

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

Come stimolare la prosocialità: effetti di frame e incentivi in laboratorio

This is the author's manuscript

Original Citation:

Availability:

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/1801020> since 2021-09-13T14:12:27Z

Published version:

DOI:10.1424/101338

Terms of use:

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)



Autore, Titolo, Sottotitolo

Ricerca avanzata

HOME RIVISTE ARGOMENTI AUTORI EDITORI HELP



Fascicoli

2021

2, 2021 (agust)

1, 2021 (aprile)

2020

3, 2020 (dicembre)

2, 2020 (agosto)

1, 2020 (aprile)

2019

3, 2019 (dicembre)

2, 2019 (agosto)

1, 2019 (aprile)

2018

3, 2018 (dicembre)

2, 2018 (agosto)

1, 2018 (aprile)

2017

3, 2017 (dicembre)

2, 2017 (agosto)

Giulia Bocca, Sara Romanò, Davide Barrera

Come stimolare la prosocialità: effetti di frame e incentivi in laboratorio

▼ Rivista

Polis

ISSN: 1120-9488

Il Mulino

▼ Articolo

2/2021, august

pp. 271-299

DOI: 10.1424/101338

CITA

Abstract

Keywords: Prosocial Behaviors; Social Norms; Frames; Incentives; Social Experiments

While the study of cooperation has a long tradition in the social sciences, the current emergency caused by the SARS-COVID19 pandemics has made it even more important to understand cooperation, because the efficacy of the measures enacted to stop the diffusion of the virus rests on the ability to obtain large-scale cooperation (implementing behaviours which are costly for individuals, although they are necessary for collectivity). This study analyzes factors that influence prosocial behavior, focusing on the role of frames, meant as mental models that emerge in given circumstances leading individuals to define the situation in which they have to make their decisions (Kroneberg 2014) and how different incentives – monetary and non-monetary – affect the decision process. The results show that the exposure to elements that stimulate subjects to think about prosocial norms can influence individual behavior in the direction that is consistent with the norm elicited. Furthermore, the individual behavior does not differ significantly according to the incentive adopted, even though we register situations in which the incentive adopted could contribute to social norms salience, increasing cooperation levels.



Carrello

subtotale:

Acquista

Idem

Accedi con Idem

Login

Username

••••••••

Ricordami su questo computer.

Hai perso la [Password?](#)

Login

Registrati

Giulia Bocca, Sara Romanò, Davide Barrera

Come stimolare la prosocialità: effetti di *frame* e incentivi in laboratorio

How to Stimulate Prosocial Behavior: an Experiment on the Effects of Frames and Incentives

While the study of cooperation has a long tradition in the social sciences, the current emergency caused by the SARS-COVID19 pandemics has made it even more important to understand cooperation, because the efficacy of the measures enacted to stop the diffusion of the virus rests on the ability to obtain large scale cooperation (implementing behaviours which are costly for individuals, although they are necessary for collectivity). This study analyzes factors that influence prosocial behavior, focusing on the role of frames, mental models that emerge in given circumstances leading individuals to define the situation in which they have to make their decisions (Kroneberg 2014) and how different incentives – monetary and non-monetary – affect the decision process. The results show that the exposure to elements that stimulate subjects' thinking about prosocial norms can influence individual behavior in the direction that is consistent with the norm elicited. Furthermore, the individual behavior does not differ significantly according to the incentive adopted, even though we register situations in which the incentive adopted could contribute to social norms salience, increasing cooperation levels.

© 2021 Società editrice il Mulino S.p.A.- Tutti i diritti riservati - Codice fiscale e Partita Iva: 00311580377

Keywords: Prosocial Behaviors; Social Norms; Frames; Incentives; Social Experiments.

A causa della pandemia da SARS-COVID19 abbiamo dovuto cambiare alcuni nostri comportamenti quotidiani per adottarne di nuovi, primo fra tutti, quello del distanziamento sociale con le persone con cui interagiamo: familiari, amici, colleghi, conoscenti ed estranei. La diffusione di questi nuovi comportamenti ha trovato al principio alcune resistenze: interrompere certe frequentazioni o mantenere la distanza di oltre un metro con persone a noi familiari e vicine veniva vissuto con imbarazzo, come un segno di paura o di sfiducia verso l'altro. Per contribuire all'accettazione nonché all'adozione delle pratiche di distanziamento sociale utili al rallentamento dei contagi sono stati elaborati

POLIS, XXXV, 2, agosto 2021, pp. 271-300

Come stimolare la prosocialità: effetti di frame e incentivi in laboratorio

While the study of cooperation has a long tradition in the social sciences, the current emergency caused by the SARS-COVID19 pandemics has made it even more important to understand cooperation, because the efficacy of the measures enacted to stop the diffusion of the virus rests on the ability to obtain large-scale cooperation (implementing behaviours which are costly for individuals, although they are necessary for collectivity). This study analyzes factors that influence prosocial behavior, focusing on the role of frames, meant as mental models that emerge in given circumstances leading individuals to define the situation in which they have to make their decisions (Kroneberg 2014) and how different incentives – monetary and non-monetary – affect the decision process. The results show that the exposure to elements that stimulate subjects to think about prosocial norms can influence individual behavior in the direction that is consistent with the norm elicited. Furthermore, the individual behavior does not differ significantly according to the incentive adopted, even though we register situations in which the incentive adopted could contribute to social norms salience, increasing cooperation levels.

Keywords: Prosocial behaviors, social norms, frames, incentives, social experiments.

A causa della pandemia da SARS-COVID19 abbiamo dovuto cambiare alcuni nostri comportamenti quotidiani per adottarne di nuovi, primo fra tutti, quello del distanziamento sociale con le persone con cui interagiamo: familiari, amici, colleghi, conoscenti ed estranei. La diffusione di questi nuovi comportamenti ha trovato al principio alcune resistenze: interrompere certe frequentazioni o mantenere la distanza di oltre un metro con persone a noi familiari e vicine veniva vissuto con imbarazzo, come un segno di paura o di sfiducia verso l'altro. Per contribuire all'accettazione nonché all'adozione delle pratiche di distanziamento sociale utili al rallentamento dei contagi sono stati elaborati discorsi pubblici volti alla ridefinizione della situazione per la quale è importante adottare i nuovi comportamenti: aumentare la distanza sociale con i propri contatti non è più solo un gesto auto-conservativo, volto a ridurre la probabilità di essere contagiati dalle persone intorno a sé, ma è anche e soprattutto un gesto prosociale, una privazione per sé attraverso cui proteggere gli altri, siano essi i propri cari, i conoscenti e le persone fragili conosciute o sconosciute.

Il comportamento prosociale è definito come l'azione volontaria finalizzata a creare un beneficio per uno o più altri individui (Eisenberg 1986), che comporta parallelamente una qualche forma di sacrificio per chi la compie (Lindenberg 2006). La spiegazione dei comportamenti prosociali rappresenta una sfida per il modello di attore neoclassico, il cosiddetto *homo oeconomicus*, secondo cui gli individui sono mossi nelle loro scelte da una razionalità di tipo strumentale ed egoistico (*ibidem*). I comportamenti prosociali trovano invece una più immediata spiegazione nel modello del cosiddetto *homo sociologicus* che rappresenta

l'idea per cui il comportamento degli individui è guidato da quanto prescritto dalle norme sociali accettate nel contesto in cui si trovano ad agire (Andorka 1992), le quali vengono interiorizzate attraverso il processo di socializzazione. D'altro canto, questo secondo modello di attore, dove le preferenze individuali perdono d'importanza in quanto fattori determinanti del comportamento, non consente di analizzare le scelte individuali e il comportamento nelle interazioni sociali (Wrong 1961; Gintis 1975), né di spiegare fenomeni come il free-riding (Lindenberg 2006).

Per molti decenni questi due opposti modelli di attore hanno convissuto restando all'interno delle proprie discipline nate, ma dagli anni Settanta in poi alcune delle principali intuizioni e vantaggi caratterizzanti la spiegazione dell'una sono state adottate anche dall'altra, e viceversa (Lindenberg 1990). All'interno di questo tentativo di dialogo, un concetto che ha assunto un ruolo fondamentale è quello di *framing*, reso celebre dagli studi di Kahneman e Tversky (1981) e successivamente elaborato e sviluppato – in ambito sociologico – in un modello di teoria dell'azione da Lindenberg (2000) e Kroneberg (2014). Con il concetto di *framing* si intende il processo mediante il quale gli individui danno un senso alle situazioni nelle quali si trovano ad agire attraverso l'attivazione di dati modelli mentali (Young 2010; Kroneberg e Kalter 2012). L'idea alla base è che il comportamento degli individui non sia indipendente dalle caratteristiche della situazione in cui si trovano ad agire, pertanto una stessa decisione dal punto di vista sostanziale presa però in situazioni che vengono percepite come differenti, può portare uno stesso attore a comportarsi in modi anche molto diversi tra loro.

In ambito economico, l'ampia evidenza empirica - specialmente di tipo sperimentale - della prevalenza di comportamenti non coerenti con l'assunto relativo all'egoismo del modello dell'*homo oeconomicus*, ha portato invece all'introduzione nel modello del concetto di *preferenze sociali* (e.g. Camerer 2003; Bowles 2016). Quest'ultimo riassume un ventaglio di motivazioni che possono indurre le persone ad aiutare gli altri anche quando questo non sarebbe coerente con l'obiettivo di massimizzare i propri esiti materiali, quali per esempio l'altruismo, la reciprocità, l'avversione alla disuguaglianza e altre ragioni di tipo etico (Bowles 2016, 46). La ricerca presentata in questo manoscritto ha come obiettivo quello di contribuire al filone di letteratura sui comportamenti prosociali studiando se l'attivazione di un determinato tipo di *frame* influenzi l'adozione di comportamenti prosociali. A questo scopo abbiamo realizzato un disegno sperimentale volto a verificare se l'introduzione nel contesto decisionale di elementi persino minimi che richiamano le norme prosociali possa influenzare le scelte dei partecipanti, nella direzione indicata dalla norma rievocata. Lo studio realizzato ha inoltre un secondo obiettivo che riguarda il rapporto fra gli incentivi economici e il comportamento degli attori. Nel nostro esperimento abbiamo confrontato l'effetto di tre diversi tipi di incentivi: monetari, incentivi in natura (nello specifico cioccolatini), e puramente simbolici (punti). Ne è risultato un disegno sperimentale di tipo fattoriale 2x3 i cui risultati mostrano che i comportamenti possono essere influenzati anche solo evocando una norma, senza chiedere ai soggetti di attenersi, e che la scelta degli incentivi va considerata attentamente poiché, nonostante in questo studio non siano emerse significative differenze relative al tipo di risorsa utilizzata, in alcuni casi questa può contribuire a evocare una definizione della situazione che interagisce con il tipo di scelta da compiere.

L'organizzazione del manoscritto è la seguente. Il par. 1 definisce i comportamenti prosociali e ne discute la rilevanza teorica. Il par. 2 discute il concetto di *framing* e presenta la prima

ipotesi di ricerca. Il par. 3 riassume la discussione sul ruolo degli incentivi negli esperimenti e presenta altre tre ipotesi. Il par. 4 è dedicato al metodo: viene descritto l'esperimento e dettagliato il disegno fattoriale utilizzato. Il par. 5 presenta i risultati. L'articolo si chiude con un breve paragrafo conclusivo (par. 6) che riprende i risultati discutendone alcune implicazioni di *policy*.

1. *Il comportamento prosociale*

Nel corso della prima metà del Novecento, attraverso il contributo di una pluralità di autori, la spiegazione del comportamento umano insita nel concetto di *homo economicus* è stata formalizzata all'interno della Teoria della scelta razionale. Questa assume che l'agire umano sia guidato dalla razionalità strumentale in funzione unicamente delle conseguenze attese della scelta individuale, e che eventuali conseguenze di un'azione su attori terzi non influenzino le scelte del decisore. Nel corso dei decenni successivi al suo sviluppo, molte ricerche hanno invece mostrato che le persone in realtà prendono decisioni diverse da quelle previste dall'assunto di razionalità assoluta e che le preferenze da loro espresse spesso non sono coerenti, né stabili nel tempo, né solo egoistiche (Allais 1953; Lichtenstein e Slovic 1971; Thaler 1990). In particolare, dalla ricerca sperimentale emerge che gli individui non sono unicamente interessati ai propri vantaggi, ma anzi tendenzialmente cooperano con gli altri individui (Sally 1995), partecipano con risorse proprie a beni collettivi (Zelmer 2003) e puniscono a proprie spese comportamenti disonesti persino in assenza di possibili benefici futuri per sé (Fehr e Gächter 2002). In conseguenza di questi risultati sono state sviluppate alcune varianti al modello di attore che, senza abbandonare i confini della Teoria della scelta razionale, hanno cercato di modificare alcune delle semplificazioni della realtà che questa compie, al fine di renderla più aderente alle osservazioni empiriche (Barrera 2008). Alcuni autori hanno per esempio modificato l'assunto di razionalità assoluta. Secondo questa interpretazione i comportamenti prosociali rilevati nel contesto sperimentale sarebbero frutto di una scarsa comprensione delle regole del gioco che viene sottoposto ai partecipanti (*ibidem*), ad esempio confondendo il ruolo a loro assegnato o non comprendendo appieno il modo in cui vengono calcolati i *pay-off* (Bornstein *et al.* 2004). Altri autori invece focalizzano la loro attenzione sull'assunto dell'egoismo, introducendo qualche forma di preferenza sociale nella funzione di utilità dell'attore (Fehr e Schmidt 1999). Nello specifico, l'assunto dell'utilità attesa massimizzata dall'attore viene mantenuto, ma trasformato in modo da riflettere anche quella che l'individuo ricava dal benessere degli altri (Camerer 2003).

Uscendo dall'ambito stretto della Teoria della razionalità, si presenta un altrettanto ampio ventaglio di spiegazioni del comportamento prosociale. Fattori ascrivibili ad una dimensione interna agli individui sono anche ai confini della letteratura psicologica sul tema della prosocialità, che punta principalmente l'attenzione su fattori come le emozioni (Andreoni 1990; Nelissen *et al.* 2007), la personalità (Penner *et al.* 1995) e le preferenze (Balliet *et al.* 2009). Le spiegazioni sociologiche risiedono invece in fattori esterni all'individuo, come le norme sociali diffuse in un dato contesto, la rete di legami all'interno del quale agisce l'individuo e la sua reputazione (per un approfondimento sui fondamenti sociologici della prosocialità: Simpson e Willer 2015).

Varie sono quindi le spiegazioni che nei decenni e nelle varie discipline sono state fornite per i comportamenti prosociali, ma la maggior parte di queste lascia sullo sfondo considerazioni inerenti ai fattori situazionali (Lindenberg 2006). Importanti sviluppi sono stati introdotti in questo senso dalla psicologia cognitiva e dalla microsociologia che concentrano sempre più le loro analisi sul modo in cui la definizione della situazione che un individuo dà del contesto in cui si trova ad agire influisca sul suo comportamento. Il prossimo paragrafo offre un breve approfondimento su questo tema.

2. *Framing: la definizione della situazione*

L'idea che una certa definizione della situazione sia un prerequisito dell'azione non è recente. Negli anni Venti William Thomas espose l'omonimo teorema il quale afferma che, se un individuo definisce una situazione come reale, essa sarà reale nelle sue conseguenze (Thomas e Thomas 1928). Nel 1942 lo psicologo Gregory Bateson struttura questa idea in modo più sistematico introducendo il concetto di *frame*. Con questo termine si intende una sorta di cornice cognitiva in base alla quale gli individui selezionano e organizzano la moltitudine di informazioni che provengono dal mondo esterno, dando così un senso alla realtà che li circonda, collocando fatti ed eventi all'interno di un determinato contesto di significato (Damari 2008). Importanti contributi in merito derivano anche dalle riflessioni di Alfred Schütz (1970) sul tema della costruzione intersoggettiva della realtà e di William James (1890) sul tema dell'attenzione selettiva.

Il concetto di *frame* diviene centrale nell'opera di Erving Goffman (1974) che puntualizza un concetto importante, ripreso dalle riflessioni di Schütz (1970): definire una situazione non significa costruirne il senso volta per volta; ciò che comunemente l'attore fa in tal senso è valutare, in modo più o meno automatico, in quale contesto si trova ad agire utilizzando una delle rappresentazioni mentali di «situazione tipica» di cui già dispone (Lindenberg 2000) e comportarsi di conseguenza. La riflessione attorno al concetto di definizione della situazione è stata poi ripresa, e sviluppata su basi più specificatamente sperimentali, in seguito ai risultati delle numerose ricerche che a partire dagli anni Trenta e Quaranta iniziano ad evidenziare la scarsa efficacia descrittiva della Teoria della scelta razionale (Punzo 2012). Nello specifico, sono stati i lavori del 1979 e 1981 di Daniel Kahneman e Amos Tversky e la loro *Prospect theory* a riportare l'attenzione sull'idea di una relazione tra il modo in cui viene formulato un problema e le decisioni che gli individui prendono a riguardo (Kroneberg 2006).

Nel corso degli ultimi anni sono poi state sviluppate alcune teorie dell'azione incentrate specificatamente sul concetto di *frame*. I contributi principali in questa direzione sono la *Goal-framing theory* di Siegwart Lindenberg e il *Model of frame selection* di Hartmut Esser e Clemens Kroneberg (per un'analisi approfondita si veda: Sonnenberg 2014). Entrambi questi modelli di spiegazione del comportamento umano puntano l'attenzione sull'influenza che ha sulle decisioni il modo in cui viene percepito il contesto di azione.

Elementi distintivi della *Goal-framing theory* sono il modo in cui il concetto di *frame* viene interpretato - ovvero in termini di obiettivi - e il ruolo che questo assume all'interno della teoria, ovvero di concetto-ponte che consente di collegare le credenze degli individui alle loro azioni (Lindenberg 2000). In particolare, Lindenberg (2000) distingue tre principali tipi di obiettivi

che contribuiscono ad un certo tipo di definizione della situazione da parte degli individui: edonistico, normativo e strumentale. Secondo l'autore, in ogni situazione di scelta, diversi obiettivi - anche discordanti tra loro - sono contemporaneamente possibili e presenti nella mente dell'individuo, ma uno solo diviene oggetto di specifica attenzione, venendo quindi «attivato» (*ibidem*). Questo obiettivo diventa così un vero e proprio *frame*, nel senso che influenza gli elementi su cui l'individuo ripone l'attenzione, a quali informazioni diviene sensibile, a quali modelli mentali farà riferimento per decidere come agire, alle alternative tra le quali sceglierà, all'ordine preferenziale tra queste e infine come agirà (Steg e Nordlund 2012).

Il *Model of frame selection* di Esser e Kroneberg è invece un modello formale che distingue i diversi passaggi - collegati tra loro - del processo decisionale: la selezione del *frame* all'interno del quale interpretare la situazione di scelta, la selezione dello *script* - ovvero un modello mentale di azione che viene considerato come possibile o adeguato data l'interpretazione che si è data della situazione e che può essere sostanzialmente identificato con le norme morali, le convenzioni, le abitudini o gli schemi emotivi o culturali di reazione alle circostanze (Kroneberg 2006) - e, infine, la selezione dell'azione che concretamente verrà messa in atto. Ciascuna di queste selezioni può essere compiuta attraverso un processo di tipo razionale-calcolista o una sorta di procedimento automatico. Il grado di razionalità che verrà esercitato, così come il *frame*, lo *script* e l'azione che verranno selezionati, dipendono da quattro fattori: opportunità e motivazioni per eseguire una deliberazione di tipo calcolista, lo sforzo richiesto in una data situazione per svolgere tale attività e l'accessibilità di modelli mentali «pronti all'uso» - *frames e scripts* - che si adattano a tale contesto (Kroneberg *et al.* 2010).

Questi due approcci sono innovativi perché cambiano il punto di vista dal quale si guarda alla questione del comportamento umano, un punto di vista che consente di non escludere a priori le intuizioni provenienti da diverse teorie. Non a caso, nella teoria di Lindenberg e in quella di Esser e Kroneberg riescono a trovare spazio, in diverse misure e combinazioni, sia elementi provenienti dalla Teoria della scelta razionale che l'impiego del concetto di norma sociale. Se nella *Goal-framing theory* seguire le norme assume un'accezione in ogni caso strumentale - è cioè uno dei possibili obiettivi che orientano il comportamento degli individui -, il *Model of frame selection* prefigura la razionalità strumentale e quella normativa come due strumenti distinti, ma entrambi possibili, per affrontare il processo decisionale. Il cambio di prospettiva - che rende possibile la convivenza tra diversi modelli di attore - risiede nel fatto che, rendendo centrale il processo di *framing*, non ci si chiede più «perché le persone hanno comportamenti prosociali?», ma ci si chiede invece «quando le persone hanno comportamenti prosociali?». L'idea, espressa chiaramente da Lindenberg (2006), è quindi che, al netto delle caratteristiche individuali delle persone - ovvero delle loro preferenze e degli orientamenti valoriali - e dei fattori «macro» che possono influenzare le loro scelte - come le norme vigenti nella comunità di cui fanno parte -, uno stesso individuo può prendere decisioni diverse a seconda della situazione in cui si trova ad agire, o meglio, del modo in cui la percepisce. Questo approccio consente quindi di superare la frattura tra visioni opposte, concentrando gli sforzi di ricerca sullo studio delle variabili situazionali che influenzano il processo decisionale portandolo verso un ambito più razional-strumentale o - viceversa - più normativo, lasciando così la possibilità di sfruttare appieno tutte le intuizioni di approcci a lungo tempo considerati incompatibili ma

che, dialogando, possono invece arricchire gli strumenti a disposizione degli studiosi per la comprensione del comportamento umano.

Numerose prove empiriche a sostegno di questo approccio provengono da una serie di esperimenti più recenti condotti manipolando esplicitamente o implicitamente la definizione della situazione. Molti di questi studi hanno manipolato il *frame* utilizzando la tecnica, molto diffusa nella ricerca psicologica, del *priming*, che consiste nello stimolare l'attivazione di determinate rappresentazioni mentali, attraverso delle associazioni inconsce tra pensieri, immediatamente prima di mettere i soggetti di fronte al compito principale dell'esperimento. Gli stimoli attraverso i quali si possono innescare queste associazioni sono di vario tipo: stimoli visivi comunemente associati al contesto del business, per esempio fotografie di una ventiquattrore o di un portafoglio (Kay *et al.* 2004); stimoli linguistici, per esempio chiedendo ai soggetti di ordinare le parole di frasi che rievocano comportamenti moralmente corretti (Utz *et al.* 2005); o stimoli contenenti richiami alle norme morali, per esempio chiedendo ai soggetti di scrivere i Dieci comandamenti oppure di sottoscrivere un ipotetico codice d'onore della loro università subito prima di partecipare all'esperimento (Mazar *et al.* 2008).

Su queste premesse teoriche si basa il primo dei due interrogativi a cui cerca di rispondere questa ricerca: l'introduzione nel contesto decisionale di elementi che richiamano le norme prosociali è in grado di influenzare il comportamento degli individui nei confronti degli altri, nella direzione indicata dalla norma rievocata? Partendo dal lavoro di Mazar *et al.* (2008), in cui il *frame* veniva manipolato chiedendo ai partecipanti di sottoscrivere un codice di condotta, abbiamo elaborato un disegno sperimentale (descritto nel par. 3) utile a testare la seguente prima ipotesi:

H1: la sola esposizione a uno stimolo normativo di contenuto prosociale, anche senza richiesta esplicita di attenersi, induce gli individui a prendere decisioni maggiormente cooperative o altruistiche, non orientate alla massimizzazione dei propri esiti materiali.

3. *Il ruolo degli incentivi nella ricerca sperimentale*

Il secondo quesito di ricerca riguarda il rapporto fra gli incentivi e le decisioni individuali. In letteratura, il dibattito sugli effetti degli incentivi è ampio e riguarda due ambiti, uno di carattere sostantivo e uno di carattere metodologico. Dal punto di vista sostantivo il dibattito si concentra sulla capacità degli incentivi monetari, specialmente nell'ambito di interventi di politica pubblica, di indurre gli attori a modificare il proprio comportamento in linea con gli obiettivi dell'intervento. Accanto a studi che documentano l'efficacia degli incentivi monetari nel produrre gli effetti desiderati (per esempio, Laffont e Matoussi 1995; Lazear 200), si trovano numerosi studi in cui gli incentivi monetari producono effetti sorprendentemente opposti a quelli desiderati (per esempio Gneezy e Rustichini 2000; Holmas *et al.* 2010). Dal punto di vista teorico questa eterogeneità negli effetti degli incentivi monetari sui comportamenti viene spiegata in funzione del rapporto fra incentivi e preferenze sociali (Bowles 2016). Secondo Bowles, gli incentivi materiali, oltre ad avere diretto un effetto sul comportamento, possono interagire con le preferenze sociali degli attori producendo effetti inattesi o comunque diversi dagli obiettivi del legislatore. Il verificarsi di questi effetti inattesi dipende dalla situazione, da

come gli incentivi vengono proposti, dalla loro entità e da come vengono percepiti dagli attori coinvolti. In contesti diversi si possono verificare diverse situazioni. Quando gli incentivi esterni e le preferenze sociali degli individui sono *additivamente separabili* non vi è interazione fra gli uni e le altre e gli incentivi producono gli effetti comportamentali attesi, quando invece incentivi e preferenze sociali non sono separabili si possono verificare tre diverse forme di interazione: 1) gli incentivi possono avere un effetto positivo sulle preferenze, stimolando la dimensione prosociale, e produrre di conseguenza un effetto sinergico sui comportamenti (*crowding in*); 2) l'effetto degli incentivi sulle preferenze sociali può essere negativo e attenuare l'effetto (positivo) diretto sui comportamenti, producendo esiti coerenti con gli obiettivi del legislatore ma inferiori alle attese (*crowding out*); 3) l'effetto degli incentivi sulle preferenze sociali può essere negativo e abbastanza forte da capovolgere l'effetto diretto sui comportamenti, producendo così esiti contrari agli obiettivi del legislatore (*strong crowding out*) (Bowles 2016).

Dal punto di vista metodologico il dibattito riguarda invece il ruolo degli incentivi monetari negli esperimenti di laboratorio ed è stato sviluppato soprattutto da economisti e psicologi. I primi considerano le decisioni incentivate, solitamente in termini monetari, una condizione imprescindibile per lo studio dei processi decisionali: l'uso degli incentivi monetari è considerato necessario affinché le risposte date dai partecipanti in laboratorio siano misurabili, confrontabili e verosimili (Harrison 1994). Tra gli psicologi il ricorso a questo tipo di incentivi non costituisce invece un imperativo (Hertwig e Ortmann 2001), ritenendo ugualmente affidabili i risultati di esperimenti condotti chiedendo ai partecipanti di immaginare che le decisioni che compiono abbiano conseguenze reali.

Molti sono gli studi sperimentali che mettono a confronto i risultati ottenuti mediante l'utilizzo di questi due tipi di incentivo. In generale le due posizioni agli estremi, che gli incentivi monetari non producano alcuna differenza in nessuna situazione o che invece eliminino del tutto i comportamenti irrazionali, non trovano riscontro (Camerer e Hogarth 1999). Da un lato, è risultato che l'impiego di denaro come incentivo diminuisce la varianza delle risposte (Smith e Walker 1993) rendendole più egoiste e meno propense al rischio (Camerer e Hogarth 1999). Dall'altro lato, numerose sono anche le ricerche che supportano l'idea che non vi siano differenze significative tra impiego di incentivi reali e ipotetici (Kühberger *et al.* 2002; Lovey *et al.* 2011).

In questa vasta mole di risultati, spesso discordanti, molti autori (Kühberger *et al.* 2002; Read 2005; Brase 2009) hanno sottolineato l'esigenza di considerare la relazione incentivo-comportamento in modo più complesso, differenziando i contesti all'interno della quale la si analizza. Uno dei fattori che può influenzare l'effetto del tipo di ricompensa sulle decisioni è infatti il tipo di scelta - o di *task* - che l'individuo si trova a compiere. Per questo motivo è importante concentrarsi sulle ricerche che hanno studiato la questione con riferimento al comportamento prosociale. Anche circoscrivendo il campo di indagine agli specifici contesti del gioco del dittatore e del dilemma del prigioniero - impiegati in questo esperimento - la questione non sembra però trovare una risposta univoca. Bühren e Kundt (2015) e Fantino *et al.* (2007) trovano che le scelte dei soggetti differiscono in modo significativo a seconda che gli incentivi siano reali o ipotetici; Ben-Ner *et al.* (2008) non rilevano invece delle differenze significative - nonostante gli autori sostengano che questo risultato cambi almeno parzialmente se si tengono sotto controllo i tratti delle personalità degli individui. Per tirare le fila dei diversi

risultati ottenuti in queste ricerche è utile guardare alla meta-analisi condotta da Engel (2011) su una vasta serie di esperimenti in cui è stato impiegato il gioco del dittatore. Uno dei parametri presi in considerazione riguarda proprio gli incentivi, il cui effetto non risulta statisticamente significativo.

La relazione incentivo-comportamento è stata analizzata anche nell'ambito del dilemma del prigioniero, inserendosi tendenzialmente all'interno di un più ampio quesito relativo all'effetto dell'ammontare dell'incentivo sulla scelta di cooperare. Ancora una volta i risultati sono misti: in alcuni studi non emergono differenze significative in termini di scelte cooperative tra coloro che ricevono ricompense ipotetiche e coloro che hanno incentivi monetari (Oskamp e Kleinke 1970), in altri invece si riscontrano livelli di cooperazione più bassi tra coloro che giocano con ricompense monetarie rispetto a coloro che prendono decisioni ipotetiche (vedi: Gumpert *et al.* 1969). Il dibattito intorno agli effetti dei diversi incentivi rimane perciò una questione aperta. La scelta dello sperimentatore relativa al tipo di incentivi da utilizzare in laboratorio è inoltre anche più complessa: il denaro non è infatti l'unico tipo di incentivo reale che si è provato ad impiegare nel contesto sperimentale (Rousseas e Hart 1951). Alcuni autori (ad esempio Fantino *et al.* 2007) hanno infatti considerato la possibilità che l'effetto che il denaro ha sulle scelte dei partecipanti possa essere innescato anche da altri tipi di incentivi. Molti degli studi che vengono condotti utilizzando incentivi differenti dal denaro, utilizzano qualche tipo di vantaggio in termini scolastici - solitamente punti extra per gli esami universitari o crediti scolastici. Recentemente sempre più esperimenti vengono condotti confrontando questo tipo di ricompensa con il denaro ed essa risulta essere un incentivo non solo ugualmente saliente ed efficace in termini di performance (Komai e Grossman 2006), ma anche in grado di generare risultati comparabili in termini di comportamento prosociale (Luccasen III e Thomas 2014). I vantaggi in termini scolastici sono ovviamente un incentivo saliente solo per gli studenti, di conseguenza questi risultati sono rilevanti dal punto di vista sostantivo solo fintanto che gli esperimenti vengono condotti con questo tipo di campione. Incentivi altrettanto salienti del denaro, ma meno costosi per i ricercatori sono stati sperimentati da Fantino *et al.* (2007) che hanno utilizzato «il tempo libero da un'attività tediosa» come risorsa da allocare in un gioco dell'ultimatum e in un gioco del dittatore, e da Heyman e Ariely (2004) che hanno invece confrontato il denaro con il cibo - nello specifico cioccolato e caramelle - per analizzare il loro effetto sulle performance dei partecipanti (*real effort task*). Negli esperimenti di Fantino *et al.* (2007) gli incentivi non monetari hanno prodotto comportamenti persino più egoisti degli incentivi monetari, mentre i soggetti studiati da Heyman e Ariely (2004) si sono dimostrati più sensibili agli incentivi monetari.

Bisogna inoltre considerare l'ipotesi che gli incentivi impiegati all'interno dei laboratori possano essi stessi contribuire alla definizione di un determinato *frame*. L'impiego di incentivi monetari potrebbe per esempio far definire la situazione all'interno di un *frame* economico-strumentale, rievocando modelli mentali di relazioni di scambio di mercato. In questo caso l'effetto dell'incentivo sarebbe quello di disattivare la componente altruista delle preferenze sociali producendo quello che Bowles (2016) chiama effetto di *crowding out*. Di conseguenza, in assenza di altri specifici stimoli normativi, si dovrebbe osservare un comportamento maggiormente egoista in associazione agli incentivi monetari.

H2: *ceteris paribus*, il livello di altruismo e cooperazione sarà minore quando le decisioni degli attori sono collegate ad incentivi monetari rispetto a quando non sono incentivate.

Al fine di testare tale ipotesi abbiamo elaborato un disegno sperimentale che ha messo a confronto, nello specifico ambito dei comportamenti prosociali, tre diversi tipi di incentivi: denaro, cioccolatini¹ e incentivi simbolici - ossia generici punti non associati al compenso ricevuto al termine dell'esperienza. Mentre il denaro dovrebbe avere l'effetto di distrarre i soggetti da considerazioni altruiste dirigendo la loro attenzione verso i propri benefici materiali, l'impiego di cioccolatini potrebbe, al contrario, spingere la definizione della situazione all'interno di un contesto di scambio sociale o dono, stimolando la componente altruista delle preferenze sociali e produrre quindi un effetto di *crowding in* (Bowles 2016).

H3: *ceteris paribus*, il livello di altruismo e cooperazione sarà maggiore quando le decisioni degli attori sono collegate ad incentivi che richiamano l'idea di dono, come i cioccolatini, rispetto a quando non sono incentivate

Infine, l'effetto descritto nell'ipotesi H1 dovrebbe essere ulteriormente rafforzato se la decisione dell'attore è collegata a incentivi che rimandano a una idea di dono, come i cioccolatini, perché in tale situazione i due elementi (tipo di incentivo e *frame* normativo) concorrono a definire la situazione come uno scambio sociale e non economico, producendo così un maggior effetto di *crowding in* sulle preferenze sociali dell'individuo.

H4: l'effetto positivo del *frame* normativo sui livelli di altruismo, fiducia e onestà, sarà maggiore in presenza di un incentivo in grado di richiamare un contesto di dono o scambio sociale (cioccolatini).

4. *Metodo: l'esperienza e il disegno fattoriale*

Per testare le ipotesi discusse nei paragrafi precedenti abbiamo ideato un disegno sperimentale di tipo fattoriale 2x3. Da una parte abbiamo manipolato il tipo di *frame*, attivando in particolare un *frame* di tipo normativo. Questo fattore ha prodotto due condizioni. In una (condizione *frame* normativo) le persone hanno partecipato a giochi in interazione dopo aver letto un aforisma che richiamava determinate norme prosociali, nell'altra (condizione *controllo*) i partecipanti sono stati chiamati a partecipare agli stessi giochi senza ricevere un richiamo alle norme prosociali. Il secondo fattore manipolato, trasversale al fattore *frame*, riguarda il tipo di incentivo. Come anticipato sono state prodotte tre diverse condizioni relative alle ricompense: denaro contante in valuta euro (condizione *incentivo monetario*), cioccolatini Guido Gobino (condizione *incentivo non monetario*), e punti (condizione *no incentivo*). In quest'ultima condizione in particolare non sono stati offerti incentivi reali, ma è stato chiesto ai partecipanti di interagire attraverso gli stessi giochi utilizzati nelle altre due condizioni, usando generici

¹ Volendo evitare che l'incentivo dei cioccolatini fosse in qualche modo ricondotto ad un contesto economico, all'interno delle istruzioni consegnate ai partecipanti, non è stato fatto riferimento al loro prezzo di mercato.

punti anziché denaro o cioccolatini e specificando parallelamente che il compenso sarebbe stato fisso, indipendente cioè dalle decisioni prese e quindi dai punti ottenuti². Ricapitolando, le condizioni totali sono quindi sei: 1) *frame* normativo e incentivo monetario; 2) *frame* normativo e incentivo non monetario; 3) *frame* normativo e nessun incentivo (generici punti); 4) *controllo* e incentivo monetario; 5) *controllo* e incentivo non monetario; 6) *controllo* e nessun incentivo (generici punti).

L'esperimento è stato condotto nel neonato Laboratorio CLOSER (Center for LabOratory Simulations and Experimental Research) dell'Università degli studi di Torino, reclutando partecipanti tra gli studenti di diverse discipline. La tabella 1 riporta le principali informazioni socio-demografiche dei partecipanti: genere, età e gruppo disciplinare del corso di laurea³.

Tab. 1. *Principali caratteristiche socio-demografiche dei partecipanti all'esperimento*

	<i>Modalità</i>	<i>Percentuale</i>
<i>Area disciplinare</i>	Area Medico-Scientifica	25,4%
	Economica	7,7%
	Giuridica	13,6%
	Scienze sociali e psicologiche	38,3%
	Umanistica	15,0%
<i>Genere</i>	Donne	70,3%
<i>Provincia di residenza</i>	Torino	59,3%
	<i>Media</i>	<i>Deviazione standard</i>
<i>Età</i>	23,8	3,5

I partecipanti sono stati in totale 350, circa 60 per ciascuna condizione - 53 casi nella condizione con meno partecipanti, 65 in quella con il maggior numero. Ogni partecipante, in ciascuna condizione, ha interagito a coppie in modo anonimizzato prendendo decisioni nei seguenti tre diversi giochi/scenari: il gioco del dittatore (Forsythe *et al.* 1994), il *fear game* e il *greed game* (Simpson 2003).

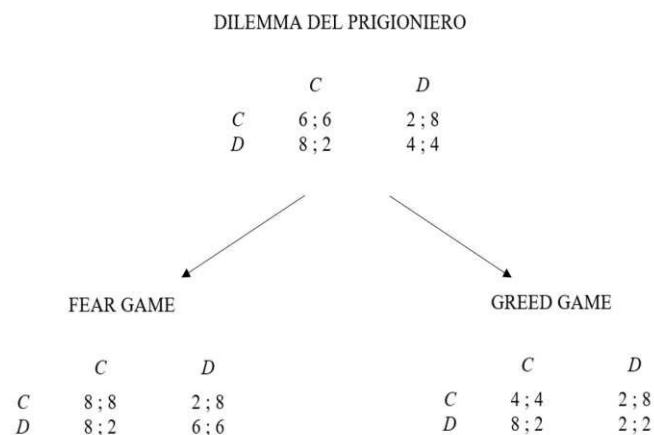
Il gioco del dittatore viene solitamente impiegato per misurare il livello di altruismo. Prevede la partecipazione a coppie, ma solo uno dei due partecipanti prende la decisione che influenza i *payoff* di entrambi. Ad uno dei due giocatori, definito dittatore, viene assegnata una dotazione di risorse che egli/ella deciderà come spartire tra sé e l'altro individuo, senza che quest'ultimo abbia alcuna possibilità di influenzare questa decisione (Camerer 2003; Barrera e Romanò

² Al fine di introdurre questa manipolazione creando una condizione sperimentale identica alle altre - con la sola differenza dell'assenza di incentivi -, così da rendere le condizioni comparabili fra loro, abbiamo utilizzato le stesse istruzioni utilizzate nelle altre condizioni con due semplici modifiche: 1) abbiamo sostituito la parola "euro" (o "cioccolatini") con la parola "punti" e 2) abbiamo aggiunto una breve frase nell'introduzione alle istruzioni per spiegare ai partecipanti che al termine dell'esperimento tutti avrebbero ricevuto un compenso fisso di 10€, non dipendente in alcun modo dai punti accumulati nelle interazioni. Le istruzioni sono disponibili su richiesta contattando gli autori dell'articolo.

³ Per partecipare agli esperimenti era necessario iscriversi su una piattaforma, ma non era obbligatorio compilare tutte le domande sulle caratteristiche socio-demografiche. Le statistiche riportate in Tab. 1 sono perciò calcolate su coloro che hanno risposto alle domande: genere, n =343; età, n=326; provincia di residenza, n=325; campo disciplinare, n=287.

2017). L'impossibilità di punire offerte diseguali, dovrebbe portare il dittatore, secondo quanto previsto dalla Teoria dei giochi, a tenere l'intera dotazione per sé, poiché qualunque altra somma destinata al partner comporterebbe per lui/lei solo dei costi. Nonostante le previsioni del modello standard, il dittatore sceglie mediamente di tenere il 72% della somma, donando all'altro il 28% (Engel 2011), spartizione che si discosta in modo rilevante dalle previsioni. Il *fear game* e il *greed game* sono due giochi utilizzati nei contesti sperimentali per indagare il tema della cooperazione – la figura 1 raffigura lo schema dei payoff di entrambi i dilemmi. Questi, a differenza del dilemma del prigioniero, hanno il vantaggio di consentire di distinguere le motivazioni sottostanti le scelte non cooperative (Simpson 2003). Nella variante classica (dilemma del prigioniero) un partecipante potrebbe infatti scegliere di defezionare perché mosso dal timore (*fear*) che l'altro giocatore defezioni, tradendo la volontà cooperativa del soggetto, oppure per avidità (*greed*) poiché tentato di approfittare dell'eventuale cooperazione dell'altro e ottenere quindi un *pay-off* maggiore (Simpson 2003). In un contesto di ricerca focalizzato sui meccanismi alla base del comportamento prosociale è importante distinguere tra questi due tipi di motivazione, in quanto afferiscono a due diverse norme sociali: nel primo caso entra in gioco la mancanza di fiducia, nel secondo il comportamento opportunistico. Utilizzando questi due dilemmi è stato perciò possibile ricreare contesti decisionali distinti: nel *fear game*, i soggetti sceglievano se cooperare o no in un contesto decisionale in cui il sistema di incentivi eliminava la possibilità che fosse l'avidità a muovere la defezioni; nel *greed game*, il sistema di incentivi escludeva invece l'eventualità di defezionare per paura che l'altro approfittasse della loro scelta di cooperare.

Fig. 1. Schema raffigurante i payoff del *fear game* e *greed game*, in confronto alla struttura standard del dilemma del prigioniero



In totale, sono state condotte 18 sessioni di esperimenti - tre per ognuna delle sei condizioni sperimentali. All'arrivo i partecipanti venivano smistati tra le condizioni su base casuale (estrazione a sorte). Per garantire un maggior livello di anonimato, ogni decisione presa dai partecipanti aveva conseguenze esclusivamente su persone che si trovavano in un'altra stanza. Per quanto riguarda la manipolazione del *frame*, la metà dei partecipanti ha preso le tre decisioni - nell'ordine: gioco del dittatore, *fear game* e *greed game* - dopo aver letto un aforisma che rievocava il contenuto di una norma sociale. Nello specifico, la frase era riportata

nel modulo in cui i partecipanti dovevano annotare la propria decisione ed era accompagnata dall'esplicita richiesta di leggere e riflettere su di essa prima di prendere la decisione. Per ognuno dei tre giochi è stato inserito un diverso aforisma - riportato qui sotto - in modo da rimandare ad una norma coerente con il tipo di comportamento sociale misurato: l'altruismo con il gioco del dittatore (a), la fiducia con il *fear game* (b) e l'onestà con il *greed game* (c).

- a) «Un autentico atto di gentilezza non è basato sull'aspettativa di una ricompensa ma sulla consapevolezza che un giorno qualcuno potrà fare lo stesso per te» (gioco del dittatore);
- b) «L'aspettativa che gli altri si comportino in modo corretto è il collante della società, il principio fondante di ogni relazione» (*fear game*);
- c) «Ha quel che merita chi perde il proprio per arraffare l'altrui» (*greed game*).

Le frasi scelte non contengono termini particolarmente espliciti a ciò che è «giusto/sbagliato» e non hanno una forma direttiva (es. Binmore *et al.* 1985). Al tempo stesso sono state scelte frasi che potessero indicare in modo non ambiguo il contenuto della norma, poiché la difficoltà di determinare quale sia il comportamento appropriato - secondo la norma sociale - in una data circostanza rischia di diminuire di per sé la salienza del frame normativo (Lindenberg 2006). L'altra metà dei partecipanti ha ricevuto le stesse identiche istruzioni, con la sola differenza che nei relativi moduli decisionali non comparivano gli aforismi sul quale veniva chiesto di riflettere.

5. Risultati

Indipendentemente dagli stimoli a cui sono stati sottoposti, nel gioco del dittatore i partecipanti hanno inviato in media il 42% della propria dotazione al giocatore a cui erano abbinati, mentre nel *fear game* e nel *greed game* hanno scelto di cooperare rispettivamente il 59% e il 63% dei partecipanti. Ulteriori statistiche descrittive, calcolate sui sei gruppi, sono riportate nella tabella 2.

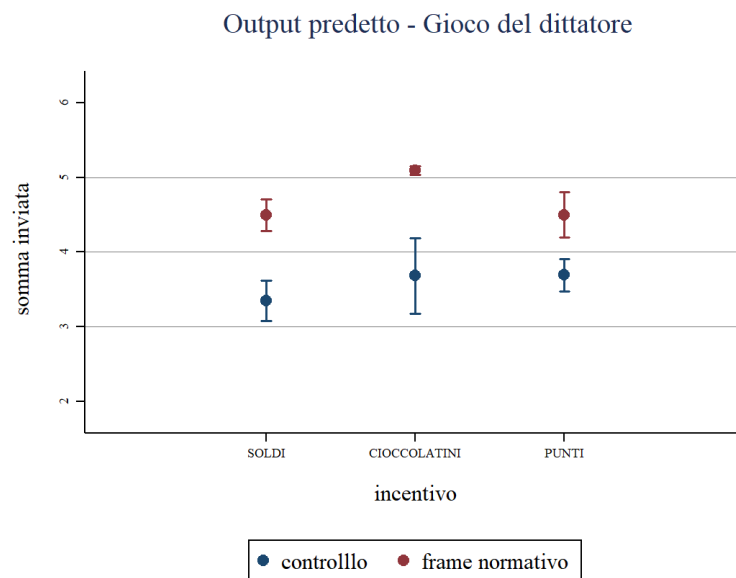
Tab. 2. *Statistiche descrittive, in base alla condizione sperimentale*

Condizione	Gioco del dittatore	Fear game	Greedy game
	Media (d.s.)	% Cooperazione	
Controllo - soldi	3,39 (2,22)	48,4	54,8
Controllo - cioccolatini	3,75 (1,82)	52,7	49,1
Controllo - punti	3,68 (1,81)	52,8	60,4
Frame normativo - soldi	4,38 (2,6)	70,9	61,8
Frame normativo - cioccolatini	5,12 (2,29)	68,3	81,7
Frame normativo - punti	4,51 (2,19)	61,5	70,8

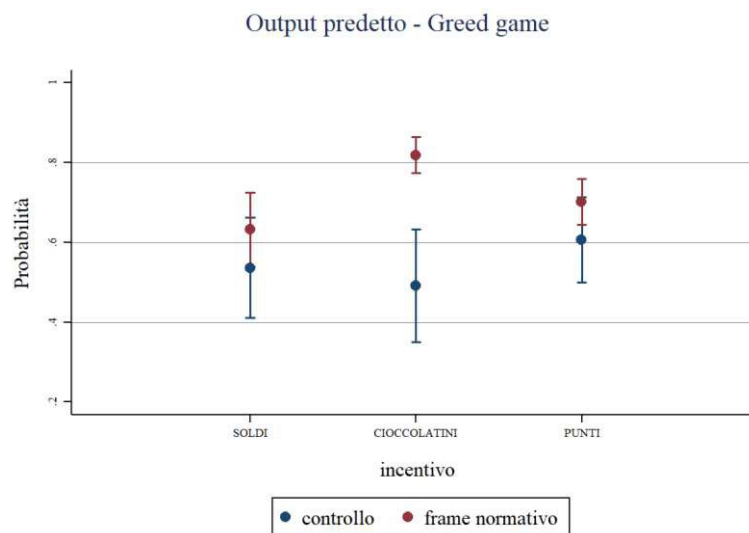
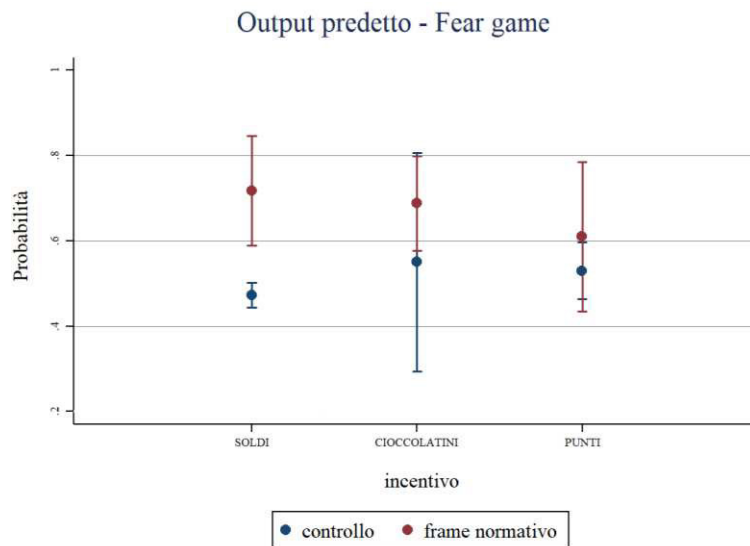
Poiché le decisioni prese dai partecipanti nei diversi giochi possono essere descritte come una variabile *count* nel caso del gioco del dittatore (cifra intera inviata) e come variabili

dicotomiche (coopero, sì vs no) negli altri due giochi, il grafico 1 riporta i valori predetti (e relativi intervalli di confidenza) provenienti da un modello di regressione di Poisson e mentre i grafici 2 e 3 quelli ottenuti da due regressioni logistiche. Tutti i tre modelli hanno avuto come variabili esplicative quelle relative alle ipotesi, ossia l'introduzione del *frame* normativo (sì o no) (H1) e l'incentivo usato (denaro (H2) o cioccolatini (H3) versus punti), nonché un effetto di interazione tra le due variabili indipendenti *frame* ed incentivo in grado di richiamare un contesto di dono o scambio sociale (cioccolatini) (H4)⁴. Le variabili di controllo inserite sono state: il genere (uomo o donna), l'aver studiato Teoria dei giochi (sì o no), l'aver precedentemente partecipato ad esperimenti (sì o no) e, nella sola condizione con i cioccolatini come incentivo, il gradimento del cioccolato (sì o no). Di seguito vengono riportati i risultati dei modelli di regressione (tabella 3) e i relativi output predetti (grafico 1, 2, 3). Nella tabella 3, per ciascuno dei tre giochi, la prima colonna riporta i coefficienti delle variabili esplicative considerate, mentre la seconda include anche i coefficienti dell'interazione tra le variabili *frame* normativo e *incentivo cioccolatino*.

Graf. 1, 2 e 3. Output predetti nel gioco del dittatore (1), fear game (2) e greed game (3), in base all'esposizione al frame normativo e all'incentivo impiegato



⁴ Non abbiamo inserito un secondo effetto di interazione (frame normativo x denaro) perché i fattori *frame* normativo e *incentivo monetario* agiscono sulle preferenze sociali in direzione contraria ed empiricamente tendono ad elidersi.



Tab. 3. Valore dei coefficienti dei modelli di regressione lineare multipla (gioco del dittatore) e logistica (fear game e greed game)

	Gioco del dittatore	Gioco del dittatore	Fear game	Fear game	Greed game	Greed game
	Coef. (e.s.)	Coef. (e.s.)	Odds ratio (e.s.)	Odds ratio (e.s.)	Odds ratio (e.s.)	Odds ratio (e.s.)
H1: Frame Normativo	0,27*** (0,04)	0,25*** (0,04)	1,91* (0,5)	2,00* (0,52)	2,14** (0,49)	1,52* (0,32)
H2: Soldi	-0,04 (0,04)	-0,04 (0,04)	1,12 (0,29)	1,12 (0,29)	0,75 (0,18)	0,74 (0,16)
H3: Cioccolatini	0,07 (0,04)	0,03 (0,08)	1,25 (0,47)	1,31 (0,74)	1,05 (0,30)	0,62 (0,21)

<i>H4: Frame Normativo #cioccolatini</i>	-	0,08 (0,08)	-	0,92 (0,59)	-	3,16** (1,24)
<i>Genere (Donna)</i>	0,06 (0,07)	0,06 (0,07)	1,45 (0,47)	1,45 (0,47)	1,51 (0,40)	1,51 (0,41)
<i>Teoria di giochi</i>	-0,11* (0,04)	-0,11* (0,04)	0,90 (0,29)	0,90 (0,29)	0,78 (0,19)	0,77 (0,19)
<i>Esperimenti</i>	-0,17** (0,08)	-0,17** (0,05)	1,01 (0,26)	1,01 (0,26)	0,87 (0,43)	0,87 (0,16)

*** p<0,00; ** p<0,01; * p<0,05 (significatività a due code)

La prima ipotesi risulta supportata in tutti e 3 i giochi: l'esposizione a uno stimolo di tipo normativo produce comportamenti più altruisti nel gioco del dittatore e un maggior numero di scelte cooperative negli altri due giochi. Gli effetti relativi alle due ipotesi legate al tipo di incentivo (H2 e H3) non sono invece statisticamente significativi, benché si presentino nella direzione attesa in tutti i modelli - con la sola esclusione dell'effetto degli incentivi monetari nel *fear game*. Inoltre l'effetto dei cioccolatini come incentivo nel gioco del dittatore è appena oltre la soglia di significatività ($p = 0.07$). Per quanto riguarda l'interazione fra *frame* e tipo di incentivo, questo risulta statisticamente significativo e supporta l'ultima ipotesi (H4) solo nel *greed game*, dove il livello di cooperazione risulta effettivamente molto più alto nella condizione con il *frame* normativo e i cioccolatini.

Tra le variabili di controllo, l'aver studiato Teoria dei giochi e l'aver già partecipato ad altri esperimenti tendono a far diminuire il livello di altruismo misurato come dotazione inviata, ma sono nel gioco del dittatore. È ragionevole ipotizzare che dietro questo risultato ci sia un effetto di apprendimento che interagisce con la definizione della situazione, giacché il gioco del dittatore è sicuramente tra i più usati in laboratorio e studiati nei corsi di Teoria dei giochi. In altre parole, è possibile spiegare questi livelli medi di altruismo più bassi con dinamiche di apprendimento tali per cui i soggetti interpretano la situazione attuale del laboratorio anche sulla base delle precedenti conoscenze (e/o esperienze) e selezionano lo *script* adeguato avendo in mente il modello standard studiato (e/o esperito) che prescrive un comportamento egoistico.

6. Conclusioni

La ricerca qui presentata ha preso le mosse da due principali interrogativi: è possibile orientare gli individui verso comportamenti prosociali anche solo evocando una norma? Che ruolo hanno gli incentivi nell'orientare i comportamenti prosociali? Si è inoltre cercato di indagare l'eventuale presenza di effetti di interazione tra l'attivazione di un *frame* normativo e l'impiego di incentivi che richiamino essi stessi un contesto normativo - in particolare un contesto di dono o scambio sociale. Per rispondere a queste domande di ricerca abbiamo realizzato un esperimento dal disegno fattoriale 2x3, in cui i fattori manipolati sono stati: l'introduzione di un *frame* normativo (si vs no) e l'uso di tre incentivi diversi (denaro contante, cioccolatini e generici punti). Sei sono state pertanto le condizioni in cui i partecipanti sono stati chiamati a scegliere se adottare o meno comportamenti prosociali in situazioni che richiamavano scenari di certezza delle conseguenze (gioco del dittatore), e di incertezza caratterizzati rispettivamente da paura (*fear game*) e stimolo dell'avidità (*greed game*). I risultati dell'esperimento indicano

che è sufficiente anche solo evocare una norma che faccia riferimento a qualche atto prosociale, senza sollecitare in alcun modo un'adesione alla stessa - né con incentivi esterni positivi, né negativi (sanzioni) - per far sì che le persone si orientino verso comportamenti coerenti con la norma evocata. In tutti i tre i giochi infatti si è registrata una tendenza a maggiori livelli di altruismo e cooperazione tra coloro che hanno letto un aforisma che semplicemente evocava una norma di reciprocità indiretta (gioco del dittatore), fiducia (*fear game*) e onestà (*greed game*). Inoltre, i risultati del nostro esperimento non rilevano differenze statisticamente significative imputabili alla natura degli incentivi impiegati, mostrando che il tipo di ricompensa utilizzato non influenza i comportamenti - quantomeno nell'ambito della prosocialità. Nonostante ciò, questi effetti si presentano in quasi tutti i modelli nella direzione attesa o di poco oltre la soglia di significatività: non si può quindi escludere che, con una maggiore potenza statistica, possano risultare statisticamente significativi. L'idea che il tipo di risorsa impiegata possa interagire con il *frame* concorrendo alla definizione della situazione trova supporto solo in una delle tre situazioni simulate in laboratorio: quella in cui la defezione è sostenuta da avidità (*greed game*). In questo contesto, la cooperazione aumenta in modo statisticamente significativo quando l'esposizione a norme prosociali si accompagna all'uso di incentivi in grado di richiamare situazioni di dono o di scambio sociale, come sono i cioccolatini. Il fatto che questo si rilevi solo nel *greed game*, potrebbe essere dovuto al fatto che i cioccolatini non hanno sufficiente potere di rievocare un contesto prosociale, generando così questo effetto solo in un caso su tre. I risultati ottenuti suggeriscono di approfondire questa idea impiegando incentivi strettamente prosociali come, ad esempio, la promessa di una donazione ad un'associazione benefica. Questo tipo di incentivo è peraltro già stato studiato nell'ambito delle *real-effort task* (Imas 2014), risultando avere un effetto positivo rilevante - maggiore di quello generato da incentivi monetari - sulle performance, anche se limitatamente a contesti in cui l'ammontare della ricompensa era relativamente basso.

In apertura dell'articolo abbiamo contestualizzato nell'emergenza sanitaria legata al SARS-COVID19 l'attualità e l'urgenza del problema di ricerca che questo studio affronta. Anche nelle conclusioni desideriamo richiamarci all'attuale situazione per offrire alcune riflessioni su come i nostri risultati sperimentali possano essere utilizzati al di fuori del laboratorio. All'interno della situazione pandemica che ci troviamo ad analizzare, un obiettivo-*frame* di tipo normativo si traduce in un comportamento orientato al rispetto del distanziamento sociale e dell'utilizzo adeguato dei dispositivi di sicurezza individuali - mascherine, lavaggio frequente delle mani, ecc...-, mentre un obiettivo-*frame* di tipo edonistico o strumentale risulterebbe più frequentemente nel non rispetto di tali norme, in quanto poco agevoli ed economiche - pensiamo per esempio al costo da sostenere per l'acquisto dei dispositivi di sicurezza che devono essere frequentemente cambiati o alla difficoltà nell'interagire con amici e parenti mantenendo sempre alto il rispetto delle norme. Come discusso nel par. 2, obiettivi di diverso tipo spesso coesistono, tant'è che sembrerebbe più corretto pensare alla loro presenza in termini gradualisti (Lindenberg e Steg 2007). La forza di un determinato tipo di obiettivo-*frame* dipende in parte dalla sua salienza a priori e in parte dalla convergenza con gli altri tipi di obiettivo (*ibidem*). Un *frame* come quello normativo, che ha una bassa salienza a priori, può essere rinforzato combinando l'azione di evocarlo esplicitamente nelle situazioni in cui è utile che i comportamenti di distanziamento sociale vengano adottati - così come suggeriscono i nostri

risultati sperimentali - con quella di rendere gli obiettivi edonistici e strumentali meno incompatibili (*ibidem*).

Sulla base di questo ragionamento riteniamo che, oltre alla necessità di mantenere viva la rappresentazione pubblica del distanziamento sociale come azione prosociale e non meramente auto-conservativa, sia utile adottare misure che rendano gli altri possibili obiettivi - edonistico e strumentale - coerenti e concilianti con il rispetto delle norme (Tufekci 2021). Da questo punto di vista, affinché l'obiettivo strumentale vada in questa direzione è utile che il sistema sanzionatorio sia coerente con quanto prescritto dalla norma sociale in questione, mentre dal punto degli obiettivi di tipo edonistico è utile continuare ad agevolare lo svolgimento di attività all'aperto o in spazi ampi - anche ripensando alcune forme di intrattenimento, come il *drive-in*, o incentivando l'utilizzo di locali non standard per le attività ricreative - in modo che gli individui non siano obbligati a scegliere tra lo svago e il rispetto delle norme.

Bibliografia

- Allais, M. (1953). «Le Comportement de l'Homme Rationnel devant le Risque: Critique des Postulats et Axiomes de l'Ecole Americaine». In *Econometrica*, 21(4), pp. 503-546.
- Andorka, R. (1992). «Homo Socio-economicus». In *Aula*, 14(1), pp. 5-23.
- Andreoni, J. (1990) «Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving». In *The Economic Journal*, 100(401), pp. 464-477.
- Balliet D., Parks C. e Joireman J. (2009). «Social value orientation and cooperation in social dilemmas: A meta-analysis». In *Group Processes & Intergroup Relations*, 12(4), pp. 533-547.
- Barrera, D. (2008). «The social mechanisms of trust». In *Sociologica*, 2(2), pp. 1-32.
- Barrera D. e Romanò S. (2017). «Il metodo sperimentale». In *Fondamenti di Sociologia Economica*, a cura di F. Barbera e I. Pais, pp. 1-16. Milano: EGEA.
- Ben-Ner, A., Kramer, A. e Levy, O. (2008). «Economic and hypothetical dictator game experiments: Incentive effects at the individual level». In *The Journal of Socio-Economics*, 37(5), pp. 1775-1784.
- Binmore, K., Shaked, A. e Sutton, J. (1985). «Testing noncooperative bargaining theory: A preliminary study». In *American Economic Review*, 75(5), pp. 1178-1180.
- Bornstein, G., Kugler, T. e Ziegelmeyer, A. (2004). «Individual and group decisions in the centipede game: Are groups more “rational” players?». In *Journal of Experimental Social Psychology*, 40(5), pp. 599- 605.
- Bowles, S. (2016). *The moral economy. Why good incentives are no substitute for good citizens*. New Haven: Yale University Press.
- Brase, G.L. (2009). «How different types of participant payments alter task performance». In *Judgment and Decision Making*, 4(5), pp. 419-428.
- Bühren, C., e Kundt, T.C. (2015). «Imagine being a nice guy: A note on hypothetical vs. incentivized social preferences». In *Judgment and Decision making*, 10(2), pp. 185.
- Camerer, C. F. (2003). *Behavioral Game Theory: experiments in strategic interaction*. Princeton: Princeton University Press.

- Camerer, C.F. e Hogarth, R.M. (1999). «The effects of financial incentives in experiments: A review and capital-labor-production framework». In *Journal of risk and uncertainty*, 19(1) pp. 7-42.
- Damari, C. (2008). *La percezione della realtà in Alfred Schütz ed Erving Goffman. Un problema di frame*. Pisa: Edizioni PLUS-Pisa University Press.
- Eisenberg, N. (1986). *Altruistic emotion, cognition, and behavior*. Hillsdale: Erlbaum.
- Engel, C. (2011). «Dictator games: A meta study». In *Experimental economics*, 14(4), pp. 583-610.
- Fantino, E., Gaitan, S., Kennelly, A. e Stolarz-Fantino, S. (2007). «How reinforcer type affects choice in economic games». In *Behavioural Processes*, 75(2), pp. 107-114.
- Fehr, E. e Gächter, S. (2002). «Altruistic punishment in humans». In *Nature*, 415, pp. 137-140.
- Fehr, E. e Schmidt, K.M. (1999). «A theory of fairness, competition, and cooperation». In *The quarterly journal of economics*, 114(3), pp. 817-868.
- Forsythe, R., Horowitz, J.L., Savin, N.E. e Sefton, M. (1994). «Fairness in simple bargaining experiments». In *Games and Economic behavior*, 6(3), pp. 347-369.
- Gneezy, U. e Rustichini A. (2000). «Pay enough or don't pay at all». In *Quarterly Journal of Economics*, 115(2), pp. 791–810.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Gumpert, P., Deutsch, M. e Epstein, Y. (1969). «Effect of incentive magnitude on cooperation in the Prisoner's Dilemma game». In *Journal of Personality and Social Psychology*, 11(1), pp. 66.
- Harrison, G.W. (1994). «Expected utility theory and the experimentalists». In *Empirical economics*, 19(2), pp. 223-253.
- Heyman, J. e Ariely, D. (2004). «Effort for payment: A tale of two markets». In *Psychological science*, 15(11), pp. 787-793.
- Hertwig, R. e Ortmann, A. (2001). «Experimental practices in economics: A methodological challenge for psychologists?». In *Behavioral and Brain Sciences*, 24(3), pp. 383-403.
- Holmas, T.H., Kjerstad, E., Luras, H. e Straume, O.R. (2010). «Does monetary punishment crowd out pro-social motivation? A natural experiment on hospital length of stay». In *Journal of Economic Behavior and Organization*, 75(2), pp. 261–67.
- Imas, A. (2014). «Working for the “warm glow”: On the benefits and limits of prosocial incentives». In *Journal of Public Economics*, 114, pp. 14–18
- James, W. (1890). *The principles of psychology, Vol. I*. New York: Henry Holt and Co.
- Kahneman, D. e Tversky, A. (1979). «Prospect Theory: an Analysis of Decision under Risk». In *Econometrica*, 47(2), pp. 263-291.
- Kay, A.C., Wheeler, S.C., Bargh, J.A. e Ross L. (2004). «Material priming: The influence of mundane physical objects on situational construal and competitive behavioral choice». In *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 95(1), pp. 83-96.
- Komai, M. e Grossman, P. (2006). «Incentivizing Experiments: Monetary Rewards versus Extra Credits». Economics Faculty, Working Papers 9.
- Kroneberg, C. (2006). «The Definition of the Situation and Variable Rationality: The Model of Frame Selection as a General Theory of Action». Working Paper 06/05. Sonderforschungsbereich 504. Mannheim, University of Mannheim.

- Kroneberg, C. (2014). «Frames, scripts, and variable rationality: An integrative theory of action». In *Analytical sociology: Action and Network*, a cura di G. Manzo, pp. 97-123. Hoboken: Wiley.
- Kroneberg, C. e Kalter, F. (2012). «Rational choice theory and empirical research: Methodological and theoretical contributions». In *Europe in Annual Review of Sociology*, 38, pp. 73–92.
- Kroneberg, C., Meir, Y. e Volker, S. (2010). «Norms and Rationality in Electoral Participation and in the Rescue of Jews in WWII: An Application of the Model of Frame Selection». In *Rationality and Society*, 22(1), pp. 3-36.
- Kühberger, A., Schulte-Mecklenbeck, M. e Perner, J. (2002). «Framing decisions: Hypothetical and real». In *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 89(2), pp. 1162-1175.
- Laffont, J.J. e Matoussi M.S. (1995). «Moral hazard, financial constraints, and share cropping in El Oulja». In *Review of Economic Studies*, 62(3), pp. 381–99.
- Lazear, E. (2000). «Performance pay and productivity». In *American Economic Review*. 90(5), pp. 1346–1361.
- Lichtenstein, S. e Slovic, P. (1971). «Reversals of preference between bids and choices, in gambling decisions». In *Journal of Experimental Psychology*, 89(1), pp. 46-55.
- Lindenberg, S. (1990). «Homo socio-oeconomicus: The emergence of a general model of man in the social sciences». In *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 146(4), pp. 727-748.
- Lindenberg, S. (2000). «The extension of rationality: Framing versus cognitive rationality». In *L'Acteur et ses Raisons. Mélanges en l'honneur de Raymond Boudon*, a cura di J. Baechler, F. Chazel e R. Kamrane, pp. 168-204. Paris: Presses Universitaires de France.
- Lindenberg, S. (2006). «Prosocial Behavior, Solidarity, and Framing Processes». In *Solidarity and Prosocial Behavior: An Integration of Sociological and Psychological Perspectives*, a cura di D. Fetchenhauer, A. Flache, A.P. Buunk e S.M. Lindenberg, pp. 23-44. New York: Springer.
- Lindenberg, S. e Steg, L. (2007). «Normative, gain and hedonic goal frames guiding environmental behavior». In *Journal of Social issues*, 63(1), pp. 117-137.
- List, J.A. e Gallet, C.A. (2001). «What experimental protocol influence disparities between actual and hypothetical stated values? Evidence from a meta-analysis». In *Experimental and Resource Economics*, 20(3), pp. 241–54.
- Locey, M. L., Jones, B.A. e Rachlin, H. (2011). «Real and hypothetical rewards». In *Judgment and decision making*, 6(6), pp. 552.
- Luccasen III, R.A. e Thomas, M.K. (2014). «Monetary incentives versus class credit: Evidence from a large classroom trust experiment». In *Economics Letters*, 123(2), pp. 232-235.
- Mazar, N., Amir, O. e Ariely, D. (2008). «The dishonesty of honest people: A theory of self-concept maintenance». In *Journal of marketing research*, 45(6), pp. 633-644.
- Nelissen R. M.A., Dijker A.J.M. e De Vries N.K. (2007). «How to turn a hawk into a dove and vice versa: Interactions between emotions and goals in a give-some dilemma game». In *Journal of Experimental Social Psychology*, 43, pp. 280 - 286.
- Oskamp, S. e Kleinke, C. (1970). «Amount of reward as a variable in the Prisoner's Dilemma game». In *Journal of Personality and Social Psychology*, 16(1), pp. 133.

- Penner L.A., Fritzsche B.A., Craiger J.P., Freifeld T.R., Butcher J.N. e Spielberger C.D. (1995). «Measuring the prosocial personality». In *Advances in personality assessment*, 10, pp. 147-163.
- Read, D. (2005). «Monetary incentives, what are they good for?». In *Journal of Economic Methodology*, 12(2), pp. 265-276.
- Rousseas, S.W. e Hart, A.G. (1951). «Experimental verification of a composite indifference map». In *Journal of Political Economy*, 59(4), pp. 288-318.
- Sally, D. (1995). «Conversation and cooperation in social dilemmas: A meta-analysis of experiments from 1958 to 1992». In *Rationality and society*, 7(1), pp. 58-92.
- Schütz, A. (1970). *Reflections on the Problem of Relevance*. New Haven: Yale University Press.
- Simpson, B. (2003). «Sex, fear, and greed: A social dilemma analysis of gender and cooperation». In *Social forces*, 82(1), pp. 35-52.
- Simpson, B. e Willer R. (2015). «Beyond altruism: Sociological foundations of cooperation and prosocial behavior». In *Annual Review of Sociology*, 41, pp. 43–63.
- Smith, V. L., Walker, J. M. (1993). «Monetary rewards and decision cost in experimental economics». In *Economic Inquiry*, 31(2), pp. 245-261.
- Sonnenberg, B. (2014). *Dependencies and Mechanisms of Unemployment and Social Involvement: Findings from the Socio-Economic Panel Study (SOEP)*. Wiesbaden: Springer VS.
- Steg, L. e Nordlund, A. (2012). «Models to explain environmental behaviour». In *Environmental Psychology: An Introduction*, a cura di L. Steg, A.E. Van Den Berg e J.I.M de Groot, pp. 185-195. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Thaler, R. H. (1990). «Anomalies: Saving, fungibility, and mental accounts». In *Journal of economic perspectives*, 4(1), pp. 193-205.
- Thomas, W.I. e Thomas, D.S. (1928). *The Child in America: Behavior Problems and Programs*. New York: Alfred A. Knopf.
- Tversky, A. e Kahneman, D. (1981). «The framing of decisions and the psychology of choice». In *Science*, 211(4481), pp. 453-458.
- Tufekci, Z. (2021). «5 Pandemic Mistakes We Keep Repeating in The Atlantic». February 26, 2021; trad. it. «Come si esce da una pandemia». In *Internazionale*, 18 marzo 2021. <https://www.internazionale.it/notizie/zeynep-tufekci/2021/03/18/errori-virus>.
- Utz, S., Van Lange, P.A., Green, E., Waldzus, S. e Bovina, I. (2005). «Mary honest always friendly and is: can scrambled sentences enhance prosocial motivation?». In *Representative Research in Social Psychology*, 28, pp. 59-70.
- Wrong D.H. (1961). «The oversocialized conception of man in modern sociology». In *American Sociological Review*, 26, pp. 183-193.
- Young Jr, A. (2010). «New life for an old concept: Frame analysis and the reinvigoration of studies in culture and poverty». In *The annals of the American Academy of political and Social Science*, 629(1), pp. 53-74.
- Zelmer, J. (2003). «Linear public goods experiments: A meta-analysis». In *Experimental Economics*, 6(3), pp. 299-310.