



# نگاهی اجتماعی به پدیده‌های اقتصادی

مینرا عظیمی

## مقدمه

در زمان‌های مشخصی از سال، سایت‌های مختلف اینترنتی، رادیو، تلویزیون، روزنامه، پیامک و... مملو می‌شوند از تبلیغات بانک‌ها که در آنها وعده داده می‌شود که هزاران سکه، وجه نقد، اتومبیل و... به دارندگان حساب به قید قرعه اهدا می‌شود.

تحقیقات نشان داده‌اند هنگامی که یک بانک مباردت به قرعه‌کشی می‌کند و طی آن وعده و وعیدهایی به صاحبان حساب می‌دهد، نقدینگی سایر بانک‌ها به سمت بانک مقصد سوق می‌یابد. یعنی به محض آن که بانکی وعده‌ی اعطای جوایز گوناگون را می‌دهد، مردم- غالباً قشر متوسط، نسبت به انتقال پس‌انداز خود از بانک‌های دیگر، اقدام می‌کنند. این در حالی است که تمامی افرادی که به این امر مباردت می‌ورزند خود به خوبی آگاهند که شانس برنده شدنشان در قرعه‌کشی بسیار پایین است. این قبیل تصمیمات اقتصادی عجولانه از سوی مردم، نزد کارشناسان به "اقتصاد لاتاری" معروف است. گردش نقدینگی در میان بانک‌های مختلف به هنگام قرعه‌کشی علاوه بر آن که آثار و تبعات اقتصادی خاصی به دنبال دارد، برخی معضلات اجتماعی را نیز به همراه خواهد داشت و قدر مسلم آثار اقتصادی چنین اقداماتی سریع‌تر از آثار اجتماعی آن بروز می‌کند. مطالعه‌ی اجتماعی این پدیده، در قالب علم روان‌شناسی اجتماعی می‌گنجد. بنابراین لازم

است ابتدا نگاهی کوتاه داشته باشیم به مبانی و کلیات این مقوله و سپس به بررسی پدیده‌ی مطروحه بپردازیم. به عبارت دیگر قصد داریم که این پدیده‌ی به ظاهر اقتصادی را با نگاهی اجتماعی مورد بررسی قرار دهیم.

اوتو کلاین برگ "Otto Klineberg, ۱۹۵۴" روان‌شناسی اجتماعی را علم مطالعه رفتار فرد در وضع گروهی تعریف کرده است و آلپورت "Allport, ۱۹۲۴" تعریف زیر را برای آن ارائه کرده است: "با جزئی استثنائات، روان‌شناسان اجتماعی رشته خود را با کوششی می‌دانند برای فهم و تبیین این مطلب که افکار، احساسات یا رفتار افراد چگونه تحت تاثیر حضور واقعی، تصویری یا تلویحی دیگران قرار می‌گیرد.

به بیان ساده‌تر، روان‌شناسی اجتماعی اثرات حضور دیگران را بر رفتار فرد، یا رفتار فرد را تحت تاثیر گروه، مورد بررسی و مطالعه قرار می‌دهد. روشن است که تاثیر دیگران بر فرد مستلزم وجود روابط متقابل بین فرد با دیگران است و بنابراین به یک تعریف دیگر، روان‌شناسی اجتماعی به عنوان علم مطالعه رفتار متقابل بین انسان‌ها یا علم مطالعه تعامل انسان‌ها شناخته می‌شود. با اندک دقتی در تعریف‌های ذکر شده، به سادگی می‌توان دید که طبق این تعریف‌ها بخش اعظم رفتارهای انسان تحت تاثیر حضور دیگران قرار می‌گیرد و حاصل عوامل اجتماعی است. از آن جا که انسان موجودی

اجتماعی است، بسیار طبیعی است که رفتار او از دیگران اثر بپذیرد و تحت تاثیر حضور دیگران واقع شود. این مساله آن چنان بدیهی است که می‌توان به جرات ادعا کرد که رفتارهای ما، حتی در تنهایی هم که باشیم، تحت تاثیر دیگران قرار دارد. بسیاری از الگوهای رفتاری ما نیز تحت تاثیر جامعه و عوامل اجتماعی شکل گرفته‌اند، منتهی ما چون در بین گروهی زندگی می‌کنیم که همه افراد آن دارای همان الگوهای رفتاری هستند، چندان متوجه این مطلب نیستیم.

در علم روان‌شناسی رفتارهایی نظیر انتقال وجه به سمت بانک‌های جایزه دهنده، گرایش به سمت شرکت‌های هرمی و... را تحت عنوان "نفوذ اجتماعی و هم‌نواپی" مورد بررسی قرار می‌دهند. به این ترتیب که یکی از جنبه‌های بسیار مهم رفتار اجتماعی متقابل، نفوذ اجتماعی است. مفهوم نفوذ اجتماعی آن است که کسی توان تحت تاثیر قرار دادن دیگران را چه با گفتار و چه با رفتار خود داشته باشد. در روان‌شناسی اجتماعی منظور از نفوذ اجتماعی، توان هم‌رنگ کردن فرد با گروه و کنترل فرد از سوی گروه است. هم‌نواپی عبارت است از: احساس فشار واقعی یا خیالی از سوی گروه به وسیله فرد که در نتیجه سبب تغییر در رفتار او شود. محققان بر این عقیده‌اند که مردم به دو دلیل کاملاً متفاوت هم‌نواپی می‌کنند و دو نوع هم‌نواپی قابل تعیین است که با آن دو دلیل مطابقت می‌کند: هم‌نواپی اطلاعاتی و هم‌نواپی هنجاری.

اطراف خویش بدانیم. اهمیت این دیدگاه در آن است که ما را وامی دارد تا درباره پدیده همنوایی عجولانه قضاوت نکرده و آن را همیشه بد و منفی تلقی نکنیم. چنان که کالتیز (۱۹۷۰) گفته است: "ساده‌نگاری و سوال در این باره که آیا همنوایی خوب یا بد است، یک اشتباه است. شخصی که از پذیرش نظر و توصیه هر کسی در مورد هر موضوعی خودداری می‌کند، احتمالاً دارای مشکلات ویژه زندگی خود است. همانگونه که شخصی که همیشه همنوایی می‌کند و هیچگاه قضاوتی بر مبنای منابع اطلاعاتی فردی خود انجام نمی‌دهد نیز دارای مشکل است."

### جمع‌بندی:

همان‌طور که پیشتر گفته شد، زمانی که شخصی در موقعیت همنوایی قرار می‌گیرد، صرفاً به دنبال راه حلی برای رفع شک و تردید خود است. به این معنی که در حالت مواجه شدن با حالتی گنگ و مبهم آمادگی زیادی پیدا می‌کنیم تا با اطلاعات رسیده در آن زمینه همنوایی کنیم. بر این اساس می‌توان گفت: یکی از دلایل رواج لاتاری در کشور، عدم ثبات و شفافیت اقتصادی است. تغییرات ناگهانی که در بدنه‌ی خود رخ می‌دهد، سیاست‌ها و تقسیمات غیر منتظره، شوک‌های اقتصادی مختلف، تحریم‌های اقتصادی و... همه از جمله مسائلی هستند که اقتصاد کشور را سست و متزلزل ساخته است. همین امر موجب شده تا مردم صرفاً به دنبال تامین سرمایه‌ای جهت تقویت بینه‌ی اقتصادی خود باشند. زیرا آنها به این باور رسیده‌اند که روش‌های اصولی و مرسوم کسب درآمد، آینده اقتصادی روشنی را برایشان رقم نخواهد زد.

نامیدی از رسیدن به سطح رفاهی مطلوب و مطمئن از طریق انجام فعالیت‌های مشروع و قانونی، آحاد جامعه را به بن‌بست رسانیده تا جایی که آنها را به شانس و اقبال دل‌خوش کرده است. با فراگیر شدن این حالت میان مردم، روحیه قماربازی در جامعه به شدت تقویت خواهد شد و باید گفت که قشرهای متوسط و پایین جامعه آسیب‌پذیرترین اقشار در برابر پدیده‌ی قمار هستند.

از سوی دیگر عدم شفافیت اقتصادی و کاهش روزافزون توان معیشتی آحاد جامعه موجب شده است که آنها به هر دستاویزی متوسل شوند تا بتوانند اندکی از فشارهای اقتصادی وارد بر خود بکاهند. در این میان انجام تبلیغات گسترده و وعده‌ی اعطای جوایز گوناگون از سوی بانک‌ها اراده‌ی آنها را سلب کرده و تشویق به سرمایه‌گذاری در بانک جایزه‌دهنده می‌کنند. این درست به معنای "عدم اندیشیدن و محول کردن آن به گروه‌های مرجع جامعه" است زیرا در بسیاری موارد، مردم خود به برنده نشدنشان ایمان دارند، اما تحت تاثیر تبلیغات و جریان کلی انتقال نقدینگی‌ها که مردم خود به نادرست بودن این جریان اطمینان دارند؛ ولی تحت تاثیر محیط آن را درست پنداشته و به انجام آن مبادرت می‌ورزند. کارشناسان معتقدند رواج چنین تصمیم‌گیری‌هایی رفته رفته می‌تواند موجب بروز پدیده‌ی -دو شخصیتی- در جامعه شود.

فردی که لباس پوشیدن او تابع مد یا هنجارهای گروه نیست، فردی است مستقل. شخصی که "کار خودش را می‌کند". در کنار این نوع رفتار که مستقل از فشار گروهی است، اصطلاح ناهمنوایی یا ضد همنوایی برای پاسخ‌هایی به کار می‌رود که مخالف پاسخ‌های اکثریت در بیشتر موارد باشد.

یک فرد ناهمنا یا ضد همنا ممکن است عملاً همواره لباس‌هایی بپوشد که با هنجار گروهی مغایر باشد. بنابراین، رفتار دو فرد در یک موقعیت ممکن است مشابه به نظر بیاید، اما به خاطر انگیزه‌های کاملاً متفاوتی باشد.

مهمترین نتیجه‌ای که از تحقیقات پیرامون همنوایی برمی‌آید آن است که عوامل موقعیتی در فراخوانی رفتار همنوایی دارای اهمیت فراوانند و بدون شک در نظر گرفتن همنوایی به صورت صرفاً واکنشی بازتابی در برابر فشار گروهی یک اشتباه است. در عوض بهتر است دلایل انتخاب فرد را بررسی کنیم. بعضی از صاحب‌نظران معتقدند که شخص در یک موقعیت همنوایی صرفاً در جست‌وجوی راه حلی برای رفع تردید و عدم یقین خود است. این امر در تحقیقات مربوط به همنوایی تحت عنوان "ابهام موقعیت و اطلاعات رسیده" مورد بررسی قرار گرفته است. مفهوم این حالت آن است که وقتی ما با موقعیت مبهمی روبه‌رو می‌شویم، آمادگی زیادی پیدا می‌کنیم تا با اطلاعات رسیده در آن زمینه همنوایی کنیم. ما می‌توانیم همنوایی را محصول کوشش شخص برای حل مسایل و رسیدن به نتایجی در مورد محیط و اوضاع و احوال

وقتی مردم بدین دلیل همنوایی کنند که فکر می‌کنند نظر جمع درست است و بر نظر خود آنها ترجیح دارد، گفته می‌شود همنوایی اطلاعاتی صورت گرفته است. به طور معمول هر دو نوع همنوایی با هم عمل می‌کنند. در واقع چند تن از آزمایش‌های روان‌شناسان گفته‌اند که آنها عمداً با نظر نادرست گروه همنوایی کرده‌اند. اما تمایز بین این دو نوع همنوایی حایز اهمیت است. نه فقط از این نظر که به ما در فهم همنوایی کمک می‌کند، بلکه از این جهت که دو نوع همنوایی کاملاً متفاوت ایجاد می‌کنند: همنوایی خصوصی و همنوایی عمومی. همنوایی خصوصی که می‌توان آن را پذیرش حقیقی دانست در توصیف مواردی به کار می‌رود که در آن نه تنها رفتار آشکار مشخص همنا تغییر می‌کند، بلکه ذهن او نیز عوض می‌شود. همنوایی در این سطح بدان معناست که شخص معتقد شده نظر دیگران درست است. در مقابل، همنوایی عمومی که بعضی اوقات تسلیم خوانده می‌شود، به تغییرات ظاهری و سطحی در رفتار اطلاق می‌شود. گاهی مردم در برابر فشار هنجاری مسلط با اعلام اینکه با دیگران موافقت خود را از خطرات می‌رهانند در حالی که در باطن با نظر جمع موافق نیستند و رفتار آنان در خلوت با آنچه در جمع نشان می‌دهند، تفاوت دارد.

### نکاتی چند در مطالعه همنوایی

نشان دادن رفتار همنوایی همیشه بازتاب پذیرش واقعی

یک موضوع نیست. یک فرد ممکن است با عقاید گروه همنوایی کند بدون اینکه معتقد باشد آن عقاید درستند. اگر این فرد در موقعیت دیگری قرار بگیرد چه بسا به صورتی کاملاً متفاوت عمل کند. به عنوان مثال، ما به آسانی می‌توانیم شخصی را مجسم کنیم که وقتی در گروه خود قرار می‌گیرد، بگوید که از موسیقی کلاسیک خوشش نمی‌آید چون می‌داند اعضای گروه از موسیقی کلاسیک استقبال نمی‌کنند، اما در تنهایی اغلب به موسیقی کلاسیک گوش فرادهد.

اگر همنوایی، رفتاری عمومی است که به صورت تسلیم شدن به فشار گروهی به ظهور می‌رسد، نقطه‌ی مقابل همنوایی چگونه رفتاری خواهد بود؟

می‌توان دو نوع رفتار مغایر با همنوایی را مجسم کرد: یکی استقلال رای که به صورت رفتاری که بدون توجه به هنجارهای گروهی به ظهور می‌رسد، تعریف شده است.

