

Preferenze sociali e cooperazione Social preferences and co-operation

Appendice: riferimenti aggiuntivi.

Indichiamo qui di seguito alcuni riferimenti bibliografici aggiuntivi motivando il riferimento. Dividiamo l'esposizione seguendo i titoli dei paragrafi della voce del dizionario, anche quando il titolo del paragrafo non è necessariamente strettamente correlato con le indicazioni che seguono.

1. Dall'homo oeconomicus all'homo vivens.

Nel paragrafo si fa riferimento unicamente al *Compendio della Dottrina Sociale della Chiesa*, ma ovviamente si tratta di una sintesi coerente di contributi dei Pontefici. A esempio San Giovanni Paolo II, l'insegnamento sociale della Chiesa corre lungo l'asse della reciprocità tra Dio e l'uomo: riconoscere Dio in ogni uomo e ogni uomo in Dio è la condizione di un autentico sviluppo umano (*Centesimus Annus*, 1991, 11; Conc. Ecum. Vat. II, *Gaudium et spes*, 1966, 24; CDSC, 2004, seconda sezione, 103). Con riferimento al tema "la persona umana nel disegno di amore di Dio", riportiamo le seguenti affermazioni: "La persona è costitutivamente un essere sociale, perché così l'ha voluta Dio che l'ha creata. La natura dell'uomo si manifesta, infatti, come natura di un essere che risponde ai propri bisogni sulla base di una soggettività relazionale, ossia alla maniera di un essere libero e responsabile, il quale riconosce la necessità di integrarsi e di collaborare con i propri simili ed è capace di comunione con loro nell'ordine della conoscenza e dell'amore" (Conc. Ecum. Vaticano II, *Gaudium et spes*, 1966, 12; CDSC, 2004, terza sezione, 110). E anche: "La socialità umana non sfocia automaticamente verso la comunione delle persone, verso il dono di sé. A causa della superbia e dell'egoismo, l'uomo scopre in sé stesso germi di asocialità, di chiusura individualistica e di sopraffazione dell'altro. Ogni società, degna di tal nome, può ritenersi nella verità quando ogni suo membro, grazie alla propria capacità di conoscere il bene, lo persegue per sé e per gli altri. È per amore del proprio e dell'altrui bene che ci si unisce in gruppi stabili, aventi come fine il raggiungimento di un bene comune. Anche le varie società devono entrare in relazioni di solidarietà, di comunicazione e di collaborazione, a servizio dell'uomo e del bene comune" (Conc. Ecum. Vaticano II, *Gaudium et spes*, 1966, 25; *Sollicitudo rei socialis*, 1987, 26; Concilio Vaticano II, *Gaudium et spes*, 1966, 76; CDSC, 2004, terza sezione, 150).

2. Le diverse tipologie di preferenze: altruismo incondizionato, altruismo condizionato e reciprocità

Esistono classificazioni almeno parzialmente differenti rispetto a quelle proposte nel testo. In particolare si consulti:

Fehr E. e K. Schmidt (2006): "Chapter 8 The Economics of Fairness, Reciprocity and Altruism – Experimental Evidence and New Theories" in *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, Vol. 1, 615-691

e i riferimenti ivi contenuti.

Nel testo non si menziona l'invidia, che caratterizza un agente economico il cui benessere peggiora al migliorare del benessere altrui. Il motivo dell'esclusione è che la percentuale degli invidiosi non supera mai il 5% ed è tipicamente intorno al 2-3% del campione.

Si noti che le definizioni riportate nel testo sono basate sulle preferenze e non sui comportamenti (a esempio beneficiare il prossimo anche a proprio danno), perché in economia i comportamenti sono determinati dalle preferenze, oltre che condizionati da vincoli di fattibilità. Questa è una delle differenze principali fra l'approccio economico e quello sociologico, per il quale la lettura fondamentale è:

Wilson E.O. (1975): *Sociobiology-The New Synthesis*, Cambridge, Mass. and London: The Belknap Press of Harvard University Press.

4. Robustezza dei comportamenti altruisti

Per una trattazione della *social identity* si possono utilmente consultare:

- Bardsley N. (2008): “Dictator Game Giving: Altruism or Artefact”, *Experimental Economics*, 11, 122-133.
- Charness G., L. Rigotti e A. Rustichini (2007): “Individual Behavior and Group Membership”, *The American Economic Review*, 97, 1340-1352.
- Chen Y. e S. Li (2009), “Group Identity and Social Preferences”, *The American Economic Review*, 99, 431-457.
- Rustagi D. e M. Veronesi (2016): Social Identity, Attitudes towards Cooperation, and Social Preferences: Evidence from Switzerland, *mimeo*.

Sugli effetti delle norme sociali si può consultare:

- Bornhorst F., A. Ichino, O. Kirchkamp, K. Schlag e E. Winter (2010): “Similarities and differences when building trust: the role of cultures”, *Experimental Economics*, 13, 260–283

Per i rapporti fra educazione e fiducia si consulti:

- Dohmen T., A. Falk, D. Huffman e U. Sunde (2012): “The Intergenerational Transmission of Risk and Trust Attitudes”, *The Review of Economic Studies*, 79, 645-677.

5. Mercato, valori e preferenze

Per uno studio su preferenze in differenti contesti culturali e sulla avversione alla iniquità nelle culture orientali si consulti:

- Oosterbeek H., R. Sloof e G. Van De Kuilen (2004): “Cultural Differences in Ultimatum Game Experiments: Evidence from a Meta-Analysis”, *Experimental Economics*, 7:171–188.