان).

گریگوری منکیو (۱۳۸۸) نیز در تحلیل خود از اصول دهگانه دانش اقتصاد، به اصل «واکنش مساعد به مشوق‌ها» اشاره می‌کند. وی در توضیح این اصل، می‌گوید: مردم با مقایسه منافع و هزینه‌های هر اقدامی تصمیم‌گیری می‌کنند؛ با تغییر هزینه‌ها و منافع، تصمیم آن‌ها نیز تغییر می‌کند (منکیو، ۱۳۸۸، ص ۸).

تحلیل گاورانتی و منکیو از واکنش مساعد افراد به مشوق‌ها را می‌توان در چارچوب قانون «عرضه و تقاضا» به عنوان دو قانونمندی در نظریه «قیمت» نیز تحلیل کرد. مقتضای قانون «عرضه و تقاضا» - به ترتیب - واکنش هم‌جهت عرضه نسبت به تغییرات قیمت و واکنش غیر هم‌جهت تقاضا نسبت به تغییرات قیمت در فرض ثبات سایر شرایط است. این دو قانونمندی بر پاداش و جریمه اقتصادی صدق می‌کند؛ زیرا تغییرات آن‌ها موجب تغییر در قیمت‌های نسبی شده، انتظار می‌رود این تغییر قیمتی موجب تغییر در رفتار عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان شود. برای نمونه، بر اساس قانون «تقاضا»، کاهش قیمت یک کالا (مانند ماشین‌های کم مصرف) در اثر اختصاص یارانه (پاداش اقتصادی) با فرض ثبات سایر شرایط موجب افزایش میزان تقاضا می‌شود (اثر قیمتی مثبت). همچنین بر اساس قانون «عرضه»، افزایش دستمزد یک فعالیت (مانند فعالیت‌های داوطلبانه) به واسطه پرداخت پاداش، با فرض ثبات سایر شرایط، موجب افزایش عرضه نیروی کار در آن فعالیت می‌شود (اثر قیمتی مثبت).

ج. نقض فرض ثبات سایر شرایط

برخی از اقتصاددانان معتقدند: به واسطه نقض شرط ثبات سایر شرایط، یافته‌های حاکی از اثر قیمتی نامتعارف را نمی‌توان ناقص قانون «عرضه و تقاضا» دانست. آن‌ها به طور خاص، به کاهش هزینه‌های اجتماعی رفتار مضر اجتماعی و افزایش انتظارات هزینه‌ای رفتار عام المنفعه اشاره می‌کنند.

لویت و دوینر (۲۰۰۵) با در نظر گرفتن تأثیر جریمه بر کاهش هزینه‌های اجتماعی تأخیر در مشکل مهد کودک، این ادعا را مطرح کرده‌اند که جریمه ۳ دلاری جای انگیزه اخلاقی (احساس گناهی که والدین پس از دیر آمدن دارند) را می‌گیرد. والدین با پرداخت هزینه چند دلاری می‌توانند بر احساس گناه خود غلبه کنند (همان). این بدان معناست که پیش از وضع جریمه، افراد با در نظر گرفتن هزینه‌های اجتماعی تأخیر، از آن اجتناب می‌کردند ولی این هزینه پس از وضع جریمه وجود ندارد و در مقابل، منافع تأخیر فراتر از هزینه‌های آن است.

یکی از احتمالات قابل طرح در تحلیل واکنش غیرمعارف افراد به مشوق‌ها در طرح دفن زباله‌های سمی، این است که مشوق می‌تواند حاکی از ریسک بالای پذیرش طرح باشد (فرای و اوپرهاوزر-گی، ۱۹۷۷، ص ۷۵). تعدیل انتظارات در خصوص واکنش‌های مدیران مهد کودک به تأخیرها نیز به عنوان احتمال دیگری توسط گنیزی و روستوچینی (۲۰۰۰) مطرح شده است. بر اساس این تحلیل، والدین در هفته‌های اول، این اطلاعات را کسب می‌کنند که جریمه بدترین حالتی است که می‌تواند اتفاق بیفتد و چون مقدار جریمه زیاد نیست، می‌توان مرتکب تأخیر شد (گنیزی و روستوچینی، ۲۰۰۰، الف، ص ۱۰). البته مشوق‌ها می‌تواند حاوی این خبر نیز باشد که ظاهراً تأخیر مشکلی جدی نیست؛ زیرا دست‌اندرکاران مهد کودک می‌توانند با عایدی حاصل از جریمه‌ها، مشکل را با استخدام یک مربی حل کنند.

هرچند توجه به کارکرد تشویق و تنبیه در تغییر هزینه‌های اجتماعی و انتظارات هزینه‌ای می‌تواند به فهم برخی از دلایل وقوع این پدیده کمک کند، اما تحلیل موجب تشکیک در ناسازگاری اثر قیمتی نامتعارف با اقتضائات قانون عرضه و تقاضا نیست؛ زیرا شرط ثبات شرایط در این دو قانون، تنها تغییرات مستقل از تغییرات قیمت را از دایره تحلیل بیرون می‌برد. در مقابل، اقتصاددانان تأثیر تغییرات متغیر قیمت بر سایر متغیرها، از جمله قدرت خرید در نظریه «رفتار مصرف کننده» را با تفکیک اثر قیمتی از اثر جانشینی و اثر درآمدی توضیح می‌دهند. در این تحلیل، وقوع منحنی تقاضای گیفن صعودی به واسطه غلبه اثر درآمدی بر جانشینی، نقض کننده اقتضائات قانون «عرضه و تقاضا» و نه ناقص فرض ثبات سایر شرایط محسوب می‌شود.

گذشته از این، تغییر در هزینه‌های اجتماعی و انتظارات هزینه بر تمامی حالات حاکی از وقوع اثر

بر خلاف پیش بینی‌های قوانین عرضه و تقاضا، مشاهدات حاکی از هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه بیانگر وجود رابطه منفی بین تغییرات قیمت و عرضه و رابطه مثبت بین تغییرات قیمت و تقاضاست. این اثر را می‌توان اثر قیمتی نامتعارف دانست؛ زیرا تغییرات قیمت موجب تغییرات هم‌جهت در عرضه و تغییرات غیر هم‌جهت در تقاضا نشده است.

بررسی دلایل مخالفان اثر قیمتی نامتعارف

در طول چند دهه اخیر، اقتصاددانانی همچون کنث ارو (۱۹۷۲)، روبرت سولو (۱۹۷۲) و گری بکر (۲۰۰۹) با ارائه استدلال‌های ذیل درباره امکان وقوع اثر قیمتی، در متعارف و یا نامتعارف بودن آن تشکیک کرده‌اند:

الف. تشکیک در معناداری آماری مشاهدات تجربی

اولین واکنش منفی به این پدیده از سوی اقتصاددانانی همچون ارو (۱۹۷۲) و سولو (۱۹۷۲) این بود که گفتند: شواهد تجربی ارائه شده ناکافی و از نظر آماری معنادار نیست. با گسترش ادبیات تجربی در زمینه هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش، این تحلیل طرف‌داران کمتری یافت.

ب. ارائه راه‌کارهای پیش‌گیرانه

برخی از اقتصاددانان معتقدند: در صورت کاربرد درست مشوق‌ها و استفاده از روش‌های کنترلی، هزینه‌های مخفی پاداش و جریمه بروز نمی‌کند. برای نمونه، گری بکر (۲۰۰۹) معتقد است: وجود نظام‌های غربال‌گری کنونی مانع بروز مشکل کیفیت خون به گونه‌ای که در زمان تیموس اتفاق می‌افتاد، می‌شود (بکر، ۲۰۰۹، ص ۸۲).

لویت و دوینر (۲۰۰۵) نیز در تحلیل مشکل مهد کودک، به این نکته اشاره کردند که افزایش میزان تأخیرها پس از وضع جریمه در مطالعه گنیزی و روستوچینی (۲۰۰۰ الف) بدین سبب روی داده است که جریمه ۳ دلاری تعیین شده برای تأخیرکنندگان بسیار کم است. به نظر آن‌ها، اگر جریمه ۱۰۰ دلاری وضع می‌شد، تأخیرها به صورت کامل از بین می‌رفت (لویت و دوینر، ۲۰۰۵، ص ۲۳).

هرچند این تبیین می‌تواند دامنه مشکل را به پرداخت‌های کم محدود کند، اما نمی‌تواند وقوع آن در پرداخت‌های کم را توجیه نماید. گذشته از آنکه راه‌کار افزایش میزان مشوق نتوانسته است مشکل را در برخی مطالعات تجربی حل کند (رک: فرای و اوپرهاوزر-گی، ۱۹۹۷). به این مشکل باید محدودیت‌های مالی موجود در افزایش میزان تشویق و عواقب رفتاری افزایش تنبیه همچون گسترش رشوه را افزود.

قیمتی نامتعارف صدق نمی‌کند. برای نمونه، کاهش هزینه اجتماعی در زمینه پاداش صادق نیست و افزایش انتظارات هزینه‌های بیشتر در خصوص فعالیت‌های عام المنفعه دارای ریسک بالا صادق است.

تبیین‌های اثر قیمتی نامتعارف مشوق‌های اقتصادی

به موازات رشد ادبیات تجربی در زمینه هزینه‌های مخفی مشوق‌ها و همچنین گسترش نظریه‌های شناختی انگیزش، برخی از اقتصاددانان تلاش کردند تا تبیین متفاوتی از این پدیده ارائه دهند. در یک دسته‌بندی کلی، می‌توان میان چند نظریه عمده ذیل در تفسیر هزینه‌های مخفی جریمه و پاداش تفکیک نمود:

الف. نظریه «هزینه‌های روانی»

بر اساس این نظریه، سیاست تشویقی و تنبیهی می‌تواند از سوی افراد به عنوان یک سیاست مداخله‌ای و محدود کننده دایره انتخاب و اثربخشی‌شان قلمداد شود. افراد در واکنش به هزینه روانی ایجاد شده (محدود شدن خودمختاری و کاهش حس اثربخشی) از انجام فعالیت بر اساس انگیزه‌های درونی سرباز می‌زنند (فرای و جگن، ۲۰۰۱، فرای ۱۹۹۷).

ب. نظریه «تغییر بازار مبادله»

طرفداران این نظریه معتقدند: پاداش و جریمه می‌تواند با تغییر فضای تعامل افراد از بازار اجتماعی به بازار پولی موجب موجه شدن رفتار خودخواهانه شود (فهر، گاخرتر و کرچستر، ۱۹۹۷؛ فهر و گاخرتر، ۲۰۰۲؛ فالک و کاسفلد، ۲۰۰۴؛ ایرلندبوش و سلیوکا، ۲۰۰۵). برای نمونه، پس از وضع جریمه بر قطع درختان جنگل، افراد با این توجیه که قیمت آن را پرداخته‌اند، بیشتر آنها را قطع می‌کنند. چنین توجیهی موجب کاستن از فشارهای بیرونی اجتماعی و درونی اخلاقی می‌شود (هیمن و آریلی، ۲۰۰۴).

ج. نظریه «تغییر در ترجیحات اجتماعی»

باولز و پولانیا-ریس (۲۰۱۱) با ارائه الگویی از رفتار عام المنفعه، که در آن تابع مطلوبیت افراد متضمن دو عنصر «مشوق‌های پولی» و «ارزش‌ها» است، این ادعا را مطرح می‌کنند که مشوق‌های پولی می‌تواند در بلندمدت، اثری منفی بر ارزش‌ها یا ترجیحات اجتماعی بر جای بگذارد (باولز و پولانیا-ریس، ۲۰۱۱).

د. نظریه «هزینه‌های اجتماعی»

گروهی از اقتصاددانان معتقدند: وجود مشوق اقتصادی هزینه‌های حیثیتی برای مشارکت کنندگان

در فعالیت‌های عام المنفعه ایجاد می‌کند؛ زیرا دیگران تصور می‌کنند آن‌ها این رفتار را به خاطر پول انجام داده‌اند. از این رو، افراد برای حفظ وجهه اجتماعی خود از انجام رفتار عام المنفعه سر باز می‌زنند (بنبو و تیرو، ۲۰۰۶).

تبیین‌های پیشنهادی مذکور، با وجود تنوعشان، در چند نکته مشترکند:

اول. در این نظریه‌ها تفاوت بین انگیزه‌های بیرونی (کسب درآمد)، نمایشی (کسب وجهه اجتماعی) و درونی (انگیزه اخلاقی و اجتماعی) پذیرفته شده است.

دوم. تمامی نظریه‌پردازان به شکندگی انگیزه‌های نوع دوم و سوم اشاره کرده‌اند.

سوم. در این نظریه‌ها، کارکردهای جدیدی برای مشوق‌ها (مانند علامت دادن درباره انگیزه سیاست‌گذار در کنترل افراد، علامت دادن درباره انگیزه مادی مشارکت کنندگان در فعالیت‌های عام المنفعه) معرفی شده است.

این نظریات از دو جهت متفاوتند. تفاوت اول در رابطه بین انگیزه‌های درآمدی و غیردرآمدی است. سه نظریه اول این نظر را مطرح می‌کنند که تحریک انگیزه‌های بیرونی (درآمدی) موجب از بین رفتن سایر انگیزه‌ها (از جمله انگیزه‌های اخلاقی) می‌شود. از این اثر با عنوان «اثر تخلیه انگیزش» (کراودینگ آوت) یاد شده است. در مقابل، نظریه «هزینه‌های اجتماعی» مدعی است تقویت یک انگیزه الزاماً انگیزه دیگر را از بین نمی‌برد، بلکه به واسطه ایجاد مشکل در تفسیر رفتار توسط دیگران موجب از بین رفتن زمینه اثرگذاری آن می‌شود. این اثر را می‌توان اثر غیرفعال شدن انگیزه‌ها نامید.

تفاوت دوم در زمینه سازوکار تخلیه (یا غیر فعال شدن) انگیزه‌های غیر پولی است. نظریه‌های «هزینه‌های روانی»، «هزینه‌های اجتماعی» و «تغییر بازار مبادله» این پدیده را - به ترتیب - به افزایش هزینه‌های روانی تصمیم (تن دادن به یک سیاست کنترلی)، افزایش هزینه‌های حیثیتی (تلقی بد دیگران از رفتار) و تغییر در ترجیحات اجتماعی نسبت می‌دهد. در نظریه «تغییر بازار مبادله» نیز پاداش و جریمه موجب موجه شدن رفتار خودخواهانه می‌شود.

این نظریه‌ها عمدتاً حاوی این توصیه سیاست‌گذاری هستند که در شرایطی که انگیزه‌های غیرپولی تأثیر زیادی بر رفتار دارند، بهتر است، یا از پاداش و جریمه استفاده نکنیم و یا مبلغ آن را به قدری افزایش دهیم که اثر تخلیه انگیزه‌های غیرپولی را خنثا کند (سیاست محرک قوی).

یکی از اشکالات عمده این نظریات قرارداد رفتار عام المنفعه در چارچوب تنگ حداکثر سازی مطلوبیت و همچنین غفلت از نقش عوامل فرهنگی بر انگیزه‌های غیر پولی است. همان‌گونه که نتایج برخی از مطالعات تجربی نشان داده است، ترکیب مشوق‌های اقتصادی و فرهنگی نه تنها مانع تخلیه

(رجبی، ۱۳۷۹، ص ۷۶). به بیان دیگر، در سرشت آدمی، علاوه بر عناصر مادی، که در جماد، گیاه و حیوان وجود دارد، عنصر ملکوتی و الهی نیز وجود دارد. از این رو، او موجودی است متشکل از طبیعت و ماورا، از ماده و معنا، و از جسم و روح (مطهری، ۱۳۸۵، ص ۲۴۹).

دو بعد مادی و معنوی انسان منشأ شکل‌گیری دو خود در او می‌شود: خود سفلی (خود مجازی یا ناخود) و خود علوی (خود واقعی). خود سفلی، فرد را در مقابل دیگران و احیاناً بر ضد آنها قرار می‌دهد. هر قدر خود انسان جنبه شخصی و فردی و جدایی از خودهای دیگر پیدا کند، مربوط به ناخود او، یعنی جنبه‌های بدنی و تن اوست. در مقابل، خود واقعی انسان، که از سنخ ملکوت و روح الهی است، از منیت فاصله می‌گیرد و انسان را از آنچه دون شأن اوست، جدا می‌کند. اسلام انسان را به مبارزه با خود سفلی (مبارزه با هوای نفس) فرامی‌خواند و در مقابل، بر تکریم و تقویت خود علوی را تأکید می‌کند (مطهری، ۱۳۷۴، ص ۲۲۱-۲۲۴).

خودخواهی به مفهوم «خواستن» خود فردی که مستلزم نفی دیگران است، همان چیزی است که از نظر منطق اسلام و بیشتر منطق‌های اخلاقی امری است مذموم و باید نفی شود. مفهوم «خودخواهی و خودپرستی» در اصطلاح امروز ما هم هست؛ مثلاً، می‌گوییم: فلانی آدم خودپرستی است، یا خودخواه است. این «خود» غیر آن خود انسانی و ملکوتی است، بلکه به اصطلاح، خود طبیعی و خود ملکی انسان است (مطهری، ۱۳۷۴، ص ۲۴۴-۲۴۵).

هر یک از دو بعد مادی و معنوی انسان، نیازها و کشش‌های فطری متفاوتی دارد. «به همان دلیلی که انسان بالفطره به سوی امور مادی کشش دارد-که دلیل آن جز خلقت چیز دیگری نیست- به امور معنوی هم کشش دارد» (مطهری، ۱۳۷۴، ص ۲۳۴). بعد مادی انسان مربوط به ویژگی‌هایی از انسان است که با حیوانات مشترک است و منشأ نیازهایی همچون خوردن، و آشامیدن است. در مقابل، نیاز به ایمنی، اطمینان، محبت، تعلق، عزت نفس، نوع‌دوستی و مانند آن ارتباط کمتری با بعد مادی و جسمانی انسان دارد و برتافته بعد معنوی است (ر.ک. هادوی نیا، ۱۳۸۷، ص ۲۴۸).

در این مسیر، خداوند به انسان راه درست و نادرست را الهام کرده و وجدان و نفس لواحه را به عنوان قوه‌ای برای برانگیختن او برای حرکت در مسیر درست قرار داده است. شهید مطهری با تفکیک این دو بعد انسان، انگیزه‌های خیرخواهانه را به بعد معنوی او نسبت می‌دهد. به نظر ایشان، انسان در ناحیه جاذبه‌ها، مانند سایر جان‌داران، تحت تأثیر جاذبه‌ها و کشش‌های مادی و طبیعی است. به غذا، خواب، استراحت و امور جنسی علاقه دارد. این‌ها او را به سوی ماده و طبیعت می‌کشاند. اما انسان جاذبه‌ها و کشش‌های دیگری نیز به سمت کانون‌های غیر مادی دارد؛ اموری که نه حجم دارد و نه سنگینی و نه

انگیزه‌های درونی، به‌ویژه انگیزه‌های اخلاقی و معنوی می‌شود، بلکه این انگیزه‌ها را تقویت نیز می‌کند. همان‌گونه که در ادامه بحث می‌شود، این رهیافت با سیاست تشویقی و تنبیهی تأکید شده در قرآن و روایات نیز تطبیق می‌کند.

ه. نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی»

یکی از اشکالات نظریه‌های چهارگانه معرفی شده در بخش قبل، تمرکز زیاد بر تحلیل برخی عوامل ایجادکننده اخلاق در انگیزه‌های درونی، همچون افزایش میزان کنترل، و تردید در انگیزه‌های خیرخواهانه بود. اگر نگاهی اثباتی به انگیزش درونی، به ویژه انگیزش اخلاقی، داشته باشیم، می‌بینیم چنین انگیزشی تابع مستقیم میزان احساس مسئولیت اجتماعی برای انجام رفتارهای عام‌المنفعه است. احساس مسئولیت اجتماعی افراد از عوامل گوناگونی از جمله برداشت افراد از موقعیت تصمیم‌اثر می‌پذیرد.

در نظریه «تغییر بازار مبادله» تا حدی به عنصر مسئولیت اجتماعی افراد توجه شده و ادعا گردیده است سیاست تشویقی و تنبیهی می‌تواند با ایجاد محیطی بازاری این شبهه را در ذهن افراد ایجاد کند که در چنین فضایی خودخواهی رفتاری پسندیده است. این برداشت از جهتی درست و از جهتی دیگر نادرست است. توجه به تأثیر ساختار بازاری بر ذهنیت افراد نکته با اهمیتی است، ولی اشکال این نظریه آن است که محیط بازاری جایی برای اخلاق نمی‌گذارد و مدعی است محیط بازاری موجب خودخواه شدن افراد می‌شود. این در حالی است که در فضای بازاری نیز می‌توان شاهد رفتارهای اخلاقی همچون قیمت‌گذاری منصفانه، کمک به همکاران و مانند آن بود. با وجود این، فضای بازاری می‌تواند این کارکرد را داشته باشد که از میزان احساس مسئولیت اخلاقی برای رفتار خیرخواهانه بکاهد، نه اینکه رفتار خودخواهانه را توجیه کند. این ادعایی است که در این مقاله در قالب نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی» مطرح می‌شود. این نظریه مبتنی بر رهیافت‌های قرآنی و روایی در زمینه تشویق و تنبیه رفتارهای عام‌المنفعه و تحلیل‌های متفکران مسلمان، به ویژه شهید مطهری است.

نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی» مبتنی بر فرضی همچون تنوع انگیزه‌های مادی و معنوی رفتار عام‌المنفعه، استقلال انگیزه‌ها، و کاهش تقاضای خیرخواهی است. این نظریه مستلزم تقویت سیاست تحریک همزمان هر دو نوع انگیزه با تأکید بر انگیزه‌های درونی معنوی است.

تنوع انگیزه‌های مادی و معنوی

بر اساس مبانی انسان‌شناسی اسلامی، انسان موجودی دوساحتی متشکل از دو بعد مادی و معنوی است

(خیر) ایجاد نمایندند. بعد مادی انسان (خود سفلی) منشأ انگیزه‌های خودخواهانه مادی از جمله انگیزه خودنمایی است که خداوند متعال آن را مذموم می‌داند (بقره: ۲۶۴ و ۲۷۱). البته خواستن برخی از عواید مادی دنیایی اتفاق همچون دفع بلا و ازدیاد مال مذموم نیست (کلینی ۱۴۲۹ ق. ج ۷، ص ۲۱۸). عواید مادی اخروی نیز شامل نعمت‌های مادی بهشتی می‌شود (ر.ک. واقعه ۱۰-۱۲، ۲۰-۲۳).

در مقابل، بعد معنوی انسان (خود علوی که همان خود حقیقی اوست) می‌تواند منشأ انگیزه‌های خودخواهانه معنوی (خود علوی) و انگیزه‌های خیرخواهانه شود. به بیان شهید مطهری، سفارش اسلام به خروج انسان از لاک خودپرستی، ناظر به خود طبیعی است. خارج شدن از لاک خودپرستی و فردپرستی، مراتب و مراحل دارد. اولین مرحله‌اش غیردوستی است (مطهری، ۱۳۷۴، ص ۲۴۸). این مضمون در روایات آمده است که برای دیگران همان را دوست بدار که برای خود دوست می‌داری، و همان را که برای خود نمی‌پسندی برای دیگران هم مپسند (نهج البلاغه، نامه ۳). در منطق اسلامی، پایین‌ترین مرحله توجه به منافع دیگران رعایت مقتضای عدالت و بالاترین آن احسان و نیکوکاری در حق آنهاست (مأئده: ۸، نحل: ۹۰؛ رحمن: ۶۰؛ بقره: ۲۳۷).

به نظر شهید مطهری، انسان می‌تواند از غیردوستی بر مبنای خود انسانی نیز فراتر رود و به حق دوستی و خدادوستی برسد. در این حالت، کسب رضایت خداوند به عنوان خالق انسان و نعمت‌ها، به عنوان والاترین انگیزه اتفاق مطرح می‌شود. در آیه ۲۵۶ سوره بقره، کسب رضایت خداوند و تثبیت ملکات اخلاقی در انسان به عنوان دو انگیزه معنوی ممدوح اتفاق ذکر شده است (بقره: ۲۶۵). در این آیه، خداوند کار کسانی را که با این دو انگیزه اتفاق می‌کنند به باغی تشبیه می‌نماید که در نقطه بلندی برافراشته شده و از باران زیاد یا کم بهره‌مند می‌شود. بر اساس تفاسیر، میزان عواید حاصل از این اتفاق، به درجه اخلاص اتفاق کنندگان بستگی دارد.

بر اساس نگرش اسلامی، بالاترین مرتبه خیرخواهی زمانی حاصل می‌شود که افراد با انگیزه خالص جلب رضایت خداوند- به عنوان کسی که مستحق اطاعت است - اتفاق کنند. نمونه بارز این امر را می‌توان در رفتار امیرالمؤمنین^ع، حضرت زهرا سلام الله علیه، امام حسن و حسین^ع مشاهده نمود که سه روز متوالی، افطاری خود را به نیازمندان بخشیدند. آنان در توصیف اتفاق خود، می‌فرمایند: ما به نیت پاداش و سپاس‌گزاری این کار را انجام ندادیم و تنها برای کسب رضایت خداوند متعال بدان مبادرت کردیم. هرچند در این آیه، خداوند پاداش آن‌ها را بهشت قرار داده، ولی این هدف به عنوان انگیزه معصومان^ع برای اتفاق ذکر نشده است (انسان: ۹).

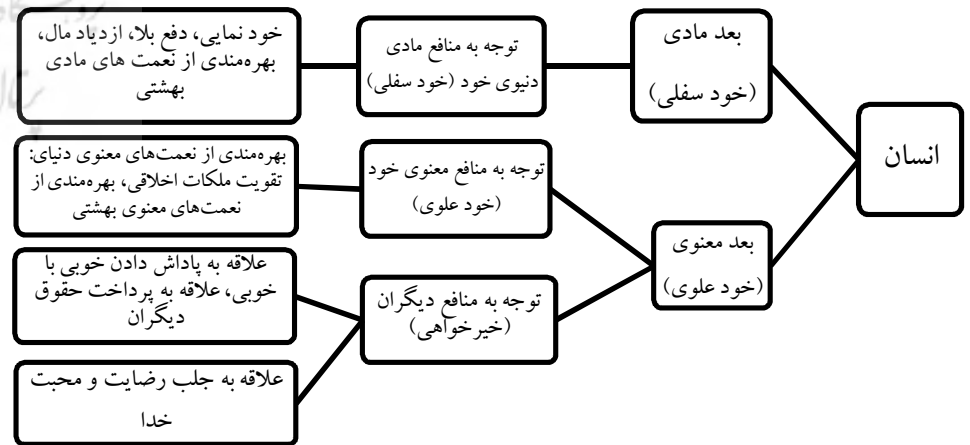
خداوند متعال در آیه ۴۶ سوره الرحمن، به بهشت‌های متمایز مخلصان اشاره می‌نماید که در اثر خوف

می‌توان آنها را با امور مادی سنجید. شهید مطهری علاقه به دانایی، خیر اخلاقی، زیبایی، و پرستش را از جمله جاذبه‌های معنوی انسان می‌داند (مطهری، بی‌تا، ص ۱۹-۲۰). در این میان، تفسیر ایشان از علاقه به خیر اخلاقی بیانگر یکی از انگیزه‌های معنوی انسان است که می‌تواند منشأ رفتارهای خیرخواهانه باشد. ایشان علاقه به خیر اخلاقی را این‌گونه تبیین می‌نمایند:

پاره‌ای از کارها را انسان انجام می‌دهد، نه به منظور سودی از آن‌ها و یا دفع زبانی به وسیله آنها، بلکه صرفاً تحت تأثیر یک سلسله عواطف که «عواطف اخلاقی» نامیده می‌شود. از آن جهت انجام می‌دهد که معتقد است انسانیت چنین حکم می‌کند. فرض کنید انسانی در شرایطی سخت، در بیابانی وحشتناک قرار گرفته است؛ بی آذوقه و بی وسیله، و هر لحظه خطر مرگ او را تهدید می‌کند. در این بین، انسانی دیگر پیدا می‌شود و به او کمک می‌کند و او را از چنگال مرگ قطعی نجات می‌بخشد. بعد این دو انسان از یکدیگر جدا می‌شوند و یکدیگر را نمی‌بینند. سال‌ها بعد آن فردی که روزی گرفتار شده بود، نجات دهنده قدیمی خود را می‌بیند که به حال نزاری افتاده است. به یادش می‌افتد که روزی همین شخص او را نجات داده است. آیا وجدان این فرد در اینجا هیچ فرمانی نمی‌دهد؟ ... پاسخ مثبت است (مطهری، بی‌تا، ص ۲۱-۲۲).

به نظر شهید مطهری، معیار بسیاری از کارهای انسان «خیر اخلاقی» است و فرد آن را به خاطر «ارزش اخلاقی» انجام می‌دهد، نه به جهت امور مادی. ایشان این خصلت را از مختصات انسان و یکی از ابعاد معنوی او می‌داند که در سایر جان‌داران وجود ندارد (همان). هنگامی که خیرخواهی انسان صبغه الهی بگیرد و اتفاق با هدف جلب رضایت خداوند متعال صورت گیرد، بالاترین و ارزشمندترین مرتبه خیرخواهی تحقق یافته است.

نمودار ۱: انگیزه‌های مادی و معنوی اتفاق



هر یک از ابعاد مادی و معنوی انسان می‌تواند انگیزه‌های متفاوتی برای انجام فعالیت‌های عام المنفعه

از مقام خداوند، به دست می‌آید (رحمن: ۶۶). مراد از «خوف از مقام رب»، آن‌گونه که علامه طباطبائی تفسیر می‌کند، عبادت برای خود خداست، نه برای کسب بهشت و نه برای ترس از دوزخ (طباطبائی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۹، ص ۱۰۸).

استقلال انگیزه‌های مادی و معنوی

هرچند برخی از نظریه‌های تبیینی اثر قیمتی نامتعارف، به صورت ضمنی، امکان اثرگذاری منفی انواع انگیزش بر یکدیگر را مطرح کرده‌اند، اما این ادعا از چند جهت با مشکل مواجه است: اول. این نظریات هیچ دلیل و شاهدی مبنی بر اثرگذاری انواع انگیزش به عنوان گرایش‌های درونی بر یکدیگر ارائه نداده‌اند.

دوم. در بیشتر نظریه‌های تبیینی، بر نقش عوامل مخلی همچون کنترل (نظریه هزینه روانی)، مشکل علامت‌دهی (نظریه هزینه‌های اجتماعی، تغییر بازار مبادله و تغییر ترجیحات اجتماعی) بر انگیزه‌های درونی و نمایشی تأکید شده است. این بدان معناست که این عوامل مخل موجب کاهش اثرگذاری این انگیزه‌ها می‌شوند، نه اینکه افزایش انگیزش بیرونی موجب کاهش انگیزش درونی یا نمایشی شود.

در تأیید استقلال انگیزه‌های مادی و معنوی (و عدم اثرگذاری یکی بر دیگری) می‌توان به رویکرد قرآن مجید و روایات در تحریک همزمان آن‌ها استناد کرد. در برخی آیات قرآن، برای تقویت انگیزه افراد به صورت همزمان، به بهره‌مندی‌های مادی (مانند نعمت‌های مادی بهشتی) و معنوی (رضایت خداوند) مؤمنان اشاره شده است (توبه: ۷۲). همین رویکرد در تعلیم مؤمنان به درخواست حسنه دنیا و آخرت تعبیر شده است. در تفسیر عیاشی از امام صادق علیه السلام درباره آیه «ربنا آتنا فی الدنیا حسنة و فی الآخرة حسنة»، نقل شده است که آن حضرت رضایت خدا (رضوان الله) و بهشت را حسنه آخرت و وسعت در روزی و نیکویی خلق را حسنه در دنیا دانستند (طباطبائی، ۱۴۱۷ق، ج ۲، ص ۸۵).

البته قرآن مجید در رویکرد تشویقی خود، سعی دارد تا با اشاره به برتری بهره‌مندی‌های معنوی بر مادی، به تقویت بیشتر انگیزه‌های معنوی عمل صالح بپردازد. خداوند متعال در آیه ۷۲ سوره توبه، بهره‌مندی از رضایت خداوند را ارزشمندتر از نعمت‌های مادی بهشتی دانسته، آن را «رستگاری بزرگ» قلمداد می‌نماید (توبه: ۷۲). در آیات دیگر قرآن مجید نیز عواید معنوی عمل صالح همچون تزکیه نفس با پرداخت زکات (توبه: ۱۰۳)، برخورداری از هدایت الهی (عنکبوت: ۶۹؛ اخلاقی: ۱۳۹۰، ص ۱۴۳)، تسکین و آرامش قلب مؤمنان (فتح: ۱۸)، سلامت و امنیت (حجر: ۶۶)، تقویت روحیه برادری و پاک شدن از حسد و کینه (حجر: ۴۷) اشاره شده است.

کاهش تقاضای خیرخواهی

بر اساس نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی»، تحریک انگیزه‌های مادی می‌تواند موجب بروز اختلالاتی در تحریک انگیزه‌های معنوی خیرخواهانه شود. بر اساس این نظریه، این اختلال به این سبب بروز می‌کند که شکل‌گیری فضای بازاری برای تأمین نیاز به فعالیت عام‌المنفعه با هدف کاستن از تقاضای خیرخواهی موجب تردید افراد در مسئولیتشان در انجام رفتار خیرخواهانه می‌شود. تحریک بیش از حد انگیزه‌های مادی می‌تواند به واسطه ایجاد فضایی بازاری از یک سو، این علامت را مخابره کند که نیازی به مشارکت خیرخواهانه نیست (کاهش تقاضای محیطی) و از سوی دیگر، از میزان تقاضا برای مشارکت خیرخواهانه بکاهد (کاهش تقاضای عاملی) و در نتیجه، باعث غیر فعال شدن انگیزه‌های معنوی برای خیرخواهی شود.

احتمال بروز این مشکل از آن نظر زیاد است که بر اساس مقتضای بسیاری از آیات قرآن، آستانه تحریک‌پذیری انگیزه‌های مادی به واسطه زینت یافتن حب مال در انسان بسیار بالاست (آل عمران: ۱۴). در مقابل، انسان همواره در معرض آسیب ناشی از غفلت از انجام مسئولیت‌هایش قرار دارد (انعام: ۶۸؛ احزاب: ۷۲). از این رو، برای حضور و فعال شدن انگیزه‌های معنوی، ناچاریم افراد را تربیت کنیم و مدام به حضور این انگیزه‌ها توجه کنیم و آنها را تحریک نمایم (مطهری، ۱۳۷۰، ص ۱۶۲). تأکیدهای مکرر قرآن و روایات بر مسئولیت اجتماعی افراد برای انفاق در راه خداوند را می‌توان ناظر به سیاست تحریک انگیزه‌های معنوی (تذکر نسبت به مسئولیت‌ها) دانست (ذاریات: ۱۹).

شاید بتوان برخی از مذمت‌های مطرح شده از بازار در روایات معصومان علیهم السلام را ناظر به این موضوع دانست که محیط بازاری می‌تواند زمینه غفلت انسان از انجام مسئولیت‌هایش را فراهم آورد. نعمان بن سعد می‌گوید: «علی علیه السلام با تازیانه‌ای به بازار می‌رفت و می‌فرمود: به تو پناه می‌برم از شر فسوق و از شر این بازار» (بروجردی، ۱۳۸۶ق، ج ۲۳، ص ۲۴۵). در برخی روایات نیز بازار به عنوان جولانگاه شیطان قلمداد شده است (ابن اثیر، ۱۳۶۷، ج ۳، ص ۲۲۲). گذشته از آنکه بنا به مقتضای آیه ۸ سوره فاطر، نفس انسان می‌تواند برخی رفتارهای نادرست را برای انسان زینت دهد، ترکیب اثر اغواهای بازار و وسوسه‌گری نفس می‌تواند انسان را از انفاق در راه خدا باز دارد.

تحریک همزمان انگیزه‌ها

یکی از دلالت‌های مهم الگوی تشویقی و تنبیهی اسلامی، تحریک همزمان انگیزه‌های مادی و معنوی با تأکید بر دومی است (توبه: ۲۲). قرآن کریم در کنار تشویق‌های معنوی مانند «عند ربهم یرزقون» و «رضوان

من الله اكبر»، تشویق‌های مادی همچون «من جاء بالحسنة فله عشر امثالها» و «جنات تجري من تحتها الانهار» را نیز مطرح می‌کند.

تأکید قرآن بر انگیزه‌های معنوی انفاق، مانند عمل به مسئولیت و کسب رضایت خدا را می‌توان ناظر به برتری این نوع انگیزه بر انگیزه‌های مادی دانست (توبه: ۷۲)؛ زیرا انگیزه‌های معنوی درونی از ثبات و پایداری بیشتری برخوردارند (دولتی، ۱۳۷۷، ص ۱۳۹). از این رو، خداوند متعال برای تقویت انگیزه معنوی افراد برای دادن زکات، به پیامبر دستور می‌دهد که با دعا کردن آن‌ها را تکریم کن: از اموال آن‌ها صدقه‌ای (زکات) بگیر تا به وسیله آن، آن‌ها را پاک سازی و پرورش دهی، (و به هنگام گرفتن زکات) به آنها دعا کن؛ که دعای تو مایه آرامش آنهاست (توبه: ۱۰۳).

رویکرد قرآنی و روایی در گوشزد کردن مکرر مسئولیت‌های اجتماعی افراد در مقابل دیگران، نشانگر اهمیت اسلام به انگیزه‌های معنوی درونی است. در روش تربیتی اسلام، در کنار اشاره به منافع دنیوی انفاق در راه خداوند، از جمله برکت در اموال، تزکیه نفس و مانند آن، بر مسئولیت افراد نسبت به دیگران تأکید شده و عنوان گردیده است که در اموال شما، حق فقرا و نیازمندان قرار دارد (ذاریات: ۱۹). رسول خدا ﷺ با اشاره به مبانی هستی‌شناختی این مسئولیت اجتماعی می‌فرماید: همه انسان‌ها عیال خدای بزرگ هستند و کسی در پیشگاه او محبوب و عزیز است که انفاق و بخشش بیشتری به عیال خدا انجام دهد (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ج ۲، ص ۱۶۴).

شواهد تجربی نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی»

بر اساس نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی»، سیاست‌های تشویقی و تنبیهی می‌تواند با علامت‌دهی بازاری، موجب تردید در مسئولیت اجتماعی افراد برای مشارکت در فعالیت‌های عام‌المنفعه شود. این اختلال مشابه پدیده‌ای است که در مطالعات تجربی از آن به عنوان اثر «تماشاگر»^۸ یاد شده است. این اثر زمانی بروز می‌کند که حضور تعداد زیادی از افراد در یک صحنه تصادف موجب شود عابران احساس مسئولیت کمتری برای کمک بکنند؛ زیرا آن‌ها این تصور را دارند که دیگران به فرد صدمه دیده کمک خواهند کرد. همین مشکل می‌تواند در خصوص پرداخت پول برای تشویق فعالیت‌های عام‌المنفعه روی دهد؛ زیرا استفاده از مشوق پولی می‌تواند حاکی از این موضوع باشد که فعالیت هدف ماهیتی بازاری پیدا کرده است. در این شرایط، افرادی که نیاز چندانی به درآمد مالی اندک عرضه شده ندارند، در زمینه لزوم مشارکت خیرخواهانه دچار تردید می‌شوند.

تردید در لزوم مشارکت خیرخواهانه می‌تواند به دلایل گوناگونی رخ دهد. برای نمونه، مطالعات جیمز

اندرونی^۹ نشان می‌دهد که کمک دولت به خیریه‌ها از آن نظر موجب کاهش کمک‌های مردمی به خیریه‌ها شده که خیریه‌ها تلاش کمتری برای جمع‌آوری خیریه انجام داده‌اند. وی این اثر را اثر «تخلیه جمع‌آوری کمک» می‌نامد (اندرونی و پاین، ۲۰۱۱). این بدان معناست که خیریه‌ها درخواست کمتری از مردم برای کمک کرده‌اند و از همین رو، از میزان مشارکت‌ها کاسته شده است.

بر اساس نتایج برخی مطالعات، شرایط سخت بازاری می‌تواند موجب تردید در مسئولیت اخلاقی و دینی افراد برای انجام رفتارهای عام‌المنفعه شود. برای نمونه، نتایج مطالعه بار (۲۰۰۴) نشان می‌دهد که پای‌بندی افراد تحت آزمون به یکی از مذاهب اسلام یا مسیحیت، موجب تقویت رفتار منصفانه در بازی «دیکتاتور» شده است، به گونه‌ای که آن‌ها ۲۳ درصد بیش از افراد غیرمعتقد به طرف مقابل پیشنهاد داده‌اند.^{۱۰} ولی در بازی «جریمه توسط شخص ثالث»، تأثیر باورهای مذهبی بر رفتار منصفانه کاهش یافته و افراد معتقد نیز به سمت رفتار خودخواهانه تمایل پیدا کرده‌اند. بار (۲۰۰۴) نتایج مذکور را این‌گونه تحلیل می‌کند که در شرایط استفاده از جریمه، تعلیمات اخلاقی این ادیان غیرمرتبط دانسته شده است؛ زیرا جریمه حاکی از وجود فضایی رقابتی است و می‌تواند انگیزه افراد برای حفظ خود و تأمین نیازهای مالی ضروری‌شان را تقویت کند (بار، ۲۰۰۴).

نتایج مطالعه هافمن و همکاران (۱۹۹۴) نشان داد هنگامی که در مطالعات آزمایشگاهی از بازی «اتمام حجت» با عنوان بازی «مبادله» یاد شد، از میزان سخاوتمندی و رفتار منصفانه بازیگران کم شد (هافمن و همکاران، ۱۹۹۴). این بدان معناست که حتی تغییر نام بازی نیز می‌تواند در تلقی افراد از رفتار مطلوب تأثیرگذار باشد.^{۱۱}

بررسی تأثیر استفاده از مشوق‌های مالی برای اهدای کلیه در جمهوری اسلامی ایران نیز مؤید ادعای کاهش تقاضای خیرخواهی است. معرفی مشوق‌های مزبور، موجب کاهش نسبت اهدای خیرخواهانه کلیه به عرضه غیر انتفاعی از ۷۸ درصد در سال ۱۳۶۵ به ۱۱ درصد در سال ۱۳۸۴ گردید (قدس و ساوج، ۲۰۰۶). بر اساس نتایج یک مطالعه تجربی، کاهش میزان اهدای خیرخواهانه کلیه متأثر از دو عامل بوده است: اول. با توجه به امکان تهیه کلیه پیوندی با پرداخت پول، افراد نیازمند کلیه علاقه کمتری دارند که از خویشاوندان خود تقاضای اهدای کلیه کنند. دوم. اهدکنندگان بالقوه نیز به خاطر امکان تهیه کلیه پیوندی با پرداخت پول، احساس مسئولیت کمتری برای اهدای غیر انتفاعی می‌بینند (شمسا و همکاران، ۲۰۰۱، ص ۳-۲۶۵۰؛ قدس، ۲۰۰۲، ص ۲۲۸).

نتایج برخی مطالعات تجربی سیاست پیشنهادی تحریک همزمان انگیزه‌های مادی و معنوی با تأکید بر دومی را تأیید می‌نماید. برای نمونه، نتایج مطالعه روزنتال (۲۰۰۸) نشان می‌دهد که استفاده از جریمه کم

برای انجام فعالیت‌های عام‌المنفعه است. این انگیزه‌ها، که ریشه در بعد معنوی انسان دارد، وابستگی تنگاتنگی با احساس مسئولیت افراد دارد. بر اساس نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی»، که در این مقاله مطرح شد، تشویق و تنبیه اقتصادی می‌تواند موجب کاهش احساس مسئولیت افراد برای مشارکت خیرخواهانه شود؛ زیرا مشوق‌های اقتصادی می‌تواند این علامت را مخابره کند که فعالیت بازاری برای تأمین فعالیت عام‌المنفعه هدف شکل گرفته و نیاز چندانی به مشارکت غیرانتفاعی افراد نیست. برخی از شواهد تجربی، از جمله نتایج مطالعه‌الگوی ایرانی پیوند کلیه در ایران، پیش‌بینی‌های نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی» را تأیید می‌کند؛ زیرا استفاده از مشوق‌های مالی موجب کاهش تقاضای عاملی و محیطی اهدای غیرانتفاعی کلیه را در پی داشت.

لازمه سیاست‌گذاری نظریه «کاهش تقاضای خیرخواهی» تحریک همزمان انگیزه‌های مادی و معنوی با تأکید بر انگیزه‌های نوع دوم است. این سیاست با شیوه خطابات شرعی، در تحریک همزمان انگیزه‌های مادی و معنوی سازگار است. مطالعات بعدی می‌تواند با تفصیل بیشتری به بررسی نظریات اسلامی در حوزه انگیزش رفتارهای عام‌المنفعه و همچنین آزمون تجربی آثار سیاست‌های تشویقی و تنبیهی بپردازد.

برای استفاده نکردن از کیسه‌های پلاستیکی در ایرلند، موجب موفقیت زیادی در کاهش مصرف شد؛ چرا که همراه این جریمه، فعالیت تبلیغاتی گسترده‌ای برای فرهنگ‌سازی آن انجام گرفت. این فعالیت به عنوان محرک انگیزه‌های معنوی عمل کرد و از غیرفعال شدن آن‌ها کاست (روزنتال، ۲۰۰۸).

نتیجه‌گیری

در چند دهه اخیر، نتایج مطالعات تجربی در زمینه هزینه‌های مخفی مشوق‌ها تردیدهایی را در زمینه اثربخشی کامل سیاست‌های تشویقی و تنبیهی اقتصادی ایجاد کرد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده از مشوق‌ها در برخی موارد، همچون اهدای خون، کار داوطلبانه، تعهد کاری و حفظ محیط زیست اثری غیر متعارف برجای گذاشته است. اثر مشاهده شده با اقتضائات نظریه سنتی قیمت مبنی بر رابطه مستقیم بین قیمت و عرضه و رابطه غیر مستقیم بین قیمت و تقاضا و اصل اثر بخشی مشوق‌ها هماهنگی کامل ندارد. این پدیده از این نظر مشابه موارد استثنایی و نامتعارف در نظریه «قیمت»، همچون منحنی تقاضای صعودی کالای گیفن و منحنی عرضه مایل به چپ نیروی کار است که تأثیرهای مستقیم تغییرات قیمت بر رفتار (اثر جانشین) به واسطه تأثیرات غیر مستقیم آن از طریق تغییر سایر متغیرها (اثر درآمدی) خنثی شده است. تنها تفاوت موجود، معرفی عواملی غیر از اثر درآمدی، همچون اثر تخلیه انگیزش درونی به عنوان عامل خنثاکننده اثر جانشین است.

با توجه به تحلیلی که در مقاله از کارکرد نامتعارف مشوق‌ها معرفی شد، اثر نامتعارف سیاست‌های تشویقی و تنبیهی بر رفتار را از آن نظر می‌توان اثر قیمتی نامتعارف نامید که افزایش منافع (هزینه‌های) انجام یک فعالیت عام‌المنفعه (مضر اجتماعی)، با فرض ثبات سایر شرایط، موجب کاهش افزایش انجام آن شده است. هرچند لازمه برخی نظریه‌های تبیینی پیشنهادی حاکی از اثر گذاری تغییرات قیمت بر سایر متغیرها، از جمله هزینه روانی و اجتماعی انتظاری است، اما این امر را نمی‌توان دلیل نقض فرض ثبات سایر شرایط دانست؛ زیرا تغییرات مزبور مستقل از تغییرات قیمت نیست.

اقتصاددانان برای تبیین اثر قیمتی نامتعارف تشویق و تنبیه اقتصادی، به طور عمده، بر نقش مشوق‌ها در ایجاد هزینه‌های روانی (نظریه هزینه‌های روانی) یا اجتماعی (نظریه هزینه‌های اجتماعی) برای مشارکت کنندگان در فعالیت‌های عام‌المنفعه تأکید کرده‌اند. برخی از نظریه‌پردازان نیز مشوق را به عنوان عامل از بین رفتن ترجیحات اجتماعی (نظریه «تغییر در ترجیحات اجتماعی») و یا غیرفعال شدن انگیزه‌های درونی و نمایشی (نظریه «تغییر بازار مبادله») معرفی کرده‌اند.

یکی از اشکالات نظریه‌های تبیینی پیشنهادی توجه کافی نداشتن به انگیزه‌های اخلاقی خیرخواهانه

پی‌نوشت

- ۱ The Hidden Costs of Reward and Punishment
- ۲ The Hidden Costs of Incentives
- ۳ Non-standard Incentive Effects
- ۴ Abnormal Functioning of Incentives
- ۵ Incentive Theory
- ۶ Price Theory
- ۷ Incentive contracts
- ۸ Bystander effect
- ۹ James Anderoni

۱۰. در بازی «دیکتاتور»، فردی که از او با عنوان «دیکتاتور» یاد می‌شود درباره چگونگی توزیع مبلغی پول بین خودش و دیگری تصمیم می‌گیرد. در این بازی، طرف مقابل نمی‌تواند واکنشی در مقابل این تصمیم نشان دهد.

۱۱. در بازی «اتمام حجت»، دو نفر درباره تقسیم مبلغی پول بین خودشان تصمیم می‌گیرند. بازیگر اول پیشنهادی درباره چگونگی توزیع پول می‌دهد. بازیگر دوم می‌تواند این تقسیم را بپذیرد یا رد کند. در صورت پذیرش تقسیم، به هر یک مبلغ تعیین شده اختصاص می‌یابد، و در صورت عدم پذیرش، به هیچ‌کدام چیزی تعلق نمی‌گیرد.

منابع

- اخلاقی، عبدالرحیم، ۱۳۹۰، «نگاهی به روش تشویق در ایجاد انگیزه از دیدگاه قرآن»، *اسلام و پژوهش‌های مدیریتی*، ش ۱، ص ۱۲۷-۱۵۹.
- بروجردی، آقا حسین و دیگران، ۱۳۸۶ق، *منابع فقه شیعه (ترجمه جامع احادیث الشیعه)*، تهران، فرهنگ سبز.
- داودی، پرویز، ۱۳۷۴، *اقتصاد خرد ۱*، تهران، موسسه تحقیقات اقتصادی.
- دولتی، غلامرضا، ۱۳۷۷، *بررسی تشویق از دیدگاه اسلام و فرآیند تقویت از دیدگاه نورفناگرایی رادیکال اسکینری*، پایان نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- رجبی، محمود، ۱۳۷۹، *انسان شناسی*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- ریو، جان مارشال، ۱۳۷۶، *انگیزش و هیجان*، ترجمه محمدکریم خدائاهی، تهران، سمت.
- طباطبائی، محمدحسین، ۱۴۱۷ق، *المیزان فی تفسیر القرآن*، قم، جامعه مدرسین.
- لویت، استیفن، ۱۳۸۵، *اقتصاد علم انگیزه‌ها*، ترجمه امیرحسین توکلی، تهران، سبزان.
- مطهری، مرتضی، ۱۳۷۰، *فلسفه تاریخ*، تهران، صدرا.
- ____، ۱۳۷۴، *تعلیم و تربیت در اسلام*، چ بیست و ششم، تهران، صدرا.
- ____، ۱۳۸۵، *مقدمه‌ای بر جهان بینی اسلام (انسان در قرآن)*، تهران، صدرا.
- ____، بی تا، *انسان در قرآن، مقدمه‌ای بر جهان بینی اسلامی*، تهران، صدرا.
- منکیو، گریگوری، ۱۳۸۸، *نظریه اقتصاد خرد*، ترجمه حمیدرضا ارباب، تهران، نی.
- هادوی‌نیا، علی اصغر، ۱۳۸۷، *فلسفه اقتصاد در پرتو جهان بینی قرآن کریم*، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- Amabile, T. M., DeJong, W., & Lepper, M. R, 1976, "Effects of externally imposed deadlines on subsequent intrinsic motivation", *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(1), p 92.
- Andreoni, James & Payne, A. Abigail, 2011. "Is crowding out due entirely to fundraising? Evidence from a panel of charities," *Journal of Public Economics, Elsevier*, Elsevier, vol. 95(5), p 334-343.
- Ariely, D. Bracha, A. & Meier, S, 2009, "Doing Good or Doing Well? Image Motivation and Monetary Incentives in Behaving Prosocially", *American Economic Review*, 99 (1), 544-555.
- Arrow, K, 1972, "Gifts and Exchanges", *Philosophy and Public Affairs*, 1 (4), 343-362.
- Barkema, H. G, 1995, "Do Job Executives Work Harder when They are Monitored?," *Kyklos*, 48, 19-42.
- Bauer, T. K, 2004, "High Performance Workplace Practices and Job Satisfaction: Evidence from Europe", *IZA Discussion Paper*, No. 1265.
- Becker, Gary S, 2009, Organ Sales, In Gary S. Becker & Richard A. Posner (eds.), *Uncommon Sense: Economic Insights, from marriage to terrorism*, Chicago and London: University of

- Eisenberg, N., Fabes, R. A., & Spinrad, T. L., 2006, "Prosocial Development", In N. Eisenberg(ed.), *Handbook of Child Psychology*, Vol. 3, P. 646-718, New Jersey, Wiley.
- Ellingsen, T., Johannesson, M., Möllerström, J., & Munkhammar, S., 2011, *Social Framing Effects: Preferences or Beliefs*, In Stockholm School of Economics, Ramböll Management and Harvard University: <http://www2.hhs.se/personal/ellingsen/pdf/FramingGEB1.pdf>
- Falk, A., & Kosfeld, M., 2004, "Distrust-The Hidden Costs of Control", *IZA DP*, No. 1203, 1-36.
- Fehr, E., & Gächter, S., 2002, "Do Incentive Contracts Undermine Voluntary Cooperation?", *IEW-Working Paper*, No. 34, 1-43.
- Fehr, E., & List, J. A., 2004, "The Hidden Costs and Rewards of Incentives" *Journal of the European Economic Association*, 422, 743-771.
- Fehr, E., & Rockenbach, B., 2003, "Detrimental Effects of Sanctions on Human Altruism", *Nature*, 422, 137-140.
- Fehr, E., Gächter, S., & Kirchsteiger, G., 1997, "Reciprocity as a Contract Enforcement Device: Experimental Evidence", *Econometrica*, 65 (4), 833-860.
- Fehr, E., Gächter, S., & Kirchsteiger, G., 1997, "Reciprocity as a Contract Enforcement Device: Experimental Evidence", *Econometrica*, 65 (4), 833-860.
- Fehr, E., Keln, A., & Schmidt, K. M., 2007, "Fairness and Contract Design", *Econometrica*, 75 (1), 121-54.
- Fehr, E., Kirchsteiger, G., & Riedl, A., 1993, "Does Fairness prevent Market Clearing? An Experimental Investigation", *Quarterly Journal of Economics*, 108 (2), 437-460.
- Fehr, E., Klein, A., & Schmidt, K. M., 2004, *Contracts, Fairness, and Incentives*, Unpublished.
- Flink, C., Boggiano, A. K., & Barrett, M., 1990, "Controlling teaching strategies: Undermining children's self-determination and performance", *Journal of Personality and Social Psychology*, 26, 5-23.
- Frey, B., 1997 (a), "A constitution for Knaves Crowds out Civic Virtues" *Economic Journal*, 107 (433), 1042-1053.
- Frey, B., 1997 (b), *Not Just for the Money; An Economic Theory of Personal Motivation*, Edward Elgar.
- Frey, B. S., 1993, "Does Monitoring Increase Work Effort? The Rivalry With Trust and Loyalty" *Economic Inquiry*, 31, 663-670.
- Frey, B. S., & Jegen, R., 2001, "Motivation Crowding Theory", *Journal of Economic Surveys*, 15 (5), 589-610.
- Frey, B. S., & Meier, S., 2004, "Pro-social Behavior in a Natural Setting", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 54, 65-88.
- Frey, B., & Göette, L., 1999, "Does Pay Motivate Volunteers?", *Working Paper*, No. 7, for Empirical Research in Economics, University of Zurich.
- Frey, B., & Jegen, R., 2001, "Motivation Crowding Theory", *Journal of Economic Surveys*, 15 Chicago Press, 79-84
- Becker, G. S., 1993, *A treatise on the Family: Enlarged Edition*. Cambridge & London: Harvard University Press.
- Bénabou, R. & Tirole, J., 2006, "Incentives and Prosocial Behavior", *The American Economic Review*, 1652-1678.
- Bewley, T. F., 1995, "A Depressed Labor Market as Explained by Participants", *American Economic Review*, 85, 250-254.
- Bohnet, I., Frey, B. S., St Huck, S., 2001, "More order with less law: On contract enforcement, trust and crowding", *American Political Science Review*, 95, 131-144
- Bowels, & Polanía-Reyes, 2011, Economic Incentives and Social Preferences; A Preference-based Lucas Critique of Public Policy, P. 1-45, University of Massachusetts Amherst.
- Brekke, K. A. Kverndokk, S. & Nyborg, K., 2003, "A n economic model of moral motivation", *Journal of Public Economics*, 87, 1967-1983.
- Calónico, S. e., 2007, To What Extent Do Latin Americans Trust and Cooperate? Field Experiments on Social Exclusion in Six Latin American Countries. In G. Márquez(ed.), The Changing Patterns of Exclusion in Latin America and the Caribbean. Economic and Social Progress in Latin America, 2008 Report. Washington D.C: IADB and DRCLAS Harvard.
- Cardenas, J. C. Stranlund, J. K. & Willis, C. E., 2000, "Local Environmental Control and Institutional Crowding-out", *World Development*, 28 (10), 1719-33.
- Cardenas, J. C., Stranlund, J. K., & Willis, C. E., 2000, "Local Environmental Control and Institutional Crowding-out", *World Development*, 28 (10), 1719-33.
- Cardenas, J., & Carpenter, J., 2008, "Behavioural Development Economics: Lessons from Field Labs in the Developing", *Journal of Development Studies*, 44 (3), 311-338.
- Deci, & Ryan, 2000, "Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development and Well-Being," *American Psychologist*, 55 (1), 68-78.
- Deci, E. L., & Cascio, W. E., 1972, Changes in intrinsic motivation as a function of negative feedback and threats. Paper presented at the *Eastern Psychological Association Convention*.
- Deci, E. L., 1972, "Effects of contingent and non-contingent rewards and controls on intrinsic motivation", *Organizational Behavior and Human Performance*, 8, 217-229.
- Deci, Edward L., Koestner, R., Ryan, Richard M. 1999, "A meta-analytic review of experiments examining the
- Deci, E. L., 1975, *Intrinsic Motivation*, New York, Plenum
- Dickinson, D., & Villeval, M.-C., 2004, "Does Monitoring Decrease Work Effort? The Complementarity Between Agency and Crowding-Out Theories", *IZA Discussion Paper*, No. 1222.
- "effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation", *Psychological Bulletin*, 125, 627-668.
- Ehrenberg, R. G., & Smith, R. S., 2012, *Modern Labor Economics, Theory and Public Policy*, 11th ed., Prentice Hall.

- Lepper, Mark R., Greene, David, Nisbett, R. E, 1997, "Undermining children's intrinsic interest with extrinsic
- Lepper, Mark R., Greene, David, Nisbett, R. E., 1973, "Undermining children's intrinsic interest with extrinsic rewards: A test of the "overjustification" hypothesis", *Journal of Personality and Social Psychology*, 28, 129-37.
- Levitt, S. D., & Dubner, S, 2005, *Freakonomics: A Rogue Economist Explores the Hidden Side of Everything*, London: Penguin Group.
- Livernois, J. and C.J. McKenna, 1999, "Truth or Consequences: Enforcing Pollution Standards with Self-Reporting", *Journal of Public Economics*, 71: 415-40.
- Margolis, R. B., & Mynatt, C. R, 1986, "The effects of external and self-administered reward on high base rate behavior", *Cognitive Therapy and Research*, 10, 109-122.
- Marshall, A, 1890, *The Principles of Economics*. London: Macmillan and Company.
- Mellström, C., and M. Johannesson, 2008, "Crowding Out in Blood Donation: Was Titmuss Right?," *Journal of the European Economic Association* ,6: 845-63.
- Pittmann, Thane S., Heller, Jack F, 1987, "Social Motivation", *Annual Review of Psychology* ,38, 461-89.
- Reeve, J, 2001, *Understanding Motivation and Emotion*, 3rd ed. New York: Harcourt College Publishers.
- rewards: A test of the "overjustification" hypothesis", *Journal of Personality and Social Psychology* ,28, 129-37.
- Rosenthal, E, 2008, "Motivated by a Tax, Irish Spurn Plastic Bags", *New York Times*: <http://www.nytimes.com/2008/02/02/world/Europe/02bags.html>.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L, 2000, "Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions", *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67.
- Sdorow, L. M, 1993, *Psychology*, 2th ed, Iowa: Brown & Benchmark Publishers.
- Shamsa, Ali et al, 2001, "Ten-year Experience with Related and Unrelated Living Kidney Transplantation at one Center", *Transplant Proc*, 33(5), 2650-3.
- Solow, R. S, 1971, "Blood and Thunder", *Yale Law Journal*, 80, 170-183.
- Titmuss, R. M, 1970, *The Gift Relationships*, London: Allen and Unwin.
- Vromen, J, 2012, Theoretical Isolation and the Dynamics of Disputes: Going Beyond Maki's De and Re-isolation. In A. Lehtinen, J. Kuorikoski, & P. Ylikoski, (eds.), *Economics for Real; Uskali Maki and the Place of Truth in Economics*, Routledge.
- Wiebel, A., Rost, K., & Osterloh, M, 2007, "Crowding-out of Intrinsic Motivation; Opening the Black Bo", *SSRN: Working Paper Series*, 1-44.
- (5), 589-610.
- Frey, B., & Meier, S, 2000, Political Economists are Neither Selfish Nor Indoctrinated. 69. IEW-WP.
- Frey, B., & Oberholzer-Gee, 1997, "The Costs of Price Incentives: An Empirical Analysis of Motivation Crowding-out", *The American Economic Review*, 87 (4), 746-755.
- Frey, B., & Oberholzer-Gee, 1997, "The Costs of Price Incentives: An Empirical Analysis of Motivation Crowding-out", *The American Economic Review* , 87 (4), 746-755.
- Frey, B., Eichenberger, R., & Oberholzer-Gee, F, 1996, "The Old Lady Visits Your Backyard; A Tale of Morals and Markets", *Journal of Political Economy*, 104, 193-209.
- Friedman, M, 2009, *Price theory*, Transaction Publishers.
- Galbiati, R., & Vertova, P, 2008, *Games and Economic Behavior*, 64 (1), 146-170.
- Ghods AJ, Savaj S, 2006, "Iranian model of paid and regulated living-unrelated kidney donation", *Clin J Am Soc Nephrol*, 1(6):1136-45.
- Ghods, A, 2002, "Renal transplantation in Iran", *Nephrol Dial Transplant*, 17, 222-228.
- Gisser, M, 1981, *Intermediate Price Theory, Analysis, Issues, and Applications*, New York: McGraw-Hill Book Company.
- Gneezy, U, 2004, *The W Effect of Incentives* Unpublished Paper.
- Gneezy, U., & Rustichini, A, 2000 (a), "A Fine is a Price", *Journal of Legal Studies*, 1-18.
- Gneezy, U., & Rustichini, A, 2000 (b), "Pay Enough or Don't Pay At All", *Quarterly Journal of Economics*, 115 (2), 791-810.
- Gwartney, J. D., Stroup, R. L., & Sobel, R. s, 2000, *Economics; Private and Public Choice*, 9th ed. USA: Harcourt College Publishers.
- Heyman, J., & Ariely, D, 2004, "Effort for Payment, A tale of Two Markets", *American Psychological Society* , 15 (11), 787-793.
- Hirshleifer, J., Glazer, A., & Hirshleifer, D, 2005, *Price Theory and Applications; Decisions, Markets, and Information*, 7th ed., Cambridge University Press.
- Hoffman, E., et al, 1994, "Preferences, Property Rights, and Anonymity in Bargaining Games", *Games and Economic Behavior* , 7 (3), 346-380.
- Ireland, T. R., & Koch, J. V, 1973, "Blood and American Attitudes", *In The Economics of Charity*, London: Institute of Economic Affairs, P. 145-155.
- Irlenbusch, B., & Sliwka, D, 2005, "Incentives, Decision Frames, and Motivation Crowding out- An Experimental Investigation", *IZA DP* , No. 1758.
- Kandel, E. R., & Schwartz, J. H, 1982, "Molecular biology of learning: Modulation of transmitter release", *Science*, 218, 433-443.
- Kunreuther, Howard, and Douglas Easterling, 1990, "Are risk-benefit tradeoffs possible in siting hazardous facilities?", *American Economic Review* , 80(2): 252-56.
- Lepper, Mark R., & Greene, David, 1978 (eds.), The hidden costs of reward: A new perspective on psychology of human motivation, Hillsdal, NY: Erlbaum.