



Research Institute of
Hawzah and University

Methodology of Social Sciences and Humanities

Journal homepage: <https://method.rihu.ac.ir/>



Original Article

The Relationship between Cognition and Financial Behavior from Friedrich Hayek's Perspective

Alireza Pourfaraj¹ 

1. Professor, Department of economics, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

pourfaraj@yahoo.com

Received: 2024/08/21; Accepted: 2025/02/09

Extended Abstract

There are theories in economics and social sciences that have led to many developments. The deep connection between the mind and human decision-making in the field of finance and investment seeks to achieve a new explanation for financial decision-making. This relationship is one of the most useful branches of behavioral and cognitive economics. Recent developments in cognitive economics in the context of the emergence and evolution of branches in neuroscience economics, cognitive laboratory economics, financial behavior and the behavior of economic agents in financial markets are very important topics from the perspective of cognitive psychology. After the initial formation of cognitive science, economists realized that they had to include the influence of personal emotions and experiences that arise with respect to the cultural and educational environment in economic theories. These theories are always influenced by the mental and intellectual states of humans in the path of change and evolution and all reactions in the financial market are under the influence of the dual stimuli of neurogenesis and neurodegeneration of the mind. Both stimuli that were previously consciously perceived and new stimuli that must be considered, because both are influenced by the nerves of the mind; and the recognition of individuals is the result of a complex mechanism and is influenced by the cultural and educational context.

Psychologists have been interested in the factors that influence the formation of perceptions and classification of objects in humans. When these perceptions become acceptable habits in behavior, the identification of this process has attracted the attention of psychologists to consider the formation of perceptions and repetitive habits accepted by individuals and society as a new achievement. This attention gave rise to numerous branches of cognitive science. Entering into these discussions in cognitive science and the actions and reactions in human behavior and decision-making and its impact on financial markets at the microeconomic and macroeconomic levels, led many researchers to seek to determine the role of the mind, emotions, and psychological states in behavior. As a result, if an action is successful, the faculty of perception considers it effective and accepts it as normal; otherwise, it forces the individual to re-evaluate and test the



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Research Institute of
Hawzah and University

Methodology of Social Sciences and Humanities

Journal homepage: <https://method.rihu.ac.ir/>



Original Article

perception more carefully. This action continues by creating new actions until the correct and satisfactory results for the individual and society are achieved, so that it becomes a social action. Considering the role of the mind and emotions, this article sought to present the theory of Friedrich Hayek in the foundations of behavioral finance.

Although behavioral finance is very close to cognitive economics, it relies on the theory of cognition and dual nature, neurobiological and path-dependent. Institutions and norms are one of the important aspects of behavioral finance. However, structurally, mistakes and distortions are inevitable in human decision-making and financial institutional frameworks. From the point of view of people, markets face different expectations in current and future prices, and every effective factor in the market, such as demanders and suppliers, forms their expectations based on their own beliefs and goals and the goals and beliefs of others. Over time, the demanders and suppliers, individually or collectively, form the rules of their hypothetical expectations. These expectations produce at least the following four achievements for financial markets:

The first consequence is that attention to price impulses and events in the financial market is based on perceptions through organized knowledge of the past in memory. In the first step, these price impulses and events formed in the minds of individuals are reviewed in contradiction to past beliefs. Then, after standardizing the empirical information as findings and personal experiences, it revises the past knowledge. The main point in the exchange of information in the financial market is the continuous correction of the market and decision-making in this field in the financial markets.

The second consequence is to measure the degree of interdependence between experience and future expectations among suppliers and demanders in the financial market. It is a communication of the type of uncertainty in the market to predict the future. The conflict between the inherent need of each person in terms of information in the market and the expectations of other people in the market and their degree of dependence may lead the market from behavioral stability towards instability. In this case, the market will fluctuate.

The third consequence is acceptable valuation between two different streams in financial decision-making from a social point of view. The first stream: The influence of individuals' emotional and psychological states is due to internal beliefs. Internal beliefs, if unstable in terms of cognitive economics, cause financial markets to fail.

1. The first stream: The influence of individuals' emotional and psychological states is due to internal beliefs. Internal beliefs, if unstable in terms of cognitive economics, cause financial markets to fail.

2. The second flow: investigating the fear of not selling financial bonds and not liquidating the bonds in the market. This fear increases the risk-taking. This psychological state misestimates the financial market profit. When the reduction of profit in the new period is created in the market, the market actors lose their confidence. In this case, the financial market enters a period of cyclical and instability.

The fourth consequence is the formation of a coalition group in the financial market. Market players with common ideas and different emotions and psychology; seek to form coalitions with uniform expectations. This coalition is effective in the formation of knowledge in the market and decision-making. Proponents of Hayek's theory in the field of behavioral finance consider subjective and path-dependent beliefs to be effective in decision-making in the financial market. The achievements of Hayek's theory of knowledge and cognition, despite the dual concept of neurobiological influence and path dependence, were able to attract the attention of cognitive economists.

Modern financial behavioral researches state the fact that financial markets play a role in shaping human behavior on two levels of subjectivity and external environment. With these two levels, the differences between traditional markets



Research Institute of
Hawzah and University

Methodology of Social Sciences and Humanities

Journal homepage: <https://method.rihu.ac.ir/>



Original Article

and financial markets should be distinguished. Both in traditional and modern markets, the general rule is that markets are an institutional phenomenon. This feature creates a positive emotional impact on market brokers. The fact that the codified knowledge and specialized intelligence of individuals in the financial market are influenced by emotions is one of the important achievements of cognitive economics. Studies in financial behaviorism have shown that the function of specialized intelligence will lead to systematic errors in the financial market due to emotional and psychological understanding errors.

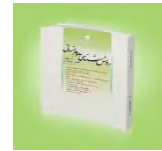
1. The question of how suppliers and demanders react is important.
2. How do agents and brokers benefit from the success of certain firms in the market?
3. Alternatively, when will the suppliers and demanders revise their beliefs?
4. If the market needs adjustment, how does the adjuster correct his findings in the market?

These are the most important points that financial behaviorists should pay attention to in the market to face the least systematic error in decision-making. Points that the traditional market does not pay much attention to these topics. In general, cognitive economics of finance should be considered a new horizon in the evolution of the traditional classical market.

Keywords: Financial Behavior, Neuroeconomics, Path Dependence, Cognitive Financial, Cognitive-Based Moderator, Cognitive Map and Trap.

Cite this article: Alireza Pourfaraj. (2025), "The relationship between cognition and financial behavior from Friedrich Hayek's perspective,, Methodology of Social Sciences and Humanities, 30(121): 83-101.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



ارتباط بین شناخت و رفتارشناسی مالی از منظر هایک

علی رضا پورفرج^۱

۱. استاد، گروه اقتصاد، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. استاد، گروه اقتصاد، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

pourfaraj@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۵/۳۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۱

چکیده گسترده

نظریاتی در اقتصاد و علوم اجتماعی منشأ تحول زیادی شده‌اند. ارتباط عمیق بین ذهن و تصمیم‌گیری انسان‌ها در زمینه مالی و سرمایه‌گذاری به دنبال توضیحی جدید برای تصمیم‌گیری مالی است. این ارتباط یکی از مفیدترین شاخه‌های اقتصاد رفتاری و اقتصاد شناختی است. پیشرفت‌های اخیر در اقتصاد شناختی مربوط به ظهور و تکامل شاخه‌هایی در اقتصاد عصب‌شناسی، اقتصاد آزمایشگاهی شناختی، رفتارشناسی مالی و رفتار کارگزاران اقتصادی در بازارهای مالی از منظر روان‌شناسی شناختی، مباحث بسیار مهمی هستند.

پس از شکل‌گیری اولیه علوم شناختی، اقتصاددانان متوجه شدند باید تأثیر احساسات و تجربه‌های شخصی را که با توجه به محیط فرهنگی و تربیتی پدید می‌آید در نظریات اقتصادی وارد نمایند. این نظریات همواره با توجه به حالات روحی و فکری انسان‌ها در مسیر تغییر و تکامل و تمام واکنش‌ها در بازار مالی تحت تأثیر محرک‌های دوگانه عصب‌زایی و خنثی‌سازی عصب ذهن قرار دارند. هم محرک‌هایی که قبلاً آگاهانه درک می‌شدند و هم محرک‌های جدیدی که باید مورد توجه قرار گیرند، به این دلیل که هر دو تحت تأثیر عصب‌های ذهن هستند؛ زیرا شناخت افراد، حاصل مکانیسمی پیچیده و تحت تأثیر بافت فرهنگی و تربیتی قرار دارد. توجه به اینکه در شکل‌گیری ادراکات و طبقه‌بندی موضوعات در انسان‌ها کدام عوامل مؤثرند، مورد توجه روان‌شناسان قرار گرفت. وقتی این ادراکات به صورت عادت قابل قبول در رفتار تبدیل شود، شناسایی این فرایند توجه روان‌شناسان را جلب نمود تا شکل‌گیری ادراکات و عادات تکراری مورد پذیرش افراد و جامعه را به عنوان یک دستاورد جدید مورد توجه قرار دهد. همین توجه شاخه‌های متعدد علوم شناختی را پدید آورد. ورود به این بحث‌ها در علوم شناختی و کنش‌ها و واکنش‌ها در رفتارهای انسان‌ها و تصمیم‌گیری و اثرگذاری آن در بازارهای مالی در سطح اقتصاد خرد و کلان، پژوهشگران زیادی را واداشت تا به دنبال تعیین نقش ذهن و احساسات و حالات روان‌شناختی رفتارها باشند. نتیجه اینکه اگر عملی موفقیت‌آمیز باشد، قوه ادراک آن را کارا دانسته و آن را به صورت عادی می‌پذیرد، در غیر این صورت فرد را وادار می‌کند ارزیابی مجدد و آزمایش دقیق‌تر از ادراک داشته باشد.

این عمل با ایجاد کنش جدید تا نتایج درست و رضایت‌بخش برای فرد و اجتماع ادامه پیدا می‌کند تا به عنوان یک کنش اجتماعی درآید. با توجه به نقش ذهن و احساسات، این مقاله درصدد ارائه نظریه اتریشی‌هایک در بنیان‌های مالی رفتار است. اگرچه مالیه رفتاری به اقتصاد شناختی بسیار نزدیک است، اما متکی بر نظریه شناخت و طبیعت دوگانه، عصبی بیولوژیکی و وابسته به مسیر است. نهادها و هنجارها یکی از جنبه‌های مهم برای مالیه رفتاری هستند. هر چند اشتباهات و تورش‌ها از نظر ساختاری در تصمیم‌گیری انسان و بسترهای نهادی مالی اجتناب‌ناپذیر است. از نظر مردم، بازارها در قیمت‌های جاری و آینده با انتظارات متفاوت روبه‌رو هستند و هر عامل مؤثر در بازار مانند تقاضاکنندگان و عرضه‌کنندگان انتظارات خود را براساس باورها و اهداف خود و اهداف و باورهای دیگران شکل می‌دهند. با گذشت زمان، تقاضاکنندگان و عرضه‌کنندگان به صورت فردی و یا رفتارهای جمعی، قواعد انتظارات فرضی خود را شکل می‌دهند. این انتظارات دست‌کم چهار دستاورد زیر را برای بازارهای مالی به وجود می‌آورند:

پایام اول: توجه به تکانه‌های قیمتی و رویدادها در بازار مالی از طریق دانش‌های سازمان‌یافته گذشته در حافظه، بر ادراکات است. در گام نخست، این تکانه‌های قیمتی و رویدادها شکل گرفته در ذهن افراد در تناقض با باورهای گذشته بازنگری می‌شود. سپس بعد از استانداردسازی اطلاعات تجربی به عنوان یافته‌ها و تجربیات شخصی، دانش‌های گذشته را اصلاح می‌کند. نکته اصلی در تبادل اطلاعات در بازار مالی اصلاح پیوسته بازار و تصمیم‌گیری در این زمینه در بازارهای مالی است.





نوع مقاله: پژوهشی

پیامد دوم: سنجش درجه وابستگی متقابل تجربه حاصل شده از گذشته و انتظارات از آینده در عرضه کنندگان و تقاضاکنندگان در بازار مالی است. ارتباطی از نوع عدم اطمینان در بازار برای پیش‌بینی از آینده است. در تعارض بین نیاز ذاتی هر فرد از نظر اطلاعات در بازار و انتظارات دیگر افراد در بازار و درجه وابستگی آنها ممکن است بازار را از ثبات رفتاری به سمت بی‌ثباتی هدایت کند. در این حالت، بازار نوسانی خواهد شد.

پیامد سوم: ارزش‌گذاری قابل قبول بین دو جریان متفاوت در تصمیم‌گیری مالی از نظر اجتماعی است: جریان اول: تأثیر حالات احساسی و روان‌شناختی افراد ناشی از باورهای درونی است. باورهای درونی می‌تواند در صورت بی‌ثباتی باعث شکست بازارهای مالی شود. افراد دچار ریسک شخصی و توهم در تصمیم‌گیری در زندگی شده و از بازار خارج شوند؛ جریان دوم: بررسی ترس از عدم فروش اوراق مالی و نقد نشدن اوراق در بازار است. این ترس، ریسک‌پذیری را افزایش می‌دهد. این حالت روان‌شناختی سود بازار مالی را نادرست برآورد می‌کند. وقتی کاهش سود در دوره جدید در بازار ایجاد شود، عوامل در بازار اعتماد خود را از دست می‌دهند. در این حالت بازار مالی وارد دوره سیکلی و بی‌ثباتی می‌شود.

پیامد چهارم: تشکیل گروه ائتلافی در بازار مالی است. بازیکنان بازار با عقاید مشترک و احساسات و روان‌شناختی متفاوت، به دنبال تشکیل ائتلاف با انتظارات یکپارچه هستند. این ائتلاف در شکل‌گیری دانش در بازار و تصمیم‌گیری مؤثر است. موافقان نظریه هایک در زمینه مالیه - رفتاری باورهای ذهنی و وابسته به مسیر در تصمیم‌گیری در بازار مالی را مؤثر می‌دانند. دستاوردهای نظریه دانش و شناخت هایک با وجود مفهوم دوگانه تأثیرگذاری عصبی بیولوژیکی و وابستگی به مسیر، توانست توجه اقتصاددانان شناختی را جلب کند.

تحقیقات مدرن رفتارشناسی مالی این واقعیت را بیان می‌کند که بازارهای مالی در دو سطح ذهنیت‌گرایی و محیط خارجی در شکل‌دهی کردار بشر نقش دارند. با این دو سطح باید تفاوت‌های بازار سنتی و بازارهای مالی را تفکیک نمود؛ چه در بازارهای سنتی و چه بازارهای مدرن قاعده کلی این است که بازارها پدیده‌ای نهادی هستند. این ویژگی تأثیر احساسی مثبتی در کارگزاران بازار ایجاد می‌کند. اینکه دانش مدون و هوش تخصصی افراد در بازار مالی تحت تأثیر احساسات قرار دارد، یکی از دستاوردهای مهم اقتصاد شناختی است. مطالعات در رفتارشناسی مالی نشان داده‌اند که کارکرد هوش تخصصی به دلیل احساسات و خطاهای درک روان‌شناختی به خطاهای نظام‌مند در بازار مالی منجر خواهند شد.

۱. این سؤال که عرضه کنندگان و تقاضاکنندگان در چه مواردی واکنش نشان می‌دهند، مهم است؟

۲. دانستن اینکه چگونه عاملین و کارگزاران از موفقیت برخی از بنگاه‌ها در بازار سود می‌برند؟

۳. و یا اینکه عرضه کنندگان و تقاضاکنندگان چه زمانی در باورهای خود تجدیدنظر می‌کنند؟

۴. اگر بازار نیاز به تعدیل داشته باشد، انسان تعدیل‌گر چگونه یافته‌های خود را در بازار اصلاح می‌کند؟

این سؤالات مهم‌ترین نکاتی هستند که رفتارشناسان مالی، در بازار باید مورد توجه قرار دهند تا با کمترین خطای سیستماتیک در تصمیم‌گیری روبه‌رو شوند. نکاتی که بازار سنتی خیلی توجه به این مباحث ندارد. در مجموع باید اقتصاد شناختی مالی را افق جدیدی در تحول بازار سنتی کلاسیکی دانست. واژگان کلیدی: رفتارشناسی مالی، اقتصاد عصب‌شناختی، وابستگی به مسیر، تصمیم‌گیری مالی شناختی، نقشه و دام شناختی.

۱. مقدمه

مکتب اقتصاد اتریشی، نظریاتی بدیع مانند مباحث ذهنیت‌گرایی، شناخت معرفت بشری، کنش انسانی، فرایند تصمیم‌گیری و ماهیت نقش و تکامل نهادها را به دنیای علوم اقتصادی معرفی کرد که برای تحقیقات معاصر نیز مفید است. این مفاهیم و ادبیات می‌توانند این مکتب را به‌عنوان یک کل توصیف نمایند. بررسی نقطه‌نظرات اندیشمندان این جریان فکری و بررسی سیر تحول اندیشه آنان قادر است، اهمیت این جریان فکری را نشان دهد. یکی از مواردی که در پی توضیح و تبیین این مفاهیم است، اقتصاد شناختی و نظریه شناخت و دانش در رفتارشناختی مالی از منظر هایک و دیدگاه موافقان و مخالفان آن است. این مقاله با توجه به برخی کلمات و کلیدواژه‌های مطرح‌شده به این موضوع پرداخته و می‌تواند افق جدیدی را برای پژوهش‌های بنیادی بگشاید.

۲. مروری بر ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق

برخی از جریانات فکری و اقتصاددانان، هسته اصلی مبانی کلاسیکی مانند عقلانیت فردی و تعادل جمعی را زیرسؤال بردند. کارل منگر^۱ قواعد صریح یا ضمنی رفتار بشر را کاملاً تحت شاکله ذهن بشر مرتبط دانست (Menger, 1883: 137). تحقیقات و سخنرانی کانمن^۲ در دریافت جایزه نوبل در معرفی اقتصاد شناختی^۳ با دیدگاه ترکیبی از علوم اقتصادی، روان‌شناسی و عصب‌شناختی^۴ ذهن، خرد علم اقتصاد متعارف را به چالش کشید و رازهای جدیدی را برای تصمیم‌گیری مطرح نمود (Kahneman, 2003: 1449-1475). هایک^۵ با جلب توجه برخی از اقتصاددانان، توانست موافقان و منتقدانی را برانگیزد. مهم‌ترین انگیزش او، اشاره به شناخت مقوله‌های ادراکی و تکرارپذیر ذهن بود که تحت تأثیر محیط فرهنگی و تربیتی و عصب‌های ذهنی بر رفتار و تصمیم‌گیری اثر می‌گذارند (Hayek, 1952: 137). هایک نقش ضمنی شناخت فردی در فرایند تصمیم‌گیری^۶ و ارتباط ساختار ذهن بشر و ارتباط آن با اجتماع و نهادها به‌صورت خودانگیخته و خودبه‌خودی تحت نام نظم خودجوش^۷ را مطرح نمود که در فرایند و تصمیم‌گیری اجتماعی مؤثرند (Hayek, 1963, 1967: 321-346). در ادامه، هایک در تکمیل نظریات خود تأثیر انتخاب فرهنگی و ارتباطات متقابل اجتماعی را مدنظر قرار داد. نظریات هایک در ۱۹۷۳، انگیزه‌ای برای آلبرت بندورا^۸ در ۱۹۷۷ شد. مطالعات او در زمینه یادگیری اجتماعی^۹ و عصب‌شناختی ذهن انسان‌ها و روابط متقابل عاملین در بازار، مطالعات دیگر اقتصاددانان را فراهم نمود (Bandura, 1977: 86).

هایک در مقاله‌ای دیگر، با طرح ارتباط میان گسترش داده‌های ذهنی و انباشت اطلاعات، کلیدواژه نقشه شناختی^{۱۰} را وارد ادبیات اقتصادی کرد. نقشه شناختی هایکی ارتباط میان فرهنگ و روابط متقابل اجتماعی را تبیین می‌کند. انتخاب‌گزینش فرهنگی^{۱۱} هایکی نوعی فرایند رفتار آزادانه است که هر فرد به تدریج پی می‌برد که در ارتباط جمعی متقابل کدام یک برای گروه مناسب‌تر است (Hayek, 1979: 27). آرتور^{۱۲} مسیر وابستگی^{۱۳} را مورد توجه قرار داد و در بیان درک تجربی خارجی ذهن مکانیسم یادگیری توسط مغز را مطرح و در دهه ۱۹۹۰، پژوهشگران مغز و اعصاب گام جدیدی را در رفتارشناسی مالی^{۱۴} و مکتب اقتصاد اتریشی پدید آوردند (Arthur, 1988: 9-31). دو

1. Menger
2. Kahneman
3. Cognitive economics
4. Neuropsychology
5. Hayek
6. Decision making process
7. spontaneous order
8. Bandura
9. Social learning
10. Cognitive map
11. Cultural selection
12. Arthur
13. Dependency path
14. Financial behavior

کلیدواژه آگیدی در ۱۹۹۷ شامل ذهنیت‌گرایی^۱ و فرایند عصب‌شناختی^۲ و ارتباط آن با محیط خارجی در اثرگذاری کردار بشر معرفی شد. نظریات آگیدی ابعاد نقشه شناختی هائیک را برای محققان بیشتر گشود و در تبیین وابستگی به مسیر با توجه به نظریات هایک در ارتباط با نقشه شناختی به شناخت و ریشه درونی هر فرد و شناخت بیرونی پرداخت که در ارتباط با تعاملات اجتماع برای تصمیم‌گیری مؤثرند (Oakley, 1999: 4).

فاستر^۳ ادعایی را مطرح کرد که دلیل باقی ماندن بر مدل هائیک، ویژگی‌هایی است که سایر مدل‌ها ندارند. از نظر او نظریه‌ها درونی بازخورد گذشته‌محورند. هرگاه مواردی از شناخت درک نشود، مجدداً مورد توجه افراد و انسان‌ها قرار می‌گیرند و سلول‌های عصبی^۴ و محرک‌های بین سلولی جدید در شناختی را مورد توجه قرار داد که بندورا آن را ناشی از آموزش بنیانی^۵ مطرح نمود (Fuster, 1995: 45). افزون‌بر آن، ریزلو در استانداردسازی رفتار انسان‌ها و نهادهای اجتماعی اشاره به این دارد که یادگیری‌های انسان‌ها به دلیل وابستگی به مسیر کمتر گرایش به تغییر دارند (Rizzello, 2004: 274-225). در همین زمینه آگیدی^۶ در تأیید نظر ریزلو به ثبات و گرایش به عدم تغییر پویایی‌های مسیر و وابستگی در تصمیم‌گیری تأکید کرد (Oakley, 2004: 4). روث با اشاره به این معنا که کدام قسمت ساختار مغز احساسات را درک می‌کند و کدام قسمت در تصمیم‌سازی افراد مؤثر است، عبارت هوش تخصصی^۷ را، که در مغز شکل می‌گیرد، جزء ثابت اطلاعات دانست. از منظر او این جزء ثابت اطلاعات تحت تأثیر دانش حاصل می‌شود؛ اما تنها این جزء از اطلاعات کافی برای تصمیم‌گیری نیستند؛ بلکه نقش احساسات را باید به عنوان نوعی از هوش شخصیتی^۸ برای تصمیم‌گیری لحاظ نمود. در این حالت افراد در تعامل با یکدیگر براساس شخصیت انسان‌ها و احساسات و روابط متقابل میان آنها در تصمیم‌گیری مؤثرند. افزون‌بر آن، آگیدی به خطاهای ذهنی تحت عنوان دام و تعصبات شناختی^۹ اشاره می‌کند که می‌تواند بر تصمیم‌گیری‌ها و قضاوت‌های انسان‌ها تأثیر بگذارد. این دام‌ها معمولاً ناشی از نحوه پردازش اطلاعات و تفکر ما هستند و می‌توانند به انتخاب‌های نادرست یا غیرمنطقی منجر شوند. از نظر او هوش تخصصی کمتر تمایل به تغییر داشته و این موضوع نباید مورد بی‌توجهی روان‌شناسان قرار گیرد (Roth, 2003: 156). کانمن عدم توجه به ارتباط ذهن و رفتارشناسی را راه حل مناسبی برای دنیای واقعی عاملین در بازار ندانست (Kahneman, 2003: 1449-1475). آگیدی در ۲۰۰۴ و کرتکس و ریزلو^{۱۰} در ۲۰۰۴ و ۲۰۰۷.

با این جمع‌بندی که شناخت محدود عاملین در بازار و افراد به شناخت ناقص از تمایلات و ترجیحات افراد منجر می‌شود و این اطلاعات ناقص، مبانی بازار مدل کلاسیکی را نقض می‌کند؛ از این رو باید بازار مالی را از نوع بازار شناختی و تصمیم‌گیری آن را ناشی از احساسات و رفتاری - روان‌شناختی معرفی کرد. از دیدگاه آنها بروز اشتباه در سرمایه‌گذاری فردی و ناکارایی در بازار وجود دارد و رفتارشناسی مالی توانسته است با نشان دادن کمبودهای بازار مالی سنتی به کمک هوش شخصیتی، افق جدیدی را برای بازار مالی متعارف بگشاید (Cortes, Rizzello, 2004: 255-274).

کیان، پورحیدری، کامیابی به بررسی تأثیر ذهنی حسابداری بر رفتار سرمایه‌گذاران از دیدگاه گزارشگری مالی پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد گرچه نظریه حسابداری ذهنی به منظور توضیح تصمیم‌گیری‌های مشتری و خانوار ایجاد شده است، اما ایده‌های آنان برای تهیه‌کنندگان و استفاده‌کنندگان گزارش‌های مالی و افشاگری‌های اختیاری نیز قابل اجرا هستند. سه ویژگی اصلی نظریه حسابداری (یعنی کدگذاری، طبقه‌بندی و ارزیابی) با ویژگی‌های اصلی گزارشگری مالی و افشاگری اختیاری مطابقت دارند. سرمایه‌گذاران برای اتخاذ

1. Mentalism
2. Neurological process
3. Fuster
4. Nerve cells
5. Basic training
6. Egidi
7. Expert intelligence
8. Personality intelligence
9. Traps and cognitive biases
10. Cortes and Rizzello

تصمیمات مالی و تحلیل رویدادهای اقتصادی به نحوه گزارشگری مالی و افشای اختیاری اطلاعات ازسوی واحدهای تجاری حساسیت ویژه‌ای دارند؛ اما طی دهه‌های اخیر رفتارهای خلاف قاعده‌ای در بازارهای مالی به وجود آمده است که نظریه‌های مالی کلاسیک قادر به توضیح و تبیین آنها نیستند. ازاین‌رو، مفاهیمی مانند حسابداری ذهنی که در زمینه مالی - رفتاری مطرح شده است، بیش از پیش توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است (۱۳۹۶: ۱-۲۲).

قیصری، صالحی و قبادی به بررسی دانش مالی سرمایه‌گذاران بر رفتار سرمایه‌گذاری حقیقی پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد باورها و ارزش‌های شخصی و اجتماعی، بازخورد عوامل هیجانی و اطلاعات گروهی بر شناخت رفتار مالی در بازار سرمایه ایران بسیار مهم و با تأثیرگذاری مثبت هستند (۱۴۰۰: ۳۲۵-۳۵۵).

داداشی، زارع و غلام‌نیا به بررسی گرایش‌های احساسی سرمایه‌گذاران با استفاده از نسبت‌های مالی در سرمایه‌گذاری ایران پرداخته و نتیجه گرفته‌اند مؤلفه‌های احساسی در پیش‌بینی سرمایه‌گذاران در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری یا عدم سرمایه‌گذاری، بسیار تأثیرگذار است (۱۴۰۱، ص ۱۵۷-۱۷۴).

دبیری، برزانی و صمدی در مقاله فراروش، ارزیابی اریب‌های رفتاری در تأمین مالی را نشان دادند. نتایج پژوهش آنان این است که تصمیم‌های مربوط به روش‌های تأمین مالی می‌تواند تحت تأثیر اریب‌های رفتاری مدیران بنگاه‌ها قرار گیرد. اریب‌های رفتاری موجب تصمیم‌گیری غیرعقلایی مدیران شده و انتخاب روش تأمین مالی بهینه را با مشکل روبه‌رو می‌کند؛ ازاین‌رو شناخت و ارزیابی اریب‌ها، گام مهمی جهت بهبود تصمیم‌گیری است (۱۴۰۲، ص ۴۹-۷۱).

در جمع‌بندی، آنچه به عنوان نوآوری و دستاوردهای جدید در این مقاله می‌توان اشاره نمود عبارت است از:

۱. بررسی کلیدواژه‌هایی مانند هوش تخصصی و هوش شخصیتی و بیان ارتباط بین این دو برای اصلاح داده‌ها و ارتباط آنها در بازارهای مالی برای تفکیک میان ماهیت بازار سنتی و بازار مالی برای تصمیم‌گیری از اهدافی است که این مقاله در پی شناخت آن است؛
۲. تحلیل چگونگی بررسی اثرگذاری عصب‌شناختی ذهن و شکل‌گیری نقشه شناختی در درک فرایندهای اقتصادی و نهادی از طریق وابستگی به مسیر در تصمیم‌گیری است. در این راستا توجه به تفکیک جایگاه ساختار مغز در درک و احساسات در شکل‌پذیری شناخت درونی که تحت تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی و عوامل بیرونی و بستر نهادی قرار دارند و شناخت آنها برای بازارهای مالی و تصمیم‌گیری، هدف مهم دیگری است که مقاله بدان پرداخته است؛
۳. بحث دیگر کلیدی توجه به بیان نقش و جایگاه وابستگی به مسیر در رفتارشناسی مالی و چگونگی تشکیل ائتلاف در بازار مالی برای پردازش و اصلاح و تبادل اطلاعات محیطی، برای کاهش خطای سیستماتیک و ریسک در بازارهای مالی و بورس که یکی از پارادایم‌های مؤثر ثبات بازار مالی است که برای تصمیم‌گیران در بازار مالی مهم هستند؛
۴. معرفی برخی کلیدواژه‌های جدید مانند انسان تعدیل‌گر شناخت‌محور و نقشه و دام و تعصبات شناختی، در بررسی چگونگی ماهیت دوگانه زیستی - شناختی و تربیتی - فرهنگی و ارتباط آنها با بستر نهادی و ساختارهای اجتماعی افق‌های مفیدی هستند تا در این زمینه که در مقالات فارسی کمتر به آنها توجه شده است، برای علاقه‌مندان ایجاد انگیزه برای پژوهش‌های آتی نماید.

۳. مبانی نظری

پس از ظهور انقلاب اقتصاد رفتاری^۱ در علوم اقتصادی، نگرشی جدید به رفتار انسانی توسط روان‌شناسی مورد توجه قرار گرفت تا توضیحات واقعی‌تری از تصمیم‌گیری‌های انسان‌ها و ماهیت و پویایی و تکامل سازمان‌ها و نهادها ارائه کند. اقتصاد شناختی با تفاوت‌های اندک اما اساسی با اقتصاد رفتاری، با توجه به اطلاعات ناقص و غیرکامل و تمایلات شخصی انسان‌ها و تأثیر آن در فهم و شناخت بشری^۲ مورد توجه هربرت

1. Behavioral economics

2. Production of human knowledge

سایمون^۱ قرار گرفت. عقلانیت و شناخت محدود عاملین در بازار و افراد، و عصیت ذهنی و نقش آن در شناخت افراد، ضرورت توجه به اقتصاد شناختی را پدید آورد (Cortes, Rizzello, 2007, 255-274). هایک با توجه به نظرات منگر بر نقش ضمنی شناخت فردی در فرایند تصمیم‌گیری و ارتباط قوی بین ساختار ذهنی بشر و ماهیت نهادها و نقش مؤثر آنها تأکید کرد (Hayek, 1963, 1967: 321-346).

۴. ارتباط مکانیسم فهم و تصمیم‌گیری در بستر نهادی^۲

از نظر مکتب اتریشی برای فهم مکانیسم شناخت و تصمیم‌گیری باید آن را در یک بستر نهادی بررسی نمود. ابعاد نهادی مستقیماً از طریق فرایند شناخت بشری و ذهن به هم مرتبط هستند؛ از این رو تجزیه و تحلیل تصمیم‌گیری در حوزه بازارهای مالی تنها شامل جنبه عصب‌شناسی تنها نیست، بلکه هنجارهای اجتماعی و بازخورد به این هنجارها در تصمیم‌گیری مرتبط هستند. هنجارهای اجتماعی و نهادها از میان کردارهای آزادانه فردی به صورت خودانگیخته و خودبه‌خودی و براساس فرایند گزینش اجتماعی به وجود می‌آیند. هایک این فرایند را گزینش فرهنگی^۳ می‌نامد که باید آن را از هر نوع تغییر فرهنگی برنامه‌ریزی شده متفاوت دانست. او معتقد است:

شناخت ماهیت و تأثیر و تکامل نهادها و هنجارهای اجتماعی کاملاً به محدودیت ساختاری ذهن آدمی و همچنین عصب‌شناختی و ارتباطات ذهنی میان افراد مربوط وابسته است؛ موضوعی که منگر آن را کاملاً تحت تأثیر شاکله ذهن بشر می‌داند (Menger, 1883: 137). این فرایند شناخت را باید در دو سطح درونی و برونی مورد بررسی قرار داد تا نقشه شناختی مرتبط به آن را ترسیم نمود (Hayek, 1963: 321). از نظر کرتس و ریزلو این دو سطح از هم جدا نبوده و بر هم تأثیر متقابل دارند. سطح درونی فرایند شناخت^۴ شامل تمام ویژگی‌های فردی ذهن انسان تحت تأثیر ابعاد عصبی‌زایی و ادراک و معرفت شخصی بازخورد درونی، با مکانیسم خودانگیخته گذشته‌محور مرتبط بوده و در سطح بیرونی فرایند شناخت^۵ با روابط متقابل بیرونی و روش‌های فرهنگی و تربیتی در ارتباط هستند (Cortes, Rizzello, 2007: 97)؛ از این رو باید یک سوءبرداشت را برطرف کرد و آن اینکه فرایند شناخت از حیث تجربه مبتنی بر مشاهده مستقیم پدیده‌ها، به سه مرحله مجزا قابل تقسیم است: مرحله اول: توجه به روابط بین تصمیم‌گیری و قوه مشاهده و ادراک و شناخت و معرفت انسانی و همچنین ارتباط آن به ماهیت و نقش کارکردهای نهادهاست؛

مرحله دوم: در ارتباط نظریه دانش هایک و تصمیم‌گیری‌های مالی پیرامون آن قرار می‌گیرد؛

مرحله سوم: توجه به مفهوم وابستگی به مسیر طی شده و کاربردهای آن برای بازارهای مالی و توجه به این سؤال که شناخت و تصمیم‌گیری چگونه حاصل و برای تصمیم‌گیری تکرار می‌شود؟
هایک در تمام تحقیقات متنوع خود هیچ‌گاه ماهیت عصبی - شناختی^۶ کردار انسان را فراموش نکرده و برای او همواره یک تسلسل دایره‌وار بین مراحل دوگانه زیر با طرح دو سؤال زیر وجود داشته است:

۱. دریافت و تفسیر اطلاعات در تکوین شناخت برای تصمیم‌گیری و نقش هوش تخصصی و هوش شخصیتی در این زمینه چگونه است؟

۲. این اطلاعات برای تصمیم‌گیری در زندگی اجتماعی چه نقشی ایفا می‌کنند؟

هایک در تکوین اطلاعات و شناخت تکراری، معتقد است، همه افراد از زمان تولد به عنوان یک موهبت الهی دارای یک نقشه شناختی هستند. نقشه شناختی نمایش ترسیمی از دیدگاه‌های افراد برای درک چگونگی ذخیره‌سازی و انتقال اطلاعات و دانش افراد به هنگام تعامل با سامانه‌های اطلاعاتی و تبادلات گروهی فردی و سازمانی است. نقشه شناختی را باید نوعی مدل ذهنی و ابزاری برای باورهای ذهنی و ترسیم آنها دانست؛ بنابراین نقشه شناختی و نمودارهای مفهومی برآمده از آن، شرایطی را فراهم می‌کند که به پژوهشگر امکان درک و معنابخشی به

1. Herbert Simon

2. Institutional platform

3. Cultural selection

4. The inner level of the cognitive process

5. The external level of the cognitive process

6. Neurocognitive nature

محرك‌های تأثیرگذار خارجی مختلف را می‌دهد. این نقشه شناخت درونی، ریشه در والدین هر فرد داشته و ماهیتی دوگانه زیستی و تربیتی (فرهنگی) دارد که در طول زمان از طریق فرایند انتخاب توسط افراد تکامل می‌یابد. طی نمودن این تکوین این تمایل را به وجود می‌آورد که در آغاز زندگی، یک محرك خارجی تأثیرگذار زمانی قابل درک خواهد بود که انسان با آنچه از قبل شناخته ارتباط برقرار کند (Hayek, 1979: 111, 138).

حال اجازه دهید این مراحل اولیه شناخت را به دلیل دارا بودن موضوعات مهم عمیق‌تر بررسی کنیم. نکته نخست این‌که، نقشه شناخت درونی تحت تأثیر بافت فرهنگی قرار می‌گیرد و هر آنچه می‌خواهد وارد دستگاه ادراکی انسان شود، لزوماً باید اتصالی با قبل برقرار کند. اگر این اتصال برقرار نشود، بشر قادر به شناخت آن و حتی درک اولیه آن نخواهد بود (Oakley, 1999: 4). هایک (۱۹۵۲) و ریزالو (۲۰۰۳) در تبیین بازخورد و تأثیر گذشته نوشته‌اند: مفهوم بازخورد درونی گذشته‌محور بوده، به دو بخش زیر وابسته است: اول، قرارگرفتن در طبقه‌بندی مناسب در نقشه شناختی در مغز انسان‌ها برای درک درست و صحیح در افراد و ارزیابی و طبقه‌بندی مجدد در صورتی که شناخت درست و کاملی اتفاق نیفتاده باشد؛

دوم این‌که، در ارتباط با شناخت، هم‌زمان در سلول‌های عصبی مرتبط به این محرك، اتصالات بین سلولی جدیدی ایجاد می‌شود تا باعث افزایش سرعت در واکنش به این محرك در زمان‌های بعدی شود.

این دو جنبه محورهای سودمندی هستند که ماهیت نقش عصب‌شناختی را در ایجاد نظم ذهنی - عصبی^۱ برای درک جهان خارج به وجود می‌آورند و به صورت یک عادت تکرارپذیر بین سلول‌های عصبی هربار که آن محرك تکرار شود، تکرار به صورت عادت در انسان‌ها تبدیل می‌شود. با تکرار هرچه بیشتر این محرك، اتصالات بین سلولی عصبی تقویت شده و درک آن محرك برداشت‌های جدیدی را شکل می‌دهند. از آنجاکه اساس مقوله‌های ادراکی و شناخت ذهنی به صورت تدریجی و با توجه به درک محرك‌های جدید و سازش با آنهاست، بنابراین، به تغییر در افراد منجر می‌شوند (Hayek, 1952, Rizzillo, 2007: 100).

بعد از ظهور این فرایند شناختی این ویژگی عمدتاً به تجربه‌های شخصی تبدیل خواهد شد که خود وابسته به محیط فرهنگی و تربیتی پیرامون فرد، شکل گرفته و تغییر و تکامل می‌پذیرد. تمام محرك‌ها شامل محرك‌های دوگانه عصب‌زایی^۲ و خنثی‌سازی عصب^۳ ذهن خواهند بود؛ چه محرك‌هایی که از قبل شناخته شده‌اند و آگاهانه درک می‌شوند و چه محرك‌هایی که جدید بوده و به تازگی مورد توجه قرار می‌گیرند و تحت تأثیر عصب‌های ذهن هستند (Hayek, 1952: 111, 138).

بنابراین، شناخت شخصی، حاصل مکانیسمی پیچیده با زمینه عصبی و تحت تأثیر بافت فرهنگی و تربیتی قرار دارد. سؤال این است چه عناصری اجازه می‌دهند یک ادراک موجود، محرك خارجی را طبقه‌بندی و شناسایی کرده، آن را به صورت یک عادت قابل قبول در بیاورد؛ به طوری که در آینده برای هر کنش خاصی، واکنش مربوط به آن ابراز شود؟ برخلاف آنچه به نظر می‌رسد، پاسخ به این سؤال از قبل مشخص و ساده نیست. اگر عملی موفقیت‌آمیز باشد، قوه ادراک آن را کارا دانسته و ادراک را به صورت عادی می‌پذیرد. در غیر این صورت فرد را وادار می‌کند ارزیابی مجدد و آزمایش دقیق‌تر از ادراک داشته باشد. این عمل به عنوان کنش جدید و نیازمند به طبقه‌بندی مجدد، ممکن است فرد را به رفتار جدید وادار نماید. این فرایند آن قدر ادامه می‌یابد تا نتایج درست و رضایت‌بخشی برای فرد و اجتماع به نظر آیند و در اجتماع منعکس و به عنوان یک کنش اجتماعی درآیند.

هایک در تکمیل بحث پیش گفته معتقد است ما در تجزیه و تحلیل خود به موضوعات مهم دیگری نیز توجه می‌کنیم؛ موضوعاتی مانند اینکه معیارهای دقیق درستی و نادرستی در دنیایی با فرایند درک غیرکامل و تصادفی چیست؟ در پاسخ می‌نویسد: توجه به جنبه‌های وراثتی و تجربه‌های شخصی، معیارهای قابل قبول و رضایت‌بخشی هستند. بررسی معیارهای موفقیت یا شکست یک عمل نیازمند تجزیه و تحلیل ارتباطات متقابل اجتماعی و فرایند انتخاب فرهنگی از زاویه ارتباطات متقابل اجتماعی و عناصر شکل‌دهنده کردار انسانی است که هر فرد

1. Mental-nervous order

2. Neurogenesis

3. Nerve neutralization

براساس فرایند شناختی پیش گفته عمل می کند و در سطح فردی با محیطی تعامل دارد که توسط حواس وی شناسایی می شود؛ محیطی که تحت تأثیر حضور سایر افراد و تحت تأثیر اعمال، مقاصد و نیات آنان است و به راحتی و به صورت کامل با حواس ظاهری قابل درک نیستند و همواره تفسیرپذیرند. روابط متقابل عاملین بازار که با شناخت محدود همراه با احساسات روبه رو است از بعد اجتماعی و محاسباتی ناقصی که برای عاملین در بازار وجود دارد باعث تفسیرپذیری متعدد در تصمیم گیری بازار شده و واکنش های متفاوتی ایجاد می کند.

واکنش ها تحت تأثیر دو نیروی متوازن سازی عصب زایی و خنثی سازی سلول های عصبی قرار می گیرند (Hayek, 1973, 1988: 23-24). برای بررسی این مسئله نیروهایی که متقابلاً تلاش می کنند در برابر تفسیر پدیده های خارجی نظم فعلی ذهنی^۱ را حفظ کنند یا آن را تعدیل نمایند، ظاهراً نوعی بی نظمی اجتماعی ناشی از عدم پایداری شناخت و ارتباطات افراد را تداعی می کنند. با تأکید بر اینکه ارتباطات متقابل اهمیت زیادی در این نظم اجتماعی خواهند داشت، افراد ادراک های مختلفی از محرک های خارجی داشته، این محرک ها را براساس ویژگی های هوش شخصیتی و تجارب فردی طبقه بندی می کنند.

حال چگونه می توان توضیح داد که آنان بر چه اساسی به صورت خودانگیخته در بهبود نظم اجتماعی مشارکت و همکاری می کنند؟ در توجه به این موضوع باید ارتباطات جمعی را متفاوت از ارتباط فردی دونفره دانست؛ زیرا آنگاه که در ارتباط دونفره وقتی یک کارگزار روابط صریح و ضمنی با ثباتی با سایر کارگزاران در اجتماع برقرار کند این ارتباط را باید ارتباط جمعی و نهادهی چندنفره گروهی درون سازمانی یا برون سازمانی متفاوت دانست. ارتباطات اجتماعی فراگیر در جامعه باعث شکل گیری واکنش گفتمانی جمعی شده و این نوع از واکنش بیشتر آموزش و یادگیری آموزشی را تکامل می بخشند؛ بنابراین مبانی توجه به پدیده های اجتماعی^۲ هایک تنها بر فردگرایی^۳ استوار نبوده، بلکه درواقع، چنین یادگیری خود باعث گسترش داده های ذهنی و انباشت اطلاعات و نقشه شناختی می شوند (Hayek, 1979: 27-32).

نکته اصلی دیدگاه هایک در نقشه شناختی ارتباط فرهنگی و روابط متقابل اجتماعی این است که تأثیرگذاری فرهنگی در نقش واسطه و روابط متقابل اجتماعی در نظریات او با ادراک مقولات دریافت های قبلی مرتبط است؛ مقولاتی که ما را قادر می کنند عناصری را که هرچه نزدیک تر به فرهنگ ما باشند (مانند زبان مادری) آسان تر بیاموزیم و بسیار ساده تر خود را با هنجارهای اجتماعی مخصوص فرهنگ خود وفق دهیم. به طور خلاصه، فرایند «انتخاب فرهنگی» از نظر هایک عبارت است از: فرایند رفتار آزادانه که طی آن هر فردی به تدریج پی می برد رعایت قواعد عمومی و اشتراک در گروه به نفع وی است و از این رو روابط جمعی متقابل بهبود می یابد. با قبول این نظر، فقط باید توجه نمود کدام قواعد فرهنگی و اجتماعی در طول زمان، ادامه و کدام ها حذف می شوند؟ پاسخ هایک بسیار ساده است: آنهایی که ثابت شود برای گروه مناسب تر و بهتر هستند، پایدارترند (Hayek, 1979: 27).

بنابراین، ادراک فردی به سمت مدلی ذهنی متمایل شده و سرانجام به این عنصر ذهنی ختم می شود که من متعلق به کدام گروه هستم و در طول روندی که فرایند یاد شده برقرار باشد، نحوه یادگیری افراد به احتمال زیاد به سمت یادگیری اجتماعی تغییر خواهد یافت و ارتباطات به یک جریان دوطرفه به منافع اجتماعی منجر و باعث تکامل فردی و گروهی می شود. همان گونه که مشاهده می شود، هنجارهای اجتماعی^۴ و قواعد رفتاری، به صورت ضمنی و صریح ناشی از «رفتار آزاد» هستند و همه براساس فرایند شناختی - عصبی شکل گرفته اند. وقتی هنجارهای اجتماعی و قواعد رفتاری شکل می گیرند، به دنبال آن، بر مکانیسمی که خود براساس آن شکل گرفته اند نیز اثر خواهند گذاشت که همان مفهوم «بازخورد» را بیان می کنند. هنجارهای اجتماعی که تحت تأثیر طرز کار ادراک های فردی قرار دارند، خود ظرفیت افراد برای درک مشاهدات، ارزیابی و معنادهی به آنها را مشخص می کنند. معمولاً فرایند یادگیری به صورت اجتماعی پدید می آید.

آلبرت بندورا در (۱۹۷۷) بسیار عالی طرز کار یادگیری اجتماعی، شناخت و معرفت را توضیح داده است. او معتقد است: ذهن بشر مایل است دنیای حقیقی خود را براساس مجموعه ای از اطلاعات گردآوری شده انطباق دهد و معرفت جدیدی بسازد. هرچند باید توجه نمود دنیای حقیقی و معرفت شکل گرفته یکسان نیستند و ممکن است این انطباق در دوره های زمانی دیگر تکمیل و اصلاح شوند، اما این

1. Current mental order

2. Social phenomena

3. individualism

4. Social norms

نکته مهم است که این مجموعه اطلاعاتی عمیقاً تحت تأثیر بافت اجتماعی و کنش و واکنش ارتباطات جمعی و گروهی، موجب یادگیری جدید و اصلاح آموخته‌های قبلی می‌شوند. بنابراین، قابل قبول خواهد بود فعالیت‌های شناختی در طول زمان تحت تأثیر تجربه‌های شخصی و جمعی تغییر یابند (Bandura, 1977, 1986).

۵. وابستگی به مسیر و نقش و تأثیرگذاری آن بر تصمیم‌گیری

وابستگی به مسیر چیست و چه نقشی در تصمیم‌گیری دارد. اصل وابستگی به مسیر بیان می‌کند که مجموعه تصمیمات و مسیرهای ممکن برای انتخاب‌های امروز که حاصل تصمیمات و مسیرهای انتخاب‌شده در گذشته‌اند، بر تصمیم‌گیری جاری تأثیر دارد. گاه یک تصمیم یا رویداد ابتدایی ممکن است بی‌تأثیر یا بدون هیچ تبعاتی بر مسیرهای انتخاب‌شده در گذشته شکل پذیرد (David, 1985: 323-327). یکی از بحث‌های بسیار مهمی که نهادگرایان^۱ بر آن تأکید دارند، بحث وابستگی نهادی^۲ به مسیر طی شده است. بر آشنایان با ادبیات وابسته به مسیر پوشیده نیست که این تعبیر برای ایجاد و تأثیر نوآوری اقتصاد کاربرد فراوانی دارد (Arthur, 1989: 30-31) و این مفهوم در فرآیندهای تصمیم‌گیری فردی و نیز فرآیندهای تصمیم‌گیری سازمانی وارد ادبیات اقتصاد شناختی شده‌اند (Denzau, North, 1994: 332-337). ریزلو و توروانی و نیز هربرت سیمون همانند دیوید و نورث و دنیز نیز در پژوهش‌های خود آن را به‌کار گرفتند (Rizzello, Turvanai, 2000: 165-180; 2002: 201-204).

اینکه یک فرد کدام مسیر را از میان مسیرهای ممکن انتخاب خواهد کرد، سؤال بسیار حیاتی است؛ زیرا اگر پاسخ ما این باشد که انتخاب این مسیر یک انتخاب تصادفی است، باید توضیح دهیم چگونه ممکن است نظم اجتماعی، ناشی از رفتار تصادفی پدید آید؛ اما اگر انتخاب مسیر را یک انتخاب تصادفی ندانیم و انتخاب را تحت تأثیر سنت و گذشته تفسیر کنیم، در این صورت، انتخاب مسیر به دلیل چسبندگی به گذشته و سنت‌ها کمتر به تغییر و حتی اصلاح باورهای گذشته تمایل دارند.

تغییرات در جهان، به‌خودی‌خود ترتیبات فرهنگی و باورهای جدیدی را ایجاد می‌کنند که افراد و سازمان‌ها افزون‌بر انتخاب رضایت‌بخش قبلی، مسیرهای جدید را بپذیرند و سپس آن را تقویت کنند. هایک تأکید کرد این سازوکارها مستقیماً به فرایندهای عصبی بیولوژیکی انسان مرتبط است؛ زیرا مسیرهای تصمیم‌گیری و پیامدهای آن به ویژگی عصبی - روانی و بیولوژیکی شخصی فرد وابسته است. این دو سازوکار، توأمان خود را در فرایندهای ادراک و در ارزیابی پیامدها نشان می‌دهند. هرچند ادبیات وابستگی مسیر در چند سال اخیر توسعه یافته است، ولی همچنان یک مشکل مهم تاکنون بی‌پاسخ باقی مانده و آن، درک چگونگی عدم ثبات و تمایل به تغییر یک سیستم پس از رسیدن به یک وضعیت ثبات است.

اگر تحلیل‌های وابستگی مسیر را به یک فرد یا سطح سازمان ارتباط دهیم، به دیدگاهی جدید و جالب دست می‌یابیم که می‌تواند پویایی‌های مسیر وابستگی در جهت وضعیت ثابت و گرایش به تغییر را توضیح دهد و همچنین به‌عنوان راهی است که نشان می‌دهد چگونه یک تصمیم‌گیرنده یا یک سیستم از یک وضعیت ثبات سریعاً خارج شده و چگونه روی یک مسیر جدید مجدداً شروع به فعالیت می‌کند. براساس نظر هایک، در این مفهوم از مسیر، توسعه افراد و سازمان‌های تصمیم‌گیر به‌شدت به ظرفیت خواسته مردم و سازمان و جامعه واکنش نشان داده و این معیاری است که می‌توان آن را مسیر توسعه جدید هایکی دانست و براساس آن، مسیر توسعه دائماً در حال تغییر را معرفی نمود. این مسیر توسعه به ساختارهای ذهنی افراد و فرهنگ و احساسات افراد و جامعه وابسته است که ترکیب آنها به‌نوبه خود، به ویژگی فردی و کنش و واکنش‌های تغییرات فرهنگی و باورها وابسته است. به‌دیگرسخن، این فرایندهای ذهنی قویاً به ترکیب موضوعات روانی - عصبی و بیولوژیکی و به مسیرهای تجربه‌شده گذشته افراد بستگی دارد (Hayek, 1979: 21-23).

با گسترش و دخالت دادن، تجزیه و تحلیل وابسته به مسیر به بعد شناختی فردی، درمی‌یابیم که تصمیم‌گیران چه نوع مسیری را از میان مسیرهای متعدد انتخاب می‌کنند و همچنین علت قرار گرفتن آنها در «دام و تعصبات شناختی»^۳ چیست (Hayek, 1963, 1967: 321-).

1. Institutionalists

2. Institutional dependence

3. Traps and cognitive biases

346). دام شناختی خطاها و سوگیری‌های ذهنی هستند که بر قضاوت ما و دیگران تأثیر می‌گذارند و به بازنگری در پردازش اطلاعات فردی و اجتماعی منجر می‌شوند. این بازنگری بر سرمایه‌گذاری، خرید، حتی تصمیم‌گیری روزمره و سایر موارد مؤثر هستند. این موضوع اهمیت شکندگی دانش انسان را نشان می‌دهد؛ باوری که ممکن است با یک مشاهده کاملاً بی‌اعتبار شود. سوگیری‌های شناختی اغلب نتیجه تلاش مغز برای ساده‌سازی پردازش اطلاعات و تصمیم در ارتباط با تعدادی از تجربیات است که در اثر بازنمایی مجدد از یک مشکل در انتخاب مسیر مطلوب پدید می‌آید. به همین علت، افراد به ایجاد یک بازسازی ذهنی مجدد تمایل دارند. درنهایت، این واقعیت که درک محرک‌های خارجی، دسته‌بندی تفسیری ذهن انسان را تقویت می‌کند، یک مسیر جدید از پژوهش را به ما پیشنهاد می‌دهد و تأکید می‌کند ویژگی اصلی ظرفیت مغز باعث تکامل دانش و باورها در مسیر می‌شود. در پاسخ به چگونگی فعالیت‌های شناختی توسط مکانیسم‌های یادگیری به دو سازوکار باید توجه شود:

۱. درک محرک‌های خارجی، که با توجه به ساختار ذهنی مغز و با توجه به طبقه‌بندی ذهن از محرک‌های خارجی به‌طور خودجوش تفسیر و طبقه‌بندی می‌شوند؛
 ۲. سازوکار بعد اجتماعی در تقویت یادگیری که بندورا آن را «آموزش بنیانی» نامید. این مکانیسم یادگیری تکمیلی به استانداردسازی رفتار انسان و ظهور نهادها و قوانین اجتماعی منجر می‌شود و در چشم‌انداز طرح‌ریزی‌شده، ارتباط فرایند یادگیری متفاوت برای درک فرایندهای اقتصادی و نهادی را به‌طور ضمنی وابسته به مسیر می‌داند.
- با توجه به مفهوم خطا و تورش می‌توان نتیجه گرفت که در یک سازوکار کامل در نظریه تصمیم‌گیری از روش‌های اصلی، مانند یک فرض انجام‌گرفته در نظریه تصمیم‌گیری از روش اصلی، تشخیص رفتار نادرست کمک می‌کند خطا و تورش به سمت اصلاح پیش رود؛ اما در واقعیت، فرض اساسی اقتصاد شناختی نتیجه یک فرایند تصمیم‌گیری نامحدود با توجه به ماهیت ذهن است (Rizzello, 2004: 274-225).

۶. ارتباط شناخت و وابستگی به مسیر بر تصمیم‌گیری در بازارهای مالی^۱

نظریه‌پردازان حوزه بازارهای مالی به‌طرز تعجب‌برانگیزی از قبول و به‌کار بستن نظریه شناخت هایک چه درخصوص مالکیت و چه درخصوص شناخت و دانش خودداری کرده‌اند. این نظریه‌پردازان ترجیح می‌دهند تا در نظریه‌های اطلاعات رایج، با تحلیل بازارهای مالی و مدل‌سازی رفتار کارگزاران در بازارهای مالی، پویایی‌های موجود در کارهای هایک را نادیده گرفته و وانمود کنند شناخت این کارگزاران حالت ایستا دارد. دلیلش شاید این است که هایک نسبت به زمان تدوین نظریه‌های سنتی بازارهای مالی بسیار جلوتر بود. فاستر عدم پیشرفت علوم عصب‌شناسی در زمان هایک را یادآوری نموده و گفته امروز که این علم گسترش یافته محققین متوجه شده‌اند نظریات هایک نسبت به برخی نظریات ارائه‌شده بسیار قابل‌قبول‌تر است (Fuster, 1995: 45). آثار هایک در دو زمینه زیر برای بازارهای مالی مهم و قابل‌توجه است:

۱. کاربرد اطلاعات در اجتماع: در این کاربرد، اینکه چگونه نظام قیمت‌ها بین تصمیمات فردی اشخاص هماهنگی ایجاد و به تکامل بازار کمک می‌کند، توضیح می‌یابد (Hayek, 1945)؛
۲. نظم حسی به‌عنوان مبانی زیستی - عصبی شناخت: همان‌گونه که فاستر می‌نویسد، دلیل باقی ماندن بر استفاده از مدل هایک این است که ویژگی‌های آن را سایر مدل‌ها ندارند و به‌طور فوق‌العاده‌ای توسط شواهد اخیر زیستی - عصبی درخصوص حافظه تأیید شده و کاملاً مناسب مباحث جاری است (Hayek, 1945: 519-530).

۷. ساختار مغز در شناخت و وابستگی مسیر

تحقیقات پیشرفته درخصوص مغز، رفتارشناسی اساسی نظریه بازار مالی مبتنی بر جهان واقعی را شکل می‌دهند. بنابر عقلانیت هایکی^۲ که در تقابل با پارادایم کلاسیک شکل گرفته است، تفاوت‌های زیادی بین این دو پارادایم قابل ذکر است، در نتیجه تنها نباید به تفاوت‌های هوش

1. Financial markets

2. Heike's rationality

تخصصی توجه کرد، بلکه به هوش شخصیتی و احساسات به مثابه کارکردهای مغز نیز باید توجه داشت. هوش تخصصی یا دانش تخصصی به قسمت‌های پشتی و جانبی از بخش جلویی غشای مغزی (واقع در پیشانی) مربوط است و به فهم تطابق کنش و رفتار مناسب آن ارتباط پیدا می‌کند. قوه استدلال عمومی نیز به قسمت‌های پایینی غشای مغزی واقع در گوشه‌های پیشانی (بالای چشم‌ها) مربوط است و نتایج بلندمدت‌تر اعمال اشخاص را مورد توجه قرار می‌دهد؛ از این رو تطابق با هنجارها و انتظارات اجتماعی به این قسمت مربوط است. قسمت‌های کناری مغز (گیج‌گاهی دو طرف سر) بیشتر از هر چیز دیگر بر کنترل احساسات مرتبط هستند. در مقابل، قسمت‌های مربوط به استدلال و منطق مغز، حرف اول و آخر را می‌زند و به تصمیم گرفته‌شده توسط قسمت‌های منطق عمومی و هوش تخصصی می‌پردازد.

هوش تخصصی، نوعی از هوش شخصیتی است که افراد در تعامل با یکدیگر و براساس شخصیت انسان‌ها به عنوان یک فهم و کسب دانش مدون در خود ذخیره می‌کنند. این نوع از شکل‌گیری تخصصی در ابتدا یک امکان ذهنی است که تمام تفاوت‌ها و شخصیت‌های انسان‌ها را بدون قضاوت، تأیید یا تکریم می‌کند. این تأیید ناشی از جایگاه تخصص در بین افراد است. فردی که دارای هوش شخصیتی است، نمی‌تواند فارغ از انواع تعصبات ذهنی با دیگران ارتباط برقرار کند و به نتیجه مطلوب برسد. این ارتباط و همدلی و درک موقعیت طرف مقابل، با شناخت احساسات و تعصبات، ارتباط مؤثر و مفیدتری برای تصمیم‌گیری دارد. افراد دارای هوش شخصیتی کسانی هستند که در سده‌های گذشته بدون برخورداری از راه‌های ارتباطی مانند اینترنت و حتی تلفن و تلگراف، بهترین ارتباط مؤثر را برقرار می‌کردند. دلیل این ارتباط موفق به شخصیت افراد بستگی داشت. امروزه تنها هوش تخصصی کافی نیست. برای طراحی نوعی از شخصیت به همراه هوش تخصصی به کمک استفاده از احساسات، فرهنگ و باورها و حتی ایده‌های تجاری طرف مقابل، برای برقراری ارتباط دوطرفه و چندطرفه برای کسب اطلاعات و نفوذ در طرف مقابل، باید نقشه شناختی مشخصی داشته باشند. طراحی شخصیت به همراه صداقت و ایجاد حس خالص مشترک، همان امکانی است که از آن به عنوان هوش شخصیتی نام برده می‌شود. بنابراین، هوش تخصصی در ارتباط با هوش شخصیتی بر تصمیمات با خطای کمتر مؤثرند. تنها با هوش تخصصی و بدون سنجش تأثیرگذاری احساسات نمی‌توان تصمیم‌گیری منطقی داشت. در پاسخ به این سؤال که ساختار مغز ما اجازه چه نوع عقلانیت و منطقی را می‌دهد، قسمت مربوط به احساسات مغز در مورد میزان استفاده از منطق و هوش تخصصی تصمیم می‌گیرد. هر پژوهشگری که بخواهد جایگاه هوش تخصصی را در بازارهای مالی تجزیه و تحلیل کند، بدون درک درستی از هوش شخصیتی نتیجه مطلوبی نخواهد گرفت؛ زیرا خصلت‌های فردی و حتی جمعی و تجلی آن در احساسات، رکن اصلی موفقیت در رفتارشناسی مالی شناختی^۱ را تشکیل می‌دهد (Roth, 2003: 156-168).

۸. رفتارشناسی مالی شناختی

رفتارشناسی مالی شناختی، مشکلات نظریه‌های مرسوم مالی را برجسته کرد. درواقع، نظریه‌های روان‌شناسی در کنار توجه به عصب‌شناسی می‌توانند با ارائه تفسیر جدیدی از بازار مالی، مدل‌های عقلانیت کلاسیکی را به چالش کشیده، عدم انطباق آنها با دنیای واقعی را اعلام نمایند (Kahneman, 2003: 1449-1475).

با چالش در عقلانیت کلاسیکی، اقتصاد رفتاری و شناختی به دنبال این است که برای تبیین رفتارشناسی مالی واقعی با به کارگیری علم عصب‌شناسی و اقتصاد آزمایشگاهی و توجه به اینکه کارگزاران از تأثیرپذیری شخصی جدا نیستند و محیط خارجی نیز در شکل‌دهی کردار بشر مؤثرند با این تأثیرگذاری لازم است برای تحلیل دقیق بازار مالی ماهیت هستی‌شناسانه پدیده‌های اقتصادی را توجه نمود (Oakldey, 1999: 26).

رویکرد هستی‌شناسی پدیده‌های اقتصادی^۲ به بیان دقیق‌تر، رویکرد وجودشناختی (انتولوژیک) است که به جهان هستی انسان توجه می‌کند. تمایل اقتصاددانان به داشتن نگاهی طبیعت‌گرایانه نسبت به جهان هستی، و نگاه عقلانی به کنشگران اقتصادی از جمله مهم‌ترین رویکردهای هستی‌شناسانه اقتصادی است که زمینه‌ساز بسیاری از نظریه‌های اقتصادی شده است. اینکه ماهیت محیط خارجی با نگاه

1. Cognitive financial behavior

2. Ontology of economic phenomena

هستی‌شناختی در رفتارهای مالی به دنبال چه مفهومی است، موضوعی است که در رفتارهای مالی با روش‌شناسی اقتصاد اتریشی - رفتاری با رویکرد اطلاعات ناقص و فرض‌ها و برداشت‌های ذهنی و احساسی، اساس مالیه رفتاری سرمایه‌گذاری^۱ را شکل می‌دهند.

۹. تفاوت‌های بازار سنتی^۲ و بازارهای مالی

چه در بازارهای سنتی و چه بازارهای مدرن، قاعده کلی این است که بازار پدیده و نهادی سودمند است و این ویژگی، تأثیر احساسی مثبتی در کارگزاران بازار دارد. بازار مالی به دلیل کثرت و قدرت بالای ارتباطات با سایر بازارها تفاوت و تمایز دارد.

۱. یکی از تمایزات، ارتباط عرضه و تقاضا در بازارهای سنتی است؛ در حالی که در بازار کالا عرضه از تقاضا پیروی می‌کند، در بازارهای مالی بین افزایش و کاهش در عرضه و تقاضا ارتباط خطی وجود ندارد؛ یعنی برخلاف انتظار، وقتی تقاضا افزایش می‌یابد، عرضه به جای افزایش، ممکن است کاهش یابد؛ زیرا صاحبان اوراق بهادار با معاملات سفته‌بازی شروع به احتکار اوراق کرده و به این امید که تقاضا افزایش بیشتری خواهد یافت از عرضه اوراق حتی در قیمت‌های بالاتر خودداری می‌کنند؛

۲. مثلاً در بازار سرمایه، عرضه سهام، آنچنان در نتیجه افزایش سرمایه یا افزایش قیمت اولیه عرضه عمومی آن افزایش نمی‌یابد، مگر در مراحل پایانی تشکیل حساب (اصطلاحاً گاو نر بازار^۳) که باعث افزایش عرضه می‌شود. همچنین، عرضه کاهش نمی‌یابد، مگر زمانی که بازار خرسی^۴ باشد و بازاری که قیمت‌ها در حال نزول و همه فروشنده‌اند، به مراحل انتهایی خود نزدیک شود.

۳. براساس این فرایند مبادله، اوراق بهادار را درگیر و گرفتار مشکل می‌کند. درحقیقت، این مبادلات مربوط به خود اوراق نیست و مربوط به انتظارات است؛ انتظاراتی که چیزی جز توجیهات خیالی از آینده نیستند و مبنای واقعی ندارند. فعالان بازار به منظور ارزیابی آینده خیالی برای قیمت اوراق بهادار دو روش متفاوت برای حل مشکل بازار مالی دارند:

نخستین روش، استفاده از مدل‌های محاسباتی است که با به‌کارگیری داده‌های سری زمانی مربوط به گذشته بنگاه‌ها و اقتصاد کلان، آینده بنگاه و وضعیت کلان اقتصادی را پیش‌بینی می‌کنند. این روش گرچه از کارکردهای هوش تخصصی است، اما کاملاً تحت تأثیر احساسات قرار دارد. براساس مطالعات انجام‌شده در رفتارشناسی مالی، توجه تنها به هوش تخصصی نظام خطاهای ریسک‌پذیر^۵ را ایجاد می‌کند.

روش دوم، ناشی از ماهیت اقتصاد اجتماعی است که براساس آن نتایج کلی کردار همه فعالان می‌تواند بر تک‌تک افراد تأثیر داشته باشد. درواقع، هرگاه موفقیت تحت تأثیر کردار دیگران باشد، این سؤال که دیگران چه انجام خواهند داد، ضروری و سودمند است. حال نکته اساسی این است چنین کلی‌گرایی در بازار مالی وجود ندارد؛ زیرا نباید اشتباه کرد که انسان، تعدیل‌گر شناخت‌محور است که برای یافته‌های رفتارشناسی کارآمد^۶ باید به عصب‌شناسی و احساسات و هوش شخصیتی توجه نمود.

۱۰. دستاوردها و پیامدهای تحلیل اقتصاد شناختی برای بازارهای مالی

پیامد اول، توجه به این موضوع است که رویدادهای پدیدآمده و تکانه‌های قیمتی و رویدادهای خودبه‌خودی از طریق هوش تخصصی دانش‌های سازمان‌یافته در حافظه، بر ادراکات تأثیر خواهد گذاشت. رویدادها در ارتباط با دانش و باورهای شکل‌یافته قبلی ابتدا در ذهن و مغز انسان بازنگری شده و بعد از استانداردسازی پردازش اطلاعات تجربی به‌عنوان یافته‌ها و تجربیات شخصی، دانش‌های گذشته را در بازارهای مالی اصلاح می‌کند. این فرایند به‌نوعی مبادله طرفینی بین هوش شخصیتی در افراد و هوش تخصصی در بازار، سیال بوده به‌گونه‌ای که یک نظام اصلاح اطلاعات تحت رژیم عدم قطعیت را پدید می‌آورد. نکته کلیدی تبادل اطلاعات در بازار مالی باعث اصلاح پیوسته بازار و تصمیم‌گیری می‌شود.

1. Behavioral finance. investment

2. Traditional market

3. Market bull

4. Bear market

5. Risky error system

6. Findings of effective behaviorism

پیامد دوم، بررسی رفتارشناسی مالی در بازار مالی، درجه بالا از وابستگی متقابل است میان تجربه گذشته و انتظارات از آینده در محیطی که عدم اطمینان وجود دارد. در این پیامد، گذشته نه تنها قابل تفسیر است، بلکه در انتخاب اطلاعات موجود برای پیش‌بینی از آینده نیز تأثیر می‌گذارد. می‌توان گفت: در این الگو موقعیت شخصی تجربی و احساسی افراد در بازار مالی در انطباق با الگوی عقلانیت اقتصادی رابطه خطی ندارند؛ اما نتیجه انطباق رفتار افراد در بازار مالی برای عاملینی که به دنبال نفع کوتاه‌مدت خود در بازار سازمان‌یافته مالی هستند در تعارض بین نیاز ذاتی هر فرد از نظر اطلاعات در بازار و انتظارات سایر افراد در بازار و درجه وابستگی آنها قرار گرفته، ممکن است بازار را از ثبات رفتاری به سمت بی‌ثباتی هدایت کند. در این حالت، بازار نوسانی خواهد شد.

پیامد سوم، درجه توجه به این فرایندها به ارزش‌گذاری قابل قبول از لحاظ اجتماعی بین دو جریان متفاوت در تصمیم‌گیری مالی وابسته است:

جریان اول: اثرگذاری وضعیت‌های احساسی و روان‌شناختی افراد ناشی از باورهای درونی است. تأثیرگذاری درونی اگر باعث بی‌ثباتی و پریشانی شود، از نظر اقتصادشناختی باعث شکست بازارهای مالی می‌شود. در این حالت، افراد با این ویژگی اگر در معرض ریسک شخصی قرار گیرند به وسیله شکل‌گیری توهم درونی در زندگی از تصمیم‌گیری منطقی در بازار مالی دور می‌شوند.

جریان دوم: بررسی بازارهای مالی از نظر ترس از عدم فروش اوراق مالی است که این ترس باعث افزایش ریسک‌پذیری همراه با فضای وهم‌آلود را شکل می‌دهد. این فضای وهم‌آلود تحت تأثیر محرک‌های عصبی درونی و وابستگی به مسیر که از دوره قبل عاملین در بازار از برآوردی که از سود داشتند وقتی با کاهش سود در دوره جدید و ریسک مواجه می‌شوند اعتماد خود را از دست داده و بازار مالی وارد دوره سیکلی و بی‌ثباتی می‌شود.

پیامد چهارم: رویکرد تشکیل ائتلاف در نتیجه پذیرش اثرگذاری است. این رویدادهای مهم باعث پدید آمدن یک گروه ائتلافی در بازار مالی می‌شود. بازیکنان بازار که دارای عقاید مشترکی هستند، هرچند احساسات روان‌شناختی متفاوتی داشته باشند، به دنبال تشکیل روش‌های مختلف ائتلاف با انتظارات یکنواخت هستند تا بتوانند جریان انتظارات به اتفاق آرا برای ائتلاف را تشکیل دهند. در نتیجه این ائتلاف، تعداد زیادی از اخبار اطلاعات و پیام داده به‌طور پیوسته اطلاعات بازار مالی را شکل می‌دهند که می‌توانند در دریافت و پردازش در بازار مالی تأثیرگذار باشند.

موافقان نظریه هایک در زمینه مالیه رفتاری توافق دارند که باورهای ذهنی و وابسته به مسیر در تصمیم‌گیری بازار مالی تأثیر زیادی دارند. برای این درک که چگونه یک سیستم پیچیده مانند بازارهای مالی، اطلاعات را پردازش می‌کند، چگونه شرکت‌کنندگان قبل از مشاهده نتیجه ناخواسته اقدامات، دانشی را در نظر می‌گیرند، و چگونه پدیده‌های دیگر در تصمیم‌گیری مؤثر هستند، مهم‌ترین ابهامات موجود برای عاملین در بازار است که آنها در بازار باید با این ابهامات به تنظیم پیش‌بینی‌ها در زمینه قیمت بپردازند.

باید گفت: دستاوردهای نظریه شناخت هایک که مورد توجه بسیاری قرار گرفت دارای طبیعت دوگانه تأثیرگذاری عصبی بیولوژیکی و وابستگی به مسیر برای تصمیم‌گیران در بازار مالی است و تأکید دارد نهادها و هنجارها در کشف اشتباهات و تورش‌ها از نظر ساختاری در تصمیم‌گیری انسان‌ها و نهادها مؤثرند و بدون توجه به این نکات نمی‌توان تحلیل درست و با ثباتی از بازار مالی ارائه داد.

۱۱. نتیجه‌گیری

پس از ظهور انقلاب اقتصاد شناختی^۱، نگرشی جدید به رفتار انسانی توسط روان‌شناسی شناختی مورد توجه قرار گرفت تا توضیحات واقعی‌تری از تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و ماهیت و پویایی و تکامل سازمان‌ها و نهادها را نشان دهد. بیشتر پیشرفت‌های اخیر در اقتصاد شناختی به ظهور و پیشرفت و تکامل شاخه‌های اقتصاد عصب‌شناختی و اقتصاد آزمایشگاهی شناختی مربوط است؛ از این رو، تجزیه و تحلیل تصمیم‌گیری در حوزه بازارهای مالی نه تنها به جنبه عصب‌شناسی، بلکه به هنجارهای اجتماعی مؤثر در تصمیم‌گیری و فرایند بازخورد مربوط به این هنجارها و شناخت فردی در دو سطح درونی و برونی مرتبط است.

1. Cognitive economic revolution

بر آشنایان با ادبیات وابسته به مسیر پوشیده نیست که فرایندهای تصمیم‌گیری افراد، سازمان‌ها و تیم‌های سازمانی از طریق کشف روابط منطقی و ارتباطات سازمانی تحت تأثیر قرار می‌دهند. این تأثیر می‌تواند به ظرفیت‌های جدید شناختی در افراد و سازمان از طریق طراحی و ظهور مسیرهای جدید برای تصمیم‌گیری منجر شود. اینکه یک فرد کدام مسیر تصمیم‌گیری را از میان مسیرهای ممکن انتخاب خواهد کرد، سؤال بسیار حیاتی است؛ زیرا اگر پاسخ ما این باشد که انتخاب این مسیر، یک انتخاب تصادفی^۱ است، باید توضیح دهیم چگونه ممکن است نظم اجتماعی ناشی از رفتار تصادفی پدید می‌آید.

اما اگر انتخاب مسیر را یک انتخاب تصادفی ندانیم و انتخاب را تحت تأثیر سنت و گذشته تفسیر کنیم، آنگاه انتخاب مسیر به دلیل چسبندگی به گذشته و سنت‌ها کمتر به تغییر حتی اصلاح باورهای گذشته تمایل دارد. نظریه پردازان حوزه بازارهای مالی با توجه به مفهوم انتخاب مسیر ترجیح می‌دهند انتخاب مسیر را از نگاه روان‌شناسی و عصب‌شناسی ببینند. تحقیقات پیشرفته درخصوص مغز، رفتارشناسی مالی اساس نظریه بازار مالی مبتنی بر جهان واقعی را شکل داده است. در این زمینه یکی از مبانی، مفهوم عقلانیت است که با مفهوم عقلانیت پارادایم نئوکلاسیکی تفاوت دارد. هوش تخصصی یا دانش تخصصی، به همراه هوش شخصیتی در وابستگی به مسیر و تغییرات در آن مؤثر هستند.

تحقیقات مدرن رفتارشناسی مالی^۲ این واقعیت را بیان می‌کند که بازارهای مالی در دو سطح ذهنیت‌گرایی و محیط خارجی در شکل‌دهی کردار بشر نقش دارند. با این دو سطح باید تفاوت‌های بازار سنتی و بازارهای مالی را تفکیک نمود. چه در بازارهای سنتی و چه بازارهای مدرن^۳ قاعده کلی این است که بازار پدیده و نهادی سودمند است و این ویژگی تأثیر احساسی مثبتی در کارگزاران بازار دارد. در بازار مالی هوش تخصصی تحت تأثیر احساسات قرار می‌گیرد. مطالعات رفتارشناسی مالی آشکار کرده‌اند که درخصوص این کارکرد هوش تخصصی، خطاهای نظام‌مندی امکان وقوع دارند. این سؤال که دیگر کارگزاران بازار در مقایسه با این بنگاه چه انجام خواهند داد مهم است. از این رو، هرگاه موفقیت تحت تأثیر کردار دیگران حاصل شود و برای سایر کارگزاران ضروری و سودمند باشد، این انسان را می‌توان انسان تعدیل‌گر آمارمحور^۴ نامید که بر یافته‌های رفتارشناسی مالی، دائماً برای تغییر خود به دنبال کاهش خطای سیستماتیک تصمیم‌گیری هستند. در مجموع باید پذیرفت اقتصادشناختی مالی افق جدیدی در تحول بازار سنتی کلاسیکی ایجاد می‌کند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Random selection

2. Modern Research in Financial Behavior

3. Modern markets

4. A statistic-oriented adjuster

منابع

۱. تقوی، رضا؛ داداشی، ایمان؛ زارع، محمدجواد و حمیدرضا غلام‌نیا روشن (۱۴۰۱). «پیش‌بینی احساسی سرمایه‌گذاران با استفاده از نسبت‌های مالی با تکیه بر روش تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های اساسی». فصلنامه اقتصاد مالی، ۱۶(۶۱): ۱۵۷-۱۷۴.
۲. دبیری، راحله؛ برزانی، محمدواعظ و سعید صمدی (۱۴۰۲). «فراروش ارزیابی اریب‌های رفتاری در تأمین مالی». روش‌شناسی علوم انسانی، ۲۹(۱۱۷): ۴۹-۷۶.
۳. قیصری، روح‌اله؛ صالحی، اله‌کرم و صغری قبادی (۱۴۰۰). «مدل بررسی نقش دانش مالی سرمایه‌گذاران بر رفتار مالی در بازار سرمایه ایران». فصلنامه اقتصاد مالی، ۱۵(۵۴): ۳۲۵-۳۵۳.
۴. کیان، علیرضا؛ پورحیدری، امید و یحیی کامیابی (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر حسابداری ذهنی بر رفتار سرمایه‌گذاران از دیدگاه گزارشگری مالی». نشریه پژوهش‌های حسابداری، ۹(۲): ۱-۲۲.
5. Arthur, B. W. (1988). Self-reinforcing mechanism in economics. In: A. Anderson, Arrow and V. Pinesa (Eds) *The economics as an evolving complex system*. 9-31, Reading, MA & Addison—Wesley.
6. Arthur, B. W. (1989). Competing technologies, increasing returns and lock—in by historical events, *Sconomic Journal*, 99, 116-131.
7. Bandura, A. (1977). *Social learning theory*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
8. Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action, A social cognitive theory*. Engel wood Clifis, NJ: Prentice—Hall.
9. Cohen, M.D & Bacdayan, P. (1991). *Organizational routines are stored as procedural memory: Evidence from a laboratory study*. University of Michigan, Mimeo.
10. Dabiri, Raheleh, Barzani, Mohammad Vaez, Samadi, Saeed (2024). Meta-method of evaluating behavioral biases in financing. *Quarterly Journal of Humanities Methodology*, 29(117), 49-76. DOI.10.30471/MSSH.2024.9611.2472 [In persion].
11. David, P. (1985). Clio and the economics of QWERTY. *American Economic Review*, 73, 332-337.
12. Denzau, A. & North, (1994). Shared Mental Models: Ideologies and Institutions. *Kyklos*, 47, 332-337.
13. Egidi, M. & Rizzello, S. (2004). *Cognitive economicx, Two volumes for the series The International Library of Critieal Writings in Economics*, Cheltenham, UK: E. Elgar.
14. Egidi, M. (2000). Bias Cognitivi nelle organizzazioni. *Sistemi Intelligenti*, (2), 237-269
15. Egidi, M., & Narduzzo, A. (1997). The emergence of path—dependent behaviors in cooperative contexts. *International Journal of Industrial Organization*, 15(6), 677—109, Elsevier.
16. Fuster, J. (1995). *Memory in the cerebral cortex: An empirical approach to neural networks in the human and nonkuman primate*. Cambridge, MA: MIT Press.
17. Gheysari, Ruhollah, Salehi, Allah Karam, Ghobadi, Soghra (2024). Modeling the role of behavioral characteristics and financial literacy of real investors on financial management behavior in the Iranian stock market. *Journal of Financial economics*, 15(54), 325-353[In persion].
18. Gheysari, Ruhollah, Salehi, Allah Karam, Ghobadi, Soghra (2024). Modeling the role of behavioral characteristics and financial literacy of real investors on financial management behavior in the Iranian stock market. *Journal of Financial economics*, 5(45), 325-353[In persion]
19. Hayek, F. A. (1967). The results of human action but not of human design. In: F. A. Hayek (Ed) *Studies in philosophy, politics and economics*, London: Routledge & Kegan Paul.
20. Hayek, F. A. (1988). *The fatal conceit, The errors of socialism*, London: Routledge.

21. Hayek, F. A. (1945). The use of knowledge in society. *The American Economic Review*, XXXV4, 519-530.
22. Hayek, F.A. (1973), *Law, legislation and liberty. A new statement of the liberal principles of. Justice and political economy, Vol.1, Rules and Order*. London: Routledge & Kegan Paul.
23. Hayek, F.A. (1979), *Law, legislation and liberty. A new statement of the liberal principles of justice and political economy* (Vol) 111. *The Political Order of a Free People*. London: Routledge & Kegan Paul.
24. Hayek, F.A.(1963), Rules, perception and intelligibility, *Proceedings of the British Academy*, XLVIM, 321—344.
25. Hayek, P. A. (1952), *The sensory order. An inquiry into the foundations of theoretical psychology*, London: Routledge & Kegan Paul.
26. Kakneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: Psychology for behavioral economics. *The American Economic Review*, 1449-1475.
27. Kian, Alireza, Pourheydari, Omid, Kamyabi, Yahya (2017). The Impact of Mental Accounting on the Investor's Behavior: Financial Reporting Perspective. *Financial Accounting Research*, 2(32), 1-22. DOI. **10.22108/FAR.2017.103495.1062** [In persian]
28. Kian, Alireza, Pourheydari, Omid, Kamyabi, Yahya (2017). *The Impact of Mental Accounting on the Investor's Behavior: Financial Reporting Perspective. Financial Accounting Research*, 2(32), 1-22. DOI.**10.22108/FAR.2017.103495.1062** [In persian]
29. Menger, C. (1883), *Untersuchungen ueber die Methode der Sociatwissenschaften der politischen Ockonomic insbesondere*. Leipzig: Dunker Humblot.
30. North, D.C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge MA: Cambridge University Press.
31. Oakley, A. (1999). *The revival of modern Austrian economics*. Cheltenham, UK (Eds), ward Elgar.
32. Rizzello S. & Turvani, M. (2000). Institutions meet mind: A way out of a deadlock. *Constitutional Political Economy*11, 165-180.
33. Rizzello, S. & Turvani, M. (2002). Subjective diversity and social learning: A cognitive perspective for understanding institutional behavior. *Constitutional political economy*, 13, 201-214.
34. Rizzello, S. (1997). The microfoundations of path-dependency. In: L. Magnusson & J. Ottosson (Eds ,) *Evolutionary economics and path-dependence*, 97-118. Cheltenham UK: E. Elgar.
35. Rizzello, S. (2003). Introduction: Towards a cognitive evolutionary economics. In: S. Rizzello Ed, *Cognitive developments in economics*. London: Routledge.
36. Rizzello, S. (2004). Knowledge ad a path dependence process. *Journal of Bioeconomics*, 6, 255-274.
37. Roth, G. (2003). *Aus Sicht des Gehims*. Suhrkamp Verlag KG.
38. Taghavi, Reza, ddd hhlī, mmn, Zrre Bahnamiri, Mohammad Javad, hh omnnā-Roshan, Hamid Reza (2022). Predicting Emotional Tendency of Investors Using financial ratios based on principal component analysis method, *Journal of Financial economics*, Vol29(61)pp157-174; [In Persion] Taghav, Rezai , dadashi ,iman, Zare Bahnamiri, Mohammad Javad , Gholamnia Roshan ,Hamid Reza (2022). Predicting Emotional Tendency of Investors Using financial ratios based on principal component analysis method ., *Journal of Financial economics*, Vol29(61)pp157-174; [In persian]