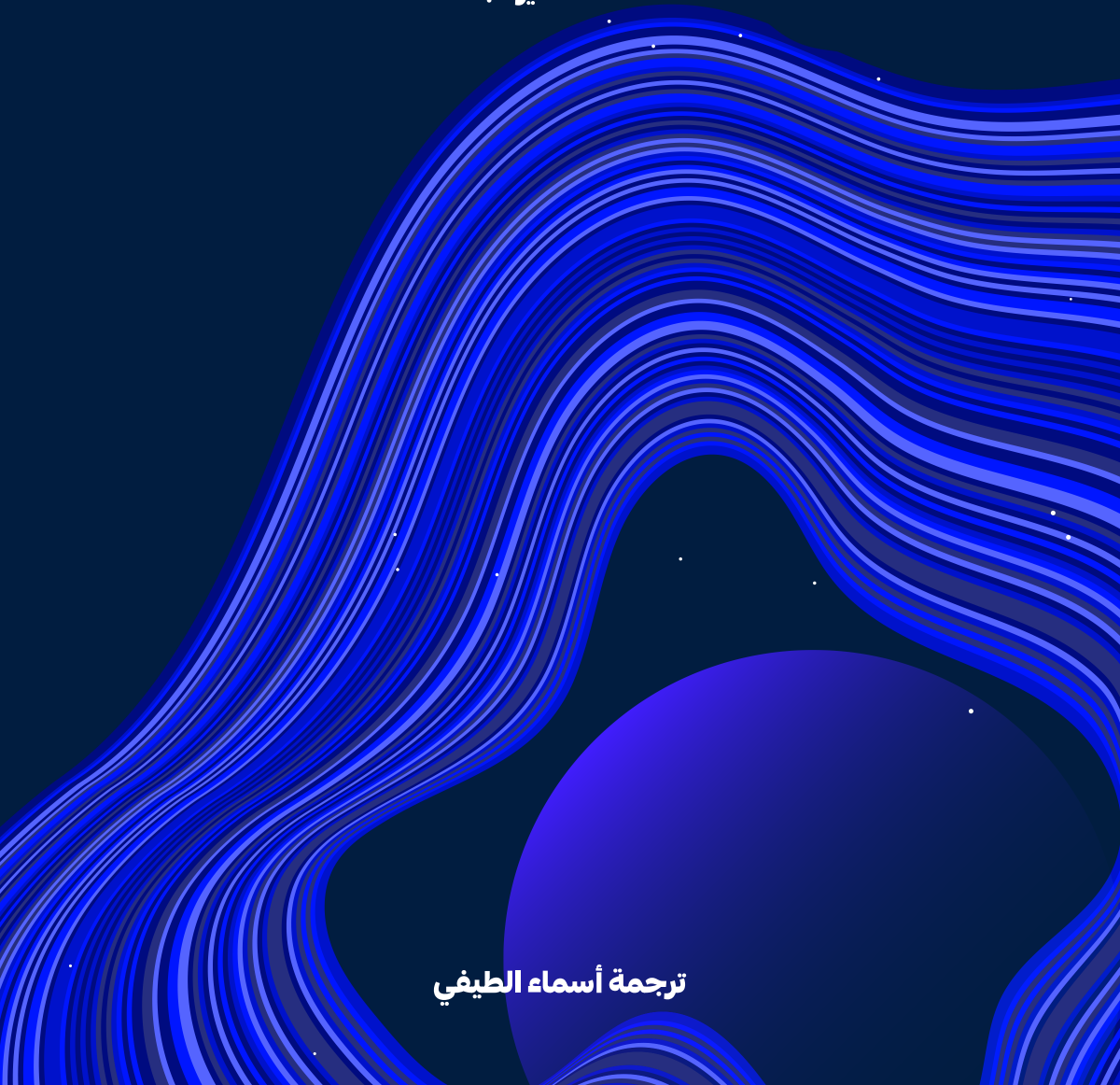
ميشيل باديلي

الاقتصاد السلوكي

مقدمة قصيرة جدًّا



ترجمة أسماء الطيفي

الاقتصاد السلوكي

مقدمة قصيرة جدًّا

تأليف
ميشيل باديلي

ترجمة
أسماء الطيفي

مراجعة
سارة ياقوت

هنـــداوي

الاقتصاد السلوكي

Behavioural Economics

ميشيل باديلي

Michelle Baddeley

الناشر مؤسسة هنداوي
المشهرة برقم ١٠٥٨٥٩٧٠ بتاريخ ٢٦ / ١ / ٢٠١٧

يورك هاوس، شييت ستريت، ونسدور، SL4 1DD، المملكة المتحدة
تليفون: ٨٣٢٥٢٢ ١٧٥٣ (٠) ٤٤ +
البريد الإلكتروني: hindawi@hindawi.org
الموقع الإلكتروني: https://www.hindawi.org

إنَّ مؤسسة هنداوي غير مسئولة عن آراء المؤلف وأفكاره، وإنما يعبِّر الكتاب عن آراء مؤلفه.

تصميم الغلاف: ولاء الشاهد

الترقيم الدولي: ٦ ٣٧٩١ ٥٢٧٣ ١ ٩٧٨

صدر الكتاب الأصلي باللغة الإنجليزية عام ٢٠١٧.
صدرت هذه الترجمة عن مؤسسة هنداوي عام ٢٠٢٥.

جميع حقوق النشر الخاصة بتصميم هذا الكتاب وتصميم الغلاف محفوظة لمؤسسة هنداوي.
جميع حقوق النشر الخاصة بالترجمة العربية لنص هذا الكتاب محفوظة لمؤسسة هنداوي.
جميع حقوق النشر الخاصة بنص العمل الأصلي محفوظة لدار نشر جامعة أكسفورد.

Copyright © Michelle Baddeley 2017. *Behavioural Economics: A Very Short Introduction* was originally published in English in 2017. This translation is published by arrangement with Oxford University Press. Hindawi Foundation is solely responsible for this translation from the original work and Oxford University Press shall have no liability for any errors, omissions or inaccuracies or ambiguities in such translation or for any losses caused by reliance thereon.

المحتويات

شكر وتقدير	٩
١- الاقتصاد والسلوك	١٣
٢- الدوافع والحوافز	٢١
٣- التفاعلات الاجتماعية	٣١
٤- التفكير السريع	٤٥
٥- القرارات التي تنطوي على مخاطر	٥٩
٦- القرارات الزمنية	٧٥
٧- الشخصيات والحالات المزاجية والانفعالات	٨٩
٨- السلوك في الاقتصاد الكلي	١٠٧
٩- السلوك الاقتصادي والسياسة العامة	١٢١
المراجع والقراءات الإضافية	١٣٣

أُهدي هذا الكتاب إلى جدَّتي إيرين باديلي — اسمها الأصلي «بيتس» (١٩١٦–٢٠٠٩) — بمناسبة مرور مائة عام على ميلادها. تخليدًا لذكراها وحكمتها العملية ودعمها اللامحدود لحفيداتها.

شكر وتقدير

أودُّ أن أتقدم بالشكر إلى جوي ميلور، محرِّرتي، لما أظهرَته من حماسة ودقة في العمل على النص ولمقترحاتها الثمينة؛ وكذلك إلى دوروثي ماكارثي لتدقيقها المتمعِّن في النصِّ وثقتها في المحتوى. وأتقدَّم بالشكر إلى كل العاملين في دار نشر «أكسفورد يونيفرستي بريس» لمساعدتهم القيمة، وأخصُّ بالذكر أندريا كيجان لما قدَّمَته لي من نصائحَ رشيدة وتوجيهها لمقترح الكتاب في المراحل الأولى؛ وجيني نوجي لمتابعتها الحريصة للنص من البداية وحتى النشر، وديبورا بروثرو لمساعدتها وتوجيهاتها بشأن الرسوم التوضيحية، إلى جانب روبي كونستابل، وكلوي مُوسن، ومارثا كونين لما قدَّمنَه من مساعدة في عملية تحرير الكتاب. كما أريد أن أتقدَّم بالشكر إلى ساراسواتي إتيراجو للإشراف على عملية إخراج الكتاب. كما أسهم المراجعون المجهولون للمقترح والمسوَّدة الأولى في تقديم بعض الأفكار والنصائح الممتازة؛ لذا أودُّ أن أُعربَ لهم عن امتناني؛ ومع ذلك ما قد يقع في الكتاب من خطأ أو سهو يظل مسئوليتي وحدي.

وأحب أن أتقدم بالشكر إلى كل مَن اطَّلع على النص ومن بينهم أفراد عائلتي وأصدقائي وطلابي وزملائي. كما أودُّ أن أُعربَ عن امتناني بشكلٍ خاص لبيت لون لقراءته الدقيقة للنص ولما قدَّمه من مقترحاتٍ ممتازة، ولنيسي سومباتروانج لتعليقاتها الإيجابية على المسوَّدة الأولى، ولاقتراحها الاستشهاد بنموذج تايلاند في الفصل الثاني. وأريد أن أشكر بشكلٍ خاص طالبتي السابقة في كلية لندن الجامعية، جوزفين بليتس، على اقتراحها عليَّ كتابة «مقدمة قصيرة جدًّا» في المقام الأول.

وأخيرًا، أتقدم بالشكر إلى زوجي كريس لسخائه ومودَّته ودعمه لكل ما أقوم به.

لو كانت الأيام كلها أعياد،
لأصابنا اللهو مثل العمل بالسقم؛
لكنها تأتي نادرًا، فننتظر قدومها بفارغ الصبر،
فلا شيء يسرُّ القلب مثل كل ما ندَر.

وليام شيكسبير، الملك هنري الرابع، الجزء الأول
(الفصل الأول، المشهد الثاني، ٩٥–١٧٣)

الفصل الأول

الاقتصاد والسلوك

الاقتصادُ السلوكي موضوعٌ يحظى باهتمامٍ شديد. إذ تُنشر أبحاثٌ فيه بانتظام في أبرز الدوريات الأكاديمية في مجالَي الاقتصاد والعلوم. كما أنه من الموضوعات الرائجة على وسائل التواصل الاجتماعي، ويكتب الصحفيون بانتظامٍ عن أحدث كتبه وأبحاثه. كما يعتمد مسئولو الحكومات وصُنَّاع السياسات من كل أنحاء العالم على تحليلاته في صياغتهم للسياسات، وكذلك علماء الاقتصاد التقليديون عند صياغتهم لنماذجهم الاقتصادية.

ما علم الاقتصاد السلوكي؟ ولماذا يحظى بكل هذا الاهتمام؟ يتجاوز علم الاقتصاد السلوكي نطاقَ المبادئ الاقتصادية؛ إذ يُقِر بأن قراراتنا تتأثر بمؤثِّراتٍ اجتماعيةٍ ونفسية، وكذلك بحسابات المكسب والخسارة العقلانية. كما يوسِّع نطاق علم الاقتصاد فيجذب شريحة أكبر من الجمهور غير المتخصص. وليس ثمَّة شك أن موضوع علم الاقتصاد بالغ الأهمية؛ لأنه يتعلق برخائنا — على المستوى الفردي والمحلي والعالمي — ويؤثِّر في مستقبل أطفالنا والأجيال القادمة. لكنِ الكثيرون يعتبرون علم الاقتصاد السلوكي موضوعًا مختصًّا لا يستطيع خوضَ غماره إلا العارفون بلغته التقنية. فالذين لا يتسلحون بمعرفةٍ واسعة بعلم الاقتصاد يجدون صعوبةً بالغة في فهم مفاهيمه الأساسية. لكن علم الاقتصاد السلوكي قادرٌ على تغيير هذا التصور لأنه يجذب اهتمام الكثيرين. فهو يفسِّر اتخاذنا للقرارات بطريقةٍ أقربَ إلى الحدْس وأبعدَ عن الحقائق الرياضية المجرَّدة.

وهناك سببٌ آخر لكون علم الاقتصاد السلوكي موضوعًا مثيرًا للاهتمام، وهو تعدُّد المبادئ التي يقوم عليها وتنوُّعها. فعلماء الاقتصاد السلوكي يربطون بين مبادئ الاقتصاد والاستنتاجات المستمدة من الكثير من مجالات العلم الأخرى مثل علم النفس (خاصةً علم النفس الاجتماعي) وعلم الاجتماع وعلم الأعصاب وعلم الأحياء التطوري. ومن خلال هذا المزيج المتعدد التخصُّصات من الأفكار، يُثْري علماءُ الاقتصاد السلوكي فهمَنا للاقتصاد والسلوك المالي، دون التخلي عن القوة التحليلية التي ترتبط عادةً بالاقتصاد التقليدي.

ما الذي يميز علم الاقتصاد السلوكي عن الاقتصاد التقليدي؟

يصف معظم علماء الاقتصاد الأفراد بأنهم ماهرون في الحسابات الرياضية، بمعنى أنهم قادرون على حساب تكاليف وعوائد اختياراتهم المالية بالجنيه والبنس والدولار والسنت، بكل سهولة وبدقة، ودون التأثُّر بتصرفات الآخرين من حولهم. وينطلق غالبيةُ علماء الاقتصاد التقليديين في تفسيراتهم من افتراض أن سبب ظهور المشكلات الاقتصادية هو إخفاقُ الأسواق والمؤسَّسات الداعمة لها، لا أخطاء يقع فيها الأفراد. إذ تُوجد عوائقُ تمنع الشركات الناشئة الصغيرة من دخول الأسواق، في حين تسمح للشركات المحتكرة الكبيرة ذات رءوس الأموال الضخمة بالسيطرة على الأسواق ورفع الأسعار والتحكُّم في حجم الإنتاج. كما أن المعلومات قد تكون منقوصة. فقد تغيب بعض الأسواق عن المشهد؛ فلا تُوجد أسواقٌ طبيعية لدخان السجائر والتلوث مثلًا؛ لذا فالأسعار لا تُعبِّر بشكلٍ كافٍ عن مكاسب وخسائر التدخين أو التلوث.

العقلانية في الاقتصاد السلوكي

بينما يصرفُ علماء الاقتصاد التقليدي انتباهَهم عن محدودية العقلانية البشرية، لا يفترضُ علماء الاقتصاد السلوكي أن الأفراد كائناتٌ مطلقة العقلانية. ويركِّزون، بدلًا من ذلك، على بعض القيود التي تحول بينهم وبين اتخاذ قراراتٍ عقلانية. وفي هذا الشأن، يستندون في فرضياتهم إلى أفكار هيربرت سيمون، عالم النفس، والرائد في علوم الكمبيوتر، والحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد. يُشتهَر سيمون بوضعه لمفهوم «العقلانية المحدودة»، الذي يشير إلى أننا محدودون ومقيَّدون بالعديد من القيود عند اتخاذ القرارات. فقد تحدُّ قيودٌ إدراكية مثلًا قدرتَنا على اختيار أفضل الاستراتيجيات المتاحة. وقد تُجبِرنا محدودية الذاكرة أو المعالجة الرقمية، في بعض الأحيان، على اتخاذ خيارٍ معيَّن؛ لأننا لا نملك ما يكفي من المعلومات أو القدرة على المعالجة المعرفية أو الوقت الذي تستلزمه تلك المعالجة، كي ننظر في الخيارات الأخرى.

وفي الوقت نفسه، يطوِّر علماء الاقتصاد السلوكي مفاهيمَ أخرى عن العقلانية. إذ طوَّر فيرنون لوماكس سميث مفهوم «العقلانية البيئية». يفترض سميث أن العقلانية طيِّعة؛ إذ تحدِّدها السياقات والظروف التي نجد أنفسنا فيها. وعلى نفس المنوال، يزعُم جيرد جيجرينزر أننا مدفوعون بعقلانية عملية — أي إننا مضطرون لأن نتخذ قراراتنا في العالم

الواقعي بسرعة «وبأقل تكلفة» — إذ ليس لدينا الوقت الكافي لجمع الكثير من المعلومات أو لتطبيق قواعد اتخاذ القرار المعقَّدة. وبالتالي، نتخذ قراراتنا بسرعة وببساطة. وغالبًا ما تُجدي هذه الطريقة، لكنها في بعض الأحيان توقعنا في انحيازاتٍ سلوكيةٍ منهجية.

وهناك عالم اقتصادٍ آخر ذو آراء مثيرة للاهتمام في مسألة تعريف العقلانية، وهو هارفي ليبينستاين، الذي طوَّر مفهوم «العقلانية الانتقائية»، الذي يشبه مفهوم العقلانية البيئية لفيرنون سميث. يشير هذا المفهوم إلى أننا نختار في بعض الأوقات أن نتصرف بعقلانيةٍ مطلَقة وننظر في جميع المعلومات المتاحة. لكننا في أوقات أخرى قد نختار أن نظل عالقين في الوضع الراهن، داخل ما يسمِّيه ليبينستاين «مناطق الخمول». وهذا يجعل خياراتنا «مفتقرة للمرونة». إذ لا نكيِّف سلوكياتنا دائمًا بشكلٍ فعَّال لتتناسب مع الظروف الجديدة. يزعم ليبينستاين أن هناك تفسيرَين لافتقار قراراتنا للمرونة؛ أننا قررنا أن تكلفة تغيير اختيارنا مرتفعة جدًّا، أو أننا في بعض الأحيان كسالى ولا نكترث بالتغيير.

وهكذا يعرِّف علماء الاقتصاد السلوكي العقلانية بتعريفاتٍ متنوِّعة متعدِّدة الأوجه. وهي في معظمها تُسلِّم بأن العقلانية نسبيةٌ وخاضعة للظروف التي نجد أنفسنا فيها. عندما لا نمتلك إمكانية الوصول إلى المعلومات الكافية، أو نكون في عجَلة من أمرنا، أو نخضع لقيودٍ إدراكية أو مؤثِّراتٍ اجتماعية، قد ينتهي بنا الأمر لاتخاذ قراراتٍ كنا سنتخذ أفضل منها لو أننا في عالمٍ مثالي ولدينا المزيد من الوقت والمعلومات.

معوقات متعلقة بالبيانات

في حين أن الاقتصاد السلوكي له إمكاناتٌ واعدة، إلا أن من أكبر التحديات التي تواجهه هي العثور على بياناتٍ ذات صلة وموثوقية. يستخدم علماء الاقتصاد السلوكي غالبًا التجارب لجمع البيانات، على عكس المنهجية التجريبية التقليدية، التي تستخدم الطرق القياسية الإحصائية في تحليل البيانات التاريخية المنشورة التي جمعتها الحكومات ووكالات الإحصاء الدولية.

في كثير من الأحيان، يحاول علماء الاقتصاد السلوكي استخلاص استنتاجات حول عمليات التفكير والمشاعر لدى الأفراد، حتى دون معرفة العوامل المحددة التي تؤثِّر في عملية اتخاذهم للقرارات. ولا تفيد مصادر البيانات الاقتصادية التقليدية كثيرًا في هذا الشأن؛ لأنها تركِّز على الاختيارات المرصودة ونتائجها (مثل إحصائيات العمالة والبطالة في سياق الاقتصاد الكلي). ويستطيع علماء الاقتصاد السلوكي الاعتماد على البيانات الاستقصائية؛

على سبيل المثال، تُضمَّن الآن أسئلة متعلقة بتقدير الأشخاص لسعادتهم ورفاههم في الدراسات الاستقصائية التي تُجرى على الأسر المعيشية. لكن الاستقصاءات لها بعض أوجه القصور؛ كيف يحدد الباحث العينة النموذجية؟ وكيف يتعامل مع الإجابات الكاذبة أو التي يُعوِزها الفهم على أسئلة الاستقصاء؟

البيانات المستخلصة من التجارب

غالبًا ما تُعد التجارب المعملية هي أشيع مصادر البيانات بالنسبة لعلماء الاقتصاد السلوكي. تكمن المشكلة في كثيرٍ من التجارب المعملية في أنها تُجرى في الجامعات ويكون المشاركون فيها طلابًا جامعيين. واختيارات الطلاب في ظروف تلك التجارب قد لا تمثل الاختيارات في الحياة الواقعية، مما يعني أن البيانات المستخلصة من التجارب ستفتقر إلى «الصلاحية الخارجية»، أي إنها لن تنطبق على الواقع بشكلٍ كامل. فلو شارك طلابٌ في تجربة عن التجارة مثلًا، قد تكون خياراتهم المرصودة لا تمثل بشكلٍ كامل سلوكيات التجار الحقيقيين، بسبب محدودية معرفتهم وخبراتهم، بالإضافة إلى ضَعْف باعثهم على النجاح.

وهناك عائقٌ كبيرٌ آخر، في طريق الحصول على بياناتٍ موثوقة مستقاة من التجارب، وهو تصميم التجربة. قد يجد القائمون على التجارب صعوبةً في إعداد تجربةٍ مضبوطةٍ «نظيفة» في الاقتصاد. ولذا انتقد بعض علماء الاقتصاد التقليدي النتائج الأولية التي توصَّل إليها علماء الاقتصاد السلوكي، على أساس أن إجابات المشاركين أظهرَت عدم فهمهم للدور المنوط بهم بشكلٍ واضح؛ كما رأَوا أن التفاوتات السلوكية التي حدَّدها القائمون على التجارب ليست انحيازاتٍ منهجيةً حقيقية. ولا يمكننا إغفال الاعتبارات الأخلاقية أيضًا. ما المعايير الأخلاقية التي يجب أن يُراعيها القائم على التجربة في أثناء التعامل مع المشاركين لا سيما إذا كانوا مرضَى ضعفاء في المشفى على سبيل المثال؟ وهل من الجائز خداع المشاركين في التجربة؛ بل هل من الممكن تصميم تجربةٍ اصطناعيةٍ لا تنطوي على أي نوعٍ من الخداع على الإطلاق؟

وأتاحت بعض الأدوات مثل «سيرفاي مانكي» و«برولیفيك أكاديميك» و«تاسك رابيت» إجراء التجارب عبر الإنترنت، بالإضافة إلى تطبيقات الهاتف الكثيرة. وتمتاز هذه الوسائل بانخفاض تكلفتها وسرعتها وسهولة استخدامها للحصول على مجموعةٍ كبيرة من البيانات المستخلصة من التجارب. لكن كيف يضمن الباحث أن العينة التي يستخدمها نموذجية؟ وكيف يتعامل مع مشكلة عدم جدية المشاركين الذين يضغطون على مفاتيح الكمبيوتر

بشكلٍ عشوائي بهدف كسب المال فحسب؟ إن تحفيز المشاركين على التصرف بشكلٍ طبيعي في الاختبارات التجريبية من أكبر المشكلات التي تواجه علماء الاقتصاد السلوكي، خاصةً أن الميزانيات المخصَّصة للأبحاث الأكاديمية تكون محدودةً في كثير من الأحيان.

بيانات علم الأعصاب وعلم الاقتصاد العصبي

يمكن أن تُسهِم البيانات المستمدة من علم الأعصاب، عند دمجها مع البيانات المستمدة من التجارب، في إلقاء الضوء على بعض العوامل المهمة التي تؤثِّر في عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية. وتُوجد مجموعةٌ كبيرة من التقنيات في علم الأعصاب تفيد في هذا الصدد. يمكن أن تساعدنا اختيارات المصابين بتلفٍ دماغي مثلًا، في الكشف عن المناطق الدماغية التي تنشَط في عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية. وعلى المنوال نفسه، قد تصوِّر تقنيات التصوير الدماغي (مثل التصوير بالرنين المغناطيسي الوظيفي) العلاقة بين القرارات الاقتصادية والاستجابات العصبية في مناطقَ معيَّنة من الدماغ. وهناك تقنيةٌ أخرى — ازداد رواجُها في الفترة الأخيرة — وهي التحفيز المغناطيسي عبر الجمجمة، والتي تنطوي على استهدافِ مناطقَ محدَّدة من الدماغ بنبضاتٍ مغناطيسية، وملاحظة كيفية تغيُّر اختيارات الأفراد تبعًا لذلك التدخُّل المؤقَّت. وهناك أدواتٌ عصبيةٌ أخرى، أقل تعقيدًا وأقل تكلفة، تشمل ملاحظة الاستجابات الفسيولوجية (مثل معدَّل ضربات القلب، ومعدَّل النبض ... إلخ)، أو قياس مستويات الهرمونات (مثل هرمون الأوكسيتوسين في الدراسات التي تتناول الثقة، والتستوستيرون في الدراسات التي تتناول المخاطرة المالية).

أكثر ما يميِّز البيانات العصبية هي أنها موضوعيةٌ نسبيًّا. ففي الاستقصاءات، قد يعبِّر المشاركون عن آرائهم الشخصية التي قد تكونُ غيرَ موثوقة، وقد يكون لديهم من الأسباب ما يدفعُهم للكذب أو التلاعب بالإجابات. لكن من الصعب، إن لم يكن من المستحيل، أن يتحكم المشاركون في التجارب العصبية في الاستجابات الفسيولوجية، التي يُجرى قياسُها بأدوات علم الأعصاب، غير أنَّ ذلك لا يُلغي تأثُّر تصاميم تلك التجارب بانحيازات القائمين عليها.

التجارب الطبيعية والاختبارات المضبوطة العشوائية

إحدى مشكلات التجارب القياسية، كما ذكرنا سابقًا، هي افتقارها إلى الصلاحية الخارجية. أحد حلول هذه المشكلة هي «التجارب الطبيعية» إن أتيحَت، والبيانات المستمدة من

التجارب الطبيعية هي تلك التي تظهر بالصدفة من خلال أحداثٍ وسلوكياتٍ واقعية. ومن الأمثلة الواضحة على ذلك، الدراسة التي أجراها عالما الاقتصاد ديلَّافيجنا وماليندير، على بيانات عضويَّات صالة الألعاب الرياضية وبيانات الحضور، التي نتناولها في الفصل السادس، والتي أظهرَت أن الكثير من الأشخاص يدفعون أموالًا طائلة في شراء عضويَّات نادرًا ما يستخدمونها. لكن البيانات الموثوقة من التجارب الطبيعية نادرة، ولن نحقق المزيد من التقدم بالاعتماد عليها وحدها. ومن البدائل الناجحة للتجارب الطبيعية هي التجارب العشوائية المضبوطة. ويشيع استخدامها في التجارب السريرية لتحديد تأثير العلاج المختبر؛ وفيها يتم مقارنة تأثير العلاج على المشاركين في المجموعة التي تلقَّت علاجًا تجريبيًّا، مع المشاركين في المجموعة الضابطة التي تلقَّت علاجًا وهميًّا.

ويستعير علماء الاقتصاد السلوكي هذه التقنيات لمقارنة استجابات المجموعة الضابطة بالمجموعة العلاجية (المجموعة التي تلقت علاجًا تجريبيًّا). لكن لأن القائمين على تلك التجارب سيجدون صعوبةً في تصميم نظيرٍ اقتصاديٍّ اجتماعي للدواء الوهمي، لا يتلقى المشاركون في المجموعة الضابطة أي علاج. وهذا يعني أن التجارب العشوائية المضبوطة في مجال الاقتصاد السلوكي لن تستطيع تحديدَ إن كان التدخل نفسه سببَ تغيير سلوكيات الأفراد، أم أنه مجرد نظيرٍ اقتصادي سلوكي للعلاج الوهمي، يؤثِّر في الأشخاص الذين يستجيبون بشكلٍ إيجابي لأي تدخل، بصرف النظر عن فاعليته من عدمها. ورغم هذا القصور، يستخدم علماء الاقتصاد السلوكي التنموي التجاربَ العشوائية المضبوطةَ على نطاقٍ واسع، لدراسة تأثيرات التدخلات التنموية على النتائج الاجتماعية الاقتصادية.

الموضوعات الرئيسية

هناك كمٌّ هائل من الدراسات والأبحاث في علم الاقتصاد السلوكي يكفي لملء مكتبةٍ كاملة. ونحن في هذه المقدمة القصيرة سنركِّز على بعض الموضوعات الرئيسية، وسنستعرض كل واحدٍ منها على حدة في الفصول التالية. سننظر في الدوافع التي تحرِّكنا لاتخاذ القرارات الاقتصادية؛ وفي مدى خضوعنا للمؤثِّرات الاجتماعية؛ وكيف ولماذا نرتكب الأخطاء، وكيف نُصيب ونُخطئ في تقييمنا للمخاطر؛ ولماذا ننزع إلى التفكير على المدى القريب فقط؛ وكيف تؤثِّر شخصيتُنا وحالاتُنا المزاجية والانفعالية في اختياراتنا وقراراتنا. وبعدما ننتهي من النظر في المبادئ السلوكية الرئيسية للاقتصاد الجزئي، سنتناولها في سياق فهمنا للاقتصاد الكلي السلوكي. وفي الخطوة التالية، سننتقل إلى آثار ذلك على السياسات، والدروس التي

استخلصها صُناع السياسات العامة من علم الاقتصاد السلوكي؛ وسندلل على ذلك من الدراسات السياسية المؤثِّرة المستندة إلى رؤى علم الاقتصاد السلوكي.

الفصل الثاني

الدوافع والحوافز

إذا شاهدتَ علماء الاقتصاد يتحدثون معًا، في مؤتمرٍ على سبيل المثال، سرعان ما سيتعرَّض أحدهم للحديث عن «الحوافز». الحوافز هي العامل الرئيسي في التحليل الاقتصادي. فهي تشجِّع الأفراد على العمل بجديةٍ أكبر وبكفاءةٍ أعلى. كما تشجِّع الشركات على توفير منتجاتٍ أكثر وجودةٍ أفضل. عادةً ما يفترض علماء الاقتصاد أن المال هو الحافز الرئيسي، ولا شك أن المال من شأنه أن يمنحنا مقياسًا موضوعيًّا للقيمة (لكنه ليس بالضرورة دقيقًا أو عادلًا). يحفِّزنا المال في جوانبَ كثيرة من حياتنا العادية. فهو يحدِّد أسعار السلع والخدمات سواء كنا ندفعها أم لا، كما يحدِّد معدلات الأجور سواء كنا نكسبها أو لا. والأسعار والأجور المرتفعة هي المكافأة على عمليات اتخاذ القرارات البنَّاءة الجيدة. والحوافز المالية هي التي تحرِّك الأسواق التي تنسِّق خيارات العديد من الأفراد والشركات المختلفة.

بصفتي عالمةً في الاقتصاد السلوكي، لن أجادل في فكرة أن الأسعار والمال محفِّزان قويان على العمل بجديةٍ أكبر وبكفاءةٍ أعلى، لكنني سأقول إن هناك مجموعةً معقدةً من العوامل الاجتماعية والاقتصادية والنفسية الأخرى تؤثِّر في كيفية اتخاذنا للقرارات أيضًا. فنحن مدفوعون بأسبابٍ أخرى عديدة غير المال. أنا مثلًا لا أجني مالًا كثيرًا من العمل في السلك الأكاديمي مقارنةً بما كنتُ سأكسبه من العمل في القطاع الخاص. ولو نظرتُ إلى الدخل الذي سأحقِّقه على مدى حياتي، ربما تفسِّر حقيقة أنني سأحصل على معاشٍ تقاعدي سخي، وأنني أستمتع بالأمان الوظيفي عدم سعيي لتحقيق أقصى دخلٍ ممكن في الوقت الحالي. لكنْ هناك أسبابٌ أخرى أيضًا؛ فهناك بعض الجوانب في وظيفتي أستمتع بها حقًّا؛ وتلك الجوانب تدخُل ضمن دوافعي غير المالية. أتخيَّل أحيانًا أنني لو فزتُ باليانصيب، ولم أعُد مضطرةً إلى أن أقلقَ بشأن كسب المال الكافي للعيش، فلن أتخلى عن وظيفتي. في بعض الأحيان، أجد وظيفتي ممتعةً لذاتها، لا للمال الذي أجنيه منها.

الدوافع والحوافز الداخلية والخارجية

نشهد ذلك كل يوم من حياتنا العملية؛ إن ما يدفعنا إلى العمل هو عدد من المكافآت المالية وغير المالية المختلفة. في حين يرغب أغلب الناس في تحصيل الأجر من العمل الذي يقومون به، فإن البعض لا يعمل من أجل تحصيل المال فحسب. فبعض الناس تحفِّزه أيضًا المكافآت الاجتماعية، مثل القبول الاجتماعي الذي يحصُل عليه الفرد من العمل الجاد والفوز بوظيفةٍ محترمة. ويحرِّك البعضَ حوافزُ أخلاقية، كالعاملين في الجمعيات الخيرية على سبيل المثال. والبعض يستمتع بما يفعله، ويواصلُ فيه حتى لو كان الأجر زهيدًا كالعديد من الرسَّامين.

يعبِّر علماء الاقتصاد السلوكي عن هذا النطاق الواسع من التأثيرات على قراراتنا واختياراتنا، من خلال تصنيفها ضمن فئتَين عامتَين من الحوافز والدوافع؛ الداخلية والخارجية.

الدوافع الخارجية

تعبِّر الدوافع الخارجية عن الحوافز والمكافآت المنبعثة من خارج ذواتنا كأفراد؛ على سبيل المثال عندما يشجعنا العالم والأشخاص الموجودون حولنا على فعل شيء كنا سنتردَّد في فعله لولاهما. في هذه الحالة، تتأثَّر أفعالنا بشيءٍ خارج عن ذواتنا؛ أي إننا نحتاج إلى دافعٍ خارجي في شكل حافز للقيام بها. وأحد أقوى الحوافز وأشيعها هو المال؛ فنحن نعمل لأننا نتقاضى أجرًا أو راتبًا. وثمَّة حافزٌ أقوى من المال وهو الشعور بتهديد على النفس. ومع هذا، قد تنبعث الدوافع الخارجية من دوافعَ غيرِ مالية، مثل المكافآت الاجتماعية كالقبول الاجتماعي والنجاح الاجتماعي. وتشمل المكافآت الخارجية الأجور المرتفعة، والنتائج الجيدة في الامتحانات، ونيل الجوائز والمكافآت، والقبول الاجتماعي.

الدوافع الداخلية

تعكس الدوافع الداخلية تأثير أهدافنا ومواقفنا الذاتية على أفعالنا. قد يشجِّعنا دافعٌ ذاتي على بذل الجهد من أجل أنفسنا لا من أجل تحصيل مكافأةٍ خارجية. وعندما نستمد الدافع من شيءٍ داخل ذواتنا، كالفخر الوظيفي أو الشعور بالواجب أو الولاء لقضيةٍ ما أو المتعة من حل لغز أو المتعة من النشاط البدني، فإننا لا نحتاج إلى حوافزَ خارجية. عندما نلعب

لعبة الشطرنج أو الورق أو ألعاب الكمبيوتر، على سبيل المثال، نجد المتعة في التحدي، وهذه المتعة منبعثةٌ من داخل ذواتنا. والعديد من الفنانين والحرفيين، يستمتعون بعملهم ويفتخرون به، وفي حين أن المال الذي يحصِّلونه ذو أهمية لأنهم وعائلاتهم بحاجة إليه من أجل العيش، إلا أنه مجرد عاملٍ من ضمن عواملَ كثيرة تحفِّزهم على العمل.

المزاحمة

ليست الدوافع الداخلية والخارجية مستقلة بعضها عن بعض. في الحقيقة، تُزاحِم الدوافع الخارجية دوافعنا الذاتية. يحدث هذا عندما تُثبط المكافآت الخارجية دوافعَنا الذاتية. وقد أظهرَت بعض التجارب كيفية حدوث هذه الظاهرة. في مجموعة من الدراسات التي تهدف إلى ملاحظة مزاحمة الدوافع الداخلية، طلب المسئولون من طلابٍ جامعيين حل سلسلة من الألغاز. وقُسِّم الطلاب مجموعتَين بصورةٍ عشوائية: تلقت إحداهما أجرًا ماليًّا، في حين لم تتلقَّ الأخرى أي أجر. الغريب في الأمر أن بعض طلاب المجموعة الثانية كان أداؤهم أفضل من طلاب المجموعة الأولى. كان الطلاب الذين لم يتلقَّوا أجرًا يستمتعون بالتحدي الفكري؛ أما الطلاب الذين تلقَّوا أجرًا فربما أحبطهم انخفاضُ الأجر الذي تلقَّوه. عندما تلقَّى طلاب المجموعة الأولى أجرًا ماليًّا، صرفهم ذلك عن الاستمتاع بالتحدي الفكري للُّغز (الدافع الذاتي)، وتمحور تركيزهم حول الأجر وهل هو مُجزٍ أم لا (الدافع الخارجي). وكشفَت دراساتٌ أخرى أن الأجور الزهيدة يمكن أن تثبِّط من عزيمة المشاركين، وتؤثِّر في أدائهم بشكلٍ سلبي عما لو كانت غيرَ موجودة؛ لأنها تُزاحِم الدافع الذاتي دون أن تقدِّم حوافزَ خارجيةً كافية لتوليدِ دافعٍ خارجيٍّ قوي.

تؤثِّر الحوافز والمثبِّطات الخارجية في حياتنا العادية أيضًا بطرقٍ غير متوقعة، كما هو موضَّح في دراسةٍ أجراها عالما الاقتصاد يوري جنيزي وألدو روستيشيني على مدارس التعليم المبكر. واجهَت إحدى هذه المدارس في إسرائيل مشكلة تأخُّر الآباء في استلام أطفالهم. كان المدرسون يُضطَرون إلى الانتظار بعد وقت الإغلاق للاعتناء بالأطفال حالما يصل آباؤهم. تسبَّب ذلك في تكلفةٍ ماديةٍ كبيرة، وأخلَّ بنظام المدرسة وأزعج المدرسين، فقرَّر مديرو المدرسة فرضَ غرامة ردعًا للآباء.

كان تأثير هذا الإجراء مدهشًا؛ فبعد فرض الغرامة لم يقلَّ عدد الآباء الذين يتأخرون على أطفالهم، إنما زاد. افترضَ الباحثون أن السبب في ذلك هو عدم تفسير الآباء الغرامة

كرادع. وفسَّروها ثمنًا. واعتبروا أن المدرسة تقدِّم خدمةً إضافية، وهي الاعتناء بأطفالهم بعد ساعات المدرسة العادية. كان بعض الآباء على استعدادٍ لدفع ثمن هذه الخدمة الإضافية، ولأنهم تصوَّروا هذا الإجراء اتفاقًا متبادلًا ومنفعةً مشتركة (إذ إن المدرسة تجني المزيد من المال في نهاية المطاف)، لم يشعروا بالذنب الذي كان يمنعهم في السابق من التأخر في الوصول مراتٍ كثيرة. قد تكون هذه الدراسة مثالًا آخر على مزاحمة الدوافع الداخلية. قبل فرض الغرامة، ربما كان الكثير من الآباء لديهم من الدافع الذاتي ما يشجِّعهم على الوصول في الموعد من باب التعاون مع المدرسة ومراعاة المدرسين قدْر المستطاع. لكن بعد فرض الغرامة تغيَّرت نظرتهم للموقف؛ أي إنهم شعروا أنهم يدفعون المال في مقابل رفاهية التأخر في الوصول. وهكذا كان تأثيرُ التثبيط المالي للغرامة يُزاحِم دافع الآباء الذاتي في التعاون مع المدرسة.

تُعتبر التبرعات بالدم مثالًا مهمًّا آخر على السياقات والكيفية التي تُزاحِم بها الدوافع الخارجية الدوافع الداخلية. يمثِّل انخفاض التبرعات بالدم مشكلةً كبيرة في عديد من البلدان، ولقد بحث بعضُ علماء الاقتصاد عن طرقٍ جديدة لتشجيع عددٍ أكبر من الأشخاص على التبرع بالدم. كان أبسط حل من الناحية الاقتصادية هو دفع المال للمتبرعين. لكن عندما أجرى الباحثون تجاربَ على تقديم المكافآت على التبرع بالدم لجذب المزيد من التبرعات، وجدوا أن لها تأثيرًا عكسيًّا وغير متوقَّع؛ فقد ثبَّطَت رغبة الأشخاص بدلًا من تحفيزها. قد يكون تفسير ذلك هو أن الدافع الخارجي المستمد من المكافآت النقدية أضعفُ من دافع المتبرعين الداخلي لأن يكونوا مواطنين صالحين.

الخيارات المحابِية للمجتمع ودافع السُّمعة

تُعتبر التبرعاتُ الخيرية مثالًا آخر على التفاعل المعقَّد بين الدوافع الداخلية والخارجية. البعض يتبرع للجمعيات الخيرية بدافع الالتزام الأخلاقي أو الديني. والبعض الآخر يتبرع للجمعيات الخيرية لأن ذلك يحسِّن صورته أمام الناس فحسب. ومن المحتمل أن الكثيرين منَّا يتبرعون لمزيجٍ من الأسباب المختلفة. عندما تبرَّع مارك زوكربيرج وزوجته بغالبية ثروتهما بمناسبة ولادة طفلهما الأول، هل كان خيارهما نابعًا من دافعٍ أخلاقيٍّ داخلي لمساعدة العالم؟ أم كان نابعًا من دافع إثارة إعجاب الآخرين من خلال التصرف بإحسان وسخاء، ووسيلة لتحسين صورتهما الاجتماعية؟

درس علماء الاقتصاد السلوكي هذه الدوافع الخيرية بمزيد من التفصيل، لبحث الحالات التي يمكن أن «تُفسِد» فيها المكافآت الخارجية قيمة السمعة المكتسبة من السلوكيات المُحابِية للمجتمع مثل السخاء والإحسان. ووجدوا أنه عندما يجني الأشخاصُ منافعَ شخصية من «سخائهم»، وتُذاع أخبارها على الملأ، تقل احتمالية تصرفهم بسخاء مرةً أخرى. أخبرَني أحد الباحثين الشباب أنه عندما يُقام مهرجان أو جنازة في تايلاند، يضع الأشخاصُ المالَ الذي يريدون التبرع به في ظرف، ويضعون عليه أسماءهم. وفي بعض الأحيان يعطون المال مباشرةً إلى جامع التبرعات الذي يسجل تفاصيل المتبرع والمبالغ التي تبرع بها. بعد ذلك، يعلن المنظمون على الملأ وبصوتٍ عالٍ، من خلال مكبرات الصوت المنتشرة في أرجاء القرية، أسماء المتبرعين والمبالغ التي تبرَّعوا بها. تلك الإعلانات تُسمَع على نطاق كيلومتر حول القرية ويُحَث الأطفال على الانتباه لأسماء المتبرعين.

تُظهر هذه السلوكيات أن سُمعتنا الاجتماعية لها أهمية بالنسبة إلينا، لا سيما في سياق السخاء والعمل الخيري، كما تُبرِز ذلك الدافعَ الخارجي ذا الطابع الاجتماعي، وهو دافع السُّمعة أو الصورة الاجتماعية. تعكس بعض خياراتنا حقيقة أننا نريد زيادة شهرتنا وتحسين صورتنا.

لبحث تأثير دافع السُّمعة، نظر دان أريلي وزملاؤه في كيفية تأثُّر خيارات الأشخاص المُحابِية للمجتمع بانكشاف المكافآت الخارجية للآخرين. انطلق أريلي وفريقه من الفرضية التي تقول إن الناس يتبرعون للأغراض الخيرية بدافع كسب السُّمعة، وإن تلك التبرعات بمثابة إشارة يريدون بها إعلام الآخرين بأنهم مواطنون صالحون. لكن إذا توافرَت مكافآتٌ إضافية على الأعمال الخيرية، ورأى الجميع أننا نُجازى على إحساننا بطرقٍ أخرى، فإن دافع السُّمعة يضعُف. عندما يكون معروفًا للجميع أننا تبرَّعنا لأغراضٍ خيرية، فإننا نقول للآخرين إننا مواطنون صالحون. لكن إذا رأى الآخرون أننا نجني منافعَ شخصيةً من إحساننا، تقل القيمة الإشارية الاجتماعية لتبرعاتنا.

لاختبار هذه الأفكار، صمَّم دان أريلي وفريقه، تجربة بعنوان «نقرة من أجل الخير». وقسَّموا المشاركين عشوائيًّا على جمعيتَين خيريتَين؛ جمعية خيرية «جيدة» وهي الصليب الأحمر الأمريكي، وجمعية خيرية «سيئة» وهي الاتحاد القومي الأمريكي للأسلحة. بعد ذلك، طلبوا من المشاركين القيام بمهمةٍ بسيطة للغاية مِثل الضغط على مفتاحي «إكس» أو «زِد» في لوحة المفاتيح. وتلقى جميع المشاركين مكافآت على أدائهم لهذه المهمة البسيطة من الضغط على لوحة المفاتيح، تمثَّلَت في تبرعات لصالح جمعيتهم الخيرية المُعينة. ومن

أجل اختبار تأثير المنافع الشخصية الإضافية، قُسِّم المشاركون في التجربة إلى مجموعتَين؛ إحداهما يتلقى أفرادها مكافآتٍ مالية إضافية على حُسن الأداء، والأخرى لا يتلقى أفرادها أي مكافآتٍ ماليةٍ إضافية على الإطلاق. وقُسمَت هاتان المجموعتان إلى مجموعتَين أخريَين، في إحداهما أُعلِن أداء كل من المشاركين في مهمة «نقرة من أجل الخير» أمام باقي أفراد المجموعة التجريبية، وفي المجموعة الأخرى لم يُعلَن أداء المشاركين ولم يطلع عليه إلا أصحابه والقائمون على التجربة.

ولم يكن مستغربًا عندما وجد أريلي وفريقه أن المجموعة التي بذلَت الجهد الأكبر، قياسًا على عدد مرات الضغط على المفاتيح، هي المجموعة الداعمة للجمعية الخيرية «الجيدة» (الصليب الأحمر). لكن ما أثار دهشتهم حقًّا هو أن المشاركين أظهروا تفاعلاتٍ معقَّدة بين الدوافع الخارجية المتمثلة في الحوافز المالية ودافع السمعة. كانت أفضل المجموعات أداءً، هي التي أُعلنَت إنجازاتها على الملأ، لا التي تلقَّت مكافآتٍ ماليةً إضافية. ورجَّح أريلي وفريقه أن يكون دافع السُّمعة هو سبب أداء المجموعة المميز؛ أي إن أفراد هذه المجموعة عملوا بجد لتحسين صورتهم الاجتماعية؛ لأنهم يعلمون أن جهودهم ستُعرض على الملأ. كانت أسوأ المجموعات أداءً هي التي لم يتلقَّ أفرادُها أي حوافزَ ماليةٍ إضافية ولم تُعلَن إنجازاتهم لباقي المجموعة. فلم يجنِ أفرادها أي شيء، لا دخلًا إضافيًّا ولا مكانةً اجتماعية؛ لأنه لا أحد سيعرف مقدار الجهد الذي بذلوه. في الواقع، لم يكن هناك ما يدفع هذه المجموعة لبذل الجهد على الإطلاق؛ لأنها لم تتلقَّ أيَّ مكافآتٍ اجتماعية أو مادية.

أما أكثر النتائج إثارةً للدهشة فكانت نتيجة المجموعة التي حصَّل أفرادها دخلًا إضافيًّا جراء أدائهم المميز. فقد بذلوا جهدًا أقل مقارنة بأفضل المجموعات أداءً (الذين لم يتلقَّوا أي دخلٍ إضافي، لكن أُذيعَت جهودُهم على الملأ). ويتبيَّن من هذه الدراسة أن دافع السُّمعة أقوى من دافع المكافآت المالية، على الأقل في سياق التبرعات الخيرية. لكنه لا يُلغي حافز المال التقليدي تمامًا؛ فمن بين المجموعتَين اللتَين تلقى أفرادهما مكافآتٍ إضافية، أظهرَت المجموعة التي أُعلن أداء أفرادها على الملأ أداءً أفضل من المجموعة التي لم يُعلَن أداء أفرادها. لقد لعب كلٌّ من دافع السُّمعة وحافز المكافآت المالية دورًا في تحفيز المشاركين على بذل الجهد.

إجمالًا، تؤكد نتائج هذه الدراسة وغيرها، ما يتوقعه علماء الاقتصاد في أغلب الأحيان، وهو أن الحوافز المالية من شأنها أن تشجِّع على التبرعات المجهولة الهوية. ولعل ذلك هو

سبب نجاح الإعفاء الضريبي على التبرعات الخيرية — مثل برنامج «جيفت إيد» في المملكة المتحدة — في العالم الواقعي. ومع ذلك، لا تنجح الحوافر المالية، في كل الحالات. فالكثيرون لا يستفيدون من الإعفاءات الضريبية على تبرعاتهم الخيرية، ربما بسبب التكاليف المتعلقة بإجراءات المطالبة بالاسترداد الضريبي أو المماطلة؛ وهو ما سنتناوله في الفصل السادس. كما تشير هذه الدراسات إلى درس قد يكون أكثَرَ فاعليةً في صياغة السياسات، وهو أنه كلما سُهِّلَت عملية الإعلان عن دوافع الأشخاص الخيرية، فسيزداد الميل إلى الإحسان، وقد يكون لهذا تأثيرٌ أقوى من الحوافز النقدية التقليدية مثل الإعفاءات الضريبية. وفي عالم تسوده وسائل التواصل الاجتماعي التي تمنحُنا فرصة إظهار الجانب الخيِّر السخي من شخصياتنا على الملأ، يزداد احتمال العطاء الخيري.

وترتبط هذه النتائج أيضًا بالنقاشات الدائرة حول أجور المديرين التنفيذيين في قطاع المؤسسات الخيرية. فقد يأتي منح مديري المؤسسات الخيرية أجورًا باهظة بتأثيرٍ سلبي على المؤسسة نفسها، من حيث الأشخاص الذين ينجذبون إلى هذا النوع من الوظائف، ومن حيث المتبرعون المحتمَلون الذين سيتولد لديهم انطباعٌ سيئ من هذه المرتبات. فإذا اتضح أن الدافع الأساسي لمدير المؤسسة الخيرية هو الحافز المالي، فسيتعارض ذلك مع أخلاقيات العمل الخيري المتوقَّع من المؤسسة الخيرية أن تلتزم بها، مما سيؤثِّر بالسلب على سُمعة المؤسسة الخيرية على الأغلب؛ إذ قد يقرِّر المتبرعون المحتمَلون مِثلي عدم التبرع لهذا النوع من المؤسسات الخيرية.

الدوافع المحفزة للعمل

تؤثِّر الحوافز والدوافع، الداخلية منها والخارجية، في حياتنا العملية بشكلٍ قوي. فمعظم العاملين تحرِّكهم تفاعلاتٌ بين مجموعة من المؤثِّرات الداخلية والخارجية. تتضمن الحوافز والدوافع الخارجية الأجور والرواتب التي نكسبها، وكذلك القبول الاجتماعي الذي تمنحُه لنا الوظيفة، لا سيما إذا كانت هذه الوظيفة ذاتَ قيمة عند الكثيرين (مثل أن تكون في مجال الطب أو التعليم). يعكس العمل أيضًا دوافع داخلية، مثل الاستمتاع بالتحدي، أو استشعار الرضا عند القيام بعملٍ مفيد، أو تحقيق التطلعات الشخصية.

ومن الممكن الربط بين اكتشافات علم الاقتصاد السلوكي، فيما يخص الحوافز والدوافع، وبين أحد أقوى المقاربات وأكثرها فاعلية في فهم العلاقة بين الأجور وجهود الموظفين وإنتاجيتهم، وهي نظرية الأجور الفعَّالة. تتناول هذه النظرية الدور الذي تؤديه

العوامل الاقتصادية والنفسية الاجتماعية في تشجيع الفرد على العمل. ويعرِّف أصحاب هذه النظرية الأجر الفعَّال بأنه الأجر الذي من شأنه تقليل تكاليف العمالة في الشركة. فإذا كان رفع أجر العامل سيؤدي إلى زيادة في إنتاجيته أكبر من الزيادة التي حصل عليها في الأجر، فسترتفع أرباح الشركة لا العكس. على سبيل المثال، إذا زاد أجر العامل بنسبة ١٪، فشجعَتْه تلك الزيادة على الاجتهاد أكثر وزادت إنتاجيته بنسبة ٢٪، فقد انخفضَت بذلك تكاليف العمالة لكل وحدة إنتاج. ولو افترضنا عدم حدوث تغيرات في القطاعات الأخرى، فستزداد الأرباح.

كما يمكن تفسير الارتفاع المتزامن في الأجور والأرباح بشكلٍ جزئي من خلال المفاهيم الاقتصادية القياسية. إذا تقاضى الموظف أجرًا مجزيًا، فسيثمِّن وظيفته أكثر ولن يرغب في خسارتها، وبالتالي سيعمل باجتهادٍ أكبر. وفي الأنظمة الاقتصادية الشديدة الفقر، قد يساعد تقاضي الموظفين أجورًا مرتفعة في قدرتهم على تحسين مأكلهم ومسكنهم وملبسهم والرعاية الصحية التي ينالونها؛ ومن ثَم سيتمتعون بصحةٍ جسدية أفضل، ويقدرون على بذل المزيد من الجهد والعمل لفتراتٍ طويلة، دون التغيب عن العمل لفتراتٍ طويلة بسبب إصابتهم بالمرض. كما قد يؤدي رفع الأجور إلى الحيلولة دون وقوع الإضرابات بين العمال النقابيين.

وإن كانت الأجور المرتفعة تدفع الموظفين إلى الكدح في العمل، فلا يعود ذلك إلى الحوافز المالية فحسب، وإنما للمكافآت والحوافز الاجتماعية والنفسية أيضًا التي من بينها تأثير حسن المعاملة في شعور الموظف بالثقة والولاء. عندما يعاملك صاحب العمل بشكلٍ أفضل مما تتوقع، فسترغب في رد حسن المعاملة له، وأن تبذل جهدًا أكبر في العمل. فالعلاقة بين صاحب العمل وموظَّفيه لا تقتصر على التبادل المادي فحسب. إنما تنطوي أيضًا على حوافز ودوافع اجتماعية ونفسية من بينها الولاء والثقة والمعاملة بالمثل. يصف جورج أكرلوف وزملاؤه هذه العلاقة بأنها شكل من أشكال «تبادل الهدايا». يعاملك صاحب العمل معاملةً حسنة ويدفع لك راتبًا مجزيًا، فترغب أنتَ في ردِّ الجميل له بأن تكدح أكثر في العمل.

قد يكون الكثيرون منَّا اختبروا هذا الأمر في حياتهم العملية. فعندما يستعرض المرء الوظائف التي عمل فيها طوال حياته، وينظر إلى التباين بين أفضلها وأسوَئِها، يتضح له مدى تعقيد الدوافع المحركة على العمل. تخيل أن تعمل في متجرٍ مليء بالأشياء التي تُحب عادةً أن تبتاعها مثل المعدَّات الرياضية أو الوجبات اللذيذة أو الأحذية الجميلة. بادئ

ذي بَدْء، ستجد متعة في عملك هذا على الأرجح، وستبذل الجهد فيه. فإذا أُضيف إلى ذلك أن مديرك يعاملك معاملةً حسنة، والوظيفة تشبع دوافعك الداخلية، فعلى الأغلب ستعمل دون الحاجة لأن تكون تحت مراقبةٍ دقيقة، مما سيوفِّر على مديرك تكاليف الرقابة؛ أي ستكون الثقة متبادلةً بينك وبين مديرك، وستأخذ بزمام المبادرة وستكدُّ في العمل. وقد تُحسِن الكلام عن عملك بين أصدقائك ومعارفك الآخرين، فتُساعد مديرك في جذب موظَّفين جيِّدين جُدُد، دون أن يُضطَر إلى الإعلان عن الوظائف على نطاقٍ واسع. وسيوفِّر ذلك تكاليف البحث عن العمالة، كما يقلِّل خطورة توظيف الكسالى.

ولا تتعلق مسألة دمج الحوافز غير المالية، في تحليلنا لأسواق العمل، بدوافعنا الخيرية فحسب. بل إن لها تأثيراتٍ مهمة على الشركات وصانعي السياسات. فخفض الأجور لا يؤدي بالضرورة إلى زيادة أرباح الشركات؛ لكن رفع الأجور ربما يؤدي إلى زيادة الأرباح. في الحقيقة، تُلقي نظرية الأجور الفعَّالة الضوء على النقاشات السياسية بشأن الحد الأدنى للأجور وأجور الكفاف (أي الأجور التي تُعين العمال على تلبية تكلفة المعيشة الأساسية حيث يعيش). بالمجمل، ستعود الأجور المرتفعة العادلة بالنفع على أصحاب العمل والموظَّفين على حد سواء. فلو تقاضى الموظفون أجورًا مرتفعة فسيرغبون في الكدح لصالح الشركة في أثناء العمل وخارجه، وسيُسهِّل ذلك تسويغ دفع أجورٍ أفضل.

لقد شرحنا في هذا الفصل كيف يأخذ علماء الاقتصاد السلوكي الأفكار الاقتصادية الأساسية — مثل أن الناس يستجيبون للحوافز — ويوسِّعون من تعريف المفاهيم (مثل مفهوم الحوافز والدوافع في هذه الحالة)، فيُقرون بدور العوامل الاجتماعية النفسية في قراراتنا. فور أن نعترف أن خياراتنا وسلوكياتنا تتأثر بمجموعةٍ واسعةٍ من الدوافع الاجتماعية والاقتصادية والنفسية، تتغير حلولنا الاقتصادية القياسية المتعلقة بتحسين الأداء تغييرًا جذريًّا. رأينا أن اهتمامنا بمظهرنا الاجتماعي ومظهر الآخرين وسُمعتنا يؤثِّر على تبرعاتنا للمؤسسات الخيرية واستجاباتنا للغرامات الرادعة. وأن تفاعلاتنا الاجتماعية مع الآخرين تؤثِّر أيضًا في أدائنا المهني، وفي أرباح الشركة التي نعمل لصالحها. تعكس الأسواقُ تفاعلاتِ الأفراد بعضهم مع بعض، وفي حين أنه لا يشُك أحد في استجابة الأفراد للحوافز المالية، فإنهم يستجيبون كذلك لمؤثِّراتٍ قويةٍ أخرى. يمكن أن تساعدنا الرؤى المستمدة من الاقتصاد السلوكي، كأفراد ورؤساء ومرءوسين وصانعي سياسات ومواطنين، في إثراء فهمنا للدوافع المعقَّدة التي تدفعنا إلى اتخاذ القرارات وبذل الجهد، والنظر في عواقبها.

وهكذا، استعرضنا في هذا الفصل بعض العوامل المؤثِّرة في خياراتنا وقراراتنا، التي من بينها التأثيرات الاجتماعية، التي تعكس بعض الدوافع الخارجية التي تحركنا. وفي الفصل الثالث، سنرى كيف يتأثر الناس بمجموعةٍ واسعة من المؤثِّرات الاجتماعية من بينها النفور من النتائج غير المنصفة والثقة والمعاملة بالمِثل والتعلم الاجتماعي وضغط الأقران.

الفصل الثالث

التفاعلات الاجتماعية

تناولنا في الفصل الثاني العوامل التي تؤثِّر في قراراتنا الاقتصادية والمالية إلى جانب المال. تنطلق معظم النظريات الاقتصادية من فرضية أننا مخلوقات مستقلة وأنانية، لا تعتمد على الآخرين عند اتخاذ القرارات. وفي ظل الظروف العادية، تُعتبر الأسواق المجهولة أفضلَ طريقة لتنظيم النشاط الاقتصادي وضمان حصول المستهلكين والمنتجين على أفضل صفقات ممكنة، والتي تعود بالنفع على الطرفين.

الافتراض السائد في الاقتصاد هو أننا نتصرف جميعًا كما لو أن الآخرين لا وجود لهم كأفراد. وأننا لا نتأثر بهم إلا بشكلٍ غيرِ مباشر؛ لأن قراراتهم فيما يخصُّ العرض والطلب هي المحرك لأسعار السوق. وهذا الافتراض يُغفِل بُعدًا مهمًّا من حياة الناس الاقتصادية. فالأسعارُ غيرُ شخصية، وعندما يركِّز الاقتصاديون عليها دون غيرها في تحليلهم الاقتصادي، سيغفُلون بسهولة عن أهمية العلاقات الإنسانية والتفاعلات الاجتماعية في عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية. هناك طرقٌ كثيرة تتأثر من خلالها خياراتنا الاقتصادية بالآخرين من حولنا. وتساعد أدبيات علم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع في إظهار أسباب ذلك وكيفية حدوثه. في هذا الفصل، سنستعرض بعض الطرق الرئيسية التي من خلالها يتأثر السلوك الاقتصادي بالتفاعلات الاجتماعية.

الثقة والمعاملة بالمِثل والنفور من عدم الإنصاف

قد نكترث بأمر الآخرين أو لا نكترث؛ وقد يكترث الآخرون بأمرنا أو لا يكترثون. لكننا نحرص على الإنصاف، ونفضِّل النتائج المنصِفة على النتائج غير المنصِفة. كما نجد في أنفسنا الميل إلى الثقة في الآخرين في بعض المواقف، وكذلك الآخرون. وعندما نجد الآخرين

جديرين بالثقة ويُحسنون معاملتنا، تزداد احتمالية أن نبادلهم الثقة بمثلها، وأن نكون أهلًا لثقتهم أيضًا. على سبيل المثال، إذا ساعدني زملائي في التدريس والمهام الإدارية، فسأرغب في مساعدتهم في التدريس والمهام الإدارية كذلك. وهذا التفاعل بين الثقة والمعاملة بالمِثل عاملٌ مهم في كثير من الأنشطة التعاونية المشتركة التي نباشرها كل يوم بشتى صورها؛ بدايةً من التعاون بين فريق العمل في أثناء العمل أو الدراسة، وانتهاءً إلى الإيثار الذي نظهره عند التبرع إلى المؤسسات الخيرية، والتضافر الذي لا بد منه للنجاح في الحياة الأسرية، والمشاريع المجتمعية، والحركات السياسية.

ينطلق تحليل الثقة والمعاملة بالمِثل في علم الاقتصاد السلوكي من منطلق الفكرة التي تقول إن الناس بصفةٍ عامةٍ لا يحبون رؤية النتائج غير المتساوية. لا يحب الأشخاص أن يتلقَّوا معاملةً غير منصفة، ويشعرون بعدم الراحة عندما يرون الآخرين يتعرضون لعدم الإنصاف. وإذا شعرنا أننا نتعرض للإجحاف، فستقل ثقتنا بالآخرين ولن نقدر على رد الإحسان بالإحسان. هذا العنصر المهم في تفاعلاتنا الاجتماعية، يرْبط ميلنا للإنصاف بتصورنا لوضعنا الاجتماعي مقارنة بالآخرين. فنحن نُبغِض المواقف التي يبدو فيها الآخرون أفضل أو أسوأ من وضعنا؛ لأننا لا نحب النتائج غير المتساوية. يسمِّي علماء الاقتصاد السلوكي ذلك الميل «النفور من عدم الإنصاف».

هناك نوعان من النفور من عدم الإنصاف، يمكن استيعاب كليهما، من خلال تصور مسئولٍ بنكي يلتقي بمشرَّد في شوارع لندن. ربما يحزن المسئول البنكي برؤية شخصٍ يعاني من الفقر، ويتمنى لو كانت ظروف المعيشة أكثر تكافؤًا؛ إذا كان الأمر كذلك، فإن ما يشعر به يسمَّى «نفورًا من عدم الإنصاف نابعًا من الأفضلية». إذ يأتي المسئول البنكي من وضعٍ أوفر حظًّا، لكنه ربما لا يحب رؤية الآخرين يعانون من تدنٍّي ظروف المعيشة، وسيرغب في رؤية المشرَّد في وضعٍ أكثر إنصافًا. وكذلك الشخص المشرَّد لا يريد أن يعاني من عدم الإنصاف. وسيتمنى لو أنه يمتلك المال الكافي ليقدر على توفير مكانٍ آمن ومريح يأويه؛ ولذا فإن وضعه العصيب غير منصف، وسوف يشعُر بما يسمَّى «نفورًا من عدم الإنصاف نابعًا من الحرمان»؛ فهو يعيش في حرمان، ولا يرغب في أن يكون أسوأ حالًا ممن حوله.

فهما وإن كانا يتشاركان في كراهتهما للنتائج غير المتكافئة، إلا أنه يغلب أن يكون الشحَّاذ المشرَّد أكثر انزعاجًا من وضعه غير المتكافئ من المسئول البنكي؛ فالناس يتضرَّرون من عدم الإنصاف النابع من الحرمان أكثر من تضرُّررهم من عدم الإنصاف

النابع من الأفضلية. ويغلب على الظن أن يشعر المسئول البنكي بانزعاجٍ بسيط من رؤية المشرَّد بلا مأوًى، لكن المشرَّد سيشعر ببؤسٍ شديد من وضعه المجحف.

ويمكن أن يفسِّر ميلَنا للإنصاف أيضًا شعورُنا بالإيثار، الذي يدفعنا على سبيل المثال إلى التطوع أو التبرع للمؤسسات الخيرية. قد نفعل ذلك لأننا نستمتع بالسخاء، ولأننا في بعض الأحيان نستقي الشعور بالدفء من سخائنا. غير أن بعض التجارب تُظهِر أن تلك الأفعال الإيثارية لا تنبع دائمًا من السخاء البحت، إنما تكون في بعض الأحيان طريقتنا في إعلام الآخرين بأننا مواطنون صالحون وكرماء. وكما أشرنا في الفصل الثاني، يميل الناس إلى التبرع أكثر عندما تُذاع أعمالهم السخية على الملأ.

أكدَت العديد من الأبحاث التجريبية أن النفور من عدم الإنصاف يُعد نزعةً قوية، وهي ليست موجودةً لدى البشر في معظم البلدان والثقافات فحسب، وإنما لدى الرئيسيات أيضًا. ثمة لعبةٌ تجريبيةٌ بسيطة تُستخدم لاختبار نفورنا من عدم الإنصاف، تسمَّى «الإنذار الأخير». تتألف هذه اللعبة، في أبسط شكل لها، من لاعبَين. يتلقى اللاعب (أ) الذي سنطلق عليه «مقدم العرض»، مبلغًا من المال — لنقُل مائة جنيه إسترليني — ويكون له مطلق الحرية في إعطاء أي جزء منه إلى اللاعب (ب)، الذي سنطلق عليه «المستجيب للعرض». إذا رفض المستجيب ما يمنحه له مقدم العرض، فلن يحصل أي منهما على أي مال، وسيتعيَّن على مقدم العرض إعادة المائة جنيه إسترليني إلى القائم على التجربة. على الأرجح سيفترض علماء الاقتصاد التقليدي أن المشاركَين سيلعبان هذه اللعبة بأنانية تامة، وسيسعيان للحصول على أكبر قدْرٍ ممكن من المال، في ضوء ما يفترضه كلٌّ منهما عن استراتيجيات الآخر. سيفترض اللاعب (أ) أن اللاعب (ب) سيفضِّل الحصول على جنيهٍ إسترليني على ألَّا يحصل على شيء على الإطلاق. ولذا سيعرض اللاعب (أ) على اللاعب (ب) عرضًا بقيمة جنيهٍ إسترليني معتقدًا أنه سيقبله. إذا كان اللاعب (ب) لا يكترث بما يعتقده اللاعب (أ) أو بما يفعله، فسيفضِّل الحصول على جنيهٍ إسترليني بدلًا من عدم الحصول على أي شيء، وبالتالي سيقبل عرض اللاعب (أ). هكذا، افترض اللاعب (أ) أن اللاعب (ب) سيتصرف بهذه الطريقة؛ ومن ثَم عرض عليه جنيهًا إسترلينيًّا، واستأثر بالتسعة والتسعين.

تُعتبر لعبة «الإنذار الأخير» من أكثر التجارب الشائعة في الاقتصاد السلوكي، وقد خضعَت للتعديلات حتى تختبر استجابات المشاركين للمبالغ المالية المختلفة، وتنظر في مختلف الاستجابات عَبْر كثير من البلدان والثقافات. كما استُخدمَت اللعبة في تجاربَ

أُجريَت على الحيوانات أيضًا. وأظهرَت قرود الشمبانزي التي تلعب بهدف الفوز بالعصير والفاكهة، سلوكًا مشابهًا للسلوك البشري. لكن النتيجة المشتركة بين كل هذه الدراسات هي أن سلوك المشاركين في العالم الواقعي يختلف تمام الاختلاف عما قد يتوقعه معظم علماء الاقتصاد؛ إذ غالبًا ما يتصرف مقدم العرض بسخاءٍ كبير فيعرض مبلغًا أكبر بكثير من جنيهٍ إسترليني أو ما يعادله، في حين يرفض المستجيب العروض في كثير من الأحيان حتى في حال عُرض عليه أربعون بالمائة أو أكثر من إجمالي المبلغ المتاح.

يرى بعض علماء الاقتصاد السلوكي أن كراهتنا الظلم هو نوعٌ من الانفعالات الاجتماعية. قد تثير أوضاعُنا الاجتماعية انفعالات معيَّنة في نفوسنا، مثل الحسد والغيرة والاستياء، ومن المحتمل أن يكون للانفعال دورٌ عندما يتعرض المشاركون للظلم في لعبة «الإنذار الأخير». على سبيل المثال، إذا شعر المستجيب (اللاعب ب) بالاستياء من مقدم العرض (اللاعب أ) لأنه قدَّم له عرضًا مجحفًا، فقد لا يمانع أن يتخلى عن أربعين جنيهًا إسترلينيًّا أو أكثر نظير معاقبته. وقد استخدم علماء الأعصاب دراساتٍ تضمن تصوير الدماغ لمحاولة اكتشاف ما يحدث داخل أدمغتنا. قامت إحدى هذه الدراسات بتصوير أدمغة القائمين بدور المستجيب في لعبة «الإنذار الأخير». وأظهرَت الاستجابات الدماغية للمشاركين أن المناطق العصبية التي تنشط عندما يتعرضون للظلم في لعبة «الإنذار الأخير»، هي نفسها التي تنشط عندما يشعرون بالاشمئزاز من رائحةٍ كريهة على سبيل المثال. يرى بعض علماء الأعصاب وعلماء الاقتصاد العصبي هذه النتائج دليلًا على أننا نشعر بنوعٍ من الاشمئزاز الاجتماعي عندما يعاملنا الآخرون بإجحاف.

التعاون والعقاب والأعراف الاجتماعية

تمثل الأعراف الاجتماعية نوعًا آخر من التأثيرات الاجتماعية التي تحرِّك سلوكياتنا، وغالبًا ما يعززها ضغط الأقران. وبالنظر إلى أننا كائناتٌ اجتماعية، فإننا نُكافِئ (ونكافَأ على) السلوكيات المحابِية للمجتمع بشكلٍ عام؛ إذا قلَّد المراهقون أقرانهم في اختياراتهم وعاداتهم على سبيل المثال، فسيُدعون إلى أروع الحفلات على الأغلب. فالانصياع له تأثيره القوي، ويلعب دورًا مهمًّا في عاداتنا وتقاليدنا وممارساتنا الدينية. لكن عندما يكون الانصياع أعمى، لا تكون التأثيراتُ الاجتماعية محمودةَ العواقب دائمًا، مثلما يحدث عندما تتشكل الطوائف. وتُعتبر الطوائف الدينية المتشددة مثالًا متطرفًا على السلوك الاجتماعي الهدَّام، ومع ذلك للانصياع قوةٌ لا يُستهان بها في السياقات الطبيعية أيضًا. فكثيرًا ما نقارن

سلوكنا بسلوك الآخرين؛ إذ يوفِّر لنا سلوك الآخرين ما يسمِّيه علماء الاقتصاد السلوكي «النقاط المرجعية الاجتماعية»؛ أي إننا نتخذ قراراتنا بالرجوع إلى ما نعتقد أنه القرار السائد في المجموعة. وتستخدم الكثير من المؤسسات — من صانعي السياسات الحكوميين إلى العاملين في مجال التسويق — المعلومات المتعلقة بنقاط مرجعيتنا الاجتماعية للحث على السلوك البنَّاء على سبيل المثال، أو لجني المزيد من الأرباح.

وتساعد الأعراف الاجتماعية في شرح الكيفية والأسباب وراء تطوُّر البشر ليكونوا نوعًا متعاونًا، لكن كيف نضمن عدم استغلال أحد لسخاء الآخرين دون مقابل؟ يُجيب عن هذا السؤال علماء الاقتصاد السلوكي الذين يدرسون مجموعة من الألعاب تُعرف باسم «ألعاب المنفعة العامة»، وهي عبارة عن أداةٍ تجريبية لدراسة ميلنا الفطري للتعاون، وكذلك دور الجزاءات والعقوبات الاجتماعية في الحفاظ على السلوك البشري التعاوني. وقد نشأَت ألعاب المنفعة العامة من المفهوم الاقتصادي للمنفعة العامة. وتُعرَّف المنفعة العامة، في أتم صورها، بالشيء الذي يمكن للجميع الوصول إليه بالمجَّان وبكل سهولة، ولا يُمنع من الاستفادة منه أحد، مما يعني أنه من الصعب تحويله إلى الملكية الخاصة. والمثال النموذجي للمنفعة العامة هو المنارة؛ إذ يمكن لأي مارٍّ أمام المنارة الانتفاع من ضوئها، لكن ليس من السهل فرضُ رسومٍ على كل فردٍ ينتفع منها. ولذلك أي شخصٍ يرغب في التربُّح من مشروعٍ تجاريٍّ خاص، لن يستثمر أمواله على الأغلب في منارة؛ لأنه يعلم أنه ليس من السهل التربُّح منها. من ثَم، لا بد من وجود دافعٍ آخر لتوفير المنافع العامة مثل المنارات. وقد وجد علماء الاقتصاد أن للمجتمعات المحلية دورًا مهمًّا في ضمان توفير المنافع العامة وصيانتها.

كشف علماء الاقتصاد السلوكي بعضَ العوامل التي تؤثِّر في سلوكنا تجاه المنافع العامة، من خلال ألعاب المنفعة العامة. وفي واحدةٍ من هذه الألعاب، يُجمع عدد من المشاركين في التجربة، ويُطالَبون بالمساهمة في صندوقٍ مالي، سيُقسَّم بينهم بالتساوي فيما بعدُ. تُشبه هذه اللعبة ما سيفعله المجتمع المحلي إذا أراد تدبير صندوقٍ مالي لإنشاء حديقةٍ عامة على سبيل المثال. ويفترض الكثير من الاقتصاديين أن معظم المشاركين في التجربة لن يتبرَّعوا بأي مبلغٍ مالي؛ لأن الصندوق المالي سيُقسَّم بين المشاركين بالتساوي، سواء شاركوا فيه أم لا. لذا فإن أفضل طريقة يحقِّق بها الفرد أقصى استفادة ممكنة هو أن يحصل على حصته من الصندوق المالي دون المساهمة فيه. المُشكِل في طريقة التفكير هذه هي أنه إذا تبناها الجميع، قاصدين استغلال سخاء الآخرين دون بذل أي مقابل،

فلن يكون هناك مالٌ لمقاسمته، ولن تُوجَد منافعُ عامة على الإطلاق. وهُنا سيخلق الأفراد الأنانيون نتيجةً تضُر بمصلحة الجماعة.

لكن لحسن الحظ، وجد علماء الاقتصاد السلوكي والتجريبي أن المشاركين في تجارب ألعاب المنفعة العامة يُظهِرون سخاءً غير مسبوق، مثلما فعل المشاركون في لعبة «الإنذار الأخير». إذ يتبرَّع معظم المشاركين بسخاء بدلًا من الامتناع عن المشاركة تمامًا. وتكشف النسخ المختلفة من تجارب ألعاب المنفعة العامة أنه عندما يلاحظ طرفٌ ثالثٌ تصرفَ البعض بأنانية، فإنه يكون على استعداد لبذل مقابل كي ينالَ المشاركين غير المتعاونين عقابٌ، وتُعرف هذه الظاهرة باسم «العقاب الإيثاري». تنص هذه الظاهرة على أن أفراد المجتمع يُظهِرون استعدادًا للتخلي عن منافعهم الشخصية من أجل معاقبة الآخرين على انتهاك الأعراف الاجتماعية مثل السخاء والتعاون. وهذا في حد ذاته شكلٌ من أشكال التعاون؛ لأنه يرسخ السلوك التعاوني لأولئك الذين يتبرَّعون بسخاء، ويردَع السلوك الأناني لأولئك الذين يرغبون في استغلال سخاء الآخرين دون بذل مقابل. ولقد عكف علماء الاقتصاد العصبي وعلماء الأعصاب على دراسة ظاهرة العقاب الإيثاري في ألعاب المنفعة العامة. ووجدوا أن المشاركين في التجربة الذين يطبِّقون العقاب الإيثاري تُظهِر أدمغتهم نشاطًا عصبيًّا في مراكز المكافأة، مما يعني أننا نشعُر بالمتعة عندما نُعاقِب الآخرين على انتهاك الأعراف الاجتماعية.

تلعب ظاهرة العقاب الإيثاري دورًا مهمًّا في تطور سلوك التعاون. فالعقاب الإيثاري يُسهِم في عالمنا المعاصر في تفسير سبب تسرُّعنا في إدانة السلوكيات غير المقبولة اجتماعيًّا على الملأ. وهو ما سهَّلَته وسائل التواصل الاجتماعي رغم ما ينتُج عن ذلك من تبعاتٍ سيئة، مثل انتشار المنشورات التحريضية على تويتر. لكن بصفةٍ أعم، تفسِّر هذه الميول للتعاون وترسيخ الأعراف الاجتماعية، كونَ المعلومات الاجتماعية أداةً شديدة الفاعلية في التأثير على السلوك. وأحد الأمثلة على ذلك هو نتائج استهلاك الطاقة؛ فعند اطلاع المستهلكين على تقارير استهلاك جيرانهم، كانوا يعدِّلون استهلاكهم للطاقة للتوافق مع النقطة المرجعية الاجتماعية لاستهلاك أصدقائهم وجيرانهم. وبالمثل، عندما أرسلَت هيئة الضرائب في المملكة المتحدة، «إدارة الإيرادات والجمارك»، إلى المتخلفين عن دفع الضرائب رسائل تحتوي على بعض المعلومات الاجتماعية حول سلوك أقرانهم، مما يخبرهم بأن سلوكهم شاذٌّ اجتماعيًّا لأن معظم أقرانهم دفعوا فواتيرهم في الموعد المحدد، دفع ذلك أغلبهم (لا كلهم!) لسداد الضرائب المتأخرة، أسرع من المتأخرين عن السداد الذين تلقَّوا رسائل لا تحتوي على أي معلوماتٍ اجتماعية حول سلوك أقرانهم.

الهُوية

الهُوية هي جانبٌ آخر تتجسد فيه طبائعنا الاجتماعية، وهي تُعد من جوانب كثيرة نوعًا خاصًّا من الإشارات الاجتماعية، تشبه في ذلك الدور الذي يؤديه دافع السُّمعة في التبرعات الخيرية، كما ناقشنا في الفصل الثاني. إذا نظرنا إلى أنفسنا نجد أننا نشعُر بالألفة والميل تجاه بعض الجماعات دون غيرها، وهو ما يرتبط بالدراسة المبكرة التي أجراها عالم النفس الاجتماعي هنري تايفل على التحيز والتمييز. كان غرض تايفل من هذه الدراسة هو فهم سبب انبهار كثيرٍ من المواطنين البسطاء بهتلر والحزب النازي. وركَّز في دراسته على العلاقات بين الجماعات، التي يشعُر أفرادها بالانتماء إليها، ويكونون على استعدادٍ لتحدي الجماعات الأخرى والدخول في صدام معها، كأنها عدو لهم. ولاحظ تايفل أيضًا أن أفراد الجماعة الواحدة يميلون بعضهم لبعض، ويقرِّرون إنشاء علاقةٍ مستمرة من المحاباة المتبادلة لأبسط الأسباب. إذ يمكن لتفضيلاتٍ بسيطة مثل تفضيل أنواعٍ معيَّنة من الفن، أو حتى نتائج إلقاء عملةٍ معدنية، أن تفصل جماعةً عن الأخرى. كما أننا على استعدادٍ لتحمُّل تكاليف مقابل الانتماء لجماعة بعينها؛ على سبيل المثال، لا يمانع معجَبو نجوم البوب مثل كيتي بيري إنفاقَ آلاف الجنيهات أو الدولارات في السنة للشعور بالانتماء لمعجَبي كيتي بيري الآخرين. هذا وترتبط استنتاجات تايفل عن الجماعات بدراسات علماء الاقتصاد السلوكيين عن الهُوية. ولقد حلَّل عالما الاقتصاد السلوكي جورج أكرلوف وراشيل كرانتون مفهوم الهُوية؛ ولاحظا أن السلوكيات التي تبدو في ظاهرها منحرفة، مثل إلحاق الأذى بالنفس المتمثل في دق الوشوم والثقوب في الجسم، هي محاولاتٌ من أصحابها للإشارة لجماعتهم بأنهم ينتمون إليها.

وتلعب الهوية دورًا محوريًّا في السياسة. إذ يشعر معظمنا بحاجةٍ ملحة للانتماء إلى الآخرين اجتماعيًّا وسياسيًّا وثقافيًّا. في أعقاب تصويت المملكة المتحدة بشأن مغادرة الاتحاد الأوروبي في يونيو ٢٠١٦، لاحظ المعلقون أن كثيرًا من الذين صوَّتوا لصالح «الانفصال» كان يسيطر عليهم الشعور بضياع الهوية أو غيابها، بسبب ازدياد عدد المهاجرين من الاتحاد الأوروبي. وللمفارقة، أن أكثر المتحمسين لقرار «الانفصال» من عامة الشعب — الذين كانوا يشعرون بخطر المهاجرين — كانوا يعيشون في مناطق تشهد معدلات هجرة منخفضة، مع بعض الاستثناءات الجديرة بالذكر (مثل مدينة بوسطن في لينكونشر). ربما اعتبروا المهاجرين جماعةً منفصلةً عنهم، دون الاستناد في ذلك إلى أي خبرة مباشرة، وهي ظاهرة لم تكن لتُثير دهشة تايفل.

سلوك القطيع والتعلم الاجتماعي

من الجوانب المهمة لطبيعتنا الاجتماعية ميلُنا إلى التقليد واتباع السلوك الجماعي ومسلَك القطيع. يفسر علماء الاجتماع سلوك القطيع بأنه انعكاس لنوعَين من التأثيرات؛ المعياري والمعلوماتي. التأثيرات المعيارية هي الأعراف الاجتماعية التي تحرِّك قراراتنا؛ فالكثيرون منَّا يرغبون في الانسجام مع الآخرين والقيام بما يفعلونه. هذه الأعراف قد تعكس استجاباتِنا الغريزيةَ المتطورة. وينطوي كثيرٌ من قراراتنا، بما فيها الاقتصادية والمالية، على اتباع الآخرين، ربما لظننا أننا نتعلم منهم، أو ربما لسببٍ غريزيٍّ فطريٍّ آخر.

اكتشف عالم النفس الاجتماعي سولومون آش أنه عند اتخاذ القرارات البسيطة للغاية، مثل مقارنة أطوال بعض الخطوط، يمكن أن يتلاعب الآخرون بنا بسهولة. ووجد أنه عند ضم مشارك حقيقي واحد إلى مجموعة من المشاركين المزيَّفين — من تسعة عشر شخصًا مثلًا — كلهم يجيبون إجابات من الواضح خطؤها على أسئلةٍ بسيطةٍ للغاية، فإن هذا المشارك الحقيقي غالبًا ما يغيِّر رأيه في النهاية ويغيِّر إجاباته الصحيحة التي لا تحمل الشك إلى الإجابات الخاطئة؛ لأن هذا ما قرَّرَته المجموعة. وهذا ليس سلوكًا غير عقلاني بالضرورة، إذا كان الشخص يستند في حُكمه إلى الأكثرية؛ أي إنه لا يرجِّح أن يكون هو وحدَه على صواب والآخرون كلهم على خطأ.

لا تزال تظهر أبحاثٌ جديدةٌ مذهلة تبيِّن أسباب وكيفية تقليدنا للآخرين، ومن بين مجالات البحث الواعدة لعلماء الاقتصاد هو مجال التحليل الاقتصادي العصبي لما يسمَّى «الخلايا العصبية المرآتية». تُوجَد الخلايا العصبية المرآتية في أدمغة البشر والرئيسيات وفي بعض الحيوانات الأخرى أيضًا. يعتقد العلماء أن هذه الخلايا العصبية تلعب دورًا عند تقليدنا الآخرين. وقد أجرى علماء الأعصاب تجارب على القرود تضمَّنَت مراقبة معدَّلات النشاط العصبي لخليةٍ عصبيةٍ واحدة. فعندما يتحرك قرد بطريقةٍ معينة، تنشط الخلية العصبية المرآتية؛ لكنها لا تنشط عند تحرك القرد قيد الملاحظة فحسب، وإنما عند رؤيته لقردٍ آخر يتحرك بهذه الطريقة. وقد تُشير حقيقة رصد استجاباتٍ مماثلة لدى الرئيسيات إلى أن اتباع سلوك القطيع أمرٌ عفْوي وغريزي، ويعكس مشاعرنا البدائية مثل الاندفاع. ومن المحتمل أن عملياتٍ عصبيةً مشابهة هي المسئولة أيضًا عن اتباعنا لسلوك القطيع في السياقات الاقتصادية والمالية.

يستند أحد العناصر المهمة في تحليلنا الاقتصادي للسلوك الجماعي إلى ملاحظات علماء الاجتماع حول التأثير المعلوماتي. ينبع التأثير المعلوماتي من ميلنا للتعلم من أفعال

الآخرين. عندما يسهُل رصد أفعال الآخرين، فإنها يمكن أن تكون دليلًا مفيدًا في الحالات التي يصعب فيها إيجاد معلوماتٍ بديلة. فقد يعرف الآخرون أمورًا لا نعرفها؛ لذا يكون من المنطقي أن نقلدهم؛ ومن ثَم فإن اتباع سلوك القطيع قد يكون أداةً عقلانية للتعلم الاجتماعي. لكننا في بعض الأحيان نتبع سلوك القطيع تلقائيًّا دون تفكير، وهو ما قد يعني أن اتباع القطيع غريزةٌ صقلَها التطور.

تُوجَد أمثلةٌ كثيرة على اتباعنا لسلوك القطيع في حياتنا اليومية. عندما أكون بحاجة إلى المال بشكلٍ عاجل، وأرى طابورًا طويلًا أمام صرافٍ آلي بعينه، ولا أجد شخصًا واحدًا أمام الصراف المجاور، أوفِّر على نفسي الوقت وأفترض أن هؤلاء الواقفين لا يستخدمون الصراف الآلي الآخر لسببٍ ما؛ إما أنه معطَّل أو أن البنك يفرض رسومًا باهظة على عمليات السحب منه. هُنا أتعلم من قرار المجموعة. ولا يُوصَف هذا التصرف بالصواب أو الخطأ؛ ففي بعض الأحيان يكون القطيع قد اختار الاستراتيجية الصحيحة، وفي أحيانٍ أخرى يكون قد اختار الاستراتيجية الخاطئة. لذلك تعتمد صحة قراري على اتباع سلوك القطيع على السياقات المختلفة. كما تصبح خيارات الآخرين مفيدة أيضًا، عند اختيار مطعم لتناول الطعام. فأنا لا أذهب إلى مطعمٍ خالٍ من الزبائن عادةً، لا سيما إن كان المطعم المجاور له مزدحمًا. وأفضِّل المطعم المزدحم ولو اضطُررتُ للوقوف في طابور، على افتراض أن الآخرين لديهم من المعلومات ما يفيد بأن النبيذ والطعام سيئ الجودة في المطعم الأول أو أن الطعام لذيذ في المطعم الثاني. وهُنا نسأل: هل اتباع سلوك القطيع أمرٌ جيد أم سيئ؟ والإجابة على ذلك تعتمد على إنْ كانت تلك الأحكام والقرارات الجماعية صحيحة أم خاطئة.

لكن قد ينشأ عن اتباع سلوك القطيع تبعاتٌ سلبية. إذا كنتُ أقرِّر بين مطعمٍ خال من الزبائن ومطعمٍ مكتظ بالزبائن، لِمَ أختار المطعم الثاني دون الأول؟ لو أنني اتبعتُ الآخرين إلى المطعم المكتظ فإنني حينها استخدمتُ المعلومات الاجتماعية المستمدة من قرارات الجماعة؛ لكن ماذا لو كانت لديَّ معلومةٌ خاصةٌ قيمة لكنها غير معلومة للآخرين؟ تخيَّل لو أن لديَّ معلومتَين؛ إحداهما مصدرُها توصيةٌ من صديق من سيدني يزور لندن وأخبرني أن المطعم الخالي من الزبائن جوهرةٌ مدفونة في لندن؛ والمعلومة الأخرى استنتجتُها من ملاحظة اختيار الآخرين للمطعم الآخر.

قد أقرِّر أن أتبع القطيع وأختار المطعم المزدحم؛ لكنني عندما أتجاهل المعلومة التي لديَّ (توصية صديقي)، فإنها ستغيب عمن يلاحظون سلوكي. وسيستنتجون من

اختياري للمطعم المكتظ أن المطعم الخالي من الزبائن ليس فيه ما يميزه على الإطلاق؛ إذ من أين لهم معرفة أن لديَّ معلومةً خاصة تفيد أن المطعم الخالي هو في الحقيقة مطعمٌ جيد للغاية؟ بالتالي ستزيد احتمالية أن يصطفوا أمام المطعم الأقل جودة والأكثر ازدحامًا، وسيحذو الآخرون حذوهم أيضًا. هكذا تنتشر المعلومات الاجتماعية عن خيارات الآخرين بين أفراد القطيع. عندما يؤدي سلوك القطيع إلى تجاهل معلوماتٍ غيرِ شائعة قيِّمة بسبب انخداع الآخرين بسلوك القطيع، فإنه ينجم عنه تأثيرٌ سلبي على الآخرين، أو ما يُسمى بالتأثير الخارجي السلبي لسلوك القطيع. ولا شك في أن القطيع يُمِد الآخرين بالأمان؛ كما أن عمليات صنع القرار الجماعية، تحت ظروفٍ معينة، قد تؤدي إلى قراراتٍ أفضل. كما يمكن أن تكون المعلومات الجماعية أكثر دقة. لكن سلوك القطيع يعني أيضًا تجاهل المعلومات الخاصة القيمة وضياعها.

هناك سببٌ آخر لسلوك القطيع، وهو أننا نكترث بما يفكر فيه الآخرون بشأننا. فنحن نحرص على سُمعتنا، ونحميها بعناية، وهذا أمرٌ مرتبط بدافع الصورة الاجتماعية الذي تعرضنا له في الفصل الثاني. لا تتضرر سُمعتنا في كثير من الأحيان إذا اقتصر خطؤنا على المواضع التي يخطئ فيها الآخرون، أو كما يقول جون مينارد كينز: «تكون سُمعتنا في وضعٍ أفضل إذا جاء خطؤنا متفقًا مع السائد عما إذا كان صوابنا مخالفًا له.» ولنا في المتداولين المارقين درسٌ في هشاشة السمعة المبنية على معارضة التيار السائد. فالمتداولون المارقون يمكنهم تحقيق مكاسبَ هائلة، إذا قاموا بالمضاربة عكس التيارات السائدة في سوق المال. لكن عندما يكون التيار السائد على حق والمتداولون المارقون على خطأ، فلا يمكنهم إنقاذُ سُمعتهم بسهولة؛ إذ لن يتمكنوا من الدفاع عن أنفسهم بحجة أن ما ارتكبوه خطأٌ شائع.

وربما يكون للتطور دورٌ كبير في سلوك القطيع؛ لأن كثيرًا من الكائنات الحية الأخرى تشاركنا في سلوكيات التعلم الاجتماعي. على سبيل المثال، تُظهِر بطاريق آديلي في القارة القطبية الجنوبية ميولًا قوية لاتباع سلوك القطيع. تقع بطاريق آديلي في منتصف سلسلةٍ غذائية؛ فهي تتغذى على الكريل (نوع من القشريات) وتتغذى عليها الفقمة النمرية. تواجه تلك البطاريق معضلة عند بحثها عن الطعام؛ فهي إذا غاصت في البحر، يحتمل أن تعثر على بعض الكريل الشهي، أو أن تهاجمها فقمةٌ نمرية وتفترسها. حينها تقرِّر أن أفضل طريقة هي الاعتماد على التعلم الاجتماعي، وملاحظة سلوك أقرانها، قبل أن تتخذ قرارها في هذا الشأن. سوف يُقدِم على المغامرة بالغوص في البحر البطريق الأكثر

شجاعة أو الأكثر جوعًا، وإذا رأى بقية أفراد المستعمرة أنه لم يتعرض لهجوم من فقمة، فسيحذون حذوه. يسلك البشر سلوكياتٍ مناظرة في عالمنا المعاصر؛ إذ نعتمد مثلًا على تقييمات المستهلكين للمنتجات ومراجعاتهم لها، قبل أن نتخذ قراراتنا الشرائية، التي أصبحَت أسهل بكثيرٍ مما كانت عليه في السابق مع انتشار الإنترنت والتسوق الإلكتروني. فنحن نتأثر بشكلٍ كبير حين نرى المشاهير يستخدمون منتجاتٍ معينة. كل هذه الأساليب التي نعتمد فيها على رأي الآخرين عند اختيار المنتجات التي نريد شراءها، ما هي إلا انعكاسٌ لنزوعنا للتأثر بالمعلومات الاجتماعية.

في الأغلب يتعلق سلوك القطيع لدى البشر أيضًا بالأمان الذي يوفِّره الانتماء لجماعة. فالكثرة تولِّد إحساسًا داخل المرء بالاطمئنان. تخيل أنك تريد عبور طريقٍ مزدحم بالسيارات والدراجات النارية في مدينة جاكرتا الإندونيسية. سبيلك الوحيد إلى ذلك هو أن تعبُر الطريق مع مجموعة من السكان المحليين؛ إذ يتيح لك ذلك أن تتعلم منهم عاداتهم في عبور الطريق، وفي الوقت نفسه ستنعم بالأمان والحماية التي توفِّرها المجموعة. فاحتمال أن تصدم سيارة شخصًا واحدًا أكبر بكثير من احتمال أن تصدم مجموعة من المشاة. وتُوجد أمثلة شبيهة في الأنظمة المدنية؛ فعلى سبيل المثال تستند الدعاوى القضائية الجماعية (التي يرفعها فرد بالنيابة عن مجموعة) إلى حقيقة أن الجماعة لها قوة وتأثير يفوق تأثير الأفراد، كما أنه يمكنها حمايتنا من الظلم أيضًا، إذا ما اتحدَت الجماعة لاتخاذ إجراءٍ قانوني لرفع ذلك الظلم. ولعل أبرز مثال على ذلك الدعوى القضائية الجماعية التي رفعت ضد الشركة المنتجة لعقار الفنفلورامين/فينترمين «فن فن» لعلاج السمنة. فقد وجدَت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية أن استخدام العقار مرتبط بحدوث أمراض في القلب. ورفع أكثر من ١٢٥٠٠٠ مُستخدم لهذا العقار دعوى قضائيةً جماعيةً ضد الشركة المنتجة، وهي شركة الأدوية الأمريكية وايث، التي سوَّت القضية خارج المحكمة في نهاية المطاف، ودفعَت تسوياتٍ تقارب ١٦,٦ مليون دولار أمريكي. وهكذا اتحد الأفراد، الذين كانوا لا حول لهم ولا قوة منفردين، كي يحقِّقوا العدالة للجماعة كلها.

وإن كان الكثير من هذه الأمثلة معاصرًا إلا أن غريزة القطيع لدينا قديمة ومتأصلة وضاربة في القدم. وتشترك معنا في هذه الغريزة حيواناتٌ أخرى كثيرة مثل البطاريق التي أشرنا إليها سابقًا. وترتبط غريزة القطيع بسلوك الحيوانات. فسلوك القطيع لدى الأبقار هو غريزةٌ تطوَّرَت كوسيلةٍ دفاعيةٍ لحمايتها من الحيوانات المفترسة. وسلوك القطيع في البشر، وكذلك في العديد من الحيوانات، هو استراتيجيةٌ متطورة للبقاء، ساعدَت أسلافنا

في البحث عن الطعام والمأوى وشركاء التزاوج المناسبين. كيف تلعب هذه الغرائز المتأصلة دورًا في البيئات الصناعية الحديثة حيث تقوم تقنيات الإنترنت والهاتف بدور الوساطة في علاقاتنا وتفاعلاتنا الاجتماعية، مثل عمليات البيع والشراء على موقع «إيباي»، وحجز أماكن العطلات وسيارات الأجرة من خلال تطبيقات «تريب أدفيسور» و«إير بي إن بي» و«أوبر»؟ لكن مزايا وعيوب سلوك القطيع والتأثير الاجتماعي تتضخم في عالمنا الحاسوبي الذي يتطور بسرعةٍ فائقة. فتحدُث الأزمات المالية في أيامنا الحالية بسبب المضاربين الذين يقلدون غيرهم من المضاربين سعيًا للربح، كما كانوا يفعلون لقرونٍ منذ أزمة هوس التوليب (جنون المضاربة الهولندي في القرنِ السابعَ عشرَ بشأن شراء وبيع بصيلات التوليب) وما قبلها.

ويُعد سلوك القطيع المالي شكلًا من أشكال سلوك القطيع، الذي طالما أثَّر في حياتنا جميعًا تأثيرًا جذريًّا، سواء بشكلٍ مباشر أو غير مباشر. فنحن نعيش في نظام مالي عالمي حوسبي مترابط. وقد تكون سرعة وضخامة التدفقات المالية هائلة جدًّا، ولعل أبرز مثال على ذلك قضية نافيندر سينج ساراو، الذي اتُّهم بالمساهمة فيما سُمي «الانهيار الخاطف» لبرصة وول ستريت عام ٢٠١٠، الذي أدى إلى خسائر بقيمة تريليون دولار، عندما قام بتداولاتٍ وهمية من جهاز كمبيوتر في منزل والدَيه بضواحي لندن. في الواقع، سلوك القطيع المالي لديه القدرة على زعزعة الأسواق والأنظمة المالية. هذا بالإضافة إلى إرباك أنماطنا الشرائية، وعاداتنا في التصويت، وآرائنا وممارساتنا الدينية، وتفضيلاتنا الثقافية. كما يمكنه تشويه علاقاتنا وتفاعلاتنا الاجتماعية.

ولسلوك القطيع تبعاتٌ غير مباشرة واسعة النطاق أيضًا فيما يتعلق بالرفاه والمصلحة العامة. إذ قد يؤدي إلى أزمةٍ أخلاقية في حال استخدمَت الشركات والحكومات معلوماتٍ اجتماعية للتلاعب بقراراتنا؛ إذ سيتحول عالمنا إلى عالمٍ قائم على التفكير الجماعي وتحكُّم الأخ الأكبر على غرار رواية «١٩٨٤». وإذا كان التلاعب بالقرارات الاجتماعية له قيمةٌ سوقية، فإنها تكون دافعًا أكبر للشركات والحكومات لانتهاك خصوصية الأفراد وجمع معلوماتهم الشخصية، ما يُفضي إلى استغلال الشركات التكنولوجية المتطورة للأفراد. ويمكِن أن يؤثِّر سلوك القطيع أيضًا في مستقبلنا المالي؛ فإذا سيطر التفكير الجماعي على قرارات مجلس أمناء صناديق التقاعد — مما يسهِّل على الأفراد والجماعات المحتالة اختلاس الأموال — فإن الكثير من الأفراد سيواجهون صعوباتٍ مالية في سن التقاعد. وللأسف، فإن حوادث اختلاس صناديق التقاعد ليست نادرة — فمثل هذه الحوادث تقع

منذ أيام روبرت ماكسويل فصاعدًا — وفي الآونة الأخيرة ظهرَت مخاوف في المملكة المتحدة حول كيفية إدارة صناديق التقاعد للموظفين السابقين في سلسلة متاجر «بريتيش هوم ستورز». لكن الجيد في الأمر أن الهيئات الرقابية أصبحَت على دراية بهذه التأثيرات، وتعمل على وضع سياساتٍ من شأنها تقليل المخاطر وضمان إدارة صناديق التقاعد بالشكل السليم.

استعرض هذا الفصل الطرق العديدة التي تؤثِّر بها المؤثِّرات الاجتماعية على مجموعةٍ كبيرة من قراراتنا الاقتصادية والمالية. فنحن نستجيب للمؤثِّرات الاجتماعية التي تعكس نظرتنا إلى أدائنا بالمقارنة بأداء الآخرين والعكس صحيح. ونرغب في رؤية نتائج أكثر إنصافًا، ونكره الظلم لا سيما إن كان يؤثِّر في حياتنا بشكلٍ مباشر. كما نميل إلى الثقة بالآخرين والمعاملة بالمثل، والكثير من العلاقات الاقتصادية تعتمد على هذا السلوك الاجتماعي. كما أننا نتعلم من الآخرين ونقلدهم في سلوكياتهم. وتتأثر قراراتنا الاقتصادية والمالية بأشكالٍ عديدة من سلوك القطيع والتعلم الاجتماعي. وفي كل هذا، يجمع علم الاقتصاد السلوكي بين المعارف المكتسبة من علم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع وعلم الأعصاب وعلم الأحياء التطوري ليفسِّر بها أسباب تدخل المؤثِّرات الاجتماعية بقوة في سلوكنا الاقتصادي والمالي والأساليب التي يحدُث بها ذلك.

أحد تفسيرات سلوك القطيع هو أنه أداةٌ سريعة لاتخاذ القرارات — أو ما يسمِّيه علماء الاقتصاد السلوكي بـ «الطرق الاستدلالية» — تتيح لنا توفير الوقت والجهد المعرفي اللذَين تستلزمهما عملية اتخاذ القرارات من الصفر. تخيَّل أنك تريد شراء ثلاجةٍ جديدة، وتعرف أن جارك قد قضى الكثير من الوقت في البحث عن أفضل ماركة ثلاجة لشرائها. لماذا تبذل الجهد نفسه الذي بذله في حين أن بوسعك أن تطلب منه ترشيح ماركةٍ معينة؟ في هذه الحالة، إحدى الطرق الاستدلالية هي سؤال جارك، مما سيوفِّر لك الكثير من الوقت والجهد. لكن عيب الطرق الاستدلالية هي أنها قد تُوقِع صاحبها في انحيازاتٍ سلوكيةٍ منهجية رغم سرعتها وسهولتها وكفاءتها في كثيرٍ من الأحيان. في المجمل، عندما نتبع سلوك جيراننا وأصدقائنا إما أننا ننتفع من معلوماتٍ اجتماعيةٍ قيمة، أو أننا نكرِّر أخطاءهم فحسب. ويُعتبر سلوك القطيع إحدى الطرق الاستدلالية، وتُوجَد في علم الاقتصاد السلوكي مؤلفاتٌ كثيرة في موضوع الطرق الاستدلالية، وفي الفصل الرابع سنتعرض لبعض الأفكار الرئيسية في هذا الشأن.

الفصل الرابع

التفكير السريع

تناول الفصل الثالث بعض الطرق التي تؤثِّر بها المؤثِّرات الاجتماعية وسلوكيات ومواقف الآخرين على قراراتنا. ويُعد سلوك القطيع أحد الأمثلة المهمة لتلك الطرق؛ فنحن نسير على نهج الآخرين؛ لأن تقليدهم يساعدنا في تقرير ما سنفعله تاليًا بسرعة. ونستخدم هذه القواعد السريعة في الكثير من القرارات التي نتخذها في حياتنا اليومية؛ وفي هذا الفصل سنستعرض بعض الطرق الاستدلالية الأساسية وتبعات استخدامها، خاصة فيما يتعلق بالانحيازات السلوكية.

قديمًا كان يتمحور تركيز علماء الاقتصاد حول دور الأسواق في تنظيم قرارات واختيارات الكثير من المستهلكين والشركات. وتلعب الأسعار دورًا محوريًّا في الأسواق؛ إذ تعطي معلوماتٍ مهمة بشأن تكاليف الإنتاج والتوازن بين العرض والطلب. ومع أن الأسواق تخدم غرضًا شديد الأهمية في الاقتصاد، فإن آليات التسعير عُرضة للخطأ، وإخفاق الأسواق بشتى أشكاله يعني أن الأسعار لا تعبِّر عن جميع جوانب العرض والطلب بشكلٍ فعال. وعلماء الاقتصاد يعرفون هذه الحقيقة أفضل من غيرهم، ويقضي الكثيرون منهم حياتهم في تحليل كيفية وأسباب إخفاق الأسواق، مع التركيز بشكلٍ أساسي على الإخفاقات السوقية والمؤسسية.

لكن علماء الاقتصاد السلوكي أضافوا بُعدًا جديدًا لهذا التحليل، لا ينظر في أنظمة الأسواق والمؤسَّسات الداعمة لها مثل الحكومات والأنظمة القانونية، وإنما إلى سلوك الأفراد أصحاب القرار الذين يشكِّلون السوق. وهنا، يُخالِف علماء الاقتصاد السلوكي افتراضات علماء الاقتصاد التقليدي، ألا وهي أن الأفراد يستخدمون قواعدَ رياضيةً معقَّدة نسبيًّا عند اتخاذ القرارات بخصوص ما يفعلونه ويشترونه ويبيعونه، وما يبذلونه من جهد في العمل.

تقليديًّا يفترض علماء الاقتصاد أنه رغم فشل الأسواق، فإن الأفراد الذين يستخدمون الأسواق في غاية العقلانية. وأنهم في بعض الأحيان، يتخذون قرارات يُمكن تحسينُها باكتساب الخبرة والمزيد من المعلومات. لكنهم يبذلون قُصارى جهدهم، بناءً على المعلومات المتاحة لديهم في ذلك الوقت، لاتخاذ القرارات المناسبة ولا يكرِّرون الأخطاء. وهذه الخيارات المنطقية تعكسُ تفضيلاتِ أصحابها التي تدفعهم إليها بشكلٍ صارم؛ فلو فضَّل شخصٌ عاقل الكتب على الشوكولاتة، والشوكولاتة على الأحذية، فحتمًا سيفضل الكتب على الأحذية. فتفضيلات هؤلاء الأشخاص العقلانيين متسقة وثابتة. ويعود ذلك إلى أنهم يعالجون أحدث المعلومات المتاحة، ويستخدمون التفكير الرياضي المنطقي لمعرفة أفضل الحلول الممكنة وأنسبها. ومع أن كثيرًا من التحليلات الاقتصادية تعالج مسألة عدم موثوقية المعلومات المتاحة أو نقصانها بطريقةٍ ما، فإن معظم علماء الاقتصاد لا يُولُون اهتمامهم لكيفية الاختيار واتخاذ القرارات غير المنطقية. وهُنا يأتي دور الاقتصاد السلوكي بمفهومه الأوسع عن العقلانية.

بالنسبة لعلماء الاقتصاد السلوكي، تكمُن مشكلة الاقتصاد التقليدي في افتراضاته المتعلقة بأدوات صنع القرار عند الأشخاص لأنها ناقصة وغير واقعية. فنحن في الواقع نتخذ كثيرًا من قراراتنا اليومية بشكلٍ سريع ودون أي تمعُّن. وهذا ليس تصرفًا غبيًّا ولا غير عقلاني بل العكس من ذلك تمامًا. فليس من الذكاء أو المنطق أن نقضيَ ساعاتٍ طويلة في جمع المعلومات وإعداد استراتيجية لاتخاذ بعض القرارات اليومية التي ليس لها أثرٌ بالغٌ في حياتنا. في بعض الأحيان، نريد أو نحتاج اتخاذ القرارات بسرعة. ولا أقصد من ذلك أن التفكير السريع أمرٌ جيد أيضًا. فعندما نتعجَّل في اتخاذ القرارات، فإننا نرتكب الأخطاء. وحين نسترجع أحداث يومنا، فقد نجد أننا لو كنا تمهَّلنا في اتخاذ بعض القرارات، فلربما قادنا ذلك إلى خياراتٍ أفضل. لهذا نتناول في هذا الفصل بعضًا من هذه الموضوعات، مع التركيز على قواعد التفكير السريع، وما يرتبط به من أخطاء نقع فيها في قراراتنا اليومية.

القرارات السريعة باستخدام الطرق الاستدلالية

من الصعب اتخاذ قراراتٍ سريعة، إذا كنا نواجه فيضًا من المعلومات، أو ما يسمَّى بـ «الإغراق المعلوماتي» أو «فرط المعلومات». وكذلك من الصعب اتخاذ قراراتٍ سريعة ودقيقة، إذا كان لدينا فيضٌ من الخيارات؛ أو ما يسمَّى «فرط الخيارات». افترض

علماء الاقتصاد القياسي أن القدرة على الاختيار أمرٌ جيد في حد ذاته، وأن توافر خياراتٍ كثيرة أفضل من توافر خياراتٍ قليلة. فوجود العديد من الخيارات يستلزم وجود منتجاتٍ وخدماتٍ تناسب احتياجات ورغبات كل واحدٍ منا بصورة دقيقة مما يُسهِم في رفاهيتنا ورخائنا. غير أنه على أرض الواقع، لا يبدو أن كثرة الخيارات تؤدي إلى قراراتٍ أفضل.

بحث عالما النفس المتخصصان في موضوع الاختيارات، شينا أينجار ومارك ليبر، كيف يمكن لكثرة الاختيارات أن تثبِّط عزيمة المتسوِّقين والطلاب ولماذا. وفي مجموعةٍ من التجارب، طلب الخبيران من المتسوِّقين في محل بقالة استعراض كشكَين لبيع عُلب المربَّى؛ كان أحدهما يحتوي على أربعة وعشرين نوعًا معروضًا للبيع، والآخر به خمسة أنواع فحسب. وفي حين قضى المتسوقون وقتًا أطول في استعراض الكشك الذي يحتوي على أنواعٍ كثيرة من المربى، كانت مشترياتهم أكثر من الكشك ذي الاختيارات المحدودة. ربما أربكَتهم كثرة الخيارات المتاحة وثبَّطَتهم، إلى حد إعاقة قدرتهم على اتخاذ القرار. وفي تجربةٍ أخرى عن الاختيارات، كُلِّفَت مجموعتان من الطلاب بمهمَّتَي تقييمٍ مختلفتَين. فطُلب من المجموعة الأولى كتابة مقالة عن موضوعٍ واحد من ضمن ثلاثين موضوعًا. وطُلب من المجموعة الأخرى كتابة مقالة عن موضوعٍ واحد من ضمن ستة مواضيع. وعلى غرار تجربة التسوق، أظهرَت المجموعة ذات الاختيارات المحدودة أداءً أفضل وحماسةً أكبر. فقد كتبوا مقالاتٍ طويلةً ثرية مقارنة بطلاب المجموعة الأخرى.

في عصرنا الحديث، يمثِّل فرط الخيارات مشكلةً عويصة، يزيد من تفاقمها الإغراق المعلوماتي أيضًا. فعندما يواجه المستهلكون فرط الخيارات، فإن ذلك يجعلهم يتعجَّلون في اتخاذ القرار؛ فقد يختارون، على سبيل المثال، أول الأصناف التي يجدونها في القائمة، بدلًا من النظر في كل الخيارات المتاحة لديهم. ولو كانت الخيارات شديدة التعقيد — لا سيما إن كانت تنطوي على اتخاذ قراراتٍ «مملَّة» ليس لها منافعُ ملموسةٌ وفورية (مثل اختيار خطة التقاعد) — فقد ينصرفون عن محاولة الاختيار من الأساس. وقد تضارَبَت نتائج الدراسات التالية لتلك التجربة بشأن مسألة فرط الخيارات، لكن أظهرت دراسةٌ حديثة أجراها ألكسندر تشيرنيف وزملاؤه أن السياق يلعب دورًا مهمًّا؛ أي إن تعقيد الخيارات المتاحة، وصعوبة المهام المطلوبة من المشاركين، وتردُّدهم بين تفضيلاتهم، وميلهم إلى تقليل الجهد المبذول في الاختيار، كلها عواملُ مرتبطةٌ بزيادة حساسية الفرد لفرط الخيارات.

بالإضافة إلى كثرة الخيارات التي نجدها عند شراء أي شيء — بداية من المربى والخبز وانتهاء إلى المنتجات المالية المعقدة — يُوجَد كمٌّ هائل من المعلومات المعقَّدة، سواء على الإنترنت أو خارجه، قد يصعُب علينا أحيانًا معالجته بسرعة وبسهولة. وبخلاف المنظور التقليدي لعلم الاقتصاد، تشير أبحاث علماء الاقتصاد السلوكي إلى أن كثرة المعلومات المتاحة لا تؤدي إلى نتائجَ أفضلَ بالضرورة. فنحن في كثيرٍ من المواقف الحياتية لا نريد إهدار الوقت والجهد في الحسابات المعقَّدة، بل نستعين بالقواعد البسيطة لاتخاذ القرارات بسرعة. يسمِّي علماء الاقتصاد السلوكي هذه القواعد البسيطة «الطرق الاستدلالية». أحيانًا تقودنا الطرق الاستدلالية إلى نتائجَ جيدة. لكنها في بعض الأحيان يمكن أن تدفعَنا إلى ارتكاب المغالطات والوقوع في الأخطاء.

في كثيرٍ من الأحيان، يكون من المنطقي استخدام الطرق الاستدلالية في اتخاذ القرارات. فالحمقى فقط مَن سيقضون أيامًا وشهورًا في استعراض بضائع جميع المتاجر الفعلية والإلكترونية، قبل اتخاذ القرار بشأن شراء نوعٍ معيَّن من السيارات أو التلفزيونات أو الثلاجات أو الهواتف، رغبةً في توفير بضعة جنيهات. ويصدُق هذا الأمر بشكلٍ خاص على القرارات اليومية البسيطة. فنحن لا نُجري بحثًا شاملًا كلما أردنا شراءَ رغيفِ خبز. ولا نُهدِر الوقتَ في مقارنة أسعار الخبز في كل محلات السوبر ماركت في لندن؛ فإذا أفلحنا في توفير خمسين بنسًا في الرغيف، فقد يكلِّفنا الذهاب إلى أرخص سوبر ماركت خمسة جنيهاتٍ إسترلينية، هذا بالإضافة إلى الوقت المُهدَر في هذه العملية. هذه الفكرة تتوافق مع تحليلات تكاليف المعاملات في الاقتصاد التقليدي. فغالبية علماء الاقتصاد يتفقون أننا نميل إلى التوفير، لا عند اتخاذ القرارات بشأن ما نريد شرائه حسب، بل عند المتاجرة والتفاوض وجمع المعلومات أيضًا.

لكن علماء الاقتصاد السلوكي يذهبون بتلك الفكرة لأبعدَ من ذلك؛ إذ يرون أننا لا نحسب تكاليف المعاملات أيضًا. إنما نستخدم الطرق الاستدلالية التي تحول دون إهدارنا للوقت في التفكير في تكاليف خياراتنا المختلفة المباشرة وغير المباشرة. وإذا عُدنا إلى مثال شراء الخبز، نجد أننا نستعين بعدد من الطرق الاستدلالية لتحديد النوع المناسب. قد نشتري النوع نفسه الذي اشتريناه في المرة السابقة؛ لأننا نتذكَّر أن مذاقه كان لذيذًا. وإذا كنا نلتزم بنمطِ حياةٍ صحي، فقد نختار نوعًا يعطي غلافه انطباعًا بالاهتمام بالصحة، كأن يكون الغلاف ورقيًّا وليس بلاستيكيًّا وعليه رسومات لنباتاتٍ خضراء وبذور. وإذا كنا في المنزل ولا نريد بذل الكثير من الجهد، فسنذهب إلى متجر البقالة القريب، على الرغم

من ارتفاع أسعاره ارتفاعًا ملحوظًا عن أسعار المتاجر الكبيرة. لكن كل هذه العمليات تكاد تحدُث بطريقة تكاد تكون لا واعية. فنحن لن نفحَص المعلومات التي تقدِّمها المخابز والمورِّدون بدقةٍ تحليلية، ولن ننظر في تكاليف الخيارات المختلفة أيضًا.

لكن تكمُن مشكلة الطرق الاستدلالية في أنها تُوقِعنا في الأخطاء والانحيازات في أحيانٍ كثيرة. كان عالما النفس دانيال كانمان وآموس تفيرسكي أول من حلَّلا الطرق الاستدلالية، واشتُهِرَت أبحاثهما التي كتب عنها كانمان في كتابه «التفكير السريع والبطيء»، الذي نُشر عام ٢٠١١. أظهر كانمان وتفيرسكي، عَبْر مجموعة من التجارب والتحليلات، كيف تُوقِعنا مجموعةٌ صغيرة من الطرق الاستدلالية في أخطاءٍ منهجيةٍ مُتوقَّعة. فعندما نتخذ القرارات بسرعة، قد نجد قراراتنا تحيد عما هو أفضل لنا.

ولقد بحث كانمان وتفيرسكي ثلاثة أنواعٍ رئيسية من الطرق الاستدلالية والانحيازات السلوكية المرتبطة بها، وهي: التوفر، والتمثيلية، والارتساء والضبط.

استخدام المعلومات المتوفرة

عندما نتخذ قرارًا — لا سيما وإن كنَّا في عجَلة من أمرنا — فإننا لا نفحَص كل المعلومات المتوفرة لدينا بعنايةٍ كافية. إنما نستخدم معلوماتٍ يسهُل الوصول إليها واسترجاعها واستدعاؤها. ونحن حين نستخدم ما لدينا من معرفة فإننا نشبه موظفًا يقلِّب في خزانة ملفاته بسرعة كي يلحقَ باجتماع. إذ سنأخذ أول ملف نجده ذا صلة بالموضوع على الأغلب، ولن نجد الوقت ولا الطاقة لفحص كل الملفات المتاحة بعنايةٍ للبحث عن أوثق المعلومات صلةً بموضوع الاجتماع. وهذا يعني أننا في بعض الأحيان سنفوِّت معلوماتٍ مهمة وسنرتكب الأخطاء.

يسمِّي كانمان وتفيرسكي اعتمادنا على المعلومات التي يسهُل استرجاعها، بدلًا من النظر في المعلومات ذات الصلة نظرةً شموليةً دقيقة، بـ «استدلال التوفر». ويرتبط التوفر أيضًا بمفاهيم من علم النفس مثل «تأثير الأسبقية» و«تأثير الحداثة». فنحن نتذكَّر أقدمَ المعلومات التي ترِد إلينا بخصوص موضوع معين وأحدثَها، وننسى المعلومات التي في المنتصف بسهولة.

ومن الممكن أن يساعدنا استدلال التوفر في تفسير سلوكياتنا المعتادة. على سبيل المثال، أحب أنا وزوجي السفر كثيرًا، وعادةً ما أتولى حجز رحلات الطيران والفنادق. وأعرف أن هناك مجموعةً كبيرةً ومعقَّدة من وكالات السفر، على الإنترنت وخارج الإنترنت،

لكني أميل إلى الاستعانة بالوكالة نفسها في كل مرة أنوي فيها السفر؛ إذ يمكنني تذكُّر كيفية التواصل معها بسهولة. كما أنني أتذكر جودة (أو رداءة) تجربتي السابقة، وتساعدني في ذلك المواقع الإلكترونية التي تُتيح لي توثيق خبراتي السابقة. كما تُسهِم في ترسُّخ هذه الذكريات إشعاراتُ التذكير المتكررة عَبْر البريد الإلكتروني من مقدِّمي الخدمة. ربما يفوتني الكثير من العروض الأفضل لأنني لا أبحث بما فيه الكفاية. ومع ذلك، أتصفح المواقع الأخرى من حين لآخر حتى أحمي نفسي من الخداع، لكنني ألاحظ تقارُب أسعار الفنادق ورحلات الطيران عادة، ولا أدري هل تآمرَت وكلات السفر فيما بينها على رفع الأسعار على المستهلكين، أم أن هذا بسبب الضغط التنافسي في التسعير، أو هو المزيج من كلَيهما. على أي حال، عندما أتأمل حقيقة الأمر، أطمئن إلى أن لجوئي المتعجل إلى المعلومات القابلة للاسترجاع بسهولة لن يقودني إلى حافة الهاوية، مع أنني قد أكون مخطئة في اعتقادي هذا.

في بعض الأحيان، نستخدم استدلال التوفر عن قصد (على سبيل المثال، عند اختيار كلمات المرور الخاصة بنا)، وهذا يزيد من خطر تعرُّضنا لانتهاكات الخصوصية والأمان على أيدي المخترقين ومُرسلي الرسائل العشوائية والمحتالين. فكلمات المرور الصعبة الاختراق لا يسهُل تذكُّرها بسهولة. لذا قد نلجأ إلى استدلال التوفر لاختيارِ كلماتِ مرورٍ سهلة التذكُّر، لكن كلمات المرور سهلة التذكُّر تكون سهلة الاختراق أيضًا. تجمع شركة «سبلاش داتا» للأمن الحاسوبي قائمةً بأسوأ كلمات المرور سنويًّا. وذكرَت أن أكثر كلمة مرور شيوعًا وانتشارًا هي ١٢٣٤٥٦ (تصدَّرَت قائمة الشركة لعدة سنواتٍ متتالية). وتأتي في المرتبة الثانية لأكثر كلمات المرور شيوعًا كلمة password. كلاهما يسهُل استرجاعهما عَبْر استدلال التوفر، لكن سيسهُل على المخترقين اكتشافُهما لشيوع استخدامهما.

يهتم صناع السياسات والهيئات المنظِّمة للمنافسة بين الأسواق، بكيفية استخدامنا للطرق الاستدلالية، خاصة في سياق سلوك «التبديل» عند المستهلكين؛ فنحن نتردَّد في تبديل مقدِّمي خدمات الطاقة، وشركات الاتصالات، والخدمات المالية، حتى إذا وجدنا عرضًا أفضل في مكانٍ آخر. ما الذي يمنعنا من التبديل إلى العروض الأفضل؟ قد يكون ذلك بسبب الكسل والتسويف، أو بسبب تأثير استدلال التوفر. فنحن نميل إلى التمسك بما جرَّبناه ونعرفه، إلا إذا كانت التجربة سيئةً لا تُنسى، وذلك لأننا نألَفُ ما جرَّبناه. في الآونة الأخيرة، شعَر صُناع السياسات بقلقٍ متزايد، من أن تسيء الشركات استغلال ميل المستهلكين لعدم التغيير. فعندما لا تكون الشركات محكومةً بالضغط التنافسي الذي

يفرضه المستهلكون (عندما يقرِّرون البحث عن عروضٍ أفضل في مكانٍ آخر)، فإنها تفقد الحافز الذي يدفعُها لتحسين عروضها. ما الحل إذن؟ تساعدنا مواقع مقارنة الأسعار في الاطلاع على الأسعار المتاحة بشكلٍ أسرع. كما تطوِّر الحكومات وسائل من شأنها تسهيل عملية تبديل مقدِّمي الخدمات، كما سنرى مفصلًا في الفصل التاسع، «السلوك الاقتصادي والسياسة العامة».

استخدام التمثيلات

يذكُر كانمان وتفيرسكي طريقةً أخرى من الطرق الاستدلالية، تُوقِعنا في الانحيازات، وهي استدلال التمثيل. فنحن نتخذ كثيرًا من قراراتنا من خلال المقارنات؛ أي إننا نعقد مقارنات، قد تكون سطحيةً في بعض الأحيان، مع الأحداث المتشابهة ظاهريًّا. ولقد أجرى علماء الاقتصاد السلوكي وعلماء علم النفس تجاربَ متنوِّعة، كي يُظهِروا كيف نقفز بسرعة إلى الحكم بتشابُه السيناريوهات. كما أننا نميل إلى التوفيقِ بين تصوُّراتنا عن الآخرين والقوالب النمطية التي نحتفظ بها في أذهاننا.

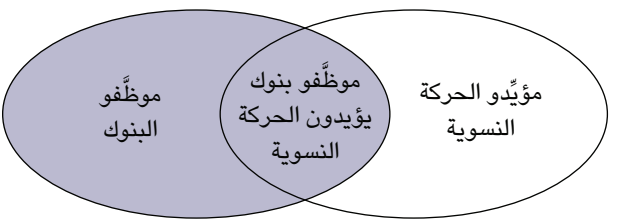
ويشرح كانمان وتفيرسكي استدلال التمثيل من خلال إجراء مجموعةٍ من التجارب. وفي إحداها يطلبان من المشاركين اختيار المهنة التي يرجِّحون أن شخصًا ما يمتهنها. ويعطيان بعض المشاركين وصفًا لستيف. فيقولان إنه خجول وانطوائي ويهتم بالتفاصيل. وبعد أخذ هذه المعطيات في الاعتبار، يميل المشاركون إلى ترجيح أن يكون ستيف أمينَ مكتبة، مع أن المعلومات الموضوعية التي ترجِّح هذا الاحتمال لا تدعم هذا التخمين.

يعبِّر كانمان وتفيرسكي عن ظاهرة مماثلة في تجاربهما التي استكشفا فيها «مسألة ليندا». في تلك التجارب طلبا من مجموعةٍ أخرى من المشاركين قراءة بعض المعلومات المتعلقة بامرأة تُدعى ليندا. وقالا للمشاركين إن ليندا في الثلاثينيات من عمرها. وهي ذكية، عزباء، وصريحة. كما أنها منشغلة بقضيتَي العدالة الاجتماعية والتمييز، وقد سبق أن شاركَت في المظاهرات المناهضة للأسلحة النووية. بعد ذلك، سألا المشاركين:

ما الراجح بين هذَين الاحتمالَين؟

(١) ليندا موظَّفة في بنك.
(٢) ليندا موظَّفة في بنك وتؤيد الحركة النسوية.

اختار أغلب المشاركين الاحتمال الثاني، أن ليندا تعمل موظَّفة في بنك وتؤيد الحركة النسوية، على الرغم من أن تلك الفئة تُعد مجموعةً فرعية من المجموعة التي يشملها الاحتمال الأول وهي (جميع) موظَّفي البنوك. في المجمل، يتساوى الاحتمال الثاني مع الأول في الرجحان. ولا يمكن أن يكون أرجح من الأول. تُسمى هذه المغالطة «مُغالطة الاقتران»: وهي مغالطة يقع فيها الناس عند الحكم على احتمال وقوع ما يسمِّيه واضعو النظريات بـ «الأحداث المقترنة»، وهي الأحداث التي تقع متلازمة كما هو موضَّح في شكل ٤-١.



شكل ٤-١: مسألة ليندا — مغالطة الاقتران.

يحكم الكثيرون بأن اقتران الحدثَين — (١) ليندا موظَّفة في بنك، (٢) ليندا تؤيد الحركة النسوية — أكثر رجحانًا من الحدث المنفرد — ليندا موظَّفة في بنك — مع أن الحدث المنفرد يشمل احتمالاتٍ أعم؛ إذ يشمل كل موظَّفي البنوك، سواء أكانوا يؤيدون الحركة النسوية أم لا. وباعتبار أنه يُوجد احتمال ألا تكون ليندا مؤيدة للحركة النسوية وفقًا للمعلومات المقدمة؛ فقد كان من المفترض أن يجد المشاركون الاحتمال (أ) أكثر رجحانًا من الاحتمال (ب) إذا أعملوا قواعد الاحتمال.

لماذا يتجاهل الكثيرون قواعد الاحتمال البسيطة؟ الإجابة عن هذا السؤال هي أننا لا نتخذ قراراتنا بالاحتكام إلى القواعد الرياضية والإحصائية فحسب. إنما نختلق قصصًا في أذهاننا بدلًا من ذلك. هذا لأن لها تأثيرًا قويًّا على مخيِّلاتنا. حين نستخدم استدلال التمثيل، فإننا نطابق أحكامنا مع خبراتنا السابقة والقوالب النمطية في أذهاننا. على سبيل المثال، تدفعنا قصة ليندا إلى أن نرجِّح أنها تؤيد الحركة النسوية، لذا فإننا ننتقي الخيارَ الذي يشير صراحةً إلى احتمال كونها تؤيد الحركة النسوية. ومع أننا نعلم بقواعد الإحصاء والاحتمالات، فإن هذه المعرفة بقواعد الاحتمالات تبدو لنا غير ذات صلة بالمسألة؛ لذا

نهملها ونتبنى بدلًا منها قصةً مترابطةً منطقيًّا، وهي القصة التي تعبِّر ظاهريًّا عن ماهية ليندا ووظيفتها.

ويمكن أن يشوِّه الاستدلال بالتمثيل أحكامنا أيضًا، إذا كنا بطيئين في تكييف معرفتنا السابقة لتتسق مع معرفةٍ جديدةٍ اكتسبناها، فيتسبَّب في مشكلتَي «الانحياز التأكيدي» و«التنافر المعرفي».

يحدُث الانحياز التأكيدي عندما نؤسِّس أحكامنا بصرامة على معتقداتنا السابقة. وتشيع هذه الظاهرة في المناظرات السياسية والخلافات بين اليمين واليسار. تناول مارتن بارليت، في كتابه الذي نُشر عام ٢٠١٤ «تشويه صورة الرئيس: تغريب باراك أوباما»، ردود الأفعال تجاه دور باراك أوباما في اغتيال أسامة بن لادن في أبريل ٢٠١١. ظاهريًّا، قد يصعُب تفسير دور باراك أوباما في اغتيال بن لادن بأنه دعمٌ للإرهاب، ومع ذلك علقَت صحيفة «واشنطن تايمز» المناصرة لحزب المحافظين بأن أوباما كرَّم بن لادن عندما سمَح لأتباعه بدفنه تبعًا للشعائر الإسلامية التقليدية. كان المحافظون يرون أوباما متعاطفًا مع الإرهاب؛ ومن ثَم فإن أي فعل كان سيُقدِم عليه — ولو كان اغتيال الزعيم الإرهابي — كانوا سيعتبرونه دعمًا للإرهاب.

مثالٌ آخر على الانحياز التأكيدي هو انتخاب جيريمي كوربن غير المتوقع زعيمًا لحزب العمال المعارض، في المملكة المتحدة عام ٢٠١٥. وفي أول حضورٍ له لجلسة «اسأل رئيس الوزراء»، أدرَج أسئلةً طرحها الناخبون، في حين أن من يصوغ هذه الأسئلة عادةً أعضاءُ البرلمان البريطاني تحت قيادة زعيم المعارضة. اعتبر مؤيدوه هذا التصرف انعكاسًا واضحًا لميوله الديمقراطية الجديرة بالثناء، في حين وجدَه منتقدوه دليلًا على افتقاره للخبرة وحُسن التصرف. في الحالتَين، لم يُحدِث تصرُّف جيريمي كوربن تغييرًا كبيرًا في آراء مؤيديه ولا معارضيه، بل أكَّد معتقداتهم السابقة بشأنه.

في حين أن الانحياز التأكيدي يتعلق بتفسير الأدلة الجديدة في ضوء معتقداتنا الحالية، فإن التنافر المعرفي يتعلق بالتناقضات بين معتقداتنا وأفعالنا. قد نرى أنفسنا صالحين أسخياء، لكننا كثيرًا ما نمُر بمشرَّدين يتسولون دون أن نلتفت لهم. في مِثل هذه السياقات، تتعارض أفعالنا مع تصوُّراتنا عن ذواتنا، فنُحاوِل تبريرها بحُججٍ منطقية. قد نرى أن المشرَّد — في المثال الذي بين أيدينا — أولى له أن يتكسب ببيع جريدة «ذا بيج إيشو»؛ ولو أنه كان يبيعها لاشترينا منه واحدة. وقد نحكم أن المُشرَّد محتالٌ يحاول استعطافنا لسرقة أموالنا. كما قد نعتقد أن منحَه المال لن يساعده حقًّا لأنه سيُنفِقه

على المخدِّرات. في كل تلك الحالات، تلاعبنا في تصوُّرنا للموقف بحيث لا يمسُّ باعتقاداتنا السابقة عن سخائنا.

أكَّد جورج أكرلوف وويليام ديكنز، نزوعَنا إلى تبرير أفعالنا المتناقضة، من خلال إجراء بعض التجارب السلوكية. طلب أكرلوف وديكنز من الطلاب المشاركين توجيهَ إهانات إلى بعضهم مثل: «أنتَ سطحيٌّ وغيرُ جديرٍ بالثقة ومُمِل.» ولاحظا أن الطلاب الذين يوجِّهون الإهانات قد عدَّلوا نظرتَهم لضحاياهم، فأصبحوا بالفعل أكثر انتقادًا لهم. هُنا لم يرغب الطلاب الموجِّهو الإهانات في زعزعة تصوُّرهم عن أنفسهم بأنهم أشخاصٌ «لطفاء»، فوجدوا أن سبيلهم الوحيد للتوفيق بين ذلك التصوُّر وتصرُّفهم الذي يتناقض معه هو تعديل معتقداتهم عن الآخرين. وخلص أكرلوف وديكنز إلى أن ردود أفعال الطلاب قد تحمل تشابُهًا مع محاولات الأشخاص لتبرير سلوكياتهم العنيفة والعدوانية في السياقات الأعم.

الارتساء والضبط

يحدُث النوع الثالث من التحيز عندما نُرسي قراراتنا عند نقطةٍ مرجعية ثم نغيِّر خياراتنا تبعًا لها. استخدم كانمان وتفيرسكي مجموعةً من الأدلة التجريبية أيضًا لتوضيح هذه الفكرة. وفي إحدى التجارب طلبا من تلاميذ مدارس إعطاء تخميناتٍ سريعة عن نتائج بعض المسائل الحسابية. وكلفا المجموعة الأولى بتقدير حاصل ضرب ١ × ٢ × ٣ × ٤ × ٥ × ٦ × ٧ × ٨. وطلبا من المجموعة الثانية تقدير حاصل ضرب ٨ × ٧ × ٦ × ٥ × ٤ × ٣ × ٢ × ١. كان من المفترض أن تكون التقديرات متشابهة، لكن الطلاب الذين طُلب منهم البدء بـ ٨ × ٧ ... أتوا بتقديراتٍ أعلى من الطلاب الذين طُلب منهم البدء بـ ١ × ٢ ... قد تفسَّر هذه الظاهرة بأن المجموعة الأولى أرست تقديراتها عند أول رقم رأته، وهو رقم «٨»، مما أدى إلى نتيجة أعلى من المجموعة الثانية التي أرست تقديراتها عند «١». توضِّح إجابات التلاميذ المشكلة الأعم التي نواجهها عندما نضبط خياراتنا عند نقطة ارتساءٍ أولية، وهي أننا لا نقوم بالضبط الكافي. إذ تشوِّه النقطة المرجعية المبدئية قراراتنا وخياراتنا.

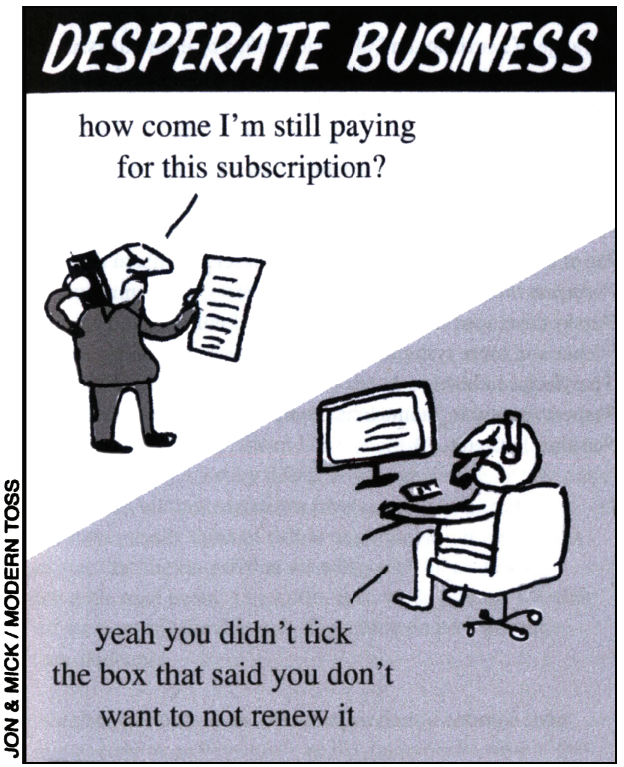
هناك مثالٌ حياتيٌّ آخر، يمكنه تصوير الارتساء والضبط بصورةٍ أوضح، وهو سوق العقارات السكنية في مدينة سيدني. تُباع منازلُ كثيرة في أستراليا في المزادات العلنية، وهذا يزوِّد الأكاديميين بقاعدةِ بياناتٍ ثرية لدراستها. تُعد نسب البيع بالمزادات

مؤشرًا مهمًّا على ازدهار سوق العقارات في سيدني، الذي شهد نشاطًا غير مسبوق عام ٢٠١٥؛ إذ ارتفعَت أسعار المنازل في المتوسط بنسبة ٢٠٪ تقريبًا. بعد ذلك، انفجرَت هذه الفقاعة (بصورةٍ مؤقتة)، في أواخر عام ٢٠١٥، وانخفضَت نسب البيع بالمزادات من ٩٠٪ إلى ٥٠٪ (أي إن ٥٠٪ فقط من المنازل المعروضة للبيع في المزادات هي التي نجح أصحابها في بيعها؛ طالع مؤشِّرات أسعار العقارات السكنية في أستراليا عبر الرابط: www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/mf/6416.0). في أوائل عام ٢٠١٦، استجاب أصحاب المنازل لتراجع الأسعار، وارتفعَت نسبة البيع بالمزادات مرةً أخرى لكن بسبب الانخفاض السريع في عدد البائعين العارضين منازلهم للبيع في المزادات؛ فقد تراجع عدد المنازل المعروضة للبيع بالمزاد من المئات في أواخر عام ٢٠١٥ إلى بضعة منازل في أوائل عام ٢٠١٦. أحد التفسيرات المحتمَلة لهذه الظاهرة هي أن البائعين المحتمَلين كانوا قد أرسَوا توقعاتهم عند سعرٍ معيَّن. وفور أن أدركوا صعوبة تحقيق هذا السعر على الأغلب، قرَّروا العزوف عن البيع بدلًا من قبول السعر الذي يفرضه السوق.

هناك بعض الجوانب التي يتداخل فيها عامل الارتساء في استدلال الارتساء والضبط مع استدلال التوفُّر الذي وصفناه سابقًا. إذ غالبًا ما تكون نقاطنا المرجعية أسهل في الوصول إليها معرفيًّا من المعلومات الأخرى. على سبيل المثال، نحن نستخدم في أغلب الأحيان الوضعَ الراهنَ كنقطةٍ مرجعية؛ أي إننا نميل إلى تجنُّب تغيير الوضع الراهن. وهذا يُوقِعُنا أحيانًا في «انحياز الوضع الراهن» و«انحياز الألفة»؛ أي يجعلنا نُقاوِم التغيير أو نقيِّم الأحداث بحسب درجة اختلافها عن الوضع الراهن. في حياتنا العادية، تستند الكثير من أحكامنا في القرارات التي نتخذها إلى الدرجة التي ستُبعِدنا بها عن الوضع الراهن. عندما نبحث عن وظيفةٍ جديدة أو نريد بيع منزلنا، فإن تصوُّرنا للمرتب العادل أو سعر البيع العادل سينبني على الراتب الذي نجنيه اليوم، أو السعر الذي اشترينا به منزلنا، أو السعر الذي باع به جيراننا منزلهم. الإشكال هو أن هذه الأحكام قد لا تكون مرتبطة بقُوى العرض والطلب في السوق. وقد تُسهِم هذه الأحكام أيضًا في منع الأسواق من العمل بسلاسة.

ومن الممكن أن تستغل الشركاتُ وصانعو السياسات انحيازَنا للوضع الراهن في التلاعب بقراراتنا، وذلك من خلال تعيين الوضع الراهن عَبْر الخيارات الافتراضية على سبيل المثال. فالخيارات الافتراضية المقدَّمة إلينا تمثِّل الوضع الراهن، ولا بد من بذل

جهودٍ واعيةٍ لتغيير هذه الخيارات. تستغل الشركات هذه النزعة بأنانية، من خلال تصميم خياراتٍ افتراضيةٍ معقَّدة لإرباكنا، كما يشير شكل ٤-٢.



شكل ٤-٢: الخيارات الافتراضية المربكة.

غير أن صانعي السياسات يمكن أن يوظِّفوا انحياز الوضع الراهن والخيارات الافتراضية بطرقٍ أكثر فائدة؛ من أجل حلِّ المشكلات التي يمكن أن تنشأ عن ميلنا لعدم التغيير. من أهم الأمثلة على ذلك المعاشاتُ التقاعدية. تُمثل مسألةُ تدبير المال لدفع رواتب المتقاعدين، بالنظر إلى تَعْداد المتقاعدين وطول العمر المتوقَّع، مشكلةً سياسيةً عويصة ومتفاقمة لكثير من الدول المتقدمة. وهنا ابتكر عالما الاقتصاد السلوكي، شلومو بنارتزي وريتشارد ثيلر، نظامًا للمعاشات التقاعدية يستند إلى انحيازنا للوضع الراهن وما يرتبط

به من ميلنا إلى التشبُّث بالخيارات الافتراضية؛ لأن تلك الخيارات غالبًا تمثِّل الوضع الراهن. وصمَّما مشروعهما الذي أسمياه «سيف مور تومورو» (ادَّخر أكثر غدًا)، بحيث تُخصَّص نسبة من الزيادات المستقبلية للأجور لصناديق المعاشات التقاعدية للعاملين. أي إنه كلما تلقى العامل زيادةً في الراتب، ذهب جزءٌ من تلك الزيادة إلى صندوق المعاش التقاعدي، ما لم يختَر العامل الخروج من البرنامج. هذا يعني أيضًا أن العمال لا يشعرون بخسارة أي أموالٍ؛ إذ إن النسبة التي تذهب للصندوق ليست من أصل الراتب إنما من الزيادة. كما أن العاملين لا يزالون يتمتَّعون بالحرية في الاختيار. فالخيار الافتراضي هو الإسهام تلقائيًّا بجزء من زيادات الرواتب، لكن إذا لم يرغب العامل في تحويل هذا الجزء إلى صندوق معاشه التقاعدي، فبوسعه إنهاء اشتراكه في المشروع. ولاحظ بنارتزي وثيلر زيادةَ المساهمات في صناديق المعاشات التقاعدية زيادةً كبيرة من خلال استغلال الخيارات الافتراضية على هذا النحو، وقد أدت هذه الفكرة الثورية إلى إعادة تصميم مشاريع وسياسات المعاشات التقاعدية في عدد من الدول.

منذ دراسات كانمان وتفيرسكي الرائدة في السبعينيات، زاد عدد الطرق الاستدلالية والانحيازات، التي حدَّدها علماء الاقتصاد والمتخصصون في علم النفس بوتيرةٍ سريعة. في الوقت الحالي، يسردُ إدخال «الانحياز المعرفي» في ويكيبيديا ما يزيد عن مائة نوع من الانحيازات المختلفة. إذا صُغنا هذه الأفكار في منهجٍ تحليلي، فإنها ستساعدنا في الفهم الجيد للكيفية والسبب وراء تأثير هذه الانحيازات في قراراتنا. وقد انشغل العديد من علماء الاقتصاد السلوكي في ذلك؛ أي في تطوير نظريات تعبِّر عن هذه الأفكار المهمة. وأحد أهم التطورات النظرية في هذا المجال هو «نظرية التوقع». في هذه النظرية، صاغ كانمان وتفيرسكي أفكارهما الأولية عن الطرق الاستدلالية والانحيازات في صورة منهجٍ تحليليٍّ ثري لعملية صنع القرار، يمكن تطبيقه بالأخص على طريقة اتخاذنا للقرارات التي تنطوي على المخاطر. سنتناول نظرية التوقُّع ونظرياتٍ منافِسةً أخرى، في مسألة القرارات التي تنطوي على مخاطر، في الفصل الخامس.

الفصل الخامس

القرارات التي تنطوي على مخاطر

استعرضنا في الفصل الرابع كيف تُوقِعنا قراراتُنا السريعة في الأخطاء، ويصدُق هذا كثيرًا على المواقف الخطرة، أو حالات عدم اليقين. عندما نقرِّر عبور الطريق، أو شراء تذكرة اليانصيب، أو استثمار أموالنا، أو الحصول على قرضٍ قصير الأجل، فإن كل تلك القرارات تنطوي على المخاطر والشك. عادةً يعتبر علماء الاقتصاد المخاطر قابلة للقياس؛ فإذا علمنا أن احتمالية تعرُّضنا للدهس تحت عجلات حافلة عند عبور الطريق هي ١ في ٨٠٠٠، فسنقرِّر ما إذا كنا نريد المخاطرة أم لا، بناءً على تقديرنا للعواقب.

وعادةً ما يفترض علماء الاقتصاد أننا نختار من ضمن الخيارات التي تنطوي على مخاطر بناءً على مدى ميلنا للمخاطرة. وأن درجة ميلنا للمخاطرة لا تتغير بتغيُّر طريقة تقديم أو صياغة الخيارات التي تنطوي على مخاطر. فإذا اشترينا تذكرة يانصيب، فإن فرصتنا في الفوز بمليون جنيهٍ إسترليني هي ١ في ١٤ مليونًا؛ ولذا فإن فوزنا غير مرجَّح، ومع ذاك نوازن بين هذا الاحتمال الضئيل في الفوز وبين الجائزة المالية الكبيرة، ونقرِّر ما إذا كنا سنشتري تذكرة اليانصيب، بناءً على مدى ميلنا للمخاطرة. هل نحب المخاطرة؟ أم نفضِّل تجنب المخاطر قدْر المستطاع؟ أم أن موقفنا محايد يتساوى فيه هذا وذاك؟ على أي حال، إذا كنا نفضِّل تجنُّب المخاطر، فلن نشتري التذكرة؛ وإذا كنَّا نحب المخاطرة، فسنشتريها.

لكن علماء الاقتصاد السلوكي يخالفون هذه الفرضية. إذ يركِّزون على تغيُّر إدراكنا للمخاطر بتغيُّر المواقف. أحد أمثلة ذلك هو اعتماد تقديرنا لدرجة المخاطرة على مدى سهولة استرجاعنا للمعلومات التي نحتفظ بها، وهذا يرتبط باستدلال التوفُّر الذي ناقشناه في الفصل الرابع. وهكذا، نتخذ قراراتِنا ليس بناءً على المعلومات التي يمكِننا العثور عليها، وإنما بناءً على المعلومات التي تتوافر لنا بسهولة ويُسر؛ أي المعلومات التي

يمكِننا استدعاؤها أو استرجاعها بسرعة وبسهولة. ومن أوضح الأمثلة على ذلك، عناوينُ الصحف المرتبطة بحوادث تحطُّم الطائرات؛ فنحن كثيرًا ما نقرأ عن حوادث الطائرات، والتي غالبًا ما تكون مصحوبةً بصورٍ صادمةٍ مروِّعةٍ مثيرة للعواطف للحُطام والأقارب المفجوعين. وهذا يخلُق لدينا تصورًا خاطئًا وهو أن حوادث الطائرات أكثر وقوعًا من حوادث المشاة. لكن خطر الموت دهسًا أثناء عبور الطريق أعلى بكثيرٍ من خطر الموت في حادث سقوط طائرة، إلا أن حوادث السير نادرًا ما تُنشَر خارج نطاق الصحف المحلية. من ثَم فإننا سنُولي هذه الأخبار كثيرًا من الاهتمام والعناية عندما نقرِّر حجز رحلة طيران، والأَولى بنا أن نأخذ الحذر عند عبورنا للطريق.

أحد الأخطاء الأخرى التي نقع فيها عند اتخاذنا للقرارات التي تنطوي على المخاطر، هو تضخيم أثر الخسائر في مقابل المكاسب. أظهرَت تجاربُ سلوكيةٌ كثيرة أننا نتألم من الخسارة أكثر مما نبتهج بالفوز؛ نميل إلى الحزن على خسارة ١٠ جنيهاتٍ إسترلينية مثلًا، أكثر من الفرح بالفوز بالمبلغ نفسه. تُسمَّى هذه الظاهرة «النفور من الخسارة»، وأثبتَت الدراسات أنها تنطبق على قراراتٍ كثيرٍ من الأشخاص.

وتؤثِّر هذه الظاهرة على أسواق العقارات السكنية أيضًا؛ فعندما يرى أصحاب المنازل انخفاض أسعار المنازل، يتردَّدون في بيعها؛ لأنه من المحتمَل أن يتكبَّدوا خسارةً من انخفاض الأسعار. وبالتالي، يؤجِّلون قرارات البيع، حتى يُضطَر الكثير منهم إلى عرض منازلهم للبيع في آنٍ واحد، بسبب تدهور الظروف الاقتصادية أو ارتفاع أسعار الفائدة على الرهن العقاري. حينها، يفيض سوق الإسكان بالعقارات المعروضة للبيع، وللمفارقة تزيد خسائر أصحاب المنازل بسبب تأجيلهم لقرار البيع كراهيةً في الخسارة.

وهُنا يطوِّر علماء الاقتصاد السلوكي نظرياتٍ تسلِّط الضوء على بعض الجوانب النفسية والإنسانية لقرارات الإقدام على المخاطرة، تقدِّم تفسيراتٍ بديلة لافتراضات علماء الاقتصاد التقليدي التي تزعم أن الأشخاص يوازنون دائمًا بدقة المعلومات المتعلقة بالمخاطر ويحسبونها رياضيًّا.

نظرية التوقُّع في مقابل نظرية المنفعة المتوقَّعة

وضع دانيال كانمان وآموس تفيرسكي النموذج الأساسي للمخاطر في الاقتصاد السلوكي، وهو إلى حدٍّ ما يصوغ بعضًا من المفاهيم الرئيسية المتضمَّنة في تحليلاتهما للاستدلالات والانحيازات التي تناولناها في الفصل الرابع. تتعلق نظرية التوقع بالاحتمالات المستقبلية

التي تنطوي على المخاطر؛ عندما نريد شراء منزل مثلًا، قد نجد أنفسنا أمام احتمالَين. تخيَّل شخصًا يشتري بيتًا لأول مرة، حائرًا بين شقة في منطقةٍ عمرانيةٍ موائِمة لكنها مرتفعة الثمن، وبين منزلٍ ذي مساحةٍ أكبر في منطقةٍ ريفية أو ضاحيةٍ أقل مواءمة لكنها أرخص. وقد يُضطَر المرء إلى الموازنة بين فرصتَي عمل. تخيَّل خريجًا شابًّا لديه فرصتان؛ إحداهما تدريبٌ غير مدفوع الأجر لكنه قد يؤدي إلى وظيفةٍ مُشوِّقة أو أعلى أجرًا في المستقبل، والأخرى وظيفةٌ مستقرةٌ مرتفعةُ الأجر ستوفِّر له دخلًا ثابتًا. وهكذا، في حياتنا اليومية، نُوازن بين احتمالاتٍ مختلفةٍ محفوفةٍ بالمخاطر، ونُقارن بينها من حيث المكاسب والخسائر.

انطلق كانمان وتفيرسكي في تطويرهما لنظرية التوقُّع، من مراجعة بعض العوامل الرئيسية في نظرية علماء الاقتصاد التقليدي المتعلقة بالمخاطر، وهي «نظرية المنفعة المتوقَّعة». ما هي نظرية المنفعة المتوقَّعة؟ يستخدم علماء الاقتصاد كلمة «المنفعة» للدلالة على السعادة والرضا، وتبحث نظرية المنفعة المتوقَّعة كيف نختار من بين الخيارات المختلفة بناءً على توقُّعنا لما ستُحقِّقه لنا مستقبلًا؛ أي بناءً على توقُّعنا للنفع الذي ستعود علينا به. لكننا نُصيب في توقُّعاتنا بعض الأحيان، ونُخطئ أحيانًا أخرى.

تستند نظرية المنفعة المتوقَّعة إلى بعض الافتراضات الصارمة المرتبطة بالسلوك. يفترض متبنِّي نظرية المنفعة المتوقَّعة، أن صانعي القرارات يستغلون المعلومات المتاحة ذات الصلة استغلالًا تامًّا. ويفترضون أنهم يستخدمون أدواتٍ رياضيةً معقَّدة نسبيًّا لضمان تحصيل أكبر قدْرٍ من المنفعة؛ أي يفترضون أن متَّخذي القرارات يبذلون أقصى ما في وسعهم؛ لذا فإنهم يختارون الخيارات التي ستحقِّق لهم أعلى مستوًى متوقَّع من السعادة والرضا، باعتبار ما يتوفَّر لديهم من معلوماتٍ عند اتخاذ القرار. وما إن ينتقي هؤلاء الأشخاص أفضل الخيارات المتاحة، فإنهم لا يغيِّرونها أبدًا. فخياراتُنا لا يمكن أن يشوبَها عدم الاتساق. فلو كنا نُفضِّل التفاح على البرتقال مثلًا، والبرتقال على الموز، فلا شك أننا سنُفضِّل التفاح على الموز.

المفارقات السلوكية

الإشكالية في نظرية المنفعة المتوقَّعة، وفقًا لكانمان وتفيرسكي، هي أنها لا تستطيعُ تفسيرَ بعضِ المفارقاتِ السلوكية الشائعة بسهولة، مثل «مفارقة أليه» و«مفارقة إلسبيرج» وغيرهما.

بيَّن موريس أليه، عالم الاقتصاد الفرنسي من القرنِ التاسعَ عشر، كيف أن الأشخاص يتخذون قراراتٍ غير متسقة في المواقف المحفوفة بالمخاطر في أغلب الأحيان؛ وسُميَت إحدى أشهر المفارقات السلوكية — «مفارقة أليه» — على اسمه احتفاءً به. أظهرَت المفارقة أن استجابة الأشخاص للمواقف الخطرة المختلفة ليست ثابتة ومتسقة. على وجه التحديد، إذا طُرح على شخصٍ خيارٌ له نتيجةٌ مؤكَّدة ضمن عددٍ من الخيارات التي تنطوي على مخاطر، فإنه سيختار الاختيار ذا النتيجة المؤكَّدة، رغم أنه لو طُرِحَت عليه احتمالاتٌ أخرى لقرَّر المخاطرة بكامل إرادته. سمَّى كانمان وتفيرسكي هذه الظاهرة «تأثير اليقين»، ودلَّلا على وجوده بعددٍ من التجارب التي أجرياها. في تلك التجارب أرادا معرفةَ إنْ كان الأشخاص مستعدين لتحمُّل مخاطرَ إضافيةٍ بسيطةٍ من أجل زيادة مكاسبهم بمقدار دولارٍ واحد على سبيل المثال. فلو كان موقفُ الأشخاص من المخاطرة ثابتًا لا يتغير، لخاطر مَن يهوى المخاطرة، ولتجنَّبها مَن يكرهها. اختبر كانمان وتفيرسكي مفارقةَ أليه، فأدرَجا في تجاربهما نتيجةً مضمونة، حتى يريا إذا كانت ستغيِّر خيارات الأشخاص، لا سيما أولئك الذين يميلون إلى المخاطرة أكثر من غيرهم في العادة.

وطلب كانمان وتفيرسكي من المشاركين في تجاربهما تقييم مجموعتَين مختلفتَين من الاحتمالات من خلال لعبتَين؛ اللعبة (١) واللعبة (٢). إذا كنتَ أحد المشاركين في اللعبة، فسيُطلَب منك اختيار أحد خيارَين في كل لعبة. في اللعبة (١)، لديك خياران. يمكنك الحصول على ٢٤ دولارًا يقينًا (أي إن فرصتك في الحصول على ٢٤ دولارًا ١٠٠٪)، أو يمكنك أن تقامر فتزيد نسبة عدم حصولك على شيء بمقدار ١٪، لكن يكون لديك احتمال بالفوز بأكثر من ٢٤ دولارًا كالتالي: لديك احتمال ٣٣٪ للفوز بـ ٢٥ دولارًا و٦٦٪ للفوز بـ ٢٤ دولارًا، ويكون إجمالي فرصك للفوز بـ ٢٤ دولارًا على الأقل ٩٩٪. في الجدول ٥-١ أدناه تلخيصٌ للخيارات.

جدول ٥-١: ألعاب مفارقة أليه.

	اختَر خيارًا واحدًا	
	لعبة (١)	لعبة (٢)
خيار (أ)	٢٤ دولارًا أمريكيًّا مضمونة	احتمال نسبته ٣٤٪ للفوز بـ ٢٤ دولارًا أمريكيًّا احتمال نسبته ٦٦٪ للفوز بصفر دولار أمريكي

	اختَر خيارًا واحدًا	
	لعبة (١)	لعبة (٢)
خيار (ب)	احتمال نسبته ١٪ للفوز بصفر دولار أمريكي	احتمال نسبته ٣٣٪ للفوز بـ ٢٥ دولارًا أمريكيًّا
	احتمال نسبته ٣٣٪ للفوز بـ ٢٥ دولارًا أمريكيًّا	احتمال نسبته ٦٧٪ للفوز بصفر دولار أمريكي
	احتمال نسبته ٦٦٪ للفوز بـ ٢٤ دولارًا أمريكيًّا	

لا تستطيع مجموعة الاحتمالات من اللعبة (١) وحدَها إبراز هذه المفارقة. فقد يختار الشخص الكاره للمخاطرة الخيار (أ) لأنه يمنحه فرصةً مضمونة للفوز بـ ٢٤ دولارًا أمريكيًّا. وقد يقرِّر المقامر المحب للمخاطرة المجازفة علَّه يحصل على الدولار الإضافي إذا اختار الخيار (ب) وفاز بـ ٢٥ دولارًا أمريكيًّا، رغم أن ذلك يرفع احتمال عدم فوزه بأي شيء بنسبةٍ ضئيلة. وهكذا سيتوافق اختيار كل شخصٍ مع نظرية المنفعة المتوقَّعة. لكن سيمكننا ملاحظة عدم الاتساق عند مقارنة اختيارات اللاعبين في اللعبة (١) مع اختياراتهم في اللعبة (٢) التي تشمل مجموعةً أخرى من الاختيارات، موضحة أيضًا في الجدول ٥-١.

الاختلاف الأساسي بين اللعبة (١) واللعبة (٢)، هو أن اللعبة (٢) لا تقدم أي نتيجةٍ مضمونة: يمنحك الخيار (أ) احتمالًا نسبته ٣٤٪ للفوز بـ ٢٤ دولارًا أمريكيًّا، واحتمالًا نسبته ٦٦٪ لعدم الفوز بأي شيء. أما بالنسبة للعبة (١)، فإن الخيار (ب) يمنحك فرصةً أقل قليلًا للفوز بمبلغ أكبر قليلًا؛ إذ يمنحك فرصةً نسبتها ٣٣٪ للفوز بـ ٢٥ دولارًا أمريكيًّا، ولكنه يرفع احتمال عدم فوزك بأي شيء بنسبةٍ طفيفة فيجعله ٦٧٪. ولذلك فإن اللعبة (٢) تشبه اللعبة (١) في جوانبَ كثيرة، باستثناء أنها لا تحتوي على أي نتيجةٍ مضمونة.

تتنبأ نظرية المنفعة المتوقَّعة بأن النتيجة تتحدد بناءً على موقف الأشخاص من المخاطرة، وأنه سيكون هناك مفاضلة بين المخاطر والمكافآت. إذا كان لدينا صنفان من الأشخاص — أحدهما حذِرٌ كاره للمخاطرة، والآخرُ مقامرٌ محبٌّ للمخاطرة — فسيختار الحذِر الخيار الآمن دائمًا، بينما سيختار المقامر الخيار الذي فيه نسبة مخاطرة. في اللعبة

(١)، سيختار المقامر الفرصة الإضافية، عله يحصل على ٢٥ دولارًا أمريكيًّا، وسيتجاهل نسبة المخاطرة المرتفعة نسبيًّا التي ينطوي عليها الخيار، في مقابل احتمال الفوز بالمكافأة المرتفعة نسبيًّا. وفي اللعبة (٢)، سيختار المقامر أيضًا الخيار الذي يمنحه فرصة الفوز بـ ٢٥ دولارًا أمريكيًّا؛ أي إنه في كلتا الحالتَين سيختار (ب) بسبب ميله للمغامرة.

أما الشخص الحذِر فسوف يتصرف عكس المقامر؛ أي إنه سيختار الخيار (أ)، في اللعبة (١) واللعبة (٢)؛ لأنه الخيار الآمن، حيث تقل نسبة الخسارة إلى الحد الأدنى. في اللعبة (١)، يضمن الخيار (أ) فوز اللاعب بنسبة ١٠٠٪. وفي اللعبة (٢)، تكون احتمالية الفوز بصفر دولار أمريكي أقل في الخيار (أ)، حيث تبلغ ٦٦٪، عن الخيار (ب)، التي تكون احتمالية الحصول على صفر دولار أمريكي فيها أعلى قليلًا حيث تبلغ ٦٧٪.

كيف يلعب الأشخاص الحقيقيون هذه اللعبة؟ أكدَت نتائج كانمان وتفيرسكي ما خلصَت إليه دراساتٌ سابقة، وهو أن اختيارات الأشخاص غير متسقة؛ فلا يفضِّل المقامرون المخاطرة دائمًا. إذ اختار الكثيرون الخيار (أ) — الذي تبلغ فيه نسبة المخاطرة صفر — في اللعبة (١)، لكنهم اختاروا الخيار (ب) — الذي تكون المخاطرة فيه أكبر نسبيًّا — في اللعبة (٢). وفسَّر كانمان وتفيرسكي ذلك بأنه إثبات لتأثير اليقين على اختيارات اللاعبين. إذ لن يمانع الكثيرون المجازفة والمقامرة، ولكن عندما تُعرض عليهم فرصة فوز مضمونة، فإنها تجعلهم يُعرِضون عن خوض مخاطرة إضافية في مقابل تحصيل مكافآتٍ أكبر.

كيف يرتبط تأثير اليقين باختياراتنا اليومية؟ قد يؤثِّر على اختياراتنا في المسابقات ذات الجوائز. صمم كانمان وتفيرسكي أيضًا مسابقات جوائزها رحلاتٌ مستمدة من ألعاب تأثير اليقين. وفي إحداها، طلبا من المشاركين الاختيار بين فرصة نسبتها ٥٠٪ للفوز برحلةٍ سياحية إلى إنجلترا وفرنسا وإيطاليا لمدة ثلاثة أسابيع، وفرصة مضمونة نسبتها ١٠٠٪ للفوز برحلةٍ سياحية إلى إنجلترا لمدة أسبوعٍ واحد. نلاحظ هُنا أن فرص الفوز برحلة إنجلترا، وهي الأدنى من حيث القيمة، ضعف فرصة الفوز برحلة أوروبا الأعلى قيمة. ومع ذلك، اختارت الأغلبية (٧٨ من أصل ١٠٠ مشارك) رحلة إنجلترا المضمونة رغم أنها الأقل قيمة.

وبالمقارنة في لعبةٍ ثانية، كان المشاركون أكثر استعدادًا للمخاطرة للفوز بالرحلات. كانت الاحتمالات النسبية هي نفسها كما هي في اللعبة الأولى؛ أي كانت فرصة الفوز برحلة إنجلترا ضعف فرصة الفوز بعطلة أوروبا؛ لكن اللعبة لم تنطوِ على أي فرصةٍ مضمونة

بنسبة ١٠٠٪. كانت الخيارات هي فرصة نسبتها ٥٪ للحصول على رحلة أوروبا لمدة ثلاثة أسابيع، وفرصة نسبتها ١٠٪ للحصول على رحلة إنجلترا لمدة أسبوع. عندما عُرض على المتسابقين خيار فرصة الفوز برحلة أوروبا التي نسبتها ٥٪ فضله ٦٧ من أصل ١٠٠ مشارك، رغم أن نسبة الفوز برحلة إنجلترا الضعف تقريبًا. ومع أن الاحتمالات النسبية واحدة، بدَّل المشاركون تفضيلاتهم من الخيار الأقل قيمة لكنه مضمون، إلى الخيار الأعلى قيمةً لكنه أقل احتمالًا. ولذلك تبيَّن أن تأثير اليقين يسيطر على قرارات المشاركين في مسابقات الرحلات أيضًا. أرجع كانمان وتفيرسكي الأمر إلى تقديرنا لوزن الاحتمالات؛ فنحن لا نعطي جميع الاحتمالات وزنًا متساويًا، بل نميل إلى ترجيح النتائج المؤكَّدة عن النتائج غير المؤكَّدة. فاليقين يُصيبنا بالارتباك.

وذكر كانمان وتفيرسكي مفارقةً أخرى شهيرة، وهي مفارقة إلسبيرج، التي سُميَت على اسم الاقتصادي ومحلِّل الشئون العسكرية دانيال إلسبيرج، الذي عمل لبعض الوقت في مؤسسة راند للأبحاث والتطوير. كان إلسبيرج مثلًا أعلى لكاشفي الفساد والصحفيين المعاصرين، بما فيهم إدوارد سنودن وجوليان أسانج؛ فقد سرب «أوراق البنتاجون»، التي وثقَت قرارات الحكومة الأمريكية المثيرة للجدل في أثناء حرب فيتنام لصحيفة «نيويورك تايمز» في عام ١٩٧١.

كان بحث إلسبيرج، الذي نال به درجة الدكتوراه، يدرس طريقة اتخاذنا للقرارات التي تنطوي على المخاطر؛ وفي إحدى تجاربه أخبر المشاركين أنه ملأ جرة بـ ٩٠ كرة: ثلاثون منها حمراء، وستون إما سوداء أو صفراء؛ لكنه لم يُعطِ المشاركين معلوماتٍ دقيقة حول عدد كلٍّ من الكرات السوداء والصفراء بالضبط. بعد ذلك، طلب إلسبيرج من المشاركين تحديد الخيار الذي سيختارونه إذا طُلب منهم المراهنة على لون الكرة التي ستخرج من الجرَّة بشكلٍ عشوائي. يوضِّح جدول ٥-٢ خيارات هذه الألعاب ...

جدول ٥-٢: ألعاب مفارقة إلسبيرج.

	ما الخيار الذي ستراهن عليه؟	
	لعبة (١)	لعبة (٢)
خيار (أ)	الأحمر	الأحمر أو الأصفر
خيار (ب)	الأسود	الأسود أو الأصفر

نلاحظ هُنا أن مجموعتَي الاختيارات متشابهتان إلى حدٍّ كبير. في اللعبة (١) الخيار (أ) هو الأحمر؛ والخيار (ب) هو الأسود. هذه الخيارات هي نفسها تقريبًا في اللعبة (٢)، باستثناء إضافة «أو الأصفر» إلى كلا الخيارَين. قد يتوقَّع منظِّرو المنفعة المتوقَّعة أنه إذا اختار شخص الخيار (أ) (الأحمر) في اللعبة (١)، فسيختار أيضًا الخيار (أ) (الأحمر أو الأصفر) في اللعبة (٢)؛ لأن فرص سحب الكرة الحمراء لن تتغير من اللعبة (١) إلى اللعبة (٢). وبالمثل، إذا اختار الشخص الخيار (ب) (الأسود) في اللعبة (١)، فسيختار حتمًا الخيار (ب) (الأسود أو الأصفر) في اللعبة (٢).

يمكن تفسير ذلك بأن الأشخاص يمكنهم حساب احتمالات «الأحمر» و«الأسود أو الأصفر» بدقة إذا حصَلوا على المعلومات اللازمة مُسبقًا. لكن تلك المعلومات لا تتضمن معلومةً دقيقة عن احتمال سحب كرة سوداء أو كرة صفراء (إذ يعرفون فقط الاحتمال الإجمالي للونَين الأسود والأصفر). ولذلك فإن الخيار (ب) في اللعبة الأولى غامض؛ والخيار (أ) في اللعبة (٢) غامض. يتجنَّب معظم الأشخاص الخيار الغامض؛ إذ يشعرون بما يسمَّى «النفور من الغموض». وهم في ذلك ليسوا غير عقلانيين بالمرة، عندما يتجنَّبون المواقف الغامضة، لكن كانمان وتفيرسكي زعما عدم سهولة تفسير النفور من الغموض في ضوء نظرية المنفعة المتوقَّعة، وسعَيا إلى تطوير نظرية التوقع الخاصة بهم، حتى تتَّسقَ مع هذه الظاهرة.

الاختيارات غير المتَّسقة

حرص كانمان وتفيرسكي، في أثناء صياغتهما لنظرية التوقُّع، على وضع بديل لنظرية المنفعة المتوقَّعة، من شأنه أن يفسر المفارقات التي أبرزتها تجارب أليه وإلسبيرج، إلى جانب بعض التأثيرات الإضافية التي لاحظها كانمان وتفيرسكي في تجاربهما.

ما هذه التأثيرات؟ اكتشف كانمان وتفيرسكي أن الأشخاص يكونون أكثر استعدادًا لتحمُّل المخاطر عند محاولة تجنُّب الخسائر، وأقل استعدادًا لتحمُّل المخاطر عند محاولة تحقيق المكاسب. أشار كانمان وتفيرسكي أن تفضيل الأشخاص للمخاطرة عند مواجهة الخسائر هو انعكاسٌ لما يفعلونه عند مواجهة المكاسب، ولذا أسمَيا هذه الظاهرة «تأثير الانعكاس».

استعرض كانمان وتفيرسكي تأثير الانعكاس بمجموعة من الألعاب الموضَّحة في جدول ٥-٣.

جدول ٥-٣: ألعاب تأثير الانعكاس.

	ما الذي ستختاره؟	
	لعبة (١)	لعبة (٢)
خيار (أ)	احتمال ٨٠٪ للفوز بـ ٤ آلاف دولار أمريكي، واحتمال ٢٠٪ للفوز بصفر دولار أمريكي	احتمال ٨٠٪ لخسارة ٤ آلاف دولار أمريكي، واحتمال ٢٠٪ لخسارة صفر دولار أمريكي
خيار (ب)	ربح أكيد لمبلغ ٣ آلاف دولار أمريكي	خسارة أكيدة لمبلغ ٣ آلاف دولار أمريكي

تتساوى المكافآت في هاتَين اللعبتَين. ففي كلتَيهما يقرِّر المشاركون بين خيار فيه مجازفة (الخيار أ) وخيار مضمون النتيجة (الخيار ب). الفارق الوحيد أن اللعبة (١) تتضمَّن مكسبًا واللعبة الثانية تتضمَّن خسارة. سيتوقع منظِّرو المنفعة المتوقعة، أن يختار اللاعب الذي يفضل المخاطرة الخيار (أ) في اللعبتَين، واللاعب الذي يكره المخاطرة الخيار (ب) في اللعبتَين، لكن كانمان وتفيرسكي اكتشفا أن سلوك الأشخاص لم يتبع النمط الذي تتوقعه نظرية المنفعة المتوقعة. فقد اختار أغلب المشاركين (٨٠ مشاركًا من أصل ١٠٠) النتيجة المضمونة في لعبة (١)، لكن معظم المشاركين (٩٢ مشاركًا من أصل ١٠٠) قرَّروا الخيار المحفوف بالمخاطر في لعبة (٢). كان المشاركون مستعدِّين لتحمُّل المخاطر لتجنُّب الخسارة، لكنهم ذهبوا إلى النتيجة المضمونة عندما قُدمَت إليهم احتمالات المكاسب. وبهذه الأدلة أكد كانمان وتفيرسكي وقوع تأثير الانعكاس؛ أي إن الأشخاص مستعدون لتحمل المزيد من المخاطر من أجل تجنُّب الخسائر.

أشار كانمان وتفيرسكي أن هذا السلوك قد يفسِّر تفضيل الأشخاص التأمين المشروط (أي التعويضات التأمينية المشروطة بحوادثَ بعينها مثل الحريق والتلف والسرقة) على التأمين الاحتمالي (أي بوليصات التأمين التي لا يُوجد فيها غطاءٌ تأميني مضمون وتحدَّد فيها التعويضات بناءً على الصدفة).

يمكن أن يتضمَّن عقد التأمين الاحتمالي تخفيض أقساط التأمين العادية إلى النصف لحامل وثيقة التأمين على أن يرضى في المقابل أن يجازف بنسبة احتمال أن يتحمل جميع تكاليف الضرر بنفسه. فإذا حدثَت خسارة أو وقع ضرر، ستقرِّر الصدفة البحتة ما سيحدث تاليًا؛ إذ يُوجَد احتمال ٥٠٪ أن يدفع صاحب وثيقة التأمين النصف المتبقي من

القسط وتغطي شركة التأمين جميع تكاليف الخسائر، واحتمال ٥٠٪ أن يتحمل صاحب وثيقة التأمين كل تكاليف الخسائر بنفسه وترُد شركة التأمين الأقساط التي دفعها. زعم كانمان وتفيرسكي أن ذلك يشبه في جوهره شراء جهاز إنذار من السرقة؛ أي إن الأشخاص يدفعون المال مقابل تقليل احتمال الخسارة لا نفيه تمامًا؛ ومع ذلك عندما يعرض على الناس التأمين الاحتمالي يرفضه أغلبهم. فلو كان الناس متسقين في موقفهم من المخاطرة لفضَّل أولئك الذين يميلون إليها التأمين الاحتمالي على التأمين المشروط.

كما اكتشف كانمان وتفيرسكي تأثيرًا آخر وهو «تأثير العزل». يظهَر هذا التأثير عندما نتجاهل عواملَ مهمة في البدائل التي نواجهها. فنحن نعزل جوانبَ معيَّنة من المعلومات المرتبطة بالموقف بدلًا من النظر إلى جميع الجوانب المعنية. استعرَض كانمان وتفيرسكي نتائجَهما من مجموعةٍ أخرى من الألعاب التجريبية لشرح تأثير العزل. تشمل إحدى هذه الألعاب خياراتٍ تحتوي على سلسلة من الاحتمالات كما يوضِّح جدول ٥-٤.

جدول ٥-٤: ألعاب تأثير العزل.

	لعبة (١): لعبة متعددة المراحل المرحلة (١): لديك فرصة ٢٥٪ للانتقال إلى المرحلة (٢) (وفرصة ٧٥٪ لعدم الانتقال إلى المرحلة (٢).) إذا انتقلتَ إلى المرحلة (٢)، فما الخيار الذي ستختاره؟	لعبة (٢): لعبة من مرحلة واحدة لا توجد سوى مرحلة واحدة
خيار (أ)	احتمال ٨٠٪ للفوز بـ ٤ آلاف دولار أمريكي، واحتمال ٢٠٪ للفوز بصفر دولار أمريكي	احتمال ٢٠٪ للفوز بـ ٤ آلاف دولار أمريكي، واحتمال ٨٠٪ للفوز بصفر دولار أمريكي
خيار (ب)	ربح أكيد مقداره ٣ آلاف دولار أمريكي	احتمال ٢٥٪ للفوز بـ ٣ آلاف دولار أمريكي، واحتمال ٧٥٪ للفوز بصفر دولار أمريكي

صُممَت هاتان اللعبتان بعناية بحيث تتطابق المكافآت التي يتوقَّعها اللاعبون من كلتَيهما. ولإيضاح هذا الأمر دعُونا ننظر في احتمالات الخيارات المختلفة.

في اللعبة (١)، يمتلك اللاعبون فرصة ٢٥٪ للانتقال إلى المرحلة (٢)، مما يعني أن هناك احتمالية ٧٥٪ ألا يفوزوا بأي شيء على الإطلاق؛ لأنهم لن ينتقلوا إلى المرحلة (٢). ولذلك لا بد أن يضع المشاركون هذه الحقيقة في اعتبارهم، أن لديهم فرصة ٢٥٪ للوصول إلى المرحلة التي يمكنهم الفوز فيها من الأساس.

وهكذا، في الخيار (أ) من اللعبة (١)، تتألف «القيمة المتوقعة» للخيارات المختلفة من مجموع ٢٥٪ (فرصة الانتقال للمرحلة (٢)) مضروبة في فرصة ٨٠٪ للفوز بـ ٤ آلاف دولار أمريكي، زائد احتمال ٢٠٪ لعدم الفوز بأي شيء.

$$٢٥٪ \times \{(٨٠٪ \times \$٤٠٠٠) + (٢٠٪ \times \$٠)\} = \$٨٠٠$$

في الخيار (ب) من اللعبة (١)، يمتلك المشاركون فرصة ٢٥٪ للوصول إلى المرحلة الثانية، حيث يضمَنون الحصول على ٣٠٠٠ دولارٍ أمريكي، وبالتالي تكون القيمة المتوقعة لهذا الخيار ٢٥٪ × ١٠٠٪ × ٣٠٠٠$:

$$٢٥٪ \times \{(١٠٠٪ \times \$٣٠٠٠)\} = \$٧٥٠$$

في اللعبة (٢)، صمَّم كانمان وتفيرسكي القيمة المتوقَّعة للخيارات، كي تتطابق مع خيارات اللعبة (١)؛ لكن لا توجد مرحلةٌ أولى هذه المرة إذ يذهب المشاركون مباشرة إلى الاختيارَين الموضَّحَين في الجدول، لذا يسهُل حساب المكافآت لأنه حتى أذكى الرياضيين لن ينشغلوا إلا بمجموعة واحدة من الخيارات:

خيار (أ):

$$= ٢٠٪ \times \$٤٠٠٠ = \$٨٠٠$$

خيار (ب):

$$= ٢٥٪ \times \$٣٠٠٠ = \$٧٥٠$$

نلاحظ أن اللعبتَين متطابقتان فقط من حيث القيمة المتوقَّعة للخيارات. فالقيمة المتوقَّعة للخيار (أ) — في كلتا اللعبتَين — هي ٨٠٠ دولارٍ أمريكي. والقيمة المتوقَّعة للخيار (ب) — في كلتا اللعبتَين — هي ٧٥٠ دولارًا أمريكيًّا. ومن ثَم يمكننا أن نُجريَ بعض المقارنات بينهما. إذا كانت نظرية المنفعة المتوقعة صحيحة، فإن الذي يختار الخيار (ب) في اللعبة (١)، سيختار الخيار (ب) في اللعبة (٢) أيضًا. لكن وجد كانمان وتفيرسكي أن غالبية المشاركين (٧٨ مشاركًا من أصل ١٠٠) اختاروا الخيار (ب) في اللعبة (١)؛ بينما اختار غالبية المشاركين (٦٥ مشاركًا من أصل ١٠٠) الخيار (أ) في اللعبة (٢).

أشار كانمان وتفيرسكي إلى احتمال أن يكون المشاركون قد نسوا أمر المرحلة الأولى في اللعبة (١). أي نسوا أنهم، بادئ ذي بَدْء، لديهم فرصة بنسبة ٢٥٪ فقط للوصول إلى المرحلة الثانية. وفسَّرا ذلك بأن الأشخاص لا يُدرِجون حقيقة أن لديهم فرصة نسبتها ٢٥٪ للوصول إلى المرحلة الثانية في حساباتهم للقيم المتوقعة لخيارات اللعبة (١). ما يقوم به المشاركون، حقيقة، هو أنهم يعزلون الخيارات المختلفة المقدمة إليهم، عَبر تركيز اهتمامهم على المرحلة الثانية من اللعبة (١) فلا يتحولون عنها إلى غيرها.

صياغة نظرية التوقع

أكَّد كانمان وتفيرسكي أن أي نظرية لاتخاذ القرارات لا بد أن تكون قادرة على تفسير التأثيرات الثلاثة التي وضحناها سابقًا؛ تأثير اليقين، وتأثير الانعكاس، وتأثير العزل. وبالتالي تمحور نقدهما لنظرية المنفعة المتوقَّعة حول عجزها عن تفسير هذه التأثيرات الثلاثة؛ وقرَّرا صياغةَ نظريةٍ يمكنها تحقيق ذلك وهي «نظرية التوقع». زعم كانمان وتفيرسكي أن نظريةَ التوقُّع لديها قوةٌ تفسيريةٌ في العالم الواقعي تفوق بكثيرٍ نظرية المنفعة المتوقَّعة.

تستند نظرية التوقُّع إلى فكرة أننا نقدِّر قيمة الخيارات المختلفة بطرقٍ معينة، لا تتفق مع نظرية المنفعة المتوقَّعة في الاقتصاد القياسي. وتتعلق الفكرة الأولى بالمقارنات النسبية التي نعقدها عند تحديد الخيارات واتخاذ القرارات. نحن لا نُقرِّر شراء هاتفٍ محمولٍ جديد مثلًا، بناءً على جميع المعلومات المقدَّمة عن ذلك الهاتف وغيره من الهواتف المعروضة، بل نقارن الهواتف المعروضة علينا بالهاتف الذي نملكه بالفعل، ونُقرِّر إن كان أحد الخيارات المعروضة أفضل من هاتفنا أم لا. وهكذا، لا نبدأ من الصفر عندما نتخذ قراراتنا، بل نعرض الخيارات المتاحة على نقطةٍ ابتدائية أو نقطةٍ مرجعية. إحدى تبعات ذلك هو أن قراراتنا تكون مدفوعةً بمدى اختلافها عن نقطتنا المرجعية لا عن كل المعلومات المتاحة لدينا.

تبلور فكرة النقطة المرجعية أفكار كانمان وتفيرسكي الأولية عن استدلال الارتساء والضبط، الذي ناقشناه في الفصل الرابع؛ أي إننا نُرسي اختياراتنا عند نقطةٍ مرجعية ثم نضبط اختياراتنا تبعًا لها. وكما رأينا في الفصل الرابع، كثيرًا ما تكون نقطتنا المرجعية هي الوضع الراهن. يربط كانمان وتفيرسكي ذلك بمفهوم الاستتباب أو التوازن الفسيولوجي،

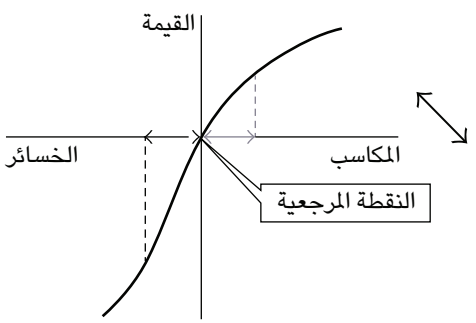
الذي ينص على وجود نقطة ضبط فسيولوجية، تحدِّد استجاباتنا الجسدية. فالحدث الواحد سيكون له تأثيراتٌ مختلفة على فسيولوجية أجسادنا بناءً على اختلاف نقطة الانطلاق؛ فإذا كنا نشعر بالحرارة الشديدة مثلا، وأحسَسنا بهبَّة رياحٍ باردة، فسنشعر بالبهجة. لكن إذا كنا نشعُر بالبرد الشديد، وأحسسنا بهبة رياحٍ باردة، فسنشعر بعدم الراحة. تتسم قراراتنا التي تستند إلى نقطةٍ مرجعية بأنها جامدة ويصعُب أن تتغير. نحن نبدي الكثير من الميل لعدم التغيير في سلوكنا اليومي. وقد يكون هذا لأن التغيير يستلزم جهدًا كبيرًا، أو لأننا مسوفون أو كسالى؛ باختصار، هناك مجموعةٌ معقَّدة من الأسباب الاجتماعية الاقتصادية والنفسية التي تفسِّر مقاومتنا للتغيير.

هناك سمةٌ رئيسيةٌ أخرى لنظرية التوقع، تبلورَت من أفكار كانمان وتفيرسكي حول تأثير الانعكاس، الذي تناولناه في موضعٍ سابق من هذا الفصل، وهي مرتبطة بمفهوم نفورنا الطبيعي من الخسارة؛ أي إننا نكترث بالخسائر أكثر من المكاسب. ويرى الكثير من علماء الاقتصاد السلوكي أن أحد مظاهر نفورنا من الخسارة وتحيُّزنا للوضع الراهن هو «تأثير المنحة». فنحن نخاف على الأشياء التي نمتلكها ويمكننا خسارتها، أكثر من خوفنا على الأشياء التي لا نمتلكها ويمكننا شراؤها. وقد دلَّل دانيال كانمان وجاك نيتش وريتشارد ثيلر على تأثير المنحة من خلال إجراء بعض التجارب على الطلاب. وقُسِّم الطلاب في تلك التجارب إلى «مشترين» و«بائعين» عشوائيًّا. وأُعطي البائعون أكوابًا كي يقوموا ببيعها. ومُنح المشترون الوسيلة لشرائها. وعُرض على البائعين أسعارٌ مختلفة مقابل بيع الأكواب. وعُرض على المشترين شراؤها بأسعارٍ مختلفة. كان هناك اختلافٌ كبير بين الأسعار التي قبل بها البائعون والمشترون؛ فقد كان متوسط السعر الذي قبِل به البائعون هو ٧٫١٢ دولارات أمريكية؛ ومتوسط السعر الذي قبِل به المشترون هو ٣٫١٢ دولارات أمريكية.

وبالنظر إلى هذا الدليل فحسب، يصعُب أن نجزم أن ما نراه هو تأثير المنحة. فقد يخطر ببالنا أن البائع الذي يسعى إلى تحقيق أعلى ربحٍ ممكن، سيبدأ المساومة بسعرٍ مرتفع لا يتناسب مع العرض والطلب، ليرى إنْ كان يمكنه تحقيقه. وستنطوي عملية المساومة على خفض البائعين للسعر المستعدين لقبوله ورفع المشترين للسعر المستعدين لدفعه حتى يتحقَّق التوازن بينهما. ومع ذلك، تُوجَد أدلة على أن التباين بين السعر المستعدين لقبوله والسعر المستعدين لدفعه ينطبق على اختياراتنا الأخرى أيضًا.

للتدليل على وجود تلك التباينات في سياقاتٍ أوسع، أجرى كيب فيسكوسي وزملاؤه بعض التجارب، حول مواقف الأشخاص من التسمُّم الكيميائي. فعرضوا على المستهلكين مبيدات حشرية ومنظفات مراحيض، وسألوهم عن المبلغ الذي يقبلون دفعه في مقابل الحصول على منتجاتٍ أكثر أمانًا يقل معها خطر الإصابة بالتسمُّم الكيميائي. بعد ذلك، سألوهم عن إن كانوا مستعدين لقبول شراء منتج أقل أمانًا يزيد معه خطر الإصابة بالتسمم الكيميائي بسعرٍ مخفض. قد يتوقع معظم علماء الاقتصاد أن إجابات المستهلكين على هذَين السؤالَين ستكون متسقة؛ أي أن يكون المبلغ الذي هم مستعدون لدفعه من أجل الحصول على المنتج الأكثر أمانًا مكافئًا لمقدار التخفيض في السعر الذي يتوقعون الحصول عليه تعويضًا عن عدم أمان المنتجات، لكن نتائج تجارب فيسكوسي وزملائه جاءت على خلاف ذلك. إذ أظهرَت استجابات الأشخاص في مسألة تقليل المخاطر نمطًا قياسيًّا تنبأَت به النظرية الاقتصادية، وهو أن الأشخاص يتردَّدون في دفع المال في مقابل الحصول على مستوياتٍ مرتفعة من الأمان. ومع ذلك، لا يقبلون على الإطلاق زيادة خطر الإصابة بالتسمم، في مقابل انخفاض السعر.

صاغ كانمان وتفيرسكي أفكارهما في صورة «دالة القيمة لنظرية التوقع»، التي تعبِّر عن تصوراتنا الشخصية للقيمة، كما هو موضح في شكل ٥-١.



شكل ٥-١: دالة القيمة لنظرية التوقع.

تعبِّر دالة القيمة لنظرية التوقع عن الكثير من الظواهر التي ذكرناها في هذا الفصل. نرى أن دالة القيمة ترتكز حول نقطةٍ مرجعية (لا يُشترط أن تكون صفرًا). ويأخذ منحنى دالة القيمة شكل حرف S، وهو ليس متناظرًا حول النقطة المرجعية، مما يشير

إلى أن الخسائر لها تأثير على القيمة يفوق تأثير المكاسب. إذا تأملنا في شكل ٥-١ من كثب، فسنرى تأثير الخسائر غير المتناسب في تقديراتنا للقيمة. يوضِّح السهم الأسود ذو الرأسَين خسارة. ويوضِّح السهم الرمادي ذو الرأسَين مكسبًا مساويًا لها في المقدار. وقد رُسِم الخطان العموديان المتقطعان إلى منحنى دالة القيمة للإشارة إلى تأثير الخسارة مقابل تأثير المكسب على القيمة. يبدو الخط المتقطع الأسود أطول كثيرًا من الخط المتقطع الرمادي؛ مما يعني أن مقدارًا معينًا من الخسارة يخفض تقديرنا للقيمة أكثر مما يرفع مكسبًا مساويًا له في المقدار تقديرنا للقيمة. هكذا تعبِّر دالة القيمة عن ظاهرة النفور من الخسارة، كي توضِّح أن اهتمامنا بالخسائر يفوق اهتمامنا بالمكاسب المكافئة. فعندما نخسر ١٠٠ جنيه إسترليني، فإن انزعاجنا بهذه الخسارة تفوق فرحتنا بالفوز بـ ١٠٠ جنيه إسترليني.

نظرية الندم

ومع أن نظرية التوقع (بنسخها المختلفة) لها تأثيرٌ قوي في علم الاقتصاد السلوكي، إلا أنها تظل مجرد واحدة من ضمن نظرياتٍ عديدة استخدمها علماء الاقتصاد السلوكي. وهناك نظرياتٌ أخرى، من بينها نموذج المحاسبة العقلية لريتشارد ثيلر، ونظرية الندم. وتنبني المحاسبة العقلية على بعض الأفكار المتعلقة بالصياغة والسياق المنبثقة من نظرية التوقع، لكنها ترتبط أيضًا بتخطيطنا للمستقبل، وهو ما سنتناوله ببعض التفصيل في الفصل السادس.

طوَّر جراهام لومز وروبرت ساجدن نظرية الندم كبديلٍ لنظرية التوقع. وزعما أن نظرية الندم تقدِّم لنا طريقةً لتفسير بعض المفارقات والتناقضات السلوكية المرتبطة بنظرية المنفعة المتوقعة، أبسط وأقرب إلى الحدْس من طريقة نظرية المنفعة المتوقعة.

ما جوهر نظرية الندم؟ تفترض نظرية الندم تعدُّد الاحتمالات المستقبلية التي لا سبيل لدينا لمعرفتها لعجزنا عن التنبؤ بالمستقبل. وتفترض أن التفاعل بين خياراتنا الحاضرة والمستقبل المجهول يُسهِم في تحديد مقدار الرضا (أو الندم) الذي ستمنحُنا إياه خياراتنا في النهاية. نندم على بعض القرارات، و«نسعد» بقراراتٍ أخرى، لكن هذا الندم أو السعادة يتحدد وفقًا للنتائج المستقبلية، التي قد تكون خارجة عن سيطرتنا تمامًا. وهذا أحد أهم جوانب الاختلاف الأساسية بين نظرية الندم ونظرية التوقع. فنظرية التوقع تفترض نتيجةً مستقبليةً واحدة، في حين تفترض نظرية الندم نتيجتَين (أو أكثر)، وسوف

تتوقف تقييماتنا لسعادتنا على النتيجة التي ستتحقق في النهاية، وكذلك على توقعاتنا للندم في المستقبل.

على سبيل المثال، لنفترض أنك متردِّد في أخذ مظلتك إلى العمل. أنتَ لا تستطيع التنبؤ بحالة الطقس اليوم (لأنك تعيش في إنجلترا مثلًا). ينطوي أخذ المظلة على شيء من العناء؛ فقد لا تتلاءم مع حجم حقيبتك؛ ولو كنتَ شارد الذهن قليلًا فستضيِّعها بسهولة. لكن إذا هطلَت الأمطار، فستدرك أن الأمر كان يستحق كل هذا العناء. وبالتالي، ما يحدد السعادة أو الرضا في هذه الحالة، هو أمرٌ خارج عن سيطرتك تمامًا، وهو طقس إنجلترا. أما إذا كان الطقس مشمسًا، فستندم على أنك تجشَّمتَ عناء حمل المظلة لا سيما إذا أضعتَها. فسعادتنا لا تعتمد فقط على تصوراتنا وتفضيلاتنا واختياراتنا. إنما تعتمد أيضًا على الطريقة التي نحكم بها على اختياراتنا السابقة عندما نسترجعها، باعتبار الاحتمال المستقبلي الذي تحقق؛ بعدما يكون الأوان قد فات على الرجوع عن قرارنا. نحن لا نتحكم في هذه الاحتمالات المستقبلية، ومع ذلك تعتمد عليها سعادتنا بدرجةٍ كبيرة.

ولقد طرح علماء الاقتصاد أمثلةً أكثر تعقيدًا من المثال السابق مثل اختيار موقع محطات الطاقة النووية. لو أُقيمت محطة طاقةٍ نووية في منطقة تبيَّن أنها مُعرَّضة للزلازل والتسونامي مثلًا (كما حدث في اليابان عام ٢٠١١)، فسيندم المُخططون على اختيارهم للموقع. وهكذا لا تتحدد العواقب باختياراتنا فحسب، بل بما يجري حولنا من حوادث.

في هذا الفصل والفصل الرابع، ركَّزنا على الطرق الاستدلالية والانحيازات العقلية والمفارقات السلوكية، والنظريات السلوكية التي صاغها علماء الاقتصاد لتفسيرها. وكان تركيزنا بشكلٍ أساسي على الانحيازات المرتبطة بقراراتنا واختياراتنا التي تنطوي على مخاطر. ولعلماء الاقتصاد السلوكي مؤلفاتٌ أخرى شاملة لأنواع الانحيازات العقلية التي تظهر عند اتخاذنا للقرارات بمرور الوقت. ولا شك أن عامِلَي الزمن والمخاطرة يتداخلان، لكننا لن نعقِّد الأمور لتتناسب مع غرض الكتاب الذي بين أيدينا، وفي الفصل السادس سنركِّز على الانحيازات التي تظهر بمرور الوقت.

الفصل السادس

القرارات الزمنية

تمحور حديثنا، في الفصلَين الرابع والخامس، حول الاختيارات التي تنطوي على مخاطر. لكنْ هناك جانبٌ مهمٌّ آخرُ لقراراتنا وهو نظرتنا إلى الوقت. هل نتحلى بالصبر؟ هل نحن متعجلون؟ أم أن ذلك يختلف باختلاف الموقف؟ في الحقيقة الكثير من قراراتنا اليومية تنكشف عواقبها، بمرور الوقت، وما نريده اليوم قد لا يتسق دائمًا مع ما نريده في الغد. كيف يتعامل الأشخاص مع الوقت، ومع القرارات التي يتخذونها في الحاضر ويكون لها عواقبُ جذرية في المستقبل؟ نحن لا نجيد الادخار لمعاشات التقاعد المستقبلية. وقد نواجه مشكلة ارتفاع فواتير الطاقة لأننا نحب رفع درجة حرارة التدفئة أو التبريد في المكيِّف، عندما نشعر بالبرودة أو الحرارة الشديدة، دون التفكير مليًّا في عواقب ذلك على فواتير الطاقة في المستقبل. كما لا نحسن التخطيط للمستقبل، عندما يتعلق الأمر بالحفاظ على صحتنا؛ إذ نتبع عاداتٍ وأنظمةً حياتيةً غيرَ صحية في الحاضر، تؤدي إلى تراكُم مشكلاتٍ صحية ستظهر مستقبلًا في غالب الأحيان.

تفترض النظرية الاقتصادية القياسية وجود اختلافات بين الأشخاص من حيث «تفضيلاتهم الزمنية»؛ أي في درجة تحليهم بالصبر أو درجة تعجلهم. ويرى معظم علماء الاقتصاد التقليدي، التفضيلات الزمنية تتفاوت فيما بين الأفراد، لكنها ثابتة لدى كل فرد. يرى علم الاقتصاد التقليدي أنه إذا كان ثمة شخص متلهف للحصول على شيء ما اليوم ولم يطِق الانتظار للغد، فسينطبق تعجله ذلك أيضًا إذا تأجل القرار بمقدار نفس المدة (يوم واحد). تُعرف هذه الظاهرة بـ «الاتساق الزمني»، الذي ينص على أن مستوى صبرنا أو تعجلنا لا يتغير بتغير زمن الانتظار، بل يظل ثابتًا. على سبيل المثال، إذا خُيِّرتُ بين الحصول على كعكة الشوكولاتة اليوم أو الحصول على كعكة الشوكولاتة الغد مثلًا، واخترتُ الحصول عليها اليوم، فذلك يعني إذا كنت أتصف بالاتساق الزمني، أن تفضيلي

الزمني سيظل كما هو إذا زيدت مدة الانتظار بمقدار عام. إذ سأُفضل الحصول على كعكة الشوكولاتة بعد عام على الحصول على كعكة الشوكولاتة بعد عام ويوم. ولن تتغير اختياراتي عندما أقرر للمستقبل القريب في مقابل المستقبل البعيد.

كما لا تنكر النظرية الاقتصادية التقليدية أن يتخذ الأشخاص «المختلفين» قراراتٍ مختلفة؛ فقد يُفضِّل شخصٌ الحصول على كعكته عاجلًا وليس آجلًا، في حين يُفضِّل آخر الحصول على كعكته آجلًا وليس عاجلًا. ولا يعد ذلك عدم اتساق بالضرورة. قد تكون القرارات المرتبطة بالاستهلاك والإنفاق على المدى القريب عقلانية ومتسقة تمامًا، لا سيما إذا كان الشخص يُواجِه مشاكلَ ماليةً عاجلة أو سيعيش لفترةٍ زمنيةٍ قصيرة. يعتقد غالبية علماء الاقتصاد التقليدي أنه إذا كان الأشخاص متَّسقين في تفضيلهم المكافآت الصغيرة العاجلة على المكافآت الكبيرة الآجلة، فإنهم يظلون متصفين بالعقلانية التامة.

وفي دراسة أجراها عالما الاقتصاد وارن وبليتر، على أفراد الجيش واختياراتهم التقاعدية، وجدَا اختلافاتٍ فرديةً كبيرةً بينهم. كانا قد خيَّرا أفراد الجيش بين أمرَين؛ الحصول على مبلغٍ كبير من المال دفعةً واحدة، أو الحصول على مبلغٍ سنويٍّ صغير (راتب تقاعدي)، لكنه سيستمر طوال الحياة. ووجدَا أن حوالي ٥١٪ من الضباط اختاروا المبلغ كاملًا دفعةً واحدة، لكن نسبة أعلى بكثير من المجندين — ٩٢٪ — اختارت المبلغ الكامل. وعندما حلَّل وارن وبليتر البيانات، وجدَا اختلافاتٍ جذرية بين الجماعات المختلفة؛ فقد كانت جماعات أصحاب البشرة البيضاء والإناث والحاصلين على درجةٍ جامعية أكثر ميلًا لاختيار الراتب التقاعدي. وتُظهِر هذه الأدلة وجودَ فروقاتٍ بين الأفراد، وهي ليست في حد ذاتها دليلًا على عدم الاتساق الزمني؛ لأن النظرية الاقتصادية التقليدية لا تنكر تفاوت الأفراد المختلفين في درجات الصبر أو التعجل. ما الذي يمكن أن يضيفه علم الاقتصاد السلوكي إذن؟

ماذا يعني عدم الاتساق الزمني؟

يستند علم الاقتصاد السلوكي على الأدلة المستمدة من علم النفس، التي تشير إلى أن اتساق التفضيل الزمني بحسب زعم مناهج الاقتصاد القياسي، لا ينطبق على البشر (وغيرهم من الحيوانات). فنحن نظهر درجة عالية من نفاد الصبر عند النظر إلى المستقبل القريب (نفضل الحصول على كعكة الشوكولاتة مثلًا اليوم بدلًا من الغد)، لكننا عندما نخطط للمستقبل، نُظهِر الكثير من الصبر (نحن مستعدون للانتظار عامًا ويومًا واحدًا لتناول

كعكة الشوكولاتة). وهذا هو عدم الاتساق الزمني؛ أي إن تفضيلاتنا للنتائج المؤجلة تتغير بتغيُّر الزمن. فتفضيلاتنا الزمنية ليست ثابتة. إننا نعاني من الانحياز للوقت الحاضر؛ أي إننا نُفضِّل المكافآت الصغيرة العاجلة، على المكافآت الكبيرة المؤجَّلة، مما يعكس وجود عدم اتساقٍ زمني في قرارة أنفسنا. فقدرتنا على الصبر تتغيَّر بمرور الوقت. فنحن نتحلى بالصبر في بعض السياقات، ونتعجَّل النتائج في سياقاتٍ أخرى. على سبيل المثال، إذا كان معنا ١٠ جنيهاتٍ إسترلينية، وكنا نقرِّر بين إنفاقها اليوم أو توفيرها للأسبوع المقبل، فالأرجح أننا سنختار أن ننفقها اليوم. لكننا عندما نفكر في قراراتٍ أبعد زمنيًّا، فقد نتحلى بالمزيد من الصبر؛ على سبيل المثال، إذا كنا نقرِّر بين إنفاق ١٠ جنيهات إسترلينية بعد عام، أو إنفاقها بعد عامٍ واحد وأسبوع، فقد تتغير اختياراتنا ونخطط لتوفيرها لذلك الأسبوع الإضافي. تحدث المشكلة عندما يؤدي عدم صبرنا اليوم إلى عدم وجود ما ننفقه أو نوفِّره بعد عام، أو بعد عقد من الزمن، أو بعد التقاعد.

نماذج حيوانية

تأتي بعض الأدلة المبكرة عن عدم الاتساق الزمني، من النماذج الحيوانية، التي تعقد مقارنات بين السلوك البشري وسلوك الحيوانات. لاحظ الطبيب والمعالج النفسي جورج إينزلي وجود عدم اتساقٍ زمني في أثناء دراسته لمسألة التحكم في السلوك الاندفاعي في الحمام. إذ حبس الحمام في إحدى الغرف. وكان الحمام يحصل على الطعام من خلال النقر على مفاتيح تضيء باللون الأحمر أو الأخضر. فإذا نقر الحمام على المفتاح عندما يكون اللون الأحمر مضاءً، فإنه ينال مكافآت الطعام الصغيرة الكمية لكنها تأتي بسرعة. وإذا نقر الحمام على المفتاح عندما يكون اللون الأخضر مضاءً، فإنه ينال مكافآت الطعام الكبيرة الكمية لكنها تتطلب الانتظار بعض الوقت. وسرعان ما لاحظ الحمام الفرق بين المكافآت التي يحصل عليها عند الضغط على المفتاح عندما يكون أخضر، في مقابل الضغط على المفتاح عندما يكون أحمر، لكنه أظهر سلوكًا اندفاعيًّا أيضًا؛ إذ كان يُفضِّل النقر على المفتاح عندما يضيء باللون الأحمر، كي يحصل على الطعام بسرعة أكبر. إلا أن بعض العلماء الآخرين المتخصصين في سلوك الحيوان لاحظوا وجود سلوك بنَّاء يميل إلى التخطيط بعيد المدى في الحيوانات. إذ لاحظ عالما الأحياء مولكاي وكول أن قردة البونوبو وقردة الأورانجوتان تنتقي أدواتها وتخزِّنها حتى تستخدمها في وقتٍ لاحق، مما يشير إلى

تخطيطها للمستقبل. كما تقوم طيور قيق الأحراج وغيرها من الحيوانات بتوفير الطعام وتخزينه.

لماذا نكون أكثر صبرًا عندما نخطط للمستقبل البعيد؟ يجيب سكوت ريك وجورج لوينستين عن هذا السؤال في ضوء المقارنة بين تصوُّرنا للمنافع الملموسة نسبة إلى التكاليف الملموسة. فمقاومةُ إغراءات الوقت الحاضر صعبةٌ جدًّا. إذ تنطوي مقاومة الإغراء على تكاليفَ ملموسة على المدى القريب، من شأنها أن تحول بيننا وبين تحقيق أهدافنا المستقبلية. وهناك أمثلةٌ كثيرة على ذلك مثل اتباع نظامٍ غذائي صحي، والذهاب إلى صالة اللياقة البدنية، والإقلاع عن التدخين. ففي تلك الحالات لا بد لنا أن نتخلى عن المنافع العاجلة الملموسة مثل تناول الشوكولاتة أو تدخين السجائر. أو أن نتحمل بعض الألم الآني (مثل الذهاب إلى صالة الألعاب الرياضية وممارسة التمارين البدنية). وقد تبدو الأهداف المستقبلية بعيدة وغير ملموسة بالقدْر نفسه، مما يجعل من الصعب ممارسة ضبط النفس في الوقت الحاضر. وإذا أخفَقنا في مقاومة الإغراءات العاجلة، فسنقع في مشكلاتٍ خطيرة مثل مرض السمنة وإدمان المخدرات والمقامرة، والتي لها آثارٌ جسيمة على الأفراد والعائلات وأنظمة الصحة العامة.

وتوضِّح تجارب المارشميلو الشهيرة، التي أجراها عالم النفس والتر ميشيل وفريقه، هذه الظاهرة في اختيارات الأطفال. في تلك التجارب، عرض والتر ميشيل وفريقه تشكيلة من الحلوى (تشمل المارشميلو) على الأطفال. وأخبروهم أن مَن يستطيع مقاومة إغراء تناول الحلوى الموضوعة أمامه الآن فسيُكافأ بأخرى لاحقًا. تمكَّن الأطفال من الانتظار فترة أطول عندما تم صرف انتباههم عن الحلوى، كما أنهم استخدموا أساليبهم الخاصة في صرف انتباه أنفسهم عنها. وتبيَّن لاحقًا ارتباط ذلك الأمر باختيارات الأطفال الحياتية المستقبلية. فقد أظهر الأطفال الذين تمكَّنوا من مقاومة إغراء الحلوى لفترةٍ طويلة كفاءةً أعلى في المهارات الانفعالية والمعرفية أثناء فترة المراهقة، وكفاءةً اجتماعية وأكاديمية أفضل في فترة البلوغ. وقد ألهمَت تجارب المارشميلو كاتبي النصوص السينمائية في تأليف نظيرٍ خيالي لها في عملٍ سينمائي. ففي فيلم «ذا فايف يير إنجيجمينت» (خمس سنوات خطوبة)، تقرر الاختصاصية النفسية فيوليت (التي تؤدي دورها الممثلة إميلي بلانت)، أن خطيبها، مُساعد الطبَّاخ توم (الذي يؤدي دوره جيسون سيجال)، ضعيف الشخصية؛ لأنه اندفع لتناول حلوى الدونت غير الطازجة، بدلًا من انتظار الحلوى الطازجة. (في نهاية الفيلم، عندما يكتشف توم أن فيوليت حكمَت عليه بهذه الطريقة، تعلَّل بأن هناك أسبابًا أخرى لتناول الحلوى غير الطازجة غير ضعف الشخصية).

صراع زمني

تشير الأدلة التي خلصَت إليها تجارب المارشميلو وغيرها من الدراسات إلى أن الإغراءات التي نتعرض إليها تؤدي إلى نشوب صراعاتٍ داخلية. كأننا نتصارع مع ذاتنا أو كأن لدينا شخصيتَين؛ إحداهما صبورة والأخرى مندفعة، وهما في صراعٍ دائم. واعتمد عالم الاقتصاد روبرت ستروتز على الأدلة، التي توصَّل إليها إينزلي، في ابتكاره لرؤًى اقتصاديةٍ أولية حول عدم الاتساق الزمني وربطها بذلك الصراع الداخلي. وافترض أننا نواجه صراعًا زمنيًّا بين ذاتنا الصبورة وذاتنا العجولة. وقد عرض ستروتز أفكاره بتفصيلٍ علمي دقيق، لكن فكرته الأساسية قريبة من الحدْس. فلا شك أن الكثيرين منا يؤجِّلون شيئًا ما، كالذهاب إلى صالة الألعاب الرياضية مثلًا. وهذا التأجيل يثير قلق ذاتنا الصبورة، فتخشى عواقب قلة التمارين الرياضية على صحتنا المستقبلية. وفي المقابل، لا يحرِّك هذا التأجيل ذاتنا العجولة المحبة للراحة والجلوس على الأريكة وتناول الشوكولاتة والرقائق في الحاضر ولا تُبالي بالمستقبل. وستتوقف النتيجة على أيهما ستنجح في فرض سيطرتها في النهاية.

تحليلات علم الاقتصاد العصبي للمكافآت العاجلة في مقابل المكافآت الآجلة

يمكن استخدام أدوات علم الاقتصاد العصبي لملاحظة استجاباتنا العصبية عند التخيير بين المكافآت العاجلة والآجلة. استخدم سام ماكلور وزملاؤه التصوير بالرنين المغناطيسي الوظيفي، وهي تقنيةٌ تستخدم لرصد تدفُّق الدم المشبع بالأكسجين عَبْر الدماغ والمناطق العصبية المسئولة. واستلهموا من حكاية النملة والجندب من حكايات أيسوب تطوير «نموذج الذات المتعددة». كانت النملة الصبورة تكدح في الصيف وتجمع الطعام. وكان الجندب العجول، في المقابل، يستمتع بوقته بالغناء طوال الصيف. والفائز معروف بالطبع؛ فعندما يحل الشتاء، يتسول الجندب الطعام من النملة من شدة جوعه، لكنها تخبره أن يغرُب عن وجهها ويغني في الشتاء كما غنى في الصيف.

هل نختبر الصراع الزمني بين النملة والجندب عند الاختيار بين المكافآت العاجلة والآجلة؟ للإجابة عن ذلك، طلب ماكلور وزملاؤه من المشاركين في التجارب، الاختيار بين المكافآت العاجلة والآجلة في أثناء خضوعهم لمسحٍ دماغي. ولاحظ ماكلور اختلاف النشاطات العصبية بحسب توقيت المكافآت. فكانت المناطق العصبية المرتبطة بالوظائف الإدراكية العُليا تنشط بقوة للمكافآت المؤجلة. والمناطق العصبية المرتبطة بالغرائز البدائية

الاندفاعية تنشط بقوة عند اختيار المكافآت العاجلة. واستنتجوا من ذلك حدوث تفاعل بين العمليات العصبية المختلفة عند الاختيار بين المكافآت الصغيرة العاجلة والمكافآت الكبيرة الآجلة مما يعكس حدوث صراعاتٍ داخلية بين ذاتَينا، الذات الصبورة التي تتسم ببعد النظر والذات العجولة التي تتسم بقصر النظر.

لكن يظهر تبايُن بين أدلة علم الاقتصاد العصبي. اختبر بول جليمشر وزملاؤه بعض نتائج فريق ماكلور. فقام بإجراء بعض التعديلات على التجربة بحيث تصبح جميع المكافآت مؤجلة. وكانت أقرب مكافئةٍ مؤجلةٍ لمدةٍ زمنيةٍ قدرها ستون يومًا. لاحظ جليمشر وزملاؤه نفس الأنماط التي رصدَتها دراسة ماكلور للمكافآت العاجلة. واستنتجوا من ذلك أن عدم الاتساق الزمني ليس انعكاسًا للاندفاع والصراع الزمني الداخلي بين ذاتَينا. إنما هو إغراء مثل غيره من الإغراءات، ويمكن تفسيره في ضوء ذاتٍ واحدةٍ لديها معتقداتٌ وأهدافٌ متسقة.

استراتيجيات الالتزام المُسبق وضبط النفس

كيف نحل مشكلات ضبط النفس؟ يعتمد ذلك جزئيًّا على الوعي بالذات. يزعم تيد أودونوهيو وماثيو رابين أن بعض الأشخاص أكثر استبصارًا بسلوكهم من غيرهم، ويفرقان بين صنفَين رئيسيَّين من الأشخاص؛ صانعي القرار الساذجين وصانعي القرار المحنَّكين. وهذان النوعان المختلفان يستجيبان لعدم الاتساق الزمني بطريقتَين مختلفتَين. لا شك أن كلَيهما سيعانيان من الانحياز للحاضر، لكنَّ المحنكين سيكونون واعين بمحدودية قدرتهم على ضبط النفس، وسيطبِّقون استراتيجياتٍ كي يُجبروا أنفسهم على اتباع مسارٍ بنَّاء.

يدلِّل أودونوهيو ورابين على ذلك بالطلاب في أثناء اختيارهم لوقت الذهاب إلى السينما؛ يفضل الطلاب الذهاب إلى السينما يوم السبت عادة، لكن عليهم المذاكرة في عطلةٍ أسبوعية واحدة خلال الشهر لتسليم مقالةٍ مهمة في نهاية الشهر. لذلك يجب أن يحدِّدوا يوم السبت الذي سيذاكرون فيه بدلًا من الذهاب إلى السينما. صمَّم أودونوهيو ورابين المعضلة بحيث لا تكون الأفلام في الأسابيع الأربعة المقبلة على نفس المستوى؛ فيكون الفيلم في الأسبوع الأول متوسط الجودة، وفي الأسبوع الثاني جيدًا، وفي الأسبوع الثالث ممتازًا، وفي الأسبوع الرابع مثاليًّا؛ رائعة من روائع جوني ديب، على سبيل المثال. وهكذا، سيكون أمثل قرار هو الانتهاء من المقالة في الأسبوع الأول، ومشاهدة الأفلام الشيقة في الأسابيع التالية، ومن بينها رائعة جوني ديب في الأسبوع الرابع.

تكمُن المشكلة في أن الطلاب قد لا يمتلكون القدر اللازم من ضبط النفس، لكن على الأغلب سيكون أداء المحنكين أفضل في موازنة الاختيارات. أما الساذجون فسيستخفُّون تمامًا بمشكلات ضبط النفس التي سيواجهونها في المستقبل، وسيماطلون حتى آخر عطلةٍ أسبوعية في الشهر، ولأن في انتظارهم مقالةً مهمة يجب الانتهاء منها، فسيفوِّتون أفضل فيلم وهو رائعة جوني ديب. ولا شك في أن المحنَّكين سيواجهون مشكلات ضبط النفس أيضًا، وسيُماطلون بعض الشيء (ربما يذهبون لمشاهدة الفيلم المتوسط الجودة في الأسبوع الأول)، لكن سيكون لديهم الاستبصار الكافي لإدراك أنهم إذا أفرطوا في التسويف فسيفوِّتون أفضل فيلم. ولذلك سيُعِدون أنفسهم لحضوره بالانتهاء من المقالة في الأسبوع الثاني؛ لأنهم يدركون أنهم إذا أجَّلوها لما بعد ذلك فإنهم يجازفون بتفويت فيلم جوني ديب. ويرتبط ذلك الأمر بما يسمِّيه علماء الاقتصاد السلوكي «استراتيجية الالتزام المسبق»، حيث يقلِّل المحنكون من اختياراتهم المستقبلية من أجل بلوغ أهدافهم الطويلة الأجل.

إن فكرة إلزام النفس لضمان البقاء على الطريق الصحيح، هي ظاهرةٌ قديمة يعبِّر عنها الأدب الكلاسيكي. في ملحمة هوميروس «الأوديسة»، يُبحِر أوديسيوس (المعروف بيوليسيس أيضًا) في منطقة السيرانات، وهي مخلوقاتٌ أسطورية تُورِد البحارة موارد التهلكة بأغانيها. يربط أوديسيوس نفسه بصارية السفينة، في حين ينجح طاقم سفينته الذين صَمَّ آذانهم بوضع الشمع فيها في اجتياز منطقة السيرانات، تاركين أوديسيوس يُنصِت إلى أغانيها الحلوة، دون أن يقع في أحبالها ويُغرِق سفينته. صور الرسَّام جون وليام ووترهاوس هذه الحكاية الكلاسيكية في لوحته الشهيرة «أوديسيوس والسيرانات» المُوضَّحة في شكل ٦-١. في اللوحة، تقيِّد ذاتُ يوليسيس المستبصرة، ذاتَه الأخرى المندفعة في محاولته للنجاة.

ولنا في الشاعر صامويل تايلور كولريدج مثالٌ آخر على الالتزام المُسبق؛ إذ كان يدرك جيدًا العواقب الوخيمة لإدمانه للأفيون، فاستأجر خدمًا لإبعاده عن أماكن تعاطي الأفيون، في محاولةٍ مُستبصرَة لكبح غرائزه المُلحَّة للاستمرار في الإدمان.

تدلِّل التجارب الطبيعية على سلوكيات الالتزام الذاتي أيضًا. فهي تدرس، كما وضحنا في الفصل الأول، الاختيارات والسلوكيات الحقيقية، لا الاختيارات الافتراضية المصطنعة التي يُضطَر إليها الكثير من الباحثين. وقد حلَّل ديلَّافيجنا وماليندير مجموعةً من البيانات الحقيقية المرتبطة بعضويات صالات الألعاب الرياضية. فقد أظهرَت سجلات الحضور أن الأشخاص يُنفقون آلاف الدولارات على العضويات السنوية، ولا يذهبون إلى



شكل ٦-١: أوديسيوس يقيد نفسه مسبقًا في الصاري لمقاومة إغراء نداءات السيرانات.

صالة الألعاب الرياضية إلا فيما ندر، مع أنهم يسعُهم ادخار الكثير من المال، باستخدام الخيار الأرخص وهو دفع ثمن الزيارة بالمرة. وقد يخطر ببالِك لأول وهلة، أن الغبي فقط هو مَن ينفق الكثير من المال على عضوية صالة ألعاب رياضية، يذهب إليها مراتٍ نادرة، لكنِ الكثيرون منَّا يفعلون ذلك السلوك، الذي قد لا يكون غبيًّا كما نظن. فبعض علماء الاقتصاد السلوكي يرون هذا السلوك على أنه نوعٌ من إلزام النفس المُسبق؛ فعندما نُنفق الكثير من المال على عضوية صالة الألعاب الرياضية، فإننا نحاول إلزام ذاتنا العجولة بالتحلي بالمسئولية على المدى القريب. وتعلِّل ذاتُنا الصبورة هذا السلوك بأننا إذا أنفقنا الكثير من المال، فلن ترغب ذاتُنا العجولة في إهداره.

في الوقت الحاضر، تقدِّم الشركات خدماتٍ تستغل فكرة أن الناس يعانون من عدم ضبط النفس بدرجاتٍ متفاوتة. وأن مقاومة إغراء المكافآت القريبة المدى صعبة جدًّا؛ لذا فالكثيرون منا على استعدادٍ لشراء المنتجات التي تساعدهم في ذلك. والأمثلة كثيرةٌ على ذلك من عالم الأنظمة الغذائية، ومنتجات الإقلاع عن التدخين، مثل السجائر الإلكترونية التي ظهرَت في الآونة الأخيرة. ويستطيع الأشخاص الذين يواجهون مشكلةً في الاستيقاظ من النوم شراء مُنبهٍ متجول. المنتج الأصلي، «كلوكي»، عبارة عن منبه يتجول في أرجاء الغرفة، وعليكَ مطاردته لإيقافه، على أمل أن تكون صحوتَ تمامًا حينها.

كما وفَّر النمو الهائل في الخدمات المتاحة عَبْر الإنترنت، بعض الخدمات المرتبطة بالالتزام المُسبق، مثل منصتَي «بيمايندر» و«ستيك». تساعد منصة «ستيك» الأشخاص في معالجة مشكلات القدرة المحدودة على ضبط النفس من خلال الحوافز المالية. فتتيح

للمستخدمين تحديد أهدافهم عَبْر الإنترنت. ويشكل الهدف الذي يحدده المستخدم أساس «عقد التزام»؛ وإذا لم يُوفِ المستخدم التزاماته، فسيُخصم المال من حسابه، ويذهب إلى جهةٍ مستفيدة من اختياره. ويُحبذ أن يجعل المستخدم جمعيةً خيرية يكرهها هي الجهة المستفيدة من تبرعاته. فيمكن أن يختار مناصر للحزب الديموقراطي مثلًا أن تذهب أمواله للحزب الجمهوري إذا أخفق في تحقيق أهدافه. وتعتمد منصة «ستيك» على المشاركين الذين يتحلَّون بالصدق، لكن عدم الصدق في حد ذاته هو استراتيجية الذات المندفعة في كثيرٍ من الأحيان، وكيف للمنصة أن تبتكر عقدًا مُحكمًا، في حين أنه من رابع المستحيلات، بالإضافة إلى ارتفاع التكلفة، أن تتحقَّق المنصة من صدق مُستخدميها؟

تشبه منصة «بيمايندر» منصة «ستيك»، لكن تختلف عنها في نموذج العمل (الخطة المتبعة لتحقيق الأرباح). تقدم منصة «بيمايندر» خدمة متابعة الأهداف «مباشرة» لتحقيق «ضبط نفس مرن». وعلى غرار منصة «ستيك» يحدِّد المستخدمون لأنفسهم أهدافًا تشكل أساس عقد الالتزام مع «بيمايندر». وإذا أخفقوا في تحقيق أهدافهم، تخصم منصة «بيمايندر» الأموال منهم. ومن شأن هذه الخدمات أن يكون لها تأثيرٌ بالغ، لا سيما إذا أحسنت استغلال التكنولوجيا الحديثة للتغلب على مشكلة عدم الصدق التي ظهرَت في منصة «ستيك». يستطيع المستخدم الصادق لمنصة «بيمايندر» أن يربط أهداف التمارين البدنية، ببيانات أجهزة مراقبة اللياقة الشخصية، مثل الساعة الذكية «فيت بيت» و«آي ووتش». وهُنا تتولى التكنولوجيا دور المراقبة.

نماذج دورة الحياة السلوكية

إذا كانت قدراتنا على الادخار محدودة، وإذا كانت صناديق تقاعدنا غير كافية لإعالتنا في سن التعاقد، فسيكون لذلك تداعياتٌ سيئة على ميزانيات وديون الحكومات. تنظر نماذج دورات الحياة السلوكية في هذه الأنماط من السلوك، فقد طوَّرَت رؤى ديفيد ليبسون التي مفادها أن مهارتنا في الاعتناء بـ «البيض الذهبي» — أصولنا غير السائلة التي نحفظها بشكلٍ أساسي في صورة صناديق تقاعد وعقارات — تفوقُ بكثيرٍ مهارتَنا في إدارة فواتير بطاقتنا الائتمانية.

تدمج نماذج دورة الحياة السلوكية بين الرؤى السلوكية المتعلقة بعدم الاتساق الزمني، ونماذج دورة الحياة لعلم الاقتصاد التقليدي التي تفترض وجود اتساقٍ زمني، لدراسة تطور أنماطنا في الادخار والاستثمار والإنفاق على مدى حياتنا. استخدم جورج

ماريوس إنجليتوس وزملاؤه هذه النماذج في تفسير ظاهرة تراكُم الديون على البطاقات الائتمانية لدى البعض، ممن يملكون أصولًا غير سائلة ضخمة في صورة عقارات وصناديق تقاعد.

تفسِّر تكاليف المعاملات هذه الظاهرة بشكلٍ جزئي. فبيع منزل لسداد فواتير بطاقة الائتمان عمليةٌ معقَّدة وباهظة التكلفة. كما يعتبر الأشخاص بطاقات الائتمان مصدرًا احتياطيًّا لسداد الفواتير غير المتوقعة، لكن هذا ليس سببًا كافيًا يكفي لتفسير الظاهرة بالنسبة لإنجليتوس وزملائه. لذلك قاموا بمحاكاة أنماط الإنفاق والادخار، من خلال طرح بعض الافتراضات التي تتناسب مع التجارب المتوسطة للأشخاص في يومنا الحاضر، مثل افتراض أن الشخص سيعيش لمدة تسعين سنةً كحدٍّ أقصى، وسيعمل لمدة ثلاث وأربعين سنة في المتوسط، وسيتباين عدد أفراد أسرته المقيمين معه على مدى حياته؛ إذ سيغادر بعضهم المنزل ويتزوجون ويكوِّنون أسرهم الخاصة ثم يتقاعدون. بعد ذلك، استخدم إنجليتوس وزملاؤه بياناتٍ حقيقية في المتغيرات الأساسية مثل معدلات الفائدة ومعدلات العمالة، كي يطابقوا فرضياتهم على البيانات الحقيقية المرتبطة بأنماط الإنفاق والادخار. ووجدوا أن استنتاجاتهم تتسق مع النظريات السلوكية التي تنص على عدم الاتساق الزمني؛ فقد تطابقت أنماط المحاكاة التي افترضَت عدم الاتساق الزمني مع اتجاهات الاقتصاد الكلي الفعلية، بشكلٍ أفضل من أنماط المحاكاة المستندة إلى النماذج القائمة على افتراضات الاقتصاد التقليدي التي تنص على الاتساق الزمني.

تقسيم الاختيارات إلى شرائح وصياغتها والمحاسبة العقلية

عند الاختيار بين الاستهلاك اليوم أو غدًا، يلعب السياق دورًا شديد الأهمية في قراراتنا. على سبيل المثال، وكما وضَّحنا في الفصل الخامس؛ إذا صيغ الاختيار في إطار الخسارة فقد يختلف قرارنا النهائي عما لو كان الاختيار قد صيغ في إطار المكسب. كما أن الطريقة التي نقدم بها اختياراتنا تؤثِّر في قرارنا النهائي أيضًا. ويُسهِم ذلك بشكلٍ أساسي في تقديم تفسيرٍ آخر للاختيارات التي قد تبدو غير متسقة، وهو ما يُعرف بـ «تقسيم الاختيارات إلى شرائح». عندما نواجه العديد من الاختيارات المعقدة المرتبطة ببعضها، فقد نُسهِّل على أنفسنا مهمة الاختيار بتقسيم اختياراتنا إلى شرائح.

طوَّر ريتشارد ثيلر بعضًا من هذه الرؤى في نموذج المحاسبة العقلية. تساعد المحاسبة العقلية في الإجابة عن سؤال: لماذا لا ندَّخر دائمًا بالقدر اللازم أو الممكن؟ الصياغة والنقاط

المرجعية والنفور من الخسارة، كل هذه الأمور تؤثِّر في تصورنا لقراراتنا المحتملة المرتبطة بالإنفاق والادخار. يعرِّف ثيلر المحاسبة العقلية بأنها مجموعة من العمليات الإدراكية التي نستخدمها لتنظيم وتقييم ومراقبة قراراتنا المالية. يفترض ثيلر أن تعاملنا مع المال لا يتساوى في جميع الحالات. فالمال بالنسبة لنا لا يُعد سلعةً قابلة للتقدير؛ أي إننا لا نعامله دائمًا بالطريقة نفسها بصرف النظر عن الوقت والمكان الذي ننفقه فيه. وتعتمد نظرتنا لأموالنا وطريقة إنفاقنا لها، على السياق الذي حصلنا من خلاله على تلك الأموال. لدينا مجموعة من الحسابات العقلية المنفصلة في أذهاننا، ونحن نُودِع المال في كلٍّ منها تبعًا للسياق. فلدينا حساب للأموال التي كسبناها بشكلٍ غير متوقع كتلك التي نفوز بها في مسابقات الحظ (اليانصيب وغير ذلك من مسابقات الحظ)، وحسابٌ للأموال التي كسبناها من عرق جبيننا، وحساب للثروة غير السائلة نُودِع فيه الأموال التي ندخرها.

وتتوقف قراراتنا المالية على الحساب العقلي الذي نوليه أهميةً أكبر. فإذا فزنا بالمال في اليانصيب، فلربما نسرف في إنفاقه على المتعة. وإذا كسبنا القدر نفسه من المال من عرق الجبين، فسندخره على الأغلب. وإذا أنفقنا مبالغَ كبيرةً من المال في التسوق الإلكتروني باستخدام البطاقة الائتمانية، فسنعتبر ما دفعناه أقل بشكلٍ ما مما لو كنا دفعنا نقدًا. نحن نعامل عمليات الشراء التي نجريها بالبطاقة الائتمانية بشكلٍ مختلف جدًّا عن عمليات الشراء التي نجريها نقدًا، وقد يعكس ذلك جزئيًّا سوء تخطيطنا للمستقبل أيضًا.

تعني المحاسبة العقلية أن الطريقة التي نقيِّم بها قراراتنا الاقتصادية تختلف باختلاف السياق. نحن نُجمِّع اختياراتنا معًا وندمجها في شرائح في أذهاننا. ولا تعتمد نظرتنا لصفقةٍ ما على الشيء الذي نشتريه فحسب؛ ففي بعض الأحيان تكون عملية التسوق أو العثور على صفقة لها قيمةٌ في حد ذاتها. يدلِّل ثيلر على ذلك بامرأة تشتري لحافًا؛ إذا تساوت جميع الألحفة في السعر بصرف النظر عن مقاسها فستشتري المرأة اللحاف الأكبر وإن كان لا يتناسب مع مقاس سريرها.

درس كولين كامرر وزملاؤه مظهرًا آخر من مظاهر التقسيم إلى شرائح، وهو تقسيم الدخل واستهدافه لدى سائقي سيارات الأجرة في مدينة نيويورك. تمكَّن كامرر وفريقه من الحصول على البيانات اليومية لإحدى شركات سيارات الأجرة الخاصة المتمثلة في سجلات رحلات السائقين، مما أتاح لهم دراسة أنماط العمل والربح. تتوقَّع النظرية الاقتصادية التقليدية أن سائقي سيارات الأجرة سيعملون على زيادة أرباحهم اليومية للحد الأقصى، فسيكسبون أكثر في الأيام المزدحمة وأقل في الأيام الهادئة. لكنهم اكتشفوا

أمرًا مثيرًا للاهتمام؛ لم يكسب سائقو سيارات الأجرة أكثر في الأيام المزدحمة. بدلًا من أن يسعى السائقون لتحقيق أقصى ربحٍ ممكن، استهدفوا تحقيق دخلٍ معين؛ وبالتالي سمحوا لأنفسهم في الأيام المزدحمة بإنهاء العمل مبكرًا. قدَّم كامرر وزملاؤه تفسيرًا آخر أيضًا؛ أن سائقي سيارات الأجرة ربما كانوا يستخدمون استهداف الدخل كشكلٍ من أشكال إلزام النفس المسبق. إذا ألزم سائق الأجرة نفسه مُسبقًا بالعمل على مدار الأيام لتحقيق دخلٍ ثابت، فلن يُضطَر إلى العمل لساعاتٍ إضافية في الأيام المزدحمة؛ لأن ذاته العجولة قد تُغريه بتبذير الدخل الإضافي الذي سيكسبه لو أنه عمل ساعات إضافية على النفقات غير الضرورية والذهاب إلى الحانة. لكن إذا استهدف السائق تحقيق دخلٍ ثابتٍ يوميًّا — يعمل لساعاتٍ أكثر في الأيام الهادئة وساعاتٍ أقل في الأيام المزدحمة — فسيستطيع من حينٍ لآخر الذهاب إلى منزله مبكرًا، بدلًا من الانجرار للإسراف في الإنفاق.

الاقتصاد السلوكي التنموي

طُبِّقَت الرؤى المتعلقة بعدم الاتساق الزمني على دولٍ نامية أيضًا. على سبيل المثال، استخدمَت إستر دوفلو وفريقُها مجموعةً من التجارب الضابطة العشوائية لتحسين الإنتاج الزراعي للمزارعين الريفيين المحدودي الدخل. والتجارب الضابطة العشوائية، كما شرحنا في الفصل الأول، هي تقنيةٌ مستعارة من العلوم الطبية تُستخدم في التجارب السريرية لاختبار فاعلية الأدوية وغيرها من الإجراءات الطبية. وتنطوي التجارب الضابطة العشوائية على تقسيم المشاركين إلى مجموعتَين أو أكثر؛ المجموعة العلاجية والمجموعة الضابطة. لا يتلقى المشاركون في المجموعة الضابطة أي إجراءٍ طبي. وفي المقابل، يحصُل المشاركون في المجموعة العلاجية على الإجراء المراد اختباره؛ وبعد ذلك تُقارن نتائج المجموعة العلاجية بالمجموعة الضابطة لاختبار فاعلية الإجراء من عدمه.

في أحد الاختبارات التجريبية، ركَّزَت دوفلو وفريقها على المزارعين من كينيا، الذين يشترون السماد. تُعد الأسمدة باهظة الثمن نسبيًّا في المجتمعات الريفية الفقيرة، لكن إذا استطاع المزارعون ادخار المال، فسيُمكِنهم تحمُّل التكاليف المنخفضة الثابتة لشراء الأسمدة عادةً. الإشكالية هي أن كثيرًا من المناطق الريفية الفقيرة في العالم النامي تفتقر بنيتها التحتية المالية إلى أنظمة الادخار (مثل البنوك ومصارف الادخار الخاصة). عند غياب القدرة على الادخار، قد لا يتوفَّر لدى المزارعين المال لشراء الأسمدة؛ إذ يتعيَّن عليهم الانتظار حتى موسم الحصاد لكسب المال (مشكلة الاقتصاد التقليدي) ولا يكون بوسعهم

استخدام مدَّخرات الحصاد السابق. كما قد تُواجِه المزارعين مشكلةٌ أخرى وهي الانحياز للحاضر؛ فقد يماطلون ويؤجلون عمليات شراء الأسمدة. في كلتا الحالتَين، سيكون إنتاجهم من المحصول أقل بكثير مما لو اشترَوا الأسمدة. في المقابل، إذا قُدمَت للمزارعين خصوماتٌ متواضعةٌ محدودة الوقت على الأسمدة للتغلب على الانحياز للحاضر، مباشرةً بعد وقت الحصاد حيث يتوافر للمزارعين المال لدفع ثمنها، فعلى الأرجح سيشترون الأسمدة التي يحتاجونها، ويحقِّقون زيادةً هائلة في إنتاجهم الزراعي وأرباحهم السنوية.

تُعد أبحاثُ علماء النفس وعلماء الأعصاب والعلماء المتخصصين في علم الأحياء التطوري، وكذلك علماء الاقتصاد السلوكي وعلماء علم النفس الاقتصادي، المتعلقة بعدم الاتساق الزمني والانحياز للحاضر، من أهم الأبحاث التي يُعنى بها علم الاقتصاد السلوكي. فلا يخفى على معظمنا الصعوبة التي نواجهها في مقاومة الإغراءات، ونموذج الاقتصاد التقليدي لا يساعدنا كثيرًا في هذا الأمر؛ إذ يفترض افتراضًا غير واقعي أننا قادرون دائمًا وأبدًا على اتخاذ القرارات، التي من شأنها أن تعزِّز رفاهيتنا على المدى البعيد، بكل مهارة. ولذا فإن استيعاب سببِ عدم تصرُّف الكثيرين بما يتسق مع مصالحهم على المدى البعيد وما يجب فعله حيال ذلك، يطرح تحديًا كبيرًا أمام علماء الاقتصاد السلوكي وصُنَّاع السياسات؛ والبحث في مسألة عدم الاتساق الزمني يُسهِم في إثراء هذه النقاشات.

الفصل السابع

الشخصيات والحالات المزاجية والانفعالات

غالبًا ما يفترض علماء الاقتصاد التقليدي أن جميعنا نتسم بالمهارة الكافية والقدرة على اتخاذ القرارات الصائبة بكل سهولة. لكن الانحيازات النفسية — كما أشرنا في الفصول السابقة — تُوقِعنا في الأخطاء أكثر مما يتوقع علماء الاقتصاد التقليدي. حتى الآن، لم نركِّز بقوة على الأسباب النفسية الرئيسية في عملية اتخاذ القرارات؛ لذا سنتناول في هذا الفصل أسباب وكيفية تأثير العوامل النفسية، مثل الشخصية والحالة المزاجية والانفعالات، على عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية والمالية.

يستعرض هذا الفصل التأثير البالغ لشخصيتنا وانفعالاتنا في حياتنا العملية وإنجازاتنا الأكاديمية وقراراتنا المالية. يسعى البعض وراء الإثارة، فيبحثون عن الفرص التي تنطوي على المخاطر سواء كانت ممارسة الرياضات الخطرة أو المقامرة أو التداول المالي. وقد ينفر البعض الآخر من المخاطرة ويميل إلى الحذر؛ أي يُفضِّل الخيارات الآمنة دائمًا. والشخص الذي يملك سماتٍ شخصيةً مرتبطة بمستوًى عالٍ من ضبط النفس، هو القادر على مقاومة إغراء إنفاق أمواله على المدى القريب، وعلى اتخاذ قراراتٍ أفضل بشأن التعليم والتوظيف أيضًا.

وللشخصية والانفعالات تأثيراتٌ معقدة؛ لأن الظروف الاقتصادية قد تؤثر فيها أيضًا. وتلعب الحالات المزاجية والانفعالات دورها في القرارات الاقتصادية. فنحن كثيرًا ما نكون مهيَّئين لاستحضار حالاتٍ مزاجية وانفعالاتٍ معينة، تكون مدفوعة جزئيًّا بسماتنا الشخصية. إذا كنا أصحابَ شخصيةٍ مكتئبة، فقد نميل إلى الشعور باليأس والاستياء عندما نتعرَّض للغش في معاملةٍ اقتصادية. وإذا كنا أصحابَ شخصيةٍ مندفعة، فقد نكون أسرع في الشعور بالغضب، وأكثر عُرضةً للدخول في صراعات مع زملائنا وأصدقائنا وأفراد عائلتنا، مما قد يؤثِّر في الفرص المتاحة لنا.

قياس الشخصية

تأخَّر الباحثون الاقتصاديون في تضمين عامل الشخصية في تحليلاتهم، وقد يرجع ذلك جزئيًّا إلى صعوبة قياس الشخصية. وبينما يستخدم علماء النفس مجموعةً واسعة من اختبارات الشخصية، يستخدم علماء الاقتصاد، حتى الآن على الأقل، مجموعةً ضيقة نسبيًّا من الاختبارات. أحد الاختبارات الشائعة في علم الاقتصاد السلوكي هو اختبار «أوشن». ابتكر هذا الاختبار عالما النفس بول كوستا وروبرت ماكراي، وأسساه على نموذج «السمات الخمس الكبرى للشخصية»، الذي يعبِّر عن السمات الشخصية من خلال خمسة محاور؛ الانفتاح، ويقظة الضمير، والانبساط، والقبول، والعصابية.

كما يستخدم علماء الاقتصاد السلوكي اختبارات الوظائف الإدراكية. فيما يتعلق بالشخصية، تتوافر مجموعةٌ كبيرة من اختبارات الوظائف الإدراكية. ومن أحد الاختبارات القديمة الشائعة اختبار «معدل الذكاء» الذي صمَّمه عالم النفس هانز آيزنك (وهو ليس اختبارًا دقيقًا بالضرورة). ويُمكِن لعلماء الاقتصاد السلوكي الذين يريدون إجراء اختبارٍ سريع استخدام اختبار «المرونة الإدراكية» لعالم النفس شين فريدريك، الذي يشمل أسئلةً مثل: «يكلِّف المضرب والكرة ١,١٠ دولار أمريكي إجمالًا. ويزيد ثمن المضرب ١,٠٠ دولار أمريكي على ثمن الكرة. فما ثمن الكرة؟» (لا تتسرع في الإجابة! وراجع قسم المراجع والقراءات الإضافية لمعرفة الإجابة.) وقد صُمم هذا الاختبار لقياس الوظائف الإدراكية، لكنه يرتبط بشكلٍ كبير بتفضيلات الأشخاص المتعلقة بالزمن والمخاطرة. فبعض الأشخاص، وفيهم أشخاصٌ فائقو الذكاء، سيُسرِعون إلى الإجابة لأنهم عجولون، ولن يمنحوا لأنفسهم الوقت الكافي للتفكير في السؤال بعناية للوصول إلى الإجابة الصحيحة.

وليست عملية قياس السمات الشخصية بالأمر السهل؛ لأن تلك السمات تُقاس عادةً من خلال استبيانات التقييم الذاتي. وهذه الاستبيانات عُرضة لكثير من الانحيازات. وغالبًا ما يرغب المشاركون، في إعطاء أجوبة تجعلهم يبدون بمظهرٍ لائق أو تثير إعجاب القائمين على التجربة. وقد يُسهِم التفاعل بين شخصية المشارك في التجربة وأدائه في تعقيد النتائج أيضًا. ربما لا يكون أداء الشخص العصابي — الذي هو أكثر عُرضةً للشعور بالقلق — جيدًا في الاختبارات الإدراكية، وهذا ليس بسبب ضعف قدراته، وإنما بسبب أن وجوده في سياق الاختبار أصابه بالقلق. وتتطلب اختبارات الذكاء الكثير من الجهد، ولا يستطيع الباحثون أن يحدِّدوا بسهولةٍ إن كان ضعفُ الأداء بسبب ضعف القدرة الوظيفية، أم غياب الحافز، أم هو مزيج من كليهما. كما أن الدفع للمشاركين (أو عدمه)

سيؤثِّر في عملية قياس سمات الشخصية. فعندما تُقدَّم الحلوى للأطفال يتحسن أداؤهم في اختبارات «معدل الذكاء»؛ في تلك الحالة لا تجعل هذه الحلوى الأطفال أكثر مهارة، وإنما تحفِّزهم لبذل المزيد من الجهد. ويتأثَّر البالغون بالمحفزات الخارجية أيضًا. لكن المشاركون المستقرون نفسيًّا ذوو الضمير اليقظ قد يكونون أقل تأثرًا بالحوافز الإضافية الخارجية مثل المقابل المالي؛ وبالتالي سيكون قياس أداء وظائفهم الإدراكية أسهل من غيرهم.

الشخصية والتفضيلات

بعد أن نقيس شخصية الفرد، ما الآثار الاقتصادية التي قد تترتب على ذلك؟ كثيرًا ما يفترض علماء الاقتصاد أن اختيارات الأشخاص تُحركها تفضيلاتهم، كما أن الشخصية تلعب دورها في ذلك أيضًا. فالشخص المتعاطف سيكون أكثر ميلًا لاتخاذ قراراتٍ إيثارية. والشخص المندفع سيكون أكثر ميلًا للقرارات المتعجلة، وقد لا يدخر لتقاعده جيدًا مثلًا. والشخص المغامر سيميل أكثر للمخاطرة، وسيحمله ذلك على اختياراتٍ بعينها كالمقامرة، أو العمل بوظائفَ فيها مخاطرة.

وللجينات دورها أيضًا. درس عالم الاقتصاد ديفيد تشيزاريني وزملاؤه، التوائم المتطابقة (جينات متطابقة) والتوائم غير المتطابقة (جينات غير متطابقة). بعد ذلك، أجرَوا مقارنة بين المجموعتَين لرصد تأثير التباينات الوراثية — في مقابل العوامل البيئية — على تفضيلات المخاطرة. ووجدوا أن نسبة ٢٠٪ فقط من التفاوت في السخاء والمخاطرة في التوائم غير المتطابقة، يُمكن عزوها للعوامل الوراثية. وفي إحدى الدراسات، اكتشف تشيزاريني وزملاؤه أن نسبةً تتراوح بين ١٦ و٣٤٪ من التفاوت في الإفراط في الثقة بالنفس بين التوائم، ترتبط بالتكوين الوراثي. وفي دراسةٍ أخرى تتعلق بخطط التقاعد، لاحظوا أن ٢٥٪ من التفاوت في المخاطرة في المحافظ المالية الاستثمارية، التي اختارها التوائم، يُمكن عزوه إلى العوامل الوراثية.

الشخصية والإدراك

تؤثر شخصياتنا في كثيرٍ من قراراتنا واختياراتنا الاقتصادية والمالية. في كثيرٍ من الأحيان، يتطلب اتخاذ القرارات شيئًا من التفكير، وسماتنا الشخصية يمكن أن تحدد مهاراتنا

الإدراكية؛ ومن ثَم فإنها تؤثِّر في اختياراتنا من خلال الإدراك. وغالبًا ما تنكشف عواقب ذلك بمرور سنوات العمر؛ لأن هذه السمات تشكِّل تحصيلنا العلمي، وأداءنا المهني، ومهارتنا الاجتماعية. إذا كان الشخص المجتهد يميل إلى التحلي بالصبر، فقد يحرص على ادخار المال للتقاعد والاستثمار في نفسه من خلال الحصول على تعليمٍ أفضل مثلًا.

في الفصل السادس، نظرنا إلى تجارب المارشميلو لوالتر ميشيل، والأدلة التي تربط بين قدرة الطفل على ممارسة ضبط النفس ومقاومة إغراءات الحلوى وبين نجاحه مستقبلًا. ولاحظ ميشيل وزملاؤه أن الأطفال الذين أظهروا مقاومةً كبيرة لإغراءات الحلوى، كانوا أنجح في مراحلَ لاحقةٍ من حياتهم. وأظهرَت دراساتٌ أخرى أن الأطفال الذين كانت مقاومتهم ضعيفة لإغراءات الحلوى، لديهم احتمالٌ أكبر للتورط في الجرائم في مرحلةٍ لاحقة من حياتهم.

كما أجرى ليكس بورهانز وزملاؤه بحثًا دقيقًا عن الشخصية وفرص الحياة. ووجدوا أن ثمة ارتباطًا بين يقظة الضمير وبين التحصيل العلمي والأداء المهني وحس القيادة وطول العمر. ومع ذلك، لا تُوجد مجموعةٌ فريدة من السمات الشخصية من شأنها أن تضمن نجاحنا في حياتنا الاقتصادية والاجتماعية. فتختلف قيمة السمات الشخصية باختلاف السياق. في العمل، نُفضِّل بصفةٍ عامة أن نحظى بزملاء جديرين بالثقة. وعند الاحتفال، سنهتَم أكثر إذا كان الشخص لديه حسُّ دعابة أم لا. والوظائف المختلفة تناسبها شخصياتٌ مختلفة. فعندما نمرض، سنريد أن يكون أطباؤنا متعاطفين وموثوقين، ويتحلَّون بمهاراتٍ إدراكية جيدة، يستطيعون من خلالها بكل سهولة إيجاد رابطٍ دقيق بين الأعراض التي لدينا وبين التشخيص الذي لديهم. بالمقابل، عندما نذهب إلى مطعم، نحب أن يكون الطهاة مبتكرين ومبدعين، بل إننا قد نعتقد أنهم سيبتكرون طعامًا لذيذًا إذا كانوا يتسمون بتقلب المزاج وسعة الخيال وسرعة الانفعال. لكننا لا نريد قطعًا أن يكون أطباؤنا متقلبي المزاج واسعي الخيال وسريعي الانفعال.

الشخصية ومرحلة الطفولة

تؤثر الشخصية في حياتنا تأثيرًا بالغًا منذ مرحلةٍ مبكرة جدًّا؛ لكن الشخصية والإدراك يكونان طيِّعَين في الطفولة المبكرة. كما أن للبيئة تأثيرًا مهمًّا أيضًا. فقد وجد ليكس بورهانز وزملاؤه أن الأطفال الذين تبنَّاهم آباء حالتهم الاجتماعية والاقتصادية مرتفعة يحققون نتائج أعلى في اختبار «معدل الذكاء»، مقارنة بأقرانهم الذين تبنَّاهم آباء حالتهم

الاجتماعية الاقتصادية متواضعة. لكن من الممكن مساعدة الأطفال من البيئات الأقل حظًّا من خلال مراكز العناية بالأطفال الجيدة والزيارات المنزلية. وقد صُممَت هذه التدخلات لمساعدة الأطفال في اكتساب مهاراتٍ إدراكيةٍ جيدة في الأساس، لكنها نجحَت أيضًا في تعزيز المهارات الاجتماعية والشخصية بشكلٍ فعَّال. ومن الممكن أن تساعد التدخلات التعليمية المصمَّمة جيدًا الأطفال في تطوير مهاراتٍ معقَّدة تتطلب الكثير من الجهد والمران. وما إن يكتسب الأطفال هذه المهارات، حتى نأمل أن يتحسن نجاحهم الاقتصادي في مرحلةٍ لاحقة من حياتهم.

قد يلعب عامل الشخصية والدافع دورًا في نجاح الأشخاص في مرحلةٍ مبكرة من حياتهم، لا يقل أهميةً عن دور القدرات الإدراكية ومعدل الذكاء. درس جيمس هكمان الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد وزملاؤه، بعض هذه التأثيرات باستخدام الأدلة من دراسةٍ أمريكية للتدخلات التعليمية، وهي الدراسة التي أجرتها مؤسسة هاي سكوب البحثية على روضة أطفال «بيري». صُمم هذا البرنامج من أجل الأطفال الأقل حظًّا من أصولٍ أفريقيةٍ أمريكية. وركَّز المنهج الدراسي على تنمية المهارات الإدراكية والاجتماعية العاطفية لدى الأطفال، من خلال التعليم النشط المفتوح وحل المشكلات. وراقب هكمان وفريقه نجاح الأطفال في مرحلةٍ لاحقة من حياتهم، وقارنوا نتائجهم بأقرانهم في المجموعة الضابطة (الذين لم يطبَّق عليهم برنامج مؤسسة هاي سكوب).

لكن الآثار الإيجابية لهذا التدخل انخفضَت مع تقدُّم الأطفال في العمر، كما زادت المنافع التي حققها الأطفال الأقل حظًّا مقارنة بأقرانهم في المجموعات الأخرى. وبحسب تقديرات هكمان وزملائه فإن الفوائد التي حصَّلها الأطفال من تلك التدخلات كانت كبيرة. فقد حقَّق الأطفال المشاركون في البرنامج نجاحًا ملحوظًا في مرحلة البلوغ. كما قلت احتمالات ارتكابهم للجرائم واعتمادهم الإعانات مستقبلًا. وسجلوا مستوياتٍ أفضل في التحصيل التعليمي والقدرة على الحصول على الوظائف ومستوى الدخل. وقدَّر هكمان وفريقه أن إجمالي عائد الاستثمار الإجمالي لتدخلات مؤسسة هاي سكوب يتراوح بين ٧ و١٠٪. في الآونة الأخيرة، تستطيع حكومات الدول المتقدمة اقتصاديًّا الاقتراض بفوائد تبلغ ١٪ أو أقل، ولو كانت أرقام هكمان دالة، فإن الحكومات التي لديها استعداد للاقتراض من أجل الإنفاق على التدخلات التعليمية المماثلة، لا سيما تلك الموجَّهة للفئات الأقل حظًّا، ستكون قد أحسنَت إنفاق المال العام.

الانفعالات والحالات المزاجية والعوامل الغريزية

يُعد عالم الاقتصاد النرويجي جون إلستر من الرائدين في دراسة تأثير الحالات المزاجية في عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية. ما الفرق بين الحالات المزاجية والانفعالات؟ يصف إلستر الانفعالات، أنها مُوجهة، في حين أن الحالات المزاجية أوسع وأقل توجهًا. وقد تُختبر الحالات المزاجية بشكلٍ جماعي أيضًا، ومن هذا الجانب فإنها أقل تأثرًا بالسمات الشخصية من الانفعالات. سنتناول بمزيدٍ من الإسهاب الحالات المزاجية في الاقتصاد الكلي في الفصل الثامن؛ لأنها ترتبط بالثقة والعاطفة، وكلتاهما تلعبان دورًا رئيسيًّا في تقلبات الاقتصاد الكلي وعدم استقرار السوق المالي.

من الممكن أن تكون انفعالاتنا — لا سيما انفعالاتنا الاجتماعية — أكثر تطورًا من غرائزنا الأساسية. ومع ذلك، كثيرًا ما يعتبرها علماء النفس عواملَ غيرَ عقلانية تؤثِّر في عملية اتخاذ القرار. وفي تحدٍّ لهذا الافتراض، يشرح إلستر وزملاؤه كيف يمكن أن تتكوَّن بين الانفعالات والعقلانية علاقةٌ تكاملية. إذ تلعب الانفعالات دور «المرجِّح»، عندما نشعر بالحَيرة أو التردُّد. وتساعدنا، في كثيرٍ من الأحيان، في اتخاذ القرارات بكفاءة؛ لأنها تعمل بسرعة. لكنها في مواقفَ أخرى لا تكون مفيدة؛ إذ إننا نشعر بالخوف عندما نواجه مواقفَ خطرةً غيرَ يقينية، مما قد يُقعِدنا عن الفعل ونحن في أمسِّ الحاجة إليه.

الاستدلال العاطفي

للانفعالات تأثيراتٌ معقَّدة على اختياراتنا الاقتصادية والمالية، لكن يمكننا فهم هذه التأثيرات المعقَّدة بشكلٍ أفضل من خلال الربط بين الانفعالات والاستدلالات. كما شرحنا في الفصل الرابع، الطرق الاستدلالية هي قواعد نعتمد عليها في اتخاذ القرارات السريعة، وهي توجِّهنا في كثير من الأحيان للقرارات الصائبة، لكنها في أحيانٍ أخرى تُوقِعنا في الأخطاء. وتنشأ الانحيازات عندما يستخدم الأشخاص استدلال التوفر، فيركِّزون على المعلومات التي يسهُل تذكُّرها، في حين يتجاهلون المعلومات التي لا يسهُل تذكُّرها لكنها قد تكون أكثر أهمية وموضوعية. وتلعب الانفعالات دورها أيضًا في ذلك. إذ تتسم الانفعالات بقوَّتها وسهولة تذكُّرها أكثر من غيرها. كما أنها ترتبط بالاستجابات السريعة التلقائية. كما تؤثِّر الانفعالات على الذكريات؛ ومن ثَم فإنها تُحدد ما نتذكَّره وما ننساه. ولذلك نستخدم الانفعالات في توجيه أفعالنا؛ فهي جزءٌ لا يتجزأ من الطريقة الاستدلالية التي تُعرف باسم «الاستدلال العاطفي».

يُمكن أن تتدخل الانفعالات والاستدلال العاطفي أيضًا في المعالجة الإدراكية. وهذا ما تستغله الوكالات الإعلانية والصحافة التي تعتمد على الإثارة في أخبارها. فالصور الحية من مميزاتها أنها تلتصق في الذاكرة. عندما نرى صورًا حيةً مخيفة لحوادث اختطاف طائرات وتحطيمها، فقد نتخذ قرارًا بتجنُّب السفر بالطائرة في حين أن السفر بالقطار أكثر خطورة. كما قد يتشوَّه إدراك من يشهدون حوادث ارتطام سياراتٍ مرعبة لخطورة قيادة السيارات، بما يعكس استجاباتهم الانفعالية السابقة للحوادث التي شهدوها. وربما يقودهم ذلك إلى اتخاذ قرار بعدم القيادة أبدًا، في حين أن حوادث المشاة أكثر وقوعًا من حوادث السيارات.

الغرائز الأساسية والعوامل الغريزية

تُميِّز إلستر بين الانفعالات و«العوامل الغريزية». ترتبط العوامل الغريزية بغرائزنا الأساسية مثل الجوع والعطش. هذا يعني أنها فطرية، بل إنها تعمل في كثيرٍ من الأحيان خارجَ حدود إرادتنا الواعية. وتشبه العوامل الغريزية الانفعالات في أنها تساعدنا في اتخاذ القرارات بسرعة. فهي ضرورية لبقاء الإنسان ولأدائه وظائفه الأساسية اليومية، لكنها أداةٌ في غاية القوة أيضًا، ومن الممكن أن تُزاحِمَ أهدافنا الأخرى؛ لأنها أكثر بدائيةً ورسوخًا وأقل تطورًا من الانفعالات.

أجرى عالم النفس «جوزيف لي دو» وعالم الاقتصاد السلوكي جورج لوينستين وغيرهم العديد من الدراسات التي توضِّح كيف تُسهِم الانفعالات والعوامل الغريزية في سلوكياتٍ مدمِّرة للذات. زعم لوينستين أننا نتسم بقصر النظر والأنانية عندما تسوقنا العوامل الغريزية، وأننا نكون أكثر أنانيةً عندما يشتد تأثيرها. كما أنها تحدُّ من قدرتنا على التعاطف أيضًا؛ فعندما نتخذ القرارات نيابةً عن الآخرين مثلًا، فإننا نتجاهل قيمة العوامل الغريزية لديهم أو نقلِّل منها. فنحن نتخيل أن الآخرين يختبرون العوامل الغريزية بطريقتنا نفسها؛ ومع ذلك نقلل من شأن تأثيرها في سلوكهم. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تُسهِم العوامل الغريزية في تفسير سبب انغماسنا في الإقدام على المخاطر والسلوكيات المدمرة للذات مثل الإدمان. أحد جوانب المشكلة هو أن بيئاتنا المعاصرة الصناعية تُسهِم في تضخيم العوامل الغريزية. إذ تتيح لنا وسائل التكنولوجيا الحديثة اتخاذ القرارات بسرعةٍ أكبر من أسلافنا القدماء؛ لأن لدينا أجهزة الكمبيوتر والإنترنت. وبالنسبة لأغلب الناس في الدول المتقدمة، يتوافر الطعام بكثرة، كما يمكن تناوله وشراؤه بسرعة، وكذلك

العديد من المواد الإدمانية. وبالتالي، في عالمنا الحديث قد لا نريد أو نحتاج إلى أن تتحكم بنا الرغبات الغريزية السريعة. كما تتفاقم المشكلات عندما نجهل حقيقة الدور الذي تؤديه العوامل الغريزية في قراراتنا عندما نقلِّل من شأنها أو نتجاهلها.

كل ما سبق يعني أن العوامل الغريزية قد يكون لها عواقبُ مربكة ومعقَّدة على قراراتنا واختياراتنا. إذ قد تتعارض العوامل الغريزية مع العمليات الإدراكية العُليا، وتُخل بتفاعلاتنا وعلاقتنا بالآخرين. ولعالم الأعصاب جوناثان كوهن رأيٌ متفائل نسبيًّا في هذا الأمر. فهو يقول إننا، من ناحية التطور، قابلون للتكيف إلى حدٍّ كبير. إذ تطورَت قدرتنا على التفكير المنطقي والتحكُّم في رغباتنا في وقتٍ شهدَت فيه بيئتنا الاجتماعية والمادية تغيراتٍ سريعةً للغاية، لكن استجاباتنا الانفعالية القديمة عجزَت عن مواكبة هذا التطور التكنولوجي. قد تكون الاستجابات الاندفاعية الانفعالية قد لعبَت دورًا مهمًّا في بقائنا على قيد الحياة، عندما كنا نقتات على الصيد وجمع الثمار، بسبب ندرة الموارد الأساسية وسرعة فسادها، مما استلزم اتخاذ خطواتٍ سريعةٍ غريزية لتجنُّب الموت جوعًا. لكنها قد لا تُفيدنا في عالمنا المعاصر بل قد تُسهِم في ظهور السلوكيات المنحرفة مثل الإدمان. يزعم كوهن أنه بالرغم من سوء تكيُّف انفعالاتنا الغريزية، فقد أسهَم التطور في «تصليد» الدماغ وتقويته، بحيث مكَّن التفكير المنطقي والتحكُّم في الغرائز من موازنة هذه الاستجابات الانفعالية البدائية. وهكذا أتاح للبشر ابتكار وسائل الالتزام المسبق، التي ذكرناها في الفصل السادس، مثل خطط الادخار وعلكة النيكوتين والسجائر الإلكترونية. وهكذا، تطوَّرَت عقولنا بحيث تخفِّف من تأثير الانفعالات الاندفاعية التي تُلحِق الأذى بالنفس، في عملية اتخاذ القرارات.

فرضية العلامات الجسدية

كما ينظر عالم الأعصاب أنطونيو داماسيو نظرةً أكثر إيجابية للدور الذي تؤديه الانفعالات في توجيه اختياراتنا. ترتبط الانفعالات بمؤشراتٍ فسيولوجيةٍ مهمة، تظهَر في استجاباتنا الجسدية، ويسمِّيها داماسيو «العلامات الجسدية». تُوصِل العلامات الجسدية معلومات إلينا عَبْر الانفعالات، مما يساعدنا أحيانًا في اتخاذ قراراتٍ أفضل بشكلٍ أسرع؛ لأن الانفعالات، كما ذكَرنا سابقًا، تُوجِّه الاستدلال العاطفي.

قد تكون العلامات الجسدية نتاج التفكير الواعي. لكنها، في كثيرٍ من الأحيان، تؤثِّر في عقلنا اللاوعي. إذا تعرضنا للحرق بالنار مثلًا، فإننا نخاف عند رؤية النار، ونبتعد عنها.

هذا مثالٌ على تحول العلامات الجسدية إلى انفعالاتٍ من شأنها تحفيزنا على القيام بفعلٍ معين. تُوجد علاماتٌ جسدية أخرى نكون أكثر وعيًا بها، مثل الشعور الحدْسي الدفين الذي ينتاب روَّاد الأعمال تجاه استثمارٍ معيَّن بأنه سيكون ناجحًا؛ من بعض الجوانب، يمثل الشعور الحدسي مشاعر واعية تجاه الاختيارات والخطَط التي نحن بصددها. عندما يراود الخبراء حدْسٌ ما — مثل أن يشك الطبيب أن مريضه يعاني من مرضٍ معيَّن دون أن يقدر على صياغة استدلاله على ذلك بشكلٍ واضح — فهذا الحدْس أو الشعور يُمثل مجموع معارفه وخبراته.

ركَّز داماسيو وزملاؤه أبحاثهم على المرضى الذين يعانون من تلفٍ دماغي، ومن بينهم أشهر مريض تلف دماغي في التاريخ، فينيس جيج الذي كان موظفًا في السكة الحديدية في الولايات المتحدة الأمريكية. في أحد الأيام، اخترق قضيبٌ حديديٌّ دماغ فينيس. كان فيناس جيج سعيدَ الحظ من ناحية؛ لأنه شُفي من الحادث دون أي أضرارٍ جسديةٍ خارجيةٍ واضحة. لكن الحادث تسبَّب في تلف الفص الأمامي (المسئول عن الوظائف الإدراكية العُليا). أحدث التلف الدماغي تغييراتٍ جذرية في شخصيته بالإضافة إلى أنه أعاق قدرته على العمل. فقد فينيس وظيفته في نهاية المطاف، وعانى من صعوباتٍ اقتصادية وعاطفية مختلفة. لاحظ أنطونيو داماسيو وجود أنماطٍ مشابهة في مرضاه، ومن بينهم إليوت، الذي عانى من تلف في الفص الأمامي، بعد أن خضع لعمليةٍ جراحيةٍ لإزالة ورم في الدماغ. كانت الوظائف الإدراكية الأساسية لإليوت جيدة من نواحٍ عديدة، مثل فينيس جيج، لكنه أصيب بالهوس الشديد. لقد تعطلَت استجاباته الانفعالية، وبصرف النظر عن عواقب ذلك على حياته الاجتماعية، كان لذلك أثرٌ كبير على حياته الاقتصادية؛ لأنه وجد صعوبةً كبيرة في اتخاذ القرارات عندما يواجه مجموعةً من الخيارات. يُرجِع داماسيو ذلك إلى أن الانفعالات تساعدنا في اتخاذ القرار عندما نواجه خياراتٍ مختلفة؛ أي إن استجابات إليوت الانفعالية المتضررة مرتبطة بعدم قدرته على اتخاذ الاختيارات والقرارات. لقد أعاقت القيود المفروضة على استجاباته الانفعالية إنتاجيته في العمل بشكلٍ كبير.

ومع ذلك، فإن إيعاز هذا السلوك إلى التأثيرات الانفعالية وحدها أمرٌ صعب؛ إذ لا يسهُل قياس الانفعالات ورصدها. من أجل ذلك، ابتكر دان أريلي وفريقه طريقةً جديدة لمحاولة قياس التأثيرات الانفعالية، وأعطَوا المشاركين في التجارب معلوماتٍ بصرية في شكل صورٍ ملونة وصورٍ بالأبيض والأسود. كانت فكرة أريلي وزملائه أن الصور الملونة

واضحةٌ جدًّا، وبالتالي ستثير استجاباتٍ انفعاليةً قوية. كما تلاعب أريلي وفريقه بإدراك المشاركين من خلال سلسلة من التمارين «التجهيزية»، فطلبوا منهم استدعاء أحداثٍ مختلفة من الماضي، ساعدتهم فيها انفعالاتهم في اتخاذ قراراتٍ صائبة. كما طلبوا منهم تذكُّر مواقف من الماضي أعانتهم فيها قدرتهم الإدراكية على حُسن الاختيار. بعد ذلك، عرضوا على المشاركين مجموعةً من المنتجات المختلفة للاختيار منها. ووجدوا أنه عندما لم يثق المشاركون في قدراتهم الإدراكية زاد اعتمادهم على الانفعالات، وعندما يكونون واثقين في انفعالاتهم فإنهم يعتمدون أكثر على الانفعالات أيضًا؛ وعندما عُرضت عليهم صور ملونة زاد اعتمادهم على الانفعالات كذلك. لاحظ فريق أريلي أن المشاركين أظهروا اتساقًا في الاختيارات عندما كانوا يختارون بين منتجاتٍ تُثير استجاباتٍ انفعاليةً قوية. هذا الدليل يؤكد بعض الأفكار التي طرحها أنطونيو داماسيو وآخرون بشأن الانفعالات، وهي أن الانفعالات قد يكون لها تأثيرٌ إيجابي، وقد تساعدنا في اتخاذ قرارات صائبة. فليست الانفعالات غير عقلانية في كل الأحوال.

نماذج النظام المزدوج

كيف يمكننا التوفيق بين الآراء المختلفة حول جدوى الانفعالات من عدمها؟ توفِّق نماذج النظام المزدوج بين بعض التعقيدات والتناقضات الظاهرية؛ إذ تُظهر التفاعل بين الانفعال/ العاطفة وبين الإدراك. في كتاب «التفكير السريع والبطيء»، يلخص دانيال كانمان الدراسات التي أجراها في هذا المجال، ويربطها بأبحاثه السابقة مع آموس تفيرسكي حول الطرق الاستدلالية والانحيازات ونظرية التوقُّع، التي تناولناها في الفصلَين الرابع والخامس. يرى كانمان أن عمليات التفكير تشبه خريطة، تفصل بين نظامَين مختلفَين أساسيَّين في اتخاذ القرارات؛ النظام الأول الآلي السريع الحدسي، والنظام الثاني التدبري المتروِّي المنضبط.

والأبحاث التي جرت حول أنظمة التفكير المنظومي في علم الاقتصاد السلوكي كثيرة ومستمرة، وتشمل مجموعةً واسعة من التجارب التي صُممَت لتسليط الضوء على بعض العوامل المؤثِّرة في اتخاذ القرار. وبالاستناد إلى الدراسات المرتبطة بالحوافز والدوافع التي استعرضناها في الفصل الثاني، بحث دان أريلي وزملاؤه فكرة أن الحوافز المالية يُمكنها أن تؤثِّر بالسلب في أدائنا؛ لأنها تصرف انتباهنا عن العمليات الآلية الفعالة. على سبيل المثال، غالبًا ما يكون أداء الرياضيين المحترفين أفضل عندما لا يُفرِطون في التفكير في حركاتهم.

ولذلك فإن الجوائز الكبيرة في البطولات الرياضية الدولية رفيعة المستوى مثل ويمبلدون يمكن أن تئول بالرياضيين إلى «الاختناق تحت الضغط». ولقد أجرى أريلي وفريقه بعض التجارب في الولايات المتحدة والهند. وكلفوا المشاركين بمهامَّ مختلفة، على أن يحصلوا على مكافآتٍ مالية وفقًا لأدائهم، لكن أظهرَت النتائج أن المشاركين الذين حصَلوا على مكافآتٍ باهظة لم يحقِّقوا الأداء الأفضل بالضرورة. وهكذا افترض دان وفريقه أن المشاركين ربما اختنقوا تحت الضغط عندما كانوا يلعبون للفوز بمكافآتٍ كبيرة؛ لأن هذه المكافآت أثارت عندهم استجاباتٍ انفعاليةً عكسية، وأشعلَت الصراع بين العاطفة والإدراك داخلهم، مما أضرَّ بالأداء.

صاغ بعض علماء الاقتصاد السلوكي هذه الأفكار بديلًا لنماذج العوامل الغريزية للإدمان، التي وصفَها جورج لوينستين ولي دو. تمثل كلتا المجموعتَين من النظريات بديلًا لنماذج الإدمان العقلاني التي طرحها علماء الاقتصاد التقليدي، ومن بينهم جاري بيكر وزملائه، الذين زعموا أن غالبية أفعالنا، بما فيها الإدمان، هي نتاج اختياراتنا العقلانية. لكن يصعُب التوفيق بين هذه النماذج وبين خبراتنا الشخصية المتعلقة بالإدمان. تتسم نماذج النظام المزدوج أيضًا بفاعليتها في تفسير العوامل الدافعة للإدمان بطريقةٍ أقرب إلى الحدْس. وفي نموذج بيرنهاين ورانجل للحالات الساخنة والباردة بعض الأفكار المهمة. فهو ينص على أن الانفعالات والعوامل الغريزية تكون أكثر تأثيرًا علينا عندما نكون في حالة «ساخنة» ونشعر بالتوتر، مما لو كنا في حالة «باردة» ونشعر بالهدوء. ففي الحالة الساخنة، تزيد احتمالية الخطأ في الأحكام، والاستسلام للإغراءات. وقد تُسهِم هذه الحالة في رجوع المتعافين إلى الإدمان مرةً أخرى. يدلِّل عالم الاقتصاد ديفيد ليبسون على ذلك بمدمن الكوكايين الذي تعافى من إدمانه في السجن، لكنه عاد إليه بمجرد إطلاق سراحه؛ إذ رجع إلى الأماكن والإشارات المرتبطة بعادات الإدمان القديمة.

كما أن للانفعالات تأثيراتٍ أوسع؛ إذ تنال تأثيراتها النواحي السياسية والاقتصادية أيضًا. في مقالٍ كتبه دانيال كانمان — في صحيفة «التلجراف» البريطانية قبل تصويت المملكة المتحدة عام ٢٠١٦ على استفتاء مغادرة الاتحاد الأوروبي — أشار إلى أن السخط والغضب قد يزيدان من فرص التصويت لصالح مغادرة الاتحاد الأوروبي، وكان رأيه ثاقبًا إلى أبعد الحدود. ففي الفترة التي سبقَت التصويت مباشرة، تغلبَت الانفعالات على القدرة على التحليل. وبعدما انتهى التصويت، ازدادت حدة الانفعالات مرةً أخرى، وعبَّر الكثيرون من «الرافضين لمغادرة الاتحاد الأوروبي» عن شعورهم بالكآبة والضياع في

حادثة لن تؤثِّر فيهم أو في عائلتهم بشكلٍ مباشر على الأقل. وربما كانت بعض التأثيرات السلوكية الأخرى، مثل النفور من الخسارة، أسهمَت في إثارة ردود الأفعال الانفعالية أيضًا.

الانفعالات في علم الاقتصاد العصبي

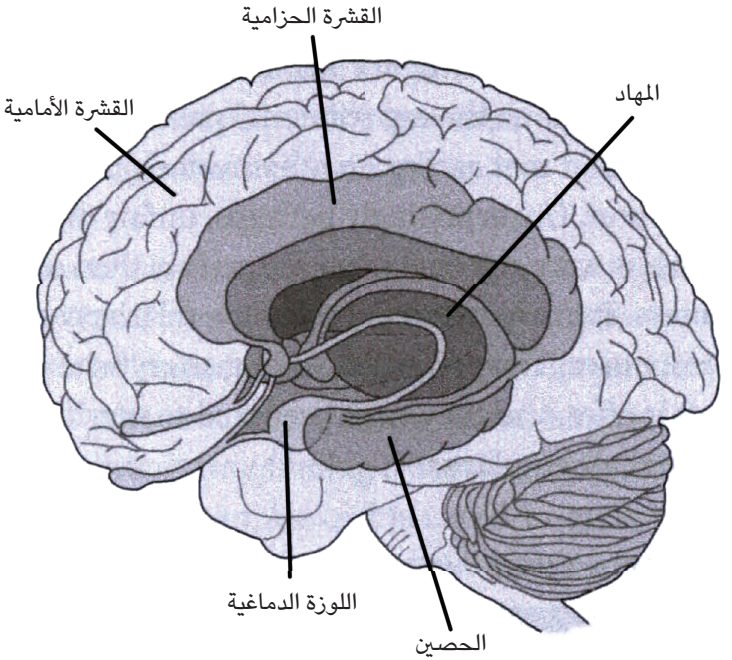
إن قياس الانفعالات أمرٌ في غاية التعقيد، بل إنه أعقد حتى من قياس الشخصية. وقد انشغل علماء الأعصاب بمسألة الانفعالات لمدةٍ أطولَ بكثرٍ مما انشغل بها علماء الاقتصاد، ولديهم بعض الأدوات المفيدة في دراسة عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية والمالية؛ ولذا يتعاونون مع علماء الاقتصاد في فرعٍ جديدٍ من فروع علم الاقتصاد السلوكي يسمَّى «علم الاقتصاد العصبي». يدمج العلماء المتخصصون في هذا الفرع بين نظريات وأدوات علمَي الاقتصاد والأعصاب. ولدى علم الأعصاب الكثير ليقدمه لعلماء الاقتصاد، لا سيما المصادر الجديدة المبتكَرة للبيانات. وفي هذا السياق، يربط بعض القائمين على التجارب بين عملية صنع القرارات الاقتصادية والمالية وقياسات الاستجابات الفسيولوجية مثل معدل ضربات القلب، والموصلية الكهربية للجلد، ومعدَّلات التعرق، وتتبُّع حركة العين. على سبيل المثال، استخدم سميث وديكهوت بياناتِ معدَّل ضربات القلب، للاستدلال على الحالات الانفعالية للمشاركين في تجارب المزاد.

في الواقع، لا تمنحُنا الاستجابات الفسيولوجية العامة معلوماتٍ دقيقةً عن الاستجابات الانفعالية. وفي المقابل، يتيح التصوير الدماغي معلوماتٍ دقيقة، لكنه يستلزم استخدام تقنياتٍ معقَّدة وباهظة التكلفة. كما أن العيِّنات المستخدَمة في تجارب التصوير الدماغي قليلة جدًّا مقارنةً بالعينات الضخمة المستخدمة في مجالات الاقتصاد الأخرى. ومن أكثر تقنيات التصوير الدماغي شيوعًا هو التصوير بالرنين المغناطيسي الوظيفي. استُخدمَت هذه التقنية في بعض تجارب التمويل العصبي على وجه التحديد، لمحاولة اكتشاف العلاقات بين اتخاذ القرارات المحفوفة بالمخاطر والانفعالات. وفي تجاربَ أخرى استخدم القائمون تقنياتِ التصوير الدماغي لدراسة استجابات المشاركين الانفعالية والإدراكية في المواقف الاجتماعية؛ وذلك بهدف اختبار نماذج النظام المزدوج التي ناقشناها سابقًا. وتعتمد هذه التجارب على التصنيف المرن والفَضفاض للمناطق العصبية المختلفة ودورها في المعالجة الانفعالية مقارنة بالمعالجة الإدراكية.

أحد الأمثلة الكلاسيكية على ذلك هي التجارب التي أجراها سانفي وزملاؤه. فقد استخدموا تقنياتٍ مستمدة من علم الأعصاب لوصف التفاعلات بين الانفعالات والإدراك في أثناء ممارسة المشاركين للعبة الإنذار الأخير، التي شرحناها في الفصل الثالث. وتلخيصًا، تتألف لعبة الإنذار الأخير من لاعبَين اثنَين، مقدم العرض والمستجيب للعرض؛ يقدِّم الأول عرضًا للمستجيب؛ وإذا رفض المستجيب العرض فلن يحصل الاثنان على أي شيء. في النسخة المُعدَّلة من اللعبة التي ابتكرها سانفي وزملاؤه، يلعب المشاركون ضد أشخاصٍ التقَوا بهم سابقًا، في بعض الجولات. ويلعبون في جولاتٍ أخرى ضد الكمبيوتر. وقد كان رفض المستجيبين للعروض المجحفة التي طرحها لاعبون حقيقيون أكثر من رفضهم للعروض المجحفة التي طرحها الكمبيوتر، وهو أمرٌ قد لا يكون مستغربًا. كما أظهر المشاركون استجاباتٍ انفعالية متطرفة نسبيًّا. وعبَّروا عن شعورهم بالغضب عند تلقِّيهم لعرضٍ مجحف، وعن استعدادهم للتضحية بالمكاسب المالية، في مقابل معاقبة منافسيهم في اللعبة.

وخضع المشاركون في تجارب سانفي للتصوير الدماغي، من خلال التصوير بالرنين المغناطيسي الوظيفي، لقياس تدفق الدم المُشبع بالأكسجين في مناطقَ مختلفةٍ من الدماغ. بإيجاز، يستند هذا النوع من التخطيط الدماغي إلى فكرة أن مناطق الدماغ المختلفة ترتبط بأنواعٍ مختلفة من التفكير. على سبيل المثال، ترتبط قشرة الفص الأمامي، التي هي أكثرُ منطقةٍ متطورة في الدماغ، بالوظائف الإدراكية العُليا عادة. ووفق خريطة كانمان لنظامَي التفكير المختلفَين، فإن قشرة الفص الأمامي ترتبط بالتفكير الإدراكي المنضبط الذي يتولاه النظام الثاني. يوضِّح شكل ٧-١ القشرة الأمامية وبعض مناطق الدماغ الأخرى المرتبطة بمعالجة الانفعالات، فيما نسمِّيه في بعض الأحيان بـ «الجهاز الحوفي الانفعالي».

يركِّز سانفي وزملاؤه على منطقة في الدماغ تُعرف باسم «الفص الجزيري» وهي ترتبط عادةً بالمعالجة الانفعالية للحالات الانفعالية السلبية مثل الألم والجوع والعطش والغضب والاشمئزاز. تُعَد هذه المنطقة جزءًا من الجهاز الحوفي، لكنها تقع في أعماق الدماغ؛ من ثَم كان من الصعب توضيحها في الشكل السابق. ويتعلق الفص الجزيري بأنماط اتخاذ القرارات الاندفاعية الآلية، التي ترتبط بالنظام الأول للتفكير. وفي سياق دراسة استجابات المشاركين في لعبة الإنذار الأخير، وجد سانفي وزملاؤه أن الفص الجزيري أظهر نشاطًا كبيرًا عند تلقي عروضٍ مجحفة من لاعبين حقيقيين، مقارنة



شكل ٧-١: بعض المناطق الدماغية. تُعد اللوزة الدماغية جزءًا من الجهاز الحوفي الذي هو عبارة عن شبكة من البنى الدماغية المترابطة المرتبطة بمعالجة الانفعالات عادة.

بالعروض المجحفة من أجهزة الكمبيوتر؛ فكلما زاد العرض إجحافًا، زادت شدة استجابة الفص الجزيري. كما تبيَّن من نشاطات الفص الجزيري لدى للمشاركين أن لديه قوةً تنبُّئية؛ فقد واصل المشاركون الذين أظهَروا نشاطاتٍ كبيرة في الفص الجزيري رفض نسبةٍ كبيرة من العروض المجحفة. أشار سنافي وزملاؤه، بالاستناد إلى هذه الأدلة، أن المشاركين كانوا يستجيبون للعروض المجحفة بالطريقة نفسها التي يستجيبون بها لرائحةٍ كريهة؛ أي إن المعاملة المجحفة بعثَت داخلهم شعورًا بالاشمئزاز «الأخلاقي» إلى جانب الغضب.

في المقابل، أظهرَت قشرة الفص الأمامي عند المشاركين نشاطًا أقوى، في حالات قبولهم للعروض المُجحِفة في نهاية المطاف؛ لأن العروض المجحفة قد لا يسهُل قبولها؛ لذا استلزمَت قوة إدراكية أعلى للتغلب على ردة الفعل الاندفاعية الانفعالية لرفضها. كما

اكتشف سانفي وزملاؤه اكتشافًا رائعًا آخر، وهو أنه يبدو أنه يُوجَد «حَكَم» في هذا الصراع، وهو منطقة تُعرف بـ «القشرة الحزامية الأمامية»، التي يشيع ارتباطها بحل النزاعات. ستجد القشرة الحزامية موضحة في شكل ٧-١. ولعل السبب في نشاط هذه المنطقة، هو دورها في حل النزاع بين الاستجابات الإدراكية والانفعالية. فنظامنا الإدراكي يريد كسب المال، في حين يرغب نظامنا الانفعالي في الانتقام من مقدم العرض لظلمه. وهُنا تلعب القشرة الحزامية الأمامية دورها في حل ذلك النزاع الناشب بين المناطق العصبية المختلفة.

هناك دراسات أخرى في علم الاقتصاد العصبي، بحثت في استجاباتنا التعاطفية. على سبيل المثال، أجرت تانيا سينجر وفريقها تجارب — باستخدام تقنيات تصوير الدماغ — أظهرت أنه عندما يشهد المشاركون خضوع شركائهم للصدمات الكهربائية المؤلمة، تنطوي استجاباتهم التعاطفية على تنشيط دوائر المعالجة الانفعالية التلقائية التي من بينها الفص الجزيري. يبدو أن هذه الاستجابات التعاطفية تنشأ من تخيل الألم الذي يشعر به الآخرون.

تجارب علم الاقتصاد العصبي حول عملية اتخاذ القرارات المالية

نظرت بعض دراسات علم الاقتصاد العصبي في أثر الانفعالات على الأسواق المالية. ودرس الباحثون القرارات المالية للمرضى المصابين بتلف دماغي. فقد درس عالم الاقتصاد العصبي «بابا شيف» وزملاؤه مجموعة من المصابين بتلف في الدماغ، وقارنوا سلوكياتهم بقرارات الأصحاء من المجموعة الضابطة. كان شيف وفريقه قد طلبوا من المجموعتين المشاركة في لعبة استثمار مالي. تعلم المشاركون الأصحاء بسرعة اختيار استراتيجيات لا تنطوي على مخاطرة كبيرة. وفي المقابل، اتخذ المرضى المصابون بتلف في الدماغ قرارات فيها مخاطرة كبيرة لكنهم حققوا أرباحًا طائلة. وقد وجدت بعض الدراسات الأخرى أن الأشخاص الذي يختبرون ردود أفعال انفعالية حادة يتصرفون بشكل مختلف في ألعاب التداول المالي؛ فقد لاحظ «أندرو لو» وزملاؤه أن المشاركين الذين يختبرون استجابات انفعالية متطرفة يتأثر أداؤهم بقوة في عمليات التداول المالي.

كما أظهرت دراسات التصوير الدماغي وجود علاقة بين الحالات الانفعالية وسلوك المتداولين. على سبيل المثال، أجرى عالم النفس والأعصاب برايان نوتسان وزملاؤه بعض دراسات التصوير الدماغي باستخدام تقنية التصوير بالرنين المغناطيسي الوظيفي، على

متداولين يختارون بين الأسهم الآمنة والأسهم المحفوفة بالمخاطر. ولاحظوا أن المعالجة الانفعالية لعبت دورًا مهمًّا في القرارات المالية؛ فقد ارتبطت القرارات المحفوفة بالمخاطر بتنشيط منطقة في الدماغ تُعرف باسم «الجسم المخطط»، وهي تتدخل في معالجتنا للمكافآت، بما فيها تلك الناتجة عن المخاطرة والإدمان. كما وجدوا تفاوتاتٍ جذرية في نشاط الفص الجزيري بحسب اتخاذ المتداولين قراراتٍ آمنة أم لا. وهذا يُظهِر دور الفص الجزيري في الحالات الانفعالية السلبية، التي من بينها الخوف من الخسارة؛ إذ يرتبط الخوف من الخسارة بالقرارات الخاطئة الناتجة عن تجنُّب المخاطرة.

كما تلعب الهرمونات دورًا في ذلك أيضًا. على سبيل المثال، تمكَّن عالم الأعصاب جو هيربرت وعالم الاقتصاد جون كوتس من إجراء تجربةٍ طبيعية لدراسة سلوك مجموعة من المتداولين اليوميين في لندن؛ ونقصد بالمتداولين اليوميين أولئك الذين يسعَون للتربُّح من تقلبات أسعار الأصول على مدى اليوم.

استخدم كوتس وهيربرت عيناتٍ من اللعاب لقياس مستويات هرمونَي التستوستيرون والكورتيزول عند المتداولين. يُعتقد أن هرمون التستوستيرون مرتبط بالمواقف التي تنطوي على مخاطرةٍ كبيرة وبالسلوك المعادي للمجتمع؛ كما ترتفع مستويات الكورتيزول عند الشعور بالتوتر الشديد. لاحظ كوتس وهيربرت أن مستويات هرمون التستوستيرون عند المتداولين في الصباح لها علاقة بأدائهم في وقتٍ لاحق من ذلك اليوم؛ فقد بدا أن المتداولين الذين تكون مستويات هرمون التستوستيرون عالية لديهم في الصباح يحققون أرباحًا كبيرة من عمليات التداول على مدى اليوم. ولعل ذلك يشير إلى أن المخاطرة والقسوة ناتجان — على الأقل جزئيًّا — من أنظمتنا الفسيولوجية، لا من الحساب العقلاني، كما تزعم التحليلات الاقتصادية التقليدية.

هناك دراساتٌ أخرى استخدمَت رؤًى مستمدةً من التحليل النفسي. على سبيل المثال، استعان الاختصاصي في التحليل النفسي ديفيد تاكيت ببعض خبراته لدراسة انفعالات المتداولين. وأشار إلى أن قيمة الأصول المالية التي ينشغل بها المتداولون لا تنحصر في الجانب المالي فحسب. إنما تُعد — بحسب تسمية المحللون النفسيون — «أغراضًا مُتوهمة»؛ أي أغراضًا يعتقد أصحابها أن لها صفاتٍ فائقةً استثنائية. وينشأ الصراع الانفعالي عندما يحدث انفصالٌ زمني بين الشعور بالإثارة الناتج عن جني الأرباح والشعور بالهلع المنبعث من الخوف من الخسارة. فالمتداولون يحققون الأرباح في مرحلة ويحصدون الخسائر في أخرى. وربما يفِّسر ذلك، بشكلٍ جزئي، كيف تنشأ الفقاعات التداولية؛ إذ سرعان ما ينسى

المتداولون الخسائر السابقة. ويختلقون قصصًا وسردياتٍ في محاولة لتسويغ تصرفاتهم الاندفاعية بشكلٍ عقلاني. ويتبع هذا الازدهار المشوب بالنشوة، تقلباتٌ انفعالية تنتهي بانهيارٍ مدوٍّ للثقة، فور أن تنفجر الفقاعة التداولية، التي أنشأَت من الأساس الصراعات الانفعالية داخل المتداولين، حسبما يرى تاكيت.

نستنتج من ذلك أن دور الانفعالات في السلوك التداولي، قد يُسهِم في تفسير جزء من عدم الاستقرار المالي الذي يعيق أداء الاقتصاد الكلي. في الفصل الثامن، سنتناول بعضًا من هذه الموضوعات، في مجالٍ جديد نسبيًّا على علماء الاقتصاد السلوكي، وهو الاقتصاد الكلي السلوكي.

الفصل الثامن

السلوك في الاقتصاد الكلي

في الفصل السابع، استعرضنا الدور الذي تلعبه الانفعالات في عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية والمالية. ومن شأن النظر في هذه العوامل الانفعالية والنفسية مجتمعة أن يساعدنا في وضع نماذجَ جديدة للاقتصاد الكلي مصمَّمة لتحليل الكيفية التي تُوجه بها التأثيرات الاجتماعية النفسية سلوكياتنا الجماعية. إن سلوكياتنا الاقتصادية الجماعية — باعتبارنا فاعلين ثانويين في الاقتصاد الكلي — تُعد مسألةً مهمة لصُنَّاع السياسات، ولكنها أيضًا مجالٌ في الاقتصاد، تدور حوله الكثير من الأفهام الخاطئة. فمنذ الأزمة المالية التي وقعَت بين عامَي ٢٠٠٧ و٢٠٠٨، تعرضَت مصداقية نماذج الاقتصاد الكلي التقليدية للتشكيك. في هذا الفصل، سنناقش كيف يمكن لعلماء الاقتصاد السلوكي الإسهام في تطوير نظرياتٍ مبتكرة حول الاقتصاد الكلي، وفي تجميع أنواعٍ جديدة من البيانات المرتبطة بعلم الاقتصاد الكلي السلوكي.

ويُعد علم الاقتصاد الكلي السلوكي مجالًا غير متطور نسبيًّا؛ لأنه يواجه بعض القيود القوية، من ضمنها صعوبة صياغة فهمٍ كلي من خيارات أصنافٍ مختلفة من الأشخاص، يمتلكون شخصياتٍ مختلفة، ويختبرون حالاتٍ مزاجية وانفعالية مختلفة، ويتخذون قراراتهم بطرقٍ معقَّدة، تستند إلى مجموعةٍ واسعة من الطرق الاستدلالية التي تولِّد مجموعةً أوسع من الانحيازات. ولذلك يميل علماء الاقتصاد السلوكي إلى التركيز على سلوك الاقتصاد الجزئي للمستهلكين أو العمال أو رجال الأعمال أو صُناع السياسات. وحتى هذا يُعد صعبًا؛ إذ ليس من السهل قياس الشخصية والمزاج والانفعالات، كما وضَّحنا في الفصل السابع. وبالتالي يُعد تحليل البيانات تحديًا صعبًا بالنسبة لعلماء الاقتصاد الكلي إذ يزيد مشكلات قياس السلوك تعقيدًا أن الأفراد في الاقتصاد الكلي يتفاعلون بأساليبَ كثيرةٍ معقدة.

تجتمع اختياراتنا فتؤثر في المتغيرات الرئيسية التي هي محور القصص الإخبارية اليومية عن الاقتصاد الكلي، التي تشمل التوظيف والبطالة، والناتج ونمو الإنتاجية، والتضخم ومعدلات الفائدة. فالحالات المزاجية والانفعالات تؤثِّر في رفاهيتنا جميعًا، وهذا ما بدأ يدركه صُناع السياسات يومًا بعد يوم. ولذلك باشروا وضع أهدافٍ جديدة لسياسات الاقتصاد الكلي تستند إلى بعضِ هذه الرؤى. ولم يعُد الاقتصاد الكلي حكرًا على علماء الاقتصاد. إذ تُظهِر لنا النتائج المستمدة من علم النفس والطب النفسي وعلم الاجتماع وعلم الطب والصحة العامة أن رفاهية الدولة لا تنحصر في الظروف المالية لمواطنيها. وسنتناول بعضًا من هذه الموضوعات لاحقًا في هذا الفصل.

الجانب النفسي للاقتصاد الكلي

يركز علم الاقتصاد الكلي السلوكي على الطرق التي يمكن للعوامل الاجتماعية والنفسية، مثل التفاؤل والتشاؤم، أن تساعدنا بها على فهم تقلبات الاقتصاد الكلي. في كثير من الأحيان، يتأثر رواد الأعمال بالتقلبات في المزاج وفي مؤشرات ثقة الأعمال، التي يشهدها الاقتصاد الكلي، مما يؤثر على سرعة نمو الشركات واستعداد أصحاب الأعمال للاستثمار في مشاريع تجارية جديدة، فينعكس ذلك في النهاية على ناتج الاقتصاد الكلي ونموه. في المقابل، عندما تدب روح التفاؤل في عالم الأعمال، يمكن لذلك التفاؤل أن يتحول إلى واقع، ويزداد الناتج المحلي الإجمالي.

ولا شك أن التفضيلات الزمنية لها دورها المهم أيضًا؛ لأن تقلبات الاقتصاد الكلي تنتج عن اختيار الأفراد للاستهلاك اليوم أو الادخار للمستقبل. إن اتصاف المستهلكين بصفةٍ عامةٍ بالصبر أو بالتعجُّل، يحدِّد إن كانوا سينفقون اليوم أم سيفضِّلون الادخار للغد. إذا كانوا صبورين وادَّخروا المزيد، فسيوفر ذلك المال لرواد الأعمال كي يبدءُوا مشاريعَ استثماريةً جديدة. أما إذا كانوا ينزعون إلى التعجُّل ويستهلكون بكثرة، فقد يحفِّز ذلك النشاط الاقتصادي على المدى القصير؛ إذ ستزيد الشركات من إنتاجها للوفاء بمتطلباتهم. كما أنه يجب على روَّاد الأعمال اختيار إن كانوا سيستثمرون في نمو شركاتهم في المستقبل أم لا. إذا نظرنا إلى كل هذه القرارات مجتمعة، فسنجد أنها تؤثِّر بشكلٍ كبير على الاقتصاد الكلي إجمالًا.

كما تتفاعل سيكولوجيتنا مع مواقفنا تجاه المستقبل أيضًا. إذ تحدِّد الانفعالات والحالات المزاجية ما إذا كنا سنُفضِّل القرارات ذات النظرة المستقبلية. يدفع الأمل

والتفاؤل — إلى جانب الثقة — الاقتصاد إلى الأمام؛ ويرجع ذلك جزئيًّا إلى أن روَّاد الأعمال الذي يلعبون دورًا مهمًّا في بناء القدرة الإنتاجية للأنظمة الاقتصادية يتأثرون بتغيُّر الثقة والشعور العام السائد في مجتمع الأعمال. ولعل أوضح الأمثلة على ذلك هو التصويت الذي أجرته المملكة المتحدة في عام ٢٠١٦، وخيَّر الناس بين مغادرة بريطانيا للاتحاد الأوروبي أو بقائها فيه؛ عندما فاز المصوتون لمغادرة الاتحاد الأوروبي، شعر المصوتون للبقاء في الاتحاد الأوروبي، والذين كان معظمهم من رواد الأعمال وعلماء الاقتصاد بالكآبة الشديدة. وكانت عواقب ذلك على الاقتصاد الكلي مباشرة ووخيمة. فإلى جانب حالة الشك التي سادت في المجال السياسي والاقتصادي والمالي في المملكة المتحدة، انخفضت قيمة الجنيه الإسترليني، وسحب العديد من المستثمرين استثماراتهم من المملكة المتحدة. وسرعان ما شعرَت المملكة المتحدة بالآثار السلبية لهذا التصويت على اقتصادها.

ويحدِّد كوننا صبورين أو عجولين، ومتفائلين أو متشائمين، نظرتنا إلى المستقبل، وهل ستكون إيجابية أو سلبية، مما سيؤثر بدوره على شعورنا ومدى صبرنا أو تعجلنا. أثبتَت عالمة علم النفس التجريبي تالي شاروت أننا نميل بطبيعتنا إلى التفاؤل حسبما يبدو؛ أي إننا تطوَّر لدينا نزوع للتفاؤل المفرط، يجعل أغلب الأصحاء نفسيًّا أكثر عُرضة للوقوع في انحياز التفاؤل. وقد كشف تصويت المملكة المتحدة بشأن الخروج من الاتحاد الأوروبي هذه النزعة؛ إذ عبَّر الكثيرون ممن صوَّتوا لصالح البقاء في الاتحاد الأوروبي عن دهشتهم وصدمتهم من النتيجة، بالرغم من أن الكثير من استطلاعات الرأي قد تنبأَت بفوز الداعمين لخروج المملكة المتحدة من الاتحاد الأوروبي، ولو بفارقٍ ضئيل، قبل بدء التصويت بأسابيع.

ويؤثِّر انحياز التفاؤل في الاستثمارات العامة في قطاعَي التشييد والبنية التحتية أيضًا، بحسب تقارير المكتب الوطني لمراجعة الحسابات في المملكة المتحدة، الذي يختص بمراقبة الإنفاق الحكومي على المشاريع. في سنة ٢٠١٣، أجرى المكتب دراسة حول التفاؤل المفرط في قطاع التشييد. ووجد أنه مرتبط بارتفاع تكاليف المشاريع الحكومية؛ لأن المخططين ليسوا واقعيين دائمًا في تطلعاتهم المستقبلية بشأن مشاريعهم، مما جعلهم لا يقدرون التكاليف بشكلٍ جيد، ولا يتوقعون حدوث التأخيرات.

في هذا السياق، استخدم عالما الاقتصاد جون إيفتشر وهوما زارجامي، أداتَين تجريبيتَين لاكتشاف بعض الروابط بين صفتي التفاؤل والصبر. فقاما بتحليل مستويات السعادة، بحسب تقدير أصحابها، الواردة في المسح الاجتماعي العام للولايات المتحدة

الأمريكية. ووجدَا أن الأشخاص الذين يتصفون بعقليةٍ إيجابية، أظهروا مستوياتٍ عالية من الصبر، والتخطيط للغد وعدم «العيش لليوم فقط». كما أجرى إيفتشر وزارجامي تجربةً أخرى لتحديد أثر الانفعالات على نظرة الأشخاص للمستقبل. وفي تلك التجربة، عُرض على إحدى المجموعتَين المشاركتَين مقاطعُ مبهجة، مثل فقرةٍ كوميديةٍ ارتجالية. وعُرض على المجموعة الأخرى مقاطعُ حيادية، كمقاطع من أفلام عن الحياة البرية والمناظر الطبيعية. وطُلب من كل المشاركين التعبير عن رأيهم في اقتطاع جزء من أموالهم في الوقت الحاضر لادخارها للمستقبل. ووجدَا أن المجموعة التي شاهدَت العرض الكوميدي، أظهرَت الكثير من الصبر وفضَّلت أكثر الاستثمارات ذات العائد المستقبلي، مقارنةً بالمجموعة الأخرى، مما قد يشير إلى أن الحالات المزاجية السعيدة تجعلنا أكثر تطلعًا للمستقبل.

رواد علم الاقتصاد الكلي السلوكي: كاتونا وكينز ومينسكي

لا يُعد التركيز على الانفعالات باعتبارها محركًا للاقتصاد الكلي أمرًا جديدًا. جورج كاتونا هو أحد المؤسسين لعلم النفس الاقتصادي، ولديه الكثير من الرؤى التي يتردَّد صداها في النسخة الحديثة من علم الاقتصاد الكلي السلوكي. لاحظ كاتونا أن العوامل الانفعالية (مثل التوتر أو النشوة) قد تُحدث تحولاتٍ في مشاعر المستهلكين وثقة المستثمرين والطلب الكلي بطرق تعجز نماذج الاقتصاد الكلي التقليدي عن رصدها.

وكان لجون ماينارد كينز تأثيرٌ مهمٌّ أيضًا في ذلك الشأن. في الفصل الثاني عشر من كتابه «النظرية العامة للتشغيل والفائدة والنقود» (١٩٣٦)، يصف كينز مجموعتَين رئيسيتَين من الفاعلين الموجهين للاقتصاد الكلي وهما: المضاربون ورواد الأعمال. ولكل مجموعة من هاتَين شخصيتها الخاصة وطريقتها المميزة في التعامل مع الانفعالات. فالمضاربون الماليون يسعَون خلف العوائد المالية؛ أي يريدون زيادة أرباحهم من شراء الأصول المالية وبيعها.

ركَّز كينز تحليله على سلوك المضاربين في أسواق الأسهم والأوراق المالية. صحيح أنه بسبب تقدُّم التكنولوجيا السريع في قطاع المال لا سيما بعد تسعينيات القرن العشرين، لم تعُد الأوراق المالية والأسهم هي الأصول المالية الوحيدة المحفوفة بالمخاطر، لكن منطق كينز الأساسي لا يزال يسري على الأسواق المالية الحديثة. توفِّر أسواق الأوراق المالية السيولة؛ وهو أمرٌ جيد من حيث إنها تضخ الأموال لرواد الأعمال كي يستطيعوا بناء

قدراتهم الإنتاجية، لكن هذه السيولة تنعكس على الأسهم والأوراق المالية من حيث سهولة وسرعة بيعها وشرائها. يسعى المضاربون الماليون خلف الأرباح القصيرة الأجل، فينحصر تركيزهم على التقلبات القصيرة الأجل في أسعار الأسهم. كما أنهم يتأثرون بقوة بسلوك المضاربين الآخرين.

يفترض كينز أن المضاربين يعتقدون في كثيرٍ من الأحيان أن الآخرين قد يكونون أكثر درايةً منهم بالأرباح المحتمَلة لسهمٍ معين، ولذا يلجئون إلى تقليدهم في الشراء أو البيع، لا سيما إذا لم يكن لديهم معرفةٌ راسخة بتوجُّهات السوق. ينشغل المضاربون بما يفكر فيه الآخرون لأن ذلك سيحدِّد ذلك السعر الذي قد يدفعونه في مقابل الأسهم. ولا يهتمون كثيرًا بالقيمة الأساسية للسهم من حيث الأرباح التي سيحصِّلها في المستقبل البعيد. كل ما يشغلهم هو السعر الذين سيحصلون عليه عند بيع السهم في المستقبل القريب. ولهذا الغرض تكون آراء المضاربين الآخرين في غاية الأهمية؛ لأنهم قد يكونون المشترين للأسهم في الغد.

يستخدم كينز التشبيه الذي ساقته إحدى الصحف لوصف انشغال المضاربين بآراء الآخرين بأنه «مسابقة جمال». فهو يشبهه بمسابقة يُطلب من المشاركين فيها تقييم بعض الصور لنساءٍ جميلات، لكن مهمتهم ليس انتقاء أجمل امرأة في نظرهم، وإنما أجمل امرأة في نظر الآخرين. يجب أن يخمِّنوا أحكام غيرهم من المتسابقين؛ مما يخلق سياقًا يحكم فيه المتسابق على ما قد يظنه غيره من المتسابقين عن آراء باقي المتسابقين. وبالنسبة لعلم الاقتصاد الكلي، يزعم كينز أن المضاربين باتباعهم لهذه الأساليب وممارستهم لألعاب مسابقة الجمال، لا تكون تقديراتهم للأسهم مبنية على أساس قوي مُستمد من معتقداتٍ واقعية. ويُسهِم هذا في عدم استقرار السوق وتقلبه، بالإضافة إلى آثاره السلبية على الاقتصاد الكلي؛ إذ يمنع هذا المُناخ من عدم الاستقرار وعدم اليقين روَّاد الأعمال من الاستثمار لبناء شركاتهم الخاصة.

المجموعة الثانية من المؤثِّرين في الاقتصاد الكلي، حسب رؤية كينز، هم رواد الأعمال. يرى كينز أن قطاع الأعمال والريادة لا يتعلقان بكسب المال فحسب؛ إذا كنتَ تريد كسب المال فعليك بالمضاربة فهي تُقدِّم مكافآتٍ كبيرةً نسبيًّا وقابلة للتنبؤ؛ إذ يركِّز المضاربون أنشطتهم على المستقبل القريب جدًّا. فهم عادةً ينشغلون بتقلُّب أسعار السهم على مدار اليوم أو الأسبوع أو الشهر. ولا يهتمُّون بصفةٍ عامة بما قد يحدث لأسعار الأسهم على مدار السنوات أو العقود (يُعد خبير الاستثمار المالي وارن بافيت استثناءً لهذه القاعدة العامة).

لكن مهمة رواد الأعمال أصعَب بكثير من مهمة المضاربين. إذ يجب عليهم التفكير جيدًا في المدى البعيد، وهو أمرٌ صعب؛ لأن المستقبل أحيانًا يكون مبهمًا وغير أكيد. على سبيل المثال، سيستثمر رجل الأعمال الذي يتسم بالعقلانية الشديدة القليل من المال في شركته الخاصة، إذا استند إلى الحسابات الرياضية فحسب في اتخاذ قراراته الاستثمارية. إن عدم اليقين بشأن المستقبل — خاصة بالنسبة للمشاريع المبتكرة — يعني أنه من الصعب التنبؤ بأداء المشروع في السنة أو الخمس أو العشر السنوات المقبلة. ومع ذلك، هناك عاملٌ آخر يساعد روَّاد الأعمال في التغلب على ذلك الشعور بعدم اليقين والخوف من المستقبل، وهو «الأرواح الحيوانية». يُمكن فهم الأرواح الحيوانية، بشكلٍ جزئي، من حيث انحياز التفاؤل، الذي ناقشناه في وقتٍ سابق وفقًا لتحليلات تالي شاروت والآخرين. كان جالينوس البيرجاموني، وهو طبيبٌ إغريقي كان مسئولًا عن علاج المصارعين في روما القديمة، أول من تحدث عن مفهوم الأرواح الحيوانية. وصف جالينوس الأرواح الحيوانية بأنها تربط بين فسيولوجيتنا العصبية وأفعالنا؛ وكانت أفكاره هي الأساس الذي بنى عليه أبقراط وصفه للأخلاط الأربعة — الدم والبلغم والمُرَّتان؛ المُرَّةُ الصفراء والمُرَّة السوداء — التي يرتبط كل واحدٍ منها بحالةٍ مزاجيةٍ معيَّنة مثل السوداوية وسرعة الغضب والتفاؤل والهدوء على الترتيب.

في رؤية كينز، ترتبط الأرواح الحيوانية بالشعور بالتفاؤل، فهي تمثل الرغبة في التصرف والإتيان بعملٍ إيجابي. عودة من العالم القديم إلى العالم الحديث، قد يُسهِم مفهوم الأرواح الحيوانية لجالينوس، في تصوير التفاؤل العفْوي المرتبط بالأرواح الحيوانية لدى روَّاد الأعمال، والذي يدفعهم إلى الشعور بالثقة بشأن المستقبل والاستثمار لتنمية مشاريعهم الخاصة. ما علاقة ذلك بالاقتصاد الكلي؟ يوضح كينز أن التوزان بين أنشطة روَّاد الأعمال والمضاربين سيحدِّد تأثير سوق الأسهم على متغيرات الاقتصاد الكلي مثل الناتج والعمالة والبطالة والنمو. لكن من السهل أن تخبت هذه الأرواح الحيوانية بسبب عدم اليقين وعدم الاستقرار. لذلك عندما تكون الأسواق المالية متقلبة، يشعُر رواد الأعمال بالاضطراب ويتردَّدون في الاستثمار من أجل ازدهار مشاريعهم في المستقبل.

يربط النظام المالي بين روَّاد الأعمال والمضاربين. فروَّاد الأعمال يحتاجون إلى الأموال من الأسواق المالية لتطوير مشاريعهم على المدى البعيد، والأسواق المالية هي التي يمكنها توفير هذه الأموال. يزعم كينز أن الأمور ستسير على ما يُرام إذا تحقق التوزان بين هاتَين النزعتَين، عندما تكون المضاربة مجرد فقاعة في نهر المشاريع الذي يجري بوتيرة ثابتة.

لكن عندما تصبح المضاربة دوَّامة غير مستقرة، فإنها تُزعزِع استقرار الاقتصاد الكلي، ويتضخَّم الشعور بالتقلب وعدم اليقين.

الاقتصاد الكلي السلوكي الحديث: نماذج الأرواح الحيوانية

كما أشرنا سابقًا، يُعد تحليل قرارات الأفراد مجتمعة لتفسير ظواهر الاقتصاد الكلي، تحديًا كبيرًا للمنشغلين بالاقتصاد الكلي السلوكي. فقد يواجه المختصين صعوبة في حصر كل التأثيرات المعقدة وأنماط الشخصية المختلفة التي توجِّه الأفراد، لتشكيل نموذج إجمالي متسق للاقتصاد الكلي. يتجنب التصور التقليدي للاقتصاد الكلي كل هذه التعقيدات، فيفترض أن جميع العمال والشركات على نفس الشاكلة، ويسلكون نفس السبل عند اتخاذ القرارات الاقتصادية. كما يفترض أن كل الأفراد يتمتعون بالعقلانية المطلقة، من ثم لا يواجه أي صعوبة في تصوير كيفية تفاعل هذه الأصناف المختلفة من البشر في الاقتصاد الكلي. وهكذا تصف نظريات الاقتصاد الكلي التقليدي شخصًا واحدًا، «الوكيل التمثيلي»، الذي يتخذ قراراته بطريقة بسيطة خالية من التعقيد. ويعكس الوكيل التمثيلي، في كثير من نظريات الاقتصاد الكلي التقليدي، سلوك جميع الشركات والعمال. فإذا ضاعفنا سلوك الوكيل التمثيلي، نحصل على نموذج الاقتصاد الكلي. في هذا التحليل، يستند الاقتصاد الكلي بقوة، إلى مبادئ الاقتصاد الجزئي.

ولا يستطيع علماء الاقتصاد الكلي السلوكي تجميع كل الاختيارات بطريقة فعَّالة، باستخدام أداة الوكيل التمثيلي العقلاني كما تُستخدم في الاقتصاد الكلي التقليدي؛ لأن جوهر الاقتصاد السلوكي هو رصد الاختلافات في أنماط الشخصية والانفعالات والتفاعلات بين الفاعلين. فلا يُوجد في الاقتصاد الكلي السلوكي وكيلٌ تمثيليٌّ واحد. بدلًا من ذلك، يميل الاقتصاد الكلي السلوكي إلى التركيز على الظواهر الكلية مثل مؤشِّر ثقة الأعمال ومؤشِّر ثقة المستهلكين.

وهناك طريقةٌ أخرى، يستطيع من خلالها علماء الاقتصاد الكلي السلوكي في العصر الحديث وضع نماذجهم، وهي التركيز على دوافعَ نفسيةٍ معيَّنة باعثة على العمل، مستعينين بمفهوم الأرواح الحيوانية في كثيرٍ من الأحيان، لكن بتعريف يختلف عن تعريفَي كينز وجالينوس. يصف أكرلوف وشيلر، في كتابهما «الأرواح الحيوانية»، مجموعةً من الغرائز الحيوانية التي تنعكس على الاقتصاد الكلي والأنظمة المالية. لكن تعريفهما لا يتسم بالدقة مثل تعريف كينز للأرواح الحيوانية. فبينما يساويان بين الأرواح الحيوانية والظواهر

النفسية، يركِّز مفهوم كينز على الحدْس عند روَّاد الأعمال الذين يستثمرون في بناء قدراتهم الإنتاجية. وبالتالي، لا ينحصر مفهوم الأرواح الحيوانية عند أكرلوف وشيلر في الأرواح الحيوانية عند روَّاد الأعمال، بل يشمل مجموعة من خمس أرواحٍ حيوانية، ولكلٍّ منها تأثيرها السلبي على الاقتصاد الكلي مثل الثقة، والعدالة، والفساد، والوهم المالي والقصص.

ابتكر علماء آخرون في الاقتصاد الكلي السلوكي الحديث نماذجَ رياضيةً معقدة تستند إلى الأرواح الحيوانية، وعرَّفوا فيها مفهوم الأرواح الحيوانية بطريقةٍ تختلف أيضًا عن تعريف كينز الأصلي الذي طبَّق فيه مفهوم جالينوس على الاقتصاد الكلي. فصاغ علماء الاقتصاد الكلي السلوكي روجر فارمر، وبول دي جُرُو، ومايكل وودفورد نموذج دورات الأرواح الحيوانية باستخدام تقنياتٍ رياضيةٍ معقدة، تصوِّر الأرواح الحيوانية بأنها تقلباتٌ عشوائية (ضوضاء عشوائية) تدفع بالاقتصاد الكلي من حالة الازدهار إلى الركود.

التمويل والاقتصاد الكلي

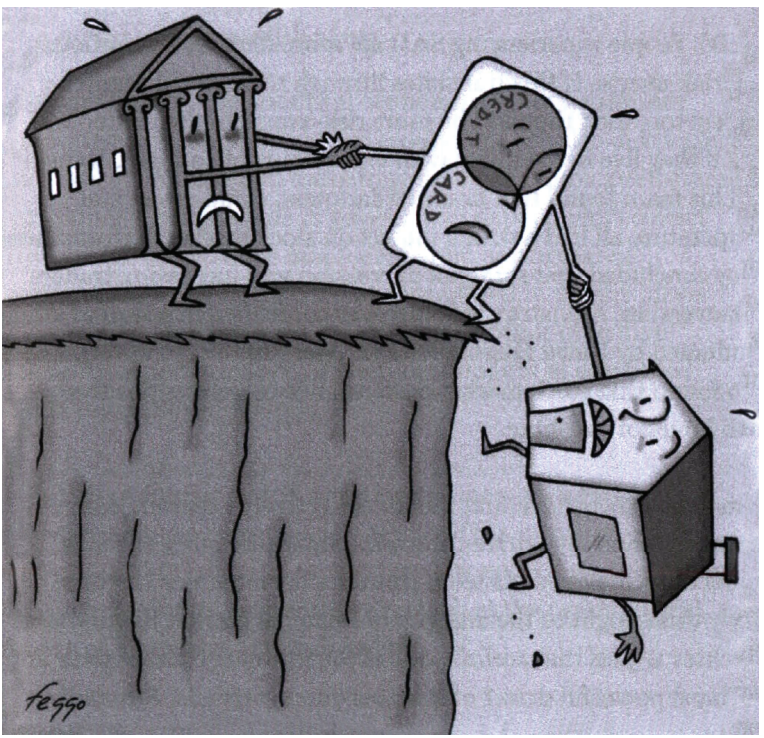
يركز علماء الاقتصاد الكلي السلوكي أيضًا على التمويل والاستقرار المالي وأثرهما على الاقتصاد. تُهمِل الكثير من نظريات الاقتصاد الكلي التقليدي القطاع المالي، لكن الأزمة المالية التي حدثَت في ٢٠٠٧/٢٠٠٨ وما تلاها من ركود عالمي، ذكَّرت علماء الاقتصاد وصُنَّاع السياسات بأهمية القطاع المالي بالنسبة لأداء الاقتصاد الكلي. إحدى النقاط التي يمكن الانطلاق منها هي دراسة الجانب النفسي لفقاعات المضاربة. فالروايات التاريخية لفقاعات المضاربة يصعُب التوفيق بينها وبين منظور الاقتصاد التقليدي بشأن الوكلاء العقلانيين الهادئين، الذين يقومون بعملياتٍ حسابيةٍ رياضية دقيقة، عند تقييم المكاسب والخسائر المرتبطة بعملية شراء أصلٍ ما. يُعَد «هوس التوليب» — وهي أكثر حادثةٍ مثيرة للجدل في التاريخ المالي — مثالًا دقيقًا على مدى تقلُّب فقاعات المضاربة وافتقارها إلى العقلانية. فقد ازداد الطلب بشدة على بُصيلات التوليب في هولاندا، لمدة تتراوح بين ثلاثة وأربعة شهور، بدايةً من شهر نوفمبر عام ١٦٣٦. وارتفع سعر البصيلات النادرة بنسبة ٦٠٠٠٪ بحسب التقارير. وقد استأثَرَت بصيلاتُ نوعٍ معيَّن بكل الاهتمام، وهي بُصيلات نوع سيمبر أوغسطس، الذي أصابه فيروس ما فجعلَها مبرقشة بأنماطٍ خلابةٍ فريدة. كان سعر بُصيلات هذا النوع، في ذروة الهوس، يساوي سعر بيتٍ كبير من ثلاثة طوابق في مركز أمستردام. لكن تلا ذلك الازدهار انهيارٌ مدوٍّ لسوق التوليب. وبحلول فبراير عام ١٦٣٧، كان من المستحيل بيع غالبية البصيلات، ولو بأسعارٍ زهيدة، وفقد الكثير من

المضاربين في سوق بُصيلات التوليب ثرواتهم. لكن لم يكن «هوس التوليب» فريدًا من نوعه؛ فهناك الكثير والكثير من فقاعات المضاربة على مَر التاريخ، سنذكُر منها على سبيل المثال لا الحصر فقاعة بحر الجنوب في القرنِ الثامنَ عشر، وفقاعة المضاربة التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية وانتهت بالكساد العظيم في عام ١٩٢٩، وفقاعة الإنترنت في تسعينيات القرن العشرين، وأزمة الرهن العقاري الثانوي التي عجَّلَت بحدوث الأزمة المالية في عام ٢٠٠٧/٢٠٠٨.

وفي سياق تفسير ذلك النوع من عدم الاستقرار المالي، ألهمَت أفكار كينز مجموعة من علماء الاقتصاد، من بينهم هيمان مينسكي، لتطوير نماذجَ ثرية للأسواق المالية. وضع مينسكي نظرية دورات الائتمان لتفسير بعض جوانب عدم الاستقرار المالي الذي وصفناه سابقًا. وكانت نظريته تتمتع بقدرةٍ تنبُّئيةٍ قوية؛ إذ تنبأَت بالأزمة المالية لعام ٢٠٠٧/٢٠٠٨، وعواقبها الوخيمة التي أدت إلى حدوث كسادٍ عالمي. وكما هو الحال مع كينز، لعبَت العوامل الانفعالية دورًا مهمًّا في تحليل مينسكي للأنظمة المالية الهشة، والتبعات الواسعة لهذه الهشاشة المالية على الاقتصاد الكلي. كما شرح مينسكي أن الدورات الاقتصادية تكون مدفوعة بموجاتٍ من الخوف والهلع، وأن هشاشة الأنظمة المالية تلعب دورًا كبيرًا في التقلبات الاقتصادية الشديدة. وزعم مينسكي أن الدورة الاقتصادية تكون مدفوعة في البداية بنشوة المضاربين والتفاؤل المفرط لروَّاد الأعمال. فتُقرض البنوك الكثير من الأموال. وتقترض الشركات الكثير من الأموال. وأخيرًا، يدرك شخصٌ ما أن هذا الازدهار لا يقوم على أساسٍ ثابت، وتبدأ أسعار الفائدة في الارتفاع، فيحدث انهيارٌ ضخم كالازدهار الذي سبقه.

تؤدي المضاربة المالية إلى عدم الاستقرار المالي بشكلٍ عام، مما قد يؤثِّر بالسلب على الاقتصاد الكلي. ولقد انتشرَت هذه الرسائل في أفلام هوليوود، وآخرها فيلم «ذا بيج شورت» (فيلم العجز الكبير). يروي هذا الفيلم قصصَ متداولين ماليين انتبهوا إلى حدوث هشاشةٍ ماليةٍ كبيرة، نتيجة ابتكار منتجاتٍ ماليةٍ جديدة معقدة، صُممَت بهدف كسب المال، عَبْر تمكين الأشخاص الذين لديهم تصنيفاتٌ ائتمانيةٌ متدنية من الحصول على رهونٍ عقاريةٍ متعددة. وكانت هذه بداية أزمة الرهن العقاري الثانوي. ومع أن المضاربين كانوا يكسبون ملايين الدولارات، إلا أنهم أدركوا أنهم يكدِّسون الأموال على حساب الكثيرين الذين قد يفقدون منازلهم أو وظائفهم؛ لأن عدم الاستقرار المالي سيكون له عواقبُ وخيمة، لا على اقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية وحده، وإنما على أداء الاقتصاد

الكلي في جميع أنحاء العالم. وكما هو موضَّح في شكل ٨-١، كانت النتيجة شبه المؤكدة هي أن الناس سيعجزون عن سداد القروض؛ ومن ثَم ستتراكم الديون على بطاقاتهم الائتمانية، وسيؤثِّر ذلك بالسلب على البنوك والمؤسسات المالية الأخرى لا في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها وإنما في العالم أجمع.



شكل ٨-١: فوضى الرهن الثانوي.

فوضى الرهن الثانوي

باشر بعض علماء الاقتصاد تحسين هذه الأفكار. فكتب روبرت شيلر بإسهاب عن «الوفرة اللاعقلانية» (وهو مصطلح ابتكره الرئيس السابق لمجلس الاحتياطي الفيدرالي الأمريكي آلان جرينسبان) في الأسواق المالية، وآثارها المتوقعة على التوظيف والاستثمار والناتج

والنمو الاقتصادي. كما زعم الاقتصادي هيرش شفرين أن تلك الوفرة اللاعقلانية في الأسواق المالية الصاعدة تعكس التفاعلات بين مشاعر الخوف والأمل والجشع. فكثيرٌ من العوامل التي تؤدي إلى عدم الاستقرار المالي تتعلق بالمخاطرة المفرطة والانفعالات؛ وهذا له ارتباطٌ وثيق بأفكار جورج لوينستين وغيره بشأن العوامل الغريزية، التي تناولناها في الفصل السابع. وأشار لوينستين بارتباط شعور المخاطرة بحالاتنا الانفعالية، لا تفضيلاتنا البسيطة المستقرة، كما كان يفترض علماء الاقتصاد التقليدي عادة.

الحالات المزاجية والدورة الاقتصادية

إحدى المقاربات الأخرى التي استخدمها علماء الاقتصاد الكلي السلوكي هي تحليل تأثير الثقة والمزاج الاجتماعي على نتائج الاقتصاد الكلي. قد تؤثِّر عواملُ مشتركة في الحالة المزاجية للجميع؛ فأغلبنا يشعُر بالبهجة عندما تكون الشمس ساطعة مثلًا. وهكذا، استخدم علماء الاقتصاد هذه الرؤية لرصد العلاقة بين الحالات المزاجية والتقلبات المالية والاقتصادية الكلية، في مختلف مراحل الدورة الاقتصادية.

استعان الاقتصادي مارك كامسترا وزملاؤه بالبيانات المتعلقة بالاكتئاب الموسمي لاختبار صحة فرضيتهم التي تقول إن الأسواق المالية تختلف حركتها في موسم الصيف عن موسم الشتاء. ويمكننا قياس الاكتئاب الموسمي بالاستناد إلى معدل وقوع «الاضطراب العاطفي الموسمي». فالأشخاص الذين يعانون من الاضطراب العاطفي الموسمي، يميلون إلى الحذر وينفرون من المخاطرة. ولو أننا ترجمنا ذلك الأمر إلى المضاربين في الأسواق المالية، لوجدناهم يميلون إلى تجنب المخاطرة في فصل الشتاء، وفي الدول التي تقل فيها ساعات النهار. لاحظ كامسترا وفريقه أن عدد ساعات الليل والغيوم ودرجة الحرارة، لها تأثيرٌ قوي على أداء سوق الأوراق المالية. واستنتَجوا من ذلك أن الاكتئاب الموسمي يزيد من نفور المضاربين من المخاطرة. وتأكدَت أدلة كامسترا في دراسةٍ مشابهة أجراها عالما الاقتصاد ديفيد هيرشليفر وتايلر شامواي (٢٠٠٣). وتوصلا أيضًا إلى أن هناك ارتباطًا إيجابيًّا بين عدد ساعات سطوع الشمس وأداء سوق الأوراق المالية.

يرى بعض المحللين أن الحالات المزاجية التي يختبرها الناس بشكلٍ جماعي، هي المحرِّك الأساسي للاقتصاد الكلي أو هي المتغير التفسيري النهائي. وقد طبَّق روبرت بركْتر وفريقه، من معهد الاقتصاد الاجتماعي، هذه الرؤية على تحليلهم لتقلبات السوق المالي. فزعم بركتر أن «المزاج الاجتماعي» هو العامل السببي النهائي، وأقوى مُحرك لاتجاهات

الاقتصاد الكلي. يتفق بركتر مع كينز وتحليله للترابط بين تقلبات السوق المالي وأداء الاقتصاد الفعلي، فيؤكد أن سوق الأسهم يرصد مزاجنا الاجتماعي اللاواعي. كما يرى أن المزاج الاجتماعي هو المحرك لمراحل التفاؤل والازدهار في دورة الاقتصاد الكلي. فعندما يشعر الأشخاص بالبهجة والتفاؤل، يكون لذلك المزاج الاجتماعي تأثيره الإيجابي الواسع النطاق، فتصبح الموسيقى أكثر بهجة والأزياء أكثر جرأة والسياسيون أكثر كفاءة. وليس هناك وقت أنسب لأن يعيد أي رئيس حالي الترشح لفترة رئاسية جديدة، من وقت ازدهار سوق الأسهم. لكن عندما تخيم السلبية والتشاؤم على المزاج الاجتماعي، يؤدي ذلك إلى عدم استقرار الأسواق المالية وإلى تحفظ الأزياء وكآبة الموسيقى. ويتأثر الاقتصاد الكلي بالمزاج الاجتماعي؛ لأن الأخير يحرِّك قرارات المستهلكين، وخطَط الشركات التجارية. كما يؤثِّر المزاج الاجتماعي السلبي على صناعة السياسات الحكومية؛ فتنزع الحكومات إلى الانعزال وتطبيق سياسات الحماية الاقتصادية. وكل هذه الجوانب المختلفة للمزاج الاجتماعي السلبي تتضافر وتتسبَّب في ركود الاقتصاد الكلي.

السعادة والرَّفاه

هناك موضوعٌ آخر في علم الاقتصاد السلوكي يعالج المسألة من منظور مختلف تمامًا. ويبتكر علماء الاقتصاد السلوكي أيضًا وسائل جديدة لتحديد أداء الاقتصاد الكلي وقياسه. تقليديًّا، كان الإحصائيون في أقسام الحكومة المختلفة يجمعون المعلومات لقياس أداء الاقتصاد الكلي إجمالًا، ومستخدمين على الأغلب بيانات الناتج/الدخل مقيسًا بالوحدات المالية (مثل الأسعار ومتوسط الأجور) لقياس الأداء، بالإضافة إلى أدواتٍ موضوعيةٍ أخرى، من بينها عدد الموظفين في مقابل عدد العاطلين عن العمل.

وبدلًا من أن يحصر علماء الاقتصاد السلوكي تركيزهم على التقلبات التي تحدث في المقاييس النقدية للاقتصاد الكلي، مثل القيمة النقدية للناتج والإنتاج المقيسة بالناتج المحلي الإجمالي، فإنهم ينظرون أيضًا في الجوانب النفسية للسعادة والرَّفاه.

لكن إحدى المشكلات التي تواجه العلماء في قياس مستوى السعادة والرَّفاه، هي أن تصوُّرنا عن السعادة والرفاه يعتمد على السياق، وهذا مرتبط بفكرة اعتمادنا على النقاط مرجعية، التي فصَّلناها في الفصلين الرابع والخامس. كما أن غالبية مقاييس السعادة والرَّفاه تعتمد على الاستبيانات، والتقييمات الذاتية لمستويات السعادة يمكن أن تكون مثل صورٍ لحظية التُقِطَت على حين غرة. كما أنه يمكن استخدام الأسئلة

التي تُطرح قبل السؤال الذي يطلب منا أن نقرر درجة سعادتنا باعتبارها «أسئلة تجهيزية». على سبيل المثال، يمكن التلاعب في التقييم الذاتي عن السعادة من خلال سؤال الطلاب عن رأيهم في الأحداث الأخيرة. في إحدى التجارب، طُرح على الطلاب أسئلة تجهيزية من قبيل «هل خرجتَ في موعدٍ غرامي ليلة أمس؟» و«كيف سار الموعد؟» وهي أسئلةٌ مصمَّمة بهدف تحفيز الطلاب لاختبار انفعالاتٍ معينة، اعتمادًا على ما حدث في موعدِ أمس، وهل كان جيدًا أم سيئًا. تغيَّر تقييم الطلاب الذاتي لسعادتهم بتغيُّر ترتيب الأسئلة. فعندما كانوا يُسألون عن مستوى سعادتهم، بعد سؤالهم عما جرى في موعدِ أمس، كان تقديرهم لمستوى سعادتهم يختلف. فإذا لم يَسِرِ الموعد على ما يُرام، يكون تقييمهم لمستوى السعادة منخفضًا. وعلى العكس من ذلك، إذا سار الموعد على ما يُرام، فإنهم سيُسجِّلون مستوياتٍ مرتفعةً نسبيًّا من السعادة. ومن الناحية الأخرى، لم تكن تقييماتُ الطلاب الذاتية لمستوى السعادة تتأثر بأحداث الليلة الماضية، إذا سئلوا عن مدى سعادتهم قبل سؤالهم عن أحوال الليلة الماضية. كانت التحفيزات لتذكُّر الأحداث الماضية تغيِّر تصورات الطلاب عن مستوى سعادتهم. ولذلك، بينما ينبغي على صُناع السياسات الانشغال بالتعريفات الواسعة للرَّفاه، فإن استخدام استبيانات السعادة سيطرح أمامهم تحديًا كبيرًا آخر، لاحتمالية تعرُّضها للتشويه بواسطة العوامل العابرة.

انعكاسًا لهذا التحوُّل للتركيز على المقاييس الأوسع نطاقًا لأداء الاقتصاد الكلي، نشر «معهد ليجاتوم» — وهو مركز بحثي سياسي اقتصادي مقره لندن — تقريرًا، عام ٢٠١٤، يعرض فيه بالتفصيل الأدبيات التي تناولَت تأثُّر الرَّفاه والسعادة والرضا عن الحياة بمجموعةٍ متنوعة من العوامل الاجتماعية النفسية والاقتصادية والمالية. كما قدَّم التقرير تحليلًا لمصادرَ جديدةٍ للبيانات لقياس السعادة والرَّفاه، وطرح بعض الأفكار بشأن كيفية تحليل هذه البيانات، باستخدام تقنياتٍ قياسيةٍ اقتصاديةٍ قوية.

ولقد ترجم علماء الاقتصاد السلوكي اهتمامهم بالسعادة والرَّفاه إلى ابتكار تلك المصادر الجديدة لبيانات الاقتصاد الكلي حول العالم. على سبيل المثال، يمكن أن تكون بيانات الصحة العامة، مثل معدَّلات الانتحار والأمراض النفسية والأمراض المرتبطة بالقلق، مؤشرًا على المزاج الجماعي. كما أن الكثير من الوكالات الوطنية والدولية تجمع البيانات عن السعادة والرَّفاه والرضا عن الحياة، عَبْر استبيانات الأسر التي تشمل أسئلة عن التقدير الذاتي للرَّفاه، إلى جانب أسئلة استبيان القوى العاملة القياسي عن التوظيف والبطالة.

فأصبح مكتب الإحصاءات الوطنية في المملكة المتحدة يُدرج في إحصاءاته إجابات الأسئلة المتعلقة بالرضا عن الحياة في استبيانات الأسر. وتباشر دولٌ أخرى — بداية من الصين إلى فرنسا — جمع بياناتٍ مماثلة، كما تعمل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على تجميع مجموعات بياناتٍ دولية. ومن الممكن إدخال هذه البيانات الجديدة في تحليلات الاقتصاد الكلي لرصد صورة أدق وأوسع نطاقًا لأداء الاقتصاد الكلي. ولعل التطور الأكثر تأثيرًا في هذا الشأن هو إصدار البنك الدولي «التقرير العالمي للسعادة» السنوي، الذي سيمنح المنشغلين بالاقتصاد الكلي السلوكي بعض البيانات المفيدة لملاحظة كيفية تحوُّل اتجاهات الاقتصاد الكلي باختلاف الأمكنة والأزمنة، وأيضًا الفرص لربط هذه المقاييس الجديدة للسعادة والرَّفاه بالمقاييس التقليدية لأداء الاقتصاد الكلي.

كما تفيد الابتكارات التكنولوجية في جمع بياناتٍ أفضل عن الاقتصاد الكلي السلوكي. الآن يستطيع الباحثون السلوكيون إجراء استبياناتٍ واسعة النطاق عَبْر الإنترنت، كما يمكنهم استخدام الرسائل النصية، ووسائل التواصل الاجتماعي لجمع البيانات أيضًا (من عمليات البحث في جوجل، وتغريدات تويتر، ونقرات الإعجاب على الفيس بوك.) ومع ازدهار تلك الأنواع من «البيانات الضخمة»، من الممكن سد بعض الفجوات في مجموعات البيانات الخاصة بالاقتصاد الكلي السلوكي.

إن استخدام البيانات الذاتية أمر مُشكل، لكنه بدأَ يحظى بمصداقيةٍ أكبر، نتيجة التعاون بين علماء الاقتصاد والإحصاء والحكومة. كما أن رصد بيانات الرَّفاه له تحدياته أيضًا، ولا بد من إجراء المزيد من الأبحاث، لتقييم مميزات وعيوب الإحصاءات الجديدة، إلى جانب استكشاف وسائلَ أخرى يستطيع من خلالها علماء الاقتصاد السلوكي فهم السعادة والرَّفاه وقياسهما بشكلٍ أفضل.

الفصل التاسع

السلوك الاقتصادي والسياسة العامة

يمكن أن يساعد علم الاقتصاد، في صورته المثلى، صناع السياسات في إعداد السياسات التي من شأنها حل مجموعة كبيرة من المشكلات الاقتصادية والمالية للأفراد والأنظمة الاقتصادية إجمالًا. يركز علم الاقتصاد التقليدي على حل إخفاقات الأسواق؛ إذا كانت الأسواق لا تعمل بشكل جيد، والأسعار لا تعبر عن العرض والطلب النسبي بشكل فعال، فمن شأن الأدوات السياسية الحكومية أن تحل المشكلات التي تنشأ عن ذلك. في هذا الفصل، سنتناول بعض الأدلة والرؤى المهمة المستمدة من مجال السياسات العامة السلوكية، مع التركيز على سياسات الاقتصاد الجزئي. في الحقيقة، يُمثل ابتكار مجموعةٍ متسقة من الأدوات السلوكية التي يمكن توظيفها في سياسات الاقتصاد الكلي، تحديًا في غاية التعقيد لصُنَّاع السياسات، لكنه لم يُعالج، حتى الآن على الأقل، بشكلٍ مناسب.

سياسة الاقتصاد الجزئي

تقليديًّا، كانت الضرائب والإعانات الحكومية هما الأداتَين السياسيتَين الرئيسيتَين اللتَين تستخدمهما الحكومات وصُنَّاع السياسات لدعم الأسواق. ومن الأمثلة الشائعة على ذلك التدخين. إذا فرضَ التدخين تكاليفَ إضافية على دافع الضرائب، لما يتسبب فيه من ضغطٍ على نظام الصحة العامة، فإن فرضَ الضرائب على السجائر يساعد في عدم تشجيع الأفراد على التدخين، وتزويد الحكومات بالإيرادات لتغطية تكلفة أنظمة الرعاية الصحية. ومن ناحيةٍ أخرى، إذا كانت منطقةٌ معينة، في بلدٍ من البلدان، تعاني من التدهور الصناعي، فمن الممكن استخدام الإعانات الحكومية لتشجيع النشاط الاقتصادي.

لكن الضرائب والإعانات الحكومية لها بعض أوجه القصور العملية والتقنية واللوجستية؛ لذا تغطي السياسة الاقتصادية الحديثة مجموعة أشمل من الأدوات الاقتصادية، والتي من بينها الأدوات المُستوحاة من تحليلات التعاملات السوقية التي وضعها رولاند كوس، عالم الاقتصاد الحائز على جائزة نوبل. في الواقع، تشكل رؤى كوس أساس تصميم أنظمة التداول الاصطناعية، التي يمكن إنشاؤها لمعالجة المشكلات التي تنشأ عندما تعطي الأسعار إشارات غير سليمة عن العرض والطلب. وتحل هذه الأسواق الاصطناعية محل «الأسواق المفقودة»؛ وهي الأسواق التي تُفقَد نتيجة أن أسعار السوق لا تشملها. أبسط مثالٍ على ذلك هو التلوث. عندما تلوِّث إحدى الشركات الهواء أو الماء، دون أن تُحاسبها الحكومة، فإنها تفعل ذلك بالمجان؛ أي إنها ليست مضطرةً لتعويض أحدٍ عن عواقب التلوث الوخيمة. وهكذا، يُعتبر سوق التلوث مفقودًا.

يتمثل أحد حلول هذه المشكلة — وفقًا لرؤى كوس — في تصميم سوقٍ اصطناعي؛ ويمكن أن يأخذ شكل نظام تداول للانبعاثات في المثال الأخير. وفي ذلك النظام، يستطيع الأفراد والشركات تداول الحق في التلويث (أو الخضوع للتلوث) من خلال البيع والشراء. ولا يُعد إنشاء هذه الأسواق الاصطناعية أمرًا سهلًا، لكنها في المجمل — مثل الضرائب والإعانات — تهدف إلى معالجة إخفاقات الأسواق والمؤسسات لا الأفراد.

ما السياسة العامة السلوكية؟ التنبيه الخفي لتغيير السلوك

يبحث مجال السياسة العامة السلوكية هذه المشكلات من زاويةٍ مختلفة. فبدلًا من التركيز على أوجه قصور السوق، يركِّز مجال السياسة العامة السلوكية على تغيير السلوك، أو الطريقة التي يتخذ بها الأفراد قراراتهم واختياراتهم في الحياة اليومية، عَبْر تشجيعهم على اتخاذ القرارات بطريقة فعَّالة بناءة.

ويُعَد أبرز كتاب في هذا المجال هو كتاب «التنبيه الخفي» لريتشارد ثيلر وكاس صنستين، كما يستشهد صُنَّاع السياسات البريطانيون كثيرًا بأداة «مايند سبيس» التي تشترك في أفكارها الأساسية مع كتاب «التنبيه الخفي». كان ثيلر وصنستين قد استعانا بالأدبيات الكثيرة في الاقتصاد السلوكي وعلم النفس بشكل عام، لا سيما الأفكار المتعلقة بفرط الاختيارات والإغراق المعلوماتي والطرق الاستدلالية والانحيازات السلوكية التي تناولناها في الفصلين الرابع والخامس. وزعما أن صناع السياسات، في أثناء تصميمهم للأدوات السياسية الفعالة، يحتاجون إلى فهم الدور المؤثر للطرق الاستدلالية والانحيازات

في قرارات الأفراد. حينئذٍ يمكنهم إعادة هيكلة عملية صنع القرارات الفردية للناس. وهكذا، شكَّلت هذه الفكرة أساسَ ما أسماه ثيلر وصنستين «هندسة الاختيار». كيف تنبني قراراتنا؟ كيف نعالج المعلومات قبل أن نتخذ القرار بشأن ما نريد فعله أو شراءه؟ وهل يمكننا إعادة تصميم عمليات صنع القرار؟

ذكر ثيلر وصنستين أنه إذا استطاع صانعو السياسات فهم بنية الاختيار لدى الأفراد جيدًا، لأمكنهم تصميم سياسات من شأنها مساعدة الأفراد في اتخاذ قراراتهم بشكل فعال. تتضمن بعض الأدوات التي يستخدمها صناع السياسات العامة السلوكية استراتيجيات مثل منح الأفراد اختيارات بسيطة، وتصميم التحفيزات والتنبيهات الخفية لتوجيه قراراتهم بشكل بناء إيجابي، وإعطائهم ملاحظات على أدائهم بشكل متكرر مما يشجعهم على اتخاذ المزيد من القرارات «الجيدة» والابتعاد عن القرارات «السيئة».

يزعم ثيلر وصنستين أن استخدام التنبيهات الخفية، هو شكلٌ من أشكال «الأبوية التحررية» من الناحية السياسية والأخلاقية. فهي تحررية في أنها تحفظ للأفراد حرية الاختيار الشخصي؛ وأبوية من جانب أنها تتضمن استخدام الحكومة للتنبيهات الخفية لتوجيه سلوك الأفراد. بمعنى آخر، هذه التنبيهات «تحررية» من منطلق أن الأفراد لا يزالون يحتفظون بحقهم في الاختيار؛ وهي «أبوية» من منطلق أنها تدخل مباشر من الحكومة. يشير ثيلر وصنستين إلى أن التنبيهات تجمع أفضل ما في الجانبين (على عكس منتقديها الذين يرون أنها تجمع بين أسوأ ما فيهما). تفرض الضرائب والإعانات الحكومية التكاليف والمنافع على مجموعات مختلفة من الأشخاص. وبشكل عام، لا يمتلك الشخص العادي حرية الاختيار بين دفع الضرائب أو عدم دفعها (مع أن الأفراد والشركات الذين يقدرون على دفع أجور المحاسبين المرتفعة قد يتمتعون بسيطرة أكبر على الموقف). كما لا يستطيع الاختيار بين تلقي الإعانات الحكومية أو عدم تلقيها بسهولة، لكن يزعم ثيلر وصنستين أن التنبيهات الخفية يمكن تصميمها بطريقة تتيح للأفراد بعض الحرية، من خلال تصميم الخيارات الافتراضية بمهارة مثلًا.

التطبيق العملي لنظرية التنبيه الخفي: الخيارات الافتراضية

ما الذي ينطوي عليه التطبيق العملي لنظرية التنبيه الخفي؟ تستند الكثير من وسائل التنبيه على التلاعب بالخيارات الافتراضية. تُستخدم هذه الخيارات الافتراضية للاستفادة من نوع معين من الانحيازات السلوكية، وهو انحياز الوضع الراهن الذي ناقشناه في

الفصلين الرابع والخامس. إذا وضع صانع السياسة (أو الشركة) خيارًا افتراضيًّا (الخيار الذي سينطبق على الشخص في نهاية المطاف ما لم يفعل شيئًا لتغييره)، فإن الكثيرين سيلتزمون به. ولهذا التصرف ما يبرره. فالأفراد يميلون إلى الاستمرار في الوضع الراهن عن تغييره إلى شيء آخر. ولا يبادرون إلى تغييره بسرعة دائمًا، إذ قد ينطوي التغيير على المخاطرة أو بذل المزيد من الجهد. وقد يعتقد الأفراد أن الخيار الافتراضي هو الأفضل بالنسبة إليهم. وهكذا، إذا صُمم الخيار الافتراضي بحيث يطابق القرار البناء، فسيتخذه الكثيرون غالبًا، ولو بشكل سلبي.

وللتمثيل على ذلك، تشكل مسألة حث الأفراد على التبرع بالأعضاء تحديًا كبيرًا في معظم الدول. فالطلب على الأعضاء يفوق المعروض بكثير. كما أن ذلك الأمر ينطوي على معضلات سياسية، مثل الاعتبارات الأخلاقية المتعلقة بدفع المال للأشخاص من أجل التبرع بالأعضاء، لكننا سنركز هُنا على كيفية معالجة صانعي السياسات العامة السلوكية لهذه المشكلة. من الممكن أن يجعل صانعو السياسات التبرع بالأعضاء خيارًا افتراضيًّا، فيصبح هو الوضع الراهن. وإذا لم يرغب الشخص في التبرع، فكل ما عليه هو اختيار عدم المشاركة. وبهذه الطريقة، يحتفظ الفرد بحقه في الاختيار فلا يسلبه منه أحد.

ويمكن استخدام الخيارات الافتراضية أيضًا لمساعدتنا في ادخار المزيد من المال لسن التقاعد. في الفصل الرابع، تحدثنا عن مشروع التقاعد — «ادخر أكثر غدًا» — الذي صمَّمه بنارتزي وثيلر، والذي يعتمد على فكرة الخيارات الافتراضية. من أجل تشجيع الموظفين على ادخار المزيد لتقاعدهم، صُمم الخيار الافتراضي، في هذا المشروع، على أساس أن تذهب نسبةٌ ثابتة من إجمالي الراتب إلى صندوق تقاعد الموظفين، وتزيد هذه النسبة بزيادة الراتب. لكن الموظفين لا يُجبرون على ذلك؛ إذ يتمتعون بحرية الاختيار. ويمكنهم إلغاء الاشتراك في البرنامج متى شاءُوا. وهكذا، فإن الخيار الافتراضي هو أداة صُنَّاع السياسات، وهذا هو الجزء «الأبوي» من التنبيه الخفي. وإلغاء الاشتراك هو خيار صانع القرار، وهذا هو الجزء «التحرري» من التنبيه الخفي.

تكمُن إحدى مشكلات هذا النوع من التنبيه، في أن الشركات التجارية كثيرًا ما تستغله للإضرار بنا. على سبيل المثال، من الممكن أن تصمِّم شركات التسويق — التي ترغب في تحصيل المزيد من المال عَبْر جمع بيانات الاتصال الخاصة بالأفراد وبيعها للشركات الأخرى — استمارات بيانات الاتصال مثلًا، بحيث لا نلاحظ أننا أعطيناهم الإذن لتداول تفاصيل الاتصال الخاصة بنا. إنها تفهم هندسة الاختيار بشكلٍ جيد للغاية.

التبديل

من المشكلات المرتبطة بالخيارات الافتراضية، هي تفضيل الاستقرار على التبديل، كما ذكَرنا في الفصل الرابع. نحن نُفضِّل الاستمرار مع مورِّد طاقة، أو شركة اتصالات، أو بنكٍ معيَّن لسنواتٍ كثيرة، حتى ولو كانت الصفقة التي نحصل عليها ضعيفة القيمة. نحن لا نبدل مقدِّمي الخدمات بسرعة. أما فيما يتعلق بتغيير مورِّد الطاقة في المملكة المتحدة، أفاد تقرير «مكتب أسواق الغاز والكهرباء» (الجهاز التنظيمي لسوق الطاقة في بريطانيا العظمى)، لعام ٢٠١٦، أن ٦٠٪ من المستهلكين لا يتذكرون أنهم بدَّلوا مورِّدي الطاقة، رغم أنهم لو فعلوا ذلك لوفَّروا ما يصل إلى ٢٠٠ جنيه إسترليني في فواتير الطاقة سنويًّا. وتكمن المشكلة في انخفاض مستويات التبديل في أنها تخفِّف ضغط المنافسة على الشركات؛ إذا لم تخسر هذه الشركات بعضًا من عملائها بسبب تدني صفقاتها، فما الذي سيدفعها إلى تقديم صفقاتٍ أفضل؟ يعكس تدني مستويات التبديل أيضًا انحياز الوضع الراهن؛ مما يدفع صُنَّاع السياسات الحكوميين إلى بذل المزيد من الجهد لتشجيع المواطنين على تبديل مقدِّمي الخدمات بوتيرةٍ أعلى، في حال لم يمنحهم مقدم الخدمة الحالي صفقةً جيدة. كما ترتكز الأدوات التي يستخدمونها للتشجيع على تغيير الوضع الراهن أيضًا على فهم هندسة الاختيار بشكلٍ أفضل؛ أي إنها تُسهل على الأشخاص تغيير مقدِّمي الخدمات من خلال تقليل مشكلات فرط الاختيارات و/أو الإغراق المعلوماتي التي تجعل التبديل تحديًا إدراكيًّا. ولقد لاقى ذلك التأكيد الزائد، من قِبل صُنَّاع السياسات، على تغيير مقدِّمي الخدمات بعض النجاح في المملكة المتحدة. وهناك بعض الأدلة التي تشير إلى أن هذه السياسات تؤتي ثمارها المرجوة، مع ارتفاع معدلات تبديل مقدِّمي الخدمات. فقد أفاد مكتب أسواق الغاز والكهرباء، في عام ٢٠١٥، أن معدلات تبديل الأسر لمورِّدي الطاقة قد ارتفعَت بنسبة ١٥٪ مقارنةً بعام ٢٠١٤.

التنبيهات الخفية الاجتماعية

صمَّم صانعو السياسات نوعًا آخرَ مؤثِّرًا من التنبيهات الخفية الاجتماعية، يوظِّف استعدادنا للتأثر بالآخرين، مبنيًّا على الأفكار التي استعرضناها في الفصل الثالث. في قطاع الطاقة، توصَّل الباحثون إلى بعض الاكتشافات المهمة، المتعلقة باستهلاك الطاقة المنزلية، والتي تستند إلى النتائج المُستخلَصة من مجموعةٍ كبيرة نسبيًّا من الدراسات الأكاديمية.

على سبيل المثال، حلل ويسلي شولتز وزملاؤه سلوك الأُسر في ولاية كاليفورنيا. فأعطَوا الأسر مجموعتَين مختلفتَين من المعلومات. كانت المجموعة الأولى تتعلق باستهلاك الأُسر الأخرى للطاقة في حيٍّ سكنيٍّ معيَّن. منحَت تلك المعلومات الأسر نقطةً مرجعيةً اجتماعية، يُمكنهم من خلالها تقييم استهلاكهم للطاقة. وبالاستناد إلى أفكار ثيلر وصنستين المتعلقة بهندسة الاختيار وتبسيط الاختيارات، عبَّر ويسلي وزملاؤه عن الاستحسان/الاستهجان الاجتماعي لاستهلاك الأسر للطاقة، مقارنة بمتوسط الاستهلاك المحلي، برمزٍ تعبيري لوجهٍ مبتسم إذا كان الاستهلاك أقل من المتوسط المحلي، وبرمزٍ تعبيري لوجهٍ عابس إذا كان الاستهلاك أعلى من المتوسط المحلي. أما النوع الثاني من المعلومات، فقد كان عبارةً عن توجيهات بشأن كيفية ترشيد استهلاك الطاقة.

ماذا كان تأثير هاتَين المجموعتَين المختلفتَين من المعلومات؟ من أجل اختبار الأثر التفاضلي لهاتَين المجموعتَين المختلفتَين من المعلومات، أُعطيَت إحدى المجموعتَين المشاركتَين في التجربة (المجموعة الضابطة)، نصائح حول ترشيد استهلاك الطاقة. وأُعطيَت المجموعة الأخرى (المجموعة العلاجية)، معلومات حول المتوسط المحلي لاستهلاك الطاقة. ووجد الباحثون أن التنبيهات الخفية الاجتماعية كان لها دورٌ قوي للغاية؛ إذ كانت الأسر في المجموعة العلاجية، التي حصلَت على معلوماتٍ اجتماعية، أكثر استعدادًا لتعديل استهلاكها للطاقة ليتلاءم مع متوسط الاستهلاك المحلي، مقارنة بالمجموعة الضابطة، وحاولَت خفض استهلاكها للطاقة عندما أُخبرَت أن مُعدل استهلاكها يفوق متوسط استهلاك سكان الحي. واستنتج الباحثون من ذلك أن الأسر باشرَت تعديل اختياراتها حتى تقترب من المعيار الاجتماعي أو النقطة المرجعية. ولقد توصَّلَت مجموعةٌ واسعة من الدراسات المماثلة إلى نتائجَ شبيهة، وأُدرجَت هذه النتائج في التصاميم الجديدة لفواتير الطاقة، مثل فواتير شركة «أوه باور» الأمريكية، الموضَّحة في شكل ٩-١.

لكن أحد الدروس المستفادة المهمة التي يجب أن ينتبه لها صانعو السياسات هو الحذَر من التبعات غير المحسوبة لتلك التنبيهات الاجتماعية. فقد رصد الباحثون «تأثير بوميرانج» أو تأثيرًا عكسيًّا لتلك التنبيهات الخفية؛ إذ دفع الاطلاع على متوسط الاستهلاك المحلي الأسر التي كان استهلاكها للطاقة يقل عن المتوسط المحلي إلى زيادة استهلاكها للطاقة بدلًا من ترشيده. ولو افترضنا أن استهلاك الطاقة موزَّع بالتساوي بين الأسر، فمن المحتمل أن عدد الأشخاص الذين يزيدون استهلاكهم للطاقة لينسجم مع متوسط الاستهلاك المحلي، سيتساوى مع عدد الأشخاص الذين يرشِّدون استهلاكهم للطاقة حتى



شكل ٩-١: التنبيهات الخفية الاجتماعية لترشيد استهلاك الطاقة.

لا يزيد عن متوسط الاستهلاك المحلي. وفي هذا الحالة، لن يتغير متوسط استهلاك الطاقة، وستصبح هذه السياسة عديمة الجدوى.

مبادرات سياسية أخرى

لا تنفك مبادئ السياسة العامة السلوكية تتسع لتشمل مجالاتٍ أخرى من السياسة العامة. فعلى سبيل المثال، امتدَّت نتائج التنبيه الخفي الاجتماعي في قطاع الطاقة إلى مجال الضرائب. وقد أشرنا في الفصل الثالث إلى كيف يمكن لموظفي الضرائب الاستفادة من التأثيرات الاجتماعية؛ في المملكة المتحدة مثلًا، جرَّبت إدارةُ الإيرادات والجمارك إرسالَ خطابات للأشخاص الذين تخلَّفوا عن دفع الضرائب، وأبلغتهم بنسبة الآخرين الذين

سدَّدوا الضرائب في الموعد المحدَّد. وكان الهدف من هذه الرسائل هو استخدام الضغط الاجتماعي كأداة إقناع. وقد سجل هذا النوع من التنبيه الخفي الاجتماعي نجاحه في المملكة المتحدة وفي غيرها من الدول. كما يستخدم آخرون من صناع السياسات الاختياراتِ الافتراضية وغيرها من الأفكار، لجبر نقصِ السياسات التقليدية في مجالاتٍ أخرى، مثل سياسة المنافسة والخدمات المالية أيضًا.

لكن من المهم ألا يهمل صنَّاع السياسات، السياسات الاقتصادية التقليدية؛ إذ إن بعض أنجح المبادرات السياسية وأكثرها فاعلية تجمع بين أدوات السياسة الاقتصادية التقليدية والتحسينات السلوكية. وهناك سياساتٌ أخرى تدمج بالفعل بين الرؤى السلوكية والمنهجيات التقليدية من أجل تصميمِ حوافزَ فعَّالة. ومن الأمثلة على ذلك، سياسة فرض رسوم على استخدام أكياس البلاستيك، وهي سياسةٌ طبَّقَتها أيرلندا منذ سنواتٍ عديدة، للتغلب على مشكلة نفايات أكياس البلاستيك، كما هو موضح في شكل ٩-٢.



شكل ٩-٢: نفايات أكياس البلاستيك.

تُشكِّل نفاياتُ أكياس البلاستيك مشكلةً بيئية خطيرة، ولها آثارٌ جسيمة على الحياة البرية والبيئة وصحة الإنسان. وتشير بعض الأدلة إلى تلوُّث مواردنا المائية بالبقايا الدقيقة

لأكياس البلاستيك التي نلقيها في الأنحاء بلا اكتراث. كما تنطوي عملية تصنيع أكياس البلاستيك على بعض الآثار السلبية مثل التلوث والإفراط في استخدام الموارد الشحيحة غير المتجدِّدة. وعندما فرضَت حكومة المملكة المتحدة رسومًا قدْرها خمسة بنسات على أكياس البلاستيك في عام ٢٠١٥، بدأ الناس يتداولون قصصًا فكاهية مفادها أن قيمة الأكياس البلاستيكية التي يمتلكها بعض الناس تتجاوز قيمة منازلهم؛ إذ يكدس البعض أعدادًا كبيرة من الأكياس البلاستيكية التي باتت قيمة الواحد منها خمسة بنسات.

على صعيدٍ أكثر جدِّية، تُعد هذه الرسوم مثالًا على كيفية الاستفادة من رؤى علم الاقتصاد السلوكي في تطوير تصميمات السياسات الاقتصادية التقليدية، وجعلها تشجِّع على تغيير السلوك. هذه البنسات الخمسة هي نوعٌ من الضريبة، لكنها صُمِّمَت بهدف معالجة انحيازٍ سلوكي، لا إخفاق السوق (على افتراض أنه ليس من العقلانية في شيءٍ تكديسُ أكياسٍ بلاستيكية تكاد تكون منعدمة القيمة). وقد يكون تكديس أكياس البلاستيك انعكاسًا لتأثير المنحة؛ أي إننا نبالغ في تقدير الأشياء التي نمتلكها بالفعل. وبصرف النظر عن الأسباب النفسية التي قد تقف وراء تكديس الأكياس البلاستيكية، قد تُفيد الضريبة التقليدية في منعنا من تكديس الأكياس البلاستيكية العديمة الفائدة بالنسبة لنا أو الإفراط في استخدامها ثم التخلص منها. لكننا نؤكِّد مرةً أخرى على احتمالية وقوع نتائج غير مقصودة، كما تُوجد بعض الأدلة التي تشير إلى عدم انخفاض المعدل الإجمالي لاستخدام الأكياس البلاستيكية. فلم يعُد الكثيرون يُعيدون استخدام أكياس السوبر ماركت البلاستيكية العادية كأكياس قمامة. وفي المقابل، زاد استهلاكهم للأكياس البلاستيكية الكبيرة مثل «الأكياس المتعددة الاستخدامات» وأكياس القمامة السميكة، مما يلغي بعض (أو كل) الآثار البيئية الإيجابية المتوقَّعة من فرض خمسة بنسات على أكياس المشتريات البلاستيكية.

مستقبل السياسة العامة

يبدو أن السياسات العامة السلوكية ينتظرها مستقبلٌ واعد. فقد حقَّقَت الفرق المنبثقة عن الوحدات السياسية الحكومية نجاحًا ملحوظًا، ولعل أشهرها فريق الرؤى السلوكية الذي كان في الأصل تابعًا لمكتب رئيس الوزراء البريطاني السابق ديفيد كاميرون، والملقَّب بـ «وحدة التنبيه الخفي». وتُبلي وحدة التنبيه الخفي بلاءً حسنًا في المجال التجاري، وأصبحَت تحظى باهتمام الرأي العام المحلي والدولي، سواء بالإيجاب أو بالسلب.

لكن هناك بعض المخاطر التي يجب أخذها في الاعتبار. لقد لاقت السياسات العامة السلوكية رواجًا كبيرًا، لكنه كشأن كل ما يروج، يثير ضجةً مبالغًا فيها وربما يكون عُرضةً لردودِ أفعالٍ غاضبة. بالإضافة إلى ذلك، يحتفي الكثيرون بالرؤى السلوكية والسياسات القائمة على التنبيه الخفي. لكن لا بد من العثور على مزيد من الأدلة حول مدى فاعلية هذه التدخلات السياسية و«استدامتها». هل يمكننا إثبات فاعلية هذه التنبيهات الخفية على نطاقٍ واسع بالتحليلات الإحصائية القوية؟ وهل يمكن تكرار الآثار الإيجابية التي رصدناها لهذه السياسات في مجموعةٍ أكبر من الدراسات؟ وهل سياساتُ التنبيه الخفي مجرَّد أساليبَ تحايلية قصيرة الأمد ومؤقتة؟ وهل يعود أولئك الذين طُبِقَت عليهم سياسات التنبيه الخفي إلى عاداتهم واختياراتهم القديمة في نهاية المطاف؟ أم أن التنبيه الخفي السياسي السلوكي له آثارٌ قويةٌ طويلة الأمد؟

ولضمان استمرارية الدروس العميقة المستفادة من السياسة العامة السلوكية، لا بد من تأسيس مجموعةٍ قويةٍ وصارمةٍ من الأدلة العلمية التي لا تكتفي بإظهار متى وأين تنجح هذه السياسات، بل متى وأين تفشل أيضًا. وتكمُن مشكلة الكثير من الأبحاث الأكاديمية، في أنه ليس من السهل نَشرُ النتائج السلبية. فالنتائج التي تشير إلى أن التدخل السياسي لم يأتِ بثماره المرجوة ليست مثيرةً للاهتمام وماتعة، مثل النتائج التي تشير إلى أن التدخل السياسي كان له تأثيرٌ إيجابيٌّ مذهل. يخبرنا علم الاقتصاد السلوكي أننا نميل إلى إعطاء أهميةٍ زائدةٍ للمعلومات التي يسهُل تذكُّرها، ومثل ذلك الشيء ينطبق على أدلة السياسة العامة السلوكية.

وقد يقع صنَّاع السياسات في مأزق آخر، إذا انصرفوا عن السياسات الاقتصادية التقليدية، التي ثبت نجاحها في حل أوجه قصور السوق والمؤسسات. لقد ازداد رواج سياسات التنبيه الخفي في الدوائر السياسية، لكن هل نجم عن ذلك إهمال أدوات السياسة العامة التقليدية التي يمكنها معالجة قصور الأسواق والمؤسَّسات الأخرى بشكلٍ فعَّال؟ إن سياسات التنبيه الخفي تُعالج انحيازات الأفراد واختياراتهم الخاطئة، لكن مساعدتهم في اتخاذ قراراتٍ صائبة لن تحل مشكلات السوق والمؤسَّسات من جذورها. في المستقبل، يجب أن يولي صنَّاع السياسات كيفية استخدام السياسات القائمة على الرؤى السلوكية اهتمامًا كبيرًا لاستكمال ما ينقص أدوات السياسة الاقتصادية التقليدية، بدلًا من استبدالها برُمتها. وفي هذا الصدد، ستكون المسألة السياسية الرئيسية، هي كيفية التنسيق بين السياسات التقليدية والسلوكية بشكلٍ أكثر فاعلية، ودون تفضيل إحداها على

الأخرى. وإذا نجحنا في تحقيق هذا التوازن السياسي، فسيُزوِّدنا علم الاقتصاد السلوكي ببعض الأدوات القوية، لمعالجة نسبةٍ كبيرة من إخفاقات السوق والانحيازات السلوكية، بالإضافة إلى تأثيره الإيجابي على الأفراد والأنظمة الاقتصادية والمجتمع.

المراجع والقراءات الإضافية

الفصل الأول: الاقتصاد والسلوك

There are many introductions to behavioural economics, including:

Ariely, D. (2008) *Predictably Irrational—The Hidden Forces that Shape Our Decisions*, New York: Harper Collins.

Gigerenzer, G. (2014) *Risk Savvy: How to Make Good Decisions*, London: Penguin Books.

Kahneman, D. (2011) *Thinking, Fast and Slow*, London: Allen Lane.

Thaler, R. H. (2015) *Misbehaving: The Making of Behavioural Economics*, London: Allen Lane.

For more academic introductions, which assume a background knowledge of economics, see:

Baddeley, M. (2013) *Behavioural Economics and Finance*, Routledge: Abingdon.

Earl, P. E. and Kemp, S. (1999) *The Elgar Companion to Consumer Research and Economic Psychology*, Cheltenham: Edward Elgar.

Laibson, D. and List, J. E. (2015) Principles of (behavioral) economics, *American Economic Review* 105(5): 385–90.

There is a large literature on rationality in economics, for example, see:

Simon, H. A. (1955) A behavioural model of rational choice, *Quarterly Journal of Economics* 69: 99–118.

Leibenstein, H. (1976) *Beyond Economic Man*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Smith, V. L. (2003) Constructivist and ecological rationality in economics, *American Economic Review* 93(3): 465–508.

الفصل الثاني: الدوافع والحوافز

For behavioural economists' analyses of incentives and motivation, see:

Ariely, D. A., Bracha, A., and Meier, S. (2009) Doing good or doing well? Image motivation and monetary incentives in behaving prosocially, *American Economic Review* 99(1): 544–55.

Bénabou, R. and Tirole, J. (2006) Incentives and prosocial behavior, *American Economic Review* 96(5): 1652–78.

Frey, B. S. and Jegen, R. (2001) How intrinsic motivation is crowded out and in, *Journal of Economic Surveys* 15(5): 589–611.

For analyses of social incentives and gift exchange in labour markets, see:

Akerlof, G. A. (1982) Labor contracts as partial gift exchange, *Quarterly Journal of Economics* 97(4): 543–69.

The nursery school study described in this chapter is explained in detail in:

Gneezy, U. and Rustichini, A. (2000) A fine is a price, *Journal of Legal Studies* 29(1): 1–17.

الفصل الثالث: التفاعلات الاجتماعية

Some seminal papers on social preferences and related experimental studies include:

Berg, J. E., Dikhaut, J., and McCabe, K. (1995) Trust, reciprocity and social history, *Games and Economic Behavior* 10(1): 122–42.

Fehr, E. and Gächter, S. (2000) Cooperation and punishment in public goods experiments, *American Economic Review* 90(4): 980–94.

Fehr, E. and Schmidt, K. M. (1999) Theory of fairness, competition and cooperation, *Quarterly Journal of Economics* 114(3): 817–68.

Güth, W., Schmittberger, R., and Schwarze, B. (1982) An experimental analysis of ultimatum bargaining, *Journal of Economic Behavior and Organisation* 3: 367–88.

Henrich, J., Boyd, R., Bowles, S., Camerer, C., Fehr, E., Gintis, H., and McElreath, R. (2001) In search of *homo economicus*: behavioral experiments in 15 small-scale societies, *American Economic Review* 91(2): 73–8.

For more detail on neuroeconomic studies of herding, see:

Baddeley, M. (2010) Herding, social influence and economic decision-making: socio-psychological and neuroscientific analyses, *Philosophical Transactions of the Royal Society B* 365(1538): 281–90.

Singer, T. and Fehr, E. (2005) The neuroeconomics of mind reading and empathy, *American Economic Review* 95(2): 340–5.

From economics, the seminal papers on herding and social learning include:

Anderson, L. and Holt, C. (1996) Classroom games: information cascades, *Journal of Economic Perspectives* 10(4): 187–93.

Banerjee, A. (1992) A simple model of herd behavior, *Quarterly Journal of Economics* 107(3): 797–817.

Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., and Welch, I. (1998) Learning from the behavior of others: conformity, fads, and informational cascades, *Journal of Economic Perspectives* 12(3): 151–70.

Jan Surowiecki has written an excellent lay-person's introduction:

Surowiecki, J. (2004) *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter than the Few*, London: Abacus.

For an analysis of herding in scientific research and expert opinion, see:

Baddeley, M. (2015) Herding, social influences and behavioural bias in scientific research, *European Molecular Biology Organisation Reports* 16(8): 902–5.

Baddeley, M. (2013) Herding, social influence and expert opinion, *Journal of Economic Methodology* 20(1): 37–45.

For an early analysis of mirror neurons and imitation, see:

Rizzolati, G. and Craighero, L. (2004) The mirror neuron system, *Annual Reviews of Neuroscience* 27: 169–92.

For more on identity in behavioural economics, see:

Akerlof, G. A. and Kranton, R. E. (2011) *Identity Economics—How our Identities Shape Our Work, Wages and Wellbeing*, Princeton: Princeton University Press.

Solomon Asch's original line experiments to capture group influence are described in:

Asch, S. E. (1955) Opinions and social pressure, *Scientific American* 193(5): 31–5.

الفصل الرابع: التفكير السريع

The choice experiments from this chapter are described in:

Iyengar, S. and Lepper, M. (2000) When choice is demotivating, *Journal of Personality and Social Psychology* 79(6): 995–1006.

The evidence about choice overload is mixed, and for some meta-analyses of the evidence, see:

Chernev, A., Böckenholt, U., and Goodman, J. (2015) Choice overload: A conceptual review and meta-analysis, *Journal of Consumer Psychology* 25(2): 333–58.

Scheibehenne, B., Greifeneder, R., and Todd, P. M. (2010) Can there ever be too many options? A meta-analytic review of choice overload, *Journal of Consumer Research* 37(3): 409–25.

For Kahneman and Tversky's seminal paper on heuristics and bias, see:

Tversky, A. and Kahneman, D. (1974) Judgement under uncertainty: Heuristics and biases, *Science* 185: 1124–31.

On cognitive dissonance, see:

Akerlof, G. A. and Dickens, W. T. (1982) The economic consequences of cognitive dissonance, *American Economic Review* 72(3): 307–19.

For Thaler and Benartzi's application of default options, see:

Thaler, R. H. and Benartzi, S. (2004) Save More Tomorrow™: using behavioral economics to increase employee saving, *Journal of Political Economy* 112(1): S164–S187.

الفصل الخامس: القرارات التي تنطوي على مخاطر

The seminal paper on prospect theory is:

Kahneman, D. and Tversky, A. (1979) Prospect theory—an analysis of decision under risk, *Econometrica* 47(2): 263–92.

Regret theory is introduced in:

Loomes, G. and Sugden, R. (1982) Regret theory: an alternative theory of choice under uncertainty, *Economic Journal* 92(368): 805–24.

The other research on loss aversion, endowment effects, and status quo bias referred to in this chapter includes:

Kahneman, D., Knetsch, J., and Thaler, R. (1991) Anomalies: The endowment effect, loss aversion and status quo bias, *Journal of Economic Perspectives* 5(1): 193–206.

Viscusi, W. Kip, Magat, W. A., and Huber, J. (1987) An investigation of the rationality of consumer valuations of multiple health risks, *Rand Journal of Economics* 18(4): 465–79.

الفصل السادس: القرارات الزمنية

The seminal papers on time discounting cited in this chapter include research from neuroscience and behavioural ecology, as well as behavioural economics and economic psychology. The studies and analyses cited include:

Ainslie, G. (1974) Impulse control in pigeons, *Journal of the Experimental Analysis of Behavior* 21(3): 485–9.

Angeletos, G.–M., Laibson, D., Repetto, A., Tobacman, J., and Weinberg, S. (2001) The hyperbolic consumption model: Calibration, simulation, and empirical evaluation, *Journal of Economic Perspectives* 15(3): 47–68.

Camerer, C. F., Babcock, L., Loewenstein, G., and Thaler, R. H. (1997) Labour supply of New York City cab drivers: One day at a time, *Quarterly Journal of Economics* 112(2): 407–41.

DellaVigna, S. and Malmendier, U. (2006) Paying not to go to the gym, *American Economic Review* 96(3): 694–719.

Duflo, E., Kremer, M., and Robinson, J. (2011) Nudging farmers to use fertilizer: Theory and experimental evidence from Kenya, *American Economic Review* 101(6): 2350–90.

Glimcher, P. W., Kable, J., and Louie, K. (2007) Neuroeconomic studies of impulsivity: No or just as soon as possible, *American Economic Review* 97(2): 142–7.

Laibson, D. (1997) Golden eggs and hyperbolic discounting, *Quarterly Journal of Economics* 112: 443–78.

McClure, S. M., Laibson, D. I., Loewenstein, G., and Cohen, J. D. (2004) Separate neural systems value immediate and delayed rewards, *Science* 306: 503–7.

Mischel, W., Shoda, Y., and Rodriguez, M. L. (1989) Delay of gratification in children, *Science* 244(4907): 933–8.

Mulcahy, N. J. and Call, J. (2006) Apes save tools for future use, *Science* 312: 1038–40.

O'Donoghue, T. and Rabin, M. (2001) Choice and procrastination, *Quarterly Journal of Economics* 116(1): 121–60.

Read, D., Loewenstein, G., and Montague, M. (1999) Choice bracketing, *Journal of Risk and Uncertainty* 19(1–3): 171–97.

Rick, S. and Loewenstein, G. (2008) Intangibility in intemporal choice, *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 363(1511): 3813–24.

Strotz, R. H. (1955) Myopia and inconsistency in dynamic utility maximization, *Review of Economic Studies* 23: 165–80.

Thaler, R. H. (1999) Mental accounting matters, *Journal of Behavioral Decision Making* 12: 183–206.

Warner, J. T. and Pleeter, S. (2001) The personal discount rate: Evidence from military downsizing programs, *American Economic Review* 91(1): 33–53.

الفصل السابع: الشخصيات والحالات المزاجية والانفعالات

For an account of the Big Five personality tests and the cognitive reflexivity test (CRT), see:

Frederick, S. (2005) Cognitive reflection and decision-making, *Journal of Economic Perspectives* 19(4): 25–42.

McCrae, R. R. and Costa, P. T. (1987) Validation of the five–factor model of personality across instruments and observers, *Journal of Personality and Social Psychology* 52: 81–90.

The answer to the 'bats and balls' CRT question is that the ball costs 5 cents.

On impacts of incentives on experimental participants' responses, see:

Gneezy, U. and Rustichini, A. (2000) Pay enough or don't pay at all, *Quarterly Journal of Economics* 115(3): 791–810.

For some of David Cesarini and colleagues' research into genetics and personality, see:

Cesarini, D., Dawes, C. T., Johannesson, M., Lichtenstein, P., and Wallace, B. (2009) Genetic variation in preferences for giving and risk taking, *Quarterly Journal of Economics* 124(2): 809–42.

For other references to research on personality and economic life chances, see:

Borghans, L., Duckworth, A. L., Heckman, J. J., and Ter Weel, B. (2008) The economics and psychology of personality traits, *Journal of Human Resources* 43(4): 972–1059.

Heckman, J., Moon, S. H., Pinto, R., Savelyev, P., and Yavitz, A. (2010) The rate of return to the HighScope Perry Preschool Program, *Journal of Public Economics* 94(1–2): 114–28.

Mischel, W., Shoda, Y., and Rodriguez, M. L. (1989) Delay of gratification in children, *Science* 244(4907): 933–1038.

For the references cited relating to emotions, see:

Elster, J. (1998) Emotions and economic theory, *Journal of Economic Literature* 36(1): 47–74.

Le Doux, J. E. (1996) *The Emotional Brain*, New York: Simon & Schuster.

For Dan Ariely's work with colleagues on emotions and preferences, see:

Lee, L., Amir, O., and Ariely, D. (2009) In search of homo economicus: Cognitive noise and the role of emotion in preference consistency, *Journal of Consumer Research* 36(2): 173–87.

The literature on addiction is a response to Gary Becker's rational addiction model:

Becker, G. S. and Murphy, K. M. (1988) A theory of rational addiction, *Journal of Political Economy* 96(4): 675–700.

Behavioural economists' alternative analyses of addiction include:

Baddeley, M. (2013) Bad habits, *Behavioural Economics and Finance*, Routledge: Abingdon, chapter 10.

Bernheim, B. D. and Rangel, A. (2004) Addiction and cue–triggered decision processes, *American Economic Review* 94(5): 1558–90.

Laibson, D. I. (2001) A cue–theory of consumption, *Quarterly Journal of Economics* 116(1): 81–119.

Loewenstein, G. (1996) Out of control: Visceral influences on decision making, *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 65(3): 272–92.

Camerer et al.'s survey papers are good introductions to neuroeconomics, for example, see:

Camerer, C. F., Loewenstein, G., and Prelec, D. (2005) Neuroeconomics: How neuroscience can inform economics, *Journal of Economic Literature* 43(1): 9–64.

For introductions to dual systems models and the somatic marker hypothesis, see:

Damasio, A. R. (1994) *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*, London: Vintage.

Kahneman, D. (2003) Maps of bounded rationality: Psychology for behavioral economics, *American Economic Review* 93(5): 1449–75.

Kahneman, D. (2011) *Thinking, Fast and Slow*, London: Allen Lane.

For the neuroeconomic analyses of emotions in economics and finance cited in this chapter, see:

Coates, J. M. and Herbert, J. (2008) Endogenous steroids and financial risk taking on a London trading floor, *Proceedings of the National Academy of Sciences* 105(16): 6167–72.

Cohen, J. D. (2005) The vulcanization of the human brain: A neural perspective on interactions between cognition and emotion, *Journal of Economic Perspectives* 19(4): 3–24.

Knutson, B. and Bossaerts, P. (2007) Neural antecedents of financial decisions, *Journal of Neuroscience* 27(31): 8174–7.

Kuhnen, C. and Knutson, B. (2005) The neural basis of financial risk taking, *Neuron* 47(5): 763–70.

Lo, A. W. and Repin, D. V. (2002) The psychophysiology of real-time financial risk processing, *Journal of Cognitive Neuroscience* 14(3): 323–39.

Sanfey, A. G., Rilling, J. K., Aronson, J. A., Nystrom, L. E., and Cohen, J. D. (2003) The neural basis of economic decision-making in the Ultimatum Game, *Science* 300: 1755–8.

Shiv, B., Loewenstein, G., Bechara, A., Damasio, H., and Damasio, A. R. (2005) Investment behaviour and the negative side of emotion, *Psychological Science* 16(6): 435–9.

Smith, K. and Dickhaut, J. (2005) Economics and emotions: Institutions matter, *Games and Economic Behavior* 52: 316–35.

Tuckett, D. (2011) *Minding the Markets: An Emotional Finance View of Financial Instability*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

الفصل الثامن: السلوك في الاقتصاد الكلي

Important early writings in behavioural macroeconomics include:

Katona, G. (1975) *Psychological Economics*, New York: Elsevier.

Keynes, J. M. (1936) *The General Theory of Employment, Interest and Money*, London: Macmillan, especially chapter 12.

Minsky, H. (1986) *Stabilizing an Unstable Economy*, New Haven, CT: Yale University Press.

George Akerlof covered many of the key themes in his Nobel Prize lecture:

Akerlof, G. (2002) Behavioral macroeconomics and macroeconomic behavior, *American Economic Review* 92(3): 411–33.

Tali Sharot has done some interesting research on optimism bias, introduced in:

Sharot, T. (2011) *The Optimism Bias: Why We're Wired to Look on the Bright Side*, New York: Pantheon Books.

Other studies on optimism bias cited here include:

Ifcher, J. and Zarghamee, H. (2011) Happiness and time preference: The effect of positive affect in a random-assignment experiment, *American Economic Review* 101(7): 3109–29.

National Audit Office (2013) Over-optimism in government projects. Report by the UK's National Audit Office.

Some modern behavioural macroeconomic analyses and models include:

Akerlof, G. and Shiller, R. (2009) *Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy and Why it Matters for Global Capitalism*, Princeton: Princeton University Press.

Baddeley, M. (2016) Behavioural macroeconomics: Time, optimism and animal spirits, in R. Frantz, S.-H. Chen, K. Dopfer, F. Heukelom, and S. Mousavi (eds), *Routledge Handbook of Behavioural Economics*, New York: Routledge, pp. 266–79.

De Grauwe, P. (2012) Booms and busts in economic activity: A behavioural explanation, *Journal of Economic Behavior and Organisation* 83(3): 484–501.

Farmer, R. E. A. (2012) Confidence, crashes and animal spirits, *Economic Journal* 122(559): 155–72.

Howitt, R and McAfee, R. P. (1992) Animal spirits, *American Economic Review* 82(3): 493–507.

Woodford, M. (1990) Learning to believe in sunspots, *Econometrica* 58: 277–307.

For the analyses of financial market bubbles and instability, including the references mentioned in this chapter exploring how mood and weather might affect financial markets, see:

Hirshleifer, D. and Shumway, T. (2003) Good day sunshine: Stock returns and the weather, *Journal of Finance* 58(3): 1009–32.

Kamstra, M. J., Kramer, L. A., and Levi, M. D. (2003) Winter blues: A SAD stock market cycle, *American Economic Review* 93(1): 324–43.

Kindleberger, C. P. (2001) *Manias, Panics and Crashes: A History of Financial Crises* (4th edition), Hoboken, NJ: John Wiley.

For an introduction to Robert Prechter and others on social mood, see:

Casti, J. L. (2010) *Mood Matters: From Rising Skirt Lengths to the Collapse of World Powers*, Berlin: Springer–Verlag.

Some introductions to happiness and well–being include:

Haybron, D. M. (2013) *Happiness: A Very Short Introduction*, Oxford: Oxford University Press.

Layard, R. L. (2005) *Happiness: Lessons from a New Science*, London: Penguin.

O'Donnell, G., Deaton, A., Durand, M., Halpern, D., and Layard, R. (2014) *Wellbeing and Policy*, London: Legatum Institute.

Oswald, A. J., and Wu, S. (2010) Objective confirmation of subjective measures of human well-being: Evidence from the U.S.A., *Science* 327(5965): 576–79.

The World Bank, Happiness Report, various years, Washington, DC: World Bank. (http://worldhappiness.report).

الفصل التاسع: السلوك الاقتصادي والسياسة العامة

Influential introductions to behavioural economics for policy-makers include:

Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., and Vlaev, I. (2010) *Mindspace—Influencing Behaviour Through Public Policy*, London: Cabinet Office/Institute for Government.

Schultz, P. W., Nolan, J. M., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., and Griskevicius, V. (2007) The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms, *Psychological Science* 18(5): 429–34.

Thaler, R. and Sunstein, C. (2008) *Nudge—Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*, New Haven, CT: Yale University Press.

For a survey of behavioural economic insights around energy:

Baddeley, M. (2015) Behavioural approaches to managing household energy consumption, in F. Beckenbach and W. Kahlenborn (eds), *New Perspectives for Environmental Policies through Behavioural Economics*, Berlin: Springer, pp. 2013–235.

Also, Cass Sunstein has written deeply and thoughtfully about policy nudges built around default options:

Sunstein, C. (2015) *Choosing Not to Choose: Understanding the Value of Choice*, Oxford: Oxford University Press.


هنـــداوي