



从消费角度看羊群行为和从众行为的区别

李雪飞 2008-10-06 10:25:27

摘要： 羊群行为和从众行为分别是经济学和社会学两门学科用来解释人群趋同行为的理论，羊群行为被经济学家用来解释恶性的盲从行为，从众行为被社会学家用来解释社会中的追风现象。目前一些学者往往只重视二者之间的相同点，在分析群体消费盲从行为时常常混用，不加区分。本文试图从消费的角度对“羊群行为”理论和“从众行为”理论进行差异性分析，指出，羊群行为与从众行为应用范围差别的诱因是外在环境的不同。这种跨学科的探讨有利于拓宽学科的发展思路，为寻找解释社会现象的方法提供新的路径，并为进一步探讨消费现象做理论准备。

关键词： 消费 羊群行为 从众行为

消费是人们每天必做的事情，我们的日常衣食住行，生老病死，安居乐业无一例外的都在跟消费打交道。消费实质就是进行再生产的前提准备活动。在这里，我们探讨的消费主要是指日常生活消费，日常生活消费是维持我们日常生活需求的消费活动。在研究人类的日常消费中的趋同行为时，不同的学界有不同的理论解释，其中经济学界提出了“羊群行为”理论，社会学界提出了“从众行为”理论。实际上这两种理论指的是同一件事情，都是用来解释群体在消费行为中存在一种群体行为趋同现象。

从众 (Conformity) 现象最早是由谢利夫 (M·Sherif) 在1935年提出来的，谢利夫在自动光点运动实验中发现这样一种现象，如果是一个人判断，这个人就按照自己的判断决定是固定还是移动的，如果是几个被试一起判断，这几个被试者往往把各自不同的看法收敛起来，最终形成一致的看法，谢利夫把这种随从别人的行为称为从众行为。“从众”一词的提出，引起很多学者的关注和兴趣，后来，阿希1951年关于线条长度的判断实验，也发现过这种现象，阿希把实验对象分成真被试和假被试，用事先策划好的假被试的错误观点去影响真被试，结果发现，真被试者中有1/3的人按照这个错误的观点下判断，把明明不是相等的线条判断为相等的。阿希成功地证明了从众现象的存在，证明了集团规范或采取多数人意见对个人的影响力。[1]从众是人们自觉或不自觉地以某种集团规范或多数人的意见为准则，做出社会判断、改变态度的现象，也就是没有主见，多数人怎么看、怎么说，就跟着怎么看、跟着怎么说，人云亦云，别人穿什么、做什么自己也跟着穿什么、做什

么。从众是对多数人的盲从，如果不能随从就会觉得是一种压力，有一种孤独感。比如自己也不知道自己是否了解韩国民俗就开始凑热闹、追时髦，看到社会上流行“韩风”就跟着穿韩版服饰、讲韩语、看韩剧，听到别人说韩版衣服好看，也不分自己的体型相貌就一味地买韩版衣服。从众者认为，如果不这样做，就有可能被视为异己，被周围人抛弃。

“羊群行为” (herd behavior) 是一种有意识地模仿别人决策的现象，这种现象普遍出现在经济生活中。这个词语形象地概括了人们的盲目消费行为，就是说，一个羊群（集体）是一个很散乱的组织，平时大家在一起盲目地左冲右撞。如果一只羊发现了一片肥沃的绿草地，并在那里吃到了新鲜的青草，后来的羊群就会一哄而上，争抢那里的青草，全然不顾旁边虎视眈眈的狼，或者看不到其它还有更好的青草。羊群行为的出现有两个必要条件：第一，别人的决策是可观察的，否则无法模仿；第二，各个决策有先后次序，而不是同时做出决策。[2] 金融市场中常常存在羊群行为，它是指市场参与者在交易过程中存在模仿现象，导致他们在某段时间内做出相同的投资决策。有一则笑话很形象地说明了羊群效应：一位石油大亨到天堂去参加会议，一进会议室发现已经座无虚席，没有地方落座，于是他灵机一动，喊了一声：“地狱里发现石油了！”这一喊不要紧，天堂里的石油大亨们纷纷向地狱跑去，很快，天堂里就只剩下那位后来的了。这时，这位大亨心想，大家都跑了过去，莫非地狱里真的发现石油了？于是，他也急匆匆地向地狱跑去。

从这两个理论的基本含义上看，羊群最终是一窝蜂的跟着领头羊吃绿草，人群在消费过程中最终是追时髦，去个性化的随波逐流了。“羊群行为”和“从众行为”两种理论都以群体行为趋同化为最终结果。因此学者们在分析消费行为时常常将这两种理论看成是一种理论，在分析消费问题时常常混用。在这里，笔者对二者的相同点不再过多的解释，本文将着重探讨两者之间的不同，以便对这两种行为进行更深刻的认识。

首先，造成羊群行为和从众行为的条件不同。羊群行为是由于资源有限，人与人之间、行业与行业之间存在激烈的竞争，其中有某个人或某个企业处于领先地位，这种领头羊式的角色常常成为人们关注的焦点，一旦领头羊做出了新的选择，往往会引导其他人或企业也跟着做出同样的选择。整个羊群不断模仿这只领头羊的一举一动，领头羊到哪里去吃草，其它的羊也去哪里淘金。而从众行为是由成员本身的特点引起的，一般来说是，成员的经验不足，阅历浅，自信度低、成功感弱，都容易受众人意见的影响，从而产生从众行为。从众行为不涉及群体内部的竞争，从众是一种适应性行为。如果不随从大众的意见就会有压力感和孤独感。从众是一种盲目行为，很多人追时髦赶时尚就是一种盲目行为，是去个性化的行为，但是不涉及竞争。比如，看到社会上流行迪斯科热舞，自己不会跳就觉得不体面、不够“现代化”水平，于是，在既不理解迪斯科，又不具备个人条件的情况下，凑热闹、赶浪潮，把自己淹没在潮流中，也热衷于迪斯科，全然不顾自己更适合跳民族舞的特质。

其次，羊群行为是一种预期理性行为，而从众行为不是一种预期理性行为。羊群行为是在现有的信息条件下人们通过模仿领头羊的行为以期达到自己的预期结果，虽然预期希望常常不能如愿以偿，但是在做出这个选择之前，人们有一种理性的预期希望，为了达到这种预期的希望，人们选择这种跟从行为。例如，今年网上流行的带头大哥777就是股市中的股神，带头大哥在博客中预言某只股票会大涨，他的粉丝们就买进这只股票，后来带头大哥因涉嫌私募敛财而被捕，粉丝们才恍然大悟，失声痛哭。在这里，股民并不认识带头大哥，受网络上很多人跟随并成功的影响，一批又一批的股民相信了网络，期望跟着带头大哥自己也能发财。股民相信自己所具有的信息，即使是不完全信息也是目前状态下的理论前提，并对此行为有一个良好的预期期望，于是采取了羊群行为。而从众行为没有预期的希望，只是盲目的随波逐流，不计后果的去进行某种行为。例如，看到周围人流流行双眼皮，于是自己也模仿的去做手术割双眼皮，医生根据她的脸形、皮肤建议不要做手术，但是这种劝告是无济于事的，从众的人不考虑自身的情况，而只在乎自己有没有进行这种行为，以寻求认同感、归属感。

再次，羊群行为和从众行为产生的结果不同，羊群行为往往是无法挽救恶性结果，从众行为的结果一般无妨大事。阜阳劣质奶粉事件就是一桩羊群性的跟风案例，进城务工人员很羡慕城市人的生活方式，城市人的一举一动都成为农民的榜样，在“城乡二元结构”环境下，农民跟城市居民形成意识竞争，农民常有的一种心态就是，“城市人有什么了不起的，你们城市人有的，我们农村人也有！”。进城务工人员看到城市人用奶粉来喂养幼儿，回到家乡后模仿城市人不用母乳喂养，改用奶粉喂养，这种模仿的前提给劣质奶粉生产厂家带来牟利的机会。幼儿在饮用劣质奶粉之后，营养不良，导致“大头娃”现象。羊群行为的预期理性化常常带来不可挽救的恶性后果，因为人们在预想的理性情况下很可能更加坚持自己的行为，局外人无法阻止这种坚定的行为，直至坚定的行为产生恶劣的后果，坚定的行为才可能自动停止。从众行为一般不会有恶性后果，从众的结果是可以预见的，是人们为了寻求外在的认同感而产生的模仿行为，看到别人割双眼皮，就可以设想自己割后的效果。“从众”一词仅仅用来形容人们的盲目追风现象，看到别人跳迪斯科，为了寻求认同感，自己也跳，跳迪斯科本身不会带来恶性的后果；看到别人穿韩版的服饰，自己也买，穿韩版服饰本身也不会带来恶性的后果。

最后，羊群行为是从众行为的极端行为。通过以上的分析，我们可以看出，羊群行为和从众行为的关系是：羊群行为是从众行为变种，是从众行为的极端化结果。在资源有限、竞争激烈的情况下，从众行为就成为羊群行为；而处在比较平和环境中，人们为了寻求认同感，略大范围的模仿行为才成为从众行为。进一步分析发现，日常的趋同行为只是一种模仿行为，例如，儿童模仿大人说话，这是一般性的模仿，这种模仿可以使得社会成员更好的适应社会生活。行为主义心理学家华生认为，模仿是社会化的前提，是适应社会生活的必要条件。心理学家塔德认为，模仿是一个人根据另一个人行为，做出同样的行为。从本质上看，羊群行为和从众行为都是模仿行为，羊群行为就是在外在竞争激烈

的环境情况下的恶性模仿，而从众行为就是环境平和状态下的大面积模仿。

总结，羊群行为和从众行为的外在特征都表现为行为趋同，其本质是模仿。羊群行为和从众行为的不同之处的诱因是所处的外在环境的差异，羊群行为是在竞争激烈的环境下的从众行为，它是从众行为的极端行为。

参考书：

- 1、《社会心理学》沙莲香 中国人民大学出版社 1987
- 2、《经济社会学》
- 3、《微观经济学》
- 4、行为主义心理学
- 5、《社会学新修概论》

作者简介：

李雪飞，女，1982年出生，山东省泰安人，北京师范大学硕士研究生。现在北京师范大学哲学与社会学学院攻读社会学硕士学位，研究方向是社会理论。邮编：100875

地址：北京市新街口外大街19号北京师范大学哲学与社会学学院06级硕士生研究生班

[1] 《社会心理学》297页

[2] 《微观经济学》

文档附件：

编辑： Liuzp 文章来源： 作者投稿

版权所有： 中国社会科学院社会学研究所
E-mail: ios@cass.org.cn

欢迎转载， 敬请注明： 转载自《中国社会学网》[<http://www.sociology.cass.cn>]