

سلسله گزارش های تخصصی: بازارشناسی

شماره دوم: اقتصاد روایی؛ قدرت داستان ها در اقتصاد



مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی حرمرکان





اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی هرمزگان
Hormozgan Chamber of Commerce
Industries, Mines and Agriculture



مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی هرمزگان

چطور روایت ها بر اقتصاد تأثیر میگذارند؟

واحد پژوهش و آمار اتاق بازرگانی هرمزگان

تابستان ۱۴۰۵

اقتصاد روایی



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی هرمزگان
Hormozgan Chamber of Commerce
Industries, Mines and Agriculture



مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی هرمزگان

اقتصاد روایی چیست؟

آیا تا به حال فکر کرده‌اید چرا برخی ایده‌ها به سرعت در جامعه پخش می‌شوند و تبدیل به رفتارهای اقتصادی جمعی می‌گردند؟ چرا ناگهان همه به خرید یک ارز دیجیتال یا سرمایه‌گذاری در بازاری خاص روی می‌آورند؟ پاسخ این پرسش‌ها را باید در پدیده‌ای جستجو کرد که اقتصاد روایی یا *Narrative Economics* نام دارد. در دنیایی که اطلاعات بی‌وقفه در حال گردش است، آنچه واقعاً ما را به حرکت وامی‌دارد، روایت‌ها هستند؛ داستان‌هایی که با ذهن، احساس و امیدهای ما بازی می‌کنند و در نهایت تصمیمات اقتصادی ما را می‌سازند. اقتصاد روایی به ما نشان می‌دهد که چگونه باورهای جمعی، داستان‌های اجتماعی و حتی شایعات می‌توانند بازارها را دگرگون کنند، سیاست‌گذاری‌ها را جهت دهند و اقتصاد جهانی را به لرزه درآورند.



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی هرمزگان
Hormozgan Chamber of Commerce
Industries, Mines and Agriculture



مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی هرمزگان

هنگام استفاده از عبارت اقتصاد روایی بر دو عنصر تمرکز میکنیم، مسری شدن سینه به سینه ی باورها در قالب داستان و تلاش هایی که مردم برای تولید داستان های مسری جدید یا مسری تر کردن داستان ها به کار بسته اند. که البته مسری شدن داستان زمانی بیشترین قدرت را دارد که مردم بین خودشان و فردی که بخشی از داستان یا دلیل پیداش آن است، پیوندی شخصی احساس کنند.

به عنوان مثال برخی چهره های مطرح از روایت فرد خود ساخته برای افزایش محبوبیت بین مردم استفاده می کنند یعنی روایت بین عامه ی مردم و فرد قدرتمند زمان حال پیوند ایجاد میکند.

اقتصاد روایی: چه مفهومی در دل این عبارت نهفته است؟



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی هرمزگان

Hormozgan Chamber of Commerce
Industries, Mines and Agriculture



مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی هرمزگان

برای افراد:

رک اقتصاد روایی به افراد کمک می کند تا رفتارهای اقتصادی خود را آگاهانه تر مدیریت کنند. وقتی فرد بداند که تصمیم مالی اش ممکن است نه بر پایه منطق بلکه تحت تأثیر یک روایت جمعی یا تبلیغ هیجان زده اتخاذ شده، بهتر می تواند خطرات را ارزیابی کند. همچنین می تواند داستان هایی را که در رسانه ها و شبکه های اجتماعی منتشر می شود با دیدی نقادانه تر بررسی کند.

برای سیاست گذاران:

سیاست گذاران اقتصادی اگر تنها به تحلیل های آماری تکیه کنند، ممکن است تصمیماتی بگیرند که با واقعیت روان شناسی جمعی جامعه در تضاد باشد. درک اقتصاد روایی به آن ها این امکان را می دهد که پیامدهای احساسی، روانی و اجتماعی تصمیمات اقتصادی خود را پیش بینی کنند. همچنین می توانند با استفاده هوشمندانه از روایت ها، اصلاحات اقتصادی را بهتر به جامعه منتقل کرده و از مقاومت عمومی بکاهند.

برای کسب و کارها:

برندها و شرکت ها با فهم عمیق از اقتصاد روایی می توانند روایت هایی خلق کنند که با مخاطب ارتباط عاطفی برقرار کند. یک برند موفق نه فقط کالا یا خدمت ارائه می دهد، بلکه داستانی می سازد که مشتری ها آن را باور می کنند، با آن زندگی می کنند و به دیگران منتقل می نمایند. در فضای رقابتی امروز، شرکت هایی موفق ترند که روایت های الهام بخش و اعتمادساز تولید می کنند.

چرا اقتصاد روایی مهم است؟



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی هرمزگان
Hormozgan Chamber of Commerce
Industries, Mines and Agriculture



مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی هرمزگان

چگونه قصه گویی در طول تاریخ بر اقتصاد تأثیر گذاشته است؟

قصه گویی از کهن ترین شیوه های ارتباطی بشر به شمار می رود و پیش از پیدایش خط، ابزار اصلی انتقال دانش و تجربه میان نسل ها بود. این روایت ها افزون بر شکل دهی به فرهنگ جوامع، نقش چشمگیری در سامان دهی رفتارهای اقتصادی آن ها داشتند. در جوامع قبیله ای، داستان های مربوط به مبادله، دادوستد و کار جمعی، زمینه نهادینه شدن رفتارهایی چون انصاف در معامله و همکاری در تولید را فراهم آوردند. به بیان دیگر، روایت ها نخستین چارچوب های ذهنی بشر برای درک مفاهیمی همچون مالکیت، ارزش، ریسک و پاداش بودند.





اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی هرمزگان
Hormozgan Chamber of Commerce
Industries, Mines and Agriculture

شکل دهی به موج های بازار

در بسیاری از موارد، افزایش یا کاهش شدید قیمت ها در بازارها (مانند حباب مسکن یا سهام) نتیجه روایت هایی است که در جامعه رواج یافته اند، نه بر اساس ارزش واقعی دارایی ها.

باز تولید نابرابری یا امید

برخی روایت ها ممکن است فقر را حاصل تنبلی یا ناتوانی فردی بدانند و این نگاه منجر به بی تفاوتی اجتماعی شود. در حالی که روایت های دیگر، فقر را نتیجه ساختارهای ناعادلانه معرفی می کنند و زمینه ساز سیاست های رفاهی و همدلی جمعی می شوند.



مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی هرمزگان

ایجاد باورهای مالی فردی

وقتی فردی داستان هایی از موفقیت مالی در بازار بورس یا ارز دیجیتال می شنود، بدون تحلیل کامل، ممکن است تصمیم به سرمایه گذاری بگیرد. چون روایت موفقیت برای او الهام بخش و انگیزشی است.

تأثیر بر سیاست گذاری عمومی

مثلاً اگر در یک کشور، روایت غالب این باشد که “دولت ها ناکارآمد و فاسدند”، حتی سیاست های خوب دولت نیز با بی اعتمادی مواجه می شود و شکست می خورند. در مقابل، روایت های مثبت درباره دولت یا اصلاحات اقتصادی، می تواند پذیرش عمومی و مشارکت مردمی را افزایش دهد.

نقش داستان ها در شکل گیری باورهای اقتصادی جامعه



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی هرمزگان
Hormozgan Chamber of Commerce
Industries, Mines and Agriculture



بیت کوین و روایت آزادی مالی

این داستان که بیت کوین چیزی فراتر از پول دیجیتال است، و نماد آزادی مالی، استقلال فردی و مقاومت در برابر چاپ پول بی رویه توسط دولت هاست، از ابتدا در گفتمان طرفداران آن وجود داشت. این روایت به ویژه در دوران بحران های اقتصادی، مانند تورم در ونزوئلا یا رکود در یونان، محبوب شد.

بحران مالی ۲۰۰۸ و داستان هایی که آن را تغذیه کردند

زمانی که واقعیت اقتصادی با روایت ها در تضاد قرار گرفت (مثلاً کاهش ارزش خانه ها)، کل سیستم فرو ریخت و بحران عظیم مالی جهان را فرا گرفت. جالب اینکه بعد از بحران، روایت ها به سرعت تغییر کردند.



مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی هرمزگان

نمونه های واقعی از اقتصاد روایی در تاریخ



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی هرمزگان
Hormozgan Chamber of Commerce
Industries, Mines and Agriculture



مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی هرمزگان

ادامه دارد...

در بخش های بعدی، ابعاد عمیق تر و لایه های پیچیده تر نقش روایت ها

در رفتارهای اقتصادی را تحلیل خواهیم کرد.