



Εθνικό και Καποδιστριακό
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ
ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΣΧΟΛΗ
ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ
ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΦΥΣΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

Τμήμα Μεθοδολογίας,
Ιστορίας και Θεωρίας της
Επιστήμης (Μ.Ι.Θ.Ε.)

Τομέας Ανθρωπιστικών
Κοινωνικών Επιστημών και
Δικαίου

ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ, ΟΡΘΟΛΟΓΙΚΟΤΗΤΑ & ΗΘΙΚΗ ΣΤΗΝ ΑΤΟΜΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ & ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ
ΤΗΣ
ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΣ ΜΑΓΚΟΥΤΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΕΣ ΚΑΘΗΓΗΤΕΣ

ΠΕΤΡΟΣ ΓΕΜΤΟΣ ΟΜΟΤΙΜΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΕΚΠΑ

ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΓΚΟΤΣΗΣ ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΕΚΠΑ

ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΧΑΤΖΗΣ ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΕΚΠΑ

Μάιος 2013

Περιεχόμενα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	i
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι: ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΟΡΘΟΛΟΓΙΚΟΤΗΤΑ ΑΜΟΙΒΑΙΟΤΗΤΑ	14
1. Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΥ ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ	17
1.1 ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ – ΝΕΥΡΟΕΠΙΣΤΗΜΕΣ	17
1.2 ΚΟΙΝΩΝΙΟ- ΒΙΟΛΟΓΙΑ	24
1.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΛΟΙΠΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ	33
1.3.1 Ορθολογική Επιλογή.....	33
1.3.2 Κριτική στην Ορθολογική Επιλογή.....	41
1.3.3 Θεωρία παιγνίων	51
1.3.4 Ηθική συμπεριφορά.....	58
1.3.5 Κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς (social norms)	66
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	74
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ: ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΑΤΟΜΟ: ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΠΡΑΞΗ	76
2.1 ΗΔΟΝΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΓΩΙΣΤΙΚΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ ΑΛΤΡΟΥΙΣΤΙΚΟΥ ΚΙΝΗΤΡΟΥ .	81
2.1.1 Εσυναίσθηση	82
2.1.2 Αμοιβαιότητα – Αποστροφή προς την ανισότητα.....	83
2.1.3 Αλτρουιστική τιμωρία	88
2.1.4 Κανόνες και κοινωνικό πλαίσιο	92
2.1.5 Αλτρουιστικό κίνητρο υπό προϋποθέσεις	96
2.2 ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ ΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΑΓΑΘΟ	99
2.2.1 Αλτρουισμός ως προτίμηση	101
2.2.2 Αλτρουισμός ως οικονομικό αγαθό.....	104
2.2.3 Ατομικό συμφέρον και αλτρουισμός.....	111
2.2.4 Η αλτρουιστική πράξη και η σχέση της με την ηθική.....	119
2.2.5 Σημασία συναισθημάτων στις οικονομικές αποφάσεις.....	126
2.2.6 Εξελικτική και πολιτισμική θεμελίωση της αλτρουιστικής πράξης.....	129
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	138

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ: ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	142
3.1 Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΑ ΩΣ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΥ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	149
3.1.1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ).....	151
3.1.2 Εταιρική φιλανθρωπία ως αλτρουιστική προτίμηση	155
3.1.3 Φιλανθρωπικές οργανώσεις και εθελοντισμός	169
3.2 Ο ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΕΝΔΟΓΕΝΗ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΤΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	174
3.3 Ο ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΩΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	186
3.3.1 Επιχειρήσεις και κοινωνικό κεφάλαιο.....	186
3.3.2 Κοινωνική επιχειρηματικότητα ως αλτρουιστική επιλογή.....	193
3.3.3 Οικογενειακές επιχειρήσεις: έκφραση αλτρουιστικής επιδίωξης;	197
3.4 ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	201
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	215
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	223

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Δίχως την υποστήριξη και την παρουσία κάποιων ανθρώπων, η παρούσα διδακτορική διατριβή δεν θα μπορούσε να ολοκληρωθεί και για τον λόγο αυτόν πρέπει να τους ευχαριστήσω προσωπικά.

Πρώτα από όλους θα ήθελα να ευχαριστήσω για τη συνεργασία τους επιβλέποντες καθηγητές μου. Η καθοδήγησή τους υπήρξε καθοριστική για την πραγματοποίηση του πονήματός μου. Συγκεκριμένα, με σειρά ιεραρχίας, θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον κ. Πέτρο Γέμτο, πρώην Πρύτανη του ΕΚΠΑ και Ομότιμο Καθηγητή του τμήματος ΜΙΘΕ, για την τιμή που μου έκανε να επιβλέψει τη διδακτορική διατριβή μου καθώς και για τις πολύτιμες συμβουλές για τη δομή του κειμένου. Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον συνεπιβλέποντα κ. Γεώργιο Γκότση, Αναπληρωτή Καθηγητή του τμήματος ΜΙΘΕ, για την πολύπλευρη βοήθειά του σε πολλά στάδια της εκπόνησης της διατριβής μου, το γνήσιο ενδιαφέρον του και την καλόπιστη εποικοδομητική κριτική του. Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω στον επιβλέποντα κ. Αριστείδα Χατζή, Αναπληρωτή Καθηγητή του Τμήματος ΜΙΘΕ, για την αμέριστη συμπαράσταση και εμπιστοσύνη που έδειξε στις ικανότητές μου να πραγματευτώ ένα δύσκολο, απαιτητικό και συνάμα συναρπαστικό θέμα, για τις διαφωτιστικές συζητήσεις μας και για τις ευκαιρίες που μου έδωσε να έρθω σε επαφή με τη διεθνή επιστημονική κοινότητα.

Στην συνέχεια θέλω να ευχαριστήσω όλα τα μέλη της εξεταστικής επιτροπής για την τιμή που μου έκαναν να εξετάσουν την διατριβή μου και να την σχολιάσουν με τρόπο εποικοδομητικό.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω το Κοινωφελές Ίδρυμα Ωνάση για την τιμητική υποτροφία που μου χορήγησε για την εκπόνηση της διδακτορικής διατριβής. Η οικονομική στήριξη που μου παρείχε υπήρξε πολύτιμη και αναγκαία για να μπορέσω να αφοσιωθώ με μεγαλύτερο ζήλο στην έρευνα.

Κλείνοντας, ένα μεγάλο ευχαριστώ στους δικούς μου ανθρώπους, τους γονείς μου Βασίλειο και Άννα που με στήριξαν και μου συμπαραστάθηκαν σε αυτή την, κατά καιρούς δύσκολη για εμένα, περίοδο, όπως και τον σύζυγό μου και συνάδελφο Θεόδωρο Λέκκα για την αμέριστη συμπαράστασή του.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στις 10 Μαρτίου 2013 σε μια συνοικία κοντά στη Στουτγάρδη της Γερμανίας ξέσπασε μια φονική πυρκαγιά, η οποία τύλιξε στις φλόγες μια πολυκατοικία, με αποτέλεσμα οκτώ άνθρωποι να χάσουν τη ζωή τους. Ένας Έλληνας μετανάστης, αφού πρώτα κάλεσε την Πυροσβεστική, δε δίστασε να εισέλθει στο φλεγόμενο όροφο, θέτοντας σε κίνδυνο την ίδια του ζωή. Κατάφερε να σώσει τρία άτομα, που τύχχανε να είναι Τούρκοι μετανάστες. Έλαβε τον τίτλο «ο Έλληνας ήρωας» που δημοσιεύτηκε στο πρωτοσέλιδο της ηλεκτρονικής έκδοσης της τούρκικης εφημερίδας «Hürriyet». Στις 12 Νοεμβρίου 2012 ένας καθηγητής φυσικής αγωγής στη Γαλλία χωρίς δεύτερη σκέψη έπεσε στα παγωμένα νερά μιας λίμνης και κατάφερε να σώσει από βέβαιο πνιγμό μια γυναίκα και τον σκύλο της. Για την αξιοθαύμαστη αυτή πράξη, του απονεμήθηκε τις ημέρες των γιορτών των Χριστουγέννων το μετάλλιο της πόλης Arras, ενώ η γυναίκα που σώθηκε τον αποκάλεσε «σωτήρα» της.

Δεν σπανίζουν ειδήσεις στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ανθρώπων οι οποίοι διακινδυνεύουν την ίδια τους τη ζωή προκειμένου να σώσουν τη ζωή ενός τρίτου αγνώστου ανθρώπου και μάλιστα δίχως να υπάρχει η προσδοκία για κάποια ανταμοιβή. Η πράξη τους αντιμετωπίζεται από τους άλλους ως άξια θαυμασμού και επικροτείται δημοσίως με τη μορφή τιμητικού τίτλου ή βραβείου. Διάφορα περιστατικά τέτοιου είδους σημειώνονται κατά καιρούς σε διάφορες χώρες του κόσμου ανεξαρτήτως φυλής, φύλου, κοινωνίας, πολιτισμού και θρησκείας. Η αλτρουιστική συμπεριφορά είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο και εκδηλώνεται στις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις των ανθρώπων με ποικίλους τρόπους. Παρατηρείται συχνά οι άνθρωποι να προσφέρουν το αίμα τους σε αγνώστους δίχως αντάλλαγμα, να παραδίδουν στις αρχές απωλεσθέντα αντικείμενα αξίας ή ακόμα και χρηματικά ποσά, να προσφέρουν χρήματα σε επαίτες, να δίνουν φιλοδωρήματα σε εστιατόρια, να εξυπηρετούν ανιδιοτελώς ο ένας στον άλλον, να βοηθούν συνανθρώπους τους που έχουν την ανάγκη και των πλέον βασικών αγαθών, να δωρίζουν χρηματικά ποσά σε φιλανθρωπικούς σκοπούς και κάποιες φορές ανώνυμα, να κάνουν εθελοντικές εργασίες, να γίνονται δωρητές οργάνων ακόμα και να σώζουν ζωές ή να αυτοθυσιάζονται για κάποιο ιδανικό. Ιδιαίτερα, η αυτοθυσία είναι μια κατεξοχήν αλτρουιστική πράξη που υπερβαίνει το ηθικό καθήκον (*supererogatory*) και δεν είναι ηθικά επιβεβλημένη. Τις τελευταίες δεκαετίες η συζήτηση στον ακαδημαϊκό χώρο

των κοινωνικών επιστημών γύρω από τον αλτρουισμό, το περιεχόμενό του και την εξήγησή του, έχει αποκτήσει μια ιδιαίτερη δυναμική. Μάλιστα, η μεταφορά αυτής της συζήτησης στον ελληνικό χώρο θα συνεισφέρει σημαντικά στην κατανόηση του εν λόγω φαινομένου.

Εντάσσοντας τον αλτρουισμό ως εννοιολογικό όρο στο ιστορικό πλαίσιο, διαπιστώνουμε ότι η καταγωγή της έννοιας του αλτρουισμού αποδίδεται στον Auguste Comte, εκπρόσωπο του Γαλλικού Θετικισμού, ο οποίος επινόησε τον όρο το 1851 βασιζόμενος στο ιταλικό επίθετο *altrui* θέλοντας να υποδηλώσει τη φιλόανθρωπη και καλοπροαίρετη ανθρώπινη φύση αντιτιθέμενη προς τις εγωιστικές διεκδικήσεις. Συγκεκριμένα, το νόημα που απέδωσε στην έννοια ‘αλτρουισμός’ είναι να ζει κανείς για τους άλλους (*vivre pour autrui*). Υποστήριζε ότι προκειμένου ο άνθρωπος να βρει την πηγή της σταθερότητάς του, οφείλει να υποταχθεί σε μια Ύπαρξη έξω από τον ίδιο. Αυτό μπορεί να το συνειδητοποιήσει μέσα από την προδιάθεση που φέρει και τον προτρέπει να ζει για τους άλλους. Το ον, είτε ζώο είτε άνθρωπος, που αγαπάει μόνο τον εαυτό του και δεν ενδιαφέρεται για κανέναν άλλον, είναι καταδικασμένο να βιώνει τη ζωή του σε μία νάρκη και να αναλώνεται σε ανεξέλεγκτες απολαύσεις. Το πρωτεύον χαρακτηριστικό της Προόδου για όλα τα έμβια όντα είναι η τελειοποίηση της ανωτέρω διαπίστωσης. Ο Comte πίστευε ότι οι άνθρωποι υποκινούνται τόσο από το ίδιο συμφέρον όσο και από κοινωνικά συναισθήματα. Επομένως, η ευτυχία και η αξία, τόσο στα άτομα όσο και στην κοινωνία, βασίζεται στην υπεροχή των ενστίκτων συμπάθειας, τα οποία συμβάλλουν στην προαγωγή της κοινωνικής ευημερίας. Η έκφραση, λοιπόν, «να ζει κανείς για τους άλλους», συνοψίζει ουσιαστικά το περιεχόμενο του ηθικού κώδικα του Θετικισμού (Comte 1973: 565–56).

Για τον Comte ο αλτρουισμός συνιστά μια θρησκεία στην οποία το εγωκεντρικό στοιχείο απαλείφεται και αντικαθίσταται από ανιδιοτελή αγάπη και αφοσίωση στην κοινωνία. Για την επίτευξη της κυριαρχίας του αλτρουισμού επινόησε μια θρησκεία που τη θέση του Θεού κατείχε πλέον η αφηρημένη ιδέα της Ανθρωπότητας. Όρισε τη θρησκεία ως μια σύνθεση που απαρτίζεται από «δόγματα», αναπαριστώντας τη φιλοσοφική ενότητα των επιστημονικών θεωριών. Υπό αυτό το πρίσμα, ο αλτρουισμός εκπροσωπεί ένα από τα κεντρικά δόγματα της νέας θρησκείας της ανθρωπότητας, αποτελώντας μια ομολογία πίστεως στην κοινωνική ζωή των ανθρώπων, ιδιαίτερα απ’ τη στιγμή που έχουν εγκαταλειφθεί τα δεσμά της

συμβατικής θρησκείας. Το σύστημα που εισήγαγε είναι ηθικό και θρησκευτικό. Δεν είναι μόνο η ευτυχία για τη ζωή των άλλων ο υπέρτατος στόχος, αλλά η αφιλοκερδής αφοσίωση στην Ανθρωπότητα ως όλο αποτελεί κορυφαία μορφή θρησκευτικής προσφοράς.

Η ανθρώπινη σκέψη ακολούθησε μια σταδιακή διαδικασία λογικών αφαιρέσεων προκειμένου να συλλάβει μία καθολική έννοια «ανθρωπότητας». Το ενδιαφέρον του ανθρώπου αρχικά περιοριζόταν στα μέλη της οικογένειας ή της φυλής, στην οποία ανήκε. Στην κλασική αρχαιότητα παρατηρείται μια διαφοροποίηση στο ενδιαφέρον του Έλληνα που δεν είναι το ίδιο για τους συμπολίτες του και τους ξένους, για τους ελεύθερους και τους δούλους. Πρώτοι οι Στωικοί συνέλαβαν την έννοια της ανθρώπινης ενότητας, θεωρώντας τους ανθρώπους υποκείμενους σε έναν και τον αυτό νόμο και χαρακτηριζόμενους από τα ίδια φυσικά δικαιώματα. Ωστόσο, κατά την αρχαιότητα, η φιλανθρωπία ουδέποτε μετατράπηκε σε αλτρουιστική αρωγή προς τους άλλους. Η έμπρακτη εκδήλωση της φιλανθρωπίας ήταν αναπόφευκτα συνδεδεμένη με συναισθήματα συμπόνιας και οίκτου.

Αν και ο όρος αλτρουισμός είναι σχετικά πρόσφατος, το περιεχόμενό του αντανακλά την ευαγγελική έννοια της αγάπης. Ο Χριστιανισμός ουσιαστικά υπήρξε εκείνο το φιλοσοφικό ρεύμα που δίδαξε την φιλανθρωπία ως μέσο εκδήλωσης της αγάπης του ανθρώπου προς τον Θεό. Με άλλα λόγια, η φιλανθρωπία εμφανίζεται στον Χριστιανισμό ως αγάπη προς τα δημιουργήματα του Θεού και κατ' επέκταση ως έμμεση αγάπη προς το πρόσωπο του Θεού. Η αγάπη προς την ανθρωπότητα σύμφωνα με την χριστιανική διδασκαλία σε καμία περίπτωση δεν συνιστά αυτοσκοπό. Έτσι, στο χριστιανικό πλαίσιο ο αλτρουισμός αποτελεί την έμπρακτη εκδήλωση αγάπης προς τον πλησίον μας βασισμένη στην εντολή του Κυρίου «αγαπήσεις τον πλησίον σου ως σεαυτόν», ως απόδειξη της αγάπης μας προς τον Θεό.

Ο πληρέστερος ορισμός του αλτρουισμού εντοπίζεται στην περίφημη παραβολή του Καλού Σαμαρείτη και δεν είναι τυχαίο πως καταλαμβάνει κομβικό ρόλο στη χριστιανική διδασκαλία. Στην εν λόγω παραβολή (Λουκάς 10: 25-37) ο Σαμαρείτης δεν αποφεύγει τον ετοιμοθάνατο Ιουδαίο όπως ο Ιερέας και ο Λευίτης πριν από αυτόν, αλλά τον λυπάται (“εσπλαγνίσθη”), χωρίς κανένα δισταγμό τον φροντίζει με τρυφερότητα (“κατέδησε τα τραύματα αυτού επιχέων έλαιον και οίνον”) και τον μεταφέρει στο πλησιέστερο πανδοχείο για να νοσηλευθεί, φροντίζοντας μάλιστα να

πληρώσει και τον λογαριασμό. Η συμβουλή του Χριστού είναι σαφής: “Πορεύου και συ ποίει ομοίως”. Πόσο εύκολο όμως είναι;

Η παραβολή αυτή ενέπνευσε το νομπελίστα οικονομολόγο Buchanan (1975) να επισημάνει ένα παράδοξο της αλτρουιστικής συμπεριφοράς, το οποίο αποτύπωσε στο περίφημο «δίλημμα του καλού Σαμαρείτη» (*Samaritan's dilemma*). Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό οι γονείς μπορεί να προτιμούν τα παιδιά τους να φέρονται λιγότερο εγωιστικά και περισσότερο αλτρουιστικά. Επειδή ωστόσο αυτή η μορφή του αλτρουισμού είναι ενδογενής στη φύση των γονιών και χαρακτηρίζει μια κατάσταση όπου τα συμφέροντα των παιδιών αποκτούν προτεραιότητα έναντι των συμφερόντων των γονέων, το αποτέλεσμα είναι οι συμπεριφορές των γονιών να κυβερνώνται από το συμφέρον των παιδιών τους. Έτσι, οι γονείς αντιμετωπίζουν ένα δίλημμα, κατά το οποίο οι πράξεις τους δίνουν κίνητρο στους ευεργετημένους (παιδιά) να δράσουν ή να λάβουν αποφάσεις με τρόπο που να ζημιώνει την ευημερία τους. Το δίλημμα αυτό έχει εφαρμογή και στο γενικότερο πρόβλημα της αγαθοεργίας που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι στην προσπάθειά τους να βοηθήσουν τους φτωχούς. Η προσδοκία της αγαθοεργίας μπορεί να κάνει τους ανθρώπους που έχουν ανάγκη να συμπεριφέρονται έτσι ώστε να μην τους ενδιαφέρει να προσπαθήσουν να βελτιώσουν την οικονομική τους κατάσταση. Έστω ότι το κράτος είναι πρόθυμο να βοηθήσει ένα άτομο που βρίσκεται σε δυσμενή κατάσταση, το δίλημμα του καλού Σαμαρείτη συμβαίνει γιατί το άτομο, αναμένοντας την «αλτρουιστική» συμπεριφορά του κράτους, μπορεί, για παράδειγμα, να υπερκαταναλώνει όσο διάστημα εργάζεται, διότι προσδοκά ότι το κράτος δεν θα το αφήσει να λιμοκτονήσει κατά τη σύνταξή του. Το πρόβλημα που ανακύπτει στο σημείο αυτό είναι ο ηθικός κίνδυνος (*moral hazard*) και εξηγεί πώς οι άνθρωποι αναλαμβάνουν ρίσκα όταν βρίσκουν πρόσφορο έδαφος και επιλέγουν εκείνη την πράξη που είναι προς όφελός τους, μη δίνοντας σημασία στην ακατάλληλη ή ανήθικη συμπεριφορά τους. Έτσι, δεδομένης της προϋπόθεσης ότι το κράτος τους καλύπτει με ένα είδος ασφαλιστικής σύμβασης, τότε αυτοί έχουν το κίνητρο να μη συμπεριφέρονται τόσο προσεκτικά, με αποτέλεσμα να υπάρχει μεγαλύτερη πιθανότητα για κατασπατάληση πόρων (Ulen 2006). Το ερώτημα που προκύπτει από αυτό το δίλημμα είναι το εξής: Τελικά η αλτρουιστική συμπεριφορά είναι χρήσιμη;

Στην ιστορία της φιλοσοφίας κάποιοι από τους επιφανέστερους στοχαστές στην προσπάθειά τους να εξηγήσουν την αλτρουιστική συμπεριφορά υπογράμμιζαν την

εγωιστική φύση του ανθρώπου. Η αλτρουιστική συμπεριφορά, όταν και όπου συμβεί, δεν είναι τίποτα περισσότερο από πεφωτισμένο ατομικό συμφέρον. Αυτή την άποψη πρότειναν κυρίως οι Σοφιστές από τους προσωκρατικούς φιλοσόφους καθώς και ο Μακιαβέλι στην πιο σύγχρονη εποχή (Losco 1986: 323-24). Η άποψη αυτή ενισχύθηκε ιδιαίτερα από τον Hobbes. Ήδη από το 1651 που δημοσίευσε τον *Leviathan* διαισθητικά οδηγήθηκε στο δίλημμα του φυλακισμένου. Υποστήριξε ότι στις συνθήκες της φυσικής κατάστασης (*state of nature*) τα άτομα θα συναινούσαν ότι είναι προς όφελος όλων να περιορίσουν τις τάσεις τους για αμοιβαία βλάβη και εξαπάτηση. Το θεμελιώδες και κοινωνικό ερώτημα: «πώς είναι δυνατόν τα επί μέρους άτομα, τα οποία στη ‘φυσική τους κατάσταση’ χαρακτηρίζονται από εγωιστική συμπεριφορά και μεταξύ τους δεν έχουν κάποιο βαθμό συγγένειας, να μην εμπλέκονται, παρ’όλα αυτά σε μια χομπσιανή κατάσταση πολέμου όλων εναντίον όλων;» διατυπώθηκε τον 17^ο αιώνα. Η συνειδητή απομάκρυνση από το ατομικό συμφέρον που αποδεικνύεται ωφέλιμη για την κοινωνική συμβίωση, αν και μπορεί να συνιστά μια έκφραση αλτρουιστικής συμπεριφοράς, επιλέγεται με ορθολογικό τρόπο.

Οι υποκειμενικές αλτρουιστικές εκφράσεις είναι εκείνες κατά τις οποίες ο εαυτός εξάγει την ταυτότητα και τις αξίες των άλλων βασισμένος στη δική του ταυτότητα και αξίες. Στον πυρήνα αυτής της αντίληψης που προήλθε από τον Descartes και επεκτάθηκε από τον Kant και τον Comte, μεταξύ άλλων, έγκειται η πεποίθηση ότι τα άτομα δεν μπορούν να υπολογίζουν ή να βιώνουν τα αυθεντικά συμφέροντα και πάθη των άλλων. Παρόλα αυτά, τα άτομα μπορούν να εξάγουν συμπεράσματα για τα συμφέροντα και τα πάθη των άλλων με βάση τα δικά τους συναισθήματα, τις προσωπικές τους εμπειρίες και τη γνώση που κερδίζεται από αυτά τα βιώματα (Lubatkin et al. 2007). Αυτό καθίσταται εφικτό μέσα από το γνωστικό μηχανισμό των νευρώνων-καθρεπτών (*mirror neurons*) (Rizzolatti & Craighero 2004).

Η ύπαρξη του αλτρουισμού αποτελεί επομένως ένα ηθικό και κοινωνικό φαινόμενο. Κατά κύριο λόγο είναι συνυφασμένος με μια ευγενή και καλή πράξη καθώς και με πιο «εξευγενισμένα» συναισθήματα και ήθη. Γι αυτό και οι αλτρουιστικές πράξεις προς τους συνανθρώπους μας συνήθως χαιρούν επιβράβευσης και επιδοκμασίας και ποτέ δεν αξιολογούνται αρνητικά. Όσο πιο αγνά φαίνονται να είναι τα κίνητρα μιας τέτοιας πράξης, τόσο αυξάνεται η επιβράβευση και ανέρχεται

στην υπόληψή μας ένας αλτρουιστής. Η αλτρουιστική πράξη αποκτά μια ηθική αξία καθεαυτή.

Από φιλοσοφική σκοπιά, στη βιβλιογραφία, παρατηρούνται δύο προσεγγίσεις όσον αφορά την ηθική και τη σχέση της με το ατομικό συμφέρον (Bloomfield 2008). Η πρώτη επικεντρώνεται στον κοινωνικό χαρακτήρα των ηθικών κωδίκων που αφορούν τις σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων και εκκινά από το ερώτημα: πώς οφείλει κάποιος να συμπεριφέρεται προς τους άλλους; Ο κοινωνικός χαρακτήρας προφανώς προϋποθέτει την ύπαρξη και τα συμφέροντα των άλλων, τα οποία έχουν σημαντική επίδραση κατά τη διαδικασία της επιλογής των αποφάσεων που πρέπει να λαμβάνουμε. Όταν δεν τίθεται ζήτημα για τα συμφέροντα των άλλων, τότε κάθε έννοια ηθικότητας θα μπορούσε να είναι περιττή. Για παράδειγμα, εφόσον κύριο χαρακτηριστικό της ηθικής είναι η διυποκειμενική της διάσταση, ένα άτομο που βρίσκεται μόνο σε ένα έρημο νησί δε χρειάζεται να ακολουθεί ηθικές αξίες και κώδικες. Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση, η ηθική απαιτεί την αμερόληπτη εξέταση των συμφερόντων κάθε ατόμου ανεξάρτητα από τη σχέση που μας συνδέει ή όχι μαζί του.

Η δεύτερη προσέγγιση περί ηθικής πραγματεύεται καταρχήν το ακόλουθο ερώτημα: «Πώς θα έπρεπε να ζω;», το οποίο ανάγεται στους αρχαίους Έλληνες και ειδικότερα στον Σωκράτη. Η απάντηση σ' αυτό το ερώτημα αναπόφευκτα απαιτεί να λάβει κανείς υπόψη του το πώς θα συμπεριφερθεί στους άλλους, αλλά επιπροσθέτως εκτείνεται σε κάθε σημαντική έκφανση της προσωπικής ζωής του ατόμου. Έτσι, όταν ένα άτομο βρίσκεται μόνο σε ένα έρημο νησί αντιμετωπίζει ηθικά ερωτήματα, δεδομένης της δυνατότητας επιβίωσης με τον καλύτερο δυνατό τρόπο σ' αυτές τις συνθήκες.

Οι δύο ως άνω αντιλήψεις περί ηθικής εκφράζουν με διαφορετικό τρόπο τη σχέση ηθικότητας και ατομικού συμφέροντος. Με βάση την πρώτη προσέγγιση, στον πυρήνα της οποίας σημαντικό ρόλο κατέχουν τα συμφέροντα των άλλων, η ηθική προσδιορίζεται χωρίς να λαμβάνει υπόψη της το ατομικό συμφέρον. Προκύπτουν θεωρίες που ορίζουν την ηθική ορθότητα με όρους καθολικών προσταγών (καντιανή ηθική) ή με όρους του μέγιστου καλού για το μέγιστο αριθμό ατόμων (ωφελιμισμός), δίχως να γίνεται αναφορά στο πώς η ορθή πράξη είναι δυνατό να επηρεάσει το δρων υποκείμενο. Σύμφωνα με τη δεύτερη αρχαιοελληνική προσέγγιση,

η ηθική γίνεται κατανοητή μέσα από το πλαίσιο του ατομικού συμφέροντος υπό την έννοια ότι απώτατος στόχος του κάθε ατόμου είναι η κατάκτηση της προσωπικής ευδαιμονίας. Η διάκριση όμως ανάμεσα σ' αυτές τις δύο θεωρήσεις της ηθικής μπορεί να μην είναι κάθετη, αλλά ασαφής. Οι διαφοροποιήσεις στις θεωρίες σχετικά με το εναρκτήριο σημείο του άλλου (ατόμου) μπορούν να αναπαρασταθούν μέσα από το παρακάτω παράδειγμα.

Έστω ότι κάποιος μπορεί να σώσει τη ζωή του παιδιού του με την αγορά ενός οργάνου που το απέκτησε παράνομα, ίσως από έναν φυλακισμένο στην άλλη άκρη του κόσμου. Θα μπορούσαμε να δούμε πώς η αγάπη κάποιου προς το παιδί του μπορεί αφενός να τον βάλει σε πειρασμό να συναινέσει σε μία συναλλαγή τέτοιου είδους, και αφετέρου να αισθάνεται αποκρουστικά με την ιδέα μιας τέτοιας απόφασης. Αυτοί που υιοθετούν την πρώτη άποψη περί ηθικής (που ενέχει κοινωνική διάσταση), θα αξιολογήσουν αυτή την πράξη που επέλεξε ο πατέρας με βάση τη διάκριση μεταξύ μη ηθικών (ατομικιστικών ή εγωιστικών) θεωρήσεων και ηθικών θεωρήσεων. Τείνουν να πιστεύουν ότι η πράξη αυτή που εξυπηρετεί το ατομικό συμφέρον δεν είναι δυνατόν να δικαιολογηθεί ως ηθική, εφόσον εννοιολογικά δεν υπάρχει μια συνοχή ώστε τα ατομικά συμφέροντα να γίνουν αποδεκτά και να τεκμηριωθούν ως ηθικώς ορθά. Αυτή η προσέγγιση θέτει ως προαπαιτούμενο της ηθικότητας τη θυσία της προσωπικής ευημερίας για χάρη των άλλων. Η ηθικότητα και το ατομικό συμφέρον αποτελούν δύο διαφορετικά κανονιστικά πεδία, έτσι ώστε η ηθική παρουσιάζεται ως μια εξωτερική δύναμη που επιβάλλεται στο ατομικό συμφέρον. Αντίθετα, όσοι ασπάζονται τη δεύτερη άποψη δε θα ασχοληθούν με το διαχωρισμό ηθικής και μη ηθικής και θα εκλάβουν όλες τις θεωρήσεις τους για αυτή την επιλογή του πατέρα ως ηθικές, δίχως να βρουν έλλειψη λογικής συνέπειας στην ιδέα της ηθικής αποδοχής της θυσίας της ευημερίας κάποιου άλλου για το ατομικό καλό (Bloomfield 2008: 5-6).

Η εκδήλωση επομένως της αλτρουιστικής συμπεριφοράς εξ ορισμού απαιτεί αναπόδραστα την ύπαρξη των άλλων καθώς και τη συνειδητοποίηση της ύπαρξης τους. Αν δεν υπάρχουν άλλοι, τότε ποιος ο λόγος να συμπεριφερθεί κανείς αλτρουιστικά; Βέβαια, αξίζει να σημειωθεί ότι το δίπολο «Εγωισμός-Αλτρουισμός» δεν αναφέρεται σε δύο εκ διαμέτρου αντίθετες συμπεριφορές που συνεπάγονται ένα διχοτομημένο σύνολο δυνατοτήτων, αλλά μάλλον περιγράφει ένα συνεχές

συμπεριφορών που εκτείνεται από έλλειψη ενδιαφέροντος για τα συμφέροντα των άλλων μέχρι πλήρη ανταπόκριση στον άλλον, με αναρίθμητες διαβαθμίσεις στο μεταξύ (Galston 1993). Θα πρέπει να διαχωρίσουμε σε αυτό σημείο το ατομικό συμφέρον (*self-interest*) από την ιδιοτέλεια (*selfishness*). Η τελευταία δε δείχνει κανένα ενδιαφέρον για τους άλλους σε αντίθεση με τον εγωισμό που παραδέχεται ένα πολύ μικρό ενδιαφέρον για το συνάνθρωπο (Haines 2007). Επειδή όμως ο αλτρουισμός είναι στενά συνδεδεμένος με τον εγωισμό σε βαθμό που τα κίνητρα κάποιες φορές να μη διακρίνονται, συχνά εγείρεται το ερώτημα της γνησιότητάς του και κατά πόσο συγκαλύπτει εγωιστικά κίνητρα.

Σχετικά με τη διάκριση του αγνού και νόθου αλτρουισμού αξίζει να αναφερθεί η άποψη του Derrida για το ελεύθερο δώρο. Το αγνό δώρο χαρακτηρίζεται από το ότι δεν δημιουργεί προσωπικές διασυνδέσεις και υποχρεώσεις μεταξύ των μερών. Εισάγει τέσσερις προϋποθέσεις που πλαισιώνουν την ιδέα του ελεύθερου δώρου:

- Δεν μπορεί να υπάρχει αμοιβαιότητα, δεν μπορεί να γίνεται ανταποδοτικά σε κάτι άλλο που έχει προηγηθεί ή αναμένεται.
- Για να αποφευχθεί αυτό ο αποδέκτης δεν πρέπει να αναγνωρίζει το δώρο ως δώρο, ούτε τον εαυτό του ως αποδέκτη, για να μην του δημιουργηθεί αίσθηση υποχρέωσης ή οφειλής.
- Παρομοίως, ο δωρητής δεν πρέπει να αναγνωρίζει το δώρο, γιατί έτσι επαινεί ή ευχαριστεί τον εαυτό του, επιστρέφει στον εαυτό του συμβολικά την αξία που ο ίδιος νομίζει ότι έδωσε.
- Τέλος, και ως αποτέλεσμα των ανωτέρω, το αντικείμενο δεν μπορεί να υπάρχει ως δώρο καθεαυτό. Μόλις εμφανίζεται ως δώρο γίνεται μέρος ενός κύκλου και παύει να είναι δώρο.

Άρα δεν μπορούμε να μιλάμε για δώρο χωρίς να το κάνουμε να εξαφανιστεί (Laidlaw 2000: 621).

Οι έννοιες του αλτρουισμού και του εγωισμού συναντώνται και συγκρούονται με πολύπλοκους τρόπους, υπερβαίνοντας φραγμούς μεταξύ του όντος και του δέοντος. Η εμπλοκή αυτή έγκειται στο ότι η έννοια του αλτρουισμού χαρακτηρίζεται από δύο ενδογενή παράδοξα (Grant 2000). Στο πιο βασικό επίπεδο ο αλτρουισμός συνεπάγεται το παράδοξο της ηδονής, που είναι ταυτολογικό. Σύμφωνα μ' αυτό, οποιαδήποτε ευχαρίστηση βιώνουμε, είτε αφορά εμάς είτε την ευημερία των άλλων,

είναι ουσιαστικά δική μας, απ' τη στιγμή που μας προσφέρει προσωπική ικανοποίηση. Καθίσταται πρόδηλο, λοιπόν, ότι αγνός αλτρουισμός δεν υπάρχει, αφού όποια πράξη εμφανίζεται ως αλτρουιστική σε τελική ανάλυση αντανακλά την εξυπηρέτηση ατομικών συμφερόντων. Το άλλο παράδοξο που ανακύπτει αναφέρεται στον προβληματικό χαρακτήρα της διασύνδεσης *όντος* και *δέοντος* και μπορεί να χαρακτηριστεί ηθικό. Αν ο αλτρουισμός προσεγγιστεί ως ένα ιδανικό που υποδεικνύεται ως ηθικά ορθή συμπεριφορά, τότε φαίνεται να μην έχει εμπειρικό θεμέλιο.

Τα προαναφερθέντα παράδοξα μπορούν να διασαφηνιστούν με την αναγνώριση ότι η ιδέα του αλτρουισμού είναι μια μοντέρνα επινόηση, μια γλωσσική κατασκευή, που οι καταβολές της εντοπίζονται στην εποχή του Διαφωτισμού, τον οποίο ο Kant χαρακτήρισε ως «την απελευθέρωση του ανθρώπου από την ανηλικότητά του για την οποία ο ίδιος ευθύνεται» (Γέμτος 1995α: 67). Κυρίαρχο και καθοριστικό ρόλο διαδραματίζει πλέον ο ανθρώπινος λόγος, που συνιστά το θεμέλιο της κριτικής ιδεών, θεσμών, γνώσεων και πολιτισμικών φαινομένων. Πρόκειται για μια εποχή που την πρωτοκαθεδρία κατέχει πλέον ο ατομικισμός. Στην υιοθέτηση και επικράτηση του ατομικισμού ως αναμφισβήτητου δόγματος της νεωτερικότητας συνέβαλαν ορισμένοι παράγοντες με βασικότερο εκείνο της αυτοσυνείδησης. Η τελευταία που φιλοσοφικά θεμελιώθηκε από τον Descartes, σηματοδότησε την απαρχή της νεώτερης εποχής δείχνοντας ότι το εγώ αποτελεί το κέντρο της ζωής είτε αυτή προσεγγίζεται με όρους πολιτικούς και οικονομικούς είτε με όρους κοινωνικούς και ψυχολογικούς. Ως εκ τούτου, η ιδέα του αλτρουισμού συνιστά μια νέα εξέλιξη, που νοσηματοδοτείται μέσα στο πλαίσιο της σύγχρονης Δύσης. Επικρατεί πλέον η αντίληψη ότι οι άνθρωποι είναι ξεχωριστά άτομα συγκροτημένα ως αυτόνομες οντότητες. Ο αλτρουισμός αναδύεται και έχει σημασία μόνο μέσα σ' αυτό το περιεχόμενο.

Η προσέγγιση του αλτρουισμού θεμελιώνεται στο επιστημολογικό πρόγραμμα του μεθοδολογικού ατομισμού, κατά τον οποίο τα κοινωνικά φαινόμενα εξηγούνται σε όρους και προσεγγίζονται σε γενικές υποθέσεις ατομικής συμπεριφοράς. Η οικονομική καθώς και οι λοιπές κοινωνικές επιστήμες διερευνούν τις μη ηθελμένες συνέπειες των ατομικών πράξεων. Οι τελευταίες είναι ορθολογικές, με την έννοια ότι μία και μόνο πράξη εκπληρώνει το στόχο που επιδιώκει το δρων υποκείμενο (Γέμτος 1987). Η μεγιστοποίηση της ευχαρίστησης ή ωφέλειας αποτελεί το κύριο

χαρακτηριστικό γνώρισμα της οικονομικής μονάδας. Πρόκειται για μία ηδονιστική ιδέα, που καθιερώθηκε ουσιαστικά από τον Edgeworth. Η είσοδος και αποδοχή των ηδονιστικών ιδεών στην οικονομική έγινε από τα έργα του Bentham, από τα οποία επηρεάστηκε αργότερα ο J. S. Mill. Η κορύφωση ωστόσο της ηδονιστικής επίδρασης στην οικονομική επιτεύχθηκε από την οριακή σχολή (Drakopoulos 1990). Βέβαια, η πλειοψηφία των σύγχρονων υποστηρικτών της θεωρίας της ορθολογικής επιλογής ενστερνίζεται την άποψη ότι η μικροοικονομική θεωρία είναι ανεξάρτητη από οποιαδήποτε φιλοσοφική ή ψυχολογική ηδονιστική θεώρηση.

Ο Arrow (1994) παρομοιάζει το άτομο στην οικονομία ή την κοινωνία με το άτομο στην χημεία. Η στοιχειώδης μονάδα της κοινωνικής ζωής είναι η ατομική ανθρώπινη δράση και κατά συνέπεια ό,τι κι αν συμβεί μπορεί εν τέλει να περιγραφεί διεξοδικά με όρους των ατόμων που εμπλέκονται, τα οποία δεν δρουν ξεχωριστά και αποκομμένα το ένα από το άλλο. Ανταποκρίνονται το ένα στο άλλο, αλλά το κάθε άτομο πράττει μέσα σε ένα πλαίσιο που περιορίζεται από τη συμπεριφορά των άλλων καθώς και από προσωπικά κωλύματα, όπως οι ικανότητές του ή ο πλούτος (Arrow 1994). Αποτέλεσμα της δράσης και της αλληλεπίδρασης ατόμων αποτελούν οι κοινωνικοί θεσμοί και η κοινωνική αλλαγή (Elster 1989).

Οι θεσμοί, ως πλέγματα κανόνων που συντονίζουν επαναλαμβανόμενες διαπροσωπικές σχέσεις, δρουν ως αυτοαστυνόμευση και δημιουργούν την προσδοκία ότι και οι άλλοι άνθρωποι δεσμεύονται να τους τηρήσουν. Είναι ουσιαστικά εκείνοι οι μηχανισμοί που εξασφαλίζουν τη συμμόρφωση με τους κανόνες. Από τη στιγμή που έχουν συγκροτηθεί οι θεσμοί, εξαλείφεται κάθε κίνητρο για μεταβολή των κανόνων που γίνονται αποδεκτοί από όλους (Mantzavinos 2011). Οι θεσμοί, λοιπόν, περιορίζουν και οριοθετούν την ελευθερία των ανθρώπινων πράξεων. Με παρόμοιο τρόπο δρα και η ηθική ως ένα άτυπο θεσμικό σύστημα. Οι ηθικοί κανόνες έχουν καθολική εμβέλεια και η μη τήρησή τους επιφέρει άτυπες κυρώσεις (αρνητικά συναισθήματα, ενοχής για τις προσωπικές πράξεις και αγανάκτησης για τις πράξεις των άλλων) (Γέμος 2010). Η αλτρουιστική συμπεριφορά λαμβάνει νόημα στο πλαίσιο της ελευθερίας των επιλογών, με όλους τους τυπικούς και άτυπους περιορισμούς που τις χαρακτηρίζουν, ως καθοριστικό κοινωνικό συστατικό του ανθρώπου.

Στόχος της παρούσας διδακτορικής διατριβής είναι η διερεύνηση και η εξέταση της αλτρουιστικής συμπεριφοράς στο άτομο. Τα ερωτήματα που αποπειράται να απαντήσει η έρευνά μας είναι τα εξής: Πώς ορίζεται και εξηγείται μια αλτρουιστική πράξη; Είναι αγνή ή γίνεται για άλλους σκοπούς; Πόσο εξαρτημένη είναι από το ατομικό συμφέρον και τι ρόλο διαδραματίζουν διάφορα συναισθήματα (όπως αγάπη, ενσυναίσθηση, συμπάθεια, ντροπή, ενοχές), ηθικές αξίες και κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς; Στα ζώα παρατηρείται αλτρουισμός κι αν ναι τι κοινό έχει με τον άνθρωπο; Πόσο χρήσιμος και ωφέλιμος είναι εν τέλει ο αλτρουισμός;

Αφού δομηθεί μια θεωρία για τον αλτρουισμό σε ατομικό επίπεδο, θα επιχειρήσουμε να εξετάσουμε αν αυτό το μοντέλο είναι συμβατό με άλλες ομάδες ατόμων που μπορούν να λειτουργούν ως μονάδα όσον αφορά στη λήψη αποφάσεων, όπως η επιχείρηση, που κύριος και ίσως μοναδικός σκοπός της είναι το κέρδος. Ενδεικτικά ερωτήματα που εγείρονται είναι τα εξής: Στην επιχείρηση, που αποτελεί το ιδανικό μέρος επικύρωσης της θεωρίας της ορθολογικής επιλογής, υπάρχει περιθώριο για αλτρουισμό και ηθική συμπεριφορά; Η υποτιθέμενη αλτρουιστική συμπεριφορά, που μπορεί να παρατηρηθεί εντός μιας εταιρίας ή από την ίδια την εταιρία, είναι αγνός αλτρουισμός ή συγκαλυμμένο ατομικό συμφέρον; Αυτό που μοιάζει με ηθική συμπεριφορά συνιστά το αποτέλεσμα της κυριαρχίας της επιχειρησιακής ηθικής ή των κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς που είναι αναγκαίες προϋποθέσεις για την καλή λειτουργία της επιχείρησης ή μηχανισμοί που μειώνουν τα διάφορα κόστη; Πώς είναι δυνατό η επιχειρησιακή ηθική να συμφιλωθεί και να συγκεραστεί με το χρηματικό κέρδος που αποτελεί το προφανές και κυρίαρχο κίνητρο της επιχείρησης;

Η παρούσα διδακτορική διατριβή χωρίζεται σε τρεις ενότητες. Στην πρώτη ενότητα διερευνάται και εξετάζεται ο αλτρουισμός σε ατομικό επίπεδο στα πλαίσια της διεπιστημονικής συζήτησης που διεξάγεται στις κοινωνικές επιστήμες. Ειδικότερα, αναλύονται οι κυριότερες θεωρίες και μελέτες για τον αλτρουισμό που αναπτύχθηκαν από την ψυχολογία και τις νευροεπιστήμες, την κοινωνική βιολογία, τα οικονομικά, που κατέχουν το σημαντικότερο ρόλο σε συνδυασμό με την κοινωνιολογία, την ανθρωπολογία και φυσικά την ηθική φιλοσοφία. Μέσα από αυτή την ενότητα καθίσταται σαφές το ότι η συζήτηση για τον αλτρουισμό κάθε άλλο παρά μονοσήμαντη είναι λόγω της διασύνδεσης και αλληλοσυμπλήρωσης θεωριών που

προέρχονται από διαφορετικά επιστημονικά πεδία. Τα κυριότερα εννοιολογικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται και κυριαρχούν στη διεθνή συζήτηση είναι η ενσυναίσθηση (*empathy*), ο ανταποδοτικός αλtruισμός (*reciprocal altruism*), η εγκλείουσα αρμοστικότητα (*inclusive fitness*), η θεωρία της ορθολογικής επιλογής (*rational choice theory*), η θεωρία περί αμοιβαιότητας (*reciprocity*) και η θεωρία για τους κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς (*social norms*).

Η ως άνω συζήτηση καταλήγει σε μεγαλύτερη ανάλυση της διάκρισης της αλtruιστικής συμπεριφοράς σε *κίνητρα* και *πράξη*, τα οποία εξετάζονται διεξοδικά στη δεύτερη ενότητα. Τα επιστημονικά πεδία που διασαφηνίζουν και εξηγούν επαρκέστερα αυτή τη διάκριση είναι τα πειράματα των νευροεπιστημών, που διαφωτίζουν και ενισχύουν τις υποθέσεις των οικονομικών θεωριών. Οι απεικονιστικές μελέτες του εγκεφάλου διεξάγονται από τους νευροεπιστήμονες για να ελέγξουν κατά πόσο κάποιες συμπεριφορές, όπως προσφορά και τιμωρία, συνδέονται με ενεργοποιήσεις συγκεκριμένων εγκεφαλικών κέντρων και τι συναισθήματα προκαλούν στο άτομο. Τα πειράματα των νευροεπιστημών αποκαλύπτουν και θεμελιώνουν με εμπειρικό τρόπο τα κίνητρα που οδηγούν σε μια αλtruιστική πράξη. Έτσι επανερχόμαστε εν συνεχεία στη διασάφηση του όρου ‘αλtruιστική συμπεριφορά’ μέσα από το διαχωρισμό μεταξύ κινήτρων και πράξης. Η εν λόγω διάκριση είναι καίριας σημασίας για την εξήγηση του αγνού ή νόθου αλtruισμού και για τη θέση στην οποία καταλήγουμε για την αλtruιστική συμπεριφορά σε ατομικό επίπεδο.

Η τρίτη και τελευταία ενότητα αποπειράται να διερευνήσει αν η θεωρία μας για τον αλtruισμό σε ατομικό επίπεδο είναι δυνατό να εφαρμοστεί και στην επιχείρηση, η οποία εκλαμβάνεται ως μια μονάδα λήψης αποφάσεων προσφοράς αγαθών στις αγορές των αγαθών (Γέμτος 1995b: 93). Η οικονομική συμπεριφορά της επιχείρησης είναι ορθολογική με κύριο στόχο τη μεγιστοποίηση του κέρδους της. Ο στόχος αυτός φαίνεται να έρχεται σε αντίφαση με οποιαδήποτε ανιδιοτελή συμπεριφορά που θα μείωνε τα έσοδά της, εφόσον το κυρίαρχο κίνητρο για κάθε εταιρία είναι οικονομικό. Για τον σκοπό αυτό διεξάγεται μια επισκόπηση της βιβλιογραφίας σχετικά με την εταιρική φιλανθρωπία. Πρόκειται ουσιαστικά για την κατεξοχήν έμπρακτη έκφραση αλtruισμού από την πλευρά της επιχείρησης προς την κοινωνία, εφόσον τίθεται στη διακριτική ευχέρεια των διευθυντικών στελεχών της να αποφασίσουν να προσφέρουν

από τα εταιρικά κέρδη σε κάποιους φιλανθρωπικούς σκοπούς. Η επισκόπηση αυτή δείχνει ότι οι φιλανθρωπίες επιλέγονται στρατηγικά, όχι τυχαία ή αυθαίρετα, και ορθολογικά. Στο πλαίσιο της επιχείρησης ο αλτρουισμός επιλέγεται από το διευθυντή, που είναι η υπεύθυνη μονάδα για τη λήψη αποφάσεων, πάντα όμως στη γραμμή της ορθολογικής επιλογής. Επιπλέον, αναλύεται ο αλτρουισμός μέσα από το κοινωνικό κεφάλαιο, την κοινωνική και οικογενειακή επιχειρηματικότητα. Πέρα από τις φιλανθρωπικές δωρεές, η αλτρουιστική συμπεριφορά μπορεί να προωθηθεί μέσα από τα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, τα οποία βελτιώνουν κατά πολύ την εικόνα της και επιδρούν στις προτιμήσεις των καταναλωτών, αλλά και των υπολοίπων εταιρικών συμβαλλόμενων. Θετικές είναι οι συνέπειες της αλτρουιστικής συμπεριφοράς και σε εσωτερικό επίπεδο, που αφορά τις σχέσεις διευθυντή-εργαζομένων και τις σχέσεις μεταξύ των ίδιων των υπαλλήλων. Μέσα από αυτή την ανάλυση, αναδεικνύεται η χρησιμότητά του στο εξωτερικό και εσωτερικό επίπεδο της επιχείρησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι: ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΟΡΘΟΛΟΓΙΚΟΤΗΤΑ ΑΜΟΙΒΑΙΟΤΗΤΑ

Η αλτρουιστική συμπεριφορά αποτελεί μέρος της ανθρώπινης φύσης και όπως είναι φυσικό έχει προκαλέσει το ενδιαφέρον (ιδιαίτερα τις τελευταίες δύο δεκαετίες) διαφόρων επιστημονικών πεδίων από τη φιλοσοφία, τα οικονομικά και την κοινωνιολογία μέχρι τις νευροεπιστήμες και την εξελικτική βιολογία.

Παρότι στον επιστημονικό χώρο δεν υπάρχει για τον αλτρουισμό ένας κοινά αποδεκτός ορισμός, υφίστανται εντούτοις στοιχεία στους διάφορους ορισμούς που είναι κοινώς αποδεκτά. Σε γενικές γραμμές, θα μπορούσαμε να ορίσουμε τον αλτρουισμό ως **την εμπρόθετη, αυτόβουλη συμπεριφορά που προσανατολίζεται προς την ωφέλεια κάποιου άλλου από μια δική μας δραστηριότητα και χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένο περιεχόμενο και σκοπό, ο οποίος όμως δεν ταυτίζεται με την προσδοκία μελλοντικής ανταπόδοσης, υλικής ή κοινωνικής**. Η γνήσια αλτρουιστική συμπεριφορά δεν ακολουθεί κανόνες δικαίου ή κοινωνικής συμπεριφοράς, ούτε οι στόχοι της είναι μεγιστοποιητικοί, αλλά βασίζεται κυρίως στο ενδιαφέρον για την ευημερία των άλλων και όχι σε συγκεκριμένη μεγιστοποιητική συμπεριφορά.

Βέβαια θα μπορούσε να ισχυρισθεί κανείς πως οι τόσες πολλές προϋποθέσεις καθιστούν αδύνατο τον χαρακτηρισμό μιας πράξης ως αλτρουιστικής, μεταξύ των άλλων γιατί η απόδειξη είναι δυσχερής. Μπορούμε όμως να απλοποιήσουμε τον ορισμό λέγοντας **πως αλτρουιστική είναι μία πράξη όταν ex ante το προσδοκώμενο όφελός της για τον φορέα της είναι σαφώς μικρότερο από το προσδοκώμενο κόστος της**.

Το τι θεωρεί αλτρουιστικό κάθε άτομο είναι εκείνο που είναι ή φαίνεται πως είναι καλό (ευτυχία, ευχαρίστηση, ικανοποίηση, ευημερία) για κάποιο άλλο άτομο. Επιπλέον, έχει θετική αξία καθεαυτή, δίχως δηλαδή αυτή να προσδιορίζεται σε αναφορά προς κάποια άλλη αξιακή έννοια/κατηγορία. Εδώ να σημειωθεί ότι ο αλτρουισμός μπορεί συχνά να είναι και πατερναλιστικός. Ο πατερναλιστής αλτρουιστής δεν υπολογίζει τις προτιμήσεις του ατόμου που σκοπεύει να ωφελήσει, αλλά πράττει σύμφωνα με το τι πρεσβεύει ο ίδιος ότι θα είναι καλό για τον άλλον.

Παράδειγμα πατερναλιστικής συμπεριφοράς αποτελεί έρευνα στην οποία οι συμμετέχοντες προτίμησαν να δωρίσουν τσιρότα νικοτίνης παρά χρήματα σε διαβητικούς καπνιστές. Ένας αγνός αλτρουιστής χωρίς πατερναλιστική διάθεση θα έδινε χρήματα που οι διαβητικοί θα τα προτιμούσαν από τα τσιρότα (Jacobsson et al. 2007). Κι αυτό, διότι ο μη πατερναλιστικός αλτρουισμός αναφέρεται στην κατάσταση κατά την οποία ο αλτρουιστής πράττει με βάση τις προτιμήσεις αυτού που θέλει να ευεργετήσει, χωρίς να προτάσσει τις προσωπικές του απόψεις για το πώς θα επιθυμούσε να ωφελήσει κάποιον άλλον.

Οι αλτρουιστικές αντιλήψεις (τι δηλαδή το άτομο πιστεύει ότι είναι αλτρουιστικό) διακρίνονται με βάση τους λόγους ή τις αιτίες τους και διαιρούνται σε δύο κατηγορίες, *ηδονιστικός* ή *φυσικός αλτρουισμός* και *κανονιστικός αλτρουισμός* (Kolm 2006). Η ενσυναίσθηση (*empathy*), η στοργή, η συμπάθεια, η συμπόνια και ο οίκτος κάνουν ένα άτομο να νιώθει χαρούμενο ή λυπημένο ως συνέπεια της ευτυχίας ή του πόνου, ή της καλής ή άσχημης κατάστασης ενός άλλου ατόμου. Πρόκειται για συναισθήματα που προκαλούν *φυσικό* ή *ηδονιστικό* αλτρουισμό, κατά τον οποίο η προσωπική ικανοποίηση δίνει αξία στην ευχαρίστηση ή τον πόνο του άλλου. Σ' αυτή την περίπτωση, το άτομο νιώθει μεγαλύτερη ευτυχία όταν ο άλλος είναι πιο ευτυχισμένος ή θεωρεί ότι ο άλλος βρίσκεται σε καλύτερη κατάσταση (σωματική, ψυχική, οικονομική, κοινωνική, κ.ά.).

Από την άλλη πλευρά ο *κανονιστικός αλτρουισμός*, που ταυτίζεται με το να αποδίδει κανείς στο καλό του άλλου αξία καθεαυτή, μία τελική αξία, προκαλείται από *ηθική διαίσθηση* (*moral intuition*), μη ηθικούς κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς ή ποικίλες εφαρμογές του λόγου ή της ορθολογικότητας. Με βάση τις αιτίες αυτές ο κανονιστικός αλτρουισμός διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες: *δαισθητικά ηθικός*, *κοινωνικός* και *ορθολογικός*. Ο *δαισθητικά ηθικός* (*intuitively moral*) και ο *ορθολογικός κανονιστικός αλτρουισμός* έχουν ηθική διάσταση. Επιπλέον, ο *δαισθητικά ηθικός* και ο *κοινωνικός κανονιστικός αλτρουισμός* αναφέρονται άμεσα σε αξίες ή κανόνες. Μια ηθική αξία ή υποχρέωση είναι εσωτερική, υπό την έννοια ότι συνεπάγεται ένα καθήκον και η αποτυχία εκπλήρωσής του επιφέρει ενοχές. Μια (μη ηθική) *κοινωνική αξία* ή *κανόνας* αναφέρεται κατά κύριο λόγο σε μια κρίση που επιτάσσει η κοινωνία ή οι άλλοι άνθρωποι, η οποία υποδεικνύει τι είναι κατάλληλο ή ορθό ή τι πρέπει να γίνει και η αποτυχία να δράσει το άτομο με βάση αυτή του

προκαλεί ανησυχία και ντροπή. Αν και οι ηθικές αξίες διέπονται και από κοινωνική διάσταση, από τη στιγμή που επαινούνται από την κοινωνία, πρωτίστως το κριτήριό τους είναι η κρίση της συνείδησης του κάθε ατόμου (Kolm 2006: 60-61).

Αλτρουιστικό κίνητρο καλείται η επιθυμία για ενίσχυση της ευημερίας των άλλων με κόστος στην προσωπική ευημερία και αλτρουιστική πράξη είναι εκείνη η πράξη για την οποία ένα αλτρουιστικό κίνητρο παρέχει επαρκή λόγο για δράση. Τα αλτρουιστικά κίνητρα μπορούν να διαφέρουν σε έκταση και σε ισχύ. Αν προκαλούνται από το λόγο, τότε έχουν καθολική έκταση (στο πλαίσιο της σχετικής κοινότητας), όταν προκαλούνται από συναίσθημα ή από ατομικό συμφέρον που κατευθύνεται στο ενδιαφέρον για τον άλλον, η έκτασή τους περιορίζεται. Η ισχύς του κινήτρου εξαρτάται από το μέγεθος της θυσίας που είναι πρόθυμος να υποστεί κάποιος για να αυξήσει την ευημερία των άλλων (Elster 2006: 187). Τα κίνητρα διακρίνονται επίσης σε εσωτερικά (*intrinsic*) και εξωτερικά (*extrinsic*). Το εσωτερικό αποδίδει αξία στην πράξη της δωρεάς καθεαυτή, ενώ το εξωτερικό είναι κάθε υλική ανταμοιβή ή ωφέλεια, είτε χρηματική ή μη χρηματική, που συνδέεται με την πράξη της δωρεάς, όπως οι χειρονομίες ευχαριστίας.

Ένα πρόβλημα που ανακύπτει όσον αφορά τα κίνητρα κατά τον Andreoni (1989) είναι ότι δεν υπάρχει αγνός αλτρουισμός, αλλά στις περιπτώσεις που οι άνθρωποι προσφέρουν κάτι που έχει κόστος νιώθουν μια ευεξία, ένα ευχάριστο συναίσθημα (*warm glow*). Το κέρδος που έχουν από τη δωρεά αφορά προσωπικά αγαθά, ικανοποίηση σε ψυχολογικό επίπεδο και επομένως το κίνητρο είναι μάλλον εγωιστικό και γι αυτό υπάρχει μόνο «νόθος αλτρουισμός» (*impure altruism*) και όχι αγνός.

Το ερώτημα που εγείρεται λοιπόν είναι αν ο αλτρουισμός συνιστά ένα μοντέλο που δίνει τη δυνατότητα εξήγησης και πρόβλεψης της ανθρώπινης συμπεριφοράς με κάποια κανονικότητα ή αν πρόκειται για μια «αναχρονιστική ανωμαλία»¹ που παρατηρείται τυχαία. Στην προσπάθεια συγκρότησης μιας θεωρίας για τον αλτρουισμό οι ψυχολόγοι εστιάζουν στα κίνητρα της αλτρουιστικής πράξης, ενώ οι οικονομολόγοι και οι κοινωνιοβιολόγοι δίνουν κυρίως έμφαση στο κόστος που επιφέρει η συμπεριφορά αυτή στο άτομο προς όφελος κάποιου άλλου. Σχηματικά

¹ Πρόκειται για μια αλτρουιστική συμπεριφορά που εκδηλώνεται, παρορμητικά και αντανακλαστικά, χωρίς σκέψη, προς κάποιο άτομο που βρίσκεται σε κίνδυνο (Piliavin & Charng 1990: 29-30).

διακρίνονται στη βιβλιογραφία δύο είδη αλτρουισμού: ο ψυχολογικός, κατά τον οποίο ο Α συμπεριφέρεται αλτρουστικά όταν δρα με στόχο την προαγωγή των συμφερόντων των άλλων σε βάρος των δικών του, και ο εξελικτικός, όπου ο Α συμπεριφέρεται αλτρουστικά όταν η συμπεριφορά αυτή έχει ως συνέπεια την αύξηση της «αρμοστικότητας» (*fitness*) άλλων οργανισμών σε βάρος της δικής του (Sesardic 1995). Η έννοια αυτή βιολογικά αφορά τα γονίδια που μεταβιβάζονται στις επόμενες γενιές, όσο περισσότερα τόσο μεγαλύτερη η αρμοστικότητα του ατόμου και συνεπώς αυτή αντανακλά το πόσο αποτελεσματικά ο οργανισμός προσαρμόζεται και επιβιώνει στο περιβάλλον του.

1. Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΥ ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ

1.1 ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ - ΝΕΥΡΟΕΠΙΣΤΗΜΕΣ

Κατά τους ψυχολόγους το αλτρουστικό κίνητρο προέρχεται κατά κύριο λόγο από την λεγόμενη ενσυναίσθηση (*empathy*) που αφορά στην ευημερία των άλλων. Οι διάφοροι ορισμοί της συγκλίνουν σε δύο βασικά σημεία: α) είναι μια αντίδραση προσανατολισμένη προς την πλευρά του άλλου, που μπορεί να συμπεριλαμβάνει και συναισθηματική ταύτιση με την κατάστασή του και β) είναι μία γνωστική ικανότητα να παίρνει κάποιος την οπτική του άλλου ατόμου κρατώντας τον εαυτό του αποστασιοποιημένο από τον άλλον (Jackson et al. 2005: 771). Διαφοροποιείται από τη συμπάθεια (η οποία είναι έννοια με μεγαλύτερη συναισθηματική ένταση για τους ψυχολόγους) ως προς το ότι η τελευταία προϋποθέτει ταύτιση με τη συναισθηματική κατάσταση στην οποία βρίσκεται το άλλο άτομο, με αποτέλεσμα να το αντιμετωπίζουμε μέσα από τη δική του οπτική γωνία και να ταυτιζόμαστε τόσο έντονα ώστε να είναι αδύνατο να διαχωρίσουμε τα συμφέροντά μας από τα δικά του. Το να αισθάνεται κάποιος συμπάθεια για κάποιον άλλον εκ προοιμίου συνεπάγεται να χαίρεται με τη χαρά του άλλου και να στενοχωριέται με τη λύπη του. Σε γενικές γραμμές, πρόκειται για μια συναισθηματική ανταπόκριση που διακρίνεται από λύπη ή ενδιαφέρον για κάποιον άλλον που βρίσκεται σε ανάγκη (Eisenberg 2000). Η ενσυναίσθηση λοιπόν έχει ως αντικείμενο την κατανόηση, ενώ η συμπάθεια ως αντικείμενο την ευημερία του άλλου (Binmore 2007). Στην περίπτωση της

ενσυναίσθησης όμως η ταύτιση δεν είναι τόσο έντονη και μπορούμε να διαχωρίσουμε τις δικές μας προτιμήσεις.. Μάλιστα, κάποιοι υποστηρίζουν ότι είναι έμφυτη στους ανθρώπους και έχει νευρολογική βάση (Unger 1991).

Σε έρευνες όπου οι συμμετέχοντες παρατηρούν στατικές φωτογραφίες ποδιών και χεριών άλλων ατόμων σε καταστάσεις που είναι πιθανό να προκαλούν πόνο (όπως το να υπάρχει η πιθανότητα να κοπεί κάποιος με μαχαίρι) διαπιστώθηκε ότι αυτή η παρατήρηση ερεθίζει ένα συγκεκριμένο μέρος του νευρικού δικτύου που ενεργοποιείται κατά τη διαδικασία που προκαλείται πόνο στο ίδιο το άτομο (*self-pain processing*) και από αυτή την κατάσταση του εγκεφάλου μπορεί να κατάγεται η ενσυναίσθηση (Jackson et al. 2005:775). Με νευρολογικούς όρους η ενσυναίσθηση είναι ένα ψυχολογικό συμπέρασμα στο οποίο συμμετέχουν η παρατήρηση, η μνήμη, η γνώση και η λογική προκειμένου να κατανοήσουμε τις σκέψεις και τα συναισθήματα των άλλων (Jackson et al. 2005: 771). Πιο απλά μπορεί να οριστεί ως η ικανότητά μας να κατανοούμε τις πράξεις, τις αισθήσεις (*sensations*) και τα συναισθήματα των άλλων (Fecteau et.al. 2008).

Υπεύθυνοι επίσης για την ενσυναίσθηση άρχισαν πρόσφατα να θεωρούνται οι λεγόμενοι νευρώνες-καθρέπτες (*mirror neurons*). Ανακαλύφθηκαν για πρώτη φορά στις αρχές της δεκαετίας του 1990 από μια ομάδα Ιταλών ερευνητών στο Πανεπιστήμιο της Πάρμα (συγκεκριμένα από τον Giacomo Rizzolatti και τους συναδέλφους του), οι οποίοι βρήκαν ατομικούς νευρώνες στον εγκεφαλο των πιθήκων γένους μακάκα, που ενεργοποιούνταν τόσο όταν οι πίθηκοι άρπαζαν ένα αντικείμενο όσο και όταν παρακολουθούσαν ένα άλλο θηλαστικό να πιάνει το ίδιο αντικείμενο.

Ο μηχανισμός αυτών των νευρώνων έχει ιδιαίτερη εξελικτική σημασία, γιατί μέσω αυτού τα θηλαστικά κατανοούν τις πράξεις των ζώων του ίδιου είδους και μάλιστα το σύστημα των νευρώνων-καθρεπτών βρίσκεται στη βάση του συστήματος της μίμησης στους ανθρώπους. Κι αυτό διότι κατά την παρατήρηση μιας πράξης στους ανθρώπους, το εν λόγω σύστημα κωδικοποιεί και τις κινήσεις που μορφοποιούν μια πράξη και όχι μόνο την πράξη καθεαυτή, όπως συμβαίνει στους πιθήκους. Σε γενικές γραμμές αναπαριστούν τη νευρολογική βάση ενός μηχανισμού που δημιουργεί έναν άμεσο σύνδεσμο μεταξύ του αποστολέα ενός μηνύματος και του αποδέκτη του. Χάρη σ' αυτό τον μηχανισμό οι πράξεις άλλων ατόμων γίνονται

μηνύματα που τα κατανοεί ο παρατηρητής χωρίς γνωστική διαμεσολάβηση (Rizzolatti & Craighero 2004).

Οι νευρώνες-καθρέπτες πυροδοτούνται τόσο κατά την εκτέλεση μιας πράξης που έχει κάποιο σκοπό,² όσο και κατά την παρατήρηση μιας πράξης από άλλα άτομα. Μάλιστα λειτουργούν αυτόματα, αντανακλαστικά, όπως η ηχώ. Σύμφωνα με τον νευρολόγο Marco Iacoboni «Δεν είναι η χαρά ή η λύπη που βλέπω στο πρόσωπό σου αυτή που με κάνει να χαμογελάω ή να νιώθω συμπάθεια, αλλά αντανακλαστικά καθρεφτίζω την χαρά ή τη λύπη που βλέπω σε σένα και αυτή η πράξη (κατά την οποία το σώμα μου διαβάζει την συμπεριφορά μου) παράγει το συναίσθημα». Κάθε φορά που ένα άτομο βλέπει μια πράξη που γίνεται από κάποιον άλλον, οι νευρώνες που είναι υπεύθυνοι για αυτή την πράξη ενεργοποιούνται στον προ κινητικό φλοιό (*premotor cortex*) του παρατηρητή. Πρόκειται για αυτόματη αντίδραση, η κινητική αναπαράσταση της παρατηρούμενης πράξης αντιστοιχεί σ' αυτό που αυθόρμητα παράγεται κατά την ενεργητική πράξη και του οποίου το αποτέλεσμα είναι γνωστό στο άτομο που δρα. Έτσι, το σύστημα αυτό μετατρέπει την οπτική πληροφορία σε γνώση.

Η σχέση αυτή μεταξύ των οπτικών και κινητικών ιδιοτήτων των κατοπτρικών νευρώνων αποτελεί μία σημαντική πλευρά της λειτουργίας τους. Ουσιαστικά όλοι οι νευρώνες-καθρέπτες συγκλίνουν μεταξύ των οπτικών πράξεων στις οποίες απαντούν και στις κινητικές ανταποκρίσεις που κωδικοποιούν (Rizzolatti & Craighero 2004). Όταν βλέπουμε κάποιον να εκτελεί μια πράξη, πέρα από την ενεργοποίηση των ποικίλων οπτικών περιοχών, λαμβάνει χώρα μια παράλληλη ενεργοποίηση μέρους των ίδιων κινητικών κυκλωμάτων που στρατολογούνται όταν εκτελούμε την πράξη εμείς οι ίδιοι. Μολονότι δεν αναπαράγουμε φανερά την παρατηρούμενη πράξη, μέρος του κινητικού μας συστήματος ενεργοποιείται «σα να» εκτελούσαμε εμείς την ίδια πράξη που παρατηρούμε (Gallese et. al. 2004).

Το σύστημα των νευρώνων-καθρεπτών στους ανθρώπους δεν παρέχει μόνο έναν μηχανισμό αναγνώρισης της πράξης, αλλά παράλληλα συνιστά ένα νευρικό

² Στις έρευνες αυτές ο όρος «σκοπός» μια πράξης χρησιμοποιείται για να δείξει το «γιατί», την αιτία της πράξης. Για παράδειγμα ο Γιάννης βλέπει τη Μαρία να αρπάζει ένα μήλο, βλέποντας το χέρι της να κατευθύνεται στο μήλο αναγνωρίζει όχι μόνο τι κάνει η Μαρία, την πράξη της («το άγγιγμα»), αλλά επίσης και ότι αυτή θέλει να πιάσει το μήλο, που είναι ο άμεσος σκοπός της που συνδέεται με τον ερέθισμα (*stimulus-linked intention*) (Iacoboni et. 2005: 1-2).

σύστημα που κωδικοποιεί τις προθέσεις των άλλων. Με πειράματα αποδείχτηκε ότι η παρατήρηση των πράξεων του να πιάνει κάποιος ένα αντικείμενο ενσωματωμένων σε ένα περιβάλλον επέφερε μεγαλύτερη ενεργοποίηση σε περιοχές των νευρώνων-καθρεπτών στον κατώτερο μετωπικό φλοιό από την παρατήρηση παρόμοιων πράξεων που δεν ανήκαν σε κάποιο πλαίσιο ή κατά την παρατήρηση μόνο του περιβάλλοντος. Η κωδικοποίηση της πρόθεσης που συνδέεται με τις πράξεις των άλλων βασίζεται στην ενεργοποίηση μιας νευρωνικής αλυσίδας σχηματισμένης από νευρώνες-καθρέπτες που κωδικοποιούν την υπό παρατήρηση κινητική πράξη και από «λογικά συσχετιζόμενους» (*logically related*) νευρώνες-καθρέπτες που κωδικοποιούν τις κινητικές πράξεις που είναι πιο πιθανό να έπονται της παρατηρούμενης σε ένα δεδομένο περιβάλλον (Iacoboni et. 2005).

Ένας παρόμοιος μηχανισμός βασισμένος στους νευρώνες-καθρέπτες μπορεί να εξηγήσει την ικανότητά μας να κατανοούμε και να βιώνουμε τις συναισθηματικές καταστάσεις των άλλων. Επομένως, οι νευρώνες-καθρέπτες εξηγούν την αναγνώριση της πράξης και των συναισθημάτων, ενώ μπορούν παράλληλα να υποστηρίζουν σημαντικές απόψεις της κοινωνικής συμπεριφοράς, όπως τον γνωστικό μηχανισμό που μας επιτρέπει να αναγνωρίσουμε τους σκοπούς και τις προθέσεις των άλλων καθώς και την συναισθηματική κατανόηση. Συγκεκριμένα, η σχέση των νευρώνων-καθρεπτών με την ενσυναίσθηση έχει υποστηριχτεί από τις απεικονιστικές μελέτες του εγκεφάλου (*functional magnetic resonance imaging -fMRI*). Για παράδειγμα, η εκτέλεση πράξεων με το στόμα ή τα χέρια και το παθητικό άκουσμα των ήχων που συνδέονται με αυτές τις πράξεις ενεργοποιεί παρόμοιες περιοχές του εγκεφαλικού φλοιού. Οι ενεργοποιήσεις σ' αυτές τις περιοχές των νευρώνων-καθρεπτών συσχετίζονται θετικά με αποτελέσματα στην κλίμακα ενσυναίσθησης (Fecteau et.al. 2008: 138).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το πώς προσεγγίζει ο Batson στα πειράματά του την ενσυναίσθηση. Καταρχήν, ορίζει τον αλτρουισμό ως την κινητήρια κατάσταση (*motivational state*) με υπέρτατο στόχο την αύξηση της ευημερίας του άλλου και το ενδιαφέρον που προέρχεται από την ενσυναίσθηση (*empathic concern*) ως μια συναισθηματική αντίδραση προσανατολισμένη προς τον άλλο σύμφωνα με την ευημερία του άλλου που γίνεται αντιληπτή όταν αυτός βρίσκεται σε ανάγκη και συμπεριλαμβάνει συναισθήματα συμπάθειας, συμπόνιας, τρυφερότητας κλπ. Τονίζει

ότι αυτό το ενδιαφέρον δεν πρέπει να συγχέεται με την γνωστική ικανότητα της ορθής αντίληψης της εσωτερικής κατάστασης κάποιου άλλου ατόμου ούτε με το πώς νιώθει κάποιος άλλος [που μπορεί να οριστεί ως ενσυναίσθηση ή μετάδοση συναισθημάτων (*emotional contagion*)].

Στα πειράματα (1992) που διεξήγαγε έχει υποστηρίξει την υπόθεση «ενσυναίσθησης – αλτρουισμού» (*the empathy – altruism hypothesis*) κατά την οποία η ενσυναίσθηση δημιουργεί κίνητρο με υπέρτατο στόχο τη μείωση της ταλαιπωρίας του ατόμου σε ανάγκη. Για να το ελέγξει αυτό σύγκρινε τη συμπεριφορά που οδηγούσε σε βοήθεια σε δύο περιπτώσεις. Στην πρώτη τα άτομα μπορούσαν εύκολα να αποφύγουν να βοηθήσουν εκείνον που είχε ανάγκη, ενώ στη δεύτερη δύσκολα μπορούσαν να αποδράσουν. Ένας αλτρουιστής θέλει να βοηθήσει γιατί ταυτίζεται με τον άλλον και αντλεί ωφέλεια από την ανακούφιση του άλλου, οπότε ακόμα και όταν η διαφυγή είναι εύκολη, το κίνητρό του δεν θα αλλάξει. Όσο μεγαλύτερη είναι η ενσυναίσθηση για το άτομο που έχει ανάγκη, τόσο αυξάνεται και το αλτρουιστικό κίνητρο για βοήθεια. Οι προσωπικές ωφέλειες, όπως υλική ή κοινωνική ανταμοιβή, αποφυγή τιμωρίας και η μείωση της αποστροφής που αισθάνεται κανείς να βλέπει κάποιον άλλο σε ανάγκη, δεν αποτελούν στόχο της ενσυναίσθησης, αλλά μη σκόπιμες συνέπειες αυτής. Το συμπέρασμα του πειράματος ήταν ότι το 68% των συμμετεχόντων είχαν αλτρουιστικό κίνητρο για βοήθεια ενώ μόνο το 32% δεν είχε.

Οι έρευνες δείχνουν ότι οι παράγοντες που υποκινούν τη «φιλοκοινωνική» (*prosocial*) δραστηριότητα σε οικείες σχέσεις μπορεί να είναι διαφορετικοί από εκείνους που υποκινούν την παροχή βοήθειας μεταξύ ξένων. Εδώ έχουν θέσει υπό δοκιμασία την υπόθεση ότι ενώ το ενδιαφέρον λόγω ενσυναίσθησης μπορεί να προωθήσει τη βοήθεια μεταξύ συγγενών είναι λιγότερο πιθανό να κάνει το ίδιο και μεταξύ ξένων. Μάλιστα σε έρευνα που έγινε (Maner & Gailliot 2007) όταν οι συμμετέχοντες στο πείραμα σκέφτονταν ένα συγγενικό τους πρόσωπο σε ανάγκη, το προερχόμενο από ενσυναίσθηση ενδιαφέρον προέβλεπε προθυμία για βοήθεια, πάνω και πέρα από εγωιστικά κίνητρα. Στην περίπτωση όμως που οι συμμετέχοντες έπρεπε να σκεφτούν ότι στην εν λόγω κατάσταση ανάγκης βρίσκεται κάποιος άγνωστος και όχι κάποιο συγγενικό τους πρόσωπο, η προθυμία τους να βοηθήσουν προερχόταν από μια αντίληψη περί πανανθρώπινης κοινής ταυτότητας.

Συγκεκριμένα, η υπόθεση ενσυναίσθηση-αλτρουισμός έχει αμφισβητηθεί. Προηγούμενη έρευνα έχει επισημάνει ότι μια αίσθηση της κοινής/μοιραζόμενης προσωπικής ταυτότητας με κάποιον άλλο αυξάνει την πιθανότητα να βοηθήσει αυτό το άλλο πρόσωπο. Αυτή η μοιραζόμενη ταυτότητα έχει ονομαστεί ενότητα/ολότητα (*oneness*) και σ' αυτή την περίπτωση η βοήθεια δεν είναι εντελώς ανιδιοτελής γιατί βοηθώντας τον άλλον ουσιαστικά βοηθάει το άτομο τον εαυτό του. Μάλιστα η επικάλυψη του εαυτού και του άλλου είναι αληθινή και υπό γενετική έννοια: τα γονίδια μας δεν κατοικούν μόνο σε μας αλλά και σε άλλους με τους οποίους συνδεόμαστε με συγγενικούς δεσμούς. Η «εγκλείουσα αρμοστικότητα» (*inclusive fitness*) κατά Hamilton, που θα αναπτυχθεί παρακάτω, εξηγεί γιατί το να βοηθά κανείς ένα συγγενικό του πρόσωπο ωφελείται ο ίδιος γονιδιακά. Με όρους τόσο ψυχολογικής ταυτότητας όσο και βιολογικής ουσίας, υπάρχουν περιπτώσεις στις οποίες πλήρης διαχωρισμός μεταξύ του εαυτού και του άλλου δεν υφίσταται, δυσχεραίνοντας έτσι τη διάκριση αλτρουιστικών και εγωιστικών κινήτρων. Επιπλέον, οι λόγοι που προκαλούν ενσυναίσθηση είναι συνήθως ακριβώς οι ίδιοι που κάνουν τους ανθρώπους να αντιληφθούν μια αίσθηση ενότητας με τους άλλους: συγγένεια, εγγύτητα, ομαδική κοινή ταυτότητα και να υιοθετεί κανείς την οπτική του άλλου (*perspective taking*) (Maner et al. 2002: 1602).

Η δυσκολία διαχωρισμού μεταξύ αλτρουιστικών και εγωιστικών κινήτρων για βοήθεια αντανακλά το ότι οι συνθήκες που οδηγούν τον παρατηρητή να νιώσει ενδιαφέρον από ενσυναίσθηση τείνουν επίσης να διεγείρουν συναισθηματικές καταστάσεις που εστιάζονται στο εγώ, όπως η προσωπική λύπη. Γι αυτό το λόγο η ενσυναίσθηση είναι συμβατή με διάφορους τύπους πατερναλισμού, από τη στιγμή που υπάρχει αδυναμία κάποιες φορές να αξιολογήσει ο αλτρουιστής επακριβώς τι πραγματικά θέλει ο ευεργετούμενος (Kitcher 1998).

Η παραπάνω προσέγγιση χειρίζεται την ενσυναίσθηση ως μια διανοητική κατάσταση που έχει τόσο ένα συναισθηματικό όσο και ένα γνωστικό³ συστατικό. Σύμφωνα με τις έρευνες αυτές, που είναι πειραματικές, η ενσυναίσθηση συνιστά ένα βασικό συστατικό της ηθικής σκέψης και της συμπεριφοράς γενικότερα, καθώς και ένα ουσιώδες συστατικό του κινήτρου για «φιλοκοινωνικές» συμπεριφορές. Σε

³ Το γνωστικό στοιχείο υφίσταται από τη στιγμή που κάποιος πρέπει να χρησιμοποιήσει τη γνώση για τους άλλους και συνεπώς να έχει επίγνωση της διάκρισης εαυτού – άλλου.

αντίθεση ωστόσο με τις πειραματικές συνθήκες (όπως κάνει ο Batson) που εξετάζουν ποιοι παράγοντες προκαλούν εγκεφαλικές καταστάσεις ενσυναίσθησης, συμπάθειας και προσωπικής λύπης και σε ποιο βαθμό αυτές οι εγκεφαλικές καταστάσεις δίνουν ώθηση για βοήθεια, κάποιοι ερευνητές αντιλαμβάνονται την ενσυναίσθηση ως ένα σταθερό χαρακτηριστικό ή προδιάθεση της προσωπικότητας. Αυτοί ερευνούν πώς οι ατομικές διαφορές στα επίπεδα της ενσυναίσθησης ως προδιάθεσης επηρεάζουν τη συμπεριφορά που οδηγεί σε βοήθεια. Οι έρευνες αυτές επειδή χρησιμοποιούν μεγάλα τυχαία δείγματα μπορούν να διασαφηνίσουν αν η συναισθηματική κατανόηση συσχετίζεται με τις συμπεριφορές παροχής βοήθειας στην καθημερινή ζωή. Προκύπτει όμως το πρόβλημα του κατά πόσον οι ίδιοι παράγοντες που προσδιορίζουν την συμπεριφορά των ανθρώπων στο πλαίσιο ενός πειράματος στις εργαστηριακές συνθήκες μπορούν να ταυτιστούν με εκείνους που επενεργούν στις ίδιες παρατηρήσιμες συμπεριφορές στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων (Einolf 2008).

Είναι πολύ ενδιαφέρον πως στα πειράματα που διεξάγονται στο εργαστήριο οι συμμετέχοντες εμφανίζουν μια ξαφνική και μη προσδοκώμενη απόφαση να βοηθήσουν κάποιο άλλο πρόσωπο αν αυτό είναι αντιληπτό από τους ίδιους και βρίσκεται στον ίδιο χώρο με αυτούς. Σ' αυτές τις καταστάσεις τα συναισθήματα και οι διαισθητικές κρίσεις ασκούν μεγάλη επίδραση στη συμπεριφορά, οπότε δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι η ενσυναίσθηση συνδέεται με την παροχή βοήθειας. Στις καθημερινές όμως καταστάσεις η απόφαση για παροχή βοήθειας λαμβάνεται εκ των προτέρων μετά από μια περίοδο σκέψης και συνεννόησης με άλλους. Οι τυπικές συμπεριφορές παροχής βοήθειας, όπως οι φιλανθρωπικές δωρεές, ο εθελοντισμός και η αιμοδοσία, αφορούν μια σχεδιασμένη απόφαση που λήφθηκε σε κάποια χρονική στιγμή που ο δυνάμει αποδέκτης της βοήθειας δεν είναι παρών. Πιθανόν η ενσυναίσθηση να προκαλείται σ' αυτές τις περιπτώσεις, αλλά θα έχει λιγότερη ισχύ από όταν το πρόσωπο που θα λάμβανε τη βοήθεια ήταν παρόν (Einolf 2008: 1270).

Ο αλτρουισμός αφορά κοινωνική αλληλεπίδραση, η οποία δεν επηρεάζει μόνο τις ατομικές σχέσεις, αλλά και εκείνες της ομάδας που ανήκει το άτομο. Ο Witchardt (2005) δίνει έμφαση στο δυνάμει γνησίως εγωιστικό κίνητρο για συμπεριφορικό αλτρουισμό και θεωρεί ότι η αλτρουιστική συμπεριφορά μπορεί να γίνει ορθολογική ως μια κατάσταση που ενδυναμώνει τη συνεργασία μέσα στην ομάδα. Η έρευνα στην

κοινωνική ψυχολογία δείχνει ότι η υψηλή θέση της ομάδας όπου εντάσσεται το άτομο ενισχύει και την προσωπική του αυτοεκτίμηση ή αλλιώς ωφέλεια. Η προσωπική εικόνα που ενσωματώνει και την ταυτοποίηση του ατόμου με μια συγκεκριμένη ομάδα θα προάγει τη συνεργασία και θα έχει ως αποτέλεσμα θετική χρησιμότητα.

Έχει παρατηρηθεί ότι στις ομάδες με άτομα που γνωρίζουν ότι όλα τα μέλη χαρακτηρίζονται από κοινό τρόπο σκέψης (*like-minded*) το επίπεδο συνεργασίας είναι υψηλότερο από ομάδες που έχουν μια τυχαία σύνθεση ατόμων (Gächter and Thöni 2004). Είναι ευκολότερο για το άτομο να εσωτερικεύσει και να προβλέψει τη συμπεριφορά μέσα στην ομάδα παρά σε μία άλλη εκτός (*out-group*) και γενικά θα προτιμάει να αλληλεπιδρά περισσότερο με την πρώτη παρά με τη δεύτερη. Μάλιστα όσο πιο πολύ μπορεί ο εαυτός να ταυτιστεί ή να προβληθεί σε άλλα άτομα τόσο πιο γενναιόδωρος θα είναι. Πρόκειται για τις γνωστικές διαδικασίες ταυτοποίησης (*identification*) του εαυτού με γνωστούς άλλους, της προβολής (*projection*) του γνωστού εαυτού σε μερικώς άγνωστους άλλους και της κατηγοριοποίησης των άλλων μέσω της ομοιότητας με τον εαυτό. Αυτές οι διαδικασίες οδηγούν στην παραγωγή κοινωνικών προτιμήσεων.

1.2 ΚΟΙΝΩΝΙΟ- ΒΙΟΛΟΓΙΑ

Η αλτρουιστική συμπεριφορά είναι διαδεδομένη τόσο στους ανθρώπους όσο και στο ζωικό βασίλειο και ιδιαίτερα σε είδη με πολύπλοκες κοινωνικές δομές. Κατά τη διάρκεια της εξέλιξης οι άνθρωποι ανέπτυξαν κάποιες αλτρουιστικές δραστηριότητες κοινής ωφέλειας όπως κυνήγι, διανομή της τροφής, ανατροφή των παιδιών, διατήρηση κοινών πόρων ιδιοκτησίας και συμμετοχή σε πόλεμο, που διευκόλυναν την επιβίωσή τους και ωφελούσαν όλη την ομάδα, ακόμα και αυτούς που δεν συμμετείχαν σε αυτές, γεγονός που υποστηρίζει τον αλτρουισμό και γενετικά.

Στα ζώα μπορούμε να διακρίνουμε ορισμένα παραδείγματα. Οι νυχτερίδες που τρέφονται με αίμα θηλαστικών ρουφάνε όσο περισσότερο αίμα μπορούν και στη συνέχεια δωρίζουν ένα μέρος του στα άλλα μέλη της ομάδας που δεν έχουν τραφεί, γιατί διαφορετικά αυτά κινδυνεύουν να πεθάνουν από ασιτία. Σε πολλά είδη πουλιών ένα ζεύγος που αναθρέφει τα παιδιά του δέχεται βοήθεια στην ανατροφή αυτών από άλλα πουλιά, τα οποία δρώντας επικουρικά προστατεύουν τη φωλιά από άλλα

αρπακτικά ζώα και συμβάλλουν στο τάισμα των νεοσσών. Ένα είδος πιθήκων (*vervet monkeys*) βγάζει ειδικές κραυγές για να προειδοποιήσει τους υπόλοιπους κατά την παρουσία αρπακτικών, παρόλο που δρώντας τοιουτοτρόπως τραβάει την προσοχή στο ίδιο, αυξάνοντας την πιθανότητα να γίνει το ίδιο θύμα επίθεσης. Σε κοινωνικές αποικίες εντόμων (μυρμηγκιών, σφηκών, μελισσών και τερμιτών), οι στείρες εργάτριες αφιερώνουν όλη τους τη ζωή στη φροντίδα της βασίλισσας, στην κατασκευή και προστασία της φωλιάς, στην εύρεση τροφής και στην φροντίδα των καμπιών.

Η βιολογική έννοια του αλτρουισμού δεν ταυτίζεται με αυτή της καθομιλουμένης, στην οποία συμπεριλαμβάνεται η συνειδητή πρόθεση της ωφέλειας κάποιου άλλου, όπως έχει ήδη αναφερθεί. Στην εξελικτική βιολογία ένας οργανισμός συμπεριφέρεται αλτρουιστικά όταν ωφελεί άλλους οργανισμούς με προσωπικό κόστος. Στον τομέα αυτό το όφελος και το κόστος μετρώνται με βάση τις συνέπειες που έχει η συμπεριφορά του ατόμου στην άμεση αρμοστικότητα του στη διάρκεια της ζωής του ή στον προσδοκώμενο αριθμό των απογόνων του. Έτσι ο αλτρουισμός με βιολογικούς όρους επιφέρει κόστος στην προσωπική βιωσιμότητα προς όφελος της αντίστοιχης ενός άλλου ατόμου.

Υπάρχουν δύο είδη αρμοστικότητας, η άμεση (*direct fitness*) και η έμμεση (*indirect fitness*). Η άμεση αφορά το συστατικό της βιωσιμότητας που προέκυψε μέσα από την επίδραση της ατομικής συμπεριφοράς στην αναπαραγωγή απογόνων, ενώ κατά την έμμεση αυτό το συστατικό προήλθε από τη βοήθεια στην αναπαραγωγή συγγενικών ατόμων.⁴ Μάλιστα, από καθαρά βιολογικό πρίσμα, η έννοια του αλτρουισμού είναι προβληματική αφού σύμφωνα με τη δαρβινική θεωρία περί εξέλιξης των ειδών η βάση των πάντων εναπόκειται στη φυσική επιλογή. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με την εξελικτική βιολογία, έχουμε κληρονομήσει μέσω των γονιδίων μας την τάση να δρούμε στηριζόμενοι στο ατομικό συμφέρον και συνεπώς δεν υπάρχουν πολλές προοπτικές για την ανάπτυξη αλτρουισμού.

Παρόλα αυτά ένας αλτρουιστής μπορεί να επιβιώσει και να μην είναι πάντα ένα ευάλωτο άτομο. Τη βιολογική βάση της παρουσίας αλτρουιστικής συμπεριφοράς

⁴ Βοηθώντας ένα συγγενή να αναπαραχθεί το άτομο μεταβιβάζει και πάλι τα γονιδιά του αν και έμμεσα στην επόμενη γενιά, από τη στιγμή που μοιράζεται με το συγγενικό του πρόσωπο τα ίδια γονίδια.

αποτελέσει η θεωρία της ομαδικής επιλογής (*group selection*),⁵ που αναπτύχθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1960 (Wynne-Edwards 1962) και εξηγεί τον αλτρουισμό προς όφελος της ομάδας σε βάρος του ατόμου, από τη στιγμή που ο αλτρουισμός συμβάλλει στη συνεργασία και στην εσωτερική συνοχή της ομάδας, ευνοώντας έτσι την επιβίωσή της. Οι περισσότεροι εξελικτικοί βιολόγοι θεωρούν πλέον ότι η επιλογή στο επίπεδο της ομάδας μόνο μερικώς μπορεί να εξηγήσει την ανάδυση και την επικράτηση της αλτρουιστικής συμπεριφοράς, γιατί στο ανθρώπινο είδος η μονάδα της αναπαραγωγής δεν είναι η ομάδα αλλά το άτομο και επομένως η φυσική επιλογή θα ευνοήσει εκείνα τα χαρακτηριστικά που μεγιστοποιούν την ατομική ωφέλεια, με αποτέλεσμα ο αλτρουισμός να εξαλειφθεί.

Πρόσφατα οι Sober & Wilson (1998) σε μια προσπάθεια αναθεώρησης της προσέγγισης αυτής υποστήριξαν ότι σε κάποιες περιπτώσεις οι ομάδες που περιέχουν περισσότερους αλτρουιστές θα αναπτυχθούν πιο γρήγορα από εκείνες που περιέχουν λιγότερους, ακόμα κι αν ο αριθμός των αλτρουιστών σε κάθε ομάδα θα μειωθεί με την πάροδο του χρόνου. Αν οι ομάδες παραμείνουν απομονωμένες, τότε οι αλτρουιστές σε κάθε ομάδα και επομένως και στον πληθυσμό θα εξαφανίζονταν. Αν όμως οι ομάδες περιοδικά διαχωρίζονταν και ανασχηματίζονταν τότε ο αριθμός των αλτρουιστών στον πληθυσμό θα παρουσίαζε αύξηση (Rubin 2000:9). Όπου δηλαδή οι δυνάμεις της ομαδικής επιλογής είναι ισχυρότερες από εκείνες της ατομικής (*individual selection*), ο αριθμός των αλτρουιστών είναι αυξημένος.

Σε γενικές γραμμές οι διαφοροποιήσεις στα παλιά και νέα μοντέλα της ομαδικής επιλογής μπορούν να συνοψιστούν στα εξής: τα νέα μοντέλα βασίζονται στην ομαδική επιλογή στο πλαίσιο του πληθυσμού, ενδοδημική επιλογή ομάδων (*intrademic group selection*), ενώ τα παλιά μεταξύ πληθυσμών (*interdemic group selection*). Κατά την παλιά προσέγγιση η επιλογή σε επίπεδο ομάδας αποτελούσε την καθοδηγητική ισχύ της φυσικής επιλογής, ενώ η νέα επικεντρώνεται σε πολλαπλά επίπεδα επιλογής με διαφορετική βαρύτητα το καθένα. Η νέα θεωρία ομαδικής επιλογής δίνει έμφαση στην εξέλιξη του ατόμου στο πλαίσιο ενός πληθυσμού που είναι δομημένος σε ομάδες, ενώ η παλιά τονίζει την εξέλιξη της ομάδας (West et al. 2007: 423).

⁵ Παραδείγματα περιπτώσεων που ευνοούν την επιλογή σε επίπεδο ομάδας συμπεριλαμβάνουν τις σχέσεις του κύκλου ζωής μεταξύ παρασίτων και των οργανισμών που τα «φιλοξενούν».

Ένα άλλο είδος επιλογής αλτρουιστικής συμπεριφοράς μπορεί να παρατηρηθεί στα ζώα, τα έντομα, τα πουλιά και φυσιικά και στους ανθρώπους μέσα στο πλαίσιο της συγγένειας (*kin selection*), το άτομο αλληλεπιδρά και βοηθά συγγενικά του πρόσωπα. Ο John Maynard Smith (1964) επινόησε τον όρο επιλογή συγγενών (*kin selection*) για να υποστηρίξει ότι η εν λόγω επιλογή, και όχι εκείνη των ομάδων, αποτελεί την κυρίαρχη δύναμη του αλτρουισμού, ορίζοντάς την ως την εξέλιξη των χαρακτηριστικών που ευνοούν την επιβίωση των στενών συγγενών του ατόμου. Πρόκειται για μία διαδικασία κατά την οποία τα χαρακτηριστικά/οι ιδιότητες του ατόμου ευνοούνται εξαιτίας των ωφέλιμων συνεπειών που έχουν στη βιωσιμότητα των συγγενικών τους ατόμων. Με τον όρο «επιλογή συγγενών» ο Smith ουσιαστικά σκιαγραφούσε τον μηχανισμό που είχε αναπτύξει ο William Hamilton (1964).

Συγκεκριμένα, αυτή η διαδικασία αναπαρίσταται μαθηματικά μέσα από το μοντέλο του Hamilton (*Hamilton's rule*), όπου η φυσική επιλογή ευνοεί το γονίδιο για τον αλτρουισμό. Ο μαθηματικός τύπος εκφράζεται μέσα από την εξίσωση: « $r \times b > c$ », όπου r (relatedness) συγγένεια, b (benefit) όφελος και c (cost) κόστος⁶. Το μοντέλο αυτό που το ονόμασε «εγκλείουσα αρμοστικότητα» αναγνωρίζει ότι ένα γονίδιο για τον αλτρουισμό μπορεί να διαδοθεί αν συντελεί να εδραιωθούν τα αντίγραφα του σε συγγενείς εξ αίματος. Αναλυτικότερα, αν ένα γονίδιο για τον αλτρουισμό πρόκειται να εξελιχθεί, τότε το κόστος (c) του αλτρουισμού πρέπει με κάποιο τρόπο να εξισορροπηθεί με κάποια οφέλη για τον αλτρουιστή. Στο μοντέλο αυτό το κόστος αντισταθμίζεται με οφέλη (b) που συγκεντρώνονται στους συγγενείς εξ αίματος του αλτρουιστή, γιατί οι συγγενείς μπορεί να φέρουν το γονίδιο για τον αλτρουισμό. Αλλά οι συγγενείς έχουν μόνο κάποια πιθανότητα (r) να φέρουν το εν λόγω γονίδιο και συνεπώς τα οφέλη που λαμβάνουν πρέπει να υποτιμηθούν από αυτή την πιθανότητα. Όσο πιο στενή είναι η συγγενική σχέση μεταξύ των ατόμων, τόσο πιθανότερο είναι να παρατηρηθεί από βιολογική άποψη αλτρουιστική συμπεριφορά και συνεπώς να εξελιχθεί ο αλτρουισμός (Dugatkin 2006: 95-7). Ο Hamilton έδειξε επομένως ότι ένα γονίδιο δεν μεταβιβάζει αντίγραφα του στην επόμενη γενιά μόνο με την άμεση αναπαραγωγή του ατόμου και την απόκτηση παιδιών, αλλά και με την

⁶Η δημιουργία των μεταβλητών του κόστους (c) και του οφέλους (b) στο μοντέλο επέτρεψαν στον Hamilton να υιοθετήσει μια οικονομική προσέγγιση στο πώς η φυσική επιλογή μπορεί να μεγιστοποιήσει την βιωσιμότητα και παράλληλα να επιτρέπει την εξέλιξη του αλτρουισμού (Dugatkin 2006: 95).

αναπαραγωγή όμοιων γονιδίων του από συγγενικά πρόσωπα λόγω της βοήθειας που τους προσφέρει.⁷ Με τον τρόπο αυτό διεύρυνε τον κλασικό ορισμό της αρμοστικότητας, «εγκλείουσα αρμοστικότητα» πλέον, υπογραμμίζοντας έτσι τους ποικίλους τρόπους μέσω των οποίων το γονίδιο έχει τη δυνατότητα να μεταβιβαστεί στις επόμενες γενιές.

Με την ευρύτερη έννοια το άτομο παρέχει βοήθεια όχι μόνο σε κείνους με τους οποίους συνδέεται γενετικά αλλά και με άλλους που μοιράζεται ένα είδος ‘γονιδίου συμφέροντος’. Αυτό επιτυγχάνεται με τον μηχανισμό «πράσινο γένι» (*greenbeard mechanism*),⁸ κατά τον οποίο η συνεργασία κατευθύνεται σε πρόσωπα που δεν συνδέονται συγγενικά μεταξύ τους αλλά μοιράζονται το ίδιο γονίδιο συνεργασίας (*cooperative gene*). Απαιτεί ένα μοναδικό γονίδιο (ή έναν αριθμό στενά συνδεδεμένων γονιδίων) το οποίο και προκαλεί τη συνεργασιακή συμπεριφορά και μπορεί να αναγνωριστεί από άλλα άτομα εξαιτίας του φαινότυπου⁹ που το διακρίνει (*phenotypic marker*), όπως ένα πράσινο γένι (West et al. 2007: 417). Τα άτομα που φέρουν τον κοινό φαινότυπο αναγνωρίζονται μεταξύ τους και τυγχάνουν ορισμένης μεταχείρισης, η οποία στην περίπτωση του αλτρουισμού είναι βοηθητική.

Σημαντική υπήρξε η συνεισφορά του Price στην επιλογή συγγενών. Παρατήρησε ότι το μοντέλο του Hamilton δεν εξηγούσε μόνο τον αλτρουισμό αλλά και την εξέλιξη της εμπάθειας, η οποία επιφέρει κόστος τόσο στην αρμοστικότητα του δρώντος όσο και σε εκείνη του αποδέκτη. Σύμφωνα με την εξίσωση του Price (1970) « $\Delta z = \sigma_{wz} + E(w\Delta z)$ » όταν τα άτομα βρίσκονται σε ομάδες με πολλούς συγγενείς εξ αίματος, τότε ένα γονίδιο για τον αλτρουισμό θα έχει θετική συνδιακύμανση (*covariance*) με τον αριθμό των απογόνων που παράγει ένα άτομο και έτσι ο αλτρουισμός εξελίσσεται. Αυτό το αποτέλεσμα ουσιαστικά επιβεβαίωσε τον Hamilton. Η καινοτομία ήταν η εξής: αν η άμεση συγγένεια μέσα στις ομάδες

⁷ Οι συγγενείς εξ αίματος είναι πιθανό να έχουν όμοια γενετική σύνθεση, οπότε από την οπτική του γονιδίου είναι πιθανότερο να μεταβιβάσει κανείς αντίγραφα των γονιδίων του στην επόμενη γενιά, βοηθώντας τους συγγενείς που φέρουν αυτά τα γονίδια. Ειδικότερα, οι γονείς βοηθούν τα παιδιά τους γιατί ο η αξία του συντελεστή της συγγένειάς του (r) είναι 1/2, μεταξύ των αδερφών 1/2, μεταξύ εγγονών και παππούδων 1/4, μεταξύ ξαδελφών 1/8 και ούτω καθ'εξής.

⁸ Η ιδέα αυτή συνελήφθη από τον Hamilton (1964) και πήρε το όνομα αυτό από τον Dawkins (1976). Ο τελευταίος όμως θεωρεί το «αλτρουιστικό φαινόμενο της πράσινης γενειάδας» μια θεωρητική δυνατότητα (Dawkins 2008: 165).

⁹ Οι ιδιότητες που έχουν παρατηρηθεί σε έναν οργανισμό όπως αυτές αναπτύχθηκαν υπό τις συνδυασμένες επιρροές της γενετικής σύστασης του ατόμου και την επίδραση περιβαλλοντικών παραγόντων (Wilson 1975).

είναι μικρότερη από τη μέση γενετική συγγένεια σε ένα πληθυσμό, αν δηλαδή το άτομο θα έχει αρνητική συγγένεια με μια ομάδα ατόμων τα οποία διαφέρουν περισσότερο από αυτό απ' ό,τι διαφέρει ο μέσος όρος του πληθυσμού, τότε μπορεί να εξελιχθεί η εμπαθής συμπεριφορά. Κι αυτό διότι όταν τα άτομα δεσμεύονται σε πράξεις εμπάθειας οδηγούνται στους γενετικούς τους ανταγωνιστές, δηλαδή σε άτομα με διαφορετική γενετική σύνθεση από τους ίδιους (Dugatkin 2007: 109-110).

Πώς όμως το άτομο αναγνωρίζει τους συγγενείς του; Ο φαινότυπος ως μηχανισμός συντελεί στην αναγνώριση στενών συγγενών ευνοώντας σε ένα πρώιμο επίπεδο την έλξη μεταξύ των ατόμων. Ειδικότερα, η πληροφορία μαθαίνεται σχετικά με τα προσωπικά φαινοτυπικά χαρακτηριστικά του ίδιου του ατόμου και εκείνα των συγγενών. Το αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας μάθησης είναι μια «εικόνα», ένα «υπόδειγμα» ή μια «μαθημένη σταθερά της εμφάνισης» (*learned standard of appearance*) έναντι της οποίας εκτιμάται ο φαινότυπος ενός μη οικείου ατόμου. Η ακριβής ταυτοποίηση των ατόμων θα αποτελούσε προϋπόθεση καθοδήγησης του αλτρουισμού σε συγγενείς και τεκμηριώνει την κοινωνικο-ψυχολογική άποψη ότι οι ομοιότητες έλκονται (Segal et al. 2003: 75).

Πρόσφατη έρευνα έδειξε ότι η συναισθηματική εγγύτητα εν μέρει διαμεσολαβεί την επίδραση της γενετικής συγγένειας στην προθυμία να συμπεριφερθεί κανείς αλτρουιστικά. Οι Lieberman, Toby και Cosmides κάνουν λόγο για δύο μηχανισμούς αναγνώρισης της συγγένειας: όσα παιδιά περίπου ίδιας ηλικίας ζουν μαζί τα παιδικά τους χρόνια αναπτύσσουν μια ερωτική απέχθεια μεταξύ τους. Το ίδιο αισθάνονται τα μεγαλύτερα για τα μικρότερα αδέρφια τους βλέποντάς τα να έχουν συνεχή επαφή με την μητέρα τους (Κριμπάς 2007: 51). Φυσικά οι άνθρωποι γνωρίζουν τους πιο στενούς βιολογικούς συγγενείς τους, όμως στη σύγχρονη σύνθετη κοινωνία στο βαθμό συγγένειας συμβάλλει και η κοινωνική συνεργασία και ανταλλαγή. Έτσι ο αλτρουισμός στους ανθρώπους μπορεί να εξαρτάται άμεσα από το πώς αντιλαμβάνεται το άτομο την κοινωνική απόσταση (όπως αυτή καθορίζεται από τις επικαλυπτόμενες σφαίρες δραστηριότητας στο σπίτι, στη γειτονιά, στην εργασία και στην αναψυχή) και μόνο έμμεσα στη γενετική συγγένεια. Η συγγένεια δεν μπορεί να λειτουργήσει χωρίς κάποιους παράγοντες όπως η φυσική ομοιότητα, τα κοινά ενδιαφέροντα, μια ιστορία αμοιβαίας συμπεριφοράς ή φυσικής εγγύτητας. Αυτό αποδείχτηκε μέσα από πείραμα σε φοιτητές κατά το οποίο η γενετική σχέση και ο

αλτρουισμός ποίκιλαν αντίστροφα με την κοινωνική απόσταση. Όσο πιο κοντά σε κάποιον άλλο νιώθει το άτομο, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να είναι πιο στενή η σχέση με αυτό καθώς και η πιθανότητα για εκδήλωση αλτρουιστικής συμπεριφοράς απέναντί του (Rachlin & Jones 2008). Εξάλλου σε ένα πληθυσμό με μικρές οικογενειακές ομάδες η φυσική επιλογή μπορεί να έχει αναπτύξει την εξής στρατηγική: «Βοήθησε εκείνα τα άτομα του ίδιου είδους με τα οποία αλληλεπιδράς συχνά» (Joyce 2006: 21)

Ένα άλλο είδος αλτρουισμού που συνιστά μια γενίκευση του μηχανισμού του Hamilton παρατηρείται μέσα στο πλαίσιο της αμοιβαιότητας. Ο Robert Trivers (1971) τον ονόμασε «ανταποδοτικό αλτρουισμό» (*reciprocal altruism*), κατά τον οποίο όμως υπάρχει και η προσμονή της ανταπόδοσης άμεσης ή έμμεσης («Αν μου ξύσεις την πλάτη, θα ξύσω κι εγώ τη δική σου»). Ο Trivers ορίζει τον αλτρουισμό διαφορετικά από τον Hamilton ως τη συμπεριφορά που ωφελεί κάποιον άλλο οργανισμό, όχι στενά συγγενικό, ενώ παράλληλα είναι επιβλαβής για τον οργανισμό που συμπεριφέρεται έτσι· το όφελος και η ζημιά ορίζονται με όρους συνεισφοράς στην εγκλείουσα αρμοστικότητα¹⁰ (Trivers 1971).

Ο ανταποδοτικός αλτρουισμός δεν απαιτεί συγγενική σχέση ούτε είναι απαραίτητο τα άτομα να ανήκουν στην ίδια ομάδα. Εξελίσσεται καθώς το κόστος του να βοηθάει κανείς κάποιον άλλο άτομο αντισταθμίζεται από το μακροπρόθεσμο όφελος της λήψης βοήθειας από αυτό το άτομο ή από κάποιο άλλο στο μέλλον, με βάση όμως την πιθανότητα να επιστραφεί η βοήθεια. Ειδικότερα, αν τα άτομα αλληλεπιδρούν μόνο μία φορά στη ζωή τους και δεν συναντώνται ποτέ ξανά, τότε δεν υπάρχει πιθανότητα ανταπόδοσης, οπότε και κανένα κέρδος. Όταν όμως η αλληλεπίδραση είναι συχνή και έχουν έτσι τη δυνατότητα να αναγνωρίζουν και να τιμωρούν τους «λιποτάκτες» (*free-riders*) που απέφυγαν να συμπεριφερθούν αλτρουιστικά στο παρελθόν, τότε εξελίσσεται ο ανταποδοτικός αλτρουισμός. Ο Trivers εισήγαγε παράλληλα το 1972 την έννοια της «γονικής επένδυσης» ως οποιαδήποτε επένδυση από την πλευρά του γονέα σε έναν απόγονό του που αυξάνει την ευκαιρία του τελευταίου να επιβιώσει, με κόστος όμως τη μη (επαρκή ίσως) επένδυση σε κάποιο άλλο απόγονο. Μάλιστα η γονική επένδυση μετριέται σε

¹⁰ Είναι η επίδραση που έχουν οι πράξεις ενός ατόμου στον αριθμό των απογόνων όλων των άλλων ατόμων, η οποία εκτιμάται με βάση τη συγγένεια. Γενικά, αποτελεί το άθροισμα της άμεσης και της έμμεσης βιωσιμότητας.

μονάδες μείωσης του προσδόκιμου της επιβίωσης των άλλων παιδιών που έχουν γεννηθεί ή μπορεί να γεννηθούν (Dawkins 2008: 216-217).

Η εγγύτητα που προέρχεται από τη βιολογική συγγένεια δημιουργεί περισσότερες ευκαιρίες για ανταλλαγή και αυξάνει την πιθανότητα μελλοντικών αλληλεπιδράσεων και συνεπώς συμβάλλει στην προώθηση της συνεργασίας. Παρόλα αυτά ο αλτρουισμός μπορεί να αναπτυχθεί και να οδηγήσει σε υψηλά επίπεδα συνεργασίας μεταξύ των συγγενών χωρίς να απαιτεί κοινά γονίδια αλλά στο πλαίσιο της αμοιβαιότητας, αν οι συγγενείς διακρίνονται από χαρακτηριστικά, όπως ομοιότητα, εμπιστοσύνη, που τους καθιστούν προτιμητέους κοινωνικούς εταίρους. Σ' αυτή την περίπτωση προέχουν οι άμεσες επιδράσεις στην αρμοστικότητα που προκαλούνται από την συνεργασία παρά οι έμμεσες που αποκτώνται από τη βοήθεια στενών συγγενών, όπως προβλέπει το μοντέλο του Hamilton (Allen-Arave et al. 2008).

Τη συνύπαρξη της επιλογής ομάδων και της επιλογής συγγενών τη βρίσκουμε στην *Κοινωνιοβιολογία* του E.O. Wilson (1975).¹¹ Πρόσφατα ο Wilson (2005) παρατήρησε κάποια σφάλματα στην επιλογή συγγενών¹² και σημείωσε ότι το μοντέλο του Hamilton « $rb > c$ οδηγεί σε αλτρουισμό» είναι λογικά ορθό, αλλά δεδομένου ότι ο αλτρουισμός μπορεί να εξελιχθεί επίσης όταν το $r=0$, είναι επίσης ελλιπές. Μια πιο ακριβής έκφραση είναι « $(rb_k + b_e) > c$ οδηγεί σε αλτρουισμό», όπου b_k το όφελος από την παράπλευρη επιλογή συγγενών και b_e το προστιθέμενο (accruing) όφελος από την επιλογή σε επίπεδο ομάδας ανεξάρτητα από τη συγγένεια. Αν το b_e είναι υπερβολικά μεγαλύτερο από το rb_k , τότε το τελευταίο θα είναι πολύ μικρό για μέτρηση, που είναι η προφανής συνθήκη στη φύση. Έτσι, πρακτικά, η ανισότητα περιορίζεται σε $b_e > c$.

Έχει αποδειχτεί πλέον ότι γενικά η επιλογή συγγενών και η νέα επιλογή ομάδων είναι απλώς διαφορετικοί τρόποι αντίληψης της ίδιας εξελικτικής διαδικασίας. Είναι

¹¹ Ο E. O. Wilson είναι αυτός που εισήγαγε τον όρο Κοινωνιοβιολογία ως μια πρώτη προσπάθεια σύνθεσης του δαρβινισμού με τη γενετική.

¹² Έρευνες έχουν αποκαλύψει ότι αποικίες κοινωνικών μυρμηγκιών και σφηκών συνήθως ιδρύονται από βασίλισσες που δεν συνδέονται με συγγενική σχέση· έδειξαν ότι οι εργάτριες δεν δείχνουν προτίμηση για τις μητέρες τους σε αποικίες με πολλαπλές βασίλισσες παρά μόνο περιστασιακά για τις αδερφές τους και ότι μάλιστα οι αποικίες παραμένουν καλά οργανωμένες και σταθερές ακόμα και στις ακραίες περιπτώσεις όταν οι εργάτριες που τις συνθέτουν έχουν μόνο μια μακρινή συγγένεια ή δεν συγγενεύουν καθόλου. Είναι θεωρητικά πιθανό, και μπορεί να συμβαίνει στη φύση, οι αποικίες να εξελίσσονται μέσα από διαδικασία επιλογής που ευνοεί τα γονίδια που καθορίζουν τη συγκρότηση της ομάδας με αλτρούστριες εργάτριες με τρόπο που δεν έχει να κάνει με συγγένεια (Wilson 2005: 163).

μαθηματικά όμοιοι και επομένως είναι οι και οι δύο έγκυρες προσεγγίσεις, αφού σε όλες τις περιπτώσεις που χρησιμοποιήθηκαν για το ίδιο πρόβλημα, μας δίνουν πανομοιότυπα αποτελέσματα (West et al. 2007: 423).

Σημαντική συμβολή στη συζήτηση αυτή είχε ο Dawkins με το ριζοσπαστικό βιβλίο του «Το εγωιστικό γονίδιο» (1976), όπου υποστηρίζει ότι η μονάδα που επιλέγεται είναι το γονίδιο και όχι ο οργανισμός. Οι ατομικοί οργανισμοί δρώντας ως οχήματα που φέρουν τα εγωιστικά γονίδια συμπεριφέρονται με στόχο το καλό των γονιδίων τους, δηλαδή των πολλαπλασιασμό τους και την αντιγραφή τους στην επόμενη γενιά, το οποίο μάλιστα μπορεί να συνεπάγεται και αλτρουιστική συμπεριφορά σε επίπεδο ατομικού οργανισμού. Βασιζόμενος στο μοντέλο του Hamilton υποστήριξε ότι αν ένα γονίδιο μπορεί να διευκολύνει την μεταβίβαση περισσότερων αντιγράφων του ιδίου στην επόμενη γενεά βοηθώντας συγγενείς εξ αίματος (άτομα με την πιθανότητα να κατέχουν το ίδιο γονίδιο) τότε ο αλτρουισμός εύκολα ταιριάζει με την μεταφορά του εγωιστικού γονιδίου (Dugatkin 2006: 116). Μεταφορικά¹³ μιλώντας λοιπόν ακόμα και τα γονίδια ως εγωιστικές οντότητες πρέπει να συνεργάζονται προκειμένου να εκπληρώσουν τους στόχους τους· έτσι, θα μπορούσαμε κατά σύμβαση να πούμε ότι το βιολογικά εγωιστικό γονίδιο μπορεί να δρα και αλτρουιστικά. Μάλιστα τα γονίδια για επένδυση σε άτομα πιο αβοήθητα συγκριτικά με τον εαυτό τους μπορούν να επικρατήσουν στη γονιδιακή δεξαμενή, ακόμη κι αν αυτοί που ευεργετούνται μοιράζονται ένα μικρό μέρος μόνο των γονιδίων του ευεργέτη τους. Αυτός είναι κατά τον Dawkins (2008: 221) ο λόγος που τα ζώα επιδεικνύουν αλτρουισμό προς τους συγγενείς τους.

Η θεωρία της επιλογής συγγενών αλλά και η «Κοινωνιοβιολογία» του Wilson έχουν δεχτεί κριτική για σύνδεση με το γενετικό ντετερμινισμό¹⁴ σε θέματα της συμπεριφοράς και του πολιτισμού κατ' επέκταση. Όμως αυτή η άποψη δεν ισχύει. Όταν ο Hamilton έκανε λόγο για γονίδιο που προκαλεί αλτρουισμό, αυτό που εννοούσε ουσιαστικά είναι ότι ένα γονίδιο αυξάνει την πιθανότητα να συμπεριφερθεί αλτρουιστικά αυτός που το φέρει. Η πρόταση αυτή είναι πολύ πιο αδύναμη από το να

¹³ Τα γονίδια δεν είναι εγωιστικά υπό συναισθηματική ηθική έννοια. Η μεταφορά δεν έγκειται στο ότι τα γονίδια αποφάσισαν να συνεργαστούν, προκειμένου να οικοδομήσουν σώματα, αλλά μάλλον στο ότι όσα ενήργησαν κατ' αυτό τον τρόπο κατόρθωσαν να επιβιώσουν.

¹⁴ Πρόκειται για την ιδέα ότι τα γονίδια με ανελαστικό τρόπο καθορίζουν ή ελέγχουν την συμπεριφορά.

πούμε ότι η συμπεριφορά είναι γενετικά καθορισμένη και είναι παράλληλα συμβατή με την με τη θέση ότι οι περιβαλλοντικοί παράγοντες επηρεάζουν την συμπεριφορά.

1.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΛΟΙΠΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ

Ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα είναι η συζήτηση για τον αλτρουισμό στο χώρο των οικονομικών. Σε γενικές γραμμές ο Khalil (2004) διακρίνει τρεις αλληλεξαρτώμενες θεωρίες αλτρουισμού την *εγωιστική* (*egoistic*), την *εγωκεντρική* (*egocentric*) και την *άλλο-κεντρική* (*altercentric*). Ισχυρίζεται ότι είναι αλληλεξαρτώμενες, διότι παρέχουν εξηγητικά μοντέλα για την ανθρώπινη συμπεριφορά στη βάση της καθιερωμένης οικονομικής προσέγγισης (που θα αναπτύξουμε αμέσως μετά). Η εγωιστική προσέγγιση διαφαίνεται μέσα από τη δουλειά του Robert Axelrod και υποστηρίζει ότι η αλτρουιστική βοήθεια παρέχεται μόνο με προσδοκία μελλοντικής ανταμοιβής. Η εγωκεντρική οπτική μπορεί να εξηγήσει τον τρόπο που μοιράζονται οι πόροι, δίχως όμως να ταυτίζει τον αλτρουισμό με τη συμπάθεια. Εδώ εντάσσει τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής που ανέπτυξε ο Gary Becker, κατά την οποία η συνάρτηση ωφέλιμότητας του δότη περιλαμβάνει την ωφέλεια των δυνάμει αποδεκτών. Τέλος, σύμφωνα με την αλλοκεντρική προσέγγιση με εκπροσώπους τους Herbert Simon και Robert Frank η πράξη του δωρητή πηγάζει από μία κληρονομημένη ιδιότητα της προσωπικότητας. Με άλλα λόγια τα άτομα τείνουν να εκδηλώνουν φιλοκοινωνικές συμπεριφορές, λόγω της ύπαρξης ενός «ηθικού γονιδίου». Όλες αυτές οι προσεγγίσεις αναπτύσσονται αναλυτικά και εμπλουτισμένες με άλλες θεωρήσεις παρακάτω.

1.3.1 Ορθολογική Επιλογή

Η ορθολογική συμπεριφορά συνιστά την κεντρική υπόθεση της μεθοδολογίας της νεοκλασικής οικονομικής επιστήμης, η καταγωγή της οποίας ανάγεται στην ηθική φιλοσοφία του δέκατου όγδοου αιώνα, που εστίασε την ανάλυσή της στο άτομο ως ενότητα, θεωρώντας το ορθολογικό (*homme éclairé*), και όχι στην κοινωνία. Αυτή τη γραμμή ακολούθησε η σχολή του Σικάγο τον εικοστό αιώνα σε αντίθεση με τους κοινωνικούς επιστήμονες του δέκατου ένατου, Saint-Simon, Comte και Durkheim. Η αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος για τον αλτρουισμό από την πλευρά των ιστορικών και των φιλοσόφων των οικονομικών, που έλαβε χώρα περίπου στη δεκαετία του

1970, έχει επικεντρωθεί στη συνεισφορά των Smith, Edgeworth και Wicksteed (Fontaine 2000).

Ο θεμελιωτής του ατομιστικού προτύπου στην Οικονομική ήταν ο Adam Smith (18ος αιώνας). Ουσιαστικά ήταν ο πρώτος που έθεσε με ακρίβεια το κεντρικό θέμα της οικονομικής, τον τρόπο δηλαδή που διαμορφώνεται και λειτουργεί ο μηχανισμός των αγορών και των τιμών για την οργάνωση και το συντονισμό των οικονομικών δραστηριοτήτων (Γέμτος 1995). Πιστεύει ότι στις οικονομικές ενέργειες το άτομο επιδιώκοντας το προσωπικό του συμφέρον, καθοδηγείται από ένα «αόρατο χέρι» στην προώθηση του γενικού καλού και μάλιστα το επιτυγχάνει αποτελεσματικότερα παρά αν πραγματικά είχε σκοπό να το προωθήσει.

Η οικονομική του ανάλυση βασίζεται στη θεωρία του περί «αμοιβαίας συμπάθειας», που νοείται σε πολύ γενικές γραμμές ως ενδιαφέρον για την ευημερία των άλλων· αυτό σε οικονομικούς όρους μεταφράζεται ως αλληλεξάρτηση θετικής χρησιμότητας. Στο έργο του *The Theory of Moral Sentiments* εκκινά από τη θέση ότι όσο εγωιστής κι αν είναι ο άνθρωπος, ενδιαφέρεται μολαταύτα για την ευημερία των άλλων, και συνεχίζει με την υπόθεση μιας ποικιλίας ανθρώπινων κινήτρων που επεκτείνονται πέρα από τα όρια του αυστηρού εγωισμού. Σε αυτό περιέγραψε με ποιο τρόπο η αμοιβαιότητα ενισχύεται, ευνοείται από αγάπη, ευγνωμοσύνη και άλλα συναισθήματα, ενώ δεν παρέλειψε να αναφερθεί στο πώς σε περιβάλλοντα με απροσδιόριστη επαναλαμβανόμενη αλληλεπίδραση, η αμοιβαιότητα θα μπορούσε να υποστηριχτεί ως συνέπεια των καθαρά εγωιστικών κινήτρων (Field 2001: 111).

Η συμπάθεια (*sympathy*) για τον Smith δεν ταυτίζεται με το να μοιραζόμαστε τα συναισθήματα των άλλων, αλλά αφορά την αμερόληπτη παρατήρηση της συμπεριφοράς τους και το να ερχόμαστε νοερά στη θέση τους. Είναι μια αρχή μέσω της οποίας το άτομο ενδιαφέρεται για τις τύχες των άλλων, χωρίς να περιορίζεται στον οίκτο και τη συμπόνια για τα δεινά τους. Υπ' αυτή την έννοια δεν συνιστά η ίδια ένα συναίσθημα αλλά μάλλον ένα όχημα για την κατανόηση των συναισθημάτων των άλλων ανθρώπων (Solomon 2004). Η συμπάθεια έχει το ίδιο περιεχόμενο με την ενσυναίσθηση (*empathy*) που χρησιμοποιούν οι σύγχρονοι ψυχολόγοι, όπως αναπτύχθηκε παραπάνω. Συνεπώς, μέσα από την «αμοιβαία συμπάθεια» οι άνθρωποι καθρεφτίζονται στα πρόσωπα των συνανθρώπων τους και ανακαλύπτουν τις διυποκειμενικές αξίες και κανόνες που παρέχουν το πλαίσιο αναφοράς για τα

συναισθήματα, τις σκέψεις και τις πράξεις τους. Μάλιστα, αντιτάχθηκε σε όσους συγγραφείς ήθελαν να αναγάγουν όλα τα συναισθήματα, συμπεριλαμβανομένων κι εκείνων του πόνου και της χαράς που πηγάζουν από τη συμπάθεια, στον εγωισμό ή το ατομικό συμφέρον. Μια πράξη, λοιπόν, υποκινούμενη από το τελευταίο θεωρείται ισότιμα τόσο «κοινωνικά καθορισμένη» όσο και η αλτρουιστική προώθηση της ευημερίας των άλλων (Peil 1999: 84-6).

Για τον Smith το ενδιαφέρον τόσο για την ακριβοδικία (που επιβάλλεται από τον φόβο της αρνητικής αποτίμησης του αμερόληπτου παρατηρητή) όσο και για τον αλτρουισμό κατέχει ουσιώδη ρόλο στις αγοραίες συναλλαγές, επιτρέποντας την εμπιστοσύνη, τις επαναλαμβανόμενες συναλλαγές και τα υλικά κέρδη να λάβουν χώρα. Ο ίδιος περιέγραψε τις αρχές της αγοραίας συναλλαγής ως εξής: «σε ένα έθνος κυνηγών, αν κάποιος έχει το ταλέντο να κατασκευάζει τόξα και βέλη καλύτερα από εκείνα των γειτόνων του, πρώτα θα τα δωρίσει και σε ανταπόδοση θα λάβει δώρα. Συνεχίζοντας αυτή την πρακτική θα ζήσει καλύτερα από πριν» (Ashraf & Camerer 2005: 136-7).

Στην ατομικιστική θεώρηση του Adam Smith θεμελιώνεται η νεοκλασική προσέγγιση της ορθολογικής επιλογής με κύριες υποθέσεις τη μεγιστοποιητική συμπεριφορά, τις σταθερές προτιμήσεις και την ισορροπία στην αγορά, με βάση τις οποίες παράγονται και βρίσκουν θεωρητική θεμελίωση κάποια θεωρήματα.

Σύμφωνα με την εν λόγω προσέγγιση, που έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τις κοινωνικές επιστήμες τις τελευταίες δεκαετίες, ο άνθρωπος δρα καταρχήν ορθολογικά (προσπαθεί να επιτύχει τους στόχους του, δεδομένων των προτιμήσεών του) και μεγιστοποιητικά (προσπαθεί να πετύχει τους στόχους του με τη μεγαλύτερη δυνατή αποτελεσματικότητα). Η ορθολογική επιλογή αφορά σε γενικές γραμμές την εξεύρεση των καλύτερων διαθέσιμων μέσων για την επίτευξη δεδομένων σκοπών και στοχεύει στη μεγιστοποίηση του επιπέδου ικανοποίησης των αναγκών του ατόμου. Η μονάδα που κατέχει τον πρωταρχικό ρόλο στη λήψη αποφάσεων είναι το άτομο, ο *homo economicus*, που επιδιώκει τη μεγιστοποίηση του προσωπικού του συμφέροντος. Για την επίτευξη του τελευταίου με ορθολογικό τρόπο πρέπει να πληρούνται τέσσερις προϋποθέσεις:

- i. Το άτομο ανάλογα με τις διαθέσιμες δυνατότητές του θέτει τις προτιμήσεις και επιθυμίες του σε ιεραρχία, η οποία μαθηματικά μετασχηματίζεται σε συνάρτηση χρησιμότητας (δηλαδή σε συσχέτιση αριθμών με επιλογές).
- ii. Στη συνέχεια αξιολογεί τις πιθανές συνέπειες της κάθε δράσης.
- iii. Όταν οι συγκεκριμένες συνέπειες χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα, η πιθανότητά τους υπολογίζεται σύμφωνα με τους βασικούς κανόνες της θεωρίας πιθανοτήτων.
- iv. Η επιλογή λοιπόν που βασίζεται στους ανωτέρω περιορισμούς των πιθανοτήτων και στις αξίες που το άτομο αποδίδει στις πιθανές συνέπειες της επιλογής είναι ορθολογική.

Τα τέσσερα αυτά κριτήρια της ορθολογικότητας διακρίνονται από φιλοσοφική θεμελίωση και συνέπεια, που σημαίνει ότι η παραβίαση κάποιου εξ αυτών μπορεί να οδηγήσει σε αντιφατικά αποτελέσματα. Η πράξη λοιπόν που έχει επιλεχθεί με αυτό τον τρόπο οδηγεί στην πραγματοποίηση των στόχων του ατόμου με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο, έτσι ώστε να αποκομίσει τη μεγαλύτερη δυνατή ωφέλεια.

Κατά την ορθολογική επιλογή τα άτομα που λαμβάνουν αποφάσεις ξέρουν τι κάνουν· ο καθένας γνωρίζει καλύτερα από κάθε άλλον ποιο είναι το συμφέρον του, δεν θέτει απρόσωπες κρίσεις πάνω από τα οφέλη του, δεν γνωρίζει συναισθήματα συμπάθειας ή αντιπάθειας και δεν αρέσκεται να καταστρέφει ή να εμποδίζει τους συνανθρώπους του, αλλά αφήνει ταυτόχρονα χώρο και για τους άλλους να πράξουν ομοίως. Μάλιστα, οι άνθρωποι είναι ικανοί να διακρίνουν τις εναλλακτικές δυνατές λύσεις που παρουσιάζονται, να υπολογίζουν τα κόστη και τα οφέλη των δυνάμει πράξεων και να αναγνωρίζουν πότε χρειάζονται περισσότερη πληροφόρηση και πότε η τελευταία επαρκεί. Σταθερά κρίνουν ποιο είναι το πιο κατάλληλο μέσο και εν συνεχεία το επιλέγουν, ώστε να επιτύχουν το στόχο τους (μεγιστοποίηση της ωφέλειας τους). Έχει διαπιστωθεί εμπειρικά¹⁵ ότι οι άνθρωποι όσο κι αν διαφέρουν μεταξύ τους ως προς το φύλο, τη φυλή, το κοινωνικό και οικονομικό τους υπόβαθρο, αποφασίζουν με τον ίδιο τρόπο, γεγονός που οφείλεται στις γνωστικές ικανότητες, οι οποίες συνιστούν κοινό ανθρώπινο χαρακτηριστικό. Όταν λοιπόν κατά τη διαδικασία

¹⁵ Πρόκειται για έρευνες βασισμένες σε πειράματα που έγιναν από ψυχολόγους, οικονομολόγους και βιολόγους και αφορούσαν τον τρόπο με τον οποίο αποφασίζουν και επιλέγουν οι άνθρωποι (Hastie & Dawes 2001: 1-2).

λήψης αποφάσεων τα άτομα είναι ορθολογικά, τότε δεν σφάλουν παρά μόνο σε περίπτωση απάτης ή πλάνης.

Στον πυρήνα της θεωρίας της ορθολογικής επιλογής βρίσκονται οι προτιμήσεις. Αυτές αποτελούν τα βασικά δεδομένα στοιχεία τις ανθρώπινης συμπεριφοράς και χαρακτηρίζονται από διαχρονική σταθερότητα και ομοιογένεια μεταξύ των ανθρώπων είτε αυτοί είναι πλούσιοι είτε φτωχοί είτε ανήκουν σε διαφορετικές κοινωνίες και πολιτισμούς. Η θεώρηση των σταθερών και ομοίων προτιμήσεων και της μεγιστοποίησης της ωφέλειας που εφαρμόζεται στην εξήγηση μιας ποικιλίας συμπεριφορών έχει ενδυναμωθεί από τον ανασχηματισμό της θεωρίας κατανάλωσης. Κατά την παραδοσιακή θεωρία τα νοικοκυριά μεγιστοποιούν μια συνάρτηση ωφέλειας των προϊόντων και των υπηρεσιών που εφοδιάζονται επί πληρωμή από την αγορά. Σύμφωνα με τη μετασχηματισμένη όμως οι προτιμήσεις δεν αναφέρονται πλέον σε συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες της αγοράς, όπως πορτοκάλια, φάρμακα, αλλά σε αντικείμενα επιλογής, τα λεγόμενα *αγαθά (commodities)*, που παράγονται από κάθε νοικοκυριό χρησιμοποιώντας τα προϊόντα της αγοράς, τον προσωπικό του διαθέσιμο χρόνο, τις ικανότητές του, την εκπαίδευση και οτιδήποτε άλλο εμπεριέχεται στη σφαίρα του ανθρώπινου κεφαλαίου.

Ο όρος *ανθρώπινο κεφάλαιο (human capital)* αναφέρεται στην αντίληψη ότι τα άτομα αποφασίζουν για ό,τι έχει να κάνει με την μόρφωση και την υγεία τους, όπως εκπαίδευση, κατάρτιση, φαρμακευτική αγωγή, υπολογίζοντας το κόστος και το όφελος, που θα έχει η επιλογή τους. Τα οφέλη δεν ταυτίζονται μόνο με το επάγγελμα και τα χρηματικά κέρδη, αλλά και με πολιτισμικές και άλλες μη χρηματικού χαρακτήρα ωφέλειες. Τα κόστη συνήθως εξαρτώνται κυρίως από την αξία του χρόνου που αφιερώθηκε σ' αυτές τις επενδύσεις. Αυτές οι προτιμήσεις ορίζονται με βάση ουσιώδεις τομείς της ζωής, όπως η υγεία, το κοινωνικό γόητρο, η σαρκική ευχαρίστηση, η αγαθοεργία ή ο φθόνος, οι οποίοι δεν διακρίνονται από σταθερή σχέση με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της αγοράς.

Άρα, με βάση τον νέο προσδιορισμό των ανθρώπινων προτιμήσεων, στην μετασχηματισμένη ανάλυση κατανάλωσης τα νοικοκυριά μεγιστοποιούν μια λειτουργία ωφέλειας των *αγαθών (commodities)* που τα ίδια επιλέγουν. Επομένως, για τις αλλαγές της ανθρώπινης συμπεριφοράς δεν ευθύνονται οι προσωπικές σταθερές και δεδομένες επιθυμίες και οι προτιμήσεις, αλλά οι αλλαγές στο εισόδημα

και τις τιμές. Έτσι, κάποιες κατηγορίες συμπεριφοράς φαίνεται να επηρεάζουν τις ατομικές επιθυμίες, όπως ο εθισμός, η διαφήμιση, η μόδα, αλλά στην ουσία αυτές υπόκεινται στους περιορισμούς που επιβάλλονται και αναπαρίστανται στην αρνητική κλίση της καμπύλης ζήτησης, την οποία διαμορφώνουν οι τιμές και το εισόδημα (Stigler & Becker 1977).

Ο αλtruισμός δεν χωράει εύκολα σ' αυτό το μοντέλο παρά μόνο ως εξαίρεση ή ειδική περίπτωση. Για τον Νομπελίστα Gary Becker η αλtruιστική συμπεριφορά μπορεί να επιλεγεί ως συνέπεια της ατομικής ορθολογικότητας. Ορίζει τον αλtruισμό με βάση τις ατομικές επιλογές σχετικά με την κατανάλωση και την παραγωγή, και όχι φιλοσοφικά ως το κίνητρο που πραγματικά υποκινεί τους ανθρώπους (Becker 1981). Το οικονομικό μοντέλο του αλtruισμού, που ανέπτυξε, θεωρεί ότι οφείλει την επιβίωσή του στα πλεονεκτήματα της αλtruιστικής συμπεριφοράς στα πλαίσια της φυσικής και της κοινωνικής διάδρασης.

Δέχεται αρχικά ως δεδομένο ότι ένα άτομο h είναι αποτελεσματικά αλtruιστής (*effectively altruistic*) προς κάποιον άλλον εγωιστή i . Αλtruιστής σημαίνει ότι η λειτουργία ωφέλειας του h εξαρτάται θετικά από την ευημερία του άλλου i και αποτελεσματικά ότι η συμπεριφορά του h αλλάζει από τον αλtruισμό του. Κατά την αλληλεξάρτηση θετικής χρησιμότητας, όπου ο αλtruιστής h προσθέτει στην ιεραρχία των προτιμήσεών του και την κατανάλωση του άλλου ατόμου, του εγωιστή i , ο αλtruιστής αποθαρρύνει τον εγωιστή από πράξεις που μειώνουν τη δική του κατανάλωση h γιατί τότε θα μειωθεί και η κατανάλωση του i . Παρόλο που ένας αλtruιστής θυσιάζει ένα μέρος της προσωπικής του κατανάλωσης για να αυξηθεί η κατανάλωση των άλλων και προσπερνά κάποιες ευκαιρίες που του δίνονται για αύξηση του δικού του εισοδήματος για να μην προκαλέσει τη μείωση του εισοδήματος των άλλων, η κατανάλωσή του εν τέλει μπορεί να υπερβαίνει εκείνη ενός εγωιστή, διότι όσοι ευεργετήθηκαν από τον αλtruισμό του αποθαρρύνονται να τον «βλάψουν». Τα αποτελέσματα είναι τα ίδια όχι μόνο στην αλληλεπίδραση του αλtruιστή με ένα εγωιστικό άτομο αλλά και με πολλά. Το προσωπικό τους συμφέρον και όχι ο αλtruισμός τους ωθεί στη μεγιστοποίηση τόσο της ατομικής τους κατανάλωσης όσο και εκείνης του αλtruιστή. Συνεπώς, κάθε άτομο στην ομάδα που συνδέεται με τις προσφορές ενός αλtruιστή έχει κίνητρο να μεγιστοποιήσει το συνολικό εισόδημα της ομάδας, ακόμα κι αν τα περισσότερα

άτομα είναι εγωιστές. Άρα, η «προφανής» αλτρουιστική συμπεριφορά είτε αληθινή είτε προσποιητή είναι σε θέση να προωθήσει την άνοδο της ατομικής κατανάλωσης και ωφέλειας.

Έτσι, το κακομαθημένο παιδί¹⁶ φέρεται αλτρουιστικά για να ικανοποιήσει έναν αλτρουιστή πατέρα στη συνάρτηση χρησιμότητας του οποίου συμπεριλαμβάνεται και η ευημερία των παιδιών του. Το εν λόγω θεώρημα (*Rotten-Kid Theorem*) δείχνει ότι κάτω από κάποιες συνθήκες ακόμα και ένας εγωιστής έχει ένα κίνητρο να προσποιηθεί ότι δρα αλτρουιστικά κάθε φορά που η αλτρουιστική συμπεριφορά συμβάλλει στην αύξηση της προσωπικής του κατανάλωσης, κάτι που επιτυγχάνεται μέσω της επίδρασής της στη συμπεριφορά των άλλων. Η αγάπη εδώ, ως ανεπαρκής πόρος, έχει οικονομική εφαρμογή, γιατί το επαρκές ενδιαφέρον του αλτρουιστή προς έναν εγωιστή παρακινεί τον τελευταίο να δράσει σα να ενδιαφέρεται για τον ευεργέτη του όσο ενδιαφέρεται για τον εαυτό του (Becker 1981: 5). Πρόκειται για ένα θεώρημα εξήγησης των κινήτρων που έχουν οι εγωιστές να μιμηθούν αλτρουιστική συμπεριφορά όταν ωφελούνται από τον αλτρουισμό κάποιου άλλου. Από τη στιγμή που το οικονομικό μοντέλο απαιτεί αλληλεπίδραση (και όχι γονίδια) μπορεί επίσης να εξηγήσει την επιβίωση του αλτρουισμού μεταξύ γειτόνων ή συνεργατών, που δεν έχουν συγγενική σχέση (Becker 1976a).

Ο Becker (1981) επισημαίνει ότι ιδιαίτερα σημαντικός καθίσταται ο αλτρουισμός μέσα στην οικογένεια, γιατί συμβάλλει στη διασφάλιση των μελών της απέναντι στις καταστροφές και άλλες συνέπειες της αβεβαιότητας. Οι αλλαγές στις συνεισφορές που επιφέρει ο αλτρουιστής παρακινεί και τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας να αναλάβουν ένα μέρος του φορτίου, με αποτέλεσμα να διασφαλίζεται εν μέρει κάθε μέλος της οικογένειας. Μάλιστα σε μια αλτρουιστική οικογένεια τα μέλη προθυμοποιούνται να προβούν σε πράξεις που προκαλούν μεγαλύτερες διακυμάνσεις στο προσωπικό τους εισόδημα σε σχέση με εκείνα των εγωιστικών οικογενειών, διότι στις αλτρουιστικές οικογένειες επικρατεί μεγαλύτερη ασφάλεια.

¹⁶ Αναλυτικότερα, δύο αδέρφια λαμβάνουν χρήματα από τον αλτρουιστή τους πατέρα, στη συνάρτηση ωφελιμότητας του οποίου συμπεριλαμβάνεται και η ευημερία των παιδιών του. Ένα από τα παιδιά είναι εγωιστής και ικανοποιείται από το να βλάψει την αδελφή του. Σύμφωνα με αυτό το θεώρημα, το κακομαθημένο παιδί έχει κίνητρο όχι μόνο να μην δράσει έτσι, αλλά μάλιστα να συμπεριφερθεί με τρόπο ώστε να αυξήσει την ευτυχία της, διότι η ευτυχία η δική της έχει άμεση επίδραση στα χρήματα που θα λάβει το ίδιο από τον πατέρα του. Άρα ο αλτρουιστής πατέρας προτρέπει το κακομαθημένο παιδί να συμβάλει στη μεγιστοποίηση του οικογενειακού εισοδήματος, από τη στιγμή που η ευημερία του εξαρτάται από εκείνη της αδερφής του (Becker 1981: 7).

Μολαταύτα το οικογενειακό εισόδημα μπορεί να μεταβάλλεται λιγότερο στις αλτρουιστικές οικογένειες από τη στιγμή που τα μέλη τους λαμβάνουν υπόψη τους τα συμφέροντα όλης της οικογένειας και προσπαθούν να μειώσουν την απόκλιση (*covariance*) μεταξύ των εισοδημάτων των υπολοίπων μελών.

Από τη στιγμή λοιπόν που ένας αλτρουιστής και οι ωφελημένοι από αυτόν μεγιστοποιούν το οικογενειακό εισόδημα και αναγνωρίζουν τις ευθύνες τους, χωρίς να επιχειρούν την προσωπική άνοδο της ευημερίας τους σε βάρος των άλλων, ο αλτρουισμός ενθαρρύνει τον καταμερισμό της εργασίας και μία αποτελεσματική κατανομή των πόρων στις οικογένειες. Καθίσταται πρόδηλο ότι ο αλτρουισμός παρατηρείται και υφίσταται στο πλαίσιο της οικογένειας σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με το αγοραίο περιβάλλον. Η αποτελεσματικότητά του στην οικογένεια έγκειται στο ότι στη συνάρτηση ωφελιμότητας ενός αλτρουιστή στην οικογένεια συμπεριλαμβάνεται και η συναισθηματική ευχαρίστηση που λαμβάνει από τα μέλη της οικογένειάς του σε αντίθεση με την αγορά, όπου οι αλληλεπιδράσεις είναι κατά κύριο λόγο απρόσωπες και δεν ενισχύουν την εσωτερική ικανοποίηση, αλλά κυρίως το οικονομικό κίνητρο.

Επομένως, η «αλληλεξάρτηση των χρησιμοτήτων» δείχνει ότι η «ευτυχία» (ή το επίπεδο χρησιμότητας) του κάθε ατόμου αποτελεί, με οικονομικούς όρους, μια «εξωτερικότητα» του ενός για τον άλλον και άρα ένα συλλογικό ενδιαφέρον ή «κοινό αγαθό» για όλους τους άλλους. Α priori, αυτό υποδηλώνει ότι θα έπρεπε να είναι μια προτίμηση για το κοινωνικό, συλλογικό, πολιτικό και κοινό πεδίο δράσης (Kolm 2006: 10).

Η θεώρηση λοιπόν του αλτρουισμού ως αλληλεξάρτησης θετικής χρησιμότητας, (όπως έχει θεμελιωθεί στα σύγχρονα οικονομικά), βασίζεται στην προϋπόθεση ότι οι άνθρωποι αναπτύσσουν επίγνωση για τις λειτουργίες της χρησιμότητας του ενός για τον άλλον ως αποτέλεσμα επαναλαμβανόμενων αλληλεπιδράσεων (Fontaine 2000). Όσο πιο συχνά μάλιστα επαναλαμβάνονται οι αλληλεπιδράσεις σε πιο οικεία περιβάλλοντα, τα άτομα αρχίζουν να προσανατολίζονται σταδιακά στις υποκειμενικές προτιμήσεις των άλλων και προσπαθούν να τις ικανοποιήσουν (Folbre 2001).

Σύμφωνα επομένως με την θεωρία της ορθολογικής επιλογής τα άτομα μεγιστοποιούν την ευημερία τους όπως τα ίδια την αντιλαμβάνονται, είτε είναι

εγωιστές, αλτρουιστές, πιστοί, κακοί ή μαζοχιστές. Η συμπεριφορά τους είναι προνοητική (*forward-looking*) και συνεπής στο χρόνο. Προσπαθούν να προβλέψουν όσο το δυνατόν καλύτερα τις αβέβαιες συνέπειες των πράξεών τους, οι οποίες περιορίζονται από το εισόδημα, το χρόνο, την ατελή μνήμη, τις υπολογιστικές ικανότητες και άλλους περιορισμένους πόρους. Οι διαθέσιμες ευκαιρίες¹⁷ στην οικονομία και αλλού θέτουν κι αυτές περιορισμούς στις πράξεις. Το μεγαλύτερο ωστόσο εμπόδιο στις δράσεις είναι ο περιορισμένος χρόνος· ενώ παρατηρείται μια ραγδαία αύξηση των αγαθών και των υπηρεσιών στις πλούσιες χώρες, ο διαθέσιμος χρόνος για την κατανάλωση αυτών δεν αυξάνεται παράλληλα και επομένως δεν αρκεί,¹⁸ με αποτέλεσμα ο χρόνος να αποκτά μεγαλύτερη αξία ανάλογη προς την αφθονία των αγαθών.

1.3.2 Κριτική στην Ορθολογική Επιλογή

Ο νομπελίστας Herbert Simon (1993) ασκώντας κριτική στην ορθολογική επιλογή, υποστηρίζει ως θεμελιώδες αξίωμα ότι οι άνθρωποι δεν διακρίνονται από τέλεια ορθολογικότητα, αλλά από περιορισμένη δυνατότητα ορθολογικής σκέψης (*bounded rationality*), αφού δεν γνωρίζουν όλες τις διαθέσιμες εναλλακτικές δυνατότητες για δράση, διότι η πληροφόρηση που έχουν για τις παρούσες και μελλοντικές μεταβλητές του περιβάλλοντος που θα καθορίσουν τις συνέπειες των πράξεών τους χαρακτηρίζεται από ατέλεια και αβεβαιότητα. Τονίζει ότι η νεοκλασική οικονομική θεωρία μιλάει μόνο για μεγιστοποίηση χρησιμότητας, χωρίς να την ορίζει, με αποτέλεσμα να καθίσταται αδύνατη η διάκριση μεταξύ αλτρουισμού και εγωισμού. Σ' αυτή την περίπτωση κάθε επιλογή που μειώνει την προσωπική ωφέλεια και ευνοεί τους άλλους θα μπορούσε να χαρακτηριστεί εσφαλμένα αλτρουιστική. Γι αυτό ορίζει τον αλτρουισμό με βιολογικούς όρους ως θυσία της αρμοστικότητας (*sacrifice of fitness*) και αντιτίθεται στην οικονομική προσέγγιση που ταυτίζει την θεωρία της ωφέλειας κυρίως με τη μεγιστοποίηση οικονομικού οφέλους. Ως βασικό

¹⁷ Οι ευκαιρίες αυτές καθορίζονται σε μεγάλο βαθμό από τις προσωπικές και συλλογικές πράξεις άλλων ατόμων και οργανώσεων.

¹⁸ Το αποτέλεσμα της έλλειψης χρόνου είναι οι επιθυμίες να παραμένουν ανικανοποίητες στις πλούσιες χώρες όπως και στις φτωχές.

ανθρώπινο χαρακτηριστικό, η ευπειθία (*docility*)¹⁹ συνδέεται πολύ περισσότερο με την αρμοστικότητα από ό,τι ο πλούτος. Αυτού του είδους η συμπεριφορά συμβάλλει αποφασιστικά στην αρμοστικότητά μας, διότι οι κοινωνικές επιρροές που δεχόμαστε μπορούν να μας δώσουν την πιο κατάλληλη συμβουλή για μας, βασισμένη σε πιο ολοκληρωμένη πληροφόρηση από εκείνη που θα αποκτούσαμε ανεξάρτητα από μόνοι μας. Η κοινωνία μπορεί να επιβαρύνει τα ευπειθή άτομα πείθοντάς τους κάποιες φορές να πράξουν αλτρουιστικά και μάλιστα οι κοινωνίες που προωθούν τον αλτρουισμό στα ευπειθή άτομα θα επιβιώσουν συγκριτικά με εκείνες που δεν το κάνουν. Η πολυπλοκότητα που χαρακτηρίζει τη σύγχρονη ζωή συμβάλλει στην κοινωνική επιρροή και συνεπώς στον αλτρουισμό.

Η κριτική του εν συνεχεία εστιάζεται στα ανθρώπινα κίνητρα, που δεν περιορίζονται μόνο στο οικονομικό κέρδος, αλλά βασίζονται σε προσδοκώμενες συνέπειες (ευχαρίστηση και πόνος) για το άτομο που επιλέγει. Έτσι, μια συμπεριφορά είναι αλτρουιστική στο βαθμό που επηρεάζεται από προσδοκίες ευχαρίστησης ή πόνου για τα άλλα άτομα. Σημαντικά λοιπόν κοινωνικά κίνητρα που δίνουν ώθηση για αλτρουιστική συμπεριφορά είναι ο εθνοκεντρισμός, κυρίως με τη μορφή της θυσίας στον πόλεμο, καθώς και η επίδειξη πίστης και αφοσίωσης στην ομάδα, όπως η αφοσίωση σε οργανώσεις, δηλαδή επιχειρήσεις, πανεπιστήμια, στρατούς, εθελοντικά σωματεία.

Επομένως μια εμπειρικός θεμελιωμένη θεωρία δεν θα περιοριζόταν μόνο στο οικονομικό κέρδος ως το πρωταρχικό ανθρώπινο κίνητρο, αλλά θα συμπεριλάμβανε και τον αλτρουισμό και την ταύτιση του ατόμου με ένα θεσμό ή με μία οργάνωση ως βασικά κίνητρα συμπεριφοράς. Μάλιστα, τα ανθρώπινα κίνητρα δεν μένουν σταθερά, αλλά μεταβάλλονται με την πάροδο του χρόνου, ανταποκρινόμενα στην ιστορία και τι νέες εμπειρίες. Οι προτιμήσεις δεν διαμορφώνονται μεμονωμένα κι ανεξάρτητα αλλά με βάση τα δημόσια γεγονότα και την ευρέως μεταδιδόμενη πληροφόρηση.

Ο νομπελίστας Amartya Sen (1982) ονόμασε ειρωνικά τον *homo economicus* «ορθολογικό ανόητο» (*rational fool*) και υποστήριξε ότι η δέσμευση (*commitment*) είναι αυτή που εξηγεί γιατί το άτομο επιλέγει μια πράξη που πιστεύει ότι θα του αποφέρει ένα μικρότερο επίπεδο προσωπικής ευημερίας από μία άλλη διαθέσιμη

¹⁹ Είναι η τάση των ανθρώπων να βασίζονται σε υποθέσεις, υποδείξεις, πειθώ και πληροφόρηση που αποκτάται μέσω κοινωνικών καναλιών (Simon 1993: 156).

εναλλακτική δυνατότητα. Σε αντίθεση με τη συμπάθεια, κατά την οποία το άτομο ταυτίζεται συναισθηματικά με τη χαρά ή τον πόνο του άλλου, στην περίπτωση της δέσμευσης η επίγνωση της δυσάρεστης κατάστασης του άλλου δε συνδέεται με τα προσωπικά συναισθήματα, αλλά το άτομο αξιολογεί την κατάσταση αυτή άδικη με συνέπεια να θέλει να την αποτρέψει. Ενώ λοιπόν η συμπάθεια συσχετίζει όμοια πράγματα μεταξύ τους, όπως τις ευημερίες διαφορετικών ατόμων, η δέσμευση συσχετίζει την επιλογή στα προσδοκώμενα επίπεδα ευημερίας. Η συμπεριφορά που βασίζεται στη συμπάθεια είναι κατά κύριο λόγο εγωιστική, αφού έχει άμεση επίδραση στην προσωπική ευημερία, αντιθέτως με εκείνη που στηρίζεται στη δέσμευση. Η τελευταία που αφορά ουσιαστικά επιλογή ενάντια στις προσωπικές προτιμήσεις διαχωρίζει την προσωπική επιλογή από την ατομική ευημερία, σε αντίθεση με την μεθοδολογία της ορθολογικής επιλογής που τις ταυτίζει.

Ασκώντας κριτική στην ορθολογική προσέγγιση υποστηρίζει ότι στη διαδικασία της επιλογής αποφασιστικό ρόλο διαδραματίζουν σύνθετες ψυχολογικές διεργασίες, όπως φαίνεται μέσα από διάφορες μελέτες, γεγονός που εγείρει το ερώτημα κατά πόσο αυτά τα συμπεριφορικά χαρακτηριστικά είναι δυνατό να συλληφθούν επαρκώς μέσα στα τυπικά όρια της συνεπούς επιλογής από την οποία εξαρτάται η προσέγγιση της μεγιστοποίησης της ευημερίας. Η δέσμευση κατά τον Sen (2005) είναι επομένως σημαντική γιατί διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην ορθολογικότητα καθεαυτή, εμπλουτίζει την ίδια την έννοια της ορθολογικότητας, συμβάλλοντας στον έλλογο προσδιορισμό των επιλογών και συνεπώς των απαιτήσεών της, στην εξήγηση παρατηρούμενων μοντέλων συμπεριφοράς που διαφοροποιούνται χρονικά και κοινωνικά και δεν καλύπτονται από τη σύγχρονη θεωρία της ορθολογικής επιλογής.

Μια άλλη ομάδα οικονομολόγων στο Ινστιτούτο Οικονομικών Εμπειρικών Ερευνών του Πανεπιστημίου της Ζυρίχης (με επικεφαλής τον Ernst Fehr) με πειράματα έχουν αποδείξει ότι δεν συμπεριφέρονται όλοι οι άνθρωποι εγωιστικά, αλλά υπάρχουν πολλοί που εκδηλώνουν κοινωνικές προτιμήσεις, τις οποίες αξιολογούν περισσότερο από το ατομικό συμφέρον. Ένα άτομο χαρακτηρίζεται από και εκφράζει τις κοινωνικές του προτιμήσεις όταν δεν ενδιαφέρεται μόνο για τους προσωπικούς του υλικούς πόρους, αλλά και για εκείνους που διανεμήθηκαν και σε

άλλους ανθρώπους με τους οποίους σχετίζεται με κάποιο τρόπο, όπως συγγενείς, συνάδελφοι, γείτονες.

Όσον αφορά τις προτιμήσεις μας είναι συγκεκριμένες με βάση την κατάσταση (*situationally specific*) και ενδογενείς. Αυτό γιατί, στοιχεία σχετικά με μια κατάσταση χρησιμοποιούνται για τον καθορισμό της συμπεριφοράς σε κάθε δεδομένο πλαίσιο. Επιπλέον αξιολογούμε αποτελέσματα από συγκεκριμένη οπτική γωνία (π.χ. την τρέχουσα κατάσταση) και τέλος, οι κοινωνικοί θεσμοί επηρεάζουν το ποιον συναντάμε, το τι να κάνουμε και με ποια ανταμοιβή, με αποτέλεσμα τα κίνητρά μας να διαμορφώνονται μέσα από τη διαδικασία της πολιτισμικής και γενετικής μεταβίβασης. Αν οι εμπειρίες μας επηρεάζουν με την πάροδο του χρόνου είτε την κοινωνική μάθηση είτε μακροπρόθεσμα τη γενετική κληρονομιά τότε μπορούν να μεταβάλλουν τις προτιμήσεις μας, γεγονός που καθιστά τις τελευταίες ενδογενείς. Το ότι οι ενδογενείς προτιμήσεις αφορούν μάθηση ή γενετικές αλλαγές είναι η αιτία να αλλάζει η συμπεριφορά στην ίδια κατάσταση με την πάροδο του χρόνου. Αυτή η προσέγγιση αντιτάσσεται στην κλασική ότι οι προτιμήσεις δεν εξαρτώνται από την κατάσταση κάποιου και δεν μεταβάλλονται ή αλλάζουν παρά μόνο από εξωγενείς παράγοντες στο πρόβλημα υπό έρευνα (Bowles 2004: 99).

Αυτοί οι ερευνητές δίνουν παράλληλα έμφαση στον διαχωρισμό μεταξύ πεποιθήσεων (*beliefs*) και προτιμήσεων. Αυτό που κάνουν οι άνθρωποι σε κάθε κατάσταση εξαρτάται από τις προτιμήσεις τους και τις πεποιθήσεις τους. Οι πεποιθήσεις είναι η ατομική αντίληψη για τη σχέση μεταξύ μιας πράξης και ενός αποτελέσματος. Οι προτιμήσεις συνιστούν λόγους για δράση και συμπεριλαμβάνουν ετερογενή πράγματα: γούστα (π.χ. στο φαγητό), συνήθειες, συναισθήματα (όπως ντροπή ή θυμό) και άλλες ενστικτώδεις αντιδράσεις (όπως φόβο), τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα ερμηνεύουν καταστάσεις (ή ποιο στενά τον τρόπο που διαμορφώνουν μια απόφαση), δεσμεύσεις (όπως υποσχέσεις), κοινωνικά επιβαλλόμενους κανόνες, ψυχολογικές τάσεις (για επίθεση, εξωστρέφεια) και οι συναισθηματικές σχέσεις του ατόμου με τους άλλους (Bowles 2004: 99).

Ειδικότερα τώρα, οι κοινωνικές προτιμήσεις είναι εκείνοι οι λόγοι για την συμπεριφορά που αφορούν τους άλλους και τον τρόπο διεκπεραίωσης μιας πράξης (*other-regarding and process regarding reasons for behavior*). Μια προτίμηση σχετική με τη διεκπεραίωση: μπορεί να δεχτείς με ηρεμία ένα κακό αποτέλεσμα που

καθορίστηκε από το ριζιμο νομίσματος, ενώ με θυμό να αρνηθείς το αποτέλεσμα στην περίπτωση που το επέβαλε κάποιος με πρόθεση να σε βλάψει. Το κεντρικό σημείο των προτιμήσεων που αφορούν τη διεκπεραίωση είναι ότι η αξιολόγηση μιας κατάστασης εξαρτάται από το πώς αυτή προήλθε. Οι συμπεριφορές είναι ευαίσθητες στη διαδικασία για δύο λόγους: οι διαδικασίες που καθορίζουν ένα αποτέλεσμα αποκαλύπτουν συχνά σημαντικές πληροφορίες για τους σκοπούς των άλλων και συχνά παρέχουν στοιχεία που αφορούν κοινωνικά αποδεκτές συμπεριφορές (Bowles 2004: 109).

Οι κοινωνικές προτιμήσεις είναι: η αμοιβαιότητα (*reciprocity*) ή αμοιβαία δικαιοσύνη (*reciprocal fairness*), η αποστροφή προς ανισότητα (*inequity aversion*), ο αγνός αλτρουισμός και η τάση για εκδίκηση ή φθόνο. Αυτές οι έρευνες έχουν επισημάνει την απόκλιση σε μεγάλο βαθμό από την αγνή ατομικιστική συμπεριφορά και τον προσανατολισμό σε μια συμπεριφορά βασισμένη στην ανταπόδοση της ευγενικής και εχθρικής συμπεριφοράς, δρώντας με αντίστοιχο τρόπο, και την προσδοκία παρόμοιας συμπεριφοράς από τους άλλους (Sobel 2005).

Ειδικότερα, ισχυρή αμοιβαιότητα καλείται η τάση που έχουν οι άνθρωποι χωρίς καμία εξωτερική πίεση, δρώντας εθελοντικά, να ανταποδίδουν δώρα και να τιμωρούν την παραβίαση της συνεργασίας και των κανόνων ακριβοδικίας (*fairness norms*) ακόμα και ανώνυμα με ανθρώπους που δεν γνωρίζουν ούτε σχετίζονται με συγγενικούς δεσμούς. Ένα άτομο επιδεικνύει ισχυρή αμοιβαιότητα όταν είναι πρόθυμο να θυσιάσει πόρους για να ανταμείψει τη δίκαιη συμπεριφορά (*ισχυρή θετική αμοιβαιότητα*) και να τιμωρήσει την άδικη (*ισχυρή αρνητική αμοιβαιότητα*), παρόλο που αυτή η στάση το επιβαρύνει με προσωπικό κόστος και δεν του εξασφαλίζει καμιά παρούσα ή μελλοντική ανταμοιβή (Fehr & Henrich 2003).

Σύμφωνα με τους Fehr και Gächter (2000) η αμοιβαιότητα δεν πρέπει να συγχέεται και να ταυτίζεται με τη συνεργασιακή (*cooperative*) ή ανταποδοτική (*retaliatory*) συμπεριφορά σε επαναλαμβανόμενες αλληλεπιδράσεις, διότι οι συμπεριφορές αυτές είναι συνυφασμένες με την προσδοκία υλικής ανταμοιβής, ενώ στην αμοιβαιότητα δεν αναμένεται κανένα όφελος. Παρόλα αυτά τη διαχωρίζουν και από τον αλτρουισμό, τον οποίο ορίζουν ως μία μορφή καλοσύνης χωρίς προϋποθέσεις (*unconditional kindness*), που σημαίνει ότι ο αλτρουισμός που λαμβάνει χώρα δεν προκύπτει ως ανταπόκριση στον αλτρουισμό που έχει ληφθεί. Με

τεχνικούς όρους, ο αλτρουισμός σημαίνει ότι το άτομο αξιολογεί θετικά τους υλικούς πόρους που δίνονται σε κάποιον άλλον και ένας αλτρουιστής ποτέ δεν δρα έτσι ώστε να μειώσει την αμοιβή του άλλου. Από τη στιγμή λοιπόν που ο αλτρουισμός αποτελεί ένα είδος ευγενικής συμπεριφοράς χωρίς όρους, δεν είναι σε θέση να εξηγήσει το φαινόμενο της υπό προϋποθέσεις συνεργασίας, για παράδειγμα το ότι πολλοί άνθρωποι είναι πρόθυμοι να αυξήσουν την εθελοντική τους συνεργασία ως απάντηση στην συνεργασία άλλων παικτών. Με παρόμοιο τρόπο αντιμετωπίζουν και την ενσυναίσθηση ή τις λεγόμενες ζηλόφθονες προτιμήσεις (*envious preferences*). Τα άτομα που χαρακτηρίζονται από αυτές πάντα αξιολογούν αρνητικά την υλική ανταμοιβή των άλλων και γι' αυτό είναι πρόθυμα να τη μειώσουν με προσωπικό κόστος, ανεξάρτητα από την διανομή των χρημάτων και την δίκαιη ή την άδικη συμπεριφορά των άλλων. Τόσο ο αλτρουισμός όσο και η κακεντρέχεια αδυνατούν να εξηγήσουν γιατί οι ίδιοι άνθρωποι αφενός δείχνουν συχνά προθυμία να βοηθήσουν άλλους με προσωπικό κόστος και αφετέρου βλάπτουν άλλους ανθρώπους σε άλλες περιστάσεις.

Μια ομοιότητα και διαφορά μεταξύ αλτρουισμού και δικαιοσύνης προσφέρει ο Kolm (2006). Ο κοινός τόπος μεταξύ αλτρουισμού και ακριβοδικίας (*fairness*) έγκειται στο βαθμό που η τελευταία στοχεύει και αξιολογεί το καλό των ατόμων ή άλλων κοινωνικών οντοτήτων (εταιριών, περιοχών, κρατών κλπ). Μία διαφορά μεταξύ τους έχει να κάνει με την οπτική γωνία που υιοθετεί κάποιος: στην περίπτωση του αλτρουισμού το άτομο που νοιάζεται για τους άλλους είναι ο εαυτός, το εγώ, ενώ σε εκείνη της δικαιοσύνης κάποιος φανταστικός εξωτερικός παρατηρητής. Εκφράζοντας μία κρίση δικαιοσύνης σημαίνει να παίρνει κανείς την οπτική γωνία του παρατηρητή, που είναι ουσιαστικά ένας αλτρουιστής εξωτερικός παρατηρητής. Υπό αυτή την έννοια η δικαιοσύνη μπορεί να χαρακτηριστεί ως ο αλτρουισμός της κοινωνίας. Ο Nagel (1970) ονομάζει αυτή την αντίληψη «άποψη από το πουθενά» (*view from nowhere*). Η κλασική εικόνα εντούτοις είναι ο «αμερόληπτος παρατηρητής» κατά Hume, Hutcheson, Smith και άλλων. Υπό αυτό το πρίσμα, η δικαιοσύνη αντιτίθεται στον ατομικό αλτρουισμό και εγωισμό, διότι αυτοί αποτελούν απόψεις της κοινωνίας ενός συγκεκριμένου ατόμου να ευνοεί άλλους στη μία περίπτωση και να ενδιαφέρεται μόνο για τον εαυτό του στην άλλη. Η δικαιοσύνη γίνεται ατομικός αλτρουισμός μόνο στη περίπτωση που συγκεκριμένα άτομα λαμβάνουν αυτή την οπτική γωνία στις ηθικές τους κρίσεις.

Κατά τη διάρκεια της εξέλιξης οι άνθρωποι ανέπτυξαν κάποιες δραστηριότητες, όπως κυνήγι, διανομή της τροφής, διατήρηση κοινών πόρων ιδιοκτησίας και συμμετοχή σε πόλεμο, που διευκόλυναν την επιβίωσή τους και ωφελούσαν όλη την ομάδα, ακόμα και αυτούς που δεν συμμετείχαν σε αυτές. Υπό αυτή την έννοια τέτοιου είδους δραστηριότητες ομαδικής ωφέλειας συνιστούν ένα κοινό αγαθό (*public good*). Το ερώτημα που εγείρεται στο σημείο αυτό είναι γιατί οι άνθρωποι συνεργάζονται σ' αυτές τις δραστηριότητες, οι οποίες τους κοστίζουν. Το κίνητρο που εξηγεί τέτοιου είδους συνεργασία είναι η αλτρουιστική τιμωρία των λιποτακτών (*ισχυρή αρνητική αμοιβαιότητα*).

Η τιμωρία των λιποτακτών, δηλαδή των ατόμων που παραβαίνουν τους κανόνες συνεργασίας, καλείται αλτρουιστική. Τα άτομα αποφασίζουν να τιμωρήσουν όσους συμπεριφέρονται ως λαθρεπιβάτες με δικό τους κόστος και χωρίς καμία υλική ανταμοιβή. Η εν λόγω τιμωρία ωστόσο, δίνοντας το κίνητρο στους καθαρά εγωιστές να συνεργαστούν και να μην λιποτακτήσουν σε βάρος των υπολοίπων μελών της ομάδας, συνεπάγεται υλικό όφελος για τα άτομα που στο μέλλον θα αλληλεπιδράσουν με τους τιμωρημένους. Όταν ισχύουν αυτές οι συνθήκες η τιμωρία είναι μια αλτρουιστική πράξη (*altruistic punishment*) με μια εξελικτική έννοια του όρου, αυξάνοντας δηλαδή την αρμοστικότητα των άλλων σε βάρος της προσωπικής, ή με οικονομικούς όρους, παρέχοντας δηλαδή ένα δημόσιο αγαθό με προσωπικό κόστος. Από την πλευρά της η αλτρουιστική τιμωρία υποκινείται από τα αρνητικά συναισθήματα, όπως θυμό και ενόχληση, που προκαλεί η αποφυγή συνεργασίας από κάποια άτομα (Fehr & Gächter 2002).

Οι αρνητικές επιπτώσεις της τιμωρίας των λιποτακτών βρίσκουν έκφραση μέσα από την αποδοκιμασία και τον αποκλεισμό από την ομάδα μέχρι και την σωματική επίθεση. Μάλιστα αν η αναλογία των τιμωρών είναι υψηλή τότε η λιποταξία μπορεί να καταλήξει να κοστίζει περισσότερο από την συνεργασία. Αν ισχύει κάτι τέτοιο οι λιποτάκτες θα εξαλειφθούν από τον πληθυσμό ή θα μειωθούν σημαντικά. Η τιμωρία όμως έχει επίσης κάποιο κόστος με το κυριότερο να ελλοχεύει ο κίνδυνος οι ίδιοι οι λιποτάκτες να αμυνθούν ή να ανταποδώσουν την τιμωρία. Γι αυτό η τιμωρία είναι αλτρουιστική, από τη στιγμή που οι τιμωροί θυσιάζουν τους εαυτούς τους για να προστατέψουν την κοινωνία από την εξάπλωση της δράσης των λιποτακτών. Αν υπάρχουν μόνο λίγοι λαθρεπιβάτες το κόστος του τιμωρού είναι μικρό, αφού σπάνια

υπάρχει ανάγκη για επιβολή της συνεργασίας. Εντούτοις, αυτό το μικρό κόστος επιβολής επιφέρει στους τιμωρούς αναπαραγωγικό μειονέκτημα σε σχέση με τους ανθρώπους που συνεργάζονται χωρίς να τιμωρούν, με αποτέλεσμα η αναλογία των τελευταίων να αυξάνεται σταδιακά έναντι των τιμωρών. Καθώς όμως μειώνεται ο αριθμός των τιμωρών η τιμωρία χάνει την ισχύ της και το να είναι κανείς λιποτάκτης κοστίζει πλέον λιγότερο και κάποια στιγμή ο αριθμός των τιμωρών μειώνεται τόσο ώστε το κόστος της τιμωρίας είναι μικρότερο από το όφελος της μη συνεργασίας. Στο σημείο αυτό οι λιποτάκτες θα αποκτήσουν περισσότερα υλικά οφέλη από τους τιμωρούς και όσους απλώς συνεργάζονται, με αποτέλεσμα να αποτελούν την πλειοψηφία (Rowthorn et al. 2009: 5).

Κατά τον Gintis (2004, 2000) τα άτομα που συμπεριφέρονται με βάση την ισχυρή αμοιβαιότητα είναι αλτρουιστές, υπό την έννοια ότι συνεισφέρουν στην ευημερία των μελών της ομάδας τους και στην αύξηση της βιωσιμότητας ατόμων με τους οποίους δεν συνδέονται με συγγενικούς δεσμούς με δικό τους κόστος, χωρίς να το μοιράζονται με τα εγωιστικά μέλη της ομάδας. Αν η ισχυρή αμοιβαιότητα συνιστά μια εξελικτική προσαρμογή, τότε θα είναι σημαντικό όφελος για την ομάδα να συμπεριλαμβάνει άτομα που συμπεριφέρονται έτσι και τα ομαδικά κέρδη θα πρέπει να υπερβαίνουν τα ατομικά κόστη. Υπό αυτή την έννοια η ισχυρή αμοιβαιότητα βασισμένη σε εμπειρικές αποδείξεις μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένα χρήσιμο εργαλείο για την εξήγηση σημαντικών μορφών αλτρουισμού μεταξύ των ανθρώπων (Gintis et al. 2003).

Ασκώντας κριτική στους Gintis, Bowles, Boyd, οι West et al (2007) επισημαίνουν ότι το πρόβλημα που ανακύπτει έγκειται στον ορισμό του αλτρουισμού σε σχέση με την τοπική ομάδα και όχι με τον πληθυσμό ως σύνολο. Η γενικότερη κριτική έχει να κάνει με το μοντέλο και την αλτρουιστική τιμωρία, η οποία εν τέλει μπορεί να είναι εγωιστική ή χαιρέκακη. Η τιμωρία μπορεί να προσφέρει ένα άμεσο όφελος διότι είναι σε θέση να προκαλέσει υψηλότερα επίπεδα συνεργασίας στην ομάδα του τιμωρού. Μια εναλλακτική πιθανότητα είναι η τιμωρία να ευνοείται γιατί οδηγεί σε ένα όφελος έμμεσης αρμοστικότητας με το να αυξάνει τις πιθανότητες συνεργασίας του τιμωρημένου ατόμου με τους συγγενείς του τιμωρού (αλτρουιστική τιμωρία) ή με τη μείωση της αρμοστικότητας των ατόμων που συναγωνίζονται με τους συγγενείς (κακεντρεχής τιμωρία).

Μια άλλη κριτική στην αλτρουιστική βοήθεια και τιμωρία δίνει έμφαση στους ψυχολογικούς μηχανισμούς που ωθούν σ' αυτές τις συμπεριφορές με τη συγγένεια να παίζει καθοριστικό ρόλο. Πείραμα βασισμένο σε φανταστικά σενάριο (Eldakar et al. 2006) έδειξε ότι πέρα από θυμό οι συμμετέχοντες ένιωσαν περισσότερο προδομένοι, απογοητευμένοι, πληγωμένοι και σοκαρισμένοι όταν η λιποταξία προερχόταν από κάποιο εξάδελφο παρά από έναν ξένο. Όσο αφορά την πράξη, οι συμμετέχοντες ήταν πιο πιθανό να αντιμετωπίσουν και να αναζητήσουν τη συγγνώμη των συγγενών παρά των ξένων, αλλά επίσης υπήρχε μεγαλύτερη πιθανότητα να προειδοποιήσουν άλλους για έναν ξένο παρά έναν συγγενή. Μάλιστα παρόλο που σε επίπεδο συναισθημάτων ανταποκρίνονταν ισότιμα στην κακοτυχία τόσο του συγγενή όσο και του ξένου, στην πράξη όμως βοηθούσαν μόνο τους συγγενείς. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει σ' αυτή την έρευνα η θετική συσχέτιση μεταξύ του πειρασμού για λιποταξία και της προθυμίας για τιμωρία άλλων λιποτακτών. Εγείρει κατά τους συγγραφείς την πιθανότητα η «αλτρουιστική τιμωρία» να είναι στην πραγματικότητα εγωιστική, ως μια στρατηγική που διενεργείται από τους λιποτάκτες για να εξαλείψουν τον ανταγωνισμό με άλλους λιποτάκτες.

Σύμφωνα με τους Bowles και Choi (2003) ο αλτρουισμός και ο τοπικισμός (*parochialism*),²⁰ βρίσκονται σε μια συνεχή και πλήρη αλληλεξάρτηση. Η εξέλιξη τους απαιτούσε την αλληλοσυνεργασία τους, έτσι ώστε ο ένας να συνιστά καθοριστικό παράγοντα για την ύπαρξη, την επικράτηση και τη ανάπτυξη του άλλου στο πλαίσιο της διαβίωσης των ανθρώπινων πληθυσμών κατά την εποχή του Πλειστόκαινου. Αναλυτικότερα, η εξελικτική επιτυχία μιας γενετικά μεταδιδόμενης προδιάθεσης για συνεισφορά στην ευημερία των άλλων ενοείται από μια ομάδα μικρού μεγέθους, εντός της οποίας επικρατεί κατάτμηση (*segmentation*), περιορισμένη μετακίνηση, εκτεταμένη αναδιανομή των πόρων και συχνές εχθρότητες μεταξύ των μελών της. Δεύτερον, οι συνθήκες που συμβάλλουν στον πολλαπλασιασμό του αλτρουισμού ευνοούν παράλληλα και την εξέλιξη φερόμενων από την ομάδα θεσμών που θέτουν σε εφαρμογή σημαντικά επίπεδα αναδιανομής κοινωνικής ισότητας και διαίρεσης στο πλαίσιο των ομάδων. Τρίτον, όταν οι θεσμοί

²⁰ Κατά τον τοπικισμό η συμπεριφορά του ενός προς τους άλλους προσαρμόζεται ανάλογα με το βαθμό ομοιότητας των αποδιδόμενων χαρακτηριστικών. Ο τοπικισμός υφίσταται σε μια μικρή σε μέγεθος ομάδα, διακρίνεται από κοινωνική διαίρεση, διατήρηση ορίων που έχουν ως αποτέλεσμα περιορισμένη μετανάστευση εντός της ομάδας, και από εχθρότητα προς τα μέλη άλλων ομάδων (Bowles & Choi 2003: 2).

της ομάδας (διαίρεση και κατανομή των πόρων) και η ατομική ιδιότητα του αλτρουισμού είναι ενδογενείς, τότε εξελίσσονται συνεργαζόμενα, επηρεάζοντας το ένα την κίνηση του άλλου. Αυτή η συν-εξελικτική δυναμική είναι επαρκώς ισχυρή, ώστε κάτω από εμπειρικά εύλογες παραμέτρους, η εξέλιξη του αλτρουισμού δεν λαμβάνει χώρα αν αποκλειστεί η κοινωνική διαίρεση και η αναδιανομή της κοινωνικής ισότητας, γεγονός που ισχύει και αντιστρόφως.

Μία εναλλακτική άποψη κατά τον οικονομολόγο Field (2001) για την εξελικτική επιβίωση και καθιέρωση των αλτρουιστικών προδιαθέσεων στους πληθυσμούς είναι το ότι ο αλτρουισμός μπορεί να ιδωθεί και ως αποτυχία να βλάψει κανείς τον άλλον (*failure to harm*), όταν έχει τη δύναμη να το κάνει, με αποτέλεσμα αυτή η στάση να είναι ωφέλιμη για τον άλλο οργανισμό ως πράξη βοήθειας. Την άποψη αυτή τη στηρίζει σε δύο συνιστώσες. Η πρώτη είναι η ιδέα της συναρμολογησιμότητας (*modularity*) της γνωστικής μας διαδικασίας, η οποία αναφέρεται στην αντίληψη ότι το μυαλό δεν είναι ένας μοναδικός, γενικού σκοπού υπολογιστής αλλά ένα δίκτυο συστημάτων, αποτελείται από κάποιο γενικό πεδίο και άλλα λειτουργικά συστήματα ειδικευμένα σε ειδικά πεδία. Όπως ακριβώς το σώμα μας περιέχει ειδικευμένα εσωτερικά όργανα, έτσι και ο εγκέφαλός μας. Η επίδραση της λειτουργίας αυτών των διανοητικών οργάνων μπορεί να παρατηρηθεί πειραματικά και σε έρευνα πεδίου και μάλιστα ο τόπος των διαφόρων υποσυστημάτων είναι δυνατό να χαρτογραφηθεί μέσω των τεχνικών της νευροβιολογίας και της πειραματικής νευροανατομίας. Η δεύτερη είναι η ιδέα ότι η φυσική επιλογή μπορεί κάποιες φορές να λειτουργήσει σε πολλαπλά επίπεδα, και μάλιστα ένας τέτοιος μηχανισμός έχει επιτρέψει στους ανθρώπους την εξέλιξη των συμπεριφορικών και των συσχετιζόμενων γνωστικών υπομονάδων (*modules*) σημαντικών για την ανάπτυξη των σύνθετων κοινωνικών οργανώσεων. Αυτές συμπεριλαμβάνουν προδιαθέσεις για να επιλέξει κανείς τη συνεργασία στο δίλημμα του φυλακισμένου που διαρκεί μόνο ένα γύρο αλλά και για να τιμωρήσει σε επαναλαμβανόμενα παίγνια όσους παραβιάζουν τους κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς, ακόμα κι αν η συμπεριφορά αυτή δεν μπορεί να κατανοηθεί ορθολογικά εκ των προτέρων ως προς το όφελος του οργανισμού.

1.3.3 Θεωρία παιγνίων

Η επιδίωξη του συμφέροντος υπό τη στενή έννοια μπορεί να οδηγήσει σε καταστροφικά αποτελέσματα για τα άτομα και τις ομάδες μακροπρόθεσμα, όπως έχει δείξει το δίλημμα του φυλακισμένου και ιδιαίτερα εφαρμογές του όπως η τραγωδία των κοινοχρήστων (*tragedy of the commons*, Hardin 1968). Το πρόβλημα που υπογραμμίζει αυτή η τραγωδία γενικά εφαρμόζεται σε μια ευρεία τάξη καταστάσεων στις οποίες τα άτομα τυπικά δεν μπορούν ή δεν λαμβάνουν υπόψη τους τις επιδράσεις που έχουν οι πράξεις τους στην ευημερία των άλλων. Εδώ συμπεριλαμβάνονται πληρωμή των φόρων και άλλες συνεισφορές σε κοινές δραστηριότητες, τη διατήρηση της φήμης της ομάδας, ομαδική εργασία κλπ.

Οι οικονομολόγοι χρησιμοποίησαν το Δίλημμα του Φυλακισμένου²¹ για να εξηγήσουν το γιατί ομάδες φαινομενικά εγωιστικών ατόμων που δεν συνδέονται με συγγενικούς δεσμούς αποφεύγουν να εναντιωθούν μεταξύ τους και λαμβάνουν αποφάσεις με προσανατολισμό στο ίδιο συμφέρον. Μέσα από αυτό καθίσταται πρόδηλο ότι ο κάθε φυλακισμένος ως *homo economicus* επιδιώκοντας την μεγαλύτερη απαλλαγή από τις ποινές συνειδητοποιεί ότι αυτό θα το πετύχει μόνο με τη συνεργασία, δηλαδή με το να μην ομολογήσουν και οι δύο, ενώ σε περίπτωση που ακολουθήσει το ατομικό συμφέρον, θα χάσει. Μόνο όταν έχουμε εφαρμογή μοναδικού (*one-shot*) διλήματος, η καλύτερη λύση κρίνεται η επιδίωξη του ίδιου συμφέροντος. Η κατάσταση μεταβάλλεται όταν το δίλημμα επαναλαμβάνεται, διότι οι παίκτες αποκτούν περισσότερη γνώση και εξαρτούν τη στάση τους από την προηγούμενη συμπεριφορά του άλλου παίκτη, η οποία τελικά οδηγεί σε άριστη (συντονισμένη) λύση.

Ήδη ο John Maynard Smith χωρίς να γνωρίζει το Δίλημμα του Φυλακισμένου διείδε ότι η βιολογία μπορούσε να εφαρμόσει τη θεωρία παιγνίων με επιτυχία όπως και η οικονομική. Όπως τα ορθολογικά άτομα υιοθετούν στρατηγικές που προβλέπει η θεωρία παιγνίων, έτσι και η φυσική επιλογή καθοδηγεί τα ζώα να δρουν

²¹ Το Δίλημμα του Φυλακισμένου διατυπώθηκε για πρώτη φορά από τους M.M. Flood και M. Dresher το 1950, λαμβάνοντας ωστόσο την τυπική του μορφή από τον A.W. Tucker: Δύο φυλακισμένοι κατηγορούνται για μια ελαφρά εγκληματική πράξη με ποινή ενός έτους και παράλληλα για ένα σοβαρότερο έγκλημα με ποινή φυλάκισης εννέα ετών και ανακρίνονται σε δύο διαφορετικά δωμάτια, προκειμένου να μην συνεννοούνται και να τους αναγκάσουν οι ανακριτές να ομολογήσουν. Αν κάποιος ομολογήσει, απαλλάσσεται από το σύνολο των ποινών, ενώ ο συνεργός του που δεν ομολόγησε τιμωρείται με δέκα χρόνια φυλακή. Αν ομολογήσει και ο συνένοχος, χαρίζεται και στους δύο ένας χρόνος φυλακής, ενώ αν δεν ομολογήσει κανείς, απαλλάσσονται και οι δύο από την ποινή των εννέα ετών του σοβαρότερου εγκλήματος.

ενστικτωδώς, αναπτύσσοντας παρόμοιες στρατηγικές. Η απόφαση να επιλεγθεί σε ένα παίγνιο η ισορροπία κατά Nash (*Nash equilibrium*), στην οποία η στρατηγική κάθε παίκτη αποτελεί την καλύτερη απάντηση σε εκείνη του άλλου, οπότε κανένας παίχτης δεν ωφελείται από την αλλαγή των στρατηγικών αν η τακτική του άλλου παραμένει η ίδια, μπορούσε να βρει πεδίο εφαρμογής και στην εξελικτική ιστορία. Επειδή οι παίκτες δεν έχουν λόγο να αλλάξουν τις συμπεριφορές τους (η ισορροπία είναι μια αμοιβαία άριστη αντίδραση), η στρατηγική τους είναι σταθερή. Ονόμασε το εξελιγμένο ένστικτο που αποτελεί το αντίστοιχο της ισορροπίας κατά Nash «εξελικτικά σταθερή στρατηγική» (ESS: *evolutionary stable strategy*), κατά την οποία κανένα ζώο που θα την ακολουθούσε δεν θα βρισκόταν σε χειρότερη θέση από κάποιο άλλο που θα ακολουθούσε διαφορετική στρατηγική· αν αυτή υιοθετεί από τα περισσότερα μέλη ενός πληθυσμού, δεν μπορεί να υπερνικηθεί από κάποια άλλη.

Η πρώτη προσπάθεια του Smith ήταν να διασαφηνίσει γιατί τα ζώα δεν μάχονται μέχρι θανάτου και σχεδίασε το παιχνίδι με δύο στρατηγικές του γερακιού και του περιστεριού (*hawk and dove*). Αφενός το γεράκι, που αντιστοιχεί στη λιποταξία στο Δίλημμα του Φυλακισμένου, εύκολα νικάει το περιστέρι αλλά τραυματίζεται άσχημα σε μια μάχη με ένα άλλο γεράκι. Αφετέρου το περιστέρι, που ισοδυναμεί με τη συνεργασία, ωφελείται όταν αλληλεπιδρά με άλλο περιστέρι αλλά δεν μπορεί να επιβιώσει έναντι του γερακιού (Ridley 1996: 59-60). Ωστόσο, αν το παίγνιο επαναλαμβάνεται, οι ηπιότερες ποιότητες του περιστεριού καθίστανται πιο χρήσιμες και η ισορροπία όπως διαφαίνεται από την επιλογή (περιστέρι, περιστέρι) είναι πιο αποτελεσματική κατά Pareto από εκείνη (γεράκι, γεράκι) (Binmore 2007: 39).

Ο Robert Axelrod ήταν αυτός που πειραματικά απέδειξε πως όταν τα παίγνια είναι περισσότερα και χωρίς χρονικό περιορισμό (*iterated prisoner's dilemma*) η καλύτερη στρατηγική είναι ο αλτρουισμός. Ο αλτρουισμός όμως αυτός δεν είναι γνήσιος καθώς αποτελεί τελικά τον καλύτερο τρόπο εξυπηρέτησης του συμφέροντος. Δεν είναι τυχαίο ότι στα πειράματα του Axelrod κυριάρχησε η στρατηγική “tit for tat” που ανέπτυξε ο Anatol Rapoport: συνεργάζομαι μαζί σου εφόσον το ίδιο κάνεις κι εσύ. Τέτοια στρατηγική «σου κάνω ότι μου κάνεις» είναι απλά: «να είσαι κοινωνικός στην πρώτη συνάντηση και μετά κάνε ό,τι έκανε ο αντίπαλός σου στην προηγούμενη συνάντηση». Συνιστά αμιγώς μια στρατηγική συνεργασίας βασισμένη στην

αμοιβαιότητα. Αν σ' ενδιαφέρει πραγματικά να επιτύχεις τους σκοπούς σου και να εξυπηρετήσεις το συμφέρον σου, μακροπρόθεσμα θα πρέπει να φέρεσαι αλτρουιστικά! Πρόκειται για τον «ανταποδοτικό αλτρουισμό» (*reciprocal altruism*) που όπως αναφέρθηκε παραπάνω η εξελικτική βιολογία έχει παρατηρήσει όχι μόνο στην ανθρώπινη συμπεριφορά αλλά ακόμα και σε εκείνη πολλών ζώων. Ο Robert Trivers, όπως είδαμε, ήδη από το 1971 εξηγεί την αλτρουιστική συμπεριφορά και την εξέλιξη κανόνων ηθικής και κοινωνικής συμπεριφοράς βασισμένος σε ένα σύστημα ανταπόδοσης εξελικτικά ανώτερο. Μία κοινωνία που δεν έχει αναπτύξει αλτρουιστικές πρακτικές δεν θα επιβιώσει μακροπρόθεσμα.

Από την προοπτική των γονιδίων η στρατηγική “tit for tat” διανέμει σε μικρές δόσεις τη συνεργασία με άλλα άτομα που κατέχουν το γονίδιο tft, και υπό αυτή την έννοια θεωρούνται αδέρφια. Και όπως επεσήμαναν οι Axelrod και Hamilton αν η στρατηγική είναι ιδιαίτερα πιθανή να συναντήσει άλλους που συμπεριφέρονται έτσι, τότε η ίδια θα εφαρμόζεται πιο συχνά και θα επικρατήσει. Που σημαίνει ότι η tft ευνοείται στο δίλημμα του φυλακισμένου για τον ίδιο ακριβώς λόγο που ευνοείται ο αλτρουισμός στον μηχανισμό του Hamilton, διότι τα γονίδια που φέρουν την tft μπορούν να βοηθήσουν αντίγραφα τους που κατοικούν σε άλλα άτομα (Dugatkin 2006:146).

Η συνεργασία μπορεί να ξεκινήσει από μια μικρή ομάδα ατόμων, προετοιμασμένων να ανταποδώσουν την συνεργασία ακόμα και σ' ένα κόσμο που κανένας άλλος δεν πρόκειται να συνεργαστεί. Έτσι η συνεργασία μπορεί να αναδυθεί, να αναπτυχθεί σε ένα ποικιλόμορφο περιβάλλον και να αυτό-προστατευτεί από άλλες στρατηγικές. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον όμως παρουσιάζει το ότι κατά τον Axelrod (1984: 173-174) τα άτομα που συμμετέχουν σ' αυτή τη διαδικασία δεν χρειάζεται να είναι ορθολογικά: η εξελικτική διαδικασία επιτρέπει την ευδοκίμηση των επιτυχών στρατηγικών ακόμα κι αν οι παίκτες δεν γνωρίζουν το γιατί ή το πώς, ούτε πάλι οι παίκτες πρέπει να ανταλλάξουν μηνύματα ή λόγια δέσμευσης, από τη στιγμή που οι πράξεις τους μιλάνε από μόνες τους για τους ίδιους. Παρομοίως, δεν υπάρχει ανάγκη της υπόθεσης εμπιστοσύνης μεταξύ των παικτών, αφού η χρήση της αμοιβαιότητας επαρκεί για να καταστήσει την λιποταξία μη παραγωγική. Ο αλτρουισμός περιττεύει διότι οι επιτυχείς στρατηγικές είναι σε θέση να διευκολύνουν την συνεργασία ακόμα

κι από την πλευρά του εγωιστή. Ούτε απαιτείται κεντρική εξουσία γιατί η συνεργασία βασισμένη στην αμοιβαιότητα μπορεί να διασφαλίσει την αυτό-αστυνόμευση.

Άλλα παίγνια που χρησιμοποιούν οι οικονομολόγοι για να αποδείξουν την απόκλιση από την ορθολογική προσέγγιση είναι το «παίγνιο κοινών αγαθών»,²² το “ultimatum game”,²³ το “dictator game”,²⁴ τα οποία αποκαλύπτουν ότι οι αποφάσεις των συμμετεχόντων για το αν θα συμπεριφερθούν δείχνοντας ενδιαφέρον για τους άλλους εξαρτώνται από την αντίληψή τους για το πώς η συμπεριφορά τους θα επηρεάσει τους άλλους, για το τί οι άλλοι περιμένουν και επιθυμούν από αυτούς, για το πώς οι άλλοι θα συμπεριφερθούν και για τη φύση της σχέσης τους με τους άλλους.

Φαίνεται μέσα από τα παίγνια ότι η ισχυρή αμοιβαιότητα παίζει καθοριστικό ρόλο στην ανθρώπινη συνεργασία, ενώ μελέτες της νέας επιστήμης των νευροοικονομικών εξετάζουν τη νευρολογική της βάση (Fehr & Rockenbach 2004). Στα παίγνια αυτά, που διεξάγονται κυρίως σε φοιτητές, το 40-60% των ατόμων δρουν με βάση την αμοιβαιότητα, ενώ το 20-30% δρουν εντελώς εγωιστικά. Συνήθως στους φοιτητές οι τυπικές προσφορές στο *Ultimatum Game* είναι σχεδόν πάντα 50% και οι πιο χαμηλές μεταξύ 40% και 45%, ενώ οι δεύτεροι παίκτες (*responders*) απορρίπτουν προσφορές του 20% περίπου τις μισές φορές. Αξίζει να σημειωθεί ότι η ανδρική συμπεριφορά στο εν λόγω παίγνιο συνδέεται με τα επίπεδα τεστοστερόνης στον οργανισμό. Έτσι, οι άντρες που απορρίπτουν μικρές και συνεπώς άδικες (κατ' αυτούς) προσφορές έχουν υψηλότερα επίπεδα τεστοστερόνης από εκείνους που τις δέχονται (Fehr and Gächter 2000). Στο *Dictator Game* μόνο το 20% κρατά όλα τα χρήματα, συνήθως προσφέρουν περίπου τα μισά κατά κύριο λόγο στον πρώτο γύρο, ενώ σε

²² Δείχνει πώς συμπεριφέρονται οι άνθρωποι όταν συγκρούεται το ατομικό με το συλλογικό συμφέρον. Οι παίκτες λαμβάνουν ένα αρχικό χρηματικό ποσό και ταυτόχρονα έχουν την ευκαιρία να συνεισφέρουν ανώνυμα όσο μέρος του ποσού τους επιθυμούν (από μηδέν μέχρι και ολόκληρο) στο ομαδικό ταμείο. Το χρηματικό ποσό που συγκεντρώνεται στο τελευταίο αφού συνεισφέρουν όλοι αυξάνεται κατά 50% και μετά κατανέμεται ισότιμα σε όλους τους παίκτες άσχετα από τη συνεισφορά τους. Σε κάποιες περιπτώσεις είναι έτσι σχεδιασμένο ώστε τα άτομα να τιμωρούν με προσωπικό κόστος (ποσό που τους δόθηκε) τους λαθρεπιβάτες. Το παίγνιο δεν επαναλαμβάνεται. Οι εγωιστές λοιπόν μπορούν να υπολογίσουν ότι, άσχετα από τις πράξεις των άλλων, η μικρότερη συνεισφορά εκ μέρους τους μεγιστοποιεί το χρηματικό τους ποσό. Επομένως, το να δράσουν ως λαθρεπιβάτες είναι η κυρίαρχη στρατηγική γι αυτούς.

²³ Συμμετέχουν συνήθως δύο παίκτες που τους δίνεται ένα χρηματικό ποσό. Ο Α (*proposer*) προτείνει πώς θα μοιραστεί το ποσό και ο Β (*responder*) μπορεί να δεχτεί ή να απορρίψει την προτεινόμενη διανομή. Αν την απορρίψει κανένας δεν παίρνει τίποτα, αν την δεχτεί παίρνει ο καθένας το ποσό που προτάθηκε.

²⁴ Είναι το ίδιο με το UG απλά εδώ ο δεύτερος παίκτης (*responder*) δεν έχει τη δυνατότητα να απορρίψει την προσφορά, λαμβάνει το ποσό που πρόσταξε ο «δικτάτορας».

επαναλαμβανόμενα *Dictator Games* (6 με 10 γύρους) σταδιακά παρατηρείται μια μείωση της προσφοράς κατά 10% με 20% στους τελευταίους γύρους, γεγονός που αντανακλά μια αύξουσα τάση να δρουν οι παίκτες ως λαθρεπιβάτες.

Τα μικρά παιδιά συμπεριφέρονται καταρχήν εγωιστικά, αλλά σταδιακά συμπεριφέρονται περισσότερο δίκαια καθώς μεγαλώνουν (μέχρι τα 22), ενώ εξαίρεση αποτελεί περίπου το 1/3 των αυτιστικών παιδιών και ενηλίκων που δεν προσφέρει τίποτα στο *Ultimatum Game*. Είναι επίσης χαρακτηριστικό ότι οι φοιτητές των οικονομικών συμπεριφέρονται πιο εγωιστικά από τους υπόλοιπους.

Αξίζει να σημειωθεί στο σημείο αυτό ότι στο *Ultimatum Game* τα άτομα επιλέγουν να δράσουν με βάση την ακριβοδικία, η οποία αποδεδειγμένα ως πιο αποτελεσματική στρατηγική, αφού είναι και εσωτερικά και εξωτερικά ορθολογική.²⁵ Ομάδες και αυτιστικοί άνθρωποι αποκλίνουν από το *fair* γιατί δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν τους ίδιους συναισθηματικούς μηχανισμούς όπως τα υπόλοιπα άτομα. Μια ομάδα ή ένας οργανισμός δεν μπορεί να έχει συναισθήματα, παρόλο που τα μέλη του μπορούν, και οι αυτιστικοί τείνουν να έχουν περιορισμένη ικανότητα στην πρακτική εφαρμογή των διανοητικών καταστάσεων (Vallée & Thagard 2008).

Στο *Dictator Game* ανακύπτουν πιθανά προβληματικά μεθοδολογικά ζητήματα. Για παράδειγμα, αν ένα άτομο με έντονες προτιμήσεις για τους μη προνομιούχους αποφασίζει να μεγιστοποιήσει τα κέρδη του για να τα προσφέρει φεύγοντας από το εργαστήριο σε μια φιλανθρωπία παρά να τα δώσει σε κάποιο άλλο άτομο που βρίσκεται σε σχετικά καλή οικονομική κατάσταση; Ένας τέτοιος παίκτης θα άφηνε στο πείραμα την εντύπωση ενός καθαρού εγωιστή. Αντικαθιστώντας στο παίγνιο αυτό τον αποδέκτη (τον δεύτερο παίκτη δηλαδή που δέχεται παθητικά την όποια προσφορά) με μια φιλανθρωπία βρέθηκε ότι ο αλτρουισμός απέναντι σε μια γενική μη καθοριζόμενη φιλανθρωπία τείνει να είναι υψηλότερος από τον αλτρουισμό προς ένα άτομο (Harrison & Johnson 2004).

²⁵ Εσωτερική αποτίμηση της ορθολογικότητας (*internal assessment of rationality*) είναι μια αξιολόγηση της συνοχής των προθέσεων, των πράξεων και των σχεδίων. Οι εσωτερικά ορθολογικές πράξεις έχουν νόημα μέσα από τη γνωστική και παρορμητική προοπτική του δρώντος υποκειμένου. Μια εξωτερική αποτίμηση της ορθολογικότητας είναι μια αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας ενός κανόνα ή μιας διαδικασίας. Αποτιμά την ευνοϊκότερη ευκαιρία για έναν κανόνα να επιτύχει έναν συγκεκριμένο στόχο.

Τα τρία ως άνω παίγνια τα εφάρμοσε διαπολιτισμικά μια ομάδα ερευνητών (Henrich et al.: 2005) σε 15 μικρές πρωτόγονες κοινωνίες σε διαφορετικά σημεία του πλανήτη, οι οποίες αποτελούνται από τροφосуλλέκτες (*foragers*), νομάδες βοσκούς και γεωργούς. Σε όλες τις κοινωνίες παρατηρήθηκε παραβίαση του εγωιστικού αξιώματος: στο *Ultimatum Game* συγκεκριμένα το παραβίαζαν είτε αυτός που έκανε την προσφορά είτε αυτός που απαντούσε σ' αυτή είτε και οι δύο παίκτες. Παρόλα αυτά, η συμπεριφορά του δεύτερου παίκτη (*responder*) ήταν εγωιστική σε κάποιες ομάδες, σε αντίθεση με τους φοιτητές. Οι συμπεριφορές όμως παρουσιάζουν υψηλό βαθμό μεταβλητότητας μεταξύ των ομάδων. Το φύλο, η ηλικία και ο προσωπικός πλούτος του αποδέκτη (*responder*) δεν παίζουν σε γενικές γραμμές ρόλο στις αποφάσεις των συμμετεχόντων στα παίγνια, αλλά αυτό που μετράει είναι η αναλογία του ποσού που προτείνεται και η εθνογλωσσική ομάδα του παίκτη που απαντάει στην προσφορά.

Η συμπεριφορική θεωρία παιγνίων έχει τις ρίζες της στην ιδέα ότι τα άτομα θα επιλέξουν μεταξύ των εναλλακτικών επιλογών αναλογιζόμενα πόσο καλά τα πιθανά αποτελέσματα κάθε επιλογής είναι σύμφωνα με τους στόχους και τις επιθυμίες τους. Οι ερευνητές χρησιμοποιώντας την προσέγγιση προτιμήσεων, πεποιθήσεων και περιορισμών, υποθέτουν ότι τα δρώντα υποκείμενα μεγιστοποιούν μια λειτουργία προτιμήσεων (*preference function*) που υπόκειται σε περιορισμούς (πληροφορίας, πόρων, χρόνου). Θεωρούν ότι η ακριβοδικία, η συμπάθεια και η ισότητα έχουν μεγάλη σημασία για την κατανόηση της λειτουργίας προτιμήσεων των ανθρώπων και μπορεί να ενσωματωθούν αποτελεσματικά με την ευχαρίστηση, την ασφάλεια και την αρμοστικότητα για μια πληρέστερη αντίληψη της ανθρώπινης συμπεριφοράς. Οι ανθρώπινες προτιμήσεις είναι προγραμματιστές (*programmable*) και συχνά εσωτερικοποιούνται, γίνονται μέρος της λειτουργίας προτιμήσεων, που μεγιστοποιείται στα μοντέλα προτιμήσεων, πεποιθήσεων και περιορισμών (Henrich et al.: 2005: 812-813).

Οι προτιμήσεις, επομένως, για αμοιβαία δικαιοσύνη (*reciprocal fairness*) είναι ουσιαστικά αυτές που συγκροτούν τη λειτουργία του ανταγωνισμού, καθορίζουν τη συνεργασία και τη συλλογική δράση και διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση και λειτουργία των υλικών κινήτρων. Η αμοιβαία δικαιοσύνη επηρεάζει και μπορεί να αλλάξει τα κίνητρα των εγωιστικών ατόμων, εφόσον επιδρά στους

καθιερωμένους θεσμούς και συμβάσεις, που αποτελούν τα μοντέλα κοινωνικής διάδρασης. Αυτό συμβαίνει διότι τα άτομα που δρουν με βάση την αμοιβαιότητα μπορούν να οδηγήσουν τα εγωιστικά υποκείμενα σε μη εγωιστικές επιλογές.²⁶

Μία άλλη έρευνα (Cox et al. 2008) σχετικά με τις προτιμήσεις εστιάζεται στο πώς οι επιλογές των παικτών ανταποκρίνονται στα παρατηρήσιμα γεγονότα και ευκαιρίες, παρά στις πεποιθήσεις για τους σκοπούς ή τους τύπους των άλλων παικτών. Εδώ αποδεικνύει ότι η θεωρία του αποκαλυπτόμενου αλτρουισμού (*revealed altruism*) διαχωρίζεται από τη νεοκλασική θεωρία. Στην τελευταία, οι προτιμήσεις μου είναι ένα ατομικό χαρακτηριστικό ανεξάρτητο από τις προηγηθείσες πράξεις που με ωφελούν ή με βλάπτουν. Αντίθετα σύμφωνα με την έρευνα αυτή οι πιο γενναιόδωρες επιλογές από μέρους σου προκαλούν πιο αλτρουιστικές προτιμήσεις σε μένα. Επιπλέον οι προκληθείσες προτιμήσεις είναι πιο αλτρουιστικές όταν η γενναιόδωρη πράξη σου είναι πράξη εντολής που αλλάζει την υπάρχουσα κατάσταση πραγμάτων (*act of commission, upsetting the status quo*) παρά πράξη παράλειψης που τη διατηρεί (*act of omission, upholding the status quo*) και μάλιστα αυτή η συνέπεια της αμοιβαιότητας είναι ακόμα πιο αδύναμη όταν δεν μπορεί να αλλάξει κανείς την κατεστημένη κατάσταση πραγμάτων. Η θεωρία ενσωματώνει αρνητικά αμοιβαίο αλτρουισμό: οι λιγότερο γενναιόδωρες επιλογές από σένα προκαλούν λιγότερο αλτρουιστικές προτιμήσεις σε μένα.

Στην κριτική που ασκούν οι Swierzbinski και Binmore (2008) στους συμπεριφορικούς οικονομολόγους επισημαίνουν ότι δεν πρέπει να αντιμετωπίζουν τα υποκείμενα που δρουν σ' αυτά τα παίγνια ως μεγιστοποιητές (*optimizers*) με τη συνάρτηση ωφελιμότητάς τους να συμπεριλαμβάνει σε μεγάλο βαθμό ένα στοιχείο που νοιάζεται για τους άλλους ανθρώπους. Γι αυτούς τα υποκείμενα δρουν σύμφωνα με έναν κανόνα κοινωνικής συμπεριφοράς προσαρμοσμένο σε ένα παίγνιο πραγματικής ζωής που διαφέρει από εκείνο που διεξάγεται στο εργαστήριο. Θεωρούν ότι στις λειτουργίες ωφέλειας των υποκειμένων μπορεί να υπάρχει ένα μικρό στοιχείο που νοιάζεται για τους άλλους ανθρώπους και ότι παρατηρείται ετερογένεια στην ταχύτητα με την οποία διαφορετικά υποκείμενα μαθαίνουν να προσαρμόζουν την

²⁶ Ένας εγωιστής μπορεί να αποτραπεί από μια οπουρτουνιστική συμπεριφορά αν υπάρχει η πιθανότητα τιμωρίας ή να προβεί σε συνεργασία αν υπάρχει η προσδοκία ανταμοιβής.

συμπεριφορά τους μακριά από οποιοδήποτε κανόνα κοινωνικής συμπεριφοράς που έφεραν μαζί τους στο εργαστήριο.

1.3.4 Ηθική συμπεριφορά

Όπως στην κοινωνιο-βιολογία, έτσι και στην ηθική έγιναν προσπάθειες να βασιστεί η τελευταία στον εγωισμό, με την πεποίθηση ότι αυτός αποτελεί το μόνο βασικό κίνητρο στο οποίο οι άνθρωποι αναμένεται να ανταποκριθούν. Ειδικότερα, σύμφωνα με τη θεωρία του ψυχολογικού εγωισμού, τα άτομα είναι έτσι κατασκευασμένα, ώστε να νοιάζονται μόνο για το ατομικό συμφέρον· είναι δηλαδή ψυχολογικός νόμος ότι ο άνθρωπος πάντα πράττει με στόχο τη μεγιστοποίηση του προσωπικού του οφέλους με βάση το σύνολο των πεποιθήσεών του. Η αντίληψη αυτή διαφοροποιείται μεθοδολογικά από εκείνη του ηθικού εγωισμού, που πρεσβεύει ότι η προώθηση του ατομικού συμφέροντος είναι συμβατή με την ηθική· το εγωιστικό κίνητρο δηλαδή είναι αυτό που καθιστά μια πράξη ηθικά ορθή (Rachels 1986: 53).

Η αναγωγή της ηθικής σε βιολογική βάση έχει επαναπροσδιοριστεί και ενθαρρυνθεί μέσα από τους μηχανισμούς της κοινωνιοβιολογίας. Η θεμελίωση των ηθικών κινήτρων στο ατομικό συμφέρον αντανάκλαται και από την πρόταση που διατύπωσε ο E.O. Wilson ότι έφτασε η ώρα για την ηθική να μετακινηθεί προσωρινά από τη δικαιοδοσία των φιλοσόφων και να εμπλουτιστεί και να εξηγηθεί με βιολογικούς όρους (Wilson 1975: 562). Οι ηθικοί κώδικες δομήθηκαν επειδή εξυπηρετούν τα συμφέροντα των ανθρώπων και δεν συνιστούν υπερφυσικές οντότητες που έχουν εμφυτευτεί στην ανθρώπινη συνείδηση από κάτι ανώτερο ή θείο έξω από αυτή. Για τον Wilson και τον Ruse η «ηθική συναίσθηση» έχει επιλεγεί από τα δρώντα υποκείμενα για την αρωγή στην εκπλήρωση των αναπαραγωγικών τους στόχων. Σε παρόμοια γραμμή, η ηθική μπορεί να ειδωθεί ως μία έμφυτη ικανότητα (*innate skill*) που αναπτύχθηκε ως μέσο πραγμάτωσης της ανθρώπινης παρόρμησης για σύσφιξη σχέσεων με άλλους με αμοιβαίο συμφέρον. Η παρόρμηση των ανθρώπων να δένονται με άλλους αποτελεί τον σκοπό, το ύστατο κίνητρο με το οποίο είμαστε εφοδιασμένοι βιολογικά και η ηθική ικανότητα συνιστά το μέσο προς αυτό τον σκοπό, το οποίο επίσης προήλθε βιολογικά (Lawrence 2004).

Η κεντρική κριτική στην κοινωνιο-βιολογία από την πλευρά μιας ηθικής προσέγγισης συνίσταται στο ότι αυτή τείνει να διαπράξει το περίφημο νατουραλιστικό σφάλμα (*naturalistic fallacy*²⁷), δηλαδή να μεταβεί αθέμιτα από την πραγματική περιγραφή της συμπεριφοράς (από την περιοχή του όντος) σε μια υπονοούμενη κανονιστική έγκριση της συμπεριφοράς (στην περιοχή του δέοντος).

Μια ηθική βασισμένη στον αλτρουισμό μπορεί να είναι ορθολογική κατά τον Mackie μόνο δεδομένης της προϋπόθεσης της αιώνιας ζωής, όπου θα χορηγηθεί ανταμοιβή. Αν αφαιρεθεί το χριστιανικό πρίσμα της αγιότητας και της υποταγής, τότε μπορεί να υπάρξει μόνο αμοιβαίος αλτρουισμός, υπό την έννοια ότι κάποιος είναι πρόθυμος να μοιραστεί μόνο με εκείνους που είναι θετικά διακείμενοι απέναντι σε αυτή τη συνεργασία. Έτσι, ο Mackie μας υπενθυμίζει ότι το καθήκον του αγνού αλτρουισμού απευθύνεται αποκλειστικά στα άτομα που μας ενδιαφέρουν πιο πολύ και συναναστρεφόμαστε πιο συχνά, όπως οικογένεια και φίλοι (Rojman 1995: 78).

Παραμένει γεγονός ότι η ορθολογική επιλογή προσφέρει μια κανονιστική πρόταση και αιτιολόγηση της συμπεριφοράς, όπως αυτή εξηγείται με βάση αρχές εξελικτικής βιολογίας. Συγκεκριμένα, ο T. Hobbes τον δέκατο έβδομο αιώνα διείδε την κατανόηση της ζωής όπως αυτή έχει διαμορφωθεί μέσα από την «εργαλειακότητα» των μοντέρνων οικονομικών. Σε γενικές γραμμές, ο Hobbes υποστήριξε την καταλληλότητα του εγωισμού ως τον θεμελιώδη λίθο της πολιτικής και ηθικής πραγματικότητας, αναγνωρίζοντας ωστόσο ότι τα άτομα χαρακτηρίζονται και από περιορισμένο αλτρουισμό. Οι άνθρωποι νοιάζονται πρωτίστως για τους εαυτούς τους, συμπεριφέρονται κατά κύριο λόγο ακολουθώντας τα ζωτικά τους συμφέροντα και δρώντας πολλές φορές βίαια, με επακόλουθο την επικράτηση της αναρχίας. Αυτή η συμπεριφορά παρατηρείται σε συνθήκες της φυσικής κατάστασης (*state of nature*), όπου δεν έχει δομηθεί η κοινωνία και δεν υπάρχουν ηθικοί νόμοι κοινώς αποδεκτοί. Μάλιστα, το γεγονός ότι σε αυτό το πρώιμο στάδιο η λογική τους υπαγορεύει ότι ο εαυτός τους είναι ο μόνος που μπορούν να εμπιστευτούν, σε συνάρτηση με το ότι όλοι οι άλλοι σκέφτονται με τον ίδιο τρόπο, εντείνει τον φόβο και την επιθετικότητα, τα οποία εκφράζονται ως «πόλεμος εναντίον όλων». Η λογική μολαταύτα υποδεικνύει ότι ένας τέτοιος πόλεμος θα αποβεί καταστροφικός για το

²⁷ Πρόκειται ουσιαστικά για το σφάλμα, κατά το οποίο εξάγεται κανονιστικό συμπέρασμα από περιγραφικές προκειμένες.

ατομικό συμφέρον, προτείνοντας την υιοθέτηση σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο ορισμένων κανόνων κατά του προσωπικού οφέλους, όταν αυτό συνιστά απειλή για τους άλλους. Ως εκ τούτου, η ιδέα ενός αμοιβαίως αποδεκτού ηθικού κώδικα απορρέει ουσιαστικά από μια κατάσταση ορθολογικού ατομικού συμφέροντος. Με την συγκρότηση επομένως κοινωνικού συμβολαίου ανοίγεται ο δρόμος για την καλλιέργεια και ανάπτυξη της ηθικότητας, ενώ μόνο μέσα σ' αυτό το πλαίσιο που προωθεί μια στάση φροντίδας και ενδιαφέροντος απέναντι στον συνάνθρωπο καθίσταται εφικτός ο αλτρουισμός (Rachels 1986: 128).

Γενικά, από τον Hobbes κι έπειτα έχει εγερθεί το ακόλουθο ψυχολογικό πρόβλημα: Γιατί οι άνθρωποι θα έπρεπε να πράττουν διαφορετικά παρά να δρουν με άξονα το άμεσο προσωπικό όφελος; Οι προτεινόμενες λύσεις από Άγγλους και Γάλλους στοχαστές διαχωρίστηκαν σε δύο ομάδες. Προτάθηκε ότι είτε υπάρχει μια ανεξάρτητη πηγή αλτρουισμού στην ανθρώπινη φύση είτε πίσω από τον αλτρουισμό υποβόσκει το ατομικό συμφέρον. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο Hobbes (1651) και ο Mandeville (1714) καθιερώθηκαν ως οι κατεξοχήν οπαδοί του ψυχολογικού εγωισμού σε αντίθεση με τους Hutcheson (1725), Rousseau (1755) και Hume (1751), που προσπάθησαν να δείξουν ότι η αγαθοεργία, η συμπόνια και η συμπάθεια είναι τόσο φυσικές όσο και η αγάπη για τον εαυτό μας.

Οι προοπτικές για αλτρουισμό εξαρτώνται από την άμεση συναναστροφή με τους άλλους, όπου κυρίαρχη θέση κατέχουν τα συναισθήματα, οι επαφές με τους άλλους και οι επιρροές που ασκούν στη ζωή μας. Σ' αυτή την κατηγορία του αλτρουισμού εντάσσεται η ηθική θεωρία του ωφελιμισμού που θεμελιώθηκε από τους Bentham και Mill. Η θεωρία αυτή εστιάζεται στην επίτευξη της μέγιστης ευτυχίας για τον μέγιστο αριθμό ατόμων. Εδώ καθοριστικό ρόλο δεν παίζει μόνο η ορθολογικότητα, αλλά και οι ανάγκες για βελτίωση της ζωής. Ως κοινωνικά όντα ερχόμαστε σε επαφή με τους συνανθρώπους μας, με επακόλουθο η ευημερία μας να είναι άμεσα συνδεδεμένη με την ευημερία των άλλων. Στο πλαίσιο του ωφελιμισμού επιτρέπεται κάποιο άτομο να θυσιάσει εν μέρει την ευημερία του σε κάποια περίοδο της ζωής του, προκειμένου να επιτευχθεί μεγαλύτερο όφελος για κάποιον άλλον.

Από τα παραπάνω συνάγεται ότι οι πραγματικές σχέσεις και τα συναισθήματα που απορρέουν απ' αυτές πρέπει να αναγνωριστούν μάλλον ως μέρος του ηθικού πεδίου παρά ως επικίνδυνες αποκλίσεις από την ορθολογικότητα που οφείλουν ν'

απαγορευτούν. Στην ίδια κατεύθυνση ο Hume διατύπωσε ότι ο αλτρουισμός δεν είναι θέμα ορθολογικής αμεροληψίας (όπως πίστευε ο Kant), αλλά ένα συναίσθημα για τους άλλους. Στην ηθική θεώρηση του Hume επικρατεί η άποψη ότι οι ηθικές κρίσεις δεν μπορεί να είναι κρίσεις της λογικής,²⁸ γιατί αυτή ποτέ δεν μας ωθεί στην πράξη, αλλά χρησιμοποιούνται για την καθοδήγηση των πράξεών μας. Το έναυσμα για δράση καθίσταται εφικτό από την προσδοκία χαράς ή πόνου, ανάλογα με την περίπτωση. Επομένως, τα πάθη και όχι η λογική απορρέουν από συναισθήματα χαράς ή λύπης, χωρίς η δεύτερη να μπορεί να ασκήσει κριτική στα πρώτα: «Ο λόγος είναι και πρέπει να είναι δούλος των παθών». Μία πράξη κατά τον Hume κρίνεται ενάρετη ή μη ανάλογα με το τι είδους συναισθήματα μας προκαλεί, ενώ το κριτήριο μέσω του οποίου εξηγείται η αποδοχή συγκεκριμένων ηθικών νόμων, είναι η χρησιμότητα και η συμπάθεια.²⁹ Από την τελευταία πηγάζει η αίσθηση του καθήκοντος. Έτσι, στο κέντρο της ηθικής θεώρησης του Hume τοποθετείται η πεποίθηση ότι η συμπάθεια είναι η κύρια πηγή ηθικών διαφοροποιήσεων· η ηθική αναδύεται μέσα από τα συναισθήματα συμπάθειας που αναπτύσσονται στην οικογένεια και επεκτείνονται στην κοινωνία.

Οι διάφορες προσπάθειες παραγωγής του αλτρουισμού μέσα από μια ατομικιστική βάση, τον καθιστούν ιδιαίτερα ευάλωτο. Ακόμα και οι υποστηρικτές του που τονίζουν τη χρησιμότητά του δεν τον υπερασπίζονται ως κάτι που υφίσταται αυτόνομα. Η λύση σ' αυτό είναι ότι η πλήρης υποστήριξή του είναι εφικτή αν αλλάξει η οπτική, έτσι ώστε να μην προκύπτει εργαλειακά από το ατομικό συμφέρον, αλλά να το υπερβαίνει. Η υπέρβαση αυτή αφορά και την ίδια την ηθικότητα, προκειμένου να άρεται κάθε πιθανότητα αναγωγισμού της σε βιολογικές βάσεις και να αποτελεί μια αυτόνομη και ανεξάρτητη θεωρία. Έτσι, μπορούμε να κάνουμε λόγο για την λεγόμενη «ηθική οπτική γωνία», που δεν ταυτίζεται με το προσωπικό συμφέρον και συνεπώς προσφέρει μια ευρύτερη κατηγορία, όπου ο αλτρουισμός όχι μόνο γίνεται παραδεκτός αλλά αποτελεί και αίτημα. Η ηθική μέσα από αυτή την προοπτική αποκτά τη δική της ορθολογικότητα. Ο Kant ήταν αυτός που προώθησε την αυτονομία της και τέθηκε κατά του ψυχολογικού εγωισμού υπογραμμίζοντας ότι

²⁸ Η λογική κατά τον Hume αφορά είτε σχέσεις ιδεών (όπως μαθηματικά) είτε ζητήματα γεγονότων, που έχουν περιγραφικό χαρακτήρα, χωρίς να μας παρέχουν ώθηση για δράση.

²⁹ Ο Hume εισήγαγε τον όρο «ανιδιοτελές συμφέρον» που σε συνδυασμό με τη συμπάθεια για τους άλλους και τη συνήθεια της υποταγής σε νόμους διέπουν τη δικαιοσύνη, την οποία θεωρεί κατεξοχήν «τεχνητή αρετή» σε διάκριση από τις φυσικές (Δραγώνα-Μονάχου 1995: 112).

η ορθολογική αναγνώριση ηθικών αρχών μπορεί να μας δώσει κάποιο κίνητρο, ικανό για την υπέρβαση της αγάπης του εγώ.

Αναλυτικότερα, το κύριο μέλημα του Kant δεν ήταν τόσο η προαγωγή του αλτρουισμού, όσο ο έλεγχος του ατομικισμού. Η ηθική παρέχει προστασία από διάφορους πειρασμούς, γεγονός που επιτυγχάνεται με την αρωγή του ορθού λόγου. Με τη χρήση του τελευταίου είμαστε σε θέση να θέσουμε σε λειτουργία ένα συνεπές σύστημα ηθικών αρχών. Η ηθική συνδέεται με την τήρηση «καθολικών νόμων», οι οποίοι πρέπει να εφαρμόζονται σε κάθε περίπτωση ανεξαιρέτως,³⁰ υποδηλώνοντας ότι θα πρέπει να προβώ σε μια πράξη χωρίς να υπολογίζω τις επιθυμίες και τις ανάγκες μου (Rachels 1986: 104-5). Ο άνθρωπος θα πρέπει να επιδιώκει το ηθικά αναγκαίο ως αυτοσκοπό. Έτσι, η ηθική του καθήκοντος κατά Kant έχει τη δυνατότητα να ασκεί έλεγχο και να οριοθετεί τη συναισθηματική και γεμάτη πάθος φύση του ανθρώπου.

Για τον Kant η παροχή βοήθειας έχει αξία όταν πηγάζει από το καθήκον. Δίνει ένα παράδειγμα ενός συμπονετικού ανθρώπου που νιώθει ευχαρίστηση να συμβάλλει στην ευτυχία των άλλων. Στην περίπτωση αυτή ωστόσο οι πράξεις του δεν έχουν ηθική αξία. Έπειτα περιγράφει ένα άλλον άνθρωπο που από τη φύση του είναι ψυχρός και βοηθάει τους άλλους μόνο επειδή το απαιτεί το καθήκον. Οι πράξεις αυτού του ανθρώπου έχουν ηθική αξία γιατί προέρχονται από την δέσμευσή του στην ηθική. Αποφασίζει να πράξει με αυτόν τον τρόπο διότι το θεωρεί σωστό και όχι για να κερδίσει ο ίδιος κάτι. Για αυτή του τη θέση βέβαια ο Kant επικρίθηκε για ανικανότητα να αποδώσει ηθική αξία στα συναισθήματα και στις συναισθηματικές εξαρτήσεις. Ο Kant πιστεύει ότι έχουμε ένα καθήκον, αν και ατελές, να αναπτύσσουμε αγαθοεργή συναισθήματα συγκεκριμένου είδους. Τα συναισθήματα συμπάθειας και αγάπης οφείλουν να ελέγχονται από τον ορθό λόγο (και κατά συνέπεια από τον ηθικό νόμο), διότι διαφορετικά ελλοχεύει ο κίνδυνος να οδηγήσουν το άτομο σε μεροληπτική και άδικη στάση απέναντι σε κάποιους. Ο ρόλος μάλιστα του καθήκοντος συμπάθειας είναι εργαλειακός, γιατί συνδράμει στην εκτέλεση άλλων καθηκόντων (Stohr 2002).

³⁰ Για παράδειγμα, το να ψεύδεται κάποιος δεν είναι ηθικά ορθό σε καμία περίπτωση, ανεξάρτητα από τις επικρατούσες συνθήκες.

Ο αλτρουισμός αρχίζει να αναδύεται μέσα από την παραπάνω γραμμή της ηθικής του, κατά την οποία οφείλουμε να αναγνωρίσουμε και να σεβαστούμε την ορθολογικότητα ως χαρακτηριστικό στοιχείο όχι μόνο του εαυτού μας αλλά και των συνανθρώπων μας. Θεωρεί συνεπώς αδύνατη την επέκταση του ατομικισμού σε καθολική αρχή, γιατί το να μην βοηθάει κανείς τους άλλους ταυτίζεται με το να αποκλείει γενικά κάθε πιθανότητα βοήθειας, ακόμα και για τον εαυτό του. Βέβαια, είναι σημαντικό ότι η καντιανή θεώρηση του αλτρουισμού απέχει πολύ από μια ηρωική έγκριση αυτοθυσίας για τους άλλους. Η θεμελιώδης κατεύθυνση δεν είναι τόσο το καθεαυτό ενδιαφέρον για τους άλλους όσο το να μην επεμβαίνουμε στη ζωή τους. Επομένως, ο αλτρουισμός της ορθολογικής ηθικής του Kant κρίνεται ως αρνητικός.³¹ Έτσι, παρατηρείται σύμπτωση ηθικότητας και αλτρουισμού, αφού οφείλουμε να προσπαθούμε να προωθούμε την ευτυχία των άλλων, αναγνωρίζοντας τον εαυτό μας ως κάποιον άλλο, παρά να μεταχειριζόμαστε τους άλλους όπως τους εαυτούς μας, και αυτή η ορθολογική απαίτηση της αμεροληψίας υποτάσσει την αγαθοεργία στη δικαιοσύνη, αναπαριστώντας έτσι μια «ηθική του καθήκοντος» (Grant 2000: 112-7).

Η «ηθική του καθήκοντος» του Kant επηρέασε και ενέπνευσε και άλλους μεταγενέστερους. Ο Rawls ανέπτυξε μια πολιτική εναλλακτική του αλτρουισμού, κατά την οποία ηθικές θέσεις μπορούν να αποφευχθούν, όταν η καντιανή εκδοχή της δικαιοσύνης εφαρμόζεται στην πολιτική διάσταση. Ξεκινάει με μια κανονιστική αντίληψη για τα άτομα, περιγράφοντάς τα ελεύθερα, ίσα, ορθολογικά και προικισμένα ηθικά με ικανότητα για μια αίσθηση δικαιοσύνης. Η θεωρία που ανέπτυξε περί δικαιοσύνης αφορά μια υπό ίσους όρους συμφωνία με την έμφαση στο ορθό και την έλλογη επιλογή των αρχών. Οι αρχές της δικαιοσύνης ρυθμίζουν τη διανομή των οφελών και των ευθυνών που προέρχονται από την κοινωνική συνεργασία. Η δικαιοσύνη είναι ό,τι θα μπορούσε να αποτελέσει αντικείμενο συναίνεσης μεταξύ ελεύθερων και ισότιμων ατόμων. Ο τρόπος αυτός θεώρησης της δικαιοσύνης ονομάζεται «δικαιοσύνη ως ακριβοδικία» (*justice as fairness*). Κατά τον Rawls, το θέμα του αλτρουισμού γίνεται κατανοητό και δικαιολογείται μόνο μέσα

³¹ Το θετικό ενδιαφέρον για τους άλλους προϋποθέτει περιττές πράξεις που υπερβαίνουν τις υποχρεώσεις που απαιτεί η ορθολογικότητα. Μάλιστα, τέτοιες πράξεις κατά τον Kant μπορούν να εμφανιστούν ως συστατικές μιας υπερ-ηθικότητας. Με άξονα αυτό το πλαίσιο, οι πράξεις της αγαθοεργίας μπορεί να είναι μη ηθικές, εφόσον ξεπερνούν το κάλεσμα του καθήκοντος.

από την ορθολογική συναίσθηση του να σεβόμαστε τους άλλους. Η θυσία της ελευθερίας δεν αντισταθμίζεται από κανένα κοινό καλό· η δικαιοσύνη δεν επιτρέπει την παραβίαση των δικαιωμάτων του ατόμου υπέρ της κοινωνικής ευημερίας, αφού τα δικαιώματα που κατοχυρώνονται από τη δικαιοσύνη τίθενται σε απόλυτη προτεραιότητα (Δραγώνα-Μονάχου 1995: 265). Η πρότασή του: «Η ορθολογική κοινωνία δεν είναι ούτε κοινωνία αγίων ούτε κοινωνία του ατομικού συμφέροντος» αποκαλύπτει τη ρεαλιστική του θέση, προσφέροντας μια μέση οδό μεταξύ των ακροτήτων του αλτρουισμού και του ατομισμού.

Επηρεασμένος από τον Kant και ο Nagel προσεγγίζει τον αλτρουισμό με όρους ορθολογικής αμεροληψίας, προκειμένου να αντιμετωπίσουμε τον εαυτό ως κάποιον άλλον, τον εξηγεί ως ορθολογική απαίτηση για δράση. Ενώ η ηθικότητα φαίνεται να αντλεί την εξουσία της από τις απαιτήσεις της ορθολογικής συνέπειας και συνοχής, έτσι ώστε η πιθανότητα του αλτρουισμού να εξαρτάται από την απρόσωπη³² αντιμετώπιση των εαυτών μας, η ορθολογική αυτή απαίτηση ωστόσο δεν είναι προφανώς και άμεσα επιβεβλημένη, αλλά χρειάζεται κάποιος σύνδεσμος μεταξύ της ηθικής σκέψης και της πράξης. Θεωρεί ότι παρατηρείται αγνός αλτρουισμός, που χαρακτηρίζεται αυθεντικά από ορθολογική απαίτηση πάνω στην ανθρώπινη συμπεριφορά· είναι η άμεση επιρροή του συμφέροντος ενός ανθρώπου που ασκείται στις πράξεις ενός άλλου και τις συγκροτεί, προσφέροντας σ' αυτές ένα λόγο δράσης. Αν σε μια ανάλογη περίπτωση οποιοσδήποτε άλλος εσωτερικός παράγοντας αλληλεπιδράσει με τις εξωτερικές συνθήκες, τότε θα πρόκειται για μια δομή ή κατασκευή που αναπαρίσταται μέσα από ένα τέτοιο σύστημα αιτιών ή ένα λογικό οικοδόμημα (Nagel 1970: 81). Αναζητά να βρει ένα έρεισμα για ηθικά κίνητρα στο εγώ, αναλαμβάνοντας το ρίσκο να συνδυάσει το ηθικό με το συνετό που για τον Kant ήταν αντιφατικές, αν όχι αντίθετες έννοιες. Θέλει να βρει μια παράλληλο ανάμεσα στο ότι έχουμε λόγο (*reason*) να νοιαζόμαστε για τους εαυτούς μας στο μέλλον και συναίσθηση ότι θα έπρεπε ταυτόχρονα να μεριμνούμε και για τους άλλους (Grant 2000: 131).

³² Η προσέγγιση από το απρόσωπο σημείο είναι σε θέση να συμπεριλάβει όλα τα φαινόμενα που μπορούν να περιγραφούν από προσωπικής απόψεως, αφού μια απρόσωπη περιγραφή του κόσμου εμπεριέχει μια σκιαγράφηση του ατόμου που εκλαμβάνεται ως εγώ στην προσωπική περιγραφή και προσαρμόζει σε απρόσωπους όρους ο,τιδήποτε μπορεί να ειπωθεί για το άτομο σε πρώτο πρόσωπο. Επιπλέον, η απρόσωπη άποψη παίζει καθοριστικό ρόλο στην ερμηνεία της ιδέας ότι ο ένας είναι ένα πρόσωπο ανάμεσα στα άλλα κι αυτό προκύπτει αφαιρετικά (Nagel 1970: 100-1).

Παρομοίως, ο Harsanyi (1996) επικρίνοντας τους οικονομολόγους για υπεραπλούστευση όταν θεωρούν όλες τις προτιμήσεις εγωιστικές, υποστηρίζει ότι σε αντίθεση με τις προτιμήσεις, που μπορεί να μην είναι εντελώς εγωιστικές, οι ηθικές κρίσεις αξιολόγησης (*moral value judgments*) είναι καθολικές, δηλαδή δίνουν αμερόληπτα την ίδια βαρύτητα στα συμφέροντα όλων. Οι κρίσεις αυτές καθοδηγούνται από τις ηθικές προτιμήσεις μας, που ορίζονται ως οι προτιμήσεις που θα είχαμε αν προσπαθούσαμε να δούμε τις κοινωνικές καταστάσεις από μια απρόσωπη και αμερόληπτη οπτική, όπως δηλαδή θα τις αντιμετώπιζε ένας εξωτερικός αμερόληπτος παρατηρητής ή πίσω από το πέπλο της άγνοιας κατά τον Rawls.

Ο Schmitz (1996) θεωρεί ορθολογικό να έχουμε γνήσια αλτρουιστικά ενδιαφέροντα και δεσμεύσεις. Όταν έχουμε μια προτίμηση να δράσουμε με βάση το ενδιαφέρον μας για τους άλλους, τότε έχουμε λόγους για αλτρουισμό. Έχουμε λόγους που αφορούν το εγώ (*self-regarding reasons*) για να συμπεριλάβουμε προτιμήσεις που αφορούν τους άλλους (*other-regarding preferences*) στην ατομική μας συνάρτηση ωφελιμότητας. Καθώς αυτές οι νέες προτιμήσεις γίνονται μέρος της τελευταίας αποκτούν αυτονομία και μετατρέπονται σε σκοπούς. Το ενδιαφέρον για τον εαυτό μας δίνει κάτι για να ζήσουμε, ενώ και για τους άλλους παράλληλα μας προσφέρει περισσότερα. Η αναστοχαστική ορθολογικότητα (*reflective rationality*)³³ σε αντίθεση από την εργαλειακή μας δείχνει πόσο φτωχοί είναι οι σκοποί που προέρχονται μόνο από το εγώ (*self regard*) και ότι χρειαζόμαστε μια ποικιλία συμφερόντων. Όταν υπάρχουν αυτοί οι περαιτέρω στόχοι, τότε η επιβίωση είναι κάτι παραπάνω από βιολογικό δεδομένο· δηλαδή το δρών υποκείμενο με περισσότερους σκοπούς δεν έχει μόνο το στόχο της επιβίωσης, αλλά παρέχει και λόγους που δίνουν αξία στην ίδια την επιβίωση.

³³ Η αναστοχαστική ορθολογικότητα έχει ως πυρήνα τον συλλογισμό σκοπών-μέσων και παράλληλα υπερβαίνει την εργαλειακή ορθολογικότητα, γιατί δεν θεωρεί τους στόχους δεδομένους. Όσοι επιλέγουν με βάση την αναστοχαστική ορθολογικότητα συνειδητοποιούν ότι οι λειτουργίες των προτιμήσεών τους μεταβάλλονται με την πάροδο του χρόνου. Το να είναι κανείς αναστοχαστικά ορθολογικός σημαίνει να καταφέρνει να αλλάζει τις προτιμήσεις του, να κάνει ό,τι μπορεί για να γίνει το είδος του ατόμου που επιθυμεί να γίνει (Schmitz 1996: 70).

1.3.5 Κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς (social norms)

Σημαντική συνέπεια της αμοιβαιότητας συνιστά η καθοριστική συμβολή της στην προαγωγή της συνεργασίας και την ενδυνάμωση των κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς (*social norms*), γεγονός που υπογραμμίζει τη σπουδαιότητά της στην καθιέρωση και διατήρηση θεσμών (Fehr & Gächter 2000). Η εσωτερικοποίηση των κανόνων είναι σε θέση να εξηγήσει την αλτρουιστική συμπεριφορά, που επιφέρει προσωπικό κόστος. Η αμοιβαιότητα και ο αλτρουισμός λοιπόν μπορούν να ιδωθούν ως συγκεκριμένοι κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς που καθορίζουν μία συγκεκριμένη κοινωνική ταυτότητα ανάλογα με το ποιος τους υιοθετεί και σε ποιον απευθύνονται.

Τι είναι όμως ένας κανόνας κοινωνικής συμπεριφοράς (*social norm*); Οι αλτρουιστικές συμπεριφορές απειλούνται από την ισχύ της ατομικής επιλογής, η οποία κυριαρχεί σε βιολογικό επίπεδο. Δεδομένου αυτού οι παραδοσιακοί κοινωνιολόγοι και ανθρωπολόγοι ανέπτυξαν την ιδέα των κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς για να εξηγήσουν τον τρόπο που χρησιμοποιούσε η κοινωνία για την ανταμοιβή και τιμωρία κάποιων συμπεριφορών ανάλογα με τις θετικές ή αρνητικές συνέπειές τους στην ομάδα. Επομένως, οι άνθρωποι δρουν με τρόπο που σε προσωπικό επίπεδο δεν τους αποφέρει απαραίτητα όφελος, αλλά έτσι υπαγορεύεται από τους κοινωνικούς κανόνες (Field 2001).³⁴

Κοινωνικοί κανόνες συμπεριφοράς θεωρούνται εκείνοι που υποχρεώνουν τρίτους να επιβάλλουν κυρώσεις σε κάποιον που παραβίασε τον κανόνα, παρόλο που οι ίδιοι δεν έχουν θιγεί από την παράβαση, εντούτοις είναι σε θέση να τιμωρήσουν τον παραβάτη.³⁵ Τέτοιου είδους κυρώσεις μπορεί να είναι η περιφρόνηση, η δυσφήμιση και ο αποκλεισμός από την ομάδα (εξοστρακισμός), τα οποία οδηγούν σε έριδες και επιβαρύνουν τους τιμωρούς με δαπάνη σημαντικών προσωπικών πόρων για την επιβολή των κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς (Stout 2006: 31). Η ουσία του κοινωνικού χαρακτήρα αυτών των κανόνων διαφαίνεται και από το ότι επιβάλλοντας αξιώσεις σε μια ολόκληρη κοινότητα και όχι μόνο στους άμεσα ενδιαφερόμενους δημιουργούν ένα γενικό κώδικα συμπεριφοράς, παραβιάσεις του

³⁴ Οι κοινωνικοί κανόνες δεν υφίστανται ανεξάρτητα από τα άτομα, των οποίων τη συμπεριφορά ρυθμίζουν. Πρόκειται για διαπίστωση που ισχύει τόσο για τους καθολικούς νόμους όσο και για εκείνους που συγκροτούνται και τροποποιούνται ανάλογα με τον πολιτισμό που τους πλαισιώνει.

³⁵ Ο Α τιμωρεί τον Β για κάτι που ο Β έκανε στον Γ.

οποίου αφορούν όλα τα μέλη της κοινότητας. Γι αυτό είναι αναγκαίοι για τη σταθεροποίηση συμπεριφορών σε ομάδες και θεσμούς. Μάλιστα, αυτή η γενικότητα που τους διακρίνει κατά τον Bendor (2001: 1494) τους καθιστά με απαραίτητη προϋπόθεση κοινωνικούς και συνεπώς αδύνατο να εξηγηθούν με όρους της ορθολογικής επιλογής.

Κατά τον Elster (2006) οι κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς είναι αποτελεσματικοί όταν και διότι οι άλλοι μπορούν να παρατηρήσουν το δρών υποκείμενο. Κάνει λόγο και για οιονεί ηθικούς κανόνες (*quasi-moral norms*) που είναι αποτελεσματικοί όταν και διότι το δρών υποκείμενο παρατηρεί τους άλλους. Τέτοιου είδους κανόνες δεν κατευθύνουν την συμπεριφορά χωρίς όρους, αλλά μόνο ενδεχομενικά ανάλογα με τη συμπεριφορά των άλλων, και σ' αυτούς εντάσσεται ο κανόνας της ισχυρής αμοιβαιότητας και ο κανόνας της υπό όρους συνεργασίας.³⁶ Αυτοί οι κανόνες παίρνουν τη μορφή κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς που είναι αποτελεσματικοί μόνο με την παρουσία παρατηρητών δεύτερου ή τρίτου μέρους. Εντούτοις, οι άνθρωποι υποκινούνται από οιονεί-ηθικούς κανόνες ακόμα κι αν δεν τους παρακολουθεί κανείς. Για παράδειγμα, μπορεί κάποιος να αποφύγει να πετάξει σκουπίδια στο πάρκο, γιατί βλέπει ότι και οι άλλοι δεν το κάνουν ή γιατί γνωρίζει ότι οι άλλοι θα μπορούσαν να τον δουν αν το έκανε. Η πρώτη παρατήρηση μπορεί να υποκινήσει έναν οιονεί ηθικό κανόνα, η δεύτερη τη λειτουργία των κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς. Οι οιονεί ηθικοί κανόνες είναι σε θέση να προκαλέσουν αλτρουιστική συμπεριφορά.

Οι προτιμήσεις για τους άλλους (*other-regarding preferences*) μπορούν να συνδράμουν καθοριστικά στην δημιουργία και ενδυνάμωση των κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς, όπως υποστηρίζει η Stout (2006), αφού δύνανται να εσωτερικοποιήσουν τις «εξωτερικότητες» (εξωτερικά κόστη και οφέλη), οδηγώντας έτσι σε καλύτερα αποτελέσματα τόσο σε επίπεδο ατομικής όσο και κοινωνικής ευημερίας από ό,τι θα μας οδηγούσε μόνος του ο εγωισμός. Επίσης θεωρεί ότι αυτές οι προτιμήσεις εξηγούν και την επιβολή κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς από τρίτους κυρίως με τη μορφή της εμπάθειας. Αναλυτικότερα, η αλτρουιστική

³⁶ Ο κανόνας της ισχυρής αμοιβαιότητας ωθεί τους ανθρώπους να βοηθούν όσους βοήθησαν αυτούς ή (άλλους) στο παρελθόν και να βλάψουν όσους ζημίωσαν τους ίδιους ή (άλλους). Ο κανόνας της υπό όρους συνεργασίας, που ονομάζεται και κανόνας ακριβοδικίας, τους ωθεί να συνεργάζονται σε διλήμμα του φυλακισμένου στο οποίο συμμετέχουν πολλά άτομα αν και μόνο αν οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες έχουν συνεργαστεί σε προηγούμενο γύρο του παίγνιου.

συμπεριφορά μπορεί να είναι προσαρμοστική αν δίνει τη δυνατότητα οι κοινωνικές οργανώσεις να ωφελούν τους συγγενείς, τους συναλλακτικούς εταίρους ή τους συναδέλφους των ατόμων που υπάγονται σ' αυτές. Παρομοίως, η εμπαθής επιβολή κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς από τρίτους μπορεί να είναι προσαρμοστική αν ωφελεί όλους τους παραπάνω οι οποίοι όμως συνδέονται με αυτόν που επιβάλλει τον κανόνα. Έτσι οι άνθρωποι που υπακούουν κανόνες που λαμβάνουν υπόψη τους άλλους (*other-regarding norms*) πιθανόν θεωρούν εκείνους που παραβιάζουν αυτούς τους κανόνες απείθαρχους εγωιστές η έλλειψη συνεργασίας των οποίων απειλεί την ευημερία των άλλων για τους οποίους νοιάζεται αυτός που επιβάλλει τον κανόνα. Αυτή η απειλή δίνει έρεισμα στην εμπάθεια ενός παρευρισκόμενου που είναι πρόθυμος να υποστεί προσωπικό κόστος για να τιμωρήσει έναν παραβάτη του κανόνα.

Οι κανόνες μεταβιβάζονται από τη μια γενιά στην άλλη, δηλαδή από τους γονείς (κάθετη μεταβίβαση), από ηλικιωμένα άτομα σε θέσεις κύρους και θεσμικές πρακτικές (πλάγια μεταβίβαση) και μεταξύ ατόμων της ίδιας γενιάς, δηλαδή από τους ομοίους μας (οριζόντια μεταβίβαση). Η ύπαρξη και επιβίωση κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς αντίκειται στη θεωρία της ορθολογικής επιλογής, αφού το πλήρως πληροφορημένο, ορθολογικό και συνεπώς εγωιστικό δρών υποκείμενο δεν έχει συμφέρον να ενστερνιστεί και να εσωτερικοποιήσει έναν τέτοιο κανόνα. Αν το κάνει δίνει αξία στον κανόνα που υπερβαίνει το εξωγενώς κοινωνικό όφελος συμμόρφωσης και το κοινωνικό κόστος παραβίασής του. Η εσωτερικοποίηση των κανόνων αντικαθιστά κατά τους Bowles and Gintis (2003) τους υπολογισμούς κόστους/οφέλους, όπως πρεσβεύει η ορθολογική προσέγγιση, στην επιλογή της εκάστοτε πράξης. Τα άτομα που εσωτερικοποιούν τους κανόνες και δρουν υποκινούμενοι από αυτούς μπορεί να έχουν μεγαλύτερες ωφέλειες από όσους δεν το κάνουν και γι αυτό το λόγο οι ψυχολογικοί μηχανισμοί της εσωτερικοποίησης των κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς έχουν επιλεχθεί εξελικτικά.

Για να είναι όμως οι κανόνες αποτελεσματικοί είναι απαραίτητο να τους αποδέχονται και να τους τηρούν οι άνθρωποι και τηρούνται κυρίως γιατί τα άτομα αξιολογούν την μεταβιβαζόμενη συμπεριφορά για χάρη της ίδιας επιπροσθέτως ή παρά τις συνέπειές της στην προσωπική ευημερία. Έτσι σε περιπτώσεις που η συνεργασία μεταξύ εγωιστικών ατόμων δεν μπορεί να διατηρηθεί, ένας

εσωτερικοποιημένος κανόνας συνεργασίας συμβάλλει σημαντικά στο ομαδικό όφελος και συνδράμει στον περιορισμό του ανταγωνισμού στην ομάδα. Βέβαια, η υπακοή των κανόνων αυτών θέτει ορισμένους περιορισμούς στη μεγιστοποίηση της ατομικής ευημερίας (π.χ. ο κανόνας της ειλικρίνειας στις εμπορικές συναλλαγές), διότι η παραβίασή τους κοστίζει περισσότερο από την τήρησή τους.

Η ικανότητα της εσωτερικοποίησης των κανόνων δείχνει ότι οι άνθρωποι έχουν κοινωνικά προγραμματιστές αντικειμενικές συναρτήσεις ωφέλειας (*socially programmable objective functions*), οπότε η συμπεριφορά τους εξαρτάται όχι μόνο από τις πεποιθήσεις, οι οποίες θέτουν περιορισμούς στις πράξεις τους, αλλά από τις αξίες, που συνιστούν τους σκοπούς της πράξης. Έτσι, ένας εσωτερικοποιημένος κανόνας έχει γίνει αποδεκτός από το άτομο όχι ως περιορισμός αλλά ενσωματώνεται στην προσωπική του συνάρτηση ωφελιμότητας. Συμμορφώνεται με το νόμο όχι λόγω του φόβου τιμωρίας, αλλά γιατί επιθυμεί να συμμορφωθεί.³⁷ Το άτομο τηρεί τον κανόνα αξιολογώντας καθαυτή την συμπεριφορά που αυτός υπαγορεύει και μάλιστα όταν οι άνθρωποι εσωτερικοποιούν ένα κανόνα, αυτός θα παρουσιάζεται με μεγαλύτερη συχνότητα στον πληθυσμό από όταν τον ακολουθούν μόνο εργαλειακά, όταν δηλαδή τον υιοθετούν γιατί έτσι τους συμφέρει. Στον εσωτερικοποιημένο κανόνα κοινωνικής συμπεριφοράς αυτό που μετράει είναι η εσωτερική τιμωρία και όχι τόσο η εξωτερική, κοινωνική, κύρωση.

Μία κριτική (Sacconi & Faillo 2008) σ' αυτό το μοντέλο είναι ότι αποτυγχάνει να προσφέρει μία διεξοδική περιγραφή των κινήτρων στη βάση της απόφασης για τη συμμόρφωση με κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς. Το μοντέλο αυτό είναι ουσιαστικά ταυτολογικό, γιατί ενσωματώνει μια κανονιστική αρχή στις ατομικές προτιμήσεις, χωρίς να τη μεταχειρίζεται ως ένα ξεχωριστό αντικείμενο, και στη συνέχεια την εντάσσει στο μοντέλο ως κίνητρο (ας είναι προτίμηση) για τη συμμόρφωση στο πλαίσιο της αλληλεπίδρασης με άλλα άτομα. Επομένως αυτό που εξακολουθεί να λείπει είναι μια συμπεριφορική εξήγηση του πώς η συμμόρφωση είναι δυνατή σε περιπτώσεις όπου α) οι κανόνες υπαγορεύουν επιλογές με υλικό κόστος και β) δεν μπορούν να επιβληθούν πλήρως (επίσημα ή ανεπίσημα) από

³⁷ Στην περίπτωση για παράδειγμα παροχής βοήθειας σε άτομα που βρίσκονται σε δύσκολη θέση, ο εσωτερικοποιημένος κανόνας ωθεί το άτομο να βοηθήσει, γιατί πραγματικά το θέλει και αν δεν το κάνει θα έρθει σε σύγκρουση με τις πεποιθήσεις του και θα νιώσει ενοχή και έπειτα ντροπή αν συνειδητοποιήσει ότι δε βοήθησε (Bowles & Gintis 2003: 19-20).

κυρώσεις και ανταμοιβές. Σύμφωνα με τους επικριτές η συμμόρφωση με έναν κανόνα κοινωνικής συμπεριφοράς είναι θέμα αυτό-επιβολής (*self-enforceability*) και ενδογενούς κινήτρου για συμμόρφωση (*endogenous motivation to conform*), γεγονός που ισχύει και για τους θεσμούς. Μάλιστα η αυτό-επιβολή των κανόνων είναι επίσης σημαντική και για τη συμμόρφωση με νομικούς κανόνες σε όλα τα πεδία όπου η εξωγενής επιβολή του νόμου είναι εύθραυστη ή αναποτελεσματική παρέχοντας κίνητρα ή κυρώσεις, ενώ το ατομικό συμφέρον αντιτίθεται στη συμπεριφορά που υπαγορεύει ο νόμος.

Στην αποδοχή και τήρηση τέτοιου είδους κανόνων συνδράμουν δραστικά τα συναισθήματα και μάλιστα χωρίς την προσδοκία μελλοντικής ανταμοιβής. Τα συναισθήματα προσεγγίστηκαν από τον οικονομολόγο Frank ως τεχνάσματα για την επίλυση προβλημάτων σχεδιασμένα έτσι ώστε τα άτομα που χαρακτηρίζονται από υψηλό επίπεδο κοινωνικών σχέσεων να δρουν αποτελεσματικά μέσα σ' αυτές προς το μακροπρόθεσμο όφελος των γονιδίων τους. Αποτελούν ένα τρόπο εξομάλυνσης της διαμάχης μεταξύ του βραχυπρόθεσμου συμφέροντος και της μακροπρόθεσμης σύνεσης ευνοώντας την τελευταία (Ridley 1996: 133). Μάλιστα τα συναισθήματα είναι άμεσα συνδεδεμένα με ζητήματα δέσμευσης ανασύροντας στην επιφάνεια μακρινά κόστη που αλλιώς δεν θα εμπλέκονταν στον ορθολογικό υπολογισμό. Η οργή αποτρέπει τους παραβάτες, η ενοχή κάνει επώδυνη την απάτη για τον ίδιο το δράστη, η ζήλια είναι έκφραση του προσωπικού συμφέροντος, η περιφρόνηση κερδίζει σεβασμό, η ντροπή τιμωρεί, η συμπόνια συμβάλλει στην αμοιβαία συμπάθεια και η αγάπη φέρνει δέσμευση σε μια σχέση (Ridley 1996: 135).

Έτσι, στη θεμελίωση, διατήρηση και αύξηση του επιπέδου συνεργασίας στις ανθρώπινες σχέσεις, συμπεριλαμβανομένων και επιτυχών συναλλαγών που δε διασφαλίζονται μέσα από έγγραφες συμβάσεις, καθοριστικό ρόλο διαδραματίζουν η ντροπή, η ενοχή, η ενσυναίσθηση, οι τύψεις, η θλίψη, η υπερηφάνεια, και άλλα φιλοκοινωνικά συναισθήματα.³⁸ Πρόκειται για συναισθήματα που ωθούν το άτομο να ωφελήσει τα άλλα μέλη της ομάδας στην οποία ανήκει και συνήθως του προκαλούν μία αίσθηση δυσφορίας που το αποτρέπει να δράσει αντίθετα με τις προσωπικές του

³⁸ Η φιλοκοινωνική συμπεριφορά περικλείει στην κοινωνική ψυχολογία κάθε εθελοντική πράξη που στοχεύει στο όφελος κάποιου άλλου. Η αλτρουιστική συμπεριφορά θεωρείται γενικά υποείδος φιλοκοινωνικής συμπεριφοράς και τα κίνητρα της τελευταίας μπορεί να είναι αλτρουιστικά ή όχι. Η φιλοκοινωνική συμπεριφορά συμπεριλαμβάνει παροχή βοήθειας, μοίρασμα, δωρεά και έχει κοινά χαρακτηριστικά με την ηθική συμπεριφορά. (Lévy-Garboua et al. 2006: 562).

αξίες ή εκείνες των άλλων ατόμων των οποίων τη γνώμη εκτιμά. Αυτά τα φιλοκοινωνικά συναισθήματα μπορούν να θεωρηθούν αλτρουιστικά υπό την έννοια ότι ευνοούν τους άλλους με προσωπικό κόστος (Bowles & Gintis 2004).

Ο Gintis (2003) στην γραμμή του Herbert Simon διατείνεται ότι οι αλτρουιστικοί κανόνες μπορούν να «κάνουν ωτοστόπ» (*hitchhike*) στη γενικότερη τάση των εσωτερικοποιημένων κανόνων να ενδυναμώνουν την αρμοστικότητα σε προσωπικό επίπεδο. Το γονίδιο εσωτερικοποίησης (*internalization gene*) παρέχει την προδιάθεση στους ανθρώπους να συμμορφωθούν με κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς. Η εξήγηση για την κυριαρχία των φιλοκοινωνικών κανόνων είναι η συνεξελικτική γονιδιακή-πολιτισμική πολλαπλή επιλογή (*gene-culture coevolutionary multi-level selection*), οι κοινωνίες που προωθούν φιλοκοινωνικούς κανόνες σημειώνουν υψηλότερα επίπεδα επιβίωσης από εκείνες που δεν το κάνουν. Για την επιβίωση εντούτοις του εσωτερικοποιημένου αλτρουιστικού γονιδίου, τα άτομα που το φέρουν πρέπει με όρους αρμοστικότητας να είναι ισότιμα με εκείνα που δεν το φέρουν. Η απώλεια σε αρμοστικότητα που προκαλείται από την αλτρουιστική συμπεριφορά πρέπει να αντισταθμιστεί από το όφελος που αποκτούν τα άτομα ακολουθώντας κανόνες που ενδυναμώνουν την αρμοστικότητα. Αν συμβεί αυτό τότε το γονίδιο εσωτερικοποίησης θα επιβιώσει και για συγκεκριμένες παραμέτρους θα δημιουργηθεί μια σταθερή ισορροπία στην οποία η αλτρουιστική συμπεριφορά θα εξαπλωθεί.

Αποφασιστικό ρόλο στη διαμόρφωση μιας κοινωνίας παίζει ο πολιτισμικός κομφορμισμός (*cultural conformity*), κατά τον οποίο αν ένας πολιτισμικός κανόνας, μιμίδιο (*meme*), υπέρ της αλτρουιστικής συμπεριφοράς εξαπλώνεται σε ένα πληθυσμό, όπως φαίνεται και από το παράδοξο του Simpson,³⁹ η πίεση συμμόρφωσης αποτρέπει το δυνάμει λαθρεπιβάτη να παραβιάσει τον κανόνα. Κατά αναλογία προς την γενετική μεταβίβαση ο Dawkins έκανε λόγο και για πολιτισμική μεταβίβαση, στοιχειώδης μονάδα της οποίας αποτελεί το μιμίδιο το αντίστοιχο του γονιδίου. Όπως ακριβώς τα γονίδια διαδίδονται στη γονιδιακή δεξαμενή από σώμα σε σώμα, έτσι και τα μιμίδια διαδίνονται από εγκέφαλο σε εγκέφαλο μέσω ενός μηχανισμού επιλογής (που μπορεί να ονομαστεί μίμηση) που προάγει την κουλτούρα.

³⁹ Το παράδοξο αυτό δείχνει ότι ο αλτρουισμός μπορεί να εξελιχθεί όταν υφίσταται σε περισσότερες από μία ομάδες σε μια κοινότητα, σε αντίθεση με τη βασική ιδέα της εξελικτικής διαδικασίας που θεωρεί την εγωιστική συμπεριφορά υπεύθυνη για την ατομική επιβίωση (Tucci 2003: 11).

Από τη στιγμή που διαφορετικές ομάδες ακολουθούν σε γενικές γραμμές διαφορετικούς κανόνες, θα υπάρξει μια πολιτισμική επιλογή της ομάδας που θα προωθεί πιο αλτρουιστικούς κανόνες οι οποίοι θα έχουν τη μεγαλύτερη ωφέλεια για την ομάδα στο σύνολό της (Tucci 2003: 13).

Η λειτουργία ελέγχου που επιτελούν οι κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς αυξάνει τη συχνότητα της αλτρουιστικής συμπεριφοράς, αυξάνοντας την ποικιλία μεταξύ των ομάδων συγκριτικά με την ποικιλία μέσα στην ομάδα και σταθεροποιώντας την εξελικτική διαδικασία, γιατί η συμπεριφορά του ατόμου υπόκειται στον «έλεγχο» (Tucci 2003: 12). Ο αλτρουισμός τείνει να εξαφανιστεί όταν η επιλογή λαμβάνει χώρα μέσα σε μια δεδομένη ομάδα. Η αυτοθυσία με βιολογικούς όρους αρμοστικότητας για χάρη των άλλων οδηγεί στην εξάλειψη του αλτρουιστή, αν οι συγκεκριμένοι άλλοι δεν ανταποδώσουν τις ωφέλειες που έλαβαν. Ως συνέπεια του φαινομένου του λαθρεπιβάτη, η εγωιστική συμπεριφορά θα κυριαρχήσει έως ο αλτρουισμός τελικά εξαφανιστεί. Αν όμως μια ομάδα ανταγωνίζεται μια άλλη, αυτή με τους αλτρουιστές θα είναι σε καλύτερη θέση από εκείνη με τους εγωιστές και μάλιστα η επιτυχία της θα εξισορροπήσει το γεγονός ότι μέσα σε μια ομάδα οι εγωιστές έχουν μεγαλύτερο πλεονέκτημα από τους αλτρουιστές. Κατά συνέπεια ο αλτρουισμός εξελίσσεται και υφίσταται ανάμεσα στα διαφορετικά μέλη μιας κοινότητας.

Η εξέλιξη της συνεργασίας και της τιμωρίας εύλογα θεωρείται μία συνέπεια της τάσης της υιοθέτησης κοινών συμπεριφορών κατά τη διαδικασία κοινωνικοποίησης. Οι άνθρωποι είναι τα μοναδικά πρωτεύοντα θηλαστικά που αποκτούν ένα μεγάλο μέρος της συμπεριφοράς τους από άλλους ανθρώπους μέσω κοινωνικής μάθησης. Οι ειδικοί πολιτισμικοί μηχανισμοί μεταβίβασης της εν λόγω μάθησης είναι: α) «αντιγραφή/μίμηση του επιτυχημένου» (*copy the successful*), που ορίζεται ως η μεταβίβαση που οφείλεται σε προκαταλήψεις ωφέλειας ή κύρους (*pay-off biased or prestige-biased transmission*), και β) «αντιγραφή της πλειοψηφίας» (*copy the majority*), που σημαίνει κομφορμιστική μεταβίβαση (*conformist transmission*). Μέσω αυτών των μηχανισμών επιτυγχάνεται η απόκτηση σύνθετων και υψηλού επιπέδου προσαρμοστικών τύπων συμπεριφορών με γρήγορο και οικονομικό τρόπο. Μάλιστα, η συμβατική μεταβίβαση της γνώσης μπορεί να σταθεροποιήσει τη συνεργασία που

κοστίζει χωρίς τιμωρία, αλλά αυτό συμβαίνει μόνο στην περίπτωση που είναι πολύ ισχυρή (Henrich & Boyd 2001: 80-1).

Η βασική ιδέα λοιπόν που επικρατεί στη βιβλιογραφία σχετικά με την κοινωνική εξέλιξη αντιτασσόμενη στην ορθολογική προσέγγιση είναι ότι τα πολιτισμικά στοιχεία, όπως οι προτιμήσεις, οι αξίες, οι κανόνες, οι συνήθειες και οι ταυτότητες δεν είναι μόνο έμφυτα χαρακτηριστικά των ατόμων, αλλά ενδογενή, με την έννοια ότι αποκτώνται και επηρεάζονται από τις ποικίλες διεργασίες της πολιτισμικής μεταβίβασης και της κοινωνικής επιλογής, οι οποίες με τη σειρά τους δέχονται τις επιδράσεις των οικονομικών θεσμών που υπάρχουν σε μια κοινωνία.

Στη γραμμή των κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς που υπαγορεύουν αλτρουιστική συμπεριφορά εντάσσεται στη βιβλιογραφία η περίπτωση εκείνων που έσωζαν τους Εβραίους από τους Ναζί με κίνδυνο της ζωής τους και των οικογενειών τους. Σε έρευνα (Monroe 1991) που αφορούσε αυτούς τους ανθρώπους όλες οι απαντήσεις συνέκλιναν σε τέσσερα σημεία:

- η απόφασή τους για βοήθεια ήταν αυθόρμητη, απαλλαγμένη από υπολογισμούς κόστους-οφέλους
- δεν δρούσαν έτσι για να νιώσουν οι ίδιοι καλά σε ψυχολογικό επίπεδο
- λάμβαναν μόνοι τους τις αποφάσεις και για λόγους ασφάλειας δεν τις συζητούσαν με άλλους εκτός κι αν ήταν απολύτως απαραίτητο. Δεν αποφάσιζαν με την ελπίδα να καθιερώσουν συντροφικούς δεσμούς με άλλους που έκαναν το ίδιο ούτε υποκινούνταν από ομάδες αλτρουιστών (*clusters of altruists*) που μπορεί να τους προσέλκυε η ενσυναίσθηση ή η αίσθηση καθήκοντος που επεδείκνυαν
- δεν υπολόγιζαν πόσα μπορούσαν ή έπρεπε να προσφέρουν και πόσα θα έπρεπε να κρατήσουν για τους ίδιους. Αποδέχονταν κάθε δυσχέρεια για να ανταποκριθούν στις ανάγκες των Εβραίων φιλοξενούμενών τους, χωρίς να κάνουν διακρίσεις μεταξύ των αναγκών των προσωπικών τους και των οικογενειών τους με εκείνες των φιλοξενούμενών τους.

Οι άνθρωποι αυτοί θεωρούσαν ότι δεν είχαν άλλη επιλογή παρά να πράξουν έτσι, και δεν πίστευαν ότι έκαναν κάτι εξαιρετικό που άξιζε ιδιαίτερο βραβείο ή έπαινο.

Αντιμετώπιζαν τους Εβραίους όπως τους εαυτούς τους έχοντας την αντίληψη ότι το άτομο αποτελεί μέλος μιας ομάδας, μιας κοινής ανθρωπότητας (*shared humanity*) και ταυτίζεται με τους υπόλοιπους. Εδώ εντοπίζεται και η διαφορά τους με όσους δεν βοηθούσαν τους Εβραίους από τους οποίους έλειπε αυτή η ταύτιση.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Από την επισκόπηση της βιβλιογραφίας την οποία αναπτύξαμε στο παρόν κεφάλαιο είδαμε ότι στην προσπάθεια εξήγησης της αλτρουιστικής συμπεριφοράς, οι οικονομολόγοι και οι εξελικτικοί βιολόγοι συγκροτούν μοντέλα που επικεντρώνονται στην πράξη και όχι στο κίνητρο που την υποκινεί. Με αυτό τον τρόπο αναγνωρίζουν και εξηγούν τα συμπεριφορικά συμβάντα, προσπερνώντας και συνεπώς υποβιβάζοντας τη διάσταση του κινήτρου μιας πράξης. Από την άλλη πλευρά, οι γνωστικοί ψυχολόγοι και οι νευροεπιστήμονες μελετούν κατά κύριο λόγο τα κίνητρα. Το πρόβλημα που ανακύπτει εδώ είναι ότι τα εξηγητικά τους μοντέλα είναι προσκολλημένα σε θεωρητικές υποθέσεις, οι οποίες δεν δίνουν πολλά περιθώρια για την εμπειρική επαλήθευση των συμπεριφορών ατομικού συμφέροντος και συμπεριφορών που απευθύνονται στους άλλους. Η αποκλειστική εξέταση της πράξης ή ο μεμονωμένος έλεγχος των κινήτρων μας αναγκάζουν να αποτιμούμε την πράξη ξεχωριστά από το κίνητρο.

Γενικά η αλληλεπίδραση μεταξύ του ατόμου που δρα και του αποδέκτη της πράξης μπορεί να αναπαρασταθεί στο παρακάτω σχήμα:

	Κόστος στον εαυτό	Όφελος στον εαυτό
Όφελος στον άλλο	Αλτρουισμός	Αμοιβαία ωφέλεια (<i>mutualism</i>)
Κόστος στον άλλο	Εμπάθεια (<i>spite</i>) / Αλτρουιστική τιμωρία (<i>altruistic punishment</i>)	Εγωισμός

Πίνακας 1

Αναδύεται στο σημείο αυτό η ανάγκη να γεφυρωθεί το χάσμα μεταξύ κινήτρου και πράξης. Μία πρόταση για το πώς μπορούν να συγκεραστούν οι δύο προσεγγίσεις αποτελεί η θεώρηση του αλτρουισμού με όρους διεκπεραίωσης (*processual terms* - Losco 1986). Αυτή η οπτική υποδηλώνει ότι ο αλτρουισμός αφορά μια σύνθετη αλληλουχία σταδίων κατά την οποία η πληροφορία που έχει το άτομο οργανώνεται και διεκπεραιώνεται από εσωτερικές και εξωτερικές πηγές. Με βάση αυτή τη διαθέσιμη πληροφορία το άτομο αποφασίζει αν θα επιλέξει ή όχι πράξεις που στοχεύουν στην προώθηση της ευημερίας των άλλων. Στο πλαίσιο αυτό μια πράξη ορίζεται ως αλτρουιστική όταν έστω και εν μέρει το άτομο λαμβάνει υπόψη του την ευημερία του άλλου. Πρόκειται για μια ευρεία ερμηνεία που συμπεριλαμβάνει τόσο ανιδιοτελείς πράξεις όσο και πράξεις συνεργασίας στις οποίες κάποια ανταπόδοση μπορεί να προκύψει για το δρών υποκείμενο. Υπό αυτή τη θεώρηση, ο αλτρουισμός δεν εξηγείται αποκλειστικά με βάση την προέλευσή του (κίνητρο) ή τις συνέπειες της πράξης στους άλλους.

Η διερεύνηση της αλτρουιστικής συμπεριφοράς οφείλει να λάβει υπόψη της τόσο τα κίνητρα όσο και τις συνέπειες των αλτρουιστικών πράξεων. Αυτός είναι ο σκοπός του επόμενου κεφαλαίου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ: ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΑΤΟΜΟ: ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΠΡΑΞΗ

Ο βαθμός εκδήλωσης και έκφρασης της αλτρουιστικής συμπεριφοράς δεν είναι σταθερός, αλλά διαφέρει από άτομο σε άτομο. Ούτε όλοι οι άνθρωποι διακρίνονται από τα ίδια κίνητρα. Κάποιοι είναι προσανατολισμένοι στον εαυτό τους (*self-oriented*) και δεν δείχνουν κανένα ενδιαφέρον για την ευημερία των άλλων. Άλλοι ενδιαφέρονται για την ευημερία των άλλων, άλλοι πάλι σέβονται τους άλλους, θέτοντας περιορισμούς στην συμπεριφορά τους. Σε ένα υψηλότερο επίπεδο, οι αλτρουιστές υποκινούνται ευρέως από ενδιαφέρον για τους άλλους. Αυτά τα επίπεδα ενδιαφέροντος και σεβασμού προς τους άλλους, που προκαλούνται από μη εγωιστικό ενδιαφέρον, αν και αντίθετα προς την ορθολογική επιλογή έχουν κάποιο ενδιαφέρον να μελετηθούν μέσα από την οπτική της.

Η εγωιστική συμπεριφορά είναι κυρίαρχη στις καθημερινές ανθρώπινες υποθέσεις και η πεποίθηση αυτή υιοθετείται σε μεγάλο βαθμό και από τις κοινωνικές επιστήμες. Οι άνθρωποι εκφράζονται και δρουν με βάση το ατομικό τους συμφέρον, γιατί το τελευταίο γίνεται αντιληπτό ως ένας φυσικός νόμος, τον οποίο πιστεύουν ότι δεν πρέπει να παραβιάσουν και συνεπώς προσπαθούν να τον τηρήσουν. Οπότε το ατομικό συμφέρον λαμβάνει κάποιες φορές τη μορφή ενός κανόνα συμπεριφοράς και έχει αξιολογικό χαρακτήρα. Όποτε οι άνθρωποι επιλέγουν πράξεις ή εκφράζουν απόψεις, οι οποίες δεν βασίζονται στο ατομικό συμφέρον, τότε φοβούνται ότι μια τέτοια συμπεριφορά θα θεωρηθεί αφύσικη και αποκλίνουσα (Miller 1999). Μολαταύτα, είναι γεγονός ότι η αλτρουιστική συμπεριφορά υφίσταται και παρατηρείται στις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, έστω κι αν αποτελεί εξαίρεση οι άνθρωποι να συμπεριφέρονται δημοσίως αντιτασόμενοι στο ατομικό τους συμφέρον.

Όπως είδαμε στο πρώτο κεφάλαιο τις τελευταίες δεκαετίες το ενδιαφέρον για τον αλτρουισμό μετατοπίστηκε στις κοινωνικές επιστήμες και η σύγχρονη έρευνα εστιάζεται σε εννοιολογικές και μεθοδολογικές διαμάχες. Από τη διεπιστημονική συζήτηση προκύπτουν και διακρίνονται τέσσερις διαφορετικές άλλα σχετικές εννοιολογικές προσεγγίσεις (Clavien & Chapuisat 2012):

(α) ψυχολογικός αλτρουισμός, που ταυτίζεται με το γνήσιο κίνητρο της προώθησης των συμφερόντων και της ευημερίας των άλλων,

(β) αναπαραγωγικός (βιολογικός), που αφορά στην προαγωγή της αναπαραγωγής και επιβίωσης των άλλων με προσωπικό κόστος,

γ) συμπεριφορικός αλτρουισμός, που έχει να κάνει με το να επωμίζεται κανείς κόστος για χάρη κάποιου άλλου,

δ) αλτρουισμός ως προτίμηση, που αποτελεί ουσιαστικά μια προτίμηση για τα συμφέροντα των άλλων.

Από οποιαδήποτε οπτική κι αν εξεταστεί ο αλτρουισμός, αυτό που δεχόμαστε είναι η διερεύνηση του φαινομένου σε υγιή άτομα, ως μια φυσιολογική συμπεριφορά. Δεν μας απασχολεί αυτή που θα αποκαλούσαμε «σκοτεινή» πλευρά του αλτρουισμού. Σύμφωνα με αυτή, κάποιες φορές η πρόθεση του ατόμου μπορεί να αποσκοπεί στην ευημερία του άλλου, αλλά αντί η συμπεριφορά του να έχει ωφέλιμα αποτελέσματα, καταλήγει να επιφέρει αρνητικές συνέπειες στον άλλον ακόμα και στο ίδιο. Πρόκειται για το φαινόμενο του παθολογικού αλτρουισμού, ο οποίος από την οπτική ενός αμερόληπτου παρατηρητή είναι ανορθολογικός και οδηγεί σε επιβλαβείς πράξεις ακόμα και σε μια μεγάλη ομάδα, όπως αυτοκτονία και γενοκτονία (Oakley et al. 2012). Ενώ το άτομο προτίθεται και επιχειρεί να κάνει μια καλή πράξη, εν τέλει καταλήγει να επιδεινώνει την κατάσταση ή να δημιουργεί περισσότερα προβλήματα, αναμενόμενα ή μη, από αυτά που είχε σκοπό να λύσει.

Η διεπιστημονική συζήτηση που εξετάστηκε στο πρώτο κεφάλαιο έδειξε ωστόσο ότι η συμπεριφορά διακρίνεται σε δύο επίπεδα: στα *κίνητρα* και στην *πράξη*. Παρόλο που ο όρος *πράξη* εμπεριέχει την έννοια του κινήτρου, το οποίο προηγείται χρονικά από αυτή και προσδιορίζει την αιτία της αλλά και το σκοπό που καλείται να εκπληρώσει με την πραγμάτωσή της, η αλτρουιστική δράση έχει την ιδιαιτερότητα να προσδιορίζεται ως τέτοια από την πρόθεση που τη διακρίνει. Αυτός είναι ο λόγος που παρατηρείται συχνά μια καχυποψία και αμφισβήτηση όσον αφορά τη γνησιότητά της. Το κίνητρο είναι εκείνο που την καθορίζει ως γνήσια ή αγνή εν γένει, σε βαθμό που κάποιες φορές όταν το κίνητρο φαίνεται εγωιστικό, η συμπεριφορά να χαρακτηρίζεται εν τέλει εγωιστική ακόμα κι αν ο πράττων εκουσίως ωφέλησε κάποιον άλλον σε βάρος του. Κρίνουμε απαραίτητο, λοιπόν, να εμμείνουμε και να εμβαθύνουμε σε αυτό το διαχωρισμό, διότι όταν το κίνητρο για αλτρουισμό συνδέεται με επιβολή συμπεριφορών που υπηρετούν συγκεκριμένες πρωτογενείς ή

δευτερογενείς ορμές, τότε οδηγούμαστε στο περίφημο «παράδοξο του αλτρουισμού» (*altruistic paradox*). Η συζήτηση περί αγνότητας των αλτρουιστικών κινήτρων εγείρει αναπόδραστα το ερώτημα: Αν η επιβολή είναι αναγκαία για την απόκτηση και διατήρηση της αλτρουιστικής συμπεριφοράς, τότε πώς μπορεί να εξηγηθεί ο αλτρουισμός που εξ ορισμού δεν απαιτεί ανταμοιβές; (Wispe 1972: 9)

Η επιστήμη της ψυχολογίας δίνει έμφαση στα κίνητρα για την κατανόηση και εξήγηση της αλτρουιστικής συμπεριφοράς, με τη διερεύνησή της να εστιάζεται στη γνησιότητα των κινήτρων, ακολουθώντας έτσι τον ψυχολογικό αλτρουισμό. Στη διαμόρφωση των κινήτρων συγκαταλέγονται οι αξίες, οι πεποιθήσεις και οι κανόνες, που συχνά αναφέρονται στη βιβλιογραφία ως εσωτερικές διεργασίες (Turaga et al. 2010). Αντίθετα, η οικονομική επιστήμη επικεντρώνεται στην υλοποίηση της πράξης, εξετάζοντας κατά κύριο λόγο τις προτιμήσεις των ανθρώπων. Επομένως, στο πλαίσιο της συζήτησης για το περιεχόμενο του όρου ‘αλτρουιστική συμπεριφορά’ προκύπτουν αναπόφευκτα ερωτήματα που οφείλουν να απασχολήσουν την εν λόγω έρευνα, όπως το αν τα κίνητρα μπορούν να είναι γνήσια αλτρουιστικά, αν ή σε ποιο βαθμό είναι αλτρουιστικές οι προτιμήσεις που απευθύνονται στους άλλους.

Αν και η θεωρία της ορθολογικής επιλογής προσεγγίζει τις προτιμήσεις ως εξωγενείς και δεδομένες και η δημιουργία της δομής τους καθώς και των οικονομικών μονάδων μεταφέρονται ως *explanada* στην κοινωνιολογία και την ψυχολογία (Γέμτος 1987: 198), κρίνουμε ότι λόγω της ιδιαιτερότητας της αλτρουιστικής συμπεριφοράς, τα κίνητρά της οφείλουν να εξεταστούν και να αναλυθούν περεταίρω και να μη θεωρηθούν δεδομένα. Κι αυτό, διότι συχνά στη βιβλιογραφία δεν αποσαφηνίζεται ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιείται ο αλτρουισμός ως εργαλείο εξήγησης της συμπεριφοράς. Για παράδειγμα, οι Fehr και Fischbacher (2003) μέσα στο κείμενο ενώ αφενός εκκινούν ρητά με μια συμπεριφορική προσέγγιση αφετέρου κάνουν λόγο και για αλτρουιστικά κίνητρα, συγχέοντας τη διάκριση συμπεριφορικού και ψυχολογικού αλτρουισμού. Από την άλλη πλευρά οι Fehr και Gächter (2000) δεν αποδέχονται τον αλτρουισμό ως αυτόνομο εργαλείο που επαρκεί για την εξήγηση της υπό προϋποθέσεις συνεργασίας. Ενώ στην περίπτωση της αλτρουιστικής τιμωρίας (Fehr & Gächter 2002) και της ισχυρής αμοιβαιότητας (Gintis 2004), ο αλτρουισμός είναι αποτέλεσμα της πράξης και όχι κίνητρο και φυσικά όχι ανεξάρτητο εξηγητικό εργαλείο. Αυτός είναι ο λόγος

που η προσέγγισή μας ενδεχομένως να είναι πιο γόνιμη για τη διασάφηση και οριοθέτηση του όρου ‘αλτρουισμός’ και η ανάλυση των κινήτρων της αλτρουιστικής συμπεριφοράς μπορεί να ενισχύσει και να εμπλουτίσει τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής.

Αυτό που υποστηρίζουμε είναι ότι ο αλτρουισμός δεν μπορεί να υπάρξει αυτόνομα και ανεξάρτητα από τον εγωισμό, ο οποίος είναι σύμφυτος/εγγενής του ανθρώπου και ως εκ τούτου θεωρείται δεδομένος. Για τον λόγο αυτόν, τα εγωιστικά κίνητρα μιας πράξης δε χρήζουν περαιτέρω τεκμηρίωσης. Αντίθετα, φαίνεται να προκύπτει πως ο αλτρουισμός **δεν μπορεί να υπάρξει ανεξάρτητα από τον εγωισμό**, χωρίς όμως αυτό να οδηγεί αναγκαστικά στον ψυχολογικό εγωισμό, στη φιλοσοφική δηλαδή θέση που πρεσβεύει πως αποτελεί ψυχολογικό νόμο ο άνθρωπος να πράττει πάντα με στόχο τη μεγιστοποίηση του προσωπικού του οφέλους με βάση το σύνολο των πεποιθήσεών του. Δίχως την ύπαρξη και συνείδηση του εγώ, δεν είμαστε σε θέση να συνειδητοποιήσουμε και να κατανοήσουμε τον άλλον ούτε να γίνουμε αμερόληπτοι παρατηρητές. Το δρων υποκείμενο διαθέτει την αίσθηση της ενέργειας (*sense of agency*) που ταυτίζεται με την υποκειμενική επίγνωση ότι το ίδιο εκκινεί, εκτελεί και ελέγχει τις πράξεις του με τη βούλησή του (Gallagher 2000). Εξάλλου το γνήσιο αλτρουιστικό κίνητρο απαιτεί πρώτα την συνείδηση, την αίσθηση της ενέργειας και την αγάπη του εαυτού. Η συνείδηση του εαυτού προϋποθέτει την ικανότητα του ατόμου να κατανοεί το νου των άλλων ανθρώπων. Συνεπώς, οι αλτρουιστικές τάσεις αναδύονται ταυτόχρονα μαζί με άλλες ικανότητες, όπως την αυτοβιογραφική μνήμη,⁴⁰ η οποία δίνει τη δυνατότητα στο άτομο να αντιλαμβάνεται και να τοποθετεί τον εαυτό του⁴¹ ως μέρος μιας ιστορίας με παρελθόν, παρόν και μέλλον, στην οποία συμμετέχει ο ίδιος και άλλοι (Music 2012). Εφοδιασμένος με αυτή την ικανότητα ο άνθρωπος μπορεί στη συνέχεια αναστοχαστικά και ορθολογικά με την ανάλυση κόστους-οφέλους να εκτιμήσει τον άλλον και να έχει λόγους να επιθυμεί να προβεί σε μια υλική ή κοινωνική θυσία για χάρη του άλλου. Η αλτρουιστική του επιθυμία προϋποθέτει ότι αφενός το άτομο έχει επίγνωση των συνεπειών της πράξης του στην ευημερία των άλλων και αφετέρου πρέπει να

⁴⁰ Η αυτοβιογραφική μνήμη αρχίζει να αναπτύσσεται από τη χρονική στιγμή που τα παιδιά αναγνωρίζουν τον εαυτό τους στον καθρέφτη, γεγονός που λαμβάνει χώρα μεταξύ 18 και 24 μηνών.

⁴¹ Να επισημάνουμε εδώ ότι ο εαυτός του ανθρώπου εξελίσσεται και μεταβάλλεται κατά τη διάρκεια της ζωής του (Rachlin 2002).

αισθάνεται μια προσωπική ευθύνη για τις αρνητικές συνέπειες που θα ανακύψουν αν δεν προβεί στη συγκεκριμένη πράξη (Schwartz 1970).

Το ζήτημα που εγείρεται είναι ο τρόπος που αναδύεται αυτή η αλτρουιστική επιθυμία που αντανακλά ένα γνήσιο ενδιαφέρον για την ευημερία του άλλου, έτσι ώστε η τελευταία να τίθεται σε προτεραιότητα στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας του πράττοντος. Καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι τα κίνητρα της αλτρουιστικής συμπεριφοράς είναι **ετεροκαθοριζόμενα**. Πρόκειται για μία θέση, η οποία, όπως έδειξε η επισκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας στο πρώτο κεφάλαιο, είτε δεν έχει υποστηριχτεί είτε υποστηρίζεται έμμεσα μέσω του μοντέλου του νόθου αλτρουισμού (Andreoni 1989). **Θεωρούμε ότι δεν υπάρχουν αμιγώς αλτρουιστικά κίνητρα**. Σε αντίθεση με το ατομικό συμφέρον, την ακριβοδικία, τα συναισθήματα και τις ηθικές αξίες που συνιστούν αυτόνομα κίνητρα μιας πράξης, χωρίς να απαιτείται περαιτέρω αιτιολόγηση, το αλτρουιστικό κίνητρο δεν χαρακτηρίζεται από εξηγητική αυτονομία, αλλά έχει ανάγκη από κάποια άλλη βάση και συνήθως στα παραπάνω κίνητρα ανάγεται η προέλευσή του. Δεν είναι τυχαίο που χρησιμοποιείται ως επιθετικός προσδιορισμός για να χαρακτηρίσει κάποια συναισθήματα, ηθικές αξίες, κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς (μιλάμε για παράδειγμα, για αλτρουιστικά συναισθήματα). Κατά κύριο λόγο το αλτρουιστικό κίνητρο είναι εξαρτημένο από άλλα κίνητρα πιο αυτόνομα και ισχυρά.

Με άλλα λόγια, μέσα από τις έρευνες που εξετάσαμε στο πρώτο κεφάλαιο από διαφορετικά επιστημονικά πεδία συμπεραίνουμε **ότι η επιθυμία και το ενδιαφέρον ενός ατόμου για την προώθηση της ευημερίας των άλλων (υλικής ή κοινωνικής) με προσωπικό κόστος δεν είναι αυτόνομη**. Για τη διασάφηση του αλτρουιστικού κινήτρου η προσέγγισή μας είναι πλουραλιστική, δεν είναι δηλαδή μονοσήμαντη και μονοδιάστατη, υπό την έννοια ότι το ίδιο το αλτρουιστικό κίνητρο δεν έχει μια αυτενέργεια, αλλά διαμορφώνεται στη βάση άλλων κινήτρων. Τα κίνητρα επομένως που διαμορφώνουν ένα αλτρουιστικό ενδιαφέρον, το οποίο πραγματώνεται και αντακλάται μέσω της πράξης είναι τα κάτωθι, όπως προέκυψε από την επισκόπηση της βιβλιογραφίας:

- 1) το προσωπικό συμφέρον (οικονομικό, ψυχολογικό, κοινωνικό) (Becker 1981)
- 2) κάποια φιλοκοινωνικά συναισθήματα, όπως η ενσυναίσθηση (Batson 1992) και η συμπάθεια (Kolm 2006)

- 3) η αμοιβαιότητα (με κριτήριο την ακριβοδικία που οδηγεί στη λεγόμενη αλτρουιστική τιμωρία) (Gintis 2004, Fehr & Gächter 2002)
- 4) άλλες φιλοκοινωνικές διαδικασίες, όπως αποστροφή προς την ανισότητα ή άνιση κατανομή των πόρων (Fehr & Henrich 2003)
- 5) κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς (Fehr & Gächter 2000, Field 2001)
- 6) ηθικές αξίες

Φαίνεται ότι η εξήγηση των αλτρουιστικών κινήτρων είναι πλουραλιστική. Τα εν λόγω κίνητρα, που έχουν εσωτερικευθεί και διαμορφωθεί με βάση τις πεποιθήσεις και το κοινωνικό και θεσμικό περιβάλλον του ατόμου, το οποίο θέτει περιορισμούς όσον αφορά την ανθρώπινη δράση, είναι σε θέση να διαμορφώσουν μια αλτρουιστική προτίμηση, η οποία με τη σειρά της οδηγεί σε αλτρουιστική πράξη. Αυτό που θα επιχειρήσουμε να δείξουμε εν συνεχεία είναι η ηδονιστική θεμελίωση των κινήτρων καθώς και ότι ο αλτρουισμός ελέγχεται από τον εγωισμό και είναι αναγκαία κατά κύριο λόγο η έγκριση του ατομικού συμφέροντος για να λάβει χώρα μια αλτρουιστική πράξη.

2.1 ΗΔΟΝΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΓΩΙΣΤΙΚΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ ΑΛΤΡΟΥΙΣΤΙΚΟΥ ΚΙΝΗΤΡΟΥ

Ηδονισμός είναι η φιλοσοφική θέση που πρεσβεύει ότι η μεγιστοποίηση της ευχαρίστησης ή της ευτυχίας συνιστά το ύψιστο αγαθό και τον σκοπό της ζωής (Drakopoulos 1990). Δεν είναι τυχαίο που απόρροια της αλτρουιστικής πράξης είναι συνήθως μια προσωπική ικανοποίηση. Γι αυτό, είδαμε ότι ο Andreoni (1989) έκανε λόγο για ένα ευχάριστο συναίσθημα (*warm glow*) που καθιστά τον αλτρουισμό νόθο και όχι αγνό. Όσοι υποκινούνται από το ευχάριστο συναίσθημα ενδιαφέρονται για το ποσό που οι ίδιοι προσφέρουν, με αποτέλεσμα αυτή η ατομική προσφορά να συνιστά ένα ιδιωτικό αγαθό, από τη στιγμή που από την πράξη της προσφοράς του το άτομο αντλεί ωφέλεια (Tonin & Vlassopoulos 2010). Το ευχάριστο συναίσθημα εντούτοις δεν υποδηλώνει ιδιοτέλεια. Πρόκειται για ένα κίνητρο με εξισωτική διάσταση, κατά το οποίο ο δωρητής δε λαμβάνει υπόψη του τα χαρακτηριστικά του παραλήπτη και υποκινεί τους ανθρώπους να βοηθήνε άλλους σε ανάγκη (Fong 2007).

Είτε μέσα από την πράξη του αλτρουισμού το άτομο επιδιώκει μια εσωτερική ευχαρίστηση είτε όχι, τα κίνητρα που ωθούν στη συγκεκριμένη πράξη έχουν ηδονιστικό και συνεπώς εγωιστικό θεμέλιο. Η ηδονιστική ερμηνεία των κοινωνικών

προτιμήσεων μπορεί να υπονοεί ότι τέτοιες πράξεις λαμβάνουν χώρα ακριβώς επειδή παρέχουν το ευχάριστο συναίσθημα της ανταμοιβής (Fehr & Camerer 2007). Η θέση αυτή ενισχύεται και τεκμηριώνεται μέσα από τις πειραματικές έρευνες που διεξάγονται από τις νευροεπιστήμες και οι οποίες δια φωτίζουν σε μεγάλο βαθμό τις υποθέσεις των οικονομικών.

2.1.1 Ενσυναίσθηση

Μία βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη της προσωπικής επιθυμίας για αλτρουιστική πράξη από ψυχολογική σκοπιά είδαμε ότι είναι η ενσυναίσθηση, η οποία βασίζεται σε εξελικτικά, βιοχημικά και νευρολογικά θεμέλια (Decety 2011). Κατά τη μακρά διάρκεια της εξελικτικής διαδικασίας έχουν αναπτυχθεί αποτελεσματικοί και πολυσύνθετοι νευροβιολογικοί μηχανισμοί, που διακρίνουν τα εχθρικά από τα φιλόξενα ερεθίσματα και οργανώνουν τον τρόπο ανταπόκρισης και προσαρμογής σ' αυτά. Αυτό το σύνολο των νευρικών συστημάτων ενέχει γενετικό και γονιδιακό έρεισμα, προκειμένου να καθιστά ικανά τα ζώα να αξιολογούν και να ανταποκρίνονται χωρίς προϋποθέσεις και άμεσα σε διάφορα ερεθίσματα όπως απειλής ή τροφής, ευχάριστα ή δυσάρεστα, επιθυμητά ή αποκρουστικά, γεγονός που είναι εφικτό με τη χρήση συγκεκριμένων μοτίβων ανταπόκρισης που προσαρμόζονται καλύτερα στα συγκεκριμένα είδη και στις περιβαλλοντικές συνθήκες.

Η ενσυναίσθηση εξελίχθηκε στα ζώα ως ο μείζων γενεσιουργός μηχανισμός του αλτρουισμού που απευθύνεται άμεσα σε κάποιον άλλο που έχει ανάγκη από βοήθεια, βιώνει πόνο ή βρίσκεται σε μια δυσμενή κατάσταση (de Waal 2008). Η εφαρμογή του μηχανισμού της ενσυναίσθησης ξεπερνάει τα οικεία περιβάλλοντα και εφαρμόζεται σε ευρύτερα δίκτυα κοινωνικών σχέσεων, εφόσον η ίδια συνιστά ένα ισχυρό διαπροσωπικό φαινόμενο, αναγκαίο για την καθημερινή επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων. Διευκολύνει τη γονική φροντίδα των παιδιών, προωθεί την ένταξη σε ομάδες και την κοινωνικοποίηση, προετοιμάζει το έδαφος για την ανάπτυξη του ηθικού λόγου και είναι σε μεγάλο βαθμό υπεύθυνη για την υποκίνηση της αλτρουιστικής συμπεριφοράς (Decety 2011).

Μέσω της ενσυναίσθησης το άτομο συντονίζεται γρήγορα και αυτόματα με τις συναισθηματικές καταστάσεις των άλλων, γεγονός ουσιώδες για τη ρύθμιση των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων και τη συνεργασία μεταξύ όσων μοιράζονται κοινούς σκοπούς. Ο αλτρουισμός απορρέει από την ενσυναίσθηση όχι μόνο αντανακλαστικά

αλλά και ως διαδικασία μάθησης. Τα άτομα που διακρίνονται από υψηλά επίπεδα ενσυναίσθησης επιδεικνύουν μεγαλύτερη κλίση σε ασυνείδητη μίμηση μιας συμπεριφοράς (για παράδειγμα χασμουρητό), σε αντίθεση με αυτιστικούς ανθρώπους που διακρίνονται από καθυστέρηση τόσο ως προς την ενσυναίσθηση όσο και τη μίμηση (Charman 2002).

Η στοιχειώδης ικανότητα των ανθρώπων να αντιλαμβάνονται ότι η πράξη κάποιου άλλου ατόμου δημιουργείται από τον εαυτό⁴² και προσανατολίζεται προς κάποιο σκοπό μπορεί να συγκροτεί τη βάση της ενσυναίσθησης και κατ' επέκταση του αλτρουισμού. Η αντίληψη της εν λόγω ενέργειας του νου, να κατανοεί δηλαδή τις πράξεις και τις προθέσεις του άλλου, η οποία ουσιαστικά αποτελεί προϋπόθεση του αλτρουισμού, εντοπίζεται σε κάποια κέντρα στο δεξί ημισφαίριο του εγκεφάλου. Ειδικότερα, σύμφωνα με τους Tankersley et al. (2007) παρατηρείται μια σημαντική συσχέτιση μεταξύ του αλτρουισμού και της ενεργοποίησης αυτών των εγκεφαλικών περιοχών, έτσι ώστε κατά τη διεξαγωγή ενός πειράματος στα άτομα που εκδήλωναν μεγαλύτερη τάση προς αλτρουισμό η δραστηριοποίηση των συγκεκριμένων κέντρων ήταν πιο αυξημένη.

Βλέπουμε λοιπόν ότι η ενσυναίσθηση έχει και γνωστική και συναισθηματική διάσταση. Και οι δύο αυτές διαστάσεις της φαίνεται να βασίζονται σε διαφορετικούς νευρωνικούς μηχανισμούς. Η γνωστική της διάσταση δηλώνει την κατανόηση των διανοητικών καταστάσεων των άλλων ανθρώπων, ενώ η συναισθηματική (*affective*) συνεπάγεται την εμπειρία ή το να βιώνει κανείς παρόμοιων συναισθημάτων με τα δικά μας. Μάλιστα, η τελευταία είναι πιο ισχυρή και συνδέεται πιο στενά με τον αλτρουισμό, αφού οδηγεί σε μεγαλύτερο βαθμό σε αλτρουιστική διανομή των πόρων κατά τη διεξαγωγή του παιγνίου του δικτάτορα (Edele et al. 2013).

2.1.2 Αμοιβαιότητα – Αποστροφή προς την ανισότητα

Οι ανταποκρίσεις που προέρχονται από την ενσυναίσθηση⁴³ συντονίζονται από προτιμήσεις που μαθαίνονται, δίνοντας έτσι ένα νευρολογικό έρεισμα στις

⁴² Το άτομο δηλαδή αντιλαμβάνεται και συνειδητοποιεί την αυτόνομη ύπαρξη του δικού του εαυτού όπως και την ύπαρξη των εαυτών των άλλων ανθρώπων.

⁴³ Οι Singer et al. (2006) βρήκαν ότι στους άνδρες οι ανταποκρίσεις ενσυναίσθησης διαμορφώνονται από αποτίμηση της κοινωνικής συμπεριφοράς άλλων ατόμων, όπως νιώθουν μεγαλύτερη ενσυναίσθηση με ακριβοδίκαιους αντιπάλους, ενώ ευνοούν τη φυσική τιμωρία μη δίκαιων αντιπάλων.

οικονομικές θεωρίες περί κοινωνικών προτιμήσεων (Singer et al. 2006). Όπως είχαμε δει στο πρώτο κεφάλαιο, σύμφωνα με αυτές τις έρευνες οι άνθρωποι αξιολογούν θετικά τα κέρδη των άλλων αν αντιλαμβάνονται ότι οι άλλοι δρουν ακριβοδίκαια και τα αξιολογούν αρνητικά, αν οι άλλοι συμπεριφέρονται άδικα. Συνεπώς, οι άνθρωποι επιθυμούν να συνεργάζονται με δίκαιους αντιπάλους και να τιμωρούν παράλληλα τους άδικους καθώς και εμφανίζουν την τάση να προβούν σε ριψοκίνδυνες επιλογές με «καλούς» συνεργάτες (Delgado et al. 2005).

Μέσα από τα ευρήματα των οικονομικών έχει διαπιστωθεί ότι όταν οι άνθρωποι δείχνουν εμπιστοσύνη σε μη οικεία πρόσωπα, συχνά συμπεριφέρονται με βάση την αμοιβαιότητα. Τα πειραματικά πορίσματα για τη γενναιοδωρία και την εμπιστοσύνη παρουσιάζουν ένα αίνιγμα για τους παραδοσιακούς οικονομολόγους: οι έμπιστοι, οι αξιόπιστοι, θα μπορούσαν να κρατήσουν όλα τα χρήματα για τον εαυτό τους. Αντίθετα, αυτοί ελεύθερα επέλεξαν να επιστρέψουν συχνά ένα μεγάλο μερίδιο των χρημάτων στο άτομο που αρχικά τους εμπιστεύτηκε. Για ποιο λόγο; Οι σύγχρονες απεικονιστικές μελέτες του εγκεφάλου (Zak 2008) αποκάλυψαν ότι ακόμα και η δωρεά χρημάτων σε φιλανθρωπία δραστηριοποιεί εγκεφαλικές περιοχές που συνδέονται με την ενσυναίσθηση (μέσω της οξυτοκίνης) και την ανταμοιβή (μέσω της ντοπαμίνης). Η αλληλεπίδραση μεταξύ οξυτοκίνης και ντοπαμίνης ενισχύει την ανταμοιβή που πηγάζει από τις κοινωνικές διαδράσεις, δίνοντας κίνητρο για δέσμευση σε κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, με αποτέλεσμα να είναι αυξημένες οι πιθανότητες προσέγγισης και μειωμένες οι πιθανότητες αποχώρησης (Insel & Young 2001).

Αυτές οι μελέτες αποκαλύπτουν και υπογραμμίζουν τη σπουδαιότητα των συναισθημάτων στη λήψη οικονομικών αποφάσεων. Οι χρηματικές μεταβιβάσεις σε άλλο άτομο που εκδηλώνει εμπιστοσύνη ενεργοποιούν περιοχές του εγκεφάλου που ενισχύουν συμπεριφορές κάνοντάς τες ευχάριστες. Η συνεργασία ενεργοποιεί εκείνα τα κέντρα του εγκεφάλου όπου εντοπίζεται η αίσθηση της ανταμοιβής (Rilling et al. 2004). Αυτό το κύκλωμα ανταμοιβής του εγκεφάλου καταφανώς χρησιμοποιεί το νευροδιαβιβαστή ντοπαμίνη. Επειδή οι άνθρωποι είναι κοινωνικά πλάσματα, οι εγκέφαλοι έχουν εξελιχθεί έτσι ώστε να εκδηλώνουν συνεργασιακές συμπεριφορές, συμπεριλαμβανομένων της εμπιστοσύνης και της ανταμοιβής. Η αμοιβαία

συνεργασία στο πλαίσιο της ανθρώπινης κοινωνίας διακρίνεται από μια αξία ανταμοιβής, η οποία προσλαμβάνεται κληρονομικά (Singer et al. 2004).

Και στην περίπτωση της εμπιστοσύνης τίθενται σε λειτουργία κάποιοι γνωστικοί μηχανισμοί που συνδέονται με τον προσδιορισμό των πιθανών επιλογών των άλλων. Οπότε τα άτομα, στηριζόμενα στην αμοιβαιότητα, ανταποδίδουν την αλτρουιστική συμπεριφορά. Παράλληλα, η εκδήλωση της εμπιστοσύνης προς ξένους διευκολύνεται από την έκκριση της οξυτοκίνης (*oxytocin*), μιας ορμόνης που μειώνει τον φόβο αλληλεπίδρασης με άλλους και υποκινεί την αμοιβαιότητα όταν τους εμπιστεύονται (Kosfeld et al. 2005). Γονιδιακά η οξυτοκίνη φαίνεται να συνδέεται με την εμπιστοσύνη παρά με μια γενική ενίσχυση των συμπεριφορών άξιων εμπιστοσύνης ή ρίσκου (Krueger et al. 2012).

Η οξυτοκίνη, που δρα ταυτόχρονα ως ορμόνη και νευροδιαβιβαστής και ευρέως επηρεάζει την κοινωνική και συναισθηματική συμπεριφορά (Lee et al. 2009), έχει δύο λειτουργίες: αυξάνει αφενός την προθυμία του ατόμου για συνεργασία και αφετέρου την προσδοκία ότι και οι άλλοι θα συνεργαστούν (Israel et al. 2012). Μια σειρά από ελεγχόμενα πειράματα στο εργαστήριο δείχνει ότι η ορμόνη οξυτοκίνη οδηγεί σε υψηλότερες προσφορές στα παίγνια εμπιστοσύνης (Baumgartner et al. 2008) και αυξάνει τη γενναιοδωρία στο παίγνιο του τελεσιγράφου (*ultimatum game*) (Zak et al. 2007), χωρίς ωστόσο να αλλάζει τις πεποιθήσεις του ατόμου για τη συμπεριφορά των άλλων (Fehr et al. 2005). Όταν το *ultimatum game* διεξάγεται σε πραγματικές συνθήκες, τότε εξέχουσα θέση κατέχουν οι ακριβοδίκαιες διανομές. Σε πειράματα που έλαβαν χώρα στη Βόρειο Αμερική και τη Δυτική Ευρώπη οι προσφορές κυμαίνονταν κατά μέσο όρο μεταξύ 30% και 40% του συνολικού ποσού και ένας τρόπος διαχωρισμού ήταν στο μισό (50-50). Οι άδικες προσφορές (του 30% ή κάτω) απορρίπτονταν περίπου τις μισές φορές (Guala 2012: 3). Οι χαμηλές προσφορές απορρίπτονται διότι οι άνθρωποι δυσανασχετούν με αυτές. Ο ανθρώπινος εγκέφαλος έχει εξελιχθεί για κοινωνική διάδραση, και τυπικά ήταν καλύτερα να χάσει κανείς κάποιους πόρους για να τιμωρήσει ένα φιλάργυρο άτομο παρά να χτίσει μια φήμη ότι είναι εύκολο να τον εκμεταλλεύονται. Τα άτομα δηλαδή απορρίπτουν χαμηλές προσφορές γιατί αισθάνονται αηδία, και μάλιστα η απόρριψη αυτή είναι συναισθηματική, ενστικτώδης και άμεση, απαλλαγμένη από τον υπολογισμό κόστους-οφέλους. Υπάρχουν ενδείξεις ότι ακόμα και οι πίθηκοι απορρίπτουν άδικες

προσφορές και αντιδρούν αρνητικά όταν παρατηρούν ένα όμοιό τους να λαμβάνει μια μεγαλύτερη ανταμοιβή για την ίδια προσπάθεια (Brosnan & De Waal 2003).

Στις σχετικές έρευνες που αναπτύξαμε έγινε σαφές ότι οι άνθρωποι έχουν κοινωνικές προτιμήσεις για μείωση της ανισότητας σε κατανομές αγαθών, διότι αυτό έχει αρνητική επίδραση στην ανταμοιβή που βιώνουν. Η ακριβοδικία είναι δυνατό να εξηγηθεί ως εγωκεντρική αποστροφή προς την ανισότητα. Η τελευταία σημαίνει ότι οι άνθρωποι αντιστέκονται σε άνισα αποτελέσματα, όπως για παράδειγμα είναι πρόθυμοι να απορρίψουν κάποια υλική ανταμοιβή προκειμένου τα αποτελέσματα να είναι πιο ισότιμα. Η αποστροφή προς την ανισότητα είναι εγωκεντρική όταν οι άνθρωποι δε νοιάζονται για την ανισότητα καθεαυτή που επικρατεί μεταξύ άλλων αλλά ενδιαφέρονται για την εφαρμογή της ακριβοδικίας όσον αφορά την προσωπική τους πληρωμή συγκριτικά με αυτή των άλλων (Fehr & Schmidt 1999).

Αυτή η διαπίστωση αντανακλάται και στα ποσά που απορρίπτουν οι συμμετέχοντες στο *ultimatum game*. Οι παίκτες νοιάζονται για την ωφέλεια των άλλων παικτών, ενώ ταυτόχρονα η στάση τους προς τους άλλους παίκτες εξαρτάται από το πώς αισθάνονται ότι τους αντιμετωπίζουν (Levine 1998). Οι άνθρωποι θεωρούν την ισότιμη μοιρασιά ως ακριβοδίκαιο αποτέλεσμα. Γι αυτό τιμωρείται όποιος παραβιάζει τον κανόνα κοινωνικής συμπεριφοράς, με συνέπεια στο μέλλον να αυξηθούν οι πιθανότητες για τήρηση του κανόνα. Εντούτοις, το κίνητρο της ακριβοδικίας, παρόλο που αντιτάσσεται στο ατομικό συμφέρον και έχει ως συνέπεια μια αλτρουιστική συμπεριφορά είναι εγωκεντρικό όπως και η αποστροφή προς την ανισότητα. Το άτομο με ένα βραχυπρόθεσμο κόστος (τιμωρίας) αυξάνει στο μέλλον τις πιθανότητες για πιο ακριβοδικαίες κατανομές, προκειμένου να μην αδικηθεί και να αυξήσει τους μελλοντικούς του πόρους. Αλλά ακόμα κι αν το κάνει καθαρά για χάρη του κανόνα της ακριβοδικίας, χωρίς να ενδιαφέρεται αν θα έχει μακροπρόθεσμο όφελος, παρά μόνο για την αποκατάσταση της δικαιοσύνης, και σ' αυτή την περίπτωση έχει ένα θετικό αντίκτυπο στον εγκέφαλό του με την ενεργοποίηση της περιοχής όπου εντοπίζεται η αίσθηση της ανταμοιβής.

Πειραματικά ο αλτρουισμός φαίνεται να προκύπτει και ως απόρροια της αποστροφής προς την ανισότητα (Bolton & Ockenfels 2000). Οι άνθρωποι αισθάνονται αποστροφή όταν στις οικονομικές τους αλληλεπιδράσεις οι άλλοι τους εξαπατούν. Χρησιμοποιώντας και πάλι νευροαπεικονιστική μέθοδο οι Haguro και

Frith (2010) υποστηρίζουν την άμεση σχέση της αμυγδαλής με την φιλοκοινωνική διαδικασία. Συγκεκριμένα, δείχνουν ότι ο βαθμός της αποστροφής της ανισότητας σε φιλοκοινωνικά⁴⁴ άτομα είναι δυνατό να προβλεφθεί από τη δραστηριότητα της αμυγδαλής και δεν επηρεάζεται από τη γνωστική φόρτωση (*cognitive load*). Αυτό το αποτέλεσμα υποδεικνύει ότι η αυτόματη συναισθηματική διαδικασία στην αμυγδαλή βρίσκεται στον πυρήνα του προσανατολισμού της φιλοκοινωνικής αξίας. Η τελευταία συνδέεται στενά με μια διαισθητική αποστροφή για άνιση κατανομή των πόρων. Καθίσταται φανερό πόσο σημαντικό ρόλο κατέχει στην κοινωνική διάδραση μια διαισθητική αντίδραση, πέρα από τις στρατηγικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων που απαιτούν χρόνο.

Πρόσφατη έρευνα συνέδεσε αυτές τις προτιμήσεις αποστροφής στην ανισότητα και αλτρουισμού με δραστηριότητα στον εγκέφαλο και μάλιστα σε περιοχές που συνδέονται με ανταμοιβές επιχειρηματολογώντας υπέρ του «εξισωτισμού που είναι γραμμένος στα γονίδια» (“*hardwired egalitarianism*”) (Tricomi et al., 2010). Πιο συγκεκριμένα, οι Tricomi et al. (2010) βρήκαν ότι τα σήματα της υποκειμενικής ανταμοιβής που βιώνει το άτομο σε κάποια κέντρα του εγκεφάλου προσαρμόζονται και συντονίζονται με μια ποικιλία κοινωνικών παραγόντων. Επιπλέον υπογραμμίζουν ότι αυτά τα κέντρα ανταμοιβής είναι υπεύθυνα για την ευαισθησία που επιδεικνύει ο εγκέφαλος για θεωρήσεις περί ισότητας.

Οι συμπεριφορές που αντιτάσσονται στην άνιση κατανομή των πόρων θα μπορούσαν να εξηγηθούν επίσης από για την κοινωνική εικόνα, που δεν απαιτούν μια άμεση αποστροφή προς την ανισότητα. Όσον αφορά την κοινωνική τους εικόνα, οι άνθρωποι αρέσκονται να θεωρούνται από τους άλλους ως ακριβοδίκαιοι (Andreoni & Bernheim 2009). Το κίνητρο που έχουν οι άνθρωποι από την κοινωνική τους εικόνα, επιθυμούν δηλαδή να αρέσουν και να τους λαμβάνουν θετικά υπόψη τους οι άλλοι, συνιστά οδηγό για την φιλοκοινωνική συμπεριφορά (Agiely et al. 2009) και συνεπώς και του αλτρουισμού. Το κίνητρο της εικόνας αναφέρεται στην τάση του ατόμου να υποκινείται εν μέρει από το πώς το βλέπουν και το αντιλαμβάνονται οι άλλοι και κατ’ επέκταση να σηματοδοτεί μια συμπεριφορά που θα είναι αρεστή και σεβαστή από

⁴⁴ Τα φιλοκοινωνικά άτομα μεγιστοποιούν το σύνολο των πόρων τους για τους ίδιους και για τους άλλους, ενώ παράλληλα ελαχιστοποιούν τη διαφορά μεταξύ των δύο (εαυτού και άλλων). Αντίθετα, οι ατομιστές (*individualists*) μεγιστοποιούν πόρους για τον εαυτό τους, ενώ οι ανταγωνιστές (*competitors*) μεγιστοποιούν τη διαφορά μεταξύ των δύο.

τους άλλους. Όσον αφορά τη δημοσιότητα, τον έπαινο και τη ντροπή, συνιστούν ένα κίνητρο που επισημαίνει την εξέχουσα θέση και την μνεία των συνεισφορών και συνεπώς ενθαρρύνεται η φιλοκοινωνική συμπεριφορά. Ο αλτρουισμός κάνει το άτομο να φαίνεται «καλό» στους άλλους, ενώ η απληστία και ο εγωισμός δημιουργούν αρνητική εντύπωση. Η επιθυμία για κοινωνική επιδοκιμασία υπονοεί ότι οι άνθρωποι θα δράσουν με πιο γενναιόδωρο τρόπο δημοσίως παρά ιδιωτικά (Rege & Telle 2004). Κι αυτό διότι ειδικά στις συχνές επαφές κατά πρόσωπο οι άνθρωποι ανταποκρίνονται ακόμα πιο έντονα σε ρητά ή υπόρητα σημάδια επιδοκιμασίας και αποδοκιμασίας, διακατεχόμενοι τουλάχιστον ασυνείδητα από έναν φόβο αποκλεισμού από την ομάδα (Campbell 1986).

2.1.3 Αλτρουιστική τιμωρία

Αίσθηση ανταμοιβής προκαλείται στον εγκέφαλο και στην περίπτωση τιμωρίας ατόμων που παραβιάζουν κοινωνικούς κανόνες (de Quervain et al. 2004). Όταν οι άνθρωποι έχουν την ευκαιρία να ξοδέψουν κάποια από τα χρήματά τους για να τιμωρήσουν την προδοσία του άλλου, είναι έτοιμοι να το κάνουν. Η τιμωρία που κοστίζει συμβαίνει ακόμα κι αν τα άτομα που εμπλέκονται δεν θα αλληλεπιδράσουν ποτέ ξανά μεταξύ τους (*moralistic punishment*).⁴⁵ Όταν κάποιος αισθάνεται προδομένος, τα επίπεδα τεστοστερόνης, μια ορμόνης που συνδέεται με την επίθεση, αυξάνονται. Η πράξη της τιμωρίας ενεργοποιεί επίσης περιοχές του εγκεφάλου που συνδέονται με την ανταμοιβή μέσω της ντοπαμίνης. Τα άτομα τιμωρούν διότι κατακλύζονται από αρνητικά συναισθήματα, όπως θυμό, και θεωρούν ότι λαμβάνουν ανταμοιβή όταν τιμωρούν προδότες, ακόμα και με προσωπικό κόστος. Αιτιακά υπεύθυνη για τη συναισθηματική διέγερση και συνεπώς για την αλτρουιστική τιμωρία είναι και εδώ η λειτουργία της αμυγδαλής (Scheele et al. 2012). Η απειλή της τιμωρίας είναι ένας σημαντικός μηχανισμός που διατηρεί τις συνεργασιακές συμπεριφορές, ακόμα και ανάμεσα σε εκείνους που μπορεί να θεωρούνται εγωιστές.

⁴⁵ Η μοραλιστική τιμωρία (*moralistic punishment*) συνιστά μια συμπεριφορά σχεδιασμένη ώστε να επιφέρει κόστος σε κάποιο άλλο άτομο σε απάντηση μιας παραβίασης που θεωρείται ανήθικη. Μεταξύ των ζώων η τιμωρία τυπικά περιορίζεται σε αλληλεπιδράσεις στις οποίες τα άτομα έχουν ένα άμεσο συμφέρον. Υπάρχουν εντούτοις εξαιρέσεις. Οι χιμπατζήδες έχουν παρατηρηθεί να επεμβαίνουν για χάρη μη συγγενικών τους ατόμων, οι μακάκοι τιμωρούν ομοειδείς τους που αδυνατούν να ανακοινώσουν εύρεση τροφής και κάποια είδη μυρμηγκιών επιτίθενται και σκοτώνουν εργάτες που επιχειρούν να εναποθέσουν τα αυγά τους (Kurzban et al. 2007: 75).

Η τιμωρία συνδέεται και με τη θεωρία του κοινοτικού αλτρουισμού (*parochial altruism*) (Bowles & Choi 2003). Πρόκειται για ένα ψυχολογικό φαινόμενο που διέπεται από την προτίμηση για εκδήλωση αλτρουιστικής συμπεριφοράς προς τα μέλη της ίδιας (κοινωνικής, φυλετικής, εθνικής) ομάδας σε συνάρτηση με μια τάση για αδιαφορία, έλλειψη εμπιστοσύνης ή ακόμα και εχθρότητα προς άτομα που δεν ανήκουν στην ομάδα. Στην περίπτωση αυτή ο αλτρουισμός είναι περιορισμένος σε έκταση και τα κίνητρά του δεν είναι τόσο αντικειμενικά, αλλά κυρίως υποκειμενικά και μεροληπτικά. Παρόλα αυτά, έστω και σ' αυτό το στενότερο πλαίσιο ενισχύονται οι κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς, σύμφωνα με τους οποίους είδαμε ότι και τρίτα πρόσωπα που δε θίγονται σε κανένα επίπεδο (οικονομικό, σωματικό ή ψυχολογικό), είναι πρόθυμα να τιμωρήσουν τους παραβάτες των κανόνων.

Τα νευρολογικά ευρήματα αποκαλύπτουν ότι οι άνθρωποι έχουν αναπτύξει ένα περίτεχνο νευρολογικό κύκλωμα υπεύθυνο για τον κοινωνικό χαρακτήρα της γνωστικής διαδικασίας που συντονίζει το μοτίβο της τιμωρίας από τρίτα πρόσωπα στο πλαίσιο του κοινοτικού αλτρουισμού. Συγκεκριμένα, οι Baumgartner et al. (2012) βρήκαν ότι κατά την τιμωρία ατόμων εκτός ομάδος αυξάνεται με έντονο ρυθμό η διέγερση ενός κέντρου του εγκεφάλου, η οποία είναι συνεπής με τη θέση ότι τα τρίτα πρόσωπα αξιολογούν την παραβατική συμπεριφορά όσων δεν ανήκουν στην ομάδα τους πιο αρνητικά από τις παραβάσεις των μελών της ομάδας. Μια ισχυρή αρνητική αξιολόγηση της λιποταξίας των ατόμων εκτός ομάδας μπορεί να διεγείρει μια κλιμάκωση λειτουργικά συνδεδεμένων νευρολογικών διεργασιών, που καθιστά ικανά τα τρίτα πρόσωπα να προχωρήσουν σε μια τιμωρία με περισσότερο προσωπικό κόστος σταθμίζοντας το δικό τους οικονομικό ατομικό συμφέρον και υποκινώντας την πράξη της τιμωρίας. Μάλιστα, όσο πιο ισχυρή είναι η διασύνδεση σ' αυτό το νευρολογικό δίκτυο, τόσο περισσότερο τιμωρούνται οι εκτός ομάδας. Αντιθέτως, η πιο επιεικής τιμωρία προς τα μέλη της ομάδας που έκαναν την ίδια παράβαση συνδέεται με αυξημένη δραστηριοποίηση και συνδεσιμότητα σε άλλα δίκτυα του εγκεφάλου σχετικά με τη νόηση (*mentalizing-network*), σαν τα άτομα προσπαθούν να κατανοήσουν και να δικαιολογήσουν τη συμπεριφορά των εν λόγω μελών.

Η τιμωρία που κοστίζει και ενθαρρύνεται από κανόνα κοινωνικής συμπεριφοράς συμβάλλει σημαντικά στη συνεργασία. Μια κοινωνία με κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς που προωθούν την τιμωρία (*punishment-provoking social*

norm) μπορεί πιο γρήγορα να οδηγήσει εξελικτικά σε κατάσταση συνεργασίας (*cooperative evolutionary state*) σε σχέση με μια κοινωνία χωρίς τέτοιο κανόνα. Ο κανόνας κοινωνικής συμπεριφοράς που προωθεί την τιμωρία έχει υπερισχύσει και επικρατήσει μέσα από τη μακρά ιστορία της συν-εξέλιξης του κανόνα κοινωνικής συμπεριφοράς και της ατομικής στρατηγικής. Τα άτομα που τον έχουν υιοθετήσει έχουν εξελιχθεί έτσι ώστε να εγκλιματίζονται στον κανόνα και να έχουν την τάση να τιμωρούν όσους τον παραβιάζουν. Αυτή η προσαρμογή εκφράζεται στους ανθρώπους ως κουλτούρα ή ως ψυχολογική αντίδραση, αφού και οι νευρολογικές μελέτες δείχνουν ότι οι ίδιοι λαμβάνουν ευχαρίστηση από την τιμωρία των παραβατών. Γι αυτό το λόγο οι Tongkui et al. (2011) αποφεύγουν τον όρο αλτρουιστική τιμωρία και προτιμούν τιμωρία με κόστος (*costly punishment*), ακριβώς γιατί τα άτομα θα λάβουν μια ανταμοιβή στο μέλλον υποσυνείδητα ή μια ψυχολογική ευχαρίστηση. Ακόμα όμως κι αν ο αλτρουισμός είναι νόθος, εξαιτίας του ευχάριστου συναισθήματος που προκαλείται, η πράξη παραμένει αλτρουιστική, αφού αφενός επιφέρει το προσδοκώμενο κόστος στο άτομο και αφετέρου δεν αναιρεί τις προτιμήσεις που απευθύνονται στους άλλους (*other-regarding preferences*). Διαφορετικά θα πρέπει να αποβάλλουμε την έννοια του αλτρουισμού από το λεξιλόγιό μας, διότι το κίνητρο δεν είναι αγνό.

Η ηθική τιμωρία εν τέλει ωφελεί το άτομο διότι επηρεάζει τις αντιλήψεις των άλλων. Για παράδειγμα, η έμμεση αμοιβαιότητα, που διακρίνει μόνο το ανθρώπινο είδος (Gärdenfors 2012), μπορεί να ευνοήσει την τιμωρία που κοστίζει όταν αυτές οι πράξεις αποθαρρύνουν μελλοντική επιθετικότητα από τους παρατηρητές (Johnstone & Bshary 2004). Γενικότερα, η ηθική τιμωρία «επιβάλλεται» από τους γνωστικούς μηχανισμούς που εντοπίζονται στον ανθρώπινο εγκέφαλο και οι οποίοι μπορεί να έχουν εξελιχθεί εξαιτίας των ωφελειών της σηματοδότησης.

Ως σήμα ορίζεται κάθε πράξη ή δομή που μεταβάλλει τη συμπεριφορά άλλων οργανισμών, οι οποίοι εξελίχθηκαν εξαιτίας αυτής της επίδρασης, και η οποία είναι αποτελεσματική διότι εξελίχθηκε και η συμπεριφορά του παραλήπτη αυτής της πράξης (Maynard Smith & Harper 1995). Η σηματοδότηση που επιφέρει κόστος είναι ένας μηχανισμός μέσα από τον οποίο η φυσική επιλογή παράγει φαινοτυπικά χαρακτηριστικά που κοστίζουν και τα οποία μεταφέρουν ειλικρινείς πληροφορίες για ένα άτομο σε άλλους. Τέτοια χαρακτηριστικά που λειτουργούν ως σήματα δύνανται

να εξελιχθούν σε τρεις περιπτώσεις: α) όταν το σήμα μεταδίδει πληροφορίες για κάποια μη παρατηρήσιμα χαρακτηριστικά του ατόμου, β) όταν αυτή η πληροφορία κάνει κάποιο άλλο άτομο να αντιδράσει με ευνοϊκό τρόπο τόσο για το ίδιο όσο και για τον υπεύθυνο της σηματοδότησης και γ) όταν το όφελος που προέρχεται από την αντίδραση του άλλου αντισταθμίζει το κόστος του σήματος. Το εν λόγω κόστος είναι αυτό που διασφαλίζει την ειλικρίνεια της πληροφορίας που κοινωνήθηκε και διαβεβαιώνει τη θετική συσχέτιση μεταξύ της ισχύος του σήματος και της ποιότητας του μη παρατηρήσιμου χαρακτηριστικού (Nolin 2012: 334). Το κόστος είναι αναγκαία προϋπόθεση για την αποτελεσματικότητα της σηματοδότησης. Διαφορετικά όλοι θα χρησιμοποιούσαν το σήμα και συνεπώς αυτό δεν θα μετέφερε καμία πληροφορία.

Τα συμπεριφορικά χαρακτηριστικά που κοστίζουν και είναι φαινομενικά αναποτελεσματικά είναι δυνατόν να ευνοηθούν από τη φυσική επιλογή ως ειλικρινή σήματα ποιότητας. Αρκετές εκφράσεις του προσώπου, εξαιτίας της σύνδεσής τους με νευρολογικούς και φυσιολογικούς μηχανισμούς, είναι δύσκολο να γίνουν προσποιητά και μπορεί να λειτουργήσουν ως ειλικρινή σήματα, όπως αυτές που σηματοδοτούν θυμό, φόβο και ευχαρίστηση (Reed et al. 2012). Τα σήματα που κοστίζουν μπορεί να αποφέρουν ένα πλεονέκτημα αρμοστικότητας όταν συνδυάζονται αξιόπιστα με βασικά χαρακτηριστικά που είναι δύσκολο να παρατηρηθούν, όπως η ποιότητα κάποιου ως ταίρι, συμμάχου ή συνεταίρου με τον οποίο κάνει ανταλλαγές (*exchange partner*). Μια αξιόπιστη συσχέτιση μεταξύ του σήματος και της ποιότητας είναι εφικτή όταν άτομα υψηλότερης ποιότητας αντιμετωπίζουν χαμηλότερα επίπεδα κόστους ή υψηλότερα επίπεδα ωφελειών που συνδέονται με το σήμα. Υπό αυτές τις συνθήκες, οι προσαρμογές τόσο ως προς το σήμα όσο και ως προς τη λήψη του σήματος μπορούν να ευνοηθούν από την επιλογή (Kurzban et al. 2007: 76).

Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι έχουν παρατηρηθεί ωφέλειες της σηματοδότησης που προέρχονται από την τιμωρία στην περίπτωση που τα άτομα υψηλής ποιότητας έχουν μειώσει τα κόστη ή αύξησαν οφέλη που συνδέονται με την τιμωρία (Gintis et al. 2001). Υπό αυτό το πρίσμα, η ηθική τιμωρία διαφημίζει ουσιαστικά την καλή ποιότητα του ατόμου και συμβάλλει σημαντικά στη διαμόρφωση καλής φήμης, με όλα τα πλεονεκτήματα που η τελευταία μπορεί να αποφέρει στο άτομο. Το γεγονός ότι κάθε συμπεριφορά που κοστίζει έχει τη

δυνατότητα να αλλάξει τις αντιλήψεις των άλλων αντανάκλα το πόσο σημαντικό ρόλο παίζει η παρουσία των άλλων. Συνεπώς, η ύπαρξη κοινού προκαλεί σε μεγαλύτερο βαθμό την εκδήλωση της ηθικής τιμωρίας (Kurzban et al. 2007).

Πέραν εντούτοις από την προσέγγιση της τιμωρίας ως σήμα, υπάρχει και η αντίληψη ότι η τελευταία αποτελεί ένα εσωτερικό κίνητρο. Υπό αυτή την οπτική δεν είναι μια επιθυμία που λειτουργεί ως εργαλείο για να αλλάξει τις συμπεριφορές των άλλων ή να έχει επίδραση στις διανομές των ποσών, προκειμένου είτε να αποτρέψει την έλλειψη ακριβοδικίας είτε να ενισχύσει τις απολαβές των τιμωρών (Hwang & Bowles 2012). Τα άτομα που τιμωρούν απολαμβάνουν αυτή την πράξη και μάλιστα αυτή η απόλαυση συμπεριλαμβάνει θυμό και την επιθυμία για επιβολή κύρωσης (Fudenberg & Pathak 2010). Η τιμωρία που επιφέρει κόστος στο άτομο ενεργοποιείται εν μέρει και από μια παρορμητική αρνητική αντίδραση ενάντια στην αδικία (Sanfey et al. 2003).

2.1.4 Κανόνες και κοινωνικό πλαίσιο

Τα ηθικά κίνητρα έχουν τέτοια ισχύ, που πηγάζει εκ των έσω, και γι αυτό διαισθητικά θα ισχυριζόταν κάποιος ότι δεν εξαγοράζονται από οικονομικά. Οι ηθικοί νόμοι τους οποίους υιοθετεί και αποδέχεται ένα άτομο απαιτούν ενδοσκόπηση, υποβάλουν τον εαυτό σε έλεγχο και του ασκούν κριτική, χωρίς η εξωτερική παρατήρηση να έχει επιδράσεις, όπως συμβαίνει με τους κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς. Η ηθική υποχρέωση της ειλικρίνειας και η αποφυγή του ψέματος αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα. Σε σχετική έρευνα οι Gibson et al. (2012) βρήκαν ότι τα άτομα με κίνητρο να έχουν οικονομικό κέρδος με την προϋπόθεση να αποκρύψουν την αλήθεια λέγοντας ψέματα, να δράσουν δηλαδή ανήθικα, δεν το έκαναν όταν απέδιδαν υψηλή σημασία στον κανόνα της ειλικρίνειας. Όσο σημαντικό θεωρούσαν τον εν λόγω κανόνα, τόσο δεν τους ενδιέφερε το κόστος που θα υφίσταντο για να πουν την αλήθεια. Καθίσταται πρόδηλο ότι η ηθική αξία του σεβασμού και της τήρησης κατ' επέκταση ενός ηθικού καθήκοντος μπορεί να αντισταθμίσει τα οικονομικά οφέλη. Το ζήτημα είναι από πια τιμή και πάνω θα συμβεί αυτό.

Κατά τη διάρκεια μιας ηθικής πράξης και κρίσης ενεργοποιούνται κάποιες περιοχές του εγκεφάλου, όπως έδειξαν τα απεικονιστικά ευρήματα. Τέτοιες μελέτες έθεταν τα άτομα σε ηθικά διλήμματα, κατά τα οποία έπρεπε να επιλέξουν μεταξύ του

ατομικού συμφέροντος και των ηθικών αποφάσεων, να ωφελήσουν δηλαδή άλλους παρά τους ίδιους. Στα εν λόγω κέντρα του εγκεφάλου παρατηρείται ενεργοποίηση και κατά τη διεργασία άλλων διαδικασιών, όπως συναισθήματα, κατανόηση της διανοητικής κατάσταση των άλλων, ο διαλογισμός για την προσωπική διανοητική κατάσταση, που συνεπάγεται αυτογνωσία (Northoff 2009).

Ένα άλλο θέμα που δείχνει την επίδραση του κοινωνικού πλαισίου ως προς τη δημιουργία κινήτρου για αλτρουιστική δράση σχετίζεται με το γεγονός ότι οι άνθρωποι συνήθως επιλέγουν να κάνουν καλές πράξεις και αποφεύγουν τις εγωιστικές εξαιτίας της κοινωνικής πίεσης και των κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς που προσδίδουν τιμή στις πρώτες και ντροπή στις δεύτερες. Διακρίνονται δύο κύριοι κανόνες. Ο ένας συνιστά να μην βλάπτουμε τους άλλους, ενώ ο άλλος να επιτυγχάνουμε αποδοτικά αποτελέσματα (López-Pérez & Vorsatz 2009). Κάποιοι κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς είναι καθολικοί και περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων κάποιες ρητές υποχρεώσεις προς συγγενικά πρόσωπα, περιορισμούς να βλάψει κανείς άλλα μέλη της ομάδας του, και γενικότερα κάποια εκδοχή της κατηγορικής προσταγής που ρυθμίζει τις αμοιβαίες σχέσεις μεταξύ μη συγγενών. Αυτοί οι κανόνες που διακρίνουν τους ανθρώπους δε μεταβάλλονται ανάλογα με την εκάστοτε κουλτούρα (Field 2001: 137). Όταν οι αποφάσεις λαμβάνονται δημοσίως, τότε υπάρχει η περίπτωση των κοινωνικών κυρώσεων, που προέρχονται από τους κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς, οι οποίες κυρώσεις επικροτούν και ωφελούν την φιλοκοινωνική συμπεριφορά και αποτρέπουν την αντικοινωνική (Burnham 2003). Οι εν λόγω κανόνες εν μέρει διατηρούνται από την επιδοκιμασία και αποδοκιμασία των άλλων, ενώ οι άνθρωποι παρουσιάζουν ετερογένεια στο τι εγκρίνουν ή όχι με την συμπεριφορά τους. Η παρουσία ενός κοινωνικού σηματοδοτημένου κινήτρου για προσφορά εκδηλώνεται μέσα από το γεγονός ότι οι ανώνυμες είναι αφενός εξαιρετικά σπάνιες (λιγότερο από 1% του συνολικού αριθμού) και αφετέρου θεωρούνται οι πιο αξιέπαινες (Bénabou & Tirole 2006). Αντίθετα, το να καυχιέται κάποιος για τις γενναιόδωρες συνεισφορές συχνά αυτοαναιρείται. Όσο οι άνθρωποι νοιάζονται για τη γνώμη που έχουν οι άλλοι για αυτούς, τόσο φαίνεται ότι τους ενδιαφέρει η εικόνα και η φήμη του εαυτού τους.

Τα πειράματα στο εργαστήριο για τον αλτρουισμό σχεδόν αποκλειστικά μελετούν τα υποκείμενα αποκομμένα από κοινωνική αλληλεπίδραση για λόγους

προστασίας της ανωνυμίας και ταυτοποίησης «αγνών» κινήτρων για ανιδιοτελή προσφορά. Παρόλα αυτά στον πραγματικό κόσμο το να προσφέρει κανείς συμβαίνει στο πλαίσιο μιας κοινωνικής διάδρασης μεταξύ του δότη και του παραλήπτη και τα κίνητρα της προσφοράς επηρεάζονται από τους κοινωνικούς παράγοντες που περιβάλλουν την αλληλεπίδραση. Αλλά ακόμα και στα ελεγχόμενα παίγνια οι πράξεις του ενός παίκτη καθορίζονται από τις πεποιθήσεις του για τους άλλους παίκτες. Οι πεποιθήσεις προέρχονται ήδη μέσα από το κοινωνικό και θεσμικό πλαίσιο στο οποίο εντάσσεται το άτομο και ο παίκτης τις φέρει κατά τη διαδικασία του παίγνιου. Οι κανόνες συμμετοχής στο παίγνιο μόνο μια μικρή επίδραση μπορεί να έχουν σ' αυτές. (Aumann & Dreze 2008).

Ως εκ τούτου, οι Andreoni και Rao (2010) υποστηρίζουν ότι η άμεση επικοινωνία με τους ανθρώπους επηρεάζει σε πολύ μεγάλο βαθμό την αλτρουιστική συμπεριφορά και φαίνεται να λειτουργεί ευρέως διεγείροντας και αυξάνοντας τα επίπεδα ενσυναίσθησης. Αυτό διαφάνηκε από το παίγνιο το δικτάτορα όπου επέτρεψαν τη λεκτική επικοινωνία και βρήκαν ότι κάθε φορά που μιλούσε ο παραλήπτης (ουσιαστικά ζητούσε), τότε ο δότης του προσέφερε μεγαλύτερο ποσό. Όταν πάλι μιλούσε μόνο αυτός που έκανε τη διανομή, οι επιλογές του ήταν πολύ πιο εγωιστικές. Η αμφίδρομη επικοινωνία έχει ως αποτέλεσμα ο ένας να εκτιμά και να αναγνωρίζει τη θέση του άλλου πιο ολοκληρωμένα μέσω της ενσυναίσθησης. Αυτό συμβαίνει διότι ένα μοναδικό χαρακτηριστικό της ανθρώπινης επικοινωνίας είναι η διαμόρφωση πεποιθήσεων για τις πεποιθήσεις του άλλου. Με την ενεργοποίηση της ενσυναίσθησης, επομένως, που ουσιαστικά οι δότες έμπαιναν στη θέση των παραληπτών, έκανε την εμφάνισή του ο αλτρουισμός, σα να είχαν ερωτηθεί από τους παραλήπτες, ακόμα κι αν οι τελευταίοι δεν έλεγαν τίποτα. Καταλήγουν ότι παρόλο που οι άνθρωποι διακρίνονται από την ικανότητα να δρουν αλτρουιστικά, η οποία ενεργοποιείται από κοινωνικές προτροπές και κίνητρα, τυπικά κυριαρχεί ο εγωισμός.

Στα ελεγχόμενα πειράματα τα δρώντα υποκείμενα δεν ενδιαφέρονται μόνο για τη διανομή των χρηματικών ποσών, αλλά και για τη διαδικασία που οδηγεί στις διαθέσιμες εφικτές επιλογές (Ioannou et al. 2011) καθώς και για την πρόθεση όταν κρίνουν την ακριβοδικία μιας πράξης (Falk et al. 2008). Έχει παρατηρηθεί κάποιες φορές ότι η παροχή ανταμοιβών ή τιμωριών για την προστασία της φιλοκοινωνικής συμπεριφοράς παρουσιάζει αντίθετη επίδραση, μειώνοντας τη συνολική συνεισφορά

των ατόμων. Τέτοιου είδους αποθάρρυνσης (*crowding out*) του εσωτερικού κινήτρου από εξωτερικά κίνητρα έχει επισημανθεί σε διάφορες κοινωνικές αλληλεπιδράσεις. Το γεγονός ότι το εσωτερικό κίνητρο αποθαρρύνεται από τα κίνητρα των τιμών (χρηματικά) παρατηρείται σε μια ευρεία γκάμα περιοχών της κοινωνίας και της οικονομίας: στη μαθησιακή συμπεριφορά των παιδιών, στην προθυμία των ασθενών να πάρουν την υποδεικνύμενη ιατρική συνταγή, στις χρηματικές και συμβολικές αμοιβές για συμμετοχή σε διάφορες εργαστηριακές εργασίες, στην αμοιβαιότητα και στο βαθμό της εμπιστοσύνης που εκδηλώνεται σε κατάσταση ατελών συμβάσεων, στην αντίδραση των διευθυντών σε ποικίλους τύπους επίβλεψής τους από τους προϊσταμένους τους, στην παρατήρηση των ωρολόγιων προγραμμάτων σε κέντρα καθημερινής φροντίδας, και στην ηθική της φορολογίας. Αυτή η εμπειρική έρευνα πραγματοποιήθηκε με δείγμα πολλές διαφορετικές χώρες, σε διαφορετικές χρονικές περιόδους και σε διαφορετικά ερευνητικά περιβάλλοντα (Frey & Jegen 2001).

Όταν επομένως διενεργούνται οι φιλοκοινωνικές πράξεις της φιλανθρωπικής δωρεάς τότε ενεργοποιούνται στον εγκέφαλο κάποια κέντρα ανταμοιβής. Στην περίπτωση μάλιστα που ο δωρητής εμπλέκεται προσωπικά με κάποιο φιλανθρωπικό σκοπό, τότε το κίνητρο της δωρεάς χαρακτηρίζεται ως εγωιστικό (Lin-Healy & Small 2012). Για παράδειγμα, όταν κάποιος δωρίζει ένα χρηματικό ποσό σε ένα φιλανθρωπικό ίδρυμα για τη στήριξη ασθενών με λευχαιμία και ένα μέλος του οικογενειακού του περιβάλλοντος πάσχει από αυτή την ασθένεια δε θεωρείται γνήσια αλtruιστής συγκριτικά με κάποιον που προσφέρει ένα ποσό και δεν έχει κάποια προσωπική σχέση με αυτόν. Η ωφέλεια του συγγενικού του μέλους εντάσσεται στην ατομική συνάρτηση ωφελιμότητας, οπότε το συμφέρον του άλλου καθίσταται προσωπικό. Αυτή η προσωπική διασύνδεση υποτιμά στα μάτια των άλλων το αλtruιστικό κίνητρο και συνεπώς την εικόνα του ατόμου ως φιλάνθρωπου, ακόμα και όταν απουσιάζει οποιοδήποτε πιθανό οικονομικό ή κοινωνικό όφελος. Φαίνεται οι άνθρωποι να εμφανίζονται καχύποπτοι όσον αφορά τα αλtruιστικά κίνητρα μιας φιλανθρωπικής δωρεάς, ιδιαίτερα όσο μεγαλύτερο είναι το χρηματικό ποσό που καταβάλλεται.

Συνοψίζοντας, θα λέγαμε ότι οι άνθρωποι έχουν την τάση να ανιχνεύουν τα απώτερα κίνητρα για καλές πράξεις, οι οποίες προκαλούν ευχάριστα συναισθήματα στο δρων υποκείμενο. Αυτά με τη σειρά τους οδηγούν σε τάση για προσφορά (Fein

1996). Έτσι, οι λόγοι που οδηγούν σε αύξηση των φιλανθρωπικών δωρεών χαρακτηρίζονται ως εγωιστικοί, με αποτέλεσμα να παρουσιάζουν τους δωρητές ως μη γνήσια αλτρουιστές.

2.1.5 Αλτρουιστικό κίνητρο υπό προϋποθέσεις

Ο σαφής διαχωρισμός που κάναμε μεταξύ κινήτρων και πράξης της αλτρουιστικής συμπεριφοράς και αποδείξαμε ότι τα κίνητρα είναι πάντα εξαρτημένα και συνεπάγονται εν τέλει ένα αίσθημα ικανοποίησης, κατατάσσει την παραπάνω ανάλυση των κινήτρων στον υπό προϋποθέσεις αλτρουισμό. Αυτός βασίζεται σε κανόνες και μπορεί να ενσωματώσει κίνητρα όπως αποστροφή προς την ανισότητα, ανάγκη, αποτελεσματικότητα, συνεργασία, συμμόρφωση, εμπάθεια και αμοιβαιότητα (Konow 2010). Εδώ παίζουν ρόλο τα κίνητρα των άλλων και είναι αυτά που δίνουν ώθηση για ανταμοιβές ή τιμωρίες που επιφέρουν κόστος στο άτομο με βάση το πώς αξιολογεί τους άλλους, δίνοντάς τους αυτό που τους αξίζει. Οι θεωρίες επομένως των κοινωνικών προτιμήσεων (Fehr & Schmidt 1999, Fehr & Henrich 2003) αναφέρονται και εξετάζουν ουσιαστικά τον υπό προϋποθέσεις αλτρουισμό. Η πρόθεση για δωρεά φαίνεται να εξαρτάται πάντα από κανόνες που βασίζονται σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο (και κυρίως επικεντρώνεται στους κανόνες της ισότητας και της ανάγκης). Η γενναιοδωρία μπορεί να δημιουργήσει καλύτερα ή χειρότερα συναισθήματα: η συμμόρφωση με τον κανόνα γεννά καλύτερα συναισθήματα, αλλά όχι καλύτερα από εκείνα που αισθάνονται οι άνθρωποι που μπορούν να αποφύγουν εξ' ολοκλήρου την ηθική υποχρέωση (Konow 2010).

Εξάλλου οι άνθρωποι, ως έλλογα και ορθολογικά όντα, έχουν κάποιους λόγους για να προβούν σε αλτρουιστική πράξη, δεν δρουν άκριτα, προβαίνουν στην πράξη της δωρεάς με κάποια κριτήρια, αλλιώς θα ήταν συναισθηματικά ηλίθιοι ή μαζοχιστές. Ακόμα και τα μωρά (μέχρι 21 μηνών) φαίνεται να ανταποκρίνονται σε μια αίσθηση ηθικής και μπορούν να διακρίνουν την φιλοκοινωνική από την αντικοινωνική συμπεριφορά (Music 2012). Συνήθως όμως ο αλτρουισμός παρατηρείται πιο έντονα από την εφηβεία και μετά, παρά στις μικρές ηλικίες (Fehr et al. 2011). Αν και εξ' ορισμού η αλτρουιστική πρόθεση αποκλείει την υλική ανταπόδοση, συχνά οι αλτρουιστές αναμένουν ευγνωμοσύνη και επιθυμούν οι παραλήπτες της βοήθειας να την αξιοποιήσουν (Dent 2005). Σημαντικό ρόλο παίζουν οι προσωπικές πεποιθήσεις για το άτομο που επιδιώκουν να ωφελήσουν. Για

παράδειγμα, οι πλούσιοι έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να βοηθήσουν τους φτωχούς οικονομικά όταν οι τελευταίοι δεν είναι υπεύθυνοι για την κατάστασή τους, όταν δηλαδή πιστεύουν ότι η φτώχεια έχει προκληθεί από εξωγενείς συνθήκες και όχι οικειοθελώς (λ.χ. λόγω οκνηρίας) (Durante & Putterman 2008).

Η εξάρτηση του αλτρουισμού ιδιαίτερα σε επίπεδο πρόθεσης μιας πράξης αντανακλάται και από τις γνωστικές προκαταλήψεις, δηλαδή της υποσυνείδητης τάσης του ατόμου να κρίνει ένα συγκεκριμένο στοιχείο με βάση τις δικές του υποκειμενικές προτιμήσεις, προσδοκίες και εμπειρίες. Δύο τέτοιες προκαταλήψεις είναι το αποτέλεσμα του παρευρισκόμενου ως θεατή (*bystander effect*) και το αποτέλεσμα εκδήλωσης υπερβολικής συμπαράστασης στον πάσχοντα (*identifiable victim effect*). Κατά την πρώτη προκατάληψη, όσοι περισσότεροι παρευρίσκονται σε μία κατάσταση που κάποιος έχει ανάγκη από βοήθεια, τόσο μειώνονται οι πιθανότητες να προσφέρει κάποιος από τους παρευρισκόμενους τη βοήθειά του. Σύμφωνα με τη δεύτερη προκατάληψη, είναι πιο πιθανό κάποιος να σώσει, για παράδειγμα, ένα μικρό παιδί που κινδυνεύει να πνιγεί σε μια ρηχή πισίνα, παρά να κάνει μια μικρή χρηματική δωρεά που θα έσωζε 25 παιδιά από θάνατο από ασιτία στην Αφρική. Οι γνωστικές προκαταλήψεις και τα συναισθήματα επηρεάζουν τις ηθικές αποφάσεις των ανθρώπων (Heinzelmann et al. 2012). Ανάλογα με την εκάστοτε συναισθηματική κατάσταση του ατόμου η απόφασή του για μια ηθική κρίση μπορεί να μεταβάλλεται. Όταν ένα άτομο κρίνει ένα ηθικό σενάριο, διαφορετικές συναισθηματικές καταστάσεις θα επηρεάσουν τις επιλογές του προς την αντίθετη κατεύθυνση. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι όταν επικρατεί ο θυμός, τότε μια ηθική πράξη αξιολογείται με την επίδειξη μεγαλύτερης ανεκτικότητας σε σχέση με μια ουδέτερη συναισθηματική κατάσταση. Όταν πάλι κυριαρχεί ένα αίσθημα αηδίας, τότε η αξιολόγηση της ίδιας πράξης γίνεται με πιο αυστηρό και λιγότερο ανεκτικό τρόπο (Ugazio et al. 2012).

Επιπροσθέτως, ο τρόπος που αντιλαμβάνεται το άτομο το κόστος και το όφελος τόσο για το ίδιο όσο και τους άλλους επηρεάζει το βαθμό της επιθυμίας τους να προσφέρουν χρήμα, να καταβάλουν κόπο και να αφιερώσουν χρόνο για να βοηθήσουν κάποιον σε ανάγκη. Όπως παρατήρησε ο Trivers (1971) οι άνθρωποι όταν βρίσκονται στον ρόλο του φορέα βοήθειας θα υπερεκτιμήσουν το κόστος σε βάρος τους και το όφελος των αποδεκτών, ενώ όταν βρίσκονται στον ρόλο του αποδέκτη θα

υποτιμήσουν το κόστος αυτού που τους προσφέρει βοήθεια και το προσωπικό τους όφελος. Αυτή η θέση είναι συνεπής με την ανάγκη του ατόμου, η οποία προέρχεται από την εξελικτική προσαρμογή, για την αποφυγή της πιθανότητας να πέσει θύμα εκμετάλλευσης. Από την πλευρά της γνωστικής ψυχολογίας ωστόσο, με πειράματα προσδιορίστηκαν δύο κοινωνικές γνωστικές προκαταλήψεις που έχουν να κάνουν με τον τρόπο αντίληψης του κόστους και του οφέλους προς τον αποδέκτη, οι οποίες προωθούν την παροχή βοήθειας ακόμα και προς ξένους (McGuire 2003). Σε αντίθεση με την παραπάνω στρατηγική αυτοπροστασίας, οι δύο γνωστικές προκαταλήψεις συνεπάγονται την αντίστροφη θεώρηση για τον τρόπο με τον οποίο γίνεται αντιληπτός ο ρόλος αυτού που βοηθάει και του αποδέκτη της βοήθειας.

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με το πόρισμα της παραπάνω έρευνας οι άνθρωποι επιδεικνύουν μια αντίθετη προς την κοινή λογική προκατάληψη μετριοπάθειας. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι τα άτομα όταν παρέχουν τη βοήθειά τους υποτιμούν τόσο το προσωπικό κόστος που υφίστανται όσο και το όφελος που καρπώνεται ο παραλήπτης της βοήθειας, και τα αντιλαμβάνονται ως μικρότερα από όσο θα τα θεωρούσε ένας αμερόληπτος παρατηρητής. Η συγκεκριμένη προκατάληψη υποτιμάει ουσιαστικά τη βοήθεια που παρέχεται και ως προς το κόστος του πράττοντος και ως προς το όφελος του ευεργετημένου. Αυτή η γνωστική στρέβλωση έχει ως αποτέλεσμα να δημιουργεί στους ανθρώπους συναισθήματα υποχρέωσης προς τους άλλους και κατά συνέπεια προωθεί την αλτρουιστική συμπεριφορά προκειμένου να αποφεύγονται κοινωνικές ανισότητες. Η δεύτερη προκατάληψη είναι η γνωστική στρέβλωση της αγάπης (*“labor of love”*) όταν η βοήθεια παρέχεται μεταξύ οικείων. Με βάση αυτή την προκατάληψη αφενός αυτός που παρέχει βοήθεια σε κάποιον οικείο του αξιολογεί ως μικρότερο το κόστος που υφίσταται και αφετέρου ο αποδέκτης της βοήθειας εκτιμά το όφελος πιο πολύ (αφού αυτό προέρχεται από οικείο του πρόσωπο). Μάλιστα, όσο μεγαλύτερη οικειότητα χαρακτηρίζει τα άτομα, τόσο περισσότερη βοήθεια μπορεί να προσφερθεί. Αυτή η στρέβλωση εξυπηρετεί στη διατήρηση υψηλών επιπέδων παροχής βοήθειας σε στενές σχέσεις, όπου η ανάγκη και η ευκαιρία για βοήθεια καθώς και η πιθανότητα της αμοιβαίας συμπεριφοράς είναι υψηλότερες.

Στον τρόπο επομένως διαμόρφωσης μιας επιθυμίας, η οποία προτάσσει τα ενδιαφέροντα των άλλων έναντι του εαυτού, δίνοντας έτσι κίνητρο δράσης προς το συμφέρον κάποιου συνανθρώπου, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν διάφοροι

παράγοντες. Μολονότι η εν λόγω επιθυμία που οδηγεί σε αλτρουιστική συμπεριφορά φαίνεται να αναδύεται αυθόρμητα και άμεσα, ουσιαστικά εξαρτάται από όλες τις ως άνω προϋποθέσεις που αναλύσαμε διεξοδικά και σε κάθε περίπτωση συνεπάγεται ένα αίσθημα ευχαρίστησης.

2.2 ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ ΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΑΓΑΘΟ

Το ότι το κίνητρο δε διακρίνεται από αυτονομία και δεν είναι αμιγώς αλτρουιστικό δε συνεπάγεται ότι δεν υπάρχει αλτρουισμός ούτε ότι η αντίστοιχη συμπεριφορά υποκρύπτει πάντα κάποιο συγκαλυμμένο ατομικό συμφέρον. Αυτό που υποστηρίζουμε είναι ότι σε επίπεδο κινήτρων παρατηρείται κάτι που θα ονομάζαμε «ψευδοαλτρουισμός». Ο τελευταίος δε συνεπάγεται σε κάθε περίπτωση ότι ο αλτρουισμός είναι νόθος· υπογραμμίζει αφενός την έλλειψη αυτονομίας και ανεξαρτησίας των αλτρουιστικών κινήτρων και αφετέρου τον ετεροκαθοριζόμενο χαρακτήρα τους. Σε επίπεδο πράξης, ωστόσο, μπορούμε να μιλάμε για αλτρουιστική συμπεριφορά. **Το νευρολογικό έρεισμα του αλτρουιστικού κινήτρου μπορεί μεν να είναι εγωιστικό, η επιθυμία ή η προτίμηση ωστόσο, και το ενδιαφέρον για την προώθηση της ευημερίας του άλλου ακόμα και με προσωπικό κόστος, εκδηλώνεται και στην πράξη, καθιστώντας την τελευταία αλτρουιστική.**

Όλες αυτές οι νευρολογικές διεργασίες που λαμβάνουν χώρα κατά την εκτέλεση μιας αλτρουιστικής πράξης γίνονται ασυνείδητα (για περισσότερα βλέπε Park & Zak 2007), το άτομο δρα αντανακλαστικά, δεν συνειδητοποιεί ούτε ίσως εκλογικεύει εκείνη τη στιγμή τα αποτελέσματα από την ενεργοποίηση συγκεκριμένων σημείων του εγκεφάλου, που αναφέρθηκαν πιο πάνω. Σίγουρα όμως νιώθει κάποια θετικά ή αρνητικά (στην περίπτωση της αλτρουιστικής τιμωρίας) συναισθήματα, τα οποία όμως δε συνεπάγεται ότι το άτομο τα επιδιώκει συνειδητά. Το ίδιο συμβαίνει και με την ορθολογικότητα, η οποία δεν αφορά μόνο σε τυπικά λογική σκέψη αλλά σε κάθε γνωστική διαδικασία που διενεργείται από τον εγκέφαλο και συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων του ατόμου με βάση τα διαθέσιμα μέσα (δεδομένων των περιορισμών του χρόνου, του χώρου, των πόρων και της πληροφόρησης) (Foka-Kavaliaraki & Hatzis 2011). Η ικανότητα του ανθρώπου για λήψη αποφάσεων θεμελιώνεται τόσο σε γνωστικές λειτουργίες, όπως κατανόηση, εκτίμηση και εκλογίκευση, όσο και στην ενσυναίσθηση και σε συναισθήματα (Northoff 2009).

Είναι πολύ ενδιαφέρον το ότι στον εγκέφαλο εντοπίζεται πλέον από τους νευροεπιστήμονες η περίφημη «προσδοκώμενη αξία» (*expected value*), η οποία στα οικονομικά αναπαριστά ένα θεμελιώδες συστατικό των αποφάσεων που λαμβάνουν τα άτομα. Οι οικονομικές αποφάσεις δεν αφορούν μόνο στην επένδυση σε μια ριψοκίνδυνη ή ασφαλή ευκαιρία και στην αγορά ή όχι αγαθών, αλλά επεκτείνονται και στην κοινωνική σφαίρα, όπως στην ανταμοιβή φίλου ή τιμωρία εχθρού με χρήματα πάντα. Σε παίγνια κοινωνικής ανταλλαγής που αφορούν σε οικονομικά κίνητρα, παρατηρείται μια εγκεφαλική δραστηριότητα προτού ο παίκτης αποφασίσει να επενδύσει σε έναν συμπαίκτη που συνεργάζεται, και πριν αποφασίσει να προδώσει (*defect*) έναν μη δίκαιο παίκτη (Knutson & Bossaerts 2007: 8175). Παρομοίως, εμφανίζεται ενεργοποίηση σε κάποια σημεία του εγκεφάλου κατά τη διάρκεια της αναμονής χρηματικού οφέλους στα υγιή άτομα (Beck et al. 2009). Έτσι, η νευρολογική ενεργοποίηση που παρατηρείται προκαταβολικά σε κάποια κέντρα του εγκεφάλου αποτελεί χρήσιμο εργαλείο για την πρόβλεψη οικονομικών αποφάσεων. Αυτή η διαπίστωση θεμελιώνει και ενισχύει τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής και σε νευρολογικό επίπεδο.

Όταν λοιπόν ένα άτομο εκδηλώνει μια αξιόπιστη και συνεπή προτίμηση να βοηθήσει κάποιο τρίτο πρόσωπο που έχει ανάγκη με προσωπικό κόστος, ενώ έχει την επιλογή να τον αγνοήσει, τότε αυτή του την πράξη μπορούμε να την θεωρήσουμε αλτρουιστική. Οι ιδιωτικοί λόγοι που κρύβονται πίσω από τον τρόπο διαμόρφωσης αυτής της προτίμησης, είτε πρόκειται για συναισθηματική αντίδραση που οφείλεται στην ενσυναίσθηση, είτε υπεύθυνος είναι κάποιος κανόνας κοινωνικής συμπεριφοράς είτε η ανάγκη για μια εσωτερική ανταμοιβή, δεν έχουν σημασία ούτε αλλοιώνουν το χαρακτηρισμό της πράξης ως αλτρουιστικής. **Εφόσον λοιπόν οι ως άνω λόγοι διαμορφώσουν και τεκμηριώσουν το αλτρουιστικό κίνητρο, τότε αυτό με τη σειρά του συγκροτεί μια προτίμηση για τον αλτρουισμό, η οποία εντάσσεται στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας του ατόμου μαζί με τις υπόλοιπες προτιμήσεις.** Από τη στιγμή που το άτομο υιοθετεί μια αλτρουιστική προτίμηση, τότε παύει να μας ενδιαφέρει η ποιότητα του κινήτρου και όλη η βαρύτητα αποδίδεται στην πράξη. Το κατά πόσο μια πράξη εν συνεχεία είναι αλτρουιστική μετράται από το μέγεθος της θυσίας την οποία υφίσταται το άτομο για χάρη κάποιου άλλου. Η οικονομική αλλά ακόμα και η κοινωνική θυσία μετράται από το χρήμα, οπότε με αυτό τον τρόπο η αλτρουιστική προτίμηση έχει ένα αντικειμενικό κριτήριο

μέτρησης και συνεπώς ο αλτρουισμός λαμβάνεται στην πράξη ως ένα **οικονομικό αγαθό**.

2.2.1 Αλτρουισμός ως προτίμηση

Πριν προχωρήσουμε στην ανάλυση του αλτρουισμού ως οικονομικού αγαθού, θα αιτιολογήσουμε γιατί ο αλτρουισμός έχει μεγαλύτερη εξηγητική ισχύ ως προτίμηση και όχι ως προδιάθεση και εντάσσεται στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας. Οι θεωρητικοί των οικονομικών προσεγγίζουν τον αλτρουισμό ως προτίμηση για τις προτιμήσεις (*preference about preferences*), δηλαδή ο αλτρουισμός του Α προς τον Β συνίσταται στην προτίμηση του Α να ικανοποιήσει τις προτιμήσεις του Β. Παρόλα αυτά, δεν αποδέχονται όλοι την προσέγγιση του αλτρουισμού ως προτίμηση, αλλά επικρατεί και η αντίληψη που πρεσβεύει ότι ο αλτρουισμός είναι προδιάθεση (Folbre & Goodin 2004). Οι άνθρωποι έχουν κάποιες βαθύτερες επιδιώξεις, σκοπούς και κίνητρα που παρέχουν μια εσωτερική δομή για τις προτιμήσεις τους. Και αντιστρόφως ο χαρακτήρας και οι δεσμεύσεις των ανθρώπων προσδίδουν σ' αυτές τις βαθύτερες επιδιώξεις, σκοπούς και κίνητρα κάποια εσωτερική δομή. Αυτές οι ιδιότητες του χαρακτήρα, στις οποίες συμπεριλαμβάνεται και ο αλτρουισμός χαρακτηρίζονται καλύτερα ως προδιαθέσεις. Ο αλτρουισμός επομένως δεν είναι το είδος των δεδομένων και σταθερών προτιμήσεων που μπορεί εύκολα να υποτεθεί μέσα από τις διαδικασίες των αποκαλυπτόμενων προτιμήσεων. Αντίθετα, αναδύεται και εξελίσσεται μέσα από την πορεία των παρατεταμένων αλληλεπιδράσεων. Πριν από αυτές τις αλληλεπιδράσεις ο αλτρουισμός μεταξύ των ανθρώπων μπορεί να θεωρηθεί ως «δυνάμει προτίμηση», δηλαδή προτίμηση που θα είχαν οι άνθρωποι αν συγκεκριμένη αλληλουχία γεγονότων θα λάμβανε χώρα. Η έννοια όμως της προδιάθεσης περιλαμβάνει αυτό το στοιχείο της δυνατότητας.

Κατά την άποψή μας, ο αλτρουισμός δεν είναι μια έμφυτη προδιάθεση του ανθρώπου, ακριβώς επειδή ο ίδιος δεν αποτελεί ένα αυτόνομο και ανεξάρτητο κίνητρο που υποκινεί τη συμπεριφορά. Οι βαθύτερες προθέσεις, πεποιθήσεις, συνήθειες, επιδιώξεις και στόχοι των ανθρώπων μπορούν να θεμελιώσουν μια προτίμηση για αλτρουισμό και όχι το αντίστροφο. **Δεν είναι δηλαδή υπεύθυνος ο αλτρουισμός για την προέλευση και διαμόρφωση των προθέσεων και των κινήτρων.** Η τάση και η εσωτερική πρόθεση και επιθυμία για αλτρουιστική

συμπεριφορά δεν αναδύεται αυθόρμητα και ενστικτωδώς, αλλά είναι πάντοτε εξαρτημένη και υποκινούμενη από τα κίνητρα που εξετάσαμε διεξοδικά.

Βέβαια, η προσέγγιση του αλτρουισμού ως προτίμησης δεν εξετάζει τους αιτιακούς μηχανισμούς που συνδέουν το κίνητρο με την πράξη. Απαιτεί μόνο να διακρίνονται οι άνθρωποι από συνεπείς προτιμήσεις που απευθύνονται στους άλλους και να δρουν με βάση αυτές. Οι άνθρωποι προτιμούν κάποια πράγματα λόγω των αναμενόμενων ωφελειών τους, άλλοι εξαιτίας συναισθηματικών αντιδράσεων, άλλοι για λόγους προσκόλλησης σε κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς ή σε ηθικές αρχές, άλλοι από συνήθεια (Hausman 2005). Το πλαίσιο που υιοθετείται κατά τη διαδικασία λήψης μιας απόφασης ελέγχεται εν μέρει από τη διαμόρφωση του προβλήματος και εν μέρει από τους κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς, τις συνήθειες και τα προσωπικά χαρακτηριστικά του ατόμου. Ιδιαίτερα όταν οι αποφάσεις αφορούν σε ευκαιρίες που έχουν κάποιο ρίσκο, οι άνθρωποι εκδηλώνουν διάφορες επιδράσεις που οφείλονται στο πλαίσιο (*framing effect*). Οι Tversky και Kahneman (1981) έδειξαν ότι οι άνθρωποι εμφανίζουν μια αποστροφή στο ρίσκο, όταν έχουν να κάνουν με κέρδη, ενώ επιδιώκουν το ρίσκο όταν το ίδιο πρόβλημα παρουσιάζεται με τρόπο που δίνει έμφαση σε απώλειες. Η παρουσία λοιπόν των επιδράσεων του κοινωνικού πλαισίου δεν αποδεικνύει ότι οι προτιμήσεις είναι ασταθείς ή ότι βρίσκονται σε άμεση εξάρτηση από τις εκάστοτε καταστάσεις. Αντίθετα, το κοινωνικό πλαίσιο λειτουργεί ως συντονιστικός μηχανισμός, διαπίστωση που σημαίνει ότι αυτό είναι ουσιαστικά συνυφασμένο με τις πεποιθήσεις των ανθρώπων παρά με τις προτιμήσεις (Ellingsen et al. 2011).

Οι προτιμήσεις που εκλαμβάνονται από τους οικονομολόγους ως δεδομένες και αόριστα αποδίδονται στην ανθρώπινη φύση (η έμφαση στο ατομικό συμφέρον, στον αλτρουισμό προς τους συγγενείς, στον κοινωνικό διαχωρισμό και άλλες πλευρές των προτιμήσεων) μπορεί να ερμηνευτούν σε ένα ευρύτερο επίπεδο μέσα από την επιλογή με την πάροδο του χρόνου εκείνων των ιδιοτήτων που παρουσιάζουν υψηλότερη γενετική αρμοστικότητα και αξία επιβίωσης (Becker 1976b). Η τελευταία ωστόσο είναι εν μέρει αποτέλεσμα της μεγιστοποίησης της ωφέλειας σε διαφορετικά κοινωνικά και φυσικά περιβάλλοντα.

Η διαφορά του αλτρουισμού με τις υπόλοιπες κοινωνικές προτιμήσεις έγκειται στο εξής: Τα μοντέλα των «κοινωνικών προτιμήσεων» υποθέτουν ότι η συνάρτηση

ωφελιμότητας ενός παίκτη δεν εξαρτάται μόνο από την υλική του πληρωμή, αλλά επίσης μπορεί να είναι μια λειτουργία διανομής των πόρων στο πλαίσιο της ομάδας που ανήκει ο παίκτης, να νοιάζεται δηλαδή το άτομο για τις υλικές απολαβές των άλλων ανθρώπων (Fehr & Schmidt 2006). Οι αλτρουιστικές προτιμήσεις του ατόμου να προσφέρει διαφοροποιούνται από τις κοινωνικές προτιμήσεις στο εξής: οι πρώτες διέπουν τις ανταλλαγές που κάνει ο εαυτός μεταξύ των δικών του προσφορών και των προσφορών των άλλων ατόμων (από τους οποίους εξαιρείται ο εαυτός). Ενώ οι κοινωνικές προτιμήσεις διακρίνουν τις ανταλλαγές που κάνει ο εαυτός μεταξύ των προσφορών που αφορούν τους άλλους. Πρόκειται για δύο είδη διανεμητικών προτιμήσεων που συχνά λειτουργούν ταυτόχρονα, όπως όταν αποφασίζουμε το ποσό που θα προσφέρουμε σε μια φιλανθρωπία και πώς θα διανείμουμε τις δωρεές μας για διαφορετικούς σκοπούς, αλλά παραμένουν εννοιολογικά διαφορετικές (Fisman et al. 2007:1858-1859).

Παρόλο που οι προτιμήσεις για αλτρουισμό είναι πιθανό να επηρεάζονται σε κάποιο βαθμό από προκατάληψη που δίνει προβάδισμα στον εαυτό έναντι των άλλων, οι κοινωνικές προτιμήσεις δεν εκδηλώνουν κάποια προτεραιότητα για ένα συγκεκριμένο άλλο άτομο, τουλάχιστον όταν υπάρχει ανωνυμία. Παρομοίως, οι στάσεις που αφορούν την ανισότητα και το αποτέλεσμα της διανομής που αυτή συνεπάγεται σχετικά με την ισότητα και την αποτελεσματικότητα διαφέρουν ανάλογα με το αν ή όχι εμπλέκεται ο εαυτός. Αν και τα δύο εν λόγω είδη προτιμήσεων διακρίνονται από ετερογένεια στα άτομα, έτσι ώστε άλλοι να φέρονται πιο δίκαια ή αλτρουιστικά και κάποια να χαρακτηρίζονται από πλήρη ιδιοτέλεια, στο ίδιο το άτομο υφίσταται μια ισχυρή θετική συσχέτιση μεταξύ των ανταλλαγών που αφορούν την αποτελεσματικότητα και την ισότητα (*efficiency-equity tradeoffs*) που απορρέουν από τις αλτρουιστικές και τις κοινωνικές προτιμήσεις (Fisman et al. 2005). Το ενδιαφέρον του ατόμου για τον εαυτό δεν παραποιεί την αμεροληψία σχετικά με τις ανταλλαγές περί αποτελεσματικότητας-ισότητας και γενικότερα οι άνθρωποι δρουν με βάση τις ενοποιημένες διανεμητικές προτιμήσεις.

Όταν κάποιος είναι αλτρουιστής εξ ορισμού θα πρέπει να διακρίνεται και από αλτρουιστικές και από κοινωνικές προτιμήσεις. Στην περίπτωση των προτιμήσεων για δωρεές ο αλτρουιστής θέτει την ευημερία του άλλου σε προτεραιότητα έχοντας κάποιο κόστος στην ωφέλειά του για χάρη του άλλου. Οι κοινωνικές προτιμήσεις

αντανακλούν τον αλτρουισμό του ατόμου ανάλογα με τα προσωπικά του ενδιαφέροντα. Εξηγούν σε γενικές γραμμές τον τρόπο με τον οποίο το άτομο διανέμει το ποσό που έχει αποφασίσει να προσφέρει σε άλλους, δηλαδή γιατί να επιλέξει να δώσει 2€ σε έναν άγνωστο επαίτη από έναν άλλο άγνωστο; Για παράδειγμα, αν ενδιαφέρεται για συγκεκριμένες ευπαθείς ομάδες (όπως παιδιά με ανίατη ασθένεια) είτε για την καταπολέμηση κάποιων ασθενειών, είτε γενικότερα για κάποια φιλανθρωπικούς σκοπούς, τότε για να μιλάμε για εξήγηση και πρόβλεψη της αλτρουιστικής συμπεριφοράς με κανονικότητα και συνέπεια, θα πρέπει να δίνει πάντα όταν είναι ενήμερος και του δίνεται η δυνατότητα στις περιπτώσεις που τον ενδιαφέρουν. Αν και υπάρχει αυτή η εκλεπτυσμένη διάκριση μεταξύ αλτρουιστικών και κοινωνικών προτιμήσεων, στην πράξη το αποτέλεσμα είναι ο αλτρουισμός (το άτομο θα υποστεί μια θυσία, οικονομική ή κοινωνική). Αν διακρίνεται από αγνά αλτρουιστικά κίνητρα θα πρέπει να προσφέρει σε κάθε περίπτωση ανάλογα με τις κοινωνικές προτιμήσεις του και τα ενδιαφέροντά του. Όμως πόσο συχνά και με πόση συνέπεια συμβαίνει αυτό; Συνιστά ο αλτρουισμός από μόνος του ένα εργαλείο που να εξηγεί και να προβλέπει επαρκώς τη συμπεριφορά;

Η απάντησή μας είναι ότι η **εξηγητική εμβέλεια του αλτρουισμού μπορεί να προέλθει μέσα από τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής σε συνάρτηση πάντα με το ατομικό συμφέρον (*self-interest*)**. Τα αλτρουιστικά κίνητρα μπορεί να μην είναι αγνά και αυτόνομα, εφόσον εξηγούνται σε ένα πρώτο επίπεδο μέσα από άλλα κίνητρα και σε ένα δεύτερο τεκμηριώνονται μέσω αυτών νευρολογικά και ψυχολογικά. Αντίθετα, οι υπόλοιπες κοινωνικές προτιμήσεις παρουσιάζουν μεγαλύτερη αυτονομία, δηλαδή πέρα από τη νευρολογική τους τεκμηρίωση, δεν χρειάζονται εξήγηση σε επίπεδο κινήτρου, αποτελούν οι ίδιες κίνητρο συμπεριφοράς. Από στη στιγμή όμως που ο αλτρουισμός συγκροτηθεί ως προτίμηση εντάσσεται στη συνάρτηση ωφελιμότητας του ατόμου και επιλέγεται ορθολογικά με τη διαδικασία κόστους-οφέλους, μια διαδικασία που είδαμε ότι δε γίνεται πάντοτε συνειδητά.

2.2.2 Αλτρουισμός ως οικονομικό αγαθό

Με βάση τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής τα άτομα έχουν συνεπείς προτιμήσεις για αλτρουισμό. Η μη εγωιστική συμπεριφορά στα πειράματα μπορεί να συλληφθεί μέσα από ένα μοντέλο για εγωιστικά άτομα, αλλά τα τελευταία δεν μεγιστοποιούν πάντοτε χρήμα. Όταν το σύνολο των επιλογών οριστεί κατάλληλα,

τότε οι ανιδιοτελείς πράξεις μπορούν να περιγραφούν και να προβλεφθούν με το καθιερωμένο νεοκλασικό μοντέλο επιλογής (Andreoni & Miller 2002). Ο όρος ωφέλεια δεν αναφέρεται πλέον μόνο στο χρήμα, αλλά χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό της ευχαρίστησης ή της ικανοποίησης που αντλούν οι άνθρωποι από την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών (Keely 2005). Βέβαια, οι οικονομολόγοι αναφέρονται στην ευημερία παρατηρώντας την ανθρώπινη συμπεριφορά. Αν κάποιος επιλέγει να καταναλώσει ένα αγαθό έναντι κάποιου άλλου, τότε διατείνονται ότι αυτό που καταναλώθηκε επιφέρει υψηλότερο επίπεδο ευημερίας από το άλλο, χωρίς να ασχολούνται με το πόσο υψηλότερο είναι αυτό το επίπεδο. Η ευημερία (*well being*) συντίθεται πέρα από την οικονομική κατανάλωση και από άλλους παράγοντες που συμβάλλουν στην ικανοποίηση από τη ζωή, όπως οι σχέσεις με την οικογένεια, η εργασία, η υγεία, οι φίλοι και η κοινότητα σε ένα ευρύτερο επίπεδο (Manner & Gowdy 2010).

Η ορθολογική προσέγγιση έχει αμφισβητηθεί πέραν των άλλων και για το λόγο ότι αδυνατεί να εξηγήσει γιατί ένας ορθολογικός άνθρωπος θα επωμιζόταν τα κόστη της διαδικασίας της ψήφου σε μεγάλες εθνικές εκλογές όταν η πιθανότητα να έχει η ψήφος του αποφασιστική σημασία δεν διαφέρει σημαντικά από το μηδέν (Simpson 2007). Εντούτοις, πολλοί άνθρωποι εξακολουθούν να ψηφίζουν. Το να ψηφίζει κανείς στις εκλογές μπορεί να θεωρηθεί αλτρουιστική συμπεριφορά, από τη στιγμή που η πράξη αυτή έχει κόστος (χρόνο και προσπάθεια) για το άτομο και όφελος για την κοινωνία (Burnham 2001).

Οι οικονομολόγοι στην προσπάθειά τους να εξηγήσουν τις αλτρουιστικές πράξεις, αντιμετωπίζουν την συμπεριφορά στο σύνολό της όπως αυτή εξελίσσεται μέσα στο χρόνο. Μέσα από αυτή την οπτική το μακροπρόθεσμο ατομικό συμφέρον μπορεί να απαιτεί κάποιες βραχυπρόθεσμες θυσίες, όπως έχει διαφανεί μέσα από τα επαναλαμβανόμενα παίγνια (Burnham 2001). Επομένως, διατυπώνεται ο ισχυρισμός ότι ο αλτρουισμός ως προτίμηση δεν επιβάλλει αναγκαστικά το γνήσιο ενδιαφέρον για τους άλλους, αλλά μπορεί να ασκηθεί από άτομο που έμμεσα επιδιώκει την εκπλήρωση προσωπικών ωφελειών (Clavien & Chappuisat 2012). Από τη στιγμή που ο αλτρουισμός διαμορφωθεί ως προτίμηση, ανεξάρτητα από ποια κίνητρα προήλθε, και εισαχθεί στη συνάρτηση ωφελιμότητας του ατόμου, τότε είναι αγνός⁴⁶, υπό την

⁴⁶ Ο διαχωρισμός στη βιβλιογραφία σημειώνεται μεταξύ αγνού και νόθου αλτρουισμού.

έννοια ότι οι άνθρωποι νοιάζονται για το συνολικό ποσό του διαθέσιμου κοινού αγαθού, γιατί η ευημερία των άλλων συμπεριλαμβάνεται στην προσωπική τους συνάρτηση ωφελιμότητας (Becker 1974).

Ο αγνός αλτρουισμός είναι ουσιαστικά απροϋπόθετος (*unconditional altruism*). Ο τελευταίος συνήθως δεν εξαρτάται τυπικά από κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς και συμπεριλαμβάνει τον αγνό αλτρουισμό, το ευχάριστο συναίσθημα και το νόθο αλτρουισμό. Το γεγονός ότι οι άνθρωποι αντλούν προσωπική ευχαρίστηση από την πράξη της προσφοράς έκανε πολλούς συγγραφείς να προτείνουν τον συνδυασμό ενός κινήτρου της χαράς της προσφοράς με τον αλτρουισμό για τη δημιουργία ενός μοντέλου μη καθαρού ή νόθου αλτρουισμού (Abel & Warshawsky 1988, Bénabou & Tirole 2006). Στο πλαίσιο του απροϋπόθετου αλτρουισμού οι άνθρωποι αξιολογούν θετικά και χωρίς όρους τις υλικές απολαβές των άλλων και συνεπώς βοηθάνε τους συνανθρώπους τους με προσωπικό κόστος, χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τους τα χαρακτηριστικά ή τις προθέσεις τους (Fong 2007).

Το χρήμα παρέχει ουσιαστικά μια ποσοτική μέτρηση για την προτίμηση που έχει κάθε άτομο για να εκδηλώσει αλτρουιστική συμπεριφορά και αντανακλά το κόστος ευκαιρίας του πράττοντος, από τη στιγμή που θα μπορούσε να επιλέξει μια άλλη εναλλακτική δυνατότητα. Έτσι, λόγω χάρη όταν οι εκκλησίες χρησιμοποιούν ανοιχτά αντί για κλειστά καλάθια, όπου ρίχνει ο καθένας εθελοντικά κάποιο χρηματικό ποσό, υπογραμμίζουν και αναγνωρίζουν με αυτόν τον τρόπο τη σημασία των κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς, καθώς οι πιθανοί δωρητές είναι σε θέση αφενός να δουν το συνολικό ποσό που συγκεντρώθηκε μέχρι εκείνη τη στιγμή και αφετέρου οι γείτονες μπορούν να είναι μάρτυρες των συνεισφορών του καθενός (Levitt & List 2007: 157).

Το πόρισμα αυτό αντικατοπτρίζεται και μέσα από άλλα πειράματα. Οι Fehr και Schmidt (1999) παρατηρούν ότι ο αλτρουισμός είναι συνεπής με την εθελοντική προσφορά στο παίγνιο του δικτάτορα και στα παίγνια κοινών αγαθών. Είναι εντούτοις ανακόλουθος με την απόρριψη προσφορών στα *ultimatum games* και αδυνατεί να εξηγήσει τις τεράστιες αλλαγές στη συμπεριφορά στα παίγνια κοινών αγαθών με και χωρίς τιμωρία. Οι αλλαγές αυτές εξηγούνται από τη στιγμή που τα ποσά που απορρίπτονται οι συμμετέχοντες στα παίγνια είναι πάντοτε μικρά, προσαρμοσμένα φυσικά στις ανάγκες ενός πειράματος αλλά και στην οικονομική

δυνατότητα του φορέα που διεξάγει το πείραμα. Αν τα ποσά όμως ήταν αρκετά μεγάλα, τότε δε θα ήταν καθόλου βέβαιη η απόρριψή τους. Άλλο να απορρίπτει κανείς 10€ και άλλο 1000€. Το μέγεθος του χρηματικού ποσού αξιολογείται συνήθως ανάλογα με την οικονομική κατάσταση του εκάστοτε ατόμου, αλλά και το κατά πόσο φιλάργυρος είναι· τα 1000€ για έναν πλούσιο μπορεί να θεωρηθούν λίγα. Κατά μέσο όρο όμως αξιολογούνται ως ένα σημαντικό ποσό. Λαμβάνοντας υπόψη αυτή την παράμετρο, η ακριβοδικία δε θα συνέβαλε στην απόρριψη μιας σημαντικής οικονομικής προσφοράς, ακόμα κι αν αυτός που την πρότεινε θα κέρδιζε τα δεκαπλάσια. Φυσικά αυτό ισχύει στη διεξαγωγή ενός γύρου του *ultimatum game*. Ως εκ τούτου, η ακριβοδικία που συνιστά κριτήριο της αμοιβαιότητας, αδυνατεί από μόνη της να εξηγήσει την αποδοχή μεγάλων χρηματικών ποσών από την πλευρά του αποδέκτη στο εν λόγω παίγνιο, όσο άδικη και άνιση κι αν είναι αυτή η διανομή.

Επιπλέον, το ότι κάποιοι προσφέρουν μεγαλύτερα ποσά σε παίγνια του δικτάτορα ορισμένοι ερευνητές το συσχετίζουν με υψηλότερα επίπεδα αμοιβαιότητας και όχι αλτρουισμού, γεγονός που αντανακλά τι παρατηρείται στην καθημερινότητα εκτός πειραμάτων, όπως φάνηκε από παίγνιο που διεξήχθη σε πραγματικές συνθήκες σε αγροτική περιοχή της Παραγουάης (Ligon & Schechter 2012). Αυτό συμβαίνει διότι σε καθημερινές συνθήκες του πραγματικού κόσμου οι άνθρωποι επιλέγουν να μοιραστούν τους πόρους τους με άτομα της δικής τους προτίμησης χωρίς να εμπλέκεται το στοιχείο της ανωνυμίας. Τα πιο οικεία πρόσωπα είναι και οι πιθανοί παραλήπτες και ιδιαίτερα οι προσφορές σε φίλους είναι συνήθως πιο αυξημένες από ό,τι σε ξένους (Brañas-Garza et al. 2012). Αυτά τα ευρήματα υποδηλώνουν την εξηγητική εμβέλεια του ατομικού συμφέροντος και όχι της αμοιβαιότητας. Τα συμφέροντα των οικείων εντάσσονται στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας και παρέχουν μια αλτρουιστική προτίμηση ως προς αυτούς.

Η περίπτωση κατά την οποία μια συμπεριφορά σηματοδοτεί κάποια πρόθεση συνδέεται, όπως ήδη αναφέραμε, με το φαινόμενο της αποθάρρυνσης του εσωτερικού κινήτρου από εξωτερικά κίνητρα. Όταν εμπλέκεται το χρήμα οι άνθρωποι δεσμεύονται στην ανάλυση κόστους-οφέλους και μικρά χρηματικά ποσά δεν επαρκούν ως κίνητρο για να κάνουν τη δουλειά που ήταν πρόθυμοι να κάνουν δωρεάν για αλτρουιστικούς λόγους. Τα εξωτερικά κίνητρα για δωρεές μπορεί να υποτιμήσουν εν μέρει το εσωτερικό ενδιαφέρον που έχουν οι άνθρωποι για δωρεές

μακροπρόθεσμα (Anik et al. 2009). Όταν η επιθυμία του ανθρώπου να βοηθήσει τους άλλους προέρχεται από την επιδίωξη της εσωτερικής του ικανοποίησης, να νιώσει ο ίδιος καλά, το εξωτερικό οικονομικό κίνητρο μπορεί να αποθαρρύνει το εσωτερικό για παροχή βοήθειας, με αποτέλεσμα η τελευταία να σημειώνει βραχυπρόθεσμη άνοδο, καθώς οι άνθρωποι αναζητούν οφέλη, και μια μακροπρόθεσμη πτώση, εφόσον το εσωτερικό ανθρώπινο ενδιαφέρον για την ευημερία των άλλων μειώνεται. Η πράξη της προσφοράς σαφώς προκαλεί ευτυχία και οι έρευνες έχουν δείξει ότι οι ευτυχισμένοι άνθρωποι δίνουν πιο πολύ.

Παρατηρείται, λοιπόν, συχνά οι άνθρωποι που δεν δέχονται πληρωμή για κάποιες υπηρεσίες, όπως το να δίνουν αίμα, θεωρούν ότι να τις κάνουν δωρεάν έχει μεγαλύτερη αξία από το να πληρωθούν. Επίσης, άνθρωποι που παρέχουν υπηρεσίες άνευ πληρωμής μπορεί να αρνηθούν να τις πουλήσουν για κάποια θετική τιμή (Seabright 2009). Οι οικονομολόγοι που ασχολούνται με την θεωρία κινήτρων έχουν την πεποίθηση ότι μια ανταμοιβή, όσο μικρή κι αν είναι, είναι γνήσια. Μια τέτοια ανταμοιβή αναμένεται να αυξήσει, έστω και ελαφρά, το κίνητρο κάποιου κι όχι να το μειώσει. Εντούτοις, υπάρχουν αποδείξεις ότι οι μικρές ανταμοιβές μπορεί να απαξιωθούν από εκείνους στους οποίους προσφέρονται. Αντιστρόφως, εκείνοι που δέχονται ή ζητούν μικρές αμοιβές μπορεί να περιφρονηθούν από τους άλλους. Μάλιστα κάποιες πράξεις που θα θεωρούνταν εγγενώς (*intrinsically*) αποδεκτές ή αξιολογούμενες, όπως η δωρεά νεφρού, οι ίδιες θα μπορούσαν να θεωρηθούν μιαιρές ή απεχθείς αν πραγματοποιούνταν με κάποιο οικονομικό αντάλλαγμα. Λόγου χάρι η ιδέα της πώλησης του νεφρού και γενικότερα των οργάνων του σώματος είναι αρνητικά φορτισμένη, θεωρείται ανήθικη και δε δημιουργεί θετικό κοινωνικό αντίκτυπο.

Ο Seabright (2009) προτείνει ένα μοντέλο όπου η ποιοτική διάκριση στον τρόπο σύλληψης της αξίας μεταξύ των πράξεων και της επίδρασης της αποθάρρυνσης του κινήτρου είναι ενδογενής: είναι συνέπειες της σηματοδότησης της συμπεριφοράς των ατόμων των οποίων η ωφέλεια εξαρτάται όχι μόνο από τις πράξεις που εκτελούνται αλλά και από το πώς συλλαμβάνουν οι άλλοι τον τύπο αυτών των πράξεων. Αντλούν ωφέλεια από το να τους θεωρούν οι άλλοι αλτρουιστές, από τη στιγμή που η πράξη τους σηματοδοτεί αλτρουισμό. Άτομα που δέχονται ένα μικρό αλλά θετικό ποσό μπορεί να στιγματιστούν ως ανήθικα, ενώ όσοι το κάνουν δωρεάν θεωρούνται

αξιέπαινοι. Επιπλέον, άτομα κάνουν κάτι άνευ αμοιβής και αρνούνται να κάνουν το ίδιο για ένα μικρό ποσό, ενώ για ένα αρκετά μεγάλο μπορεί να πειστούν να το πράξουν. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν που ο αλτρουισμός ως κίνητρο αρχίζει να αδυνατεί για κάθε δωρητή στο βαθμό που επιπρόσθετοι δωρητές συμβάλλουν περισσότερο στο κοινό αγαθό και η οριακή χρησιμότητα του κοινού αγαθού του κάθε δωρητή μειώνεται (Ribar & Wilhelm 2002).

Τα παραπάνω στοιχεία αντανakλούν πόσο καθοριστικό συστατικό αποτελεί το χρήμα στις οικονομικές αποφάσεις των ανθρώπων, στις οποίες εντάσσεται φυσικά και ο αλτρουισμός. Οι αποφάσεις αυτές προφανώς δεν αναφέρονται μόνο σε υλικά αγαθά και προϊόντα. Τα μικρά χρηματικά ποσά απορρίπτονται ως πληρωμή για μια αλτρουιστική πράξη. Από την άλλη πλευρά, όταν το χρηματικό ποσό που διακυβεύεται στο πλαίσιο της διαπραγμάτευσης για την διενέργεια μιας αλτρουιστικής πράξης είναι μεγάλο, τότε τα άτομα δέχονται το εν λόγω χρηματικό ποσό, οπότε η πράξη τους που απορρέει από αυτή την αποδοχή δεν είναι αλτρουιστική.

Αρα, η ιεράρχηση του αλτρουισμού στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας βρίσκεται σε άμεση εξάρτηση από το ατομικό συμφέρον και σταθμίζεται με βάση το χρήμα. Μπορούμε να υποστηρίξουμε πως **η σχέση χρήματος και αλτρουισμού είναι αντιστρόφως ανάλογη (ή αρνητική)**. Όσο μεγαλύτερο είναι το χρηματικό ποσό που μπορεί να δαπανήσει το άτομο για χάρη κάποιου άλλου, τόσο μειώνεται η πιθανότητα να υιοθετήσει μια αλτρουιστική συμπεριφορά. Από την άλλη πλευρά, όσο μικρότερο είναι το εν λόγω ποσό, τόσο αυξάνεται η πιθανότητα εκδήλωσης της αλτρουιστικής συμπεριφοράς. Ως εκ τούτου, θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι η ζήτηση για την εκδήλωση αλτρουιστικής συμπεριφοράς ανεβαίνει όταν πέφτει η τιμή του, όταν δηλαδή η αλτρουιστική πράξη δεν έχει σημαντικό οικονομικό κόστος για το άτομο. Φαίνεται λοιπόν ότι ο αλτρουισμός αποτελεί κατά κάποιο τρόπο ένα **αγαθό πολυτελείας**, το οποίο αφενός αποκτά αξία για όλους όταν συνεπάγεται ένα μεγαλύτερο κόστος και αφετέρου δεν παρατηρείται συχνά στην πράξη ακριβώς λόγω του αυξημένου κόστους του για το άτομο.

Παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον η επισήμανση ότι σε πολλές περιπτώσεις η παράμετρος του αλτρουισμού διαφέρει από το πείραμα σε εργαστήριο, όπου τα άτομα δρουν αλτρουιστικά, από τις έρευνες πεδίου, όπου μειώνεται δραστικά (Levitt & List

2007). Όπως επίσης έχουν δείξει διάφορα παίγνια η συχνότητα των αλτρουιστικών πράξεων μειώνεται όσο αυξάνεται το κόστος (Isaac & Walker 1988). Όταν το κόστος είναι υψηλό τα άτομα θα πρέπει να εγκαταλείψουν μεγαλύτερο μέρος του διαθέσιμου ποσού τους για να βοηθήσουν τους άλλους, με αποτέλεσμα να επιδείξουν αλτρουιστική συμπεριφορά σε μικρότερο βαθμό. Το συμπέρασμα αυτό υποστηρίζεται και από την απόφαση κάποιου να εγγραφεί στο μητρώο δωρεάς μυελού οστών. Ο αριθμός των ασθενών που χρειάζονται το μόσχευμα είναι μικρός σχετικά με τον αριθμό των ατόμων που έχουν καταγραφεί στα μητρώα και επομένως η πιθανότητα να κληθεί κάποιος δωρητής είναι μικρή. Ένας που εγγράφεται στο μητρώο δωρεάς μυελού οστών θα μπορούσε να σηματοδοτήσει αλτρουισμό με την συμμετοχή του, αλλά συνειδητοποιεί ότι η πιθανότητα να κληθεί να δωρίσει είναι μικρή και μάλιστα αν κληθεί μπορεί να αρνηθεί αφού δεν υπάρχει συμβόλαιο που να τον δεσμεύει. Η πληρωμή εκείνων που πραγματικά θα δωρίσουν όταν κληθούν αυξάνει όχι μόνο το κίνητρο για εγγραφή στο μητρώο αλλά και για την προσφορά του μοσχεύματος όταν κληθούν (Bergstrom et al. 2009).

Ακόμα και στην περίπτωση της αιμοδοσίας, η προσφορά οικονομικών ανταμοιβών παίζει καθοριστικό ρόλο στην απόφαση να δώσει κάποιος αίμα και ειδικά σε όσους έχουν ξαναδώσει. Σε έρευνα πεδίου 100.000 ατόμων στην Αμερική οι Lacetera et al. (2011) βρήκαν ότι όταν υπάρχει χρηματικό όφελος υπάρχει μεγαλύτερη πιθανότητα τα άτομα να δώσουν αίμα και ιδιαίτερα η πιθανότητα αυξάνεται αναλογικά όσο πιο υψηλή είναι η τιμή της οικονομικής ανταμοιβής. Παράλληλα, είναι πολύ πιθανό να υποκινήσουν και άλλους για αιμοδοσία, ενώ σε όσους προσφέρθηκε η ανταμοιβή ως έκπληξη είχε αρνητική επίδραση μακροπρόθεσμα στην απόφασή τους να δώσουν αίμα. Παρομοίως, άλλη έρευνα πεδίου με περισσότερους από 10.000 ενεργούς αιμοδότες στη Σουηδία έδειξε ότι η προσφορά λαχείων οδηγούσε σε αύξηση της αιμοδοσίας, ειδικά σε αυτούς που είχαν μικρότερο κίνητρο, σε αντίθεση με δωρεάν εξέταση χοληστερίνης που δεν είχε καμία επίδραση (Goette & Stutzer 2008). Το πιο ακραίο παράδειγμα είναι αυτό που συνέβη πρόσφατα στη χώρα μας εξαιτίας της βαθιάς ύφεσης που προκάλεσε η οικονομική κρίση και δεν αποτελεί μέρος πειραματικής έρευνας. Νέοι και μεγαλύτεροι σε ηλικία, ενώ εμφανίστηκαν ως εθελοντές για να δώσουν αίμα μετά από ανακοίνωση του νοσοκομείου σε κάποιον που είχε ανάγκη από μεγάλες ποσότητες, κατέληξαν να διαπραγματεύονται με τους συγγενείς που βρίσκονταν σε κατάσταση πανικού και στο

τέλος πληρώθηκαν για τις υπηρεσίες τους. Ακόμα και αγαθά που φαίνονται ανεκτίμητα και η πώλησή τους θεωρείται ανήθικη, σε καταστάσεις ανάγκης λαμβάνουν μια τιμή ανεξάρτητα από την κοινωνική κατακραυγή.

Το χρήμα μετράει τον αλτρουισμό που επιδεικνύουν οι άνθρωποι, ο οποίος ιεραρχείται στις ατομικές προτιμήσεις και σταθμίζεται με βάση το ατομικό συμφέρον. Παρόμοιο πόρισμα προέκυψε και από έρευνα (Mittra 2004) που επιχείρησε να υπολογίσει το σκοπό των χρηματικών και μη χρηματικών μεταβιβάσεων μεταξύ των κατοίκων σε φτωχογειτονίες της Ινδίας. Συμπέρανε ότι η χρηματική/μη χρηματική παροχή βοήθεια εξαρτάται από τη βοήθεια που λαμβάνεται από τους άλλους. Θα λέγαμε ότι επικρατεί μάλλον μια αίσθηση ανταπόδοσης που υποκινεί τη διαδικασία μεταβιβάσεων πόρων στο εσωτερικό ενός νοικοκυριού.

2.2.3 Ατομικό συμφέρον και αλτρουισμός

Από την πλευρά της ψυχολογίας έχει αναγνωριστεί μια μεγάλη ποικιλία παραγόντων που διευκολύνουν την παροχή βοήθειας και παρέχουν ανταμοιβή αμέσως μετά. Τέτοιοι παράγοντες είναι κοινωνικοί, όπως ντροπή, ευγνωμοσύνη, φήμη, κανόνες, επιβραβεύσεις, εξοστρακισμός, κλπ., και προσωπικοί, όπως ενσυναίσθηση, αυτοεκτίμηση, ενοχή, παρόρμηση, κλπ. Οι ψυχολογικοί παράγοντες αντικατοπτρίζουν με αμεσότητα τη διασύνδεση του αλτρουισμού με το ατομικό συμφέρον. Το ατομικό συμφέρον μπορεί να εκφραστεί με τη μορφή της φήμης, που αποκτά ένα άτομο όταν συμπεριφέρεται αλτρουιστικά και η οποία φαίνεται να συνιστά έναν σημαντικό μηχανισμό για την ενίσχυση της συνεργασίας σε καταστάσεις κοινών αγαθών. Σε παίγνια κοινών αγαθών, τόσο σε διμερείς αλληλεπιδράσεις όσο και σε εκείνες μεταξύ περισσότερων ατόμων, μια πιθανή προδοσία από την πλευρά ενός ατόμου, την οποία όμως γνωρίζουν οι υπόλοιποι, μπορεί να μειώσει την προθυμία των άλλων να βοηθήσουν σε επόμενη διμερή αλληλεπίδραση (Milinski et al. 2002). Έχουν καταγραφεί επίπεδα βοήθειας της τάξης μεταξύ 50 και 90% και οι παραλήπτες με μια ιστορία γενναιόδωρων αποφάσεων για παροχή βοήθειας είναι σημαντικά πιο πιθανό να λάβουν βοήθεια. Αυτό δείχνει ότι η συμπεριφορά των δοτών μπορεί να καθοδηγείται από την επιθυμία της απόκτησης καλής φήμης ή για λόγους αλτρουιστικής ανταμοιβής. Σε πειράματα φάνηκε ότι οι δότες που δεν μπορούν να αποκτήσουν φήμη βοηθάνε στο 37% των περιπτώσεων,

ενώ εκείνοι που μπορούν να αποκτήσουν φήμη βοηθάνε στο 74% των περιπτώσεων (Fehr & Fischbacher 2003). Παρομοίως, σε επαναλαμβανόμενα παίγνια (δίλημμα του φυλακισμένου) όταν ενισχύονται οι πεποιθήσεις όσον αφορά το βαθμό αλτρουισμού που χαρακτηρίζει τον αντίπαλο, τότε αυξάνεται η καλή φήμη και τα άτομα συνεργάζονται πιο πολύ (Andreoni & Miller 1993). Με άλλα λόγια, τα άτομα επιδιώκουν και προθυμοποιούνται να «χτίσουν» φήμη για αλτρουιστική συμπεριφορά, χωρίς όμως αυτό να αποκλείει την ύπαρξη αλτρουιστών που δεν ενδιαφέρονται για τη φήμη. Η τελευταία συνιστά και έναν από τους συντελεστές της έμμεσης αμοιβαιότητας, καθώς μέσα από τα κοινωνικά κανάλια η βοήθεια απευθύνεται σε όσους έχουν τη φήμη ότι βοηθάνε, με αποτέλεσμα να αποφεύγονται σε κάποιο βαθμό οι καιροσκόποι (Sigmund 2012).

Καθίσταται προφανές επομένως ότι η φήμη, ως γνήσια έκφραση ατομικού συμφέροντος, ενεργοποιεί την αλτρουιστική συμπεριφορά. Με βάση τη φήμη ως κίνητρο, η γενναιοδωρία και η ακριβοδικία εμφανίζονται ως συμπεριφορές που εξαρτώνται από το εκάστοτε πλαίσιο (Sylwester & Roberts 2010). Επομένως ακόμα και οι περίφημες κοινωνικές προτιμήσεις φαίνονται εξαρτημένες από το ατομικό συμφέρον. Αν ήταν αυτόνομες το εκάστοτε πλαίσιο δεν θα έπαιζε σημαντικό ρόλο και θα οδηγούσαν με συνέπεια σε συγκεκριμένη συμπεριφορά. Το επίπεδο συνεργασίας και οι χρηματικές προσφορές στα παίγνια θα ήταν πάντα σταθερά και αμετάβλητα.

Για παράδειγμα, έχει βρεθεί ότι όταν τα άτομα εκτίθενται σε ένα σημείωμα με αλτρουιστικό περιεχόμενο σε ένα εστιατόριο, δείχνουν μεγαλύτερη προθυμία να αφήσουν πιο συχνά φιλοδώρημα και μάλιστα αυτό τους ωθεί να προσφέρουν ένα μεγαλύτερο χρηματικό ποσό (Jacob et al. 2013), κάτι που δεν θα έκαναν από μόνοι τους. Επιπροσθέτως, άλλες έρευνες έχουν δείξει ότι οι άνθρωποι είναι πιο γενναιοδωροι όταν τους παρακολουθούν άλλοι (Bateson et al. 2006), συνεργάζονται σε μεγαλύτερο βαθμό όταν τους αποκαλύπτεται η ταυτότητα των άλλων ατόμων (Andreoni & Petrie 2004), ενώ κάνουν μικρότερες προσφορές στο παίγνιο του δικτάτορα όταν φοράνε ωτασπίδες για να εξαλείψουν θορύβους που υπενθυμίζουν την παρουσία άλλων ατόμων (Haley & Fessler 2005). Μια εξήγηση για αυτά τα ευρήματα είναι ότι η ανθρώπινη διαδικασία λήψης αποφάσεων είναι ευαίσθητη σε υπόρρητα στοιχεία παρατήρησης (π.χ. μια εικόνα από ένα ζευγάρι ματιών), τα οποία

ωθούν τους ανθρώπους να δράσουν ενστικτωδώς σαν πραγματικά να παρακολουθούνται από άλλους, λαμβάνοντας υπόψη τους με αυτόν τον τρόπο τη φήμη. Αυτά τα ανεπαίσθητα σημάδια παρατήρησης μπορεί να κάνουν τους ανθρώπους να ενδιαφερθούν για τη φήμη τους, εφόσον κατά μεγάλη πιθανότητα παίζουν ρόλο ακόμα και σε περιπτώσεις που είναι λιγότερο επιρρεπείς σε προκατάληψη.

Στην περίπτωση που οι άνθρωποι συνεργάζονται υπό προϋποθέσεις, τότε η επίδραση που έχει ένα σημάδι παρατήρησης διακρίνεται από προκατάληψη προς τα πάνω (*upward biased*). Σε πείραμα που διεξήχθη σε καφετέρια πανεπιστημίου, τις μέρες που υπήρχε στον τοίχο εικόνα με μάτια, μειωνόταν στο μισό η πιθανότητα να αφήσουν οι φοιτητές τα σκουπίδια στο τραπέζι, άσχετα από το συνοδευτικό μήνυμα στις φωτογραφίες, συγκριτικά με τις μέρες που υπήρχε εικόνα με λουλούδια (πάλι με το ίδιο συνοδευτικό μήνυμα). Μάλιστα, οι εικόνες με τα μάτια είχαν μεγαλύτερη επίδραση όταν υπήρχαν λίγα άτομα στην καφετέρια παρά όταν ήταν γεμάτη (Ernest-Jones et al. 2011). Αν ένα μέρος των ανθρώπων ανταποκριθεί στην εικόνα των ματιών, τότε οι υπόλοιποι θα το παρατηρήσουν και θα συμπεριφερθούν κι αυτοί με τον ίδιο τρόπο, όχι όμως εξαιτίας της εικόνας αλλά λόγω των ομοίων τους (Ekström 2012).

Στα ως άνω πειράματα οι συμμετέχοντες δέχονται διάφορα ερεθίσματα που μπορεί να επηρεάζουν τη διαισθητική τους κρίση για το αν η πράξη τους παρακολουθείται, όπως συχνά να συναντιούνται πρόσωπο με πρόσωπο με αυτούς που διεξάγουν το πείραμα ή και άλλους συμμετέχοντες. Κάποια άλλα κοινά χαρακτηριστικά, όπως η γλώσσα, το στυλ ντυσίματος καθώς και η οικεία συμπεριφορά συνιστούν δείκτες ότι και οι άλλοι γύρω τους ανήκουν στην ίδια ομάδα, γεγονός που στους πληθυσμούς των μακρινών μας προγόνων δημιουργούσε μεγαλύτερες πιθανότητες για μελλοντική αλληλεπίδραση (Haley & Fessler 2005). Όσοι αναπτύσσουν τη φήμη ότι είναι γενναιοδωροί τότε τους προτιμούν για συνεργάτες και μάλιστα αποκομίζουν μεγαλύτερα οφέλη από τη συγκεκριμένη συνεργασία συγκριτικά με λιγότερο γενναιοδωρα άτομα.

Ο αλτρουισμός επομένως μπορεί να επιλεγεί ως στρατηγική για να αποφέρει μακροπρόθεσμα ατομικά οφέλη. Οι υποθέσεις ότι ο αλτρουισμός έχει μια θετική επίδραση στην κοινωνική ωφέλεια, ενώ η εμπάθεια αρνητική, ισχύουν μόνο σε μη

στρατηγικές διαδράσεις, κατά τις οποίες η βέλτιστη πράξη για κάθε άτομο δεν εξαρτάται από τις πράξεις των άλλων. Όταν ωστόσο οι αλληλεπιδράσεις είναι στρατηγικές, ο αλτρουισμός και η εμπάθεια δεν έχουν τα παραπάνω αναμενόμενα αποτελέσματα. Κατά συνέπεια, ο αλτρουισμός σε ένα στρατηγικό παίγνιο μπορεί παραδόξως να οδηγήσει σε υλικές απώλειες για όλα τα εμπλεκόμενα μέλη (Milchtaich 2012). Ειδικότερα, αυτό λαμβάνει χώρα όταν επικρατεί ο απροϋπόθετος αλτρουισμός σε έναν πληθυσμό, ο οποίος μπορεί να μειώσει τα μεγέθη των συνεισφορών και των οφελών στο πλαίσιο ενός κοινού αγαθού. Αυτό συμβαίνει διότι οι περισσότεροι αλτρουιστές ενώ προδιατίθενται να συνεισφέρουν, είναι λιγότερο πρόθυμοι να τιμωρήσουν τους λιποτάκτες, εφόσον ενδιαφέρονται μόνο για την ευημερία των άλλων (Hwang & Bowles 2012). Οι Anderson & Putterman (2006) ισχυρίζονται ότι όταν ο αλτρουισμός προκύπτει ως αποτέλεσμα της αρνητικής αμοιβαιότητας, τότε η προοπτική της τιμωρίας για τις χαμηλές συνεισφορές μπορεί να αναγκάσει τα άτομα να προσφέρουν περισσότερα, από ό,τι υπολόγιζαν. Με αυτό τον τρόπο διατηρείται η συνεργασία στις ομάδες, όταν άλλα κίνητρα δεν επαρκούν. Από την πλευρά τους οι τιμωροί έχουν όφελος, διότι όσο αυξάνεται η φήμη τους τόσο οι άλλοι επιθυμούν να συνεργαστούν μαζί τους (Barclay 2006).

Εγείρεται στο σημείο αυτό το ζήτημα της περίφημης αλτρουιστικής τιμωρίας, η οποία στηρίζεται στην αμοιβαιότητα. Κατά την άποψή μας η τιμωρία, ακόμα κι αν συνεπάγεται ένα αλτρουιστικό αποτέλεσμα, το κίνητρό της είναι κατά κύριο λόγο εγωιστικό. Η ακριβοδικία μπορεί να παρέχει αρκετούς λόγους για την ανάδυση και εφαρμογή της τιμωρίας, όμως αυτοί πάλι φιλτράρονται και σταθμίζονται από τη συνάρτηση ωφελιμότητας του ατόμου. Και φυσικά πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη αφενός το πόσο μεγάλο κόστος υφίσταται ο τιμωρός, και αφετέρου τις μακροπρόθεσμες ωφέλειες που θα καρπωθεί. Αυτές θα είναι και οικονομικές, εφόσον η τιμωρία συμβάλλει μακροχρόνια στον περιορισμό των λαθρεπιβατών, αλλά και κοινωνικές, βελτιώνοντας την κοινωνική του εικόνα και φήμη.

Στη γραμμή αυτή, υπάρχουν ενδείξεις που αμφισβητούν το συντονιστικό ρόλο της αλτρουιστικής τιμωρίας όσον αφορά τη συνεργασία. Παρόλο που η αλτρουιστική τιμωρία παρατηρείται και ποσοτικοποιείται σε πειράματα που λαμβάνουν χώρα στο εργαστήριο, οι αποδείξεις για την ύπαρξή της σε πραγματικές συνθήκες δεν είναι επαρκείς για να αναδείξουν τους μηχανισμούς που διατηρούν τη συνεργασία (Guala

2012). Επιπλέον, ο Guala (2012) διαπιστώνει ότι στην έρευνα που διεξάγουν οι ανθρωπολόγοι δεν υπάρχουν αποδείξεις ότι η τιμωρία με υλικό κόστος εφαρμόζεται σε μικρές κοινωνίες, παρά μόνο για τη ρύθμιση συγκρούσεων σεξουαλικού περιεχομένου. Αντίθετα, φαίνεται η εκδίκηση να είναι η κύρια αιτία της διάλυσης των κοινωνικών δεσμών. Επιπροσθέτως, πάλι από την πλευρά της ανθρωπολογίας, η οικονομική συνεργασία σε μικρές κοινωνίες υποστηρίζεται συνήθως από μηχανισμούς χαμηλού ή ελλείπει κόστους, όπως η ρητή κριτική, ο εξοστρακισμός. Παράλληλα, αν και η αλτρουιστική τιμωρία φαίνεται να συμβάλλει στη διατήρηση της συνεργασίας, ελλοχεύει ο κίνδυνος να οδηγήσει σε μακροπρόθεσμες διαμάχες, με αποτέλεσμα να μειώνεται δραστικά η προθυμία των ατόμων να τιμωρούν. Γι αυτό το λόγο η αλτρουιστική τιμωρία είναι πιο αποτελεσματική όταν οι πιθανότητες να οδηγήσει σε έριδες είναι μικρές, γεγονός ωστόσο που υποδεικνύει την περιορισμένη εξηγητική της ισχύ για το ζήτημα της συνεργασίας (Nikiforakis & Engelmann 2011). Όσο για τις φιλονικίες, δεν προκύπτουν με συχνότητα όταν τα άτομα δεν αναμένεται να αλληλεπιδράσουν ξανά στο μέλλον.

Από την άλλη πλευρά, η τιμωρία δε λαμβάνει χώρα χωρίς προϋποθέσεις και συντονισμό. Υπάρχουν ενδείξεις από εθνογραφικές έρευνες ότι η τιμωρία συντονίζεται μέσα από διάφορα επικοινωνιακά κανάλια, όπως το κουτσομπολιό, είναι εξαρτημένη από την προσδοκώμενη αποτελεσματικότητα που θα έχει αν οδηγήσει σε συνεργασία και δεν υφίσταται εκτός αν νομιμοποιηθεί στο πλαίσιο της ομάδας (Boyd et al. 2010). Όταν στη συνέχεια λάβει χώρα, τότε συνήθως είναι συλλογική και μεταφέρει ένα μήνυμα κύρωσης. Αν σπανίζουν τα άτομα που δείχνουν προθυμία να τιμωρήσουν, τότε αυτά δυσανασχετούν και φέρουν μόνο το κόστος της σηματοδότησης ότι δηλαδή είναι πρόθυμοι για τιμωρία, αποφεύγοντας έτσι στην πράξη το κόστος της τιμωρίας. Ως εκ τούτου, η τιμωρία συντονίζεται μεταξύ των μελών της ομάδας. Σύμφωνα με τους Boyd et al. (2010) το συνολικό κόστος της τιμωρίας ενός λιποτάκτη μειώνεται καθώς αυξάνεται ο αριθμός των τιμωρών. Η τιμωρία μπορεί να πολλαπλασιαστεί όταν εκτελείται σπάνια και όταν συμβαίνει αυτό ενισχύονται οι κατά μέσο όρο ωφέλειες της ομάδας.

Είδαμε ότι η αλτρουιστική τιμωρία ονομάζεται ως τέτοια, κυρίως όταν διεξάγεται από τρίτα πρόσωπα με προσωπικό κόστος, που ανήκουν στην ίδια ομάδα αλλά δεν θίγονται οικονομικά από την εν λόγω παραβίαση των ατόμων που

παραβιάζουν κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς. Φυσικά όμως τιμωρούν τους παραβάτες και οι άμεσα θιγόμενοι. Έχει παρατηρηθεί όμως ότι οι ποινές που επιβάλλονται από τα θύματα (τους άμεσα θιγόμενους) είναι πιο ισχυρές από εκείνες των τρίτων προσώπων. Είναι τόσο μεγάλες που μπορεί να εξαλείψουν τα κέρδη των παραβατών των κανόνων, ενώ οι αντίστοιχες ποινές από ένα τρίτο πρόσωπο είναι πολύ πιο μικρές, με αποτέλεσμα να χρειάζονται περισσότεροι τρίτοι για την ενίσχυση του κανόνα που παραβιάζεται (Fehr & Fischbacher 2003). Το γεγονός ότι ο άμεσα θιγόμενος τιμωρεί με μεγαλύτερο προσωπικό κόστος (αν φυσικά έχει την ευκαιρία και τους πόρους να το κάνει) από ένα τρίτο άτομο δείχνει την εξάρτηση της αλτρουιστικής πράξης από το ατομικό του συμφέρον. Όσο πιο πολύ αισθάνεται κάποιος ότι έχει αδικηθεί, τόσο πιο θετικά αξιολογεί την αδικία και είναι πιο πρόθυμος να καταβάλλει μεγαλύτερο κόστος για την αποκατάσταση της προσωπικής του κατάστασης.

Οι προτιμήσεις της γενικευμένης αμοιβαιότητας και ισότητας μπορεί να οδηγήσουν τους ανθρώπους να είναι πιο γενναιόδωροι σε παραλήπτες που έχουν συνεισφέρει περισσότερο στην κοινωνία με διαφορετικό τρόπο από τον κόπο που καταβάλλουν στην εργασία τους, όπως να δίνουν χρήματα ή να αφιερώνουν χρόνο στους άλλους, ή να βοηθήνουν και να συνεργάζονται. Η γενναιοδωρία συνδέεται με τις πεποιθήσεις του ατόμου για την αξία του παραλήπτη (Fong & Luttmer 2010). Αυτή η αντίληψη αναδύεται μέσα από τα ψυχολογικά παίγνια, στα οποία οι προσφορές που κάνει ο κάθε παίκτης δεν εξαρτώνται μόνο από το τι κάνει κάθε παίκτης, αλλά και αυτό που νομίζει ότι πιστεύουν οι άλλοι παίκτες και τις πιθανές πεποιθήσεις των άλλων παικτών για τους άλλους κ.ο.κ. (Geanakopoulos et al. 1989). Άρα, μαζί με τις πράξεις, καθοριστικό ρόλο παίζουν οι πεποιθήσεις, οι οποίες υπόκεινται σε επιρροές από κάποια συναισθήματα, όπως απογοήτευση ή ανακούφιση, ευγνωμοσύνη ή θυμό, περηφάνια ή ντροπή. Οι συναισθηματικές αντιδράσεις ενός παίκτη δε μπορεί να είναι γενικά ανεξάρτητες από τις προσδοκίες του και τον τρόπο που ερμηνεύει όσα μαθαίνει από ένα παίγνιο.

Υπό την προϋπόθεση του ατομικού συμφέροντος φαίνεται να λειτουργεί και η αμοιβαιότητα καθώς και η εμπιστοσύνη και ο φόβος. Η αμοιβαιότητα μεν εξαρτά τις προτιμήσεις για τα αγαθά από τις αντιλήψεις που σχηματίζει το άτομο από τις παρελθούσες πράξεις του άλλου, η εμπιστοσύνη και ο φόβος δε εξαρτούν τις

προτιμήσεις για τα αγαθά από τις πεποιθήσεις για τις μελλοντικές αντιδράσεις των άλλων στις ατομικές πράξεις (Cox 2007). Η εμπιστοσύνη εμπνέει την εμπιστοσύνη, έτσι ώστε να κλίνουμε να εμπιστευόμαστε άτομα που τα θεωρούμε έμπιστα, ενώ ένα σήμα έλλειψης εμπιστοσύνης τροφοδοτεί την ίδια συμπεριφορά. Παρομοίως, όταν τα άτομα αισθάνονται ότι δεν τους εμπιστεύονται οι άλλοι, γίνονται λιγότερο αξιόπιστα (Dent 2005). Αν η εμπιστοσύνη δεν είχε ορθολογική βάση, τότε δε θα είχε σαφή κατεύθυνση, αλλά οι άνθρωποι θα εμπιστεύονταν άλλους αδιάκριτα. Αυτό που φαίνεται να ισχύει είναι πρωτίστως μια τάση ανταπόδοσης και δευτερευόντως αμοιβαιότητας. Η ανταπόδοση συνδέεται άμεσα με το ατομικό συμφέρον.

Καθίσταται σαφές από την ανάλυσή μας ότι οι άνθρωποι νοιάζονται για το πώς οι επιλογές τους έχουν επίδραση στις πεποιθήσεις των άλλων και όχι μόνο στα αποτελέσματα. Μια επιλογή δεν είναι μόνο μια πράξη που αντανάκλα μια αιτιακή σχέση, αλλά και μια εκφραστική πράξη, που στέλνει ένα σήμα για τα κίνητρα και τις προθέσεις του λήπτη της απόφασης, με αποτέλεσμα ο πιθανός δότης ίσως να αντιμετωπίζει την απόφαση ως ένα είδος παιγνίου που να σηματοδοτεί τις προτιμήσεις, λαμβάνοντας υπόψη πώς οι επιλογές του θα γίνουν αντιληπτές. Είναι πολύ πιθανό οι άνθρωποι να δρουν με βάση την αμοιβαιότητα, όχι γιατί πραγματικά γίνονται αλτρουιστές απέναντι στους άλλους, αλλά επειδή θέλουν να κάνουν τους άλλους να πιστέψουν ότι συμπεριφέρονται σύμφωνα με τη θετική αμοιβαιότητα. Η επιδίωξη αυτή όμως με σαφήνεια αποκρύπτει μια εγωιστική πρόθεση, από τη στιγμή που ο σχηματισμός μιας τέτοιας πεποίθησης από τους άλλους συμβάλλει αποφασιστικά σε επικερδείς μελλοντικές αλληλεπιδράσεις (Vostroknutov 2012).

Σε ένα παίγνιο εμπιστοσύνης για παράδειγμα, αν ο αποδέκτης της εμπιστοσύνης (*trustee*) πιστέψει ότι αυτοί που δείχνουν εμπιστοσύνη (*trustors*) κάνουν τη διανομή με βάση τον αλτρουισμό και όχι για λόγους επένδυσης, τότε ερμηνεύουν τη συμπεριφορά υπολογίζοντας και αυτή την παράμετρο (Carter & Castillo 2011). Η εμπιστοσύνη δεν υποκινείται μόνο από τον τρόπο της διανομής (αν είναι ακριβοδίκαιη ή όχι), αλλά και από την αποστροφή προς την προδοσία, η οποία επηρεάζει τόσο την απόφαση να εμπιστευτεί κανείς όσο και την απόφαση να ανταποδώσει την έμπιστη συμπεριφορά. Οι αποδέκτες της εμπιστοσύνης είναι πιο πιθανό να συμπεριφερθούν με βάση το ατομικό τους συμφέρον όταν τους δίνεται η δυνατότητα να κρύψουν την προδοσία τους και συνεπώς να αποφευχθεί το κόστος

της προδοσίας από αυτούς που τους εμπιστεύονται (Cox & Li 2012). Έτσι, καθώς οι άνθρωποι επιχειρούν να διατηρήσουν την θετική εικόνα για τον εαυτό τους, οι αλτρουιστικές πράξεις είναι η συνέπεια, παρά το εργαλείο (Grossman 2010).

Ο θετικός αντίκτυπος που δημιουργείται από τη φήμη ότι κάποιος είναι αλτρουιστής επιδρά θετικά στην αύξηση των ποσών που προσφέρονται για δωρεές. Σε παίγνιο ανταλλαγής δώρων είναι ενδεικτικό πόσο σημαντική είναι η μυστική πληροφορία για τον αλτρουισμό του άλλου παίκτη για τη δημιουργία προκαταλήψεων όσον αφορά τη συμπεριφορά του άλλου. Πρώτον, τα δρώντα υποκείμενα τείνουν να κάνουν μεγαλύτερες δωρεές όταν έχουν πλήρη πληροφόρηση. Και δεύτερον, παρόλο που τα άτομα δεν έχουν εσωτερικό κίνητρο για αμοιβαιότητα ή ακριβοδικία, όσο πιο αλτρουιστής είναι ο παραλήπτης της δωρεάς τόσο περισσότερο προσφέρει ο δότης (Fong 2009). Η πληροφορία για τον αλτρουισμό ενός ατόμου κατέχει το ρόλο του σήματος για την εκδήλωση αλτρουιστικής συμπεριφοράς στις διάφορες αλληλεπιδράσεις. Το σήμα αυτό ενισχύεται και μέσα από τις εκφράσεις του προσώπου, όπως τα χαμόγελα, σε αντίθεση με εκφράσεις περιφρόνησης (Reed et al. 2012). Ένας χαμογελαστός άνθρωπος εκ πρώτης όψεως γίνεται πιο συμπαθής και προσιτός και δίνει την εντύπωση ότι είναι πρόθυμος να συνεργαστεί και συνεπώς εμπνέει την εμπιστοσύνη.

Σε γενικές γραμμές, φαίνεται τα κίνητρα που εκδηλώνουν οι παίκτες να επηρεάζουν το βαθμό με τον οποίο και γίνεται αντιληπτή μια αλτρουιστική συμπεριφορά. Αν μια πράξη υποκινείται από στρατηγικά κίνητρα, τότε θεωρείται λιγότερο ευγενική από μια μη στρατηγική πράξη (Stanca et al. 2009). Η θετική αμοιβαιότητα ενισχύεται όταν αποκλείεται το στρατηγικό κίνητρο και διευκολύνεται με αυτό τον τρόπο η εκδήλωση μιας αλτρουιστικής πράξης ως απάντησης σε μια μη στρατηγική πρόθεση. Οι άνθρωποι αξιολογούν θετικά τον απροϋπόθετο αλτρουισμό και είναι πρόθυμοι να τον ανταμείψουν.

Εφόσον επομένως η αλτρουιστική συμπεριφορά είναι ωφέλιμη για την εικόνα και τη φήμη του ανθρώπου στις κοινωνικές του διαδράσεις και εμπνέει την εμπιστοσύνη, ο αλτρουισμός συνιστά μια οικονομική απόφαση. Το άτομο επιλέγει ορθολογικά την εικόνα που έχει για τον εαυτό του και αυτή που επιθυμεί να δείξει στους άλλους και με αυτό τον τρόπο αποφασίζει να είναι αλτρουιστής. Η επιλογή της «ταυτότητας» μπορεί να είναι μια από τις πιο σημαντικές οικονομικές αποφάσεις που

λαμβάνουν οι άνθρωποι, από τη στιγμή που τα άτομα πάνω κάτω συνειδητά επιλέγουν αυτό που θέλουν να είναι. Αυτή συνδέεται με διαφορετικές κοινωνικές κατηγορίες και το πώς οι άνθρωποι που υπάγονται σ' αυτές θα έπρεπε να συμπεριφέρονται. Η ταυτότητα του ατόμου (ή αλλιώς το εγώ του ή ο εαυτός του) πρέπει συνεχώς να αμύνεται κατά της ανησυχίας για τον περιορισμό της εσωτερικής αναστάτωσης και την αίσθηση της ενότητας. Αυτό συμβαίνει διότι στην ανάπτυξη της προσωπικότητας καθοριστικό ρόλο παίζει η εσωτερίκευση (*internalization*) κανόνων και συμπεριφορών, διαδικασία που ονομάστηκε *υπερεγώ* κατά τον Freud. Όταν λοιπόν το άτομο παραβιάζει τους εσωτερικευμένους κανόνες του, τότε αισθάνεται ανησυχία (Akerlof & Kranton 2000: 729).

Μέσα από αυτή την αίσθηση της ταυτότητας είναι δυνατό να εκφραστεί η αλτρουιστική συμπεριφορά. Ταυτοποιώντας το άτομο τον εαυτό του με μια συμπεριφορά, δρώντας τοιούτοτρόπως σηματοδοτεί τον τύπο του ανθρώπου που είναι και στην περίπτωση μας, δίνει το σήμα στους άλλους ότι είναι αλτρουιστής, άσχετα από τις συνέπειες που έχει αυτό. Ιδιαίτερα αν ο αλτρουισμός υποκινείται από ηθικά κίνητρα και κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς, λειτουργεί ως αυτό-επιβολή για το άτομο, που αν δε δράσει έτσι, τότε θα έρθει σε εσωτερική σύγκρουση (αφού παραβιάζει τις αρχές του) την οποία θα επιχειρήσει να εξομαλύνει.

2.2.4 Η αλτρουιστική πράξη και η σχέση της με την ηθική

Αν και ο άνθρωπος διαφοροποιείται από τα ζώα ως προς τα κίνητρα και φαίνεται να έχει ηθικές και αλτρουιστικές προτιμήσεις, ο αλτρουισμός του που απορρέει από διάφορα κίνητρα (ατομικό συμφέρον, ηθική, αμοιβαιότητα, ενσυναίσθηση κλπ.) παραμένει ορθολογικός. Η ηθική είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με χαρακτηριστικά που προσιδιάζουν στην ορθότητα των κοινωνικών στόχων, όπως ειλικρίνεια, αξιοπιστία. Ως εκ τούτου, οι ηθικές αρχές και οι ηθικοί κώδικες συμπεριφοράς διαμορφώνουν ένα ισχυρό εσωτερικό κίνητρο για δράση. Σε ομαδικό επίπεδο τα χαρακτηριστικά της ηθικής είναι πιο σημαντικά από την κοινωνικότητα και την ανταγωνιστικότητα όσον αφορά τη θετική αξιολόγηση εντός της ομάδας (Leach et al. 2007). Γι αυτό το λόγο, όταν οι άνθρωποι διαμορφώνουν εντυπώσεις για τους άλλους, το ενδιαφέρον τους εστιάζεται σε πληροφορίες σχετικές με την ηθική, παρά με την κοινωνικότητα και ανταγωνιστικότητα (Brambilla et al. 2012). Αξίζει να

επισημανθεί στο σημείο αυτό ότι η ηθική συμπεριφορά θεωρείται ως τέτοια για τον λόγο ότι λαμβάνει χώρα χωρίς χρηματικά κίνητρα. Το να πληρώνει κάποιος τους άλλους για την ηθική συμπεριφορά συνιστά αντίφαση, γιατί με τη λήψη χρηματικής αμοιβής η συμπεριφορά τους δεν χαρακτηρίζεται πλέον ως ηθική. Για παράδειγμα, αν πληρωθεί κανείς για την ειλικρίνειά του, οι περισσότεροι άνθρωποι δεν θα αξιολογήσουν την ειλικρινή συμπεριφορά ως ηθική συμπεριφορά. Μάλιστα, εγκρίνουμε την ηθική συμπεριφορά, γιατί δεν υποκινείται από εξωτερικά κίνητρα (Fehr & Falk 2002).

Η επιλογή των αλτρουιστικών πράξεων μέσα από κρίσεις ηθικής αξίας που έχουν καθολική ισχύ, αφού δίνουν αμερόληπτα την ίδια βαρύτητα στα συμφέροντα όλων, θα λέγαμε ότι οδηγούν σε πιο συνεπή και ισχυρή αλτρουιστική συμπεριφορά. Οι κρίσεις αυτές καθοδηγούνται από τις ηθικές προτιμήσεις, που ορίζονται ως οι προτιμήσεις που θα είχαμε αν προσπαθούσαμε να δούμε τις κοινωνικές καταστάσεις από μια απρόσωπη και αμερόληπτη οπτική (Harsanyi 1996). Οι ηθικές προτιμήσεις, απαλλαγμένες από προσωπικά συναισθήματα, δεσμεύουν το άτομο να δρα με τρόπο που θα του αποφέρει κόστος στην ατομική του ευημερία.

Κατά τη διαδικασία διαμόρφωσης των προθέσεών τους οι άνθρωποι συνειδητά εφαρμόζουν το σύστημα κανονιστικών αρχών. Έτσι, ένα άτομο έχει έναν άμεσο λόγο, ανεξάρτητο από το προσωπικό του συμφέρον και συναισθήματα συμπάθειας και συμπόνιας, υπαίτιο για την προώθηση των συμφερόντων των άλλων (Nagel 1970). Κατά τον Nagel, η αλτρουιστική πράξη είναι δυνατό να προκύψει, διότι τα συμφέροντα των άλλων δίνουν λόγο για δράση⁴⁷ υπό την προϋπόθεση ότι το άτομο οφείλει αμερόληπτα να αναλογίζεται τον εαυτό τους ως ένα πρόσωπο ανάμεσα σε πολλά άλλα. Η μεροληψία νοθεύει το αλτρουιστικό κίνητρο και επομένως μια πράξη παύει να θεωρείται αλτρουιστική. Υπό την οπτική του Nagel για παράδειγμα, όταν κάποιος βοηθά το φίλο του ακριβώς γιατί είναι φίλος του, τότε δε μπορεί να χαρακτηριστεί αλτρουιστής. Επίσης, ο προβληματικός χαρακτήρας του αλτρουισμού ως ηθικού κινήτρου αποκαλύπτεται και στη μεταμόσχευση οργάνων. Για να είναι ο αλτρουισμός αμερόληπτος (κατά Nagel) πρέπει στη λίστα αναμονής να μη

⁴⁷ Ο Nagel (1989: 76) υποστηρίζει ότι «η βάση της ηθικής είναι η πίστη ότι το καλό και το κακό σε συγκεκριμένους ανθρώπους (ή ζώα) είναι καλό ή κακό όχι μόνο από τη δική τους σκοπιά, αλλά από μια γενικότερη σκοπιά την οποία μπορεί να καταλάβει κάθε σκεπτόμενο άτομο. Αυτό σημαίνει ότι ο καθένας έχει λόγους να εξετάζει όχι μόνο τα δικά του συμφέροντα, αλλά και τα συμφέροντα των άλλων προκειμένου να αποφασίσει τι θα κάνει».

συμπεριλαμβάνεται ένας συγγενής του πράττοντος. Αν όμως υπάρχει το όνομα κάποιου συγγενή στη λίστα, τότε ο αλτρουισμός μπορεί να είναι κατευθυνόμενος και μεροληπτικός. Μάλιστα, ο αλτρουισμός κατά Nagel είναι τόσο ανελαστικός σε βαθμό που θα απαιτούσε να απορρίπτεται κάθε όργανο που δε δωρίζεται εντελώς αμερόληπτα (Moorlock et al. 2013).

Καθίσταται πρόδηλο ότι τα ισχυρότερα κίνητρα υπεύθυνα για τη δημιουργία αλτρουιστικών προτιμήσεων και κατ' επέκταση αλτρουιστικών πράξεων είναι τα ηθικά. Αυτά, επειδή εδράζονται σε συγκεκριμένες θεωρίες και ιδεολογικές τοποθετήσεις ως προς το ορθό ή το δέον και είναι αποκομμένα από οποιαδήποτε συναισθηματική φόρτιση, εξαίρουν την αλτρουιστική πράξη όταν αυτή λαμβάνει χώρα. Όταν λέμε, για παράδειγμα, ότι η πράξη κάποιου υποκινήθηκε από καθήκον, τιμή, ευγένεια, καλοσύνη, αρετή ή ακεραιότητα, τότε αποτιμούμε θετικά τόσο την πράξη όσο και το δρων υποκείμενο. Αντίθετα, τα ανήθικα κίνητρα, όπως η εμπάθεια, η αλαζονία, η αγένεια, η αδικία και η ταπείνωση του άλλου, μας δημιουργούν αρνητική εικόνα για το άτομο και αυτό συνήθως πέφτει στην υπόληψή μας.

Η διασύνδεση ωστόσο του ηθικού κινήτρου με την αλτρουιστική πράξη δεν είναι τόσο άμεση. Οι ηθικές θεωρίες μέσα από τις οποίες προσεγγίζεται ο αλτρουισμός (π.χ. στην καντιανή ανάλυση η αλτρουιστική συμπεριφορά προέρχεται από το ηθικό καθήκον, ενώ κατά την αρεταϊκή ηθική ο αλτρουισμός συνδέεται με την ενάρετη αντίληψη της κατάστασης, η οποία πηγάζει από τον καλό χαρακτήρα του ατόμου) τον αντιμετωπίζουν ως ένα κίνητρο, ως μια κατάσταση που αποδίδεται στο δρων υποκείμενο, με σκοπό την εξήγηση συγκεκριμένων πράξεων. Υπό το ηθικό πρίσμα, ο αλτρουισμός δεν αναφέρεται στην ιδέα να βοηθάει κανείς τους άλλους σε βάρος του. Η προσέγγιση αυτή δεν έχει τον αναλυτικό χαρακτήρα των υπόλοιπων κοινωνικών επιστημών, με αποτέλεσμα να μην ενδιαφέρει αν τελικά πραγματοποιηθεί η πράξης της παροχής βοήθειας. Το αλτρουιστικό κίνητρο αφορά στην επιθυμία να βελτιώσει κανείς την κατάσταση στην οποία βρίσκεται κάποιος άλλος. Η επιθυμία αυτή δεν εξυπηρετεί άλλους προσωπικούς σκοπούς, δεν έχει δηλαδή εργαλειακό χαρακτήρα, αλλά μια αξία καθαυτή.

Κατά κύριο λόγο οι ηθικές θεωρίες επικαλούνται τον αλτρουισμό όχι μόνο για να εξηγήσουν αλλά και για να προσδιορίσουν τι είναι αυτό που αποδίδει ηθική αξία στη συμπεριφορά του ατόμου που βοηθάει τους άλλους. Εντούτοις, ο σύνδεσμος

μεταξύ του αλτρουισμού και της ηθικής αποδοχής ενός κινήτρου είναι προβληματικός. Γι αυτό το λόγο, ο αλτρουισμός πάσχει σύμφωνα με τον De Wispelaere (2002) από «ηθική μυωπία», που σημαίνει ότι μπορεί να δικαιολογεί μια πράξη ως αλτρουιστική ή μη, αλλά δεν επαρκεί για να χαρακτηρίσει μια πράξη ως ορθή ή εσφαλμένη. Όταν χρησιμοποιείται για την αιτιολόγηση κάποιων κινήτρων ως ηθικών πρόκειται για μια κανονιστική έννοια, με αποτέλεσμα οι αλτρουιστικοί λόγοι που ωθούν το άτομο να δράσει είναι ουσιαστικά κανονιστικοί. Η εν λόγω κανονιστική διάσταση των κινήτρων τα καθιστά ως ηθικά ορθά ή εσφαλμένα και είναι προβληματική όσον αφορά το κατά πόσο επαληθεύονται εμπειρικά. Το καθήκον ως κίνητρο για πράξη δεν ταυτίζεται με κάποια σταθερή προδιάθεση του ατόμου που το ωθεί να δράσει με αυτή την προϋπόθεση (Beardman 2011: 3-6).

Ο Beardman (2011) ισχυρίζεται ότι ο αλτρουισμός μπορεί να λάβει χώρα τόσο σε εννοιολογικό όσο και σε εμπειρικό επίπεδο κάτω από τις κατάλληλες καταστάσεις. Όταν τα άτομα αντιλαμβάνονται με σαφήνεια ότι κάποιος άλλος χρειάζεται βοήθεια, ένας πολύ μεγάλος αριθμός ατόμων θα ανταποκριθεί και θα προσφέρει τη βοήθειά του. Ο αλτρουισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο όταν οι άνθρωποι έχουν λόγους για δράση καθώς και επίγνωση της σχετικότητας αυτών των αλτρουιστικών λόγων με την πράξη. Αν επομένως το άτομο διακρίνεται από συγκεκριμένες θεωρήσεις, τότε συχνά στην ανάλογη περίπτωση δρα αλτρουιστικά.

Δε διαφωνεί κανείς πως οι άνθρωποι, ως έλλογα και ορθολογικά όντα, έχουν σαφείς λόγους για να δρουν και είναι σε θέση να διασυνδέσουν αιτιακά στο νου τους το λόγο με την πράξη. Οι ηθικές έννοιες μπορούν να εξηγήσουν τις προθέσεις του δράντος υποκειμένου και κατ' επέκταση το γιατί προτιμά με κάποια συνέπεια συγκεκριμένες συμπεριφορές. Με άλλα λόγια, παρέχουν μια αιτιολόγηση για τις προτιμήσεις του ατόμου. Παρόλα ταύτα, η ίδια η αίσθηση του καθήκοντος, για παράδειγμα, που μπορεί να οδηγήσει σε θετική αποτίμηση της επιθυμίας του ατόμου να βοηθήσει κάποιον ευρισκόμενο σε ανάγκη, και να λάβει το ρόλο του κινήτρου, αν τελικά το άτομο προβεί στην πράξη παροχής βοήθειας, δεν είναι αλτρουιστική. Πρόκειται για μια ηθική έννοια που το άτομο έχει υιοθετήσει με βάση τις πεποιθήσεις του και το κοινωνικό του περιβάλλον, και η οποία δεν έχει ως στόχο την αλτρουιστική επιθυμία και τη συνακόλουθη αλτρουιστική συμπεριφορά. **Τόσο η επιθυμία για την ευημερία του άλλου (η οποία μπορεί να χαρακτηριστεί ηθικά**

αξιόλογη) όσο και η αλτρουιστική πράξη, αποτελούν συνέπειες της ηθικής έννοιας και όχι κίνητρα. Τα ηθικά κίνητρα χαρακτηρίζονται ως αλτρουιστικά, ακριβώς γιατί οδηγούν σε αλτρουιστικές πράξεις και ενίοτε σε εξαιρετες πράξεις που υπερβαίνουν το καθήκον, π.χ. στην αυτοθυσία. Οι εξαιρετες πράξεις δεν αποτελούν απαίτηση της ηθικής. Η τελευταία θέτει ως βασική προϋπόθεση το σεβασμό στα βασικά δικαιώματα των άλλων καθώς και την ισότιμη και ακριβοδίκαιη μεταχείριση. Το αποτέλεσμα αυτών των προϋποθέσεων είναι η υιοθέτηση μιας αλτρουιστικής προτίμησης και συνεπώς αλτρουισμού.

Αν και από βιολογική σκοπιά οι άνθρωποι τείνουν να βοηθάνε τα συγγενικά τους πρόσωπα, όσον αφορά στην ηθική τους κρίση δρουν μη συνεπειοκρατικά, με βάση για παράδειγμα την καντιανή ηθική, η οποία βασίζεται σε κανόνες. Οι μελέτες έχουν δείξει ότι η προθυμία που δείχνει ένας άνθρωπος να προκαλέσει το θάνατο ενός ατόμου για να σώσει πολλούς άλλους εξαρτάται από τη σχέση του με τους παρόντες στη συγκεκριμένη περίπτωση. Όταν εμπλέκονται συγγενείς και φίλοι, τα άτομα συμπεριφέρονται μάλλον συνεπειοκρατικά, αγνοώντας την καντιανή αντίληψη που απαγορεύει την πρόκληση θανάτου. Οι συμμετέχοντες δηλώνουν ότι είναι πιο πρόθυμοι να σκοτώσουν έναν αδερφό για να σώσουν πέντε αδέρφια ή ένα φίλο για να σώσουν πέντε φίλους από το να σκοτώσουν έναν ξένο για σώσουν πέντε ξένους. Μολαταύτα, τα άτομα έκριναν την πράξη ως ηθικά εσφαλμένη ανεξάρτητα από τη σχέση τους με τους άλλους, είτε συγγενική είτε φιλική (Kurzban et al. 2012: 331). Μέσα από αυτά τα ευρήματα καθίσταται πρόδηλο ότι η ηθική κρίση που βασίζεται σε κανόνες δεν προκαλείται από συστήματα αλτρουισμού που διαμορφώνονται από την επιλογή με βάση το είδος ή τον αμοιβαίο αλτρουισμό. Αντίθετα, ο αλτρουισμός διαφέρει και κάποιες φορές αντιτίθεται στα ηθικά συστήματα.

Οι άνθρωποι είναι εφοδιασμένοι με γνωστικά συστήματα για ηθική κρίση, διακρίνονται δηλαδή από τη γνωστική ικανότητα να αποδίδουν ηθική αξία στις πράξεις, και αυτοί οι ηθικοί μηχανισμοί εστιάζονται σε ανελαστικούς κανόνες συμπεριφοράς παρά στα αποτελέσματα της ευημερίας. Με αυτόν τον τρόπο αιτιολογείται το γεγονός ότι σημαντικά ηθικά φαινόμενα δεν εξηγούνται με όρους ευημερίας ή βλάβης, αλλά με βάση την αγνότητα, την εξουσία, τη νομιμοφροσύνη κλπ., όπως για παράδειγμα διάφορες απαγορεύσεις για τροφές και σεξουαλικά ταμπού. Η μη συνεπειοκρατική ηθική θεωρία μπορεί να έχει σχεδιαστεί για

στρατηγικές αλληλεπιδράσεις που αφορούν ηθικές παραβιάσεις μεταξύ δραστών, θυμάτων και τρίτων προσώπων που δε θίγονται άμεσα, αλλά ως παρατηρητές είναι σε θέση να αποδώσουν κατηγορίες (DeScioli & Kurzban 2009).

Οι μελέτες των νευροεπιστημών δείχνουν ότι η ηθική συμπεριφορά διεγείρει συγκεκριμένα σημεία του εγκεφάλου και καθιστούν έγκυρη την υπόθεση ότι η ηθική έχει βιολογική βάση. Οι άνθρωποι διακρίνονται και από την παρόρμηση να δένονται μακροπρόθεσμα με τους άλλους και να αναπτύσσουν σχέσεις αμοιβαίου ενδιαφέροντος (*the drive to bond*). Αυτή η παρόρμηση του δεσμού, ο οποίος παρατηρείται στο μέγιστο βαθμό στα θηλαστικά, οδήγησε στην εξέλιξη ενός συνόλου δεξιοτήτων για ηθική συμπεριφορά (*skill set for morality*). Η εν λόγω παρόρμηση αποτελεί «σκοπό», το υπέρτατο κίνητρο με βιολογική βάση, και το σύνολο των δεξιοτήτων για ηθική συνιστά το «μέσο» για αυτό τον σκοπό, το οποίο πάλι προέρχεται από τη βιολογία (Lawrence 2004). Πρώτα αναπτύχθηκαν τα ηθικά συναισθήματα και έπειτα ακολούθησαν οι ηθικές αρχές, αφού η παροχή βοήθειας δεν ήταν δυνατό να εσωτερικευθεί ως καθήκον ανεξάρτητα από τα συναισθήματα που ωθούν τους ανθρώπους να ενδιαφερθεί ο ένας για τον άλλον (deWaal 1996). Όταν γινόμαστε αυτόπτες μάρτυρες μιας πράξης ή ακούμε μια ιστορία, αυθόρμητα και αντανακλαστικά νιώθουμε ένα αίσθημα έγκρισης ή αποδοκιμασίας. Κάποια συναισθήματα κατέχουν κεντρικότερο ρόλο στην ηθική συμπεριφορά από άλλα (όπως η συμπόνια, η ενοχή και ο θυμός), αλλά όλα μπορούν να συνεισφέρουν στην ηθική κρίση (Greene & Haidt 2002). Μάλιστα, στην ίδια προοπτική με τη θέση του Hume για την ηθική, ο Haidt (2007) υποστηρίζει ότι η ηθική κρίση και πράξη πηγάζουν από γρήγορες, αυτόματες αξιολογήσεις που εμφανίζονται ξαφνικά στο συνειδητό τμήμα του εγκεφάλου και βασίζονται κατά κύριο λόγο στο συναίσθημα παρά στη λογική.

Η επίδραση των συναισθημάτων είναι πολύ σημαντική για τη λήψη μιας απόφασης και για την εξέλιξη μιας συμπεριφοράς και μάλιστα επηρεάζουν και τις ηθικές διαστάσεις της τελευταίας. Σε έρευνα (Petit 2009) φάνηκε η σπουδαιότητα της διαφοράς μεταξύ αμοιβαιότητας και γενναιοδωρίας με βάση τα συναισθήματα. Όσοι από τους συμμετέχοντες βιώνουν, πριν την έναρξη του παιγνίου (*gift-exchange game*), θετικά ή ουδέτερα συναισθήματα, δρουν με βάση την αμοιβαιότητα, ενώ όσοι καταβάλλονται από αγανάκτηση, θυμό ή τύψεις δείχνουν μια ισχυρή άνευ όρων

γενναιόδωρη συμπεριφορά, αλλά δεν δρουν με βάση την αμοιβαιότητα. Μέσα από το παίγνιο διαφάνηκε και η ισχυρή επίδραση των συναισθημάτων στην ηθική συμπεριφορά. Ειδικότερα, η τελευταία αλλάζει σε ανταπόκριση αρνητικών συναισθημάτων που εισάγονται στο πείραμα. Τα αρνητικά συναισθήματα (ή ακόμα και η κακή διάθεση) οδηγούν σε μια επιθυμία να αισθανθεί κανείς καλύτερα και συνεπώς τα άτομα είναι πρόθυμα να δεσμευτούν σε ποικίλες φιλοκοινωνικές συμπεριφορές με στόχο να αλλάξουν τις συναισθηματική τους κατάσταση. Η αγανάκτηση μας επιτρέπει να αποκαλύψουμε στον εαυτό μας τις ηθικές μας αξίες, ενώ η χαρά, το γέλιο ή συναισθήματα αγαλλίασης είναι πιθανότερο να προωθούν κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς ή αμοιβαιότητα. Τα άτομα που καταβάλλονται από ισχυρά αρνητικά συναισθήματα όπως θυμό ή αγανάκτηση καθοδηγούνται από μια επιθυμία να πράξουν το σωστό ή να κάνουν μια ηθική επιλογή.

Οι ηθικοί κανόνες είναι αυτοί που δημιουργούν την αλτρουιστική πρόθεση για αιμοδοσία, και συνεπώς ο αλτρουισμός σχετίζεται μόνο έμμεσα με το κίνητρο για αιμοδοσία (Lemmens et al. 2009). Άρα, ο αλτρουισμός ως κίνητρο για αιμοδοσία δε μπορεί να προστεθεί και να μετρηθεί ως ανεξάρτητη μεταβλητή σε ένα πείραμα. Τις περισσότερες φορές επιφέρει ένα συναίσθημα ευεξίας το οποίο διατηρείται μέσα από ποικίλους μηχανισμούς, όπως ευχαρίστηση, αίσθηση προσωπικής αξίας και περηφάνιας, ενίσχυση από σημαντικά πρόσωπα να γίνει κανείς αιμοδότης και αποφυγή αρνητικών συναισθημάτων (όπως ντροπή) στην περίπτωση που δε δώσει αίμα (Ferguson et al. 2012).

Προκύπτει από τα παραπάνω ότι και η ηθική είναι μέρος του γενετικού εφοδιασμού χωρίς τον οποίο ο άνθρωπος δεν θα είχε επιζήσει στο περιβάλλον που εμφανίστηκε (Basu 2009). Αν δεχθούμε την ιδέα της πολιτισμικής μεταβίβασης, τότε η ηθική είναι πολύ πιθανό να εξελίχθηκε με αυτό τον τρόπο, ως ένα χαρακτηριστικό που ενισχύει την ανταγωνιστική ικανότητα των ανθρώπων. Οι ραγδαίες πολιτισμικές προσαρμογές δύνανται να μεταβάλλουν τα μοτίβα συμπεριφορών και να επικρατήσουν εκείνες οι συμπεριφορές που αποδείχθηκαν πιο ανθεκτικές στον ανταγωνισμό. Σε τέτοια περιβάλλοντα που έχουν υποστεί πολιτισμική εξέλιξη, η φυσική επιλογή μεταξύ ομάδων ευνόησε γονίδια που προκάλεσαν νέα, πιο φιλοκοινωνικά κίνητρα. Τα συστήματα ηθικής που ενισχύθηκαν από συστήματα κυρώσεων και ανταμοιβών συνέβαλαν στην αύξηση της αναπαραγωγικής επιτυχίας

των ατόμων που λειτουργούσαν αποτελεσματικά σε τέτοια περιβάλλοντα, γεγονός που εν συνεχεία οδήγησε στην εξέλιξη κινήτρων που κατευθύνονται στους άλλους, όπως η ενσυναίσθηση και τα κοινωνικά συναισθήματα (π.χ. ντροπή) (Boyd & Richerson 2009). Η συνεργασία σε πρώτη φάση αναδύεται και σταθεροποιείται μέσα από τη φήμη, την αμοιβαιότητα και την κύρωση (Nowak & Sigmund 2005). Αν στην ομάδα οι λιποτάκτες περιφρονούνται από άλλα άτομα και κατά συνέπεια υφίστανται κοινωνικό κόστος, όπως απώλεια στάτους, ευκαιριών να βρουν ταίρι, τότε έχουν ένα κίνητρο να συνεργαστούν, δίχως να υποκινούνται από ψυχολογικά φιλοκοινωνικά κίνητρα.

Οι οικονομολόγοι ερμηνεύουν τις κοινωνικές συμβάσεις ως συντονιστικούς μηχανισμούς επιλογής, από τους οποίους όλα ή σχεδόν όλα τα μέλη μιας κοινωνίας μπορούν να επιλέξουν μεταξύ της ποικιλίας της ισορροπίας που είναι ανοιχτή σε οποιαδήποτε δεδομένη κοινωνική κατάσταση. Αυτές οι συμβάσεις αποκτούν την ηθική δύναμη των κανόνων όταν οι άνθρωποι περιμένουν αυτές να τηρηθούν γενικότερα και βασίζονται τις προσωπικές τους πράξεις πάνω σ' αυτή την προσδοκία, έτσι ώστε όταν κάποιος παραβιάζει τη σύμβαση να αντιδρούν, ενώ ο παραβάτης βιώνει ντροπή και ενοχή (Basu & Guha 2009).

Από την άλλη πλευρά, υπάρχει και η αντίστροφη θέση ότι πρόδρομος της ηθικής είναι η ενσυναίσθηση, η οποία αποτελεί ένα εξελικτικό χαρακτηριστικό που διακρίνει και άλλα είδη πλην του ανθρώπου (Manner & Gowdy 2010). Οι εσωτερικές και δυναμικές έννοιες της δικαιοσύνης και των συνακόλουθων ηθικών επιλογών βασίζονται στην ενσυναίσθηση που προέρχεται από την κοινωνία σε συλλογικό επίπεδο (Kristjansson 2004). Το αν η ενσυναίσθηση συνέβαλε στην ανάπτυξη της ηθικής ή αν προέκυψε από τα ηθικά συστήματα δεν αφορά την παρούσα διατριβή. Ο αλτρουισμός προκύπτει ως συμπεριφορά τόσο από την ηθική όσο και από την ενσυναίσθηση και άλλα φιλοκοινωνικά συναισθήματα.

2.2.5 Σημασία συναισθημάτων στις οικονομικές αποφάσεις

Στον πυρήνα της θεωρίας της ορθολογικής επιλογής βρίσκεται η προσπάθεια του οικονομικού ανθρώπου να μεγιστοποιήσει με δεδομένα μέσα το επίπεδο ικανοποίησης των αναγκών του ή να ικανοποιήσει δεδομένες ανάγκες με τη μικρότερη δυνατή θυσία. Πρέπει να επισημανθεί όμως ότι αίτημα ταυτόχρονης

μεγιστοποίησης και ελαχιστοποίησης δε μπορεί ικανοποιηθεί (Γέμτος 1995). Σ' αυτή τη γραμμή, οι οικονομικές μονάδες προτιμούν την καλύτερη διαθέσιμη εναλλακτική δυνατότητα με βάση της γνώσης της κατάστασης και τα μέσα που διαθέτουν. Παρόλα αυτά, οι άνθρωποι δεν είναι ιδανικά ορθολογικά όντα σαν καλοκουρδισμένες μηχανές, ώστε να μπορούν να κρίνουν τέλεια τις πεποιθήσεις, τις επιθυμίες και τις προθέσεις των άλλων. Ως εκ τούτου, έχει παρατηρηθεί ότι συνεργάζονται περισσότερο στα παίγνια «δίλημμα του φυλακισμένου» από όσο αναμένεται από τη λογική ανάλυση (Gärdenfors 2012). Η πολυπλοκότητα της ανθρώπινης προσωπικότητας δεν είναι δυνατό να διαφανεί πλήρως μέσα από τη θεωρία παιγνίων, που μελετά, σχεδόν αποκλειστικά, στρατηγικές σε ένα σταθερό, με σαφήνεια καθορισμένο παίγνιο. Στη φύση πώς θα έπρεπε να δράσει ορθολογικά το άτομο όταν συναντά έναν αντίπαλο κατά πρόσωπο, δεδομένων όλων των βιολογικών περιορισμών, γνωρίζοντας δηλαδή ότι ο αντίπαλός του δεν είναι τέλεια ορθολογικός, αλλά χωρίς ταυτόχρονα να έχει ακριβή πληροφόρηση για τους περιορισμούς του άλλου; (Gärdenfors 2012).

Όταν ο Bentham (1789 in Loewenstein 2000) έκανε λόγο για συνάρτηση ωφελιμότητας συμπεριλάμβανε σε διακριτή θέση και τα συναισθήματα, έβλεπε την ωφέλεια ως το καθαρό άθροισμα θετικών προς αρνητικών συναισθημάτων, σε αντίθεση με τους νεοκλασικούς που τα εξάλειψαν και επικεντρώθηκαν στις προτιμήσεις παρά στην ευτυχία. Αν και η κίνηση προς μια θετική επιστήμη των οικονομικών, απαλλαγμένη από ορισμένες ψυχολογικές θεωρίες (αφού η εξήγηση των οικονομικών φαινομένων δε γίνεται με αναφορά σε ψυχολογικούς ή βιολογικούς νόμους), η ηδονιστική προσέγγιση παραμένει ρητά ή υπόρρητα ζωντανή. Τις τελευταίες δύο δεκαετίες παρατηρείται αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος για τα συναισθήματα από την πλευρά των οικονομολόγων. Αυτοί στρέφουν την προσοχή τους στα προσδοκώμενα συναισθήματα, όπως η μετάνοια και η απογοήτευση που δεν βιώνονται την ώρα της λήψης απόφασης, αλλά αναμένονται στο μέλλον. Αντίθετα, οι ψυχολόγοι κυρίως μελετούν άμεσα συναισθήματα (*immediate emotions*), αυτά δηλαδή που τα νιώθει κάποιος την ώρα που λαμβάνει μια απόφαση. Το άμεσο συναίσθημα και γενικότερα μια ευρεία τάξη ενστικτωδών παραγόντων (*visceral*

factors)⁴⁸ υποστηρίζουν την καθημερινή λειτουργία, αλλά συχνά υποκινούν την συμπεριφορά σε κατευθύνσεις διαφορετικές από αυτές που υποδεικνύονται από την μακροπρόθεσμη ανάλυση κόστους- οφέλους.

Σε όλες τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις παρορμητικά αναδύονται κάποια συναισθήματα, όπως εγρήγορση για πιθανούς λιποτάκτες, αίσθηση ευγνωμοσύνης όταν λαμβάνει κάποιος βοήθεια ή υποστήριξη, ενοχή και ντροπή όταν αποκαλυφθεί ότι δρα ως λαθρεπιβάτης, μια εσωτερική ευχαρίστηση όταν κάνει μια καλή πράξη ή τιμωρεί για χάρη της αποκατάστασης της δικαιοσύνης. Τα ποικίλα ανθρώπινα συναισθήματα έχουν και στρατηγική σημασία, εφόσον επιλύουν τα προβλήματα που προέρχονται από τις διάφορες δεσμεύσεις των ατόμων στις κοινωνικές και οικονομικές αλληλεπιδράσεις, από τη στιγμή που η παρουσία τους μπορεί να ανιχνευθεί και να αναγνωριστεί από τους άλλους (Frank 1993). Η λύση αυτών των προβλημάτων (όπως εμπιστοσύνης, διαπραγμάτευσης, γάμου) απαιτεί τη δέσμευση των ατόμων σε συμπεριφορές που μελλοντικά θα έρθουν σε αντίφαση με το υλικό ατομικό τους συμφέρον. Είναι φύση αδύνατο λοιπόν το άτομο να μην αισθάνεται τίποτα όταν δρα αλτρουιστικά ή σε οποιαδήποτε άλλη πράξη. Αυτά τα συναισθήματα είναι σημαντικά για την άμυνα του οργανισμού και την επιβίωση του ατόμου, γιατί διαφορετικά θα ήταν εύκολο θύμα εκμετάλλευσης και δε θα μπορούσε να διαχωρίσει τόσο το προσωπικό όσο και το κοινωνικό συμφέρον.

Το κοινωνικό συμφέρον που προκύπτει μέσα από τις ανθρώπινες σχέσεις αντικατοπτρίζει την κοινωνική ανθρώπινη φύση. Οι σχέσεις με τους άλλους ανθρώπους έχουν σημασία για την ευτυχία και την ευημερία, γεγονός που γίνεται αποδεκτό διαισθητικά (αν και η ανάλυση των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων είναι νέα στο χώρο των οικονομικών). Διαισθητικά φαίνεται να αναπτύσσεται και η εμπιστοσύνη σύμφωνα με νέο εύρημα των νευροεπιστημών (Park & Zak 2007). Οι περιοχές του εγκεφάλου που οδηγούν στην εκδήλωση της εμπιστοσύνης και της

⁴⁸ Οι ενστικτώδεις παράγοντες αναφέρονται σε μια μεγάλη ποικιλία αρνητικών συναισθημάτων (θυμός, φόβος), βιολογικών ορμών (πείνα, δίψα, σεξουαλική επιθυμία), και καταστάσεις συναισθημάτων (πόνος) που τραβούν την προσοχή των ατόμων και τους παρακινούν να δεσμεύονται σε συγκεκριμένες συμπεριφορές. Όπως οι προτιμήσεις καθορίζουν τις ανταλλαγές που κάνουν οι άνθρωποι μεταξύ διαφορετικών αγαθών και δραστηριοτήτων. Για παράδειγμα η πείνα αυξάνει τις προτιμήσεις για φαγητό. Το χαρακτηριστικό των προτιμήσεων είναι η συνέπεια και η σταθερότητά τους, ενώ οι ενστικτώδεις παράγοντες μπορούν να μεταβάλλουν τις επιθυμίες αλματωδώς, γιατί οι ίδιοι επηρεάζονται από μεταβαλλόμενες εσωτερικές σωματικά καταστάσεις και εξωτερικά ερεθίσματα (Loewenstein 2000: 426).

αμοιβαιότητας συνδέονται με συναισθηματικές αντιδράσεις, έτσι ώστε φαίνεται να υποκινούμαστε από το ένστικτό μας για το ποιον να εμπιστευτούμε και ποιον όχι. Πρόκειται για μια διαισθητική, συναισθηματική προσέγγιση της εμπιστοσύνης, η οποία δε βασίζεται σε υπολογισμό κόστους-οφέλους. Η δραστηριοποίηση του εγκεφάλου όταν το άτομο κάνει μια επιλογή ακολουθώντας κάποια στρατηγική αποκαλύπτει πόσο τα συμφέροντα και η παρουσία των άλλων παίζουν ρόλο κατά τη διενέργεια των ανθρώπινων επιλογών. Αλλά και εξελικτικά η εμπιστοσύνη έχει επιλεγεί ως συναίσθημα και συνεπώς θεμελιώνεται και γενετικά στα είδη που δεσμεύονται σε σχέσεις αμοιβαίου αλτρουισμού (Frank 1988). Όταν λοιπόν το άτομο εμπιστεύεται κάποιον άλλον τότε είναι πολύ πιο εύκολο να προωθήσει την ευημερία του με προσωπικό κόστος, να συμπεριφερθεί δηλαδή αλτρουιστικά.

2.2.6 Εξελικτική και πολιτισμική θεμελίωση της αλτρουιστικής πράξης

Η εξηγητική εμβέλεια της θεωρίας της ορθολογικής επιλογής θεμελιώνεται και ενισχύεται και μέσα από την εξελικτική βιολογία, γεγονός που διαφωτίζει τον τρόπο διαμόρφωσης και ιεράρχησης της αλτρουιστικής προτίμησης στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας. Η οικονομική συμπεριφορά παρουσιάζει αρκετές αναλογίες με την οικολογική, με τη συμπεριφορά δηλαδή των οργανισμών στο φυσικό περιβάλλον. Και οι άνθρωποι και τα ζώα ανταγωνίζονται με τους συγγενείς τους και τους γείτονές τους για τροφή και στέγη, που είναι διαθέσιμα στο περιβάλλον τους. Κατά συνέπεια προκαλείται μια σύγκρουση συμφερόντων μεταξύ της ομάδας ως όλου και κάθε ατόμου, με τη μορφή του πώς θα έπρεπε να συμπεριφέρεται κάθε άτομο. Αφενός, στη φύση οι οργανισμοί ανταγωνίζονται για να εξοικονομήσουν πόρους προκειμένου να επιβιώσουν και να αναπαραχθούν. Αφετέρου στις ανθρώπινες οικονομίες οι άνθρωποι ανταγωνίζονται για την εξεύρεση πόρων, ώστε να ζήσουν όσο το δυνατό πιο άνετα και με ασφάλεια οι ίδιοι και τα παιδιά τους. Μία αναλογία είναι ο ανταγωνισμός που καθοδηγεί την προσαρμοστική αλλαγή. Στη φύση, η αλλαγή καθοδηγείται από την επέκταση των γονιδίων των επιτυχημένων ανταγωνιστών, ενώ στην οικονομία από τη διάδοση της γνώσης του πώς εξασφαλίζει κανείς μια επιτυχημένη διαβίωση. Και στις δύο περιπτώσεις, ο ανταγωνισμός ευνοεί την καινοτομία, την εκμετάλλευση και αξιοποίηση καινούριων πόρων ή ευκαιριών ή

ακόμα και την καλύτερη εφαρμογή των παλαιότερων. Στη φύση ο ανταγωνισμός ευνοεί την ποικιλία των ειδών, στους ανθρώπους όμως τη διαφοροποίηση των επαγγελμάτων, των τρόπων να κερδίσει κανείς τα προς το ζειν. Για την καλύτερη αξιοποίηση των νέων ευκαιριών ή για να αντεπεξέλθουν αποτελεσματικότερα όταν ανταγωνίζονται με άλλους, οι άνθρωποι συνεργάζονται με άλλα άτομα του ίδιου ή διαφορετικού επαγγέλματος. Η συνεργασία αφορά συνήθως σε ανταλλαγή αγαθών και υπηρεσιών (Leigh 2010: 2507-8).

Η αμοιβαία ωφέλεια (*mutualism*) προκύπτει όταν οι δραστηριότητες των μελών δύο ή περισσότερων ειδών είναι ευνοϊκές για όλους. Κάποιες φορές κατά τη συνεργασία μεταξύ των ειδών υιοθετούνται συμπεριφορές που ωφελούν κάποιο άλλο είδος με κόστος. Ως επί το πλείστον τα μέλη διαφορετικών ειδών συγκεντρώνουν συμπληρωματικές ικανότητες για το αμοιβαίο συμφέρον ανταλλάσσοντας ένα αγαθό ή μια υπηρεσία με ένα άλλο (Leigh 2010). Στο πλαίσιο αυτό ο αλτρουισμός αναδύεται μόνο όταν υπάρχει όφελος για όλα τα μέλη. Στην πράξη δηλαδή ο αλτρουισμός τις περισσότερες φορές δε μπορεί να είναι αποκομμένος από ένα έμμεσο μακροπρόθεσμο κέρδος, υλικό ή κοινωνικό. Αν και ο αλτρουιστής δεν προωθεί τόσο την αρμοστικότητα του για χάρη της προώθησης εκείνης των άλλων, η προσωπική του αρμοστικότητα μπορεί να είναι μεγαλύτερη από εκείνη ενός ισότιμου ικανού εγωιστή, γιατί οι ευεργετηθέντες από τον αλτρουισμό του αποτρέπονται από το να τον βλάψουν. Άρα, ο αλτρουισμός δεν οδηγεί κατ' ανάγκη στην επιβάρυνση της ατομικής αρμοστικότητας. Έτσι μπορεί να εξηγηθεί το ότι η φυσική επιλογή ευνοεί τον αλτρουισμό (Becker 1976b). Ως εκ τούτου, δεν είναι δυνατό να μελετηθεί ως συμπεριφορά ανεξάρτητη από το ατομικό συμφέρον τόσο σε επίπεδο οικονομίας όσο και σε επίπεδο φυσικού περιβάλλοντος.

Στο πρώτο κεφάλαιο εξετάσαμε κάποιες θεωρίες περί αλτρουισμού στο ζωικό βασίλειο. Αν και τα ζώα καθοδηγούνται από το ένστικτο και δεν έχουν κίνητρα, επιδεικνύουν αλτρουιστική συμπεριφορά. Αυτό το υψηλό κίνητρο τα ζώα το αγνοούν, εφόσον δρουν ενστικτωδώς. Το μυρμήγκι και η μέλισσα μπορεί φαινομενικά να ακολουθούν κάποιες «ηθικές» επιταγές που τους οδηγούν στο θάνατο στην προσπάθειά τους να αντιταχθούν στον εισβολέα, αλλά δεν έχουν ιδέα ότι δρουν τοιουτοτρόπως για το καλό της κυψέλης τους. Ούτε η λιονταρίνα που πολεμάει μέχρι θανάτου για τα λιονταράκια της έχει επίγνωση ότι το κάνει αυτό για χάρη της ίδιας

της πράξης, ούτε ότι τους κάνει δώρο τη ζωή τους. Κανένα ζώο δε γνωρίζει το περιεχόμενο της έννοιας «για χάρη» κάποιου, που μπορεί να είναι κάποιο άλλο άτομο, καθήκον, τιμή, ούτε το κίνητρο που εξηγείται μέσω αυτής. Συνεπώς στα ζώα δε μπορούμε να μιλάμε για κίνητρα, αλλά να περιγράφουμε μόνο την πράξη τους, η οποία προκύπτει ενστικτωδώς με βάση την εξελικτική πορεία κάθε είδους.

Μια ομάδα μπορεί να συνεργαστεί όταν η συνεργασία μεταξύ μη συγγενικών μελών είναι ωφέλιμη γι αυτούς, είτε με απλή αμοιβαιότητα είτε με αμοιβαία συνεργασία ή με ελιγμούς προς το ίδιο όφελος. Αυτό που μετράει είναι η συνοχή και η διατήρηση της ομάδας. Ιδιαίτερα σε σχέσεις εγγύτητας, όπως το ζευγάρι, η περιποίηση, το τραγούδι, τα ζώα βιώνουν μια ευχαρίστηση (με την έννοια της θετικής ψυχολογικής τους ενίσχυσης), η οποία συντονίζει τις πράξεις τους προς ένα κοινό σκοπό που προωθεί την αρμοστικότητα κάθε ατόμου. Αυτού του είδους η συνεργασία φαίνεται να εξελίσσεται ως ένα αμοιβαίο άμεσο όφελος και όχι ως αλtruισμός (Roughgarden 2012).

Υπάρχουν πολλά παραδείγματα κοινωνικής συμπεριφοράς στα ζώα που εκ του αποτελέσματος είναι σχέσεις αμοιβαίας βοήθειας, αλλά προσεκτική μελέτη υποδεικνύει το βιολογικό ανάλογο του ορθολογικού ατομικού συμφέροντος. Για παράδειγμα, σε μια ομάδα πουλιών αυτό που φωνάζει ως ένδειξη κινδύνου όταν πλησιάζει ένα αρπακτικό, ουσιαστικά δεν κινδυνεύει περισσότερο από τα υπόλοιπα πουλιά, γιατί είναι πολύ δύσκολο για το αρπακτικό να συλλάβει οποιοδήποτε από μια μεγάλης ομάδας παρόμοιας λείας, που όλα κινούνται ραγδαία. Έτσι, έχοντας δει το αρπακτικό ένα μεμονωμένο πουλί έχει μεγαλύτερες πιθανότητες να δραπετεύσει εκπέμποντας σήμα κινδύνου και γίνεται μέρος της αγέλης των πουλιών που προσπαθούν να σωθούν, παρά να το επιχειρήσει μόνο του. Εξακολουθεί να είναι μια κοινωνική συμπεριφορά η προειδοποιητική κραυγή κινδύνου, αλλά η εξήγηση της συμπεριφοράς αυτής δεν απαιτεί υποθέσεις για κοινωνικά κατευθυνόμενα κίνητρα (*socially-oriented motivations*) (Bardsley & Sugden 2006: 733-4).

Υποστηρίζοντας ότι η θεωρία της «εγκλείουσας αρμοστικότητας» δεν είναι απαραίτητη για την εξήγηση του αλtruισμού που επιδεικνύουν τα άτομα που δεν αναπαράγονται (*eusociality*), οι Nowak et al (2010) διατείνονται ότι ανεξάρτητα από τον τρόπο σύστασής της, η αποικία αναπτύσσεται με την προσθήκη απογόνων που δρουν ως εργάτες που δεν αναπαράγονται. Σε αντίθεση με αυτή τη θεωρία, η

συγγένεια εξηγείται ως συνέπεια παρά ως αιτία του αλτρουισμού που επιδεικνύουν αυτά τα άτομα που δεν αναπαράγονται. Από τη στιγμή που ο αλτρουισμός αυτού του τύπου έχει εξελιχθεί, οι αποικίες απαρτίζονται από άτομα που συνδέονται με συγγενικούς δεσμούς, γιατί οι κόρες μένουν με τη μητέρα τους για να συμβάλλουν στο μεγάλωμα των υπολοίπων απογόνων. Ο αιτιακός παράγοντας είναι το πλεονέκτημα μιας αμυντικής φωλιάς (*defensible nest*), ειδικά μιας που κοστίζει για να κατασκευαστεί και στην οποία υπάρχει πρόσβαση σε επαρκή ποσότητα τροφής. Γενικά, κατά αυτούς ο αλτρουισμός είναι δυνατό να εξελιχθεί μέσα από τις σταθερές διαδικασίες της φυσικής επιλογής.

Υπενθυμίζουμε ότι ο βιολογικός αλτρουισμός αναφέρεται πάντα στην πράξη, σε ένα καθαρό κόστος της αρμοστικότητας του ατόμου προς όφελος εκείνης κάποιου άλλου. Ο χαρακτηρισμός μιας ιδιότητας ως αλτρουιστικής ή όχι δεν έχει σχέση με το αν το χαρακτηριστικό αυτό συμβάλλει στην παροχή βοήθειας ή στην εκτέλεση της τιμωρίας (Gardner & West 2004). Αυτό που ενδιαφέρει είναι το αποτέλεσμα: το προσωπικό κόστος που υφίσταται το δρων υποκείμενο στην περίπτωση της πράξης της βοήθειας ή της τιμωρίας. Από εξελικτική σκοπιά, σύμφωνα με τον Frank (1994) η φυσική επιλογή σε συνδυασμό με τις οικολογικές δυναμικές μπορεί να προκαλέσει γενετικές συσχετίσεις μεταξύ γειτόνων που ανήκουν σε διαφορετικά είδη, ακόμα και όταν τα είδη αρχικά έχουν κατανεμηθεί χωρικά με τρόπο ώστε να μη συνδέονται συγγενικά. Η γενετική συσχέτιση μεταξύ των ατόμων που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους μειώνεται καθώς μεγαλώνει το μέγεθος της ομάδας και καθώς αυξάνονται τα επίπεδα μετανάστευσης (Lehmann & Feldman 2008). Όταν οι ομάδες ατόμων είναι μεγάλες ή ο βαθμός μετανάστευσης είναι υψηλός ή ισχύουν και τα δύο, τότε θα υπάρχουν αρκετές γενετικές διαφοροποιήσεις στο πλαίσιο των ομάδων και κατά συνέπεια θα μειώνεται και η συγγένεια. Αυτή η κατάσταση αποθαρρύνει κάθε πιθανότητα αλτρουιστικής βοήθειας που κληρονομείται γενετικά κατά την εξελικτική διαδικασία.

Στην εξελικτική βιολογία ισχύει η άποψη ότι οι γενετικές συσχετίσεις είναι εκείνες που διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο όσον αφορά στην προέλευση και τη διατήρηση του αλτρουισμού μεταξύ των ειδών. Πέρα από τους ανθρώπους, όλες σχεδόν οι περιπτώσεις αλτρουισμού και συνεργασίας λαμβάνουν χώρα σε πλαίσιο υψηλής συγγένειας, συνήθως πρώτου βαθμού (Axelrod & Hamilton 1981). Ειδικά

στα ζώα η βοήθεια στην ανατροφή των παιδιών επικρατεί κατά κύριο λόγο σε οικογενειακές ομάδες παρά σε άλλες ομάδες που συντίθεται από μη συγγενείς. Όσο πιο στενή γενετική συγγένεια συνδέει τα άτομα σε μια ομάδα οικογένειας, τόσο αυξάνεται και το μέγεθος της βοήθειας (Emlen 1995). Έτσι, ο νεποτισμός μπορεί να γίνει μια πτυχή του ατομικού συμφέροντος (Campbell 1986). Δεν είναι τυχαίο ότι στις ανθρώπινες κοινωνίες τα άτομα τείνουν να ζουν και να αλληλεπιδρούν κυρίως με οικείους τους που συγγενεύουν γενετικά, γεγονός που συνδράμει στην αύξηση του κοινών ενδιαφερόντων και συμφερόντων (Burnham 2001).

Ειδικότερα, η γενετική διαφορετικότητα και συσχέτιση μεταξύ των ειδών ίσως απαιτείται σε πρώτη φάση για την αύξηση των επιπέδων βοήθειας που παρέχονται κατά μέσο όρο από είδη που συνεργάζονται. Καθώς όμως αυτά τα επίπεδα αυξάνονται, η συνθήκη για τη διατήρηση ή την περαιτέρω αύξηση της αμοιβαίας βοήθειας ικανοποιείται πιο εύκολα. Οι συσχετισμοί μεταξύ των ειδών μπορεί πλέον να είναι περιττοί για την ικανοποίηση της συνθήκης στο τελευταίο στάδιο. Κάτι άλλο που συνδράμει εν συνεχεία στη σταθεροποίηση της συνεργασίας μεταξύ οργανισμών είναι η ικανότητα αναγνώρισης του ατόμου με το οποίο αλληλεπέδρασε, έτσι ώστε να ενεργοποιείται αποτελεσματικά και η ανταπόδοση. Όταν η ικανότητα αναγνώρισης δεν είναι εφικτή για κάποιους οργανισμούς, τότε ένας υποκατάστατος μηχανισμός έρχεται να επιβεβαιώσει ότι όλες οι αλληλεπιδράσεις γίνονται με το ίδιο πρόσωπο, γεγονός που επιτυγχάνεται μέσω της συνεχούς επαφής (Axelrod & Hamilton 1981).

Στην περίπτωση δε που το κόστος της συνεργασίας είναι υψηλό, η επιλογή για κοινωνικότητα εξαρτάται από το κόστος της διασποράς του πληθυσμού (Purcell et al. 2012). Για να αρχίσει δηλαδή η διάδοση της συνεργασίας στο πλαίσιο ενός πληθυσμού, για ανώτερα επίπεδα συνεργασίας απαιτούνται από την πλευρά των ατόμων χαμηλότερες τάσεις για διασπορά. Αντίθετα, κοινωνικές συμπεριφορές με χαμηλότερο κόστος δεν σχετίζονται ιδιαίτερα με το κόστος της διασποράς. Άρα, ο αλτρουισμός αναδύεται σε ένα πληθυσμό όταν η συσχέτιση μεταξύ διασποράς και συνεργασίας είναι αρνητική.

Η εξέλιξη του αλτρουισμού υπό αυτή την έννοια έχει υποστηριχτεί ότι οφείλεται και στην πολιτισμική μεταβίβαση (Boyd & Richerson 2005). Η πολιτισμική εξέλιξη έχει να κάνει με αλλαγές στη συμπεριφορά, οι οποίες δε βασίζονται στα γονίδια αλλά στη μάθηση. Όταν ένα χαρακτηριστικό κληρονομείται πολιτισμικά, η

μεταβίβασή του στα άτομα ενός πληθυσμού δεν είναι κατ' ανάγκη αυστηρά κάθετη (από τους γονείς προς τα παιδιά) αλλά πλάγια (από ενήλικα άτομα εκτός οικογένειας προς τα παιδιά) ή οριζόντια (από άτομα της ίδιας γενιάς). Για παράδειγμα, υπάρχουν πουλιά που μαθαίνουν τις διαλέκτους των τιτιβισμάτων τους από άλλα γειτνιάζοντα πουλιά, ενώ οι άνθρωποι μπορούν να διδαχθούν από μη συγγενικά τους πρόσωπα και από προηγούμενες γενιές (Lehmann & Feldman 2008: 506). Με την πολιτισμική μεταβίβαση υπάρχει η δυνατότητα να προωθηθούν πολύπλοκα συμπεριφορικά χαρακτηριστικά σε άτομα που δε συγγενεύουν βιολογικά. Ως εκ τούτου, δημιουργείται μια πολιτισμική συγγένεια στο πλαίσιο μιας ομάδας που μοιράζεται κοινούς κώδικες και κανόνες συμπεριφοράς.

Μάλιστα, η πολιτισμική προσαρμογή είναι πολύ πιο ραγδαία από τη γενετική και μπορεί να προκαλέσει σαρωτικές αλλαγές στο διάστημα μόνο μιας γενιάς. Αυτό συμβαίνει διότι η γλώσσα, η συμπεριφορά ακόμα και ο πλούτος που αποκτά κάποιος όσο ζει κληροδοτούνται στους απογόνους του και σε άλλα μη συγγενικά πρόσωπα. Επιπλέον, είναι πολυπλοκότερη από τη γενετική εξέλιξη, καθότι κάποιο πολιτισμικό χαρακτηριστικό, όπως έθιμο, νέα ιδέα, σπάνια περνά αμετάβλητο από τη μια γενιά στην άλλη (Futuyma 1995). Παράλληλα, οι διαδικασίες της πολιτισμικής προσαρμογής έχουν μια ισχυρή σχέση με τη μετανάστευση. Κατά συνέπεια, μέσα από το πολιτισμικό σύστημα είναι δυνατόν να συντελεστούν και να διατηρηθούν μεγάλες και επίμονες αλλαγές στα μοτίβα συμπεριφοράς μεταξύ των όμορων κοινωνικών ομάδων. Αντίθετα, η φυσική επιλογή που βασίζεται στα γονίδια είναι τυπικά αδύναμη όσον αφορά τη μετανάστευση ανάμεσα σε ομάδες θηλαστικών που γειτνιάζουν. Γι αυτό το λόγο, δεν είναι σε θέση να συντηρήσει γενετικά μεταβιβαζόμενες διαφοροποιήσεις μεταξύ αυτών των ομάδων (Boyd et al. 2011).

Η αλτρουιστική βοήθεια μπορεί να εξελιχθεί εντός ομάδων πολύ μεγάλου μεγέθους, όταν η βοήθεια κληρονομείται πολιτισμικά παρά γενετικά (Lehmann & Feldman 2008). Για να εξελιχθεί ο αλτρουισμός, κάποιο οπτικό σημάδι επιτρέπει τους αλτρουιστές να αλληλεπιδράσουν μεταξύ τους. Σε παίγνια μη επαναλαμβανόμενων αλληλεπιδράσεων φαίνεται ότι ο αλτρουισμός είναι δυνατό να αναδυθεί ως μια φυσική συνέπεια της αναγνώρισης κάποιων φαινοτυπικών κληρονομικών χαρακτηριστικών, τα οποία με τη σειρά τους είναι υπεύθυνα για το διαχωρισμό ατόμων που παρέχουν βοήθεια μια φορά από εκείνους που το κάνουν επανειλημμένα

(Hadzibeganovic et al. 2012). Τέτοια φαινοτυπικά χαρακτηριστικά λειτουργούν ουσιαστικά ως οπτικές «ετικέτες» εντός ενός πληθυσμού, και μπορεί να είναι κάποιο εξωτερικό, ορατό σημάδι (*marker*)⁴⁹ που ευνοήθηκε από τη φυσική επιλογή και επιτρέπει στα άτομα να συνεργάζονται μόνο με εκείνους που φέρουν αυτό το σημάδι όπως για παράδειγμα το χρώμα δέρματος, το σχήμα προσώπου ή μια ιδιαίτερη γλωσσική διάλεκτος. Άλλα σημάδια που φέρουν οι άνθρωποι, σημαντικά για την εκδήλωση αλτρουιστικής προτίμησης, είναι η συγγένεια και η προηγούμενη αλτρουιστική συμπεριφορά. Ειδικότερα, αυτές οι οπτικές ετικέτες, που αποκαλύπτουν πολιτισμικές και εμφανισιακές ομοιότητες, συμβάλλουν στην προώθηση της εμπιστοσύνης ή υπόσχονται ότι η βοήθεια που προσφέρεται θα ανταποδοθεί σε μελλοντικές αλληλεπιδράσεις, είτε από το ίδιο το άτομο που ωφελήθηκε είτε από κάποιο άλλο που φέρει το ίδιο φαινοτυπικό σημάδι. Συνεπώς, οι ετικέτες οδηγούν σε έμμεση αμοιβαιότητα μέσω τρίτων προσώπων.

Από την πλευρά της εξελικτικής βιολογίας αυτός ο μηχανισμός υποτιμάται σε σπουδαιότητα, με το σκεπτικό ότι οι μη αλτρουιστές που φέρουν το σημάδι ωφελούνται πιο πολύ χωρίς να πληρώνουν το κόστος. Συνεπώς, αν οποιαδήποτε διαδικασία αποσυνδέσει τη στρατηγική συνεργασίας από τα σημάδια, αυτά τα άτομα θα πολλαπλασιαστούν και οι αλτρουιστές θα εξαφανιστούν. Παρόλα αυτά, η λειτουργία αυτών των σημαδιών έγκειται στο να επιτρέπουν και να διευκολύνουν τα άτομα να αλληλεπιδρούν με άλλους που μοιράζονται τους ίδιους κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς. Ως εκ τούτου, κατά τους Boyd & Richerson (2005) οι ομάδες με τα ίδια σημάδια αναδύονται και διατηρούνται όταν ικανοποιούνται τρεις συνθήκες εμπειρικά εύλογες: (1) Η κοινωνική συμπεριφορά σε ομάδες ρυθμίζεται από κανόνες, έτσι ώστε οι διαδράσεις μεταξύ των ατόμων που μοιράζονται κοινές πεποιθήσεις για το πώς θα έπρεπε να συμπεριφέρονται οι άνθρωποι αποφέρουν μεγαλύτερα οφέλη από τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ ατόμων με ασύμφωνες πεποιθήσεις. (2) Οι άνθρωποι κατά προτίμηση αλληλεπιδρούν με άτομα με τους οποίους μοιράζονται κάποια ορατά χαρακτηριστικά, όπως το στυλ ντυσίματος ή η διάλεκτος. (3) Οι άνθρωποι μιμούνται

⁴⁹ Στις κοινωνικές επιστήμες επικρατεί η διαισθητική αντίληψη ότι τα εθνικά σημάδια σηματοδοτούν την ένταξη του ατόμου σε μια εθνική ομάδα και οι εθνικές ομάδες αποτελούν τόπους συνεργασίας. Τα σημάδια διατηρούνται γιατί επιτρέπουν τους ανθρώπους να συμπεριφέρονται αλτρουιστικά σε ομοεθνείς τους (Boyd & Richerson 2005: 127).

επιτυχημένους με αποτέλεσμα οι συμπεριφορές που οδηγούν σε υψηλότερες απολαβές τείνουν να διαδίδονται και να επεκτείνονται.

Από τα παραπάνω καθίσταται προφανές ότι η αλτρουιστική βοήθεια είναι πιο έντονη στο πλαίσιο συγγενικών δεσμών ή στην περίπτωση που οι άνθρωποι μοιράζονται κάποια κοινά χαρακτηριστικά ή κοινούς κανόνες. Αυτή η συγγένεια με τη στενότερη και ευρύτερη έννοια προάγει και δίνει λόγους για την υιοθέτηση μιας αλτρουιστικής προτίμησης. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι οι άνθρωποι σπάνια προθυμοποιούνται να θυσιάσουν το ένα τους νεφρό για έναν ξένο, ενώ το κάνουν συχνότερα για ένα οικείο τους πρόσωπο (Bergstrom et al. 2009). Όταν τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά έχουν επίδραση μόνο στην αναπαραγωγική επιτυχία, η πλάγια ή η οριζόντια πολιτισμική μεταβίβαση μπορεί να μειώσει σημαντικά την ποικιλία εντός της ομάδας, με αποτέλεσμα να παρατηρείται μια πίεση να επιλέγει το άτομο να βοηθάει με βάση τη γενετική επιλογή. Στην περίπτωση δε που τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά δεν έχουν σχέση με παράγοντες αναπαραγωγής, τότε μειώνεται η πίεση να επιλέγει κανείς την αλτρουιστική βοήθεια. Σε αντίθεση με τους βιολογικούς απογόνους, η διάδοση των πολιτισμικών φαινοτυπικών ενδείξεων (*variant*) από μια ομάδα σε μια άλλη μέσω της μίμησης ή της μάθησης μειώνει τον αριθμό αυτών των παραλλαγών στην αρχική ομάδα. Το αποτέλεσμα είναι να παρατηρείται έντονος ανταγωνισμός⁵⁰ στο πλαίσιο της ομάδας σχετικός με χαρακτηριστικά που αυξάνουν την παραγωγικότητα της ομάδας, με συνέπεια να μειώνονται τα οφέλη που προέρχονται από τη βοήθεια. Υπό αυτές τις συνθήκες είναι πιο πιθανό να επικρατήσει επιλογή για συμπεριφορά βλαβερή για τους γείτονες, παρά επιλογή για αλτρουιστική βοήθεια (Lehmann et al. 2008).

Ένα πρόβλημα που διακρίνει αυτή τη θέση είναι ότι ο αλτρουισμός αποτελεί μια δυσπροσάρμοστη (*maladaptive*) επίδραση της κοινωνικής μάθησης, η οποία θέτει περιορισμούς στην ικανότητά μας να συμπεριφερόμαστε προσαρμοστικά. Συνεπώς, η διαδικασία συν-εξέλιξης γονιδίων και κουλτούρας δεν οδηγεί σε βιολογικό αλτρουισμό. Κάθε εξήγηση για την ύπαρξη αλτρουιστικής συμπεριφοράς σε μη συγγενικά πρόσωπα, υποστηρίζουν οι André και Morin (2011), περιλαμβάνει μια έλλειψη γενετικής προσαρμογής, η οποία προέρχεται είτε από ανικανότητα τέλειου

⁵⁰ Αξίζει να επισημανθεί ότι οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ διαφορετικών ομάδων είναι πιο ανταγωνιστικές συγκριτικά με εκείνες μεταξύ ατόμων. Πρόκειται για το διαπροσωπικό και διαομαδικό αποτέλεσμα ασυνέχειας (*interindividual-intergroup discontinuity effect*) (Wildschut et al. 2003).

υπολογισμού κόστους-οφέλους είτε από μια τάση μίμησης αδιακρίτως δυσπροσάρμοστων συμπεριφορών. Ως ένα γενετικά μη προσαρμοστικό χαρακτηριστικό ο αλτρουισμός προς μη οικείους συνεπάγεται μια έλλειψη προσαρμογής από την πλευρά των γονιδίων, είτε γιατί τα άτομα εσφαλμένα δρουν αλτρουιστικά ή γιατί εσφαλμένα μιμούνται άλλους αλτρουιστές. Θεωρούν ότι ουσιαστικά η πολιτισμική μεταβίβαση εισαγάγει στην εξέλιξη των κοινωνικών χαρακτηριστικών τους κανόνες της κοινωνικής μάθησης, ως μια ενδιάμεση μεταβλητή ελέγχου, η οποία περιορίζει τη δυνατότητα που έχουν οι συμπεριφορές να προσαρμόζονται με διαφορετικούς τρόπους.

Η παραπάνω ανάλυση καταδεικνύει ότι στη φύση δεν συναντάμε τον αλτρουισμό ως μια αυτόνομη συμπεριφορά, η οποία έχει μια βιολογική προέλευση. Μάλλον θα ισχυριζόμασταν ότι η προέλευσή του είναι κατά κύριο λόγο πολιτισμική και γι αυτό η ανάγκη διαχωρισμού κινήτρων και πράξης της αλτρουιστικής συμπεριφοράς κρίνεται σκόπιμη. Η πιο αποτελεσματική οδός εξήγησης του βιολογικού αλτρουισμού είναι η θεωρία της επιλογής με βάση το είδος και ο αμοιβαίος αλτρουισμός, ο οποίος οδηγεί σε συνεργασία και για τη διατήρηση της συνεργασίας έχει εξελιχθεί το φαινόμενο της τιμωρίας.

Ο αμοιβαίος αλτρουισμός (Trivers 1971) υποκρύπτει εντούτοις ένα εννοιολογικό πρόβλημα: από τη στιγμή που ενέχει *a priori* την έννοια της ανταπόδοσης θα μπορούσε να χαρακτηριστεί «αμοιβαίος εγωισμός» ή «συνδυαστικός εγωισμός» (*coupled egoism*) κατά Hardin (1977). Η ικανότητα για ανταποδοτικό αλτρουισμό συνοδεύεται από την ικανότητα για «ηθική επιθετικότητα» (*moralistic aggression*), η οποία προκαλεί τάσεις εκδίκησης απέναντι σε όσους αθετούν τις υποσχέσεις τους (Campbell 1986). Ως εκ τούτου, αυτό το είδος αλτρουισμού υποδηλώνει εγωισμό, φόβο εξοστρακισμού και αλληλεγγύη κυρίως στο πλαίσιο της ομάδας.

Μια πράξη δε μπορεί να είναι ταυτόχρονα και εγωιστική και αλτρουιστική, αν και στα επαναλαμβανόμενα παίγνια ο αλτρουισμός βασίζεται σε στρατηγική που εξαρτάται και από τη συχνότητα του παιγνίου αλλά και από τις στρατηγικές των άλλων ατόμων που ανήκουν στον ίδιο πληθυσμό. Επιπλέον, ο διαχωρισμός στον οποίο προβαίνει ο E.O. Wilson μεταξύ του «σκληροπυρηνικού» αλτρουισμού της γονικής θυσίας για τα παιδιά και του αλτρουισμού με πιο ήπια διάσταση, όπως

αντανακλάται από την αμοιβαιότητα, παραμένει ανακριβής. Ο βιολογικός ορισμός του αλτρουισμού είναι εξαιρετικά σαφής έτσι ώστε μια συμπεριφορά είτε ικανοποιεί τον ορισμό είτε όχι, δεν υπάρχει μέση λύση. Η συχνότητα της επιλογής του αλτρουισμού μπορεί να λύσει την ασάφεια (Field 2001: 126).

Τόσο στην περίπτωση της επιλογής με βάση τη συγγένεια όσο και σε εκείνη του αμοιβαίου αλτρουισμού το άτομο εισπράττει ένα έμμεσο όφελος, τουλάχιστον αυτό προϋποθέτει η δαρβινική θεωρία περί εξέλιξης των ειδών. Για να είναι η τιμωρία εξελικτικά σταθερή στρατηγική, να μην αφήνει περιθώρια δηλαδή για την εισβολή και υιοθέτηση μιας άλλης στρατηγικής, θα πρέπει να υπάρχει μια θετική συσχέτιση μεταξύ της τιμωρίας και της συνεργασίας που λαμβάνει το άτομο, χωρίς να ενισχύεται από τη συγγένεια (Gardner & West 2004). Αντίθετα, ο υψηλός βαθμός συγγένειας συνιστά αποτρεπτικό παράγοντα για τιμωρία. Ο αλτρουισμός είναι ουσιαστικά απόρροια της τιμωρίας και της συνεργασίας. Αν ο αλτρουισμός προέρχεται από μια δυσκολία προσαρμογής των γονιδίων, τότε το αλτρουιστικό κίνητρο καθεαυτό φαίνεται ακόμα πιο τρωτό, ίσως προκύπτει κατά λάθος.

Το ερώτημα που εγείρεται στο σημείο αυτό είναι το κατά πόσο ανθρώπινη συμπεριφορά είναι κωδικοποιημένη στο γονιδιώμα μας και συνεπώς καθορίζεται εξολοκλήρου από τα γονίδιά μας. Και συγκεκριμένα, είναι ο άνθρωπος από τη φύση του αλτρουιστής; Το αντεπιχείρημα στην άποψη ότι ο άνθρωπος έχει μια "φυσική τάση" για κάποιους τύπους συμπεριφοράς είναι ότι δε μπορούμε να μιλάμε για στερεότυπες συμπεριφορές, παρά μόνο για κατανομές τύπων της συμπεριφοράς μεταξύ συγγενικών προσώπων (έτσι εξηγείται, για παράδειγμα, ότι κάποιες ανθρώπινες ομάδες είναι έντονα φιλοπόλεμες, ενώ άλλες όχι) (Futuyma 1995: 658). Εξάλλου, οι διαφορές στα χαρακτηριστικά που απαρτίζουν την ανθρώπινη προσωπικότητα είναι πολλαπλές και ξεπερνούν σε βαθμό και σπουδαιότητα τις διαφορές μεταξύ ατόμων οποιουδήποτε άλλου είδους. Συνεπώς, η απάντηση για το αν η αλτρουιστική συμπεριφορά είναι φυσική στον άνθρωπο είναι μάλλον αρνητική.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Μολονότι το κίνητρο μιας αλτρουιστικής πράξης θεμελιώνεται σε άλλα κίνητρα και ενέχει εγωιστικό έρεισμα, χωρίς αυτή η διαπίστωση να αλλοιώνει το χαρακτηρισμό

μιας πράξης ως αλτρουιστικής, εφόσον πάντα ωφελείται κάποιος άλλος με βάση τα δικά του συμφέροντα και όχι πατερναλιστικά (όπως δηλαδή κρίνει ο αλτρουιστής), τότε ο όρος αλτρουισμός παραμένει ακόμα κι αν είναι αμοιβαίος. Το άτομο έστω και ασυνείδητα είναι πολύ πιθανό να επιδιώκει μια μελλοντική έμμεση ωφέλεια. Αυτό δεν αναιρεί το γνήσιο ενδιαφέρον του για τον άλλον. Αρκεί βέβαια αυτή η συμπεριφορά να επιδεικνύεται με κάποια συχνότητα και κανονικότητα. Για τον λόγο αυτό, υποστηρίζουμε ότι ο αλτρουισμός προσεγγίζεται πληρέστερα ως προτίμηση, η οποία ιεραρχείται στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας μαζί με άλλες προτιμήσεις και σταθμίζεται ανάλογα με την πληροφόρηση, τις συνθήκες και το κοινωνικό και θεσμικό περιβάλλον στο οποίο εντάσσεται το άτομο. Αυτή η προτίμηση είναι δυνατό να μετρηθεί με το χρήμα και να αποτιμηθεί με αυτόν τον τρόπο το μέγεθος της αλτρουιστικής πράξης.

Σε κάθε περίπτωση εν τέλει που ο άνθρωπος επιλέγει μια αλτρουιστική πράξη είτε το κάνει συνειδητά για να λάβει μια εσωτερική ικανοποίηση (*joy of giving*) είτε η τελευταία είναι μια συνέπεια την οποία αφενός δεν επιδιώκει αφετέρου η αλτρουιστική συμπεριφορά του προσδίδει ασυνείδητα μια εγκεφαλική ανταμοιβή. Η ανταμοιβή αυτή έπεται της αλτρουιστικής συμπεριφοράς και δεν είναι αποκλειστικά υπεύθυνη για την επιλογή των πράξεων. Η ηδονιστική θεμελίωση των κινήτρων που οδηγούν σε αλτρουιστική συμπεριφορά δεν είναι ντετερμινιστική. Οι νευρώνες, τα γονίδια και το υποσυνείδητό μας δεν καθορίζουν αναπόδραστα τα συμβάντα της ανθρώπινης ζωής. Το συναίσθημα προηγείται του λόγου ως παρόρμηση που πηγάζει αυθόρμητα και αντανακλαστικά, αλλά ο λόγος έρχεται εν συνεχεία να το χαλιναγωγήσει, να το τιθασεύσει και να το κατευθύνει. Η προσωπική ικανοποίηση και η αποφυγή του πόνου δε μπορεί πάντα να είναι αποκομμένα από τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, αλλά τη διατρέχουν έχοντας υποστεί την επεξεργασία του λόγου. Επομένως, το άτομο δε δρα αλτρουιστικά με σκοπό να λάβει μια εσωτερική ευχαρίστηση ούτε τα συναισθήματα αποτελούν επαρκείς παράγοντες καθοδήγησης της συμπεριφοράς. Κατά τη διαδικασία λήψης μιας απόφασης ο άνθρωπος δεν γνωρίζει ούτε ελέγχει τις νευρωνικές εγκεφαλικές διαδικασίες. Είναι ωστόσο ικανός να αναπτύξει λόγους δράσης οι οποίοι αφενός δεν εξαρτώνται από εξωτερικές επιδράσεις και αφετέρου ελέγχουν τις εγκεφαλικές διεργασίες. Συνειδητά επομένως το άτομο μπορεί να αναπτύξει πρωτογενείς αιτίες προκειμένου να επιλέξει μεταξύ εναλλακτικών δυνατοτήτων (Γέμτος 2010).

Η ελευθερία βούλησης του ανθρώπου του επιτρέπει να επιλέξει να δράσει αλτρουιστικά και μάλιστα μη πατερναλιστικά. Σύμφωνα με τον πατερναλιστικό αλτρουισμό το δρων υποκείμενο ενδιαφέρεται για κάποιον άλλον με τους δικούς του όρους χωρίς να θέτει σε προτεραιότητα τη συνάρτηση ωφελιμότητας του άλλου. Αν ικανοποιείται από την τελευταία χωρίς να επηρεάζεται και να επιβάλλει την προσωπική του άποψη για το τι είναι καλό για τον άλλο, τότε μιλάμε για μη πατερναλιστικό αλτρουισμό, ο οποίος είναι ουσιαστικά απροϋπόθετος. Ακριβώς επειδή ο αγνός αλτρουιστής ενσωματώνει στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας την προτίμηση να ωφελήσει κάποιον άλλον, αξιολογώντας προφανώς θετικά την ευημερία του συνανθρώπου του, τότε λαμβάνει υπόψη του τις ακριβείς προτιμήσεις του άλλου και αποσκοπεί στην ικανοποίησή τους. Μιλώντας με οικονομικούς όρους, όταν τα άτομα διακρίνονται από μη πατερναλιστικό αλτρουισμό μεταξύ τους, τότε έχουμε αλληλεξάρτηση θετικής χρησιμότητας με την έννοια ότι η συνάρτηση ωφελιμότητας του ενός εισέρχεται σε εκείνη του άλλου και αντίστροφα (Fong 2009).

Γενικά, τα άτομα λειτουργούν υπό την επίδραση ποικίλων κανόνων (Carter & Castillo 2011). Κατά συνέπεια, υπάρχει ετερογένεια μεταξύ των ατόμων και η αλληλεπίδραση ανάμεσα σε αλτρουιστές και εγωιστές είναι ζωτική για την ανθρώπινη συνεργασία. Ανάλογα με το περιβάλλον, μια μειοψηφία αλτρουιστών μπορεί να αναγκάσει μια πλειοψηφία εγωιστικών ατόμων να συνεργαστούν ή αντιστρόφως λίγοι εγωιστές μπορούν να προτρέψουν ένα μεγάλο αριθμό αλτρουιστών στην έλλειψη συνεργασίας (Camerer & Fehr 2006). Οι προτιμήσεις του ενός φαίνεται να επηρεάζουν και να εξαρτώνται από τις προτιμήσεις του άλλου. Σύμφωνα με τις υποθέσεις των μοντέλων των «αλληλεξαρτώμενων προτιμήσεων» οι παίκτες νοιάζονται για τον «τύπο» του αντιπάλου τους (Fehr & Schmidt 2006). Έστω ότι κάθε παίκτης είναι είτε εγωιστής είτε (υπό προϋποθέσεις) αλτρουιστής. Αν ο τελευταίος γνωρίζει ότι αλληλεπιδρά με άλλον αλτρουιστή, οι προτιμήσεις του θα είναι αλτρουιστικές και θα εξακολουθήσει να είναι γενναιόδωρος. Αν όμως γνωρίζει ότι ο αντίπαλός του είναι εγωιστής, οι προτιμήσεις του θα γίνουν εγωιστικές.

Στην ίδια γραμμή και όπως προκύπτει από τα παραπάνω ο αλτρουισμός αποδεικνύεται χρήσιμος για τον άνθρωπο και διευκολύνει τις κοινωνικές σχέσεις και διαδράσεις, καθιστώντας τα αλτρουιστικά άτομα πιο έμπιστα και αξιόπιστα. Η επιλογή και εκδήλωση αλτρουιστικής συμπεριφοράς μακροπρόθεμα είναι ωφέλιμη

για το άτομο, όπως έχουν δείξει διάφορες έρευνες. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι ο αλτρουισμός συνδέεται θετικά με την υγεία για τις γυναίκες και με την ευημερία για άνδρες και γυναίκες (Schwartz et al. 2009), ενώ το να είναι κανείς γενναιοδωρος είναι ένας άριστος τρόπος για να κάνει φίλους και γενικά η γενναιοδωρία ευνοεί μακροπρόθεσμα τη συνεργασία (West et al. 2011). Επιπλέον, έγινε σαφές ότι όταν κάποιος αυτόνομα βοηθάει έχει όφελος τόσο ο ίδιος όσο και ο αποδέκτης της βοήθειας, αφού ικανοποιεί ουσιώδεις ψυχολογικές του ανάγκες (Weinstein & Ryan 2010). Η ψυχολογική ευημερία (δηλαδή η υγιής ψυχολογική λειτουργία) είναι ο μείζων παράγοντας που οδηγεί σε ευτυχία και γενναιοδωρία (Konow & Earley 2008). Οι πιο ευτυχισμένοι άνθρωποι κλίνουν πιο πολύ στον εθελοντισμό από τη μία πλευρά, από την άλλη όμως η εθελοντική εργασία προκαλεί σε μεγαλύτερο βαθμό ευτυχία, ικανοποίηση από τη ζωή, αυτοεκτίμηση και σωματική υγεία (Thoits & Hewitt 2001).

Συνοψίζοντας, θα λέγαμε ότι ο αλτρουισμός είναι περισσότερο μια κοινωνική κατασκευή παρά μια φυσική προδιάθεση. Πρόκειται για μια συμπεριφορά που μαθαίνεται κατά τη διάρκεια της ζωής του ατόμου και μεταβιβάζεται κατά κύριο λόγο πολιτισμικά στο πλαίσιο των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων. Έτσι, ο Rachlin (2002) ισχυρίζεται ότι μια γυναίκα τρέχει σε ένα φλεγόμενο κτίριο για να σώσει ένα ξένο παιδί, όχι εξαιτίας μιας έμφυτης τάσης αυτοθυσίας, αλλά χάρη στην ίδια τη διαδικασία μάθησης που χρησιμοποιεί για να ελέγξει το κάπνισμα, το ποτό ή το βάρος της. Σαφέστατα υπάρχει η γνωστική υποδομή για κοινωνική συμπεριφορά και συνεργασία μεταξύ των ανθρώπων, αλλά ιδιαίτερα ο αλτρουισμός είναι μια προτίμηση που μαθαίνεται και καλλιεργείται, και ως εκ τούτου είδαμε ότι παρατηρείται περισσότερο σε μεγαλύτερες ηλικίες όπως και σε πιο αναπτυγμένες κοινωνίες. Όταν διακυβεύονται μεγάλα χρηματικά ποσά οι άνθρωποι είναι πιο εύκολο να εγκαταλείψουν την αλτρουιστική συμπεριφορά, ενώ για μικρά ποσά είναι πιο πρόθυμοι να δράσουν αλτρουιστικά. Δεν είναι τυχαίο που και ως όρος είναι μοντέρνος και σύγχρονος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ: ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Η ανάλυση της αλτρουιστικής συμπεριφοράς που εξετάσαμε ως τώρα ακολούθησε τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής, στον πυρήνα της οποίας επικρατεί η παραδοχή ότι η κοινωνική συναλλαγή είναι ουσιαστικά μια οικονομική συναλλαγή (Friedman & Hechter 1988). Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση, το άτομο επιλέγει μεταξύ εναλλακτικών δυνατοτήτων προτού προβεί σε μια πράξη, ιεραρχώντας τις προτιμήσεις του και κάνοντας μια ανάλυση κόστους-οφέλους. Ο αλτρουισμός, παρόλο που προϋποθέτει το προσδοκώμενο κόστος να είναι μεγαλύτερο από το προσδοκώμενο όφελος, εντούτοις είδαμε πως μπορούμε να θεωρήσουμε πως εντάσσεται ως προτίμηση στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας του ατόμου και έτσι συνιστά μια οικονομική απόφαση. Συνεπώς αποτελεί κι αυτός ένα οικονομικό αγαθό, το οποίο αποτιμάται με το χρήμα. Επιπλέον, η θεωρία της ορθολογικής επιλογής, υπαγόμενη στο επιστημολογικό πρόγραμμα του μεθοδολογικού ατομισμού, ανάγει ουσιαστικά την κοινωνική συμπεριφορά σε ατομικές πράξεις. Η οργανωσιακή, η συλλογική και η ομαδική συμπεριφορά εξηγούνται με βάση την ατομική πράξη και τον υπολογισμό της. Κατ' επέκταση, επομένως, η συμπεριφορά των εταιριών, των κομμάτων, οι διάφορες στρατηγικές και οι πολιτικές τακτικές ανάγονται στην ίδια ατομική μονάδα ανάλυσης όπως ο καταναλωτής ή ο ψηφοφόρος (Zey 1998).

Στο παρόν κεφάλαιο θα χρησιμοποιήσουμε ως μονάδα ανάλυσης την επιχείρηση·κατανοούμενη ως μια ομάδα ατόμων με διαφορετικά και συγκρουόμενα συμφέροντα. Μια επιχείρηση συνιστά καταρχήν ένα πλέγμα συμβάσεων (Alchian & Demsetz 1972). Ουσιαστικά αποτελεί σύμβαση, ένα είδος συμφωνίας που προκύπτει από μια ένωση προσώπων που δεσμεύονται αμοιβαία να επιδιώκουν με κοινές εισφορές κοινό, κυρίως οικονομικό, σκοπό που ταυτίζεται με το χρηματικό κέρδος. Η αύξηση της αξίας της επιχείρησης και η μεγιστοποίηση των κερδών καθιστά τη μελέτη της επιχειρησιακής δραστηριότητας ένα από τα κλασικά προβλήματα της οικονομικής επιστήμης. Η συνεισφορά των οικονομικών έγκειται στην εξερεύνηση τρόπων με τους οποίους η κοινωνία θα έχει τη δυνατότητα να προβεί στην καλύτερη χρήση των ήδη διαθέσιμων πόρων και στη δημιουργία νέων με την πάροδο του

χρόνου. Τους ίδιους στόχους έχουν επομένως τα οικονομικά και στα πλαίσια της μελέτης της επιχείρησης.

Ως μια μονάδα λήψης αποφάσεων στο περιβάλλον της αγοράς η επιχείρηση αποτελεί ουσιαστικά το ιδανικό μέρος επικύρωσης της θεωρίας της ορθολογικής επιλογής. Το ερώτημα που προκύπτει είναι κατά πόσο η θεωρία για τον αλτρουισμό που εξετάσαμε ως τώρα σε ατομικό επίπεδο είναι δυνατό να εφαρμοστεί και στην επιχείρηση, που απαρτίζεται από ομάδες ατόμων. Η υποτιθέμενη αλτρουιστική συμπεριφορά, που μπορεί να παρατηρηθεί στο πλαίσιο μιας εταιρίας ή από την ίδια την εταιρία, είναι πάντοτε συγκαλυμμένο ατομικό συμφέρον ή μπορεί να προέρχεται από ηθικές αξίες; Η εργαλειακή ορθολογικότητα που διέπει τη λειτουργία της επιχείρησης φαίνεται σε πρώτη φάση να προωθεί μια «αμοραλιστική» στάση, κατά την οποία η ηθική δεν είναι αναγκαία από τη στιγμή που φαινομενικά είναι δύσκολο να συγκεραστεί η επιχειρησιακή ηθική με το οικονομικό κέρδος. Έχει σε τελική ανάλυση μια επιχείρηση λόγους να υιοθετήσει μια αλτρουιστική προτίμηση και με ποιο τρόπο εκδηλώνεται η τελευταία στο εταιρικό πλαίσιο;

Εφόσον το άτομο δρα μεγιστοποιητικά και ορθολογικά (σύμφωνα πάντα με τη νεοκλασική οικονομική θεωρία και τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής), ο μοναδικός σκοπός που επιδιώκει μια επιχείρηση δεν μπορεί να είναι άλλος παρά η μεγιστοποίηση του κέρδους της. Όπως δηλαδή τα άτομα, έτσι και η επιχείρηση έχει σαν κύριο στόχο τη μείωση του κόστους και την αύξηση του οφέλους από τη δραστηριότητά της. Η μεγιστοποιητική συμπεριφορά της θεωρείται δεδομένη όταν η εταιρία είναι κερδοσκοπική. Γιατί, άλλωστε, να ιδρυθεί μια εταιρία εάν δεν έχει σκοπό τη μεγιστοποίηση του κέρδους και επομένως την αύξηση του εισοδήματος των μελών της; Βέβαια, έχει διατυπωθεί ωστόσο η θέση ότι η μεγιστοποίηση του κέρδους δε σχετίζεται με το εισόδημα και την ευημερία των ιδιοκτητών της επιχείρησης, αλλά το κύριο χαρακτηριστικό της είναι ότι το κέρδος μεγιστοποιείται για χάρη του ιδίου, ανεξάρτητα από την ωφέλεια που θα λάβουν οι ιδιοκτήτες (Scitovsky 1943).

Η επιχείρηση, εντούτοις, ούσα μια «σύνθετη κοινότητα ατόμων», η οποία αντανακλά τους κανόνες και τις αξίες που καθοδηγούν τη συμπεριφορά τους, μπορούμε να πούμε πως δεν έχει αμιγώς οικονομικό χαρακτήρα. Σύμφωνα λοιπόν με πολλούς ηθικούς φιλοσόφους, κοινωνικούς επιστήμονες αλλά και οικονομολόγους, παράλληλα με την επιδίωξη του κέρδους η επιχείρηση θα μπορούσε να συμβάλλει και

στην κοινωνική ευημερία. Παρομοίως, η οικονομική αγορά μέσα στην οποία εντάσσεται η επιχείρηση συνιστά θεσμό τόσο οικονομικό όσο και ιστορικο-κοινωνικό-πολιτικό καθώς και ηθικό. Αντικαθρεφτίζοντας την ηθική των ατόμων και της κοινωνίας, η αγορά δύναται να ενθαρρύνει και να προαγάγει σημαντικές οικονομικές αξίες, όπως η εμπιστοσύνη, η αλήθεια, η τιμιότητα, η συνεργασία, ο αλtruισμός.

Υπάρχουν πολλές περιπτώσεις στην οικονομική δραστηριότητα που επιτρέπουν, ή ακόμα και ευνοούν θα μπορούσε να υποστηρίξει κανείς, την εκδήλωση αλtruιστικής ή και ηθικής («ενάρετη») συμπεριφοράς. Και τούτο διότι το κόστος συναλλαγής (*transaction cost*), είτε στην αγορά είτε στις εταιρίες, μπορεί να μειωθεί όταν επικρατεί συμπεριφορά βασισμένη μάλλον σε εμπιστοσύνη, κανόνες και συνεργασία παρά στην τυφλή αναζήτηση του συμφέροντος. Επιπλέον, είδαμε ότι σε θεωρίες παιγνίων τύπου «δίλημμα του φυλακισμένου» διαφαίνεται πως στις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, ομάδες φαινομενικά εγωιστικών ατόμων που δεν συνδέονται με συγγενικούς δεσμούς είναι πιθανότερο να επιτύχουν τους στόχους τους συνεργαζόμενα, αποφεύγοντας να εναντιωθούν μεταξύ τους και λαμβάνοντας αποφάσεις με προσανατολισμό στο ίδιο συμφέρον, παρά ακολουθώντας το προσωπικό τους συμφέρον. Τέτοιου είδους περιπτώσεις είναι διαδεδομένες στην καθημερινή πρακτική και ιδιαίτερα μεταξύ ανταγωνιστικών επιχειρήσεων (Pitelis 2002).

Δεν είναι τυχαίο, λοιπόν, ότι η νεοκλασική θεωρία της επιχείρησης, έχει αμφισβητηθεί από μια σειρά θεωριών, οι οποίες έχουν παρουσιάσει εναλλακτικά μοντέλα για τη συμπεριφορά της επιχείρησης (Baumol 1959, Simon 1962). Έτσι, έχει διαπιστωθεί πως πολλές επιχειρήσεις (ή τα στελέχη τους) δεν έχουν σαν στόχο τη μεγιστοποίηση του κέρδους, αλλά προσπαθούν να επιτύχουν ένα *minimum* ποσοστό κέρδους που θα ικανοποιεί τους μετόχους. Τα στελέχη μιας επιχείρησης είναι πιθανόν κατ' αυτόν τον τρόπο να προσανατολίζονται περισσότερο προς τη μεγιστοποίηση των πωλήσεων ή την μεγέθυνση της επιχείρησης (εντυπωσιάζοντας τους μετόχους) και φυσικά να εξυπηρετήσουν τους δικούς τους στόχους (Hatzis 2001). Μπορεί λοιπόν μια επιχείρηση να συμπεριφερθεί ηθικά όταν ο βασικός της σκοπός είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους της, ενώ λανθάνουν διάφορες συγκρούσεις; Πώς μπορούμε λοιπόν να μιλούμε για επιχειρησιακή ηθική;

Θα πρέπει στο σημείο αυτό να επισημάνουμε μια διαφοροποίηση μεταξύ της «επιχειρησιακής ηθικής» (*business ethics*), που έχει να κάνει με την ορθή και εσφαλμένη συμπεριφορά στο πλαίσιο της επιχείρησης, και της «ηθικής επιχείρησης» (*ethical business*), κατά την οποία η επιχείρηση λειτουργεί ακολουθώντας ηθικές αρχές. Για να καταστεί μια επιχείρηση ηθική, κρίνεται απαραίτητος ο προσανατολισμός προς την εφαρμογή διαδικασιών διαμόρφωσης του χαρακτήρα και των τρόπων συμπεριφοράς των ατόμων μέσα σε εταιρικές ενότητες/οντότητες (*corporate entities*) (Molyneaux 2003). Η πρόσληψη και η απόλυση, η επιλογή των προμηθευτών, ο καθορισμός των τιμών, ο καταμερισμός των πόρων κλπ. θα μπορούσαν να συνιστούν, εν μέρει, ηθικές επιλογές. Ο τρόπος με τον οποίο η εταιρία αντιμετωπίζει το προσωπικό και τους καταναλωτές της, που σχεδιάζει και υποστηρίζει τα προϊόντα της, που αμείβει συμβόλαια και κατανέμει ευθύνες αποτελούν καθοριστικό παράγοντα για το αν μια επιχείρηση είναι ηθική (Sterneber 2000). Επιπλέον, μια ηθική εταιρία δεσμεύεται σε πρακτικές όπως η εφαρμογή ανώτερης υγιεινής, ασφάλειας και επίπεδα εργασίας, η απαγόρευση της παιδικής εργασίας, η παραγωγή με σεβασμό στο περιβάλλον, η παραγωγή ασφαλών προϊόντων και η δοκιμή προϊόντων με ηθικό τρόπο (Altman 2005).

Η επιχειρησιακή ηθική διέπει τις σχέσεις της επιχείρησης με τους εργαζόμενους σ' αυτήν, με τις άλλες επιχειρήσεις, με τους πελάτες της αλλά και με την κοινωνία ευρύτερα. Η έννοια της επιχειρησιακής ηθικής περιλαμβάνει επίσης τις σχέσεις μετόχων και διευθυντικών στελεχών, ακόμη και τις σχέσεις ιεραρχίας και τις συναδελφικές σχέσεις μεταξύ εργαζομένων στο εργασιακό περιβάλλον. Η ηθική του κάθε ατόμου ωστόσο δεν ταυτίζεται απαραίτητα με αυτή που πρεσβεύει η επιχείρηση, γιατί παρόλο που οι εταιρίες συντίθενται από ανθρώπους, οι ίδιες ως μονάδες δεν είναι άνθρωποι, αλλά οργανώσεις με περιορισμένους σκοπούς (Sternberg 2000). Άρα, κάτι που θεωρείται ηθικό για το άτομο, μπορεί να είναι ανήθικο για την εταιρία και αντιστρόφως.

Σε όλο αυτό το πλέγμα σχέσεων είναι φανερό πως το αίτημα για μια συμπεριφορά που θα εξυπηρετεί τους σκοπούς της επιχείρησης, της ομάδος ή του ατόμου, αλλά θα υπόκειται επίσης και σε ηθικούς κανόνες, είναι θεμιτό. Το ζήτημα όμως είναι αν είναι και εφικτό. Εδώ θα πρέπει να κάνουμε ένα σημαντικό διαχωρισμό. Η επιχειρησιακή ηθική μπορεί να θεμελιώνεται είτε στους κανόνες

κοινωνικής συμπεριφοράς (*social norms*) που επικρατούν σε μία κοινωνία, ή στα πλαίσια της συγκεκριμένης επιχειρηματικής κοινότητας, είτε σε ηθικά κίνητρα των μονάδων της επιχείρησης. Στην πρώτη περίπτωση, η συμπεριφορά των επιχειρήσεων που βασίζεται σε κάποιους κανόνες ηθικής οφείλεται πιθανότατα στο σεβασμό κάποιων αρχών, κανόνων και αξιών που οι ίδιες θεωρούν απαραίτητο για την ομαλή λειτουργία τους, αλλά και για λόγους δημοσίων σχέσεων. Όμως η συμπεριφορά αυτή μπορεί να χαρακτηριστεί ως καθαρά ορθολογική και μεγιστοποιητική, καθώς η επιχείρηση δρα «ηθικά» προσπαθώντας να μειώσει το κοινωνικό κόστος των ενεργειών της (Hill et al. 2003) ή επιχειρεί να ενθαρρύνει την ηθική συμπεριφορά των στελεχών της (Osterloh & Frey 2003). Η υπακοή σε κανόνες δεν αποτελεί αυτοσκοπό, αλλά μέσο για την καλύτερη (αποτελεσματικότερη) επίτευξη των σκοπών της επιχείρησης.

Στη δεύτερη περίπτωση, οι προσωπικοί ηθικοί κανόνες που ενστερνίζονται οι μονάδες της επιχείρησης είναι πολύ πιθανό να οδηγούν σε αλτρουιστική συμπεριφορά όσον αφορά τις σχέσεις μεταξύ τους ή προς τους πελάτες της εταιρίας. Βέβαια, τα προσωπικά ηθικά κίνητρα σε επίπεδο επιχείρησης δεν είναι τόσο ισχυρά όσο στις καθημερινές αλληλεπιδράσεις του ατόμου, διότι μέσα στο περιβάλλον εργασίας ο εργαζόμενος οποιασδήποτε ιεραρχίας καλείται να τηρήσει το εκάστοτε νομικό πλαίσιο και γενικότερα κάποιους κανόνες συμπεριφοράς, ρητούς ή υπόρρητους. Επιπλέον, λαμβάνει κάποια πληρωμή για την εργασία του και σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί να έχει την ευκαιρία να την αυξήσει ή ακόμα και να προαχθεί σε ανώτερη θέση. Αυτοί οι εξωγενείς περιορισμοί, οι υποχρεώσεις καθώς και ο ανταγωνισμός αναγκάζουν το εργαζόμενο άτομο να δρα ακόμα πιο στρατηγικά και υπολογιστικά σε σχέση με την καθημερινότητά του που διακρίνεται από μεγαλύτερη ελευθερία δράσης.

Το πρόβλημα του διαχωρισμού της ιδιοκτησίας από τη διοίκηση της επιχείρησης (*separation of ownership from control*) αποτελεί τον πραγματικό λόγο για τον οποίο οι επιχειρήσεις δεν φέρονται με τον ίδιο τρόπο που φέρονται τα ορθολογικά άτομα (Berle & Means 1932). Όταν η ιδιοκτησία και η εταιρική διοίκηση δε συμπίπτουν πλήρως, είναι πολύ πιθανό να προκληθούν συγκρούσεις συμφερόντων μεταξύ των ιδιοκτητών και των διευθυντών, οι οποίες σε συνδυασμό με την έλλειψη

δυνατότητας για σύναψη γραπτών συμβάσεων και ελέγχου των διευθυντών χωρίς κόστος, εν τέλει μειώνουν την αξία της επιχείρησης (Jensen & Meckling 1976).

Εφόσον η ιδιοκτησία (οι μέτοχοι) και η διοίκηση (οι *managers*) έχουν διαφορετικά και πολλές φορές συγκρουόμενα συμφέροντα, δεν είναι παράδοξο η επιχείρηση να ακολουθεί μια πολιτική φαινομενικά μη ορθολογική και πολλές φορές ασαφή. Η συμπεριφορά της προσδιορίζεται από την πληθώρα σκοπών των διαφόρων ομάδων, υποομάδων και ατόμων που εργάζονται μέσα στα πλαίσιά της και έχουν φυσικά τις δικές τους πεποιθήσεις και τα δικά τους κίνητρα. Ως εκ τούτου, έχει επίδραση και είναι υπόλογη σε πολλούς και ποικίλους οργανωσιακούς εταίρους (*stakeholders*),⁵¹ που είναι ουσιαστικά κάθε ομάδα ή άτομα που μπορούν να επηρεάσουν ή να επηρεαστούν από τα επιχειρησιακά εγχειρήματα. Γι αυτό έχει υποστηριχθεί και η θέση ότι θα έπρεπε στη διοίκησή της να λαμβάνονται υπόψη και τα συμφέροντα των τελευταίων πέρα από εκείνα των μετόχων. Πρόκειται για τη θεωρία των οργανωσιακών εταίρων (Freeman 1994), η οποία συνδράμει στον συγκεκριισμό κεντρικών εννοιών από τον χώρο της επιχείρησης με εκείνον της ηθικής. Επομένως, η πορεία της επιχείρησης εξαρτάται απόλυτα από την ισχύ, την επιρροή, τη φιλοδοξία και τη διαπραγματευτική δύναμη των μονάδων αυτών, αλλά και από το θεσμικό πλαίσιο στο οποίο θα πρέπει να εντάξουμε όχι μόνο το εταιρικό δίκαιο αλλά και τα συναλλακτικά ήθη. Οι κοινωνικοί θεσμοί διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο αφενός στη διαμόρφωση ενός ηθικού πλαισίου και αφετέρου στην συνειδητοποίηση ότι όλοι οι πολίτες ως άτομα έχουμε τεράστια ευθύνη να θεσπίσουμε ένα τέτοιο (ηθικό) πλαίσιο που θα περιβάλλει τις επιχειρησιακές μας δραστηριότητες.

Για όποιον μελετήσει και εμβαθύνει στα προβλήματα της διαδικασίας λήψης αποφάσεων στα πλαίσια της επιχείρησης και ιδιαίτερα στο πρόβλημα της εταιρικής διακυβέρνησης φαίνεται καταρχήν αφελής κάθε συζήτηση για την ηθική της επιχείρησης. Η εταιρική διακυβέρνηση ορίζεται ως ένα σύνολο μηχανισμών, θεσμικών και αγοραίων, που προτρέπουν τους εγωιστές διευθυντές μιας εταιρίας, που λαμβάνουν αποφάσεις για τον τρόπο λειτουργίας της, να αποφασίσουν με σκοπό τη μεγιστοποίηση της αξίας της επιχείρησης για χάρη των ιδιοκτητών της (Denis & McConnell 2003: 2). Το βασικό πρόβλημα της εταιρικής διακυβέρνησης αφορά στο

⁵¹ Οι οργανωσιακοί εταίροι διακρίνονται σε εσωτερικούς (ιδιοκτήτες, υπάλληλοι, πελάτες και προμηθευτές) και σε εξωτερικούς (κυβερνήσεις, ανταγωνιστές, συνηγόρους καταναλωτών, περιβαλλοντολόγους, ομάδες ειδικών ενδιαφερόντων και τα μέσα επικοινωνίας).

λεγόμενο κοινωνικό δίλημμα, σύμφωνα με το οποίο τα εγωιστικά άτομα παραμελούν το κοινό καλό της εταιρίας, που είναι η εταιρική αρετή (*corporate virtue*), ένα από τα σπουδαιότερα κοινά δημόσια αγαθά στο πλαίσιο της επιχείρησης, με επακόλουθο οι πράξεις τους να μην οδηγούν σε κοινωνικώς επιθυμητά αποτελέσματα. Το κοινωνικό δίλημμα μπορεί να επιλυθεί αν η προσοχή εστιαστεί κατά κύριο λόγο στα εσωτερικά κίνητρα των εργαζομένων και των προϊσταμένων τους να συνεισφέρουν στο κοινό εταιρικό αγαθό. Σε αντίθεση με τα εξωτερικά κίνητρα που λειτουργούν μέσα από μια έμμεση ικανοποίηση των αναγκών, κυρίως χρηματική, στην περίπτωση των εσωτερικών κινήτρων μια δραστηριότητα εκτιμάται για χάρη της ίδιας και είναι αυτόνομη. Το περιεχόμενο της εργασίας παρέχει με τον τρόπο αυτό ικανοποίηση και χρησιμότητα (Osterloh & Frey 2003).

Η μη εστίαση στο κοινό καλό της εταιρίας και η προσκόλληση στη μεγιστοποίηση του ατομικού χρηματικού οφέλους από την πλευρά των διευθυντικών στελεχών αποτελεί έναν καλό λόγο για να λάβει κανείς υπόψη του την επιχειρησιακή ηθική. Οι συμπεριφορές αυτού του είδους προκάλεσαν σημαντικά ζητήματα σε μεγάλες εταιρίες στην Αμερική (όπως Enron, Tyco, MCI, Dynergy, WorldCom) που οδήγησαν στην αναζωπύρωση της σχετικής συζήτησης. Για παράδειγμα, η Enron αφού είχε προηγουμένως αποκομίσει υπέρογκα κέρδη στη συνέχεια εξάντλησε τις νόμιμες μεθόδους για να καλύψει τα ελλείποντα κέρδη και κατέφυγε σε παράνομες στρατηγικές (βλ. Akerlof & Shiller 2009). Η διαφθορά των διευθυντών που οδηγεί σε τέτοια προβλήματα κλονίζει την εμπιστοσύνη στις επιχειρήσεις και αναπόφευκτα εγείρονται ζητήματα εταιρικής νομιμότητας και ηθικής. Όταν μια επιχείρηση εμπορεύεται και πρεσβεύει κάποιες ηθικές αξίες, όπως σεβασμό, δικαιοσύνη, ειλικρίνεια, τότε αυτές διατρέχουν την εταιρική δραστηριότητα τόσο σε εσωτερικό επίπεδο (σχέσεις εργαζομένων) όσο και σε εξωτερικό (σεβασμός για το περιβάλλον και τα δικαιώματα των υπολοίπων επιχειρησιακών συμβαλλομένων) (Foote & Ruona 2008).

Το ενδιαφέρον για τον συνάνθρωπο, τόσο σε ατομικό επίπεδο όσο και σε επιχειρησιακό, είναι ιδιαίτερα φανερό στην περίπτωση εθνικών και διεθνών καταστροφών. Για παράδειγμα, στις Ηνωμένες Πολιτείες οι φιλανθρωπικές δωρεές αυξήθηκαν κατά 2,7% το 2005 σε σχέση με το 2004, όταν και συνέβησαν αντίστοιχα περιστατικά. Σε περιπτώσεις εθνικών καταστροφών προσφέρθηκαν μέχρι και \$7,37

εκατομμύρια από τον Δεκέμβριο του 2004 μέχρι τον Οκτώβριο του 2005 και μάλιστα οι περισσότερες δωρεές προέρχονταν από άτομα παρά από επιχειρήσεις. Σημαντικές ήταν και οι συνεισφορές στα θύματα του τυφώνα Κατρίνα, οι οποίες μεσολαβήθηκαν και διενεργήθηκαν από μη κυβερνητικούς οργανισμούς. Ενδεικτικά, ο Αμερικάνικος Ερυθρός Σταυρός συγκέντρωσε για τα θύματα \$2,4 δισεκατομμύρια και ο Στρατός Διάσωσης \$363 εκατομμύρια (Gates & Steane 2009: 966). Όσον αφορά την Αμερική, το συνολικό ποσό των φιλανθρωπικών δωρεών που προσφέρθηκαν από επιμέρους άτομα το έτος 1959 ήταν \$14.9 δισεκατομμύρια. Μελέτες έχουν δείξει πως δίχως όλες αυτές τις δωρεές δεν θα υπήρχαν εκκλησίες, κολέγια, νοσοκομεία, ιατρικά ερευνητικά προγράμματα και γενικότερα οργανώσεις κοινωφελούς χαρακτήρα (Haines 2007: 58). Αυτές οι οργανώσεις με τη σειρά τους συμβάλλουν στο κοινωνικό κεφάλαιο της πόλης, προσελκύοντας νέους κατοίκους, σε πολλές περιπτώσεις καθορίζοντας τις ανέσεις και διευκολύνσεις που προσφέρει η πόλη στους κατοίκους της.

Οι υπέρογκες δωρεές που προσφέρθηκαν από οργανισμούς και άτομα για τις φυσικές καταστροφές (βλ. τον σεισμό και το συνακόλουθο τσουνάμι στη βορειανατολική Ιαπωνία στις 11 Μαρτίου 2011 ή τον τυφώνα Κατρίνα το 2005) έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον των κοινωνικών επιστημόνων για την εξήγηση των κινήτρων που ωθούν τις εταιρίες να συνεισφέρουν σημαντικά χρηματικά ποσά, χωρίς αυτή η πρακτική να προβλέπεται κατ' ανάγκη από τους εταιρικούς κανονισμούς τους και η οποία συνεπάγεται, φυσικά, οικονομικό κόστος. Έχουν προταθεί διάφοροι λόγοι που ωθούν τις εταιρίες να προβαίνουν σε φιλανθρωπικές δωρεές. Έχει ενδιαφέρον να εξετάσουμε αν οι τελευταίες προέρχονται από καθαρό αλτρουισμό ή αν πρόκειται για στρατηγικά κέρδη, δημόσιες σχέσεις ή στρατηγικές προαγωγής της καλής φήμης της διοίκησης.

3.1 Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΑ ΩΣ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΥ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η φιλανθρωπία ορίζεται ως αγαθοεργής συμπεριφορά, συνήθως με τη μορφή δωρεών προς άλλους στην κοινωνία και έπαιξε κεντρικό ρόλο στην Ιουδαϊκή και Χριστιανική παράδοση στην Ευρώπη. Η δυτική Ευρώπη έχει μια μακρά ιστορία φιλανθρωπίας και

αγαθοεργίας, που εκτείνεται από την πρώιμη χριστιανική περίοδο, διαπερνά το μεσαίωνα και φτάνει μέχρι τον δέκατο ένατο και εικοστό αιώνα, την εποχή της βιομηχανοποίησης και του καπιταλισμού. Οι ελίτ της Ευρώπης προσπαθούσαν να χρησιμοποιήσουν την ανακούφιση των φτωχών με στόχο τη σταθεροποίηση της υπάρχουσας κοινωνικής τάξης, την οποία παρουσίαζαν στους φτωχούς ως δωθείσα από τον Θεό και επομένως νόμιμη και αμετάβλητη. Αργότερα κατά τον δέκατο ένατο και εικοστό αιώνα, όταν η δυτική Ευρώπη βιομηχανοποιήθηκε, η φιλανθρωπία συνδεόταν πάλι με τη διαφοροποίηση στο κοινωνικό στάτους. Αν και η πρακτική της φιλανθρωπίας παρουσιάζεται ως αμερικάνικη ‘επινόηση’, φαίνεται ότι πρόκειται ουσιαστικά για ευρωπαϊκή (Schuyt 2010).

Καθώς η εταιρική φιλανθρωπία διαδιδόταν όλο και περισσότερο στην Αμερική κατά τις δεκαετίες του 1960-1970, απευθυνόταν στις κοινωνίες όπου ήταν εγκατεστημένη η επιχείρηση και ζούσαν οι εργαζόμενοί της. Οι εταιρίες προωθούσαν τις φιλανθρωπικές δωρεές των υπαλλήλων τους προς τα πανεπιστήμια και άλλους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Βέβαια, τα ποσά που προσφέρονταν ήταν συγκριτικά μικρά εν σχέση προς με τα κέρδη της επιχείρησης. Τα τελευταία πενήντα χρόνια τα προσφερόμενα ποσά κυμαίνονται γενικά μεταξύ του 1 και του 2% των προ φόρων κερδών, αν και για τις ίδιες τις μεγάλες εταιρίες τέτοια ποσά δεν θεωρούνται αμελητέες συνεισφορές. Έχει διαπιστωθεί πως στις δεκαετίες του 1980-1990 τα γενικά επίπεδα της εταιρικής φιλανθρωπίας έπεσαν και οι διάφορες επιδοτήσεις συνδέθηκαν κυρίως με στρατηγικές του μάρκετινγκ και των δημοσίων σχέσεων (Katz 2006: 1307).

Μπορούμε να θεωρήσουμε λοιπόν ως έκφραση αλτρουιστικής συμπεριφοράς της επιχείρησης προς την κοινωνία τις φιλανθρωπίες. Οι φιλανθρωπικές προσπάθειες συνιστούν ίσως την αλτρουιστική πεποίθηση της επιχείρησης ότι έχει μια ευθύνη στην κοινωνία που επεκτείνεται πέρα από την παραγωγή και διανομή αγαθών και υπηρεσιών καθώς και πέρα από την κερδοφορία (Edmondson & Carroll 1999). Αυτές ορίζονται ως εθελοντικές συνεισφορές (χρήμα, προϊόντα, χρόνος) που παρέχονται από άτομα και οργανισμούς κυρίως προς όφελος του κοινού αγαθού. Οι άνθρωποι έχουν την τάση να προβαίνουν σε φιλανθρωπικές δωρεές προς άτομα και ομάδες και τα τελευταία χρόνια η φιλανθρωπία αποτελεί μέρος των κοινωνικών δράσεων μεγάλων επιχειρήσεων. Η επιχείρηση ενέχει εξ ορισμού την έννοια του κέρδους,

επομένως το κόστος που μπορεί να υποστεί δεν μπορεί να μεγαλύτερο από κάποιο επίπεδο, γιατί τότε θα την οδηγήσει στη χρεοκοπία και συνεπώς στη διάλυσή της.

Ιδιαίτερα στην περίπτωση των επιχειρήσεων, η φιλανθρωπία αφορά σε εθελοντικές δωρεές σε ένα θεσμό που σχετίζεται ή διαμορφώνεται από την εταιρία. Τέτοιες δωρεές εξηγούν τη γενναιοδωρία της επιχείρησης σε άλλους λιγότερο ευνοημένους στην κοινωνία, σε σκοπούς στους οποίους πιστεύει η εταιρία (η διοίκηση και ίσως οι εργαζόμενοι) ή σε σκοπούς που αυτό-εξυπηρετούν την εταιρία. Οι πρωταρχικές μορφές της εταιρικής φιλανθρωπίας είναι χρηματικές δωρεές που προσφέρονται άμεσα σε φιλανθρωπικούς σκοπούς, δωρεές σε είδος από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της επιχείρησης και χρηματικές δωρεές που δίνονται έμμεσα σε φιλανθρωπίες μέσα από έναν ίδρυμα που χρηματοδοτείται από την εταιρία, που συνιστά ουσιαστικά μια νομική οντότητα ανεξάρτητη από την επιχείρηση. Οι εταιρίες με ιδρύματα είναι πιο πιθανό να εμπλέξουν εταιρικά στελέχη στη διαχείριση των φιλανθρωπικών τους προγραμμάτων.

3.1.1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ)

Μια επιχείρηση, παράλληλα με την κερδοφορία της, είναι δυνατόν να λειτουργεί και ως ένα είδος κοινωνικής υπηρεσίας και κατά συνέπεια δε θα πρέπει να αντιμετωπίζεται αποκλειστικά ως ιδιωτική περιουσία των μετόχων. Υπό αυτή την οπτική, είναι δυνατό να αντιμετωπίσουμε την εταιρία ως ένα πρόσωπο, ανεξάρτητο από τα άτομα που την απαρτίζουν, το οποίο όπως τα υπόλοιπα που ασχολούνται με επιχειρήσεις, δεν επηρεάζεται μόνο από το νομικό πλαίσιο που διέπει και ρυθμίζει την επιχειρησιακή λειτουργία, αλλά και από τη στάση της εταιρικής και δημόσιας γνώμης όσον αφορά τις κοινωνικές της υποχρεώσεις (Dodd 1932). Ως εκ τούτου, οι εταιρικές μονάδες θα πρέπει να αντιμετωπίζονται ως αποδέκτες της εμπιστοσύνης που τους δείχνει η επιχείρηση και γι αυτό έχουν την υποχρέωση να λαμβάνουν υπόψη τους τα συμφέροντα των εργαζομένων και των καταναλωτών. Αυτή η προσέγγιση της επιχείρησης υποδηλώνει μια θέση στην οποία την πρωτοκαθεδρία κατέχουν οι διευθυντές (*'director primacy'*). Οι τελευταίοι έχουν ουσιαστικά τη δύναμη να διανέμουν τα κέρδη στους εργαζόμενους, οι οποίοι δεν είναι όμως μέτοχοι (Foster 2012).

Η εν λόγω θέση παρέχει πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη, καλλιέργεια και πρακτική εφαρμογή προγραμμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Μέσα από την εταιρική διακυβέρνηση αναδύθηκε λοιπόν η λεγόμενη Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, η οποία απαντάται στο πλαίσιο της επιχειρησιακής ηθικής. Γίνεται συχνά αναφορά στην εταιρική φιλανθρωπία ως μία από τις τέσσερις κοινωνικές ευθύνες μιας επιχείρησης. Σύμφωνα με την εταιρική φιλανθρωπία ως ευθύνη οι εταιρίες εκουσίως προσπαθούν να συμβάλλουν στις προσπάθειες για την βελτίωση της κοινωνικής κατάστασης ή των περιβαλλοντικών συνθηκών, επικεντρώνοντας παράλληλα το ενδιαφέρον τους στο ανθρώπινο δυναμικό και εκπληρώνοντας τις νομικές τους υποχρεώσεις. Σύμφωνα με την αντίληψη αυτή, η εταιρία, ως ενεργό μέλος της κοινωνίας, μπορεί να συμβάλλει στην κοινωνική ευημερία όχι μόνο σε τοπικό αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτό καθίσταται δυνατό αναπτύσσοντας περιβαλλοντικές ανησυχίες και ευρύτερα ενδιαφέροντα, (όπως για τις κοινωνικές σχέσεις, την παιδική καταναγκαστική εργασία, την προστασία του καταναλωτή, τη διαφάνεια), χωρίς να αποσκοπεί άμεσα στα δικά της οφέλη (Κοτσίρης 2003). Ακολουθώντας μια εταιρία αυτή την πρακτική, η ΕΚΕ αποτιμάται ως εθελοντική εταιρική δέσμευση να υπερβεί τις ρητές και υπόρρητες υποχρεώσεις που επιβάλλονται στην εταιρία από τις προσδοκίες που έχει η κοινωνία για τη συμβατική εταιρική συμπεριφορά. Υπάρχουν κατά τον Carroll (1991) τέσσερα συστατικά στοιχεία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης: οικονομικό, νομικό, ηθικό και φιλανθρωπικό. Το οικονομικό στοιχείο αναφέρεται στη θεμελιώδη ευθύνη της επιχείρησης να είναι επικερδής και να αναπτυχθεί, ενώ το νομικό στοιχείο ταυτίζεται με το καθήκον της εταιρίας να υπακούει το νόμο. Το ηθικό στοιχείο αφορά στην υποχρέωση να ακολουθεί τους κανόνες που επιβάλλονται από την κοινωνία και το τελευταίο σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες που ενισχύουν την ευρύτερη κοινότητα.

Καταρχήν, οι εταιρίες είναι οικονομικοί θεσμοί και στο πλαίσιο αυτό οι διευθυντές έχουν την υποχρέωση να επιδιώξουν τα κέρδη των ιδιοκτητών. Οι νομικές και ηθικές ευθύνες είναι δευτερευούσης σημασίας, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι διευθυντές έχουν καθήκον να τηρούν τις νομικές απαιτήσεις και να συμπεριφέρονται με ηθικό τρόπο απέναντι σε όλους τους εταίρους. Ο Carroll (1991) θέτει την εταιρική φιλανθρωπία στη διακριτική ευχέρεια του διευθυντή και την θεωρεί τελευταία σε σημασία. Αυτό σημαίνει ότι η εταιρική δωρεά είναι εθελοντική και όχι υποχρεωτική, αν και η σημασία της φιλανθρωπίας διαφέρει από χώρα σε χώρα. Για παράδειγμα, οι

Αμερικάνοι καταναλωτές αξιολογούν τις οικονομικές ευθύνες περισσότερο από τους Γάλλους και Γερμανούς καταναλωτές, ενώ οι Γάλλοι και οι Γερμανοί καταναλωτές δίνουν σχετικά μεγαλύτερη σημασία στις φιλανθρωπικές ευθύνες από τους Αμερικάνους (Seifert et al. 2003: 197).

Στο πλαίσιο λοιπόν της πρακτικής της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης πολλές επιχειρήσεις προβαίνουν στη δωρεά χρημάτων ή υπηρεσιών σε κάποιο φιλανθρωπικό σκοπό ή αποφεύγουν κάποιες κερδοφόρες δραστηριότητες που θίγουν ηθικές ευαισθησίες. Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν για παράδειγμα οι εταιρίες Starbucks και Whole Foods που προμηθεύονται τα προϊόντα τους από αγρότες που χρησιμοποιούν οικολογικές μεθόδους παραγωγής ή έχουν χαμηλό βιοτικό επίπεδο και τους οποίους επιθυμεί να υποστηρίξει κατά αυτόν τον τρόπο. Πολλοί βέβαια ισχυρίζονται ότι οι επιχειρήσεις αυτές δεν ασκούν «πραγματική» φιλανθρωπία, αλλά ένα είδος φαινομενικής φιλανθρωπικής δραστηριότητας που αποτελεί περισσότερο ένα τέχνασμα του μάρκετινγκ. Από τη στιγμή μάλιστα που οι διευθυντές οφείλουν να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη των μετόχων, ελλοχεύει γι αυτούς ο κίνδυνος της δώξής τους σε περίπτωση που ‘χαρίζουν’ τα χρήματα της εταιρίας σε άλλους σκοπούς πλην της μεγιστοποίησης. Επομένως, σύμφωνα με την αντίληψη αυτή, οι διευθυντές δε δρουν αλτρουιστικά, γι αυτό και η επιχείρηση δεν θα πρέπει να απολαμβάνει κέρδη από τη φορολογία. Αυτό το επιχείρημα το καταρρίπτουν οι Malani και Posner (2006), υποστηρίζοντας ότι αυτό που έχει σημασία σε τελική ανάλυση δεν είναι το κίνητρο της εταιρίας αλλά η επίδραση της συμπεριφοράς της. Δεν είναι δηλαδή τόσο σημαντικό το αν η επιχείρηση δρα από αλτρουιστικά ή εγωιστικά κίνητρα, αλλά το ότι η δραστηριότητά της επιφέρει κοινωνικά οφέλη.

Η φιλανθρωπία, μαζί με τα οικονομικά, νομικά και ηθικά συστατικά στοιχεία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που εξετάσαμε παραπάνω, φαίνεται να αναπαριστά μια ιδέα υψηλού προφίλ και στάτους στρατηγικής σπουδαιότητας για πολλές εταιρίες. Η διαδικασία της επιλογής των αποδεκτών των φιλανθρωπικών δωρεών αφορούσε για μεγάλο χρονικό διάστημα με *ad hoc* αποφάσεις, που στην καλύτερη περίπτωση βασίζονταν στα συναισθήματα αλλά και στην άσκηση πολιτικής. Οι *ad hoc* αποφάσεις, αν και μπορεί να είναι αποτελεσματικές, δεν λαμβάνουν υπόψη τους όλους τους σχετικούς παράγοντες και τις εναλλακτικές δυνατότητες (Partovi 2011). Πλέον όμως η διαδικασία αυτή, ιδιαίτερα στις επιχειρήσεις στην Αμερική, έχει γίνει

στρατηγική, με τη χρήση ειδικευμένων μοντέλων. Αυτό σημαίνει ότι παράλληλα με τα οφέλη που παρέχει μια φιλανθρωπία στην κοινωνία, συνυπολογίζονται και τα οφέλη της εταιρίας από τη συγκεκριμένη φιλανθρωπία. Πρακτικά η στρατηγική απόφαση για την εταιρική φιλανθρωπία έχει να κάνει με το ποιος δωρίζει τι, σε ποιον το δωρίζει και για ποιο σκοπό.

Από την άλλη πλευρά, οι φιλανθρωπικές πρωτοβουλίες μπορεί να ταυτίζονται με την ευγενή υποχρέωση της επιχείρησης, δηλαδή η ευημερία της επιχείρησης επιβάλλει το να πράξει με αυτόν τον τρόπο. Πρόκειται για την ερμηνεία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ως προς τις εταιρικές δωρεές. Εδώ εντάσσεται και η φιλανθρωπία ως μέρος της εταιρικής «πολιτειακής» ιδιότητας (*corporate citizenship*), που αναφέρεται στην εταιρική χάρτα ως την επιλογή της επιχείρησης, δίνοντας έμφαση έτσι στην κοινωνική συνεισφορά της (Matten & Crane 2005). Μπορεί οι φιλανθρωπικές προσπάθειες να προσδίδουν ή να διατηρούν τη νομιμότητα της επιχείρησης, εφόσον όλοι πράττουν το καλό (θεσμική οπτική). Μπορεί να ενισχύουν την εικόνα ή το γόητρο του διευθύνοντος συμβούλου της εταιρίας, ο οποίος πράττει το 'καλό', φαίνεται 'καλός' και αισθάνεται 'καλά', ειδικά όταν δωρίζει τα χρήματα κάποιου άλλου (θεωρία της αντιπροσώπευσης). Επίσης μπορεί να προέρχονται από άλλα κίνητρα, όπως πολιτικοί λόγοι. Τέλος, μπορεί να εξηγούνται στρατηγικά: «κάνε το καλό προκειμένου να ευημερήσεις» (Seifert et al. 2003: 195-6).

Αναλυτικότερα, σε μετα-ανάλυση των Pelozo & Shang (2011), η φιλανθρωπία, ως μέρος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, παρουσιάζεται στο 65% των μελετών. Η πιο κοινή μορφή της φιλανθρωπίας έχει να κάνει με το μάρκετινγκ που σχετίζεται με έναν σκοπό (όπου μια φιλανθρωπική δωρεά συνδέεται με μια εμπορική συναλλαγή) και είναι εμφανής στο 29% όλων των μελετών. Ακολουθούν δωρεές σε μετρητά (που διαφέρουν από τις προηγούμενες, διότι οι δωρεές σ' αυτή την περίπτωση δεν συνδέονται με πώληση), που χρησιμοποιήθηκαν στο 19% των μελετών, δηλώσεις υποστήριξης για φιλανθρωπίες χωρίς όμως να διατυπώνεται ρητά το πώς παρέχεται η υποστήριξη, που αποτελούν το 12% των μελετών. Ο όρος «εμπλοκή της κοινότητας» χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει τη φιλανθρωπία στο 7% των μελετών και ο εθελοντισμός των εργαζομένων εμφανίζεται στο 5% των μελετών. Άλλοι τύποι φιλανθρωπίας συμπεριλαμβάνουν την προώθηση ενός

κοινωνικού ζητήματος, δωρεές προϊόντων, χορηγία εκδηλώσεων και δωρεές σε πελάτες.

Μέσα από την εταιρική κοινωνική ευθύνη αντανακλάται επίσης το πώς οι αγορές επηρεάζουν τη γενναιοδωρία. Αυτό που έχει διαφανεί είναι ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί μια κερδοφόρο δραστηριότητα μακροπρόθεσμα. Ο μηχανισμός της φήμης θα υποκινήσει εταιρίες με χαμηλά επίπεδα ΕΚΕ να μιμηθούν και να συναγωνισθούν άλλες με μεγάλη οικονομική επιτυχία εξαιτίας της συνεισφοράς τους στο κοινό καλό μέσω της ΕΚΕ. Εντούτοις, θα μπορούσε να αντιπαραβάλλει κανείς το επιχείρημα ότι η ΕΚΕ για να είναι ενάρετη οφείλει να λαμβάνει χώρα για τους σωστούς λόγους. Τα εξωτερικά κίνητρα, όπως η καλή φήμη, δεν επαρκούν. Μπορούν ωστόσο τα εξωτερικά κίνητρα να μετατραπούν σε βάθος χρόνου σε εσωτερικά καθώς οι εταιρίες λαμβάνουν αρτιότερη πληροφόρηση για τα κοινωνικά προβλήματα που επιχειρεί να μειώσει η ΕΚΕ (Graafland 2009). Ο ανταγωνισμός μπορεί παρόλα αυτά να αποθαρρύνει την ΕΚΕ. Έρευνες έχουν δείξει ότι ο υψηλός ανταγωνισμός μειώνει το σύνολο των πιθανών στρατηγικών της ΕΚΕ που αναπτύσσουν οι εταιρίες (Van de Ven & Jeurissen 2005).⁵² Από την οπτική των οργανωσιακών συμβαλλομένων η εταιρική κοινωνική ευθύνη μπορεί να ειπωθεί αφενός ως υποστήριξη σε αξιόλογους σκοπούς και αφετέρου ως μια πρακτική του μάρκετινγκ με σκοπό να γίνει πιο γνωστή, παρά να δημιουργήσει κοινωνικό αντίκτυπο. Οι συμβαλλόμενοι διερωτώνται αν η ΕΚΕ είναι πραγματικά αλτρουιστική ή ένα ακόμη τέχνασμα του μάρκετινγκ με απώτερο σκοπό την αύξηση της κερδοφορίας.

3.1.2 Εταιρική φιλανθρωπία ως αλτρουιστική προτίμηση

Στην περίπτωση μιας μεγάλης επιχείρησης, όπου η ιδιοκτησία δεν ταυτίζεται με τη διοίκηση, τίθεται το ζήτημα της διαφοράς μεταξύ της εταιρικής δωρεάς και της προσωπικής (Shaw & Post 1993). Η πρώτη είναι φυσική επέκταση της δεύτερης με τη

⁵² Ενδεικτικό παράδειγμα υπάρχει από το χώρο της κλωστοϋφαντουργίας. Στη διάρκεια της δεκαετίας του ενενήντα, η C&A ήταν η μόνη κλωστοϋφαντουργική εταιρία που πιστοποιήθηκε για το ISO14001. Παρόλα αυτά, το 2000, η C&A σταμάτησε τις προσπάθειές της για την πιστοποίηση του ISO14001 σε διάφορες ευρωπαϊκές χώρες εξαιτίας του υψηλού διαχειριστικού/διοικητικού φορτίου. Καθώς οι εσωτερικοί και εξωτερικοί λεπτομερείς έλεγχοι που απαιτούνταν για την πιστοποίηση ISO επιβάρυναν το προσωπικό της εταιρίας με επιπρόσθετη πίεση, οι δράσεις μειώθηκαν στο ελάχιστο (Graafland 2009: 7).

διαφορά ότι σε αυτή την περίπτωση προσφέρονται τα χρήματα κάποιου άλλου. Υπό αυτή την προοπτική, η εταιρική φιλανθρωπία αναδύεται μέσα από το πρόβλημα που προκύπτει από τη θεωρία της αντιπροσώπευσης: Οι διευθυντές αλλάζουν την κατεύθυνση του πλούτου των μετόχων προκειμένου να ικανοποιήσουν τα προσωπικά τους συμφέροντα (Brown et al. 2006). Η θεωρία του κόστους αντιπροσώπευσης (*agency cost theory*) μπορεί βέβαια να υποστηρίξει ότι οι διευθυντές εξουσιοδοτούν τις δωρεές βασισμένοι σε μια αλτρουιστική πεποίθηση ότι οι εταιρίες έχουν κοινωνική ευθύνη να συνεισφέρουν σε αξιόλογους φιλανθρωπικούς σκοπούς. Αυτό το κίνητρο, ωστόσο, συνιστά ένα κόστος αντιπροσώπευσης, καθώς ικανοποιεί την ωφέλεια του δρώντος υποκειμένου (του διευθυντή δηλαδή) να κάνει το καλό, ενώ παράλληλα επιφέρει κόστος στους μετόχους. Γι αυτό οι διευθυντές έχουν καθήκον προς τους μετόχους να λογοδοτούν για όλες τις αποφάσεις που λαμβάνουν για την επιχείρηση, εφόσον αυτές επηρεάζουν τα κέρδη και τα μερίσματα. Το ερώτημα που αναδύεται είναι το κατά πόσο η εταιρία έχει ευθύνη απέναντι στην κοινωνία και κατ' επέκταση οφείλει να προσφέρει μέρος των κερδών της σε φιλανθρωπικές δωρεές. Είναι δυνατό να εντάξει η επιχείρηση μια αλτρουιστική προτίμηση στη συνάρτηση ωφελιμότητάς της;

Σύμφωνα με τη θέση του Berle (1931), η εταιρία είναι μια οντότητα, ένα κεφάλαιο υπό κατοχή, μια ιδιοκτησία και σε καμία περίπτωση δεν αποτελεί μια κοινωνική υπηρεσία. Γι αυτό πρέπει να ειπωθεί ως ένα πεδίο συμβασιακών σχέσεων και ρητών υποχρεώσεων μεταξύ διαφορετικών συγκεκριμένων προσώπων (εντολών και εντολοδόχων), των οποίων τα συμφέροντα δυνητικά συγκρούονται. Εν τέλει, η ταυτότητα της εταιρίας καθορίζεται από τους μετόχους της και όχι από τους συμβαλλόμενους της που δεν είναι μέτοχοι. Στη γραμμή αυτή ο Milton Friedman (1970) έχει ισχυριστεί ότι η μόνη ευθύνη της επιχείρησης είναι η αύξηση των κερδών της και όχι η σπατάλη των χρημάτων των άλλων (των ιδιοκτητών) για την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων. Δεν υπάρχουν αξίες ούτε «κοινωνικές ευθύνες» με οποιαδήποτε άλλη έννοια πέρα από εκείνη των κοινών ατομικών αξιών και ευθυνών. Σε μια ιδανικά ελεύθερη αγορά που βασίζεται στην ιδιωτική ιδιοκτησία, κανένα άτομο δε μπορεί να εξαναγκάσει το άλλο, κατά την άποψή του αυτή. Κατά τον ίδιο, κάθε συνεργασία είναι οικειοθελής, ενώ όλα τα μέλη μιας συνεργασίας επωφελούνται, διαφορετικά δε χρειάζεται να συμμετέχουν. Ακόμα όμως κι αυτός δέχεται σε κάποιο βαθμό τις εταιρικές φιλανθρωπικές προσπάθειες με την

προϋπόθεση ότι αυτές βασίζονται σε στρατηγικές μελέτες. Για παράδειγμα, στην περίπτωση που η προσφορά της επιχείρησης για κατασκευή πάρκων και παιδότοπων συνεισφέρει στην ομαδική ηθική (*morale*) των υπαλλήλων ή ενισχύει την αφοσίωση των υπαλλήλων στην εταιρεία με συνέπεια την αύξηση της υπαλληλικής συνοχής και ποιότητας της εργασίας τους.

Ιδιαίτερα στην Αμερική η τάση αυτή είναι άμεσα συνυφασμένη με την ιδέα του «να δώσει κανείς κάτι πίσω στην κοινωνία». Σύμφωνα με την διαδεδομένη αυτή αντίληψη, οι εταιρίες «οφείλουν» ένα μέρος από τα κέρδη τους στην κοινωνία ως «καλοί πολίτες» εξαιτίας μιας κανονιστικής ηθικής θεμελίωσης που στηρίζεται στα δικαιώματα ιδιοκτησίας της κοινωνίας και τον εργαζομένων στο πλαίσιο της επιχείρησης. Η άποψη αυτή υποστηρίχθηκε από τους Freeman et al. (1994) ως κανονιστική θεωρία χρησιμοποιώντας ως βάση το επιχείρημα των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας. Στη βάση αυτή στηρίζεται και η άποψη για τους οργανωσιακούς εταίρους. Άλλοι πάλι κάνουν λόγο για μια *a priori* ηθική προσταγή της αγαθοεργίας (Smith 2008). Μπορεί επίσης να υφίστανται θεσμικές προσταγές στο πεδίο της φιλανθρωπικής δραστηριότητας, που σημαίνει οι οικονομικές και θεσμικές δυνάμεις μπορεί να συνδυάζονται για να οδηγήσουν τις αποφάσεις των επιχειρήσεων σχετικά με την εταιρική φιλανθρωπία, την εταιρική επένδυση, σε τοπικές κοινότητες και τη δέσμευσή τους για τον αντίκτυπο που έχουν στις τοποθεσίες που βρίσκονται (Guthrie et al. 2008). Η σχέση μεταξύ των εταιριών και των θεσμικών πλαισίων στα οποία ενσωματώνονται εκτείνεται πέρα από ένα απλό μοντέλο που βασίζεται στα κίνητρα. Οι εταιρίες διαβάζουν τα σήματα από το τοπικό θεσμικό πλαίσιο σχετικά με τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά των κανονιστικών τους υποχρεώσεων προκειμένου να εκπληρώσουν το κοινωνικό συμβόλαιο. Οι πολιτείες καθιστούν κοινωνικές ατζέντες και οι εταιρίες ανταποκρίνονται σε αυτές με τρόπο που αντικαθρεφτίζει αυτές τις αξίες.

Ο διευθυντής ως υπεύθυνη μονάδα λήψης αποφάσεων για χάρη της επιχείρησης είναι δυνατόν να εντάξει στην εταιρική συνάρτηση ωφελιμότητας και μια αλτρουιστική προτίμηση, η οποία απευθύνεται στην κοινωνία και την ωφελεί. Συγκριτικά με το άτομο ο κυρίαρχος σκοπός της επιχείρησης είναι πάντοτε το χρηματικό κέρδος, οπότε τα κίνητρα που οδηγούν στην υιοθέτηση αυτής της προτίμησης κατά κύριο λόγο ανάγονται στο οικονομικό συμφέρον της επιχείρησης,

χωρίς ωστόσο να αποκλείονται παράλληλα και οι ηθικές αξίες που πρεσβεύει ο διευθυντής. Με άλλα λόγια, η αλτρουιστική προτίμηση δεν αντανακλά αναγκαστικά μόνο το μακροπρόθεσμο προσδοκώμενο υλικό όφελος αλλά και την ηθική στάση του δρώντος υποκειμένου. Στην πράξη εντούτοις η ίδια **η φιλανθρωπική δωρεά παραμένει αλτρουιστική και το μέγεθός της μετράται από το προσφερόμενο χρηματικό ποσό**. Από τη στιγμή που η εταιρία εντάσσεται σε μια κοινωνία όσο κι αν περιορίζεται από το θεσμικό και νομικό πλαίσιο δε μπορεί να δρα δίχως να αναλογίζεται τις συνέπειες των πράξεών της στους άλλους ή χρησιμοποιώντας οικονομική ορολογία, να εσωτερικεύει τις εξωτερικότητες. Πολλές από τις φιλανθρωπίες καθιερώνονται για να αντιμετωπίσουν τις εξωτερικότητες. Για παράδειγμα, τα κολλέγια και τα πανεπιστήμια λαμβάνουν δωρεές από το προσωπικό, τις εταιρίες και ιδρύματα εν μέρει διότι η εκπαίδευση έχει θετικές εξωτερικότητες για την κοινωνία. Μάλιστα, η κυβέρνηση ενθαρρύνει τις ιδιωτικές λύσεις στις εξωτερικότητες μέσω του φορολογικού συστήματος επιτρέποντας μια μείωση του φόρου για φιλανθρωπικές δωρεές (Mankiw 2011).

Έχει ενδιαφέρον να αναφερθεί ότι η φορολογική μεταχείριση των φιλανθρωπικών δωρεών είναι πολύ πιο οικεία στην Αμερική από άλλες μεγάλες χώρες (Heinzel 2004). Μια επιχείρηση λοιπόν καρπώνεται κάποιες ωφέλειες από τη φιλανθρωπική της δραστηριότητα και μάλιστα τα οφέλη αυτά ωθούν πολλές εταιρίες στη φιλανθρωπία. Έτσι, έχει υποστηριχτεί ότι οι φιλανθρωπικές επενδύσεις σχετίζονται ουσιαστικά πιο στενά με τις αγορές παρά με τις δωρεές. Όπως δείχνει έρευνα, τα 86% των εταιριών προληπτικά αναλαμβάνουν και διαχειρίζονται φιλανθρωπικές πρωτοβουλίες για να πετύχουν στρατηγικούς στόχους και 96% αξιολογούν μια ευνοϊκή εταιρική εικόνα ως σημαντικό ή υπερβολικά σημαντικό αποτέλεσμα των φιλανθρωπικών τους επενδύσεων (Marx 1999).

Καθίσταται σαφές ότι **ο αλτρουισμός με τη μορφή της εταιρικής φιλανθρωπίας λαμβάνει χώρα στρατηγικά**. Μια στρατηγική της αγοράς συνιστά ένα εναρμονισμένο σχήμα δράσεων που διενεργούνται στο αγοραίο περιβάλλον για τη δημιουργία αξίας μέσα από τη βελτίωση της οικονομικής απόδοσης. Το περιβάλλον της αγοράς περιλαμβάνει εκείνες τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ της εταιρίας και άλλων μερών που διαμεσολαβούνται από τις αγοραίες ή ιδιωτικές συμφωνίες. Αυτές οι διαδράσεις είναι τυπικά εθελοντικές και αφορούν σε

οικονομικές συναλλαγές και την ανταλλαγή περιουσίας (Baron 1995). Αυτό δεν αλλάζει το χαρακτήρα της αλτρουιστικής πράξης εφόσον εκουσίως η εταιρία επιθυμεί να παράσχει κοινωνικές ωφέλειες και στην πράξη το πετυχαίνει αυτό με οικονομικό κόστος. **Ακόμα κι αν επιδιώκει έμμεσα και δικά της οφέλη, από τη στιγμή που προσφέρει χωρίς κανέναν εξωτερικό καταναγκασμό ένα χρηματικό ποσό από τα κέρδη της το αποτέλεσμα δεν παύει να είναι αλτρουιστικό⁵³. Εξάλλου το ότι είναι πολύ πιθανό παράλληλα να αποσκοπεί και στη βελτίωση της εικόνας της ή στην αύξηση των κερδών της, δεν είναι απολύτως βέβαιο ότι αναγκαστικά θα πετύχει αυτό το στόχο. Το μόνο σίγουρο είναι ότι θα συμβάλει στο κοινωνικό αγαθό.**

Πριν δείξουμε μέσα από την επισκόπηση της βιβλιογραφίας το στρατηγικό ρόλο της φιλανθρωπίας, οφείλουμε να επισημάνουμε ότι για να προσφέρει μια επιχείρηση χρήματα σε φιλανθρωπίες καθοριστικό ρόλο παίζει το μέγεθός της και η κερδοφορίας της. Έχει παρατηρηθεί ότι όσο πιο μεγάλες είναι οι επιχειρήσεις και απαρτίζονται από μεγάλα συμβούλια τόσο προσφέρουν περισσότερα χρήματα σε φιλανθρωπίες. Τέτοιες εταιρίες είναι πιο πιθανό να συμπεριλάβουν με λεπτομέρεια στις εκθέσεις τους τη φιλανθρωπική τους δραστηριότητα καθώς και να έχουν οι ίδιες ιδρύματα. Επιπροσθέτως οι Brown et al. (2010) βασισμένοι στην άποψη ότι υψηλότερα επίπεδα χρέους μειώνουν τα κόστη αντιπροσώπευσης, βρήκαν ότι οι εταιρίες με υψηλότερες αναλογίες χρέους προς αξία προσφέρουν σημαντικά λιγότερο σε φιλανθρωπίες. Άλλοι παράγοντες που ενισχύουν την πιθανότητα δωρεάς πλην της κερδοφορίας της επιχείρησης είναι η περιοχή που εδράζεται η εταιρία καθώς και ο βαθμός διεθνοποίησης σύμφωνα με το πόρισμα έρευνας, η οποία αφορούσε στην ανταπόκριση στο τσουνάμι της νότιας Ασίας και διεξήχθη στις 500 μεγαλύτερες επιχειρήσεις παγκοσμίως (Fortune Global 500 firms) (Whiteman et al. 2005). Επίσης άλλη έρευνα (Bin & Edwards 2009) έδειξε ότι οι άνθρωποι της επιχείρησης που συμμετέχουν τακτικά σε κοινωνικά δίκτυα (όπως σε αστικές οργανώσεις ή σε θρησκευτικές υπηρεσίες) είναι πιο πιθανό να ενημερωθούν για συγκεκριμένες ανάγκες και να τους πλησιάσουν ζητώντας τους βοήθεια σε σχέση με τους αντίστοιχους που δεν έχουν τέτοιους δεσμούς.

⁵³ Ο όρος εδώ χρησιμοποιείται περιγραφικά και εξηγητικά, δεν είναι κανονιστικός και ηθικά φορτισμένος, ώστε να αντανακλά κατά πόσο καλά ή όχι είναι τα κίνητρα ή αν είναι δέον να πράττει με αυτό τον τρόπο.

Υπάρχουν διάφορα ευρήματα στη βιβλιογραφία που επισημαίνουν την στρατηγική προσέγγιση της φιλανθρωπίας που αποσκοπεί στη βελτίωση της εταιρικής εικόνας και στην αύξηση των κερδών καθώς και τη θετική, αν και ασθενή, συσχέτιση της επίδρασης των στάσεων των διευθυντών με τη φιλανθρωπική δωρεά (Bin & Edwards 2009: 602). Για παράδειγμα, επιχειρήσεις που ενσωματώνουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως πλατφόρμα για καινοτομία που φυσικά συμβάλλει στη επιτυχία τους. Επιπλέον, η ιδιότητά της ως «εταιρικός πολίτης» συνιστά μία βασική διάσταση στα κοινωνικά δρώμενα της άμεσης κοινότητας και της κοινωνίας ευρύτερα. Ως ένας διαφωτισμένος «εταιρικός πολίτης», η επιχείρηση καλλιεργεί μια ευρεία οπτική του ατομικού της συμφέροντος, ενώ ενστικτωδώς αναζητά τρόπους για να ευθυγραμμίσει το προσωπικό της συμφέρον με το κοινό καλό (Sasse & Trahan 2007: 33). Η ιδέα του «εταιρικού πολίτη» κατασκευάστηκε για να περιγράψει τα πολιτειακά δικαιώματα για τα άτομα μέσω της συμμόρφωσης με την ηθική διακυβέρνηση, υιοθετώντας παγκόσμια πρότυπα και προωθώντας ισχυρές φιλανθρωπικές και εθελοντικές δραστηριότητες (Matten & Crane 2005). Σε αντιπαράθεση με την εταιρική κοινωνική ευθύνη η ιδιότητα του εταιρικού πολίτη τονίζει αυτό που η επιχείρηση επαναπροσλαμβάνει από την κοινωνία, εδραιώνοντας τη θέση της παράλληλα με άλλους πολίτες, με τους οποίους η κοινωνία συγκροτεί μια κοινότητα. Ως εκ τούτου μπορεί να θεωρηθεί ως η διασύνδεση και η αμοιβαία εξάρτηση της επιχείρησης και των μελών της κοινωνίας (Matten et al. 2003).

Σε αντίθεση με το άτομο που μπορεί να προσφέρει σε μια φιλανθρωπία απλά και μόνο γιατί ερωτάται είτε γιατί πιστεύει ότι κάνει το σωστό είτε για να νιώσει ευχάριστα είτε γιατί ντρέπεται να αρνηθεί, η απόφαση από την πλευρά της επιχείρησης δε μπορεί να είναι αυθόρμητη, ανάλογα με τη διάθεση και τις προσωπικές πεποιθήσεις του διευθυντή. Ο τελευταίος λαμβάνει υπόψη του τα συμφέροντα των μετόχων και υπολογίζει αν μια τέτοια απόφαση εν τέλει μπορεί να υποστηριχτεί από την εταιρία του. Γι αυτό το λόγο **οι επιχειρήσεις δεν προβαίνουν σε άλλες δαπάνες με συμπτωματικό τρόπο**. Για παράδειγμα, μια νέα τάση στη φιλανθρωπία είναι οι χορηγοί να ορίζουν ατζέντες και να καταγράφουν οδηγίες μέσα από τη διαδικασία της αίτησης για προτάσεις, παρά να ανταποκρίνονται απλά στις ανάγκες και τις προτάσεις των άλλων. Έτσι, η φιλανθρωπία φαίνεται να έχει επηρεαστεί από τις λύσεις της αγοράς, με αποτέλεσμα να γίνει μόδα η φιλανθρωπία

ως κύριο επιχειρηματικό εγχείρημα (*venture philanthropy*) κατά την οποία ενθαρρύνονται μετρήσεις της αποτελεσματικότητας της επιχείρησης (Guthman 2008).

Η μεγιστοποίηση του κέρδους ως κίνητρο που καθοδηγεί την εταιρική φιλανθρωπία καθίσταται προφανής μέσα από διάφορες έρευνες. Χρησιμοποιώντας δεδομένα σε επίπεδο εταιρίας ο Navarro (1988) συμπεραίνει ότι οι εταιρικές συνεισφορές αντιπροσωπεύουν μια μορφή διαφήμισης, καθόσον οι εταιρίες που δαπανούν περισσότερα χρήματα σε διαφημίσεις τείνουν επίσης να προσφέρουν περισσότερα στις φιλανθρωπίες. Και οι δύο απόψεις υποθέτουν ότι οι εταιρίες θα εστιάσουν μεγάλο μέρος των συνολικών δωρεών τους σε τοπικές φιλανθρωπίες. Σύμφωνα με την πρώτη θεωρία, τα διευθύνοντα στελέχη της επιχείρησης πιθανώς λαμβάνουν προσωπικά οφέλη από τις συνεισφορές τους σε τοπικό επίπεδο, όπως η αναγνώριση από την κοινότητα και άλλα προνόμια (π.χ. ελεύθερη πρόσβαση σε πολιτιστικά δρώμενα). Κατά την υπόθεση της μεγιστοποίησης του κέρδους, οι τοπικές συνεισφορές μπορεί να οδηγήσουν σε βελτιωμένες σχέσεις με την κοινότητα (όπως καλύτερη μεταχείριση από ρυθμιστικές αρχές) και μπορεί άμεσα να επιδράσει στο εργατικό δυναμικό της εταιρίας (π.χ. μέσω της βελτιωμένης εκπαίδευσης ή των υπηρεσιών υγείας).

Γι αυτό οι εταιρικές αποφάσεις για φιλανθρωπικές δωρεές δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται διαφορετικά από τις υπόλοιπες αποφάσεις που αφορούν σε επενδύσεις. Από μια οπτική της στρατηγικής της αγοράς, μια φιλανθρωπική επένδυση της εταιρίας επικεντρώνεται σε πεδία που συνταιριάζουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της με τις ανάγκες των πελατών της. Αυτή η στρατηγική ενδυναμώνει την εικόνα του προϊόντος και κατ' επέκταση της επιχείρησης με θετικά οφέλη προς τον στοχευόμενο καταναλωτή. Μια εταιρική εικόνα ενισχύεται μέσω της ταυτοποίησης της εταιρίας με συνεισφορές που έχουν ως στόχο τις τοπικές κοινότητες στις οποίες δραστηριοποιείται και κατοικούν οι εργαζόμενοί της. Η εταιρία μπορεί να ασχοληθεί με τη φιλανθρωπία για να βελτιώσει το ανταγωνιστικό της πλαίσιο, δηλαδή την ποιότητα του επιχειρησιακού περιβάλλοντος στον τόπο που εδράζεται και λειτουργεί. Η χρησιμοποίηση της φιλανθρωπίας για την ενίσχυση του ανταγωνιστικού πλαισίου ευθυγραμμίζει τους κοινωνικούς και οικονομικούς στόχους και βελτιώνει τις μακροπρόθεσμες προοπτικές της επιχείρησης (Porter & Kramer 2002). Για παράδειγμα, οι φιλανθρωπικές επενδύσεις δύνανται να βελτιώσουν την εκπαίδευση

και την ποιότητα ζωής σε τοπικό επίπεδο με τρόπο που θα αποφέρει όφελος στην εταιρία. Τέτοιες επενδύσεις μπορεί επίσης να έχουν θετική επίδραση στην ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης συμβάλλοντας στην επέκταση της τοπικής αγοράς και στη μείωση της διαφθοράς σε τοπικό επίπεδο.

Επομένως, όταν η επιχείρηση επιλέγει να ασχοληθεί με φιλανθρωπίες, δεν ενδείκνυται να το κάνει μέσα από τυχαίες δωρεές σε οποιοδήποτε φιλανθρωπικό οργανισμό που τυχαίνει να της χτυπάει την πόρτα. Η εταιρική φιλανθρωπία πρέπει να ειδωθεί ως μια σημαντική προσπάθεια που απαιτεί λογική, συνεπή προσπάθεια, και δέσμευση (Raiborn et al. 2003). Μια τέτοια διαδικασία δεν επιβάλλει τη συγκρότηση ενός φιλανθρωπικού ιδρύματος από μια επιχείρηση. Εντέλλεται ωστόσο η τελευταία συνειδητά να θεμελιώσει μια διαδικασία και ένα σύνολο κριτηρίων που επιτρέπουν την ορθολογική επιλογή. Με τη δέσμευση σε διαδικασία επιλογής, η επίδραση των φιλανθρωπικών προσπαθειών της επιχείρησης θα μεγεθυνθεί μέσα από συνεπείς δωρεές σε οργανώσεις που έχουν καλές επιδόσεις στην επιδίωξη στόχων, τους οποίους θεωρεί σημαντικούς η επιχείρηση-δωρητής.

Όταν οι δωρεές απευθύνονται σε σκοπούς που άμεσα ευθυγραμμίζονται με τις κεντρικές δραστηριότητες της επιχείρησης και όταν το κίνητρο γι αυτές δεν είναι επομένως ολοκληρωτικά αλτρουιστικό, αυτές οι φιλανθρωπίες που έχουν οφέλη είναι πιο πιθανό να βασίζονται σε κονδύλια και να σχεδιάζονται πιο αποτελεσματικά από εκείνες για τις οποίες το εταιρικό κίνητρο είναι πιο αλτρουιστικό (Campbell & Slack 2008). Οι φιλανθρωπίες είναι επίσης πρόθυμες για ισχυρότερες και πιο συνεχείς σχέσεις με τις εταιρίες, αλλά θα έχουν ανάγκη τις τελευταίες να ηγηθούν στις προτάσεις του τι μπορεί να επιδιώκουν παράλληλα από αυτή τη σχέση πέρα από το μονόδρομο της εθελοντικής δωρεάς χρόνου και πόρων (Perigo 2010). Όταν δεν υφίσταται αντιστοιχία και καλή διαχείριση των προσδοκιών μεταξύ της επιχείρησης και της φιλανθρωπίας, τότε ακόμα και οι πρωτοβουλίες που λαμβάνονται με τις καλύτερες προθέσεις μπορεί να εκτροχιαστούν. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν που οι χορηγοί ευνοούν τους σαφείς και ισχυρούς και όσους έχουν τη δυνατότητα να δεσμευτούν με τις πρωτοβουλίες και τις απαιτήσεις υποβολής εκθέσεων των δωρητών (Fyfe & Milligan 2003).

Ως εκ τούτου, παρατηρείται η εταιρική δωρεά να απευθύνεται συνήθως στην καθαρή επιλογή συγκεκριμένων εταίρων, γεγονός που υποδηλώνει ότι η εταιρία

εστιάζεται σ' αυτούς εργαλειακά, για να εξασφαλίσει εν συνεχεία κάποια οφέλη. Στην έρευνα των Moir και Taffler (2004) σε όλες τις περιπτώσεις υπάρχει απόδειξη για κάποιο βαθμό εργαλειακού χαρακτήρα που αντανακλάται από την επιδίωξη μιας ανταμοιβής της επιχείρησης. Συγκεκριμένα, στην εν λόγω έρευνα τα κυριότερα κίνητρα ήταν το μάρκετινγκ ή η φήμη της επιχείρησης. Μόνο σε μία περίπτωση από τις εξήντα υπήρχε πιθανότητα να παρατηρηθεί αγνός αλτρουισμός.

Επομένως, οι επιχειρήσεις προβαίνουν σε φιλανθρωπικές δωρεές ορθολογικά και στρατηγικά με στόχο τον αντίκτυπο ή την επιρροή της εταιρίας, τη διαφήμιση της εικόνας της, την φοροαπαλλαγή και την αύξηση των πωλήσεών της. Για παράδειγμα, ακόμα κι αν η φοροαπαλλαγή σπάνια αποτελεί κίνητρο για δωρεές, μπορεί να συνδυαστεί δυναμικά με κίνητρα για να ενθαρρύνει και να αυξήσει τις δωρεές. Είναι γεγονός ότι η κυβέρνηση ενθαρρύνει τις φιλανθρωπικές δράσεις μέσω της φορολογικής νομοθεσίας και σε μερικές περιπτώσεις το πλεονέκτημα του φόρου υπερβαίνει την αξία της δωρεάς, αλλά στην μεγαλύτερη πλειοψηφία των περιπτώσεων τουλάχιστον ένα μέρος του κόστους πέφτει κατευθείαν στο δωρητή. Κάποιες από αυτές τις συνεισφορές εξυπηρετούν τον εαυτό, αφού ο δωρητής αναμένει φήμη, προσοχή, δημοσιότητα ευνοϊκή προς την επιχείρησή του, ή μια γενικότερη εσωτερική ανταμοιβή. Μπορεί όμως να διακρίνεται και από μια επιθυμία να βοηθήσει ή να υποκινείται από συναισθήματα συμπάθειας.

Ακριβώς επειδή ο αλτρουισμός που επιδεικνύει μια επιχείρηση με τις φιλανθρωπικές δωρεές της έχει άμεση σχέση με τα κέρδη της και με την επιβίωσή της στο ανταγωνιστικό περιβάλλον της αγοράς, είναι δυνατό μετρηθεί ο αντίκτυπος των φιλανθρωπικών της δραστηριοτήτων. Αυτή η μέτρηση είναι εφικτή για εταιρίες με σχετικά υψηλότερες φιλανθρωπικές δαπάνες και συνήθως γίνεται στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική (Maas & Liket 2010). Ο αντίκτυπος των φιλανθρωπιών μετράται σε τρεις διαστάσεις: κοινωνία, επιχείρηση, και φήμη και ικανοποίηση των οργανωσιακών εταίρων. Ενώ η μέτρηση της επιρροής στην κοινωνία αφορά στην αξία που δημιουργείται ή την κοινωνική αλλαγή που η συγκεκριμένη δραστηριότητα επιφέρει στους ευεργετημένους της και στην κοινωνία ευρύτερα, ο αντίκτυπος στις υπόλοιπες διαστάσεις τελικά αφορά σε αυξημένη κερδοφορία της επιχείρησης. Λόγου χάρη, ο εταιρικός αντίκτυπος αντανακλάται στην αύξηση των πωλήσεων και η επιρροή μέσα από τη φήμη και την ικανοποίηση των οργανωσιακών εταίρων μπορεί

να φανεί από την αυξημένη εμπιστοσύνη έως και την προσκόλληση και αφοσίωση στη συγκεκριμένη φίρμα (*brand loyalty*). Είναι επίσης αξιοσημείωτο ότι οι καταναλωτές διαμορφώνουν μια πιο θετική στάση προς την εταιρία όταν οι φιλανθρωπικές δραστηριότητες εκτελούνται από την ίδια την εταιρία παρά από τον εθελοντισμό των εργαζομένων της. Όταν οι εταιρίες καθοδηγούν τις φιλανθρωπίες, παρατηρείται μια θετική διάθεση προς την εταιρία (Kim et al. 2011). Από την άλλη πλευρά, ο εθελοντισμός των εργαζομένων μπορεί να δώσει μεγαλύτερη ώθηση στο κίνητρο που έχουν να δουλέψουν για την εταιρία.

Μάλιστα, η παρουσία των κεντρικών γραφείων της επιχείρησης σε μια πόλη έχει θετική επίδραση στις φιλανθρωπικές δωρεές, αφού αυξάνει σημαντικά τις συνεισφορές στις τοπικές φιλανθρωπίες κυρίως έμμεσα (Card et al. 2010). Θεωρητικά, η έδρα της επιχείρησης μπορεί να ωφελήσει τις τοπικές φιλανθρωπίες. Πρώτον, άμεσα με τις δικές της δωρεές. Αυτό όμως συμβαίνει σε μικρότερο βαθμό, από τη στιγμή που η πλειοψηφία των μεγάλων επιχειρήσεων παράγουν προϊόντα που τα εμπορεύονται σε εθνικό επίπεδο. Εφόσον λοιπόν έχουν πελάτες σε όλη τη χώρα έχουν περιορισμένα κίνητρα να συνεισφέρουν μόνο στις τοπικές φιλανθρωπίες. Σε μεγαλύτερο βαθμό αυτό γίνεται μέσω των διευθυντών. Δηλαδή όταν τα κεντρικά γραφεία μια επιχείρησης εδράζονται σε μια πόλη, τότε αυξάνεται ο αριθμός των υψηλόμισθων συνταξιούχων (πρώην διευθυντικών στελεχών) στην πόλη αυτή. Αυτά τα άτομα είναι πιο πιθανό να συνεισφέρουν άμεσα στις τοπικές φιλανθρωπίες και να υποστηρίξουν τοπικές προσπάθειες εράνου, συνδράμοντας έτσι σε αύξηση της τοπικής φιλανθρωπικής δωρεάς.

Οι εταιρικές επενδύσεις σε φιλανθρωπικές πρωτοβουλίες είναι βιώσιμες μακροπρόθεσμα μόνο αν έχουν θετική ανταπόδοση στην εταιρία. Μάλιστα, τα μέσα με τα οποία μια επιχείρηση επιλέγει να διαχειριστεί τις φιλανθρωπικές της επενδύσεις μπορεί να έχουν σημαντική επίδραση στην αποδοτικότητά της. Οι επιχειρήσεις που επιτυχώς επενδύουν στη φιλανθρωπία δεν απολαμβάνουν μόνο σημαντικά στρατηγικά οφέλη αλλά παράγουν παράλληλα αξιοσημείωτα κοινωνικά πλεονεκτήματα βοηθώντας τις διάφορες φιλανθρωπίες, εφόσον μέσα από τις τελευταίες σηματοδοτούν υψηλότερα επίπεδα προσπάθειας και δέσμευσης ιδιαίτερα όταν επιλέγουν να δώσουν το εμπορικό τους σήμα στη φιλανθρωπία (Pelozo & Hassay 2008). Επιπροσθέτως, τα φιλανθρωπικά προγράμματα που ακολουθεί μια

εταιρία έχουν τη δυνατότητα να υποστηρίξουν την επίτευξη της αποστολής της επιχείρησης, να καλλιεργήσουν την πίστη στους εργαζόμενους και τους πελάτες, καθώς και να κάνουν τη διαφορά σε σχέση με τους ανταγωνιστές. Πέρα από αυτά τα μη απτά οφέλη, οι φιλανθρωπικές δωρεές έχουν αποδειχτεί ότι με αυτές η επιχείρηση μπορεί πραγματικά να ευημερεί πράττοντας το καλό (*“do well by doing good”*) (Raiborn et al. 2003).

Όπως διατύπωσε ο Gates σε ομιλία του: «ο καπιταλισμός τιθασει το προσωπικό συμφέρον δημιουργώντας τρόπους που μπορούν να δώσουν λύσεις, μόνο για αυτούς που μπορούν να πληρώσουν. Η φιλανθρωπία και η κυβερνητική βοήθεια αξιοποιούν το ενδιαφέρον μας για όσους δεν μπορούν να πληρώσουν, αλλά οι διαθέσιμοι πόροι τελειώνουν πριν προλάβουν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες αυτές» (Kinsley 2009: 28). Στην ίδια ομιλία ο Gates κάνει λόγο και για άλλα κίνητρα πέρα από το οικονομικό. Το κίνητρο αυτό είναι η αναγνώριση που βελτιώνει την εικόνα και φήμη της εταιρίας, προσελκύοντας έτσι περισσότερους πελάτες. Δίνοντας η εταιρία την εικόνα της καλής συμπεριφοράς ανταμείβεται από τους πελάτες. Το σύστημα που περιλαμβάνει τα κέρδη και την αναγνώριση ως κίνητρα της αγοράς το ονομάζει δημιουργικό καπιταλισμό, μια προσέγγιση όπου κυβερνήσεις, επιχειρήσεις και μη κερδοσκοπικές οργανώσεις συμπορεύονται με στόχο την επέκταση των αγοραίων δυνάμεων προκειμένου να επιτύχουν κέρδη ή αναγνώριση. Τα κίνητρα του κέρδους και της αναγνώρισης ενισχύουν τα προσωπικό συμφέρον και το ενδιαφέρον για τους άλλους. Το εγχείρημα αυτό θα αμβλύνει εν τέλει τις ανισότητες που υπάρχουν στον κόσμο. Ενδεικτικό παράδειγμα από την πλευρά του η Microsoft που στο πλαίσιο της εταιρικής φιλανθρωπίας με στόχο να κάνει προσιτή την τεχνολογία σε όσους δεν έχουν πρόσβαση, έχει δωρίσει πάνω από \$3 δισεκατομμύρια σε μετρητά και λογισμικό, προκειμένου να γεφυρώσει το ψηφιακό χάσμα.

Στην πρόταση του Gates για το σύστημα του δημιουργικού καπιταλισμού ο Posner δεν πείθεται και ονομάζει την εταιρική φιλανθρωπία «δημοσιοσχετίστικη». Αντίθετα ο Becker κρατώντας λιγότερο σκεπτικιστική στάση, θα ήθελε να δούμε πόσο βιώσιμες είναι οι εταιρίες με στόχους πέραν του κέρδους σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον αγοράς που υπάρχουν εταιρίες με μοναδικό κίνητρό τους το κέρδος (Kinsley 2009). Θεωρεί ότι οι εταιρίες που δεν έχουν μοναδικό σκοπό το κέρδος αλλά διακρίνονται και από κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες δύνανται να

αντεπεξέλθουν σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον μόνο στην περίπτωση που προσελκύσουν εργαζόμενους και πελάτες που ενστερνίζονται τους ίδιους στόχους. Τότε το πρόσθετο κόστος της επιδίωξης μη κερδοσκοπικών στόχων θα αντισταθμίζοταν από τους πελάτες που θα πλήρωναν περισσότερο για τα προϊόντα αυτών των εταιριών.

Γίνεται φανερό από τα παραπάνω ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη, στο πλαίσιο της οποίας εντάσσεται συνήθως η εταιρική φιλανθρωπία, ίσως δεν αποτελεί μια αλτρουιστική πρακτική της επιχείρησης, αλλά μάλλον έναν τρόπο για την ευημερία τόσο των εταιριών όσο και της κοινωνίας κατ' επέκταση. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα όταν η ΕΚΕ γίνεται αντιληπτή ως ένα μακροπρόθεσμο σχέδιο δράσης μεγάλης ακτίνας (Falck & Hebllich 2007). Ειδικότερα, η ΕΚΕ αποτελεί μια επένδυση στο μέλλον της εταιρίας, και ως εκ τούτου πρέπει να σχεδιαστεί με ειδικό τρόπο, να εποπτεύεται προσεκτικά και να αξιολογείται τακτικά. Με την ορθή χρήση, συμβάλλει δραστικά στην τάξη της κοινωνίας με άμεσο αποτέλεσμα την ενίσχυση της φήμης της επιχείρησης. Μάλιστα, από την οπτική της προσφοράς, μια καλή φήμη είναι αναγκαία για την προσέλκυση και διατήρηση της ποιότητας των εργαζομένων. Οι επιχειρήσεις που αξιοποιούν την ΕΚΕ είναι πιο ελκυστικές στους εργαζόμενους και μπορεί να διακρίνονται από ένα συγκριτικό πλεονέκτημα όσον αφορά την προσέλκυση υποψηφίων υπαλλήλων (Turban & Greening 1997). Ενώ από την οπτική της ζήτησης, μια καλή φήμη αυξάνει την αξία της μάρκας, η οποία με τη σειρά της αυξάνει την υπεραξία της εταιρίας.

Η εταιρική φιλανθρωπία, λοιπόν, ωφελεί τις επιχειρήσεις βελτιώνοντας την εταιρική τους εικόνα και φήμη, γεγονός που επιτυγχάνεται με την επιρροή που ασκούν στο μυαλό των καταναλωτών και ιδιαίτερα στην περίπτωση που πείθουν τους τελευταίους ότι κίνητρό τους είναι να υπηρετούν το κοινό καλό. Τότε αξιολογούνται ευνοϊκότερα από τους καταναλωτές, οι οποίοι με τη σειρά τους τις προτιμούν. Ως εκ τούτου, οι φιλανθρωπικές δραστηριότητες πρέπει να σχεδιάζονται και να εκτελούνται με βάση μια μακροπρόθεσμη στρατηγική οπτική για να πείσουν, να κερδίσουν και να πολλαπλασιάσουν τους καταναλωτές τους. Όταν αξιολογούνται θετικά από τους διάφορους εταιρικούς συμβαλλόμενους, η εταιρική φιλανθρωπία συνιστά μέσο για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης εκ μέρους τους με άμεση συνέπεια να μειώνονται τα κόστη συναλλαγής.

Βέβαια, ελλοχεύει ο κίνδυνος των επιδράσεων της αρνητικής εταιρικής αξίας, όταν η εταιρική φιλανθρωπία γίνεται αντιληπτή ως μια κραυγαλέα προσπάθεια κατάκτησης της εύνοιας, σε αντίθεση με τις συνέπειες της θετικής αξίας, σε περίπτωση που θεωρείται ως μια ειλικρινής δραστηριότητα. Δεν είναι η ίδια η πράξη που προκαλεί την αντίδραση, αλλά η αντίδραση οφείλεται στις υποθέσεις που κάνουν οι διάφοροι εταιρικοί εμπλεκόμενοι για τα κίνητρα της πράξης. Στο τελευταίο μπορεί να παίζει ρόλο η οπτική που εξετάζει την αίσθηση που δημιουργεί η επιχείρηση (*sensegiving perspective*), δηλαδή η εντύπωση που προκαλείται από τις εταιρικές επικοινωνίες μπορεί να επηρεάσει την ανταπόκριση των επενδυτών στις φιλανθρωπικές αποφάσεις. Η αντίληψη της αίσθησης που δημιουργεί η επιχείρηση συνιστά μια συνειδητή προσπάθεια από την πλευρά της διοίκησης στη διαμόρφωση του τρόπου που ερμηνεύουν οι εξωτερικοί δρώντες τις διοικητικές αποφάσεις (Muller & Kräussl 2011). Μια τέτοια αντίληψη ταιριάζει πολύ στο πλαίσιο της στρατηγικής προσέγγισης της φιλανθρωπίας.

Άρα, μια εταιρία κάνει μια φιλανθρωπική επένδυση όταν έχει την πεποίθηση ότι οι δωρεές της θα προάγουν την ικανότητά της να παράγει αγαθά ή να αυξήσει τους πελάτες της στο μέλλον. Δεν είναι τυχαίο ότι στατιστικά μόνο ένα πολύ μικρό ποσοστό διευθυντών των επιχειρήσεων ασχολούνται με τη φιλανθρωπία και μάλιστα την προσεγγίζουν στρατηγικά (Kim et al. 2011). Συγκεκριμένα, οι δωρεές, στις οποίες προβαίνουν οι επιχειρήσεις πέρα από τη μεγιστοποίηση των κερδών τους, μπορεί να ειπωθούν ως μια δαπάνη έτσι σχεδιασμένη που να προάγει το γόητρο του διευθυντή στην κοινότητα, ή από μια αλτρουιστική άποψη, ως ένας τρόπος παραγωγής του ευχάριστου συναισθήματος που προκαλείται από την επίδοση της εταιρίας προς όφελος της κοινωνίας (Navarro 1988: 71). Ένα μέρος της δωρεάς μπορεί να είναι συνεπές με τη μεγιστοποίηση του κέρδους, αλλά υπάρχει η πιθανότητα οι διευθυντές να επιλέγουν να συνεισφέρουν σε φιλανθρωπίες για να ενισχύσουν την προσωπική τους συνάρτηση ωφελιμότητας.

Αν και από μια καντιανή σκοπιά, θα μπορούσε να πει κανείς ότι ο ηθικός νόμος δεσμεύει την εταιρία, ως μια συλλογικότητα, στη βάση των καθηκόντων της αγαθοεργίας που εφαρμόζεται καθολικά σε όλους τους επενδυτές που συγκροτούν τον οργανισμό (Ohreen & Petry 2011). Από τη στιγμή που οι σκοποί της εταιρίας θα περιορίζονταν από την καντιανή κατηγορική προσταγή, δεν θα μπορούσε να είναι

μοναδικός στόχος της η μεγιστοποίηση του κέρδους, αλλά η παραγωγή πλούτου με τρόπο όμως που να σέβεται τα ηθικά καθήκοντα του ατόμου προς τον εαυτό του και τους άλλους, συμπεριλαμβανομένου και του καθήκοντος της αγαθοεργίας. Το καθήκον αυτό πλαισιωμένο και από τους νόμους που διέπουν την επιχείρηση θα υπολογίζεται στις συζητήσεις και δράσεις των μελών του διοικητικού συμβουλίου, των μετόχων και των διευθυντών, ιδιαίτερα στην κατανομή των πόρων. Συλλογικά οι εταιρίες ως κοινωνική επιχείρηση έχουν την υποχρέωση να συμβάλλουν σε μια καλύτερη κοινωνία αντιμετωπίζοντας κάθε εταιρικό συμβαλλόμενο ως σκοπό και όχι ως μέσο.

Στην πράξη ωστόσο όπως αναπτύξαμε παραπάνω η εταιρική φιλανθρωπία ή αγαθοεργία, ακόμα κι αν εκφράζει την ηθική αντίληψη των διευθυντών της επιχείρησης φαίνεται να εξηγείται καλύτερα μέσα από μια ορθολογική ανάλυση κόστους-οφέλους. Αν ισχύει η καντιανή ηθική, τότε κάθε επιχείρηση ανεξαρτήτου μεγέθους θα όφειλε να προσφέρει σε φιλανθρωπίες, γεγονός που δε συμβαίνει ούτε είναι προφανές ότι οφείλει να συμβαίνει. Ακόμα όμως και ως μέρος της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η φιλανθρωπία εναπόκειται στη διακριτική ευχέρεια της διοίκησης της επιχείρησης. Αυτή ορθολογικά αποφασίζει αν και τι ποσό θέλει να προσφέρει και για ποιο σκοπό και σε κάθε περίπτωση η ίδια η επιχείρηση θα έχει κάποιο όφελος.

Η επισκόπηση της βιβλιογραφίας έδειξε ότι ο αλτρουισμός που επιδεικνύει η επιχείρηση δεν παύει έμμεσα να στοχεύει σε μακροπρόθεσμα οφέλη για την ίδια και συνεπώς να είναι ορθολογικός. Τα κίνητρα που δημιουργούν το ενδιαφέρον της επιχείρησης προς κάποιο φιλανθρωπικό σκοπό είναι κατά κύριο λόγο εγωιστικά. Παρόλα ταύτα, η αλτρουιστική της προτίμηση εκδηλώνεται στην πράξη με οικονομικό κόστος. Όπως και σε ατομικό επίπεδο, έτσι και σε εταιρικό, θα λέγαμε ότι το μέγεθος του αλτρουισμού μετράται με το χρήμα, αναλογικά βέβαια με τα κέρδη κάθε επιχείρησης. Επομένως, **η εταιρική φιλανθρωπία αποτελεί αλτρουιστική έκφραση της επιχείρησης προς την κοινωνία, ακόμα κι αν παράλληλα ωφελείται και η ίδια άμεσα ή έμμεσα.** Ο αλτρουισμός αυτός μπορεί να ειπωθεί ως μια **επένδυση** οικονομικής στήριξης για μια δραστηριότητα ή ένα γεγονός, το οποίο άμεσα θέτει σε προτεραιότητα και εν συνεχεία ωφελεί την κοινωνία, αλλά μακροπρόθεσμα αποφέρει οφέλη και για την ίδια την εταιρία. Από τη στιγμή που οι

επιχειρήσεις δεν υπάρχουν μόνο στην οικονομική σφαίρα, αλλά και στην κοινωνική, με τις φιλανθρωπικές τους δράσεις δείχνουν ενδιαφέρον για το περιβάλλον στο οποίο ανήκουν και συμβάλλουν υπεύθυνα στη βελτίωσή του. Άρα, η εταιρική φιλανθρωπία είναι μάλλον μια επένδυση στο μέλλον της εταιρίας, εφόσον η επιχείρηση δεν μπορεί να έχει επιτυχία αν αποτύχει η κοινωνία στην οποία ανήκει (Collins 1994).

3.1.3 Φιλανθρωπικές οργανώσεις και εθελοντισμός

Η συμμετοχή στην φιλανθρωπία είναι εθελοντική και θέμα ατομικής ή εταιρικής επιλογής, χωρίς να το επιβάλλει η πολιτεία. Οι φιλανθρωπικοί οργανισμοί προσφέρουν στους δωρητές τους ηθικό και κοινωνικό status, και αυτοί γίνονται έτσι γνωστοί ως αλτρουιστικά άτομα. Επειδή αυτοί οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί προωθούν συνήθως πολιτισμικές δραστηριότητες οι οποίες δεν ωφελούν άμεσα όσους ασχολούνται με αυτές, οι δραστηριότητες τέτοιων οργανισμών διακρίνονται και προβάλλουν μια ξεχωριστή ηθική ποιότητα, με θετικά αποτελέσματα για τους ίδιους, όπως απαλλαγή από φόρους. Ο αλτρουισμός επομένως ωφελεί τόσο τους δωρητές, είτε πρόκειται για επιχειρήσεις είτε για μεμονωμένα άτομα, προσδίδοντάς τους κοινωνικό status, το οποίο βελτιώνει την εικόνα και τη φήμη τους, όσο και τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς τονίζοντας την ηθική τους διάσταση, η οποία όμως ενέχει φυσικά και πρακτικά χρηματικά οφέλη.

Στηριζόμενες σ' αυτή την αντίληψη, οι φιλανθρωπικές οργανώσεις, μπορεί να επιθυμούν να παρέχουν ευκαιρίες εθελοντισμού και συμμετοχής, έτσι ώστε να χτίσουν μια αίσθηση σύνδεσης μεταξύ αυτών και των ατόμων. Προωθώντας αυτό το δέσιμο με τους εθελοντές (ιδιαίτερα με όσους είναι υψηλότερου πνευματικού επιπέδου) θα κερδίσουν την εμπιστοσύνη και την εκτίμηση των τελευταίων σχετικά με την αποστολή της οργάνωσης, με αποτέλεσμα να κερδίσουν περισσότερες χρηματικές συνεισφορές. Πρόσφατα πολλές οργανώσεις επιχειρούν να διασυνδέσουν τις φιλανθρωπικές δωρεές με καμπάνιες ανακούφισης και ευχαρίστησης, σε αντίθεση με παλαιότερες καμπάνιες που αφορούσαν εικόνες ατόμων ευρισκόμενων σε ανάγκη και ήταν έτσι σχεδιασμένες ώστε να προκαλούν συναισθήματα λύπης και ενοχής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ο Ερυθρός Σταυρός στην Αμερική που προβάλλει το σλόγκαν «ο Ερυθρός Σταυρός έχει να κάνει με αυτό που εσείς απολαμβάνετε και

ταυτόχρονα με το να κάνει καλό» (Anik et al. 2009).⁵⁴ Μια τέτοια στάση όμως από την πλευρά του φιλανθρωπικού οργανισμού δεν αποκαλύπτει γνήσια αλτρουιστικά κίνητρα, αλλά μάλλον αποτελεί μια στρατηγική κίνηση για την επιβίωσή του, ακόμα και αν η αποστολή που υπηρετεί είναι για καλό σκοπό. Γι αυτό άλλωστε και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί έχουν γίνει πιο υπολογιστικοί στην προσέγγισή τους. Στην προετοιμασία τους να ζητήσουν χρήματα οι διευθυντές των μη κερδοσκοπικών οργανισμών σκέπτονται περισσότερο ως εκτελεστικά στελέχη της επιχείρησης.

Σε σχετική έρευνα (Rumsey & White 2009) αναδύθηκαν τρεις κύριες ιδιότητες των σχέσεων μεταξύ εταιριών και μη κερδοσκοπικών οργανισμών: η επικοινωνία με τους συνεργάτες, η συμμετρία της σχέσης και η εξέλιξη και το βάθος της σχέσης. Φάνηκε ότι η στρατηγική φιλανθρωπία προωθεί στενότερες σχέσεις από την παραδοσιακή. Αρκετοί διευθυντές μη κερδοσκοπικών οργανισμών σχολίασαν ότι η συμμετρική και στρατηγική πρόθεση παρακινεί τα άτομα για μεγαλύτερες δωρεές, ενώ τα αγνά φιλανθρωπικά κίνητρα αποφέρουν μικρότερες δωρεές. Αν και οι διευθυντές στους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς υποστηρίζουν ότι ο στρατηγικός συνεταιρισμός απαιτεί μεγαλύτερη προσπάθεια από το αποδεχτούν απλά μια επιταγή, αξίζει ωστόσο τον κόπο γιατί στο τέλος της ημέρας αισθάνονται ότι οι σχέσεις τους συσφίχθηκαν.

Αυτή η διαπίστωση ενισχύεται από τη θετική σχέση μεταξύ φιλανθρωπίας και εκπαίδευσης. Η υψηλότερη εκπαίδευση αυξάνει τις δωρεές γιατί προωθεί τους ανθρώπους να γίνουν μέλη σε ομάδες. Και τούτο συμβαίνει διότι η εκπαίδευση και η τάση για προσφορά συνδέονται μέσα από τις ομάδες με μέλη και καλλιεργούν σε μεγαλύτερο βαθμό την εμπιστοσύνη προς τους άλλους. Επιπλέον, η υψηλότερη εκπαίδευση συνδέεται με την προσφορά μέσα από τη γενικευμένη κοινωνική εμπιστοσύνη, την υψηλότερη λεκτική νοημοσύνη, το εισόδημα και την ενισχυμένη εμπιστοσύνη στους φιλανθρωπικούς οργανισμούς (Bekkers & Wiepking 2010: 13). Όσον αφορά το εισόδημα, οι Bekkers & Wiepking (2010) μελετώντας τη βιβλιογραφία, παρατηρούν μια αρνητική επίδραση του εισοδήματος στο μερίδιο του εισοδήματος που παρέχεται για δωρεές. Καθώς αυξάνεται το εισόδημα, οι άνθρωποι τείνουν να ξοδεύουν ένα μικρότερο μέρος του εισοδήματός τους για μια φιλανθρωπία. Το γεγονός όμως ότι η φιλανθρωπία συνιστά ένα βασικό αγαθό

⁵⁴ «(RED) is about doing what you enjoy and doing good at the same time»

εξηγείται από μια «σταθερά της δωρεάς» (*giving standard*). Αν όλοι οι άνθρωποι σε οποιοδήποτε επίπεδο εισοδήματος κι αν ανήκουν διακρίνονται από τους ίδιους κανόνες σχετικά με το κατάλληλο ποσό που πρέπει να προσφερθεί σε συγκεκριμένες καταστάσεις, αυτοί οι κανόνες θα οδηγήσουν εκείνους με χαμηλότερα εισοδήματα να δωρίσουν ένα υψηλότερο μερίδιο από το εισόδημά τους. Η φιλανθρωπία είναι ένα βασικό αγαθό γιατί τα ψυχολογικά οφέλη της δωρεάς είναι αποτέλεσμα της πράξης της προσφοράς και όχι τόσο του ποσού που προσφέρθηκε. Αν η χαρά της δωρεάς εντοπίζεται στην πράξη της προσφοράς, ένα υψηλότερο ποσό δε συμβάλλει σε μεγαλύτερο βαθμό στο ευχάριστο συναίσθημα που βιώνει ο δωρητής.

Σε ατομικό επίπεδο, ο καθοριστικός παράγοντας για φιλανθρωπικές δωρεές που λαμβάνουν χώρα πόρτα-πόρτα είναι σε μεγαλύτερο βαθμό η κοινωνική πίεση παρά ο αλτρουισμός. Η κοινωνική πίεση εξηγεί με συνέπεια την έλλειψη δωρεών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή διαδικτύου. Οι Della Vigna et al. (2009) εκτιμούν ότι οι πιθανοί δωρητές κατά μέσο όρο δεν είναι αλτρουιστές, αλλά 10 με 15% προτιμούν να δίνουν ένα ποσό, ενώ το 70-80% των δωρητών θα έδιναν ακόμα και χωρίς κοινωνική πίεση. Ωστόσο, ένα σημαντικό μερίδιο αυτών των δωρητών προσφέρει περισσότερα (εξαιτίας της κοινωνικής πίεσης) από όσο θα επιθυμούσε πραγματικά. Ως αποτέλεσμα, οι μισοί από τους δωρητές αντλούν αρνητική ωφέλεια από την αλληλεπίδραση με τον έρανο και θα προτιμούσαν να αποχωρίσουν. Παρ' όλα αυτά, το υπόλοιπο μισό των δωρητών αντλεί θετικό εσωτερικό συναίσθημα (*warm glow*) από την πράξη της προσφοράς.

Αν και τα άτομα δασκαλεύονται όσον αφορά τη φιλανθρωπική δωρεά, οι ευκαιρίες ωστόσο να δεσμευτούν σε τέτοιες συμπεριφορές δεν αναδύονται αυθόρμητα (Therkelsen 2010). Με βάση αυτή τη διαπίστωση ο δισταγμός που διακρίνει οργανώσεις να προσεγγίσουν άτομα ή εταιρίες για φιλανθρωπικές δωρεές μπορεί να είναι επιζήμιος για τις ίδιες. Είναι σημαντικό επομένως οι οργανισμοί να δημιουργούν ευκαιρίες για τα άτομα να συνεισφέρουν σε φιλανθρωπικές δωρεές. Στην έρευνά του ο Therkelsen (2010) επισημαίνει τη διασύνδεση της γνωστικής ασυμφωνίας (*cognitive dissonance*) με την προώθηση της συνεισφοράς σε φιλανθρωπίες. Αν και η ασυμφωνία αυτή μπορεί να είναι στιγμιαία, όταν επαναλαμβάνονται ερεθίσματα που τονίζουν τη σημασία της φιλανθρωπίας (όπως στη συγκεκριμένη έρευνα στους *New York Times*) τότε διεγείρονται στο άτομο

βαθύτερες αμφιβολίες για τη θετική ιδέα που έχει για τον εαυτό του που εν τέλει μπορεί να καταλήξει σε μια υπερβολική ψυχολογική ασυνέπεια που πρέπει να διευθετηθεί. Όσο πιο συχνά το άτομο διαβάζει στην εφημερίδα για τη φιλανθρωπία, τόσο πιο δύσκολο είναι να ξεχάσει τη γνωστική ασυμφωνία που αναπτύσσεται μέσα του και συνεπώς θα προσφέρει στη φιλανθρωπία για να εξισορροπήσει αυτή την εσωτερική σύγκρουση. Όλες αυτές οι έρευνες ενισχύουν την άποψη που διατυπώσαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο ότι ο αλτρουισμός δεν είναι μια έμφυτη προδιάθεση του ανθρώπου και συνεπώς δεν αναδύεται αυθόρμητα. Διαφορετικά οι φιλανθρωπίες δε θα χρειαζόταν να αναζητούν τρόπους προσέγγισης, υποκίνησης και πειθούς των ατόμων για να μαζέψουν χρήματα, παρόλο που τα οικονομικά οφέλη πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για καλό σκοπό.

Όπως προαναφέραμε, σημαντικό ρόλο στις φιλανθρωπικές οργανώσεις παίζει και η συμμετοχή των εθελοντών. Η εθελοντική αφιέρωση προσωπικού χρόνου άνευ χρηματικής ανταμοιβής προς όφελος κάποιου άλλου συνιστά μια μορφή φιλανθρωπικής δραστηριότητας. Κάποιες μορφές εθελοντισμού έχουν συνεχόμενο χαρακτήρα, όπως η προπόνηση σχολικών ομάδων, η βοήθεια στο σχολείο, το χτίσιμο και οι επισκευές, η παροχή βοήθειας σε θέματα υγείας ή η συναισθηματική στήριξη, η κοινωνική συμβουλευτική, η διανομή φαγητού, η δουλειά γραφείου και η εβδομαδιαία δουλειά στην εκκλησία. Άλλα είδη εθελοντισμού είναι περιστασιακά, όπως η καθαριότητα της γειτονιάς, η διοργάνωση εράνων και ειδικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών (Nesbit 2010: 5). Οι αντίστοιχοι τύποι των φιλανθρωπικών οργανώσεων είναι θρησκευτικού χαρακτήρα (εκκλησίες, συναγωγές), υπάρχουν οργανώσεις για παιδιά, για υπερήλικες, για άτομα με προβλήματα υγείας, για άπορους, για κοινωνική αλλαγή κλπ.

Σύμφωνα με τους Wang & Graddy (2008) η εθελοντική εργασία μπορεί να προωθήσει τη φιλανθρωπική δωρεά με δύο τρόπους. Πρώτον, οι εθελοντές τείνουν να διακρίνονται από φιλοκοινωνικές προσωπικότητες (π.χ. ενσυναίσθηση) που τους καθιστούν περισσότερο πιθανούς να συνεισφέρουν χρηματικά σε δημόσια αγαθά. Δεύτερον, ο εθελοντισμός αυξάνει την επίγνωση των δημοσίων αναγκών, βοηθά τους ανθρώπους να θεμελιώσουν δίκτυα και σχέσεις με φιλανθρωπικές οργανώσεις, να ενισχύουν τις πεποιθήσεις στις αποστολές των οργανώσεων και να κατανοούν σε μεγαλύτερο βάθος τη σπουδαιότητα της φιλανθρωπικής εργασίας. Τα φιλοκοινωνικά

χαρακτηριστικά και η αυξημένη έκθεση και αλληλεπίδραση με τους φιλανθρωπικούς οργανισμούς θα πρέπει να καλλιεργούν τη φιλανθρωπική δωρεά. Συνεπώς, τα άτομα που κάνουν εθελοντικές εργασίες αναμένεται να προσφέρουν πιο πολύ.

Οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί (και άλλοι οργανισμοί που βασίζονται σε εθελοντές) επικοινωνούν με τους εθελοντές με μια ποικιλία μέσων, όπως με ηλεκτρονικά μηνύματα, ενημερωτικά δελτία, σημειώματα που εκφράζουν τις ευχαριστίες τους κλπ. Η προσαρμογή αυτών των μέσων επικοινωνίας στο κίνητρο των εθελοντών έτσι ώστε να αυξήσουν τον εθελοντισμό τους έχει ουσιαστική επίδραση στους εθελοντές που επιδιώκουν οφέλη σχετικά με την καριέρα τους, με αποτέλεσμα να εργάζονται εθελοντικά περισσότερες ώρες. Σε γενικές γραμμές όμως αυτή η προσαρμογή των μέσων επικοινωνιών δεν έχει ιδιαίτερες επιδράσεις (Al-Ubaydli & Lee 2011) .

Οι φιλανθρωπικοί οργανισμοί μπορεί να ειπωθούν ως ένα προϊόν που εκφράζει μια αξία και προσφέρουν μη απτά οφέλη, ειδικά από τη στιγμή που οι χορηγοί δε δύνανται να παρακολουθήσουν άμεσα τις επιπτώσεις της δωρεάς τους. Άρα, η συνάφεια με την αξία που εκφράζει ο φιλανθρωπικός οργανισμός είναι καθοριστικός παράγοντας τόσο για τις στάσεις απέναντι στις φιλανθρωπίες όσο και για το κατά πόσο αποτελεσματικά προσελκύει κόσμο η φιλανθρωπία. Μια φιλανθρωπία που απαιτεί μεγαλύτερη συνδρομή για να εγγραφεί κάποιος μέλος εμφανίζεται να σηματοδοτεί ότι είναι ανώτερης ποιότητας και συνεπώς το να συμμετάσχει σ' αυτή το άτομο της προσδίδει μεγαλύτερη αξία (Lange & Stocking 2009). Συνεπώς, τα μηνύματα τα συναφή με τις πεποιθήσεις των καταναλωτών για την επικράτηση της κουλτούρας, είτε ατομικιστικής είτε συλλογικής, θα πρέπει να είναι πιο αποτελεσματικά από τα μη συναφή. Σύμφωνα με τους Laufer et al. (2010) ο ατομικισμός συνδέεται με τάσεις που δίνουν σημασία σε επιτεύγματα ως ένδειξη της ταυτότητας, που θεωρούν τα δρώντα υποκείμενα, παρά τις καταστάσεις ή τα πλαίσια, ως πρωταρχικές αιτιακές οντότητες, και θεωρούν τα χαρακτηριστικά των δρώντων υποκειμένων ως σταθερές ιδιότητες. Αυτός ο προσανατολισμός της κουλτούρας είναι πιο συναφής με διαφημιστικά μηνύματα που τονίζουν την ικανότητα της φιλανθρωπίας να επιτυγχάνει τους στόχους της. Αντίθετα, οι συλλογικές τάσεις, που θεωρούν τα πλαίσια και τις καταστάσεις ως ισχυρούς αιτιακούς καθοριστικούς παράγοντες της συμπεριφοράς και αξιολογούν σε υψηλό βαθμό τη θυσία για το κοινό

καλό, υποστηρίζουν ότι τα διαφημιστικά μηνύματα που επισημαίνουν τις συνεισφορές των δωρητών θα είναι πιο αποτελεσματικά.

3.2 Ο ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΕΝΔΟΓΕΝΗ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΤΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Οι επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά αλληλεπιδρούν στο χώρο της αγοράς, όπου οι τιμές και το ατομικό συμφέρον καθοδηγούν τις αποφάσεις τους. Η θεωρία της ορθολογικής επιλογής εξηγεί τη συμπεριφορά των οικονομικών μονάδων τόσο εντός όσο και εκτός της αγοράς (Becker 1993). Η κριτική που έχει ασκηθεί στο οικονομικό αυτό μοντέλο αναφέρεται κατά κύριο λόγο στην υπεραπλούστευση της πραγματικότητας που λαμβάνει χώρα για πρακτικούς λόγους, με αποτέλεσμα οι αληθινοί άνθρωποι να αντικατασταθούν από αφηρημένες, μηχανιστικές συναρτήσεις ωφελιμότητας και οι σχέσεις των ανθρώπων να φαίνονται απρόσωπες, καθοδηγούμενες μόνο από το οικονομικό συμφέρον. Η οικονομική προσέγγιση εφαρμοσμένη σε οργανισμούς υποθέτει αποκλειστικά μια εγωιστική διάθεση στους ανθρώπους και η πιθανότητα να ενδιαφέρεται κανείς για την ευημερία των άλλων ενσωματώνεται στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας, ως συγκαλυμμένο ατομικό συμφέρον. Επίσης, δίνοντας έμφαση στις προτιμήσεις παραβλέπει κάποιες σημαντικές μεταβλητές όπως τις ικανότητες ή τις διαθέσεις καθώς και τα ενδογενή κίνητρα των ατόμων απέναντι σε άλλα άτομα και στις επιχειρήσεις. Ωστόσο, έχει προταθεί (Rosanas 2009) ότι οι επιχειρήσεις και οι αγορές ως μέσα που συντονίζουν την ανθρώπινη δραστηριότητα, θα έπρεπε να αναλύονται σε διαφορετικές βάσεις.

Ένας ευρύς ορισμός της νεοκλασικής θεωρίας υπογραμμίζει την ανταλλαγή που υφίσταται μεταξύ των αλτρουιστικών ή ηθικών συμπεριφορών και της υλικής ευημερίας του ατόμου και αυτή η ανταλλαγή επηρεάζει τις αποφάσεις που λαμβάνουν τα εγωιστικά άτομα. Παρόλα αυτά, η κριτική που ασκείται στη νεοκλασική θεωρία είναι ότι οι συμπεριφορικές υποθέσεις της είναι πολύ περιορισμένες για να ερμηνεύσουν τις πιθανές διαστάσεις που προκύπτουν από την εισαγωγή της ηθικής παραμέτρου στην αντικειμενική συνάρτηση ωφελιμότητας των εργαζομένων, των διευθυντών και των ιδιοκτητών (Rosanas 2009). Η θεωρία αυτή προβλέπει ότι οι ηθικές επιχειρήσεις δεν δύνανται να επιβιώσουν σε μια ανταγωνιστική αγορά. Όταν η αλτρουιστική ή η ηθική συμπεριφορά διακρίνει τη λήψη αποφάσεων των

οικονομικών δρώντων υποκειμένων, όπως διευθυντές και ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, που υπόκεινται στις δυνάμεις της αγοράς, η οικονομική θεωρία απαιτεί τέτοιες συμπεριφορές να συμφιλωθούν με την αρχή της επιβίωσης. Οι αλτρουιστικές ή ηθικές συμπεριφορές πρέπει να είναι συνεπείς με την επιβίωση της επιχείρησης στην αγορά, διαφορετικά οι αλτρουιστικοί ή ηθικοί διευθυντές και ιδιοκτήτες θα οδηγήσουν αναπόφευκτα τις εταιρίες στην χρεοκοπία.

Σύμφωνα με τον Becker (1974) τα άτομα μπαίνουν στο μοντέλο ως ορθολογικοί μεγιστοποιητές ωφέλειας, με την έννοια ότι μεγιστοποιούν κοιτώντας μπροστά και κάνουν συνεπείς επιλογές. Είδαμε όμως ότι η ατομική ωφέλεια είναι δυνατόν να μεγιστοποιείται όχι μόνο υλικά αλλά και με όρους αλτρουισμού ή ηθικής συμπεριφοράς. Ο αλτρουισμός και η ηθική προσεγγίζονται δηλαδή ως προτιμήσεις. Κατά τον Altman (2005) στην ανάλυση του Becker η ορθολογικότητα που εξαρτάται από το ατομικό συμφέρον είναι ένα υποσύνολο πιθανών ορθολογικών συμπεριφορικών επιλογών του ατόμου, με την ηθική συμπεριφορά να μπορεί να ενσωματωθεί στο συγκεκριμένο συμβατικό μοντέλο, μόνο αν οι συνέπειες των ηθικών πράξεων αυτοθυσίας δεν προσκρούουν στην ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης. Για παράδειγμα, οι φιλανθρωπικές δωρεές μειώνουν το καθαρό πραγματικό εισόδημα του δωρητή, αλλά η ηθική του πράξη δεν επηρεάζει την ανταγωνιστική του θέση. Από την άλλη πλευρά, αν μια ηθική εταιρία προβαίνει σε πρακτικές που αυξάνουν τα κόστη ανά μονάδα παραγωγής, τότε τέτοιες ηθικές πράξεις καθιστούν την ηθική εταιρία μη ανταγωνιστική και συνεπώς οικονομικά μη βιώσιμη, εκτός αν οι καταναλωτές προθυμοποιούνται να πληρώσουν περισσότερο για τα προϊόντα που παράγονται με ηθικό τρόπο. Άρα, η νεοκλασική θεωρία μπορεί εύκολα να προσαρμόσει την αλτρουιστική και ηθική συμπεριφορά, όταν η τελευταία δεν έχει αρνητικό αντίκτυπο στην επιβίωσή της επιχείρησης. Η επέκταση της αλτρουιστικής και ηθικής συμπεριφοράς απλά εξαρτάται από τις προτιμήσεις των ατόμων, δεδομένων των οικονομικών εμποδίων.

Ο Rosanas (2009) προτείνει μια πολλαπλών επιπέδων διαδικασία λήψης αποφάσεων για τις επιχειρήσεις. Το κέρδος, η αξία ή μια παρόμοια χρηματική μεταβλητή συνιστούν ένα κριτήριο, αλλά χρειάζονται περισσότερα για τη διατήρηση της προσωπικότητας του οργανισμού. Αυτό πρακτικά είναι πιο δύσκολο να γίνει, αλλά αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της επιχείρησης, στόχος της οποίας είναι πέρα

από την μεγιστοποίηση του οφέλους (που με βάση τον περιορισμένο ρόλο της ορθολογικότητας δεν είναι εφικτή) και η επαρκής και ταυτόχρονη ικανοποίηση των αναγκών όλων των οργανωσιακών εταίρων. Υποστηρίζει ότι η κερδοφορία της επιχείρησης είναι αποτέλεσμα των δράσεών της, και όχι το εναρκτήριο σημείο. Αυτό συμβαίνει αν οι οργανισμοί έχουν μια αποστολή, που αναφέρεται στην ικανοποίηση των πραγματικών αναγκών των πελατών, σε αντίθεση με τις βραχυπρόθεσμες ανάγκες ή επιθυμίες. Για να συνεργαστούν οι υπάλληλοι με αυτή την αποστολή, πρέπει να έχουν ενδογενή κίνητρα για να ταυτιστούν με την εταιρία. Το αποτέλεσμα θα είναι περισσότερα κέρδη, γιατί αν μια εταιρία ανταποκριθεί στις ανάγκες των πελατών της, αυτοί θα προτιμούν να αγοράζουν τα προϊόντα της και έτσι η εταιρία θα επιβιώνει επ' αόριστον.

Όπως υποστηρίξαμε στην προηγούμενη ενότητα, το κίνητρο του κέρδους δεν αποκλείει και την επιδίωξη από την πλευρά της επιχείρησης της κοινωνικής ευημερίας. Υιοθετώντας η εταιρία μια αλτρουιστική προτίμηση (είτε αυτή ανάγεται σε ηθικά κίνητρα είτε οφείλεται σε στρατηγική κίνηση) τότε το αποτέλεσμα θα είναι θετικές εξωτερικότητες και ο περιορισμός των αρνητικών. Η επιχείρηση εκπροσωπείται από ανθρώπους, οι οποίοι παρόλο που σε κάθε περίπτωση οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τους την κερδοφορία της, δεν είναι υπολογιστικές μηχανές, χωρίς καμία ηθική αξία και κανένα συναίσθημα, και ως υπεύθυνα και έλλογα όντα λαμβάνουν υπόψη τους τις εξωτερικές συνέπειες των πράξεών τους. Οι ίδιοι δεν είναι αμοραλιστές όσον αφορά τις εταιρικές τους αποφάσεις και κατ' επέκταση αυτή η στάση τους αντανακλάται και στην επιχείρηση τόσο σε εξωτερικό όσο και σε εσωτερικό επίπεδο. **Η αλτρουιστική προτίμηση, που υιοθετείται πέρα από εξωγενείς καταναγκασμούς (νομικό και θεσμικό πλαίσιο) μπορεί να οφείλεται σε συγκαλυμμένο ατομικό συμφέρον είτε σε ηθική θεώρηση περί ισότιμης και αμερόληπτης μεταχείρισης των συνανθρώπων και σεβασμού προς αυτούς και το περιβάλλον. Στην πράξη η εν λόγω προτίμηση είναι δυνατόν να εκδηλώνεται όχι μόνο εκτός της επιχείρησης με σκοπό την κοινωνική ωφέλεια, αλλά και εντός προς τους υπαλλήλους της αλλά και στις σχέσεις μεταξύ των εργαζομένων.** Πάντοτε όμως λόγω της κερδοσκοπικής φύσης της εταιρίας, το οικονομικό κίνητρο είναι παρόν και τίθεται σε προτεραιότητα, χωρίς όμως εν τέλει να αποθαρρύνει και να αποκλείει κατά ανάγκη τα εσωτερικά κίνητρα.

Λόγω της κερδοσκοπικής φύσης της επιχείρησης, το κεντρικό θέμα της οργανωσιακής συμπεριφοράς που εγείρεται έγκειται στη θεωρία αντιπροσώπευσης, δηλαδή πώς ο εντολέας θα πρέπει να παρέχει κίνητρα στον οργανισμό ή την επιχείρηση για τους εντολοδόχους που προβαίνουν σε πράξεις πέραν του συμβολαίου (*non-contractible actions*), ενώ παράλληλα συγκρούονται τα συμφέροντά τους με εκείνα του εντολέα. Αν δεχθούμε ότι ο κοινωνικά βέλτιστος στόχος της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση της αξίας της, τότε η εταιρεία μπορεί να ειπωθεί ως ένα πρόβλημα εντολέα-εντολοδόχου σε πολλαπλή εκδοχή (Rosanas 2009). Ο εντολέας θα είναι οι μέτοχοι, ενώ όλοι οι άλλοι στην εταιρία θα έπρεπε να κάνουν ο,τιδήποτε είναι απαραίτητο για την μεγιστοποίηση της εταιρικής αξίας. Όλοι οι εντολοδόχοι υποτίθεται ότι είναι εγωιστές υπό την έννοια ότι μεγιστοποιούν την προσωπική τους συνάρτηση ωφελιμότητας. Ο μόνος τρόπος διασφάλισης ότι θα πράξουν όπως επιθυμούν οι μέτοχοί τους είναι η χρήση ενός συστήματος κινήτρων, που να αφορά τυπικά σε μετοχές.

Πέρα από τα οικονομικά κίνητρα, παρατηρείται μία έμφαση στο ρόλο που παίζουν τα εσωτερικά στην αλτρουιστική συμπεριφορά των εργαζομένων. Οι διευθυντές που έχουν την πεποίθηση ότι οι υπάλληλοι βλέπουν τη δουλειά τους ως πηγή αυτοπραγμάτωσης (*self-realization*) και κοινωνικής εκτίμησης (*social esteem*) μπορεί να δημιουργούν εργαζόμενους που εθελοντικά επιδιώκουν να πραγματοποιήσουν τους στόχους του οργανισμού (Ellingsen & Johannesson 2008). Δύο εμπειρικές μελέτες που υποστηρίζουν αυτή τη θεωρία είναι «ο γρίφος του επιπέδου μισθών» (*wage level puzzle*), ότι δηλαδή υψηλότεροι μισθοί κάποιες φορές οδηγούν σε καλύτερη απόδοση, και «ο γρίφος της έντασης του κινήτρου» (*incentive intensity puzzle*), ότι ισχυρότερα υλικά κίνητρα και στενότερος έλεγχος κάποιες φορές προκαλούν χειρότερη απόδοση. Και οι δύο αυτές παρατηρήσεις παραβιάζουν το καθιερωμένο μοντέλο εντολέα-εντολοδόχου που προβλέπει ότι η προσπάθεια του δρώντος υποκειμένου θα έπρεπε να μην επηρεάζεται από το επίπεδο της πληρωμής και ότι τα ισχυρότερα κίνητρα θα έπρεπε πάντα να συνεπάγονται υψηλότερη προσπάθεια. Όντως αποδεικνύεται ότι πολλοί εργαζένοι δεν ενδιαφέρονται μόνο για την πληρωμή του διευθυντή τους όπως και για τη δική τους, αλλά επηρεάζονται και

από τα πιθανά κίνητρα του τελευταίου.⁵⁵ Ο εργοδότης που προσφέρει έναν υψηλό μισθό σηματοδοτεί αλτρουισμό. Οι εργαζόμενοι αξιολογούν σεβασμό από τέτοιους εργοδότες περισσότερο από τον σεβασμό από εργοδότες με χαμηλές προσδοκίες και συνεπώς οι αλτρουιστές εργαζόμενοι καταθέτουν μεγαλύτερη προσπάθεια ακολουθώντας μια υψηλόμισθη προσφορά από μια χαμηλόμισθη.

Σύμφωνα με άλλη έρευνα (Irlenbusch 2006) όταν οι μισθοί είναι αμετάβλητοι, η διαφάνεια ως κίνητρο για να ενισχύσει την καταβολή προσπάθειας είναι πολύ σημαντική για την καθιέρωση μιας σχέσης αμοιβαιότητας μεταξύ του εντολέα (διευθυντή) και του εντολοδόχου (υπαλλήλου). Μάλιστα, η διαφάνεια ενδυναμώνει τα κίνητρα που προέρχονται από ενδιαφέρον για την καριέρα. Ωστόσο, σε μια επαναλαμβανόμενη αλληλεπίδραση μεταξύ εντολέα και εντολοδόχου οι τυχαίοι (μη πάγιοι) μισθοί δεν παρέχουν κατ' αναγκαιότητα ισχυρότερα κίνητρα από τους σταθερούς μισθούς. Είναι ευρέως αποδεκτό εξάλλου ότι οι εξωτερικές ανταμοιβές, όπως αυτές που γίνονται από την απόδοση με τυχαίες πληρωμές, μπορεί να μειώσουν το εσωτερικό κίνητρο (*intrinsic motivation*). Πρόκειται για το φαινόμενο της αποθάρρυνσης του κινήτρου που ήδη αναλύσαμε. Το εσωτερικό κίνητρο για μια δραστηριότητα υποκινεί το άτομο για χάρη της δραστηριότητας αυτής χωρίς καμία άλλη ανταμοιβή.

Η αποθάρρυνση των εσωτερικών κινήτρων εξηγείται μέσα από τον μηχανισμό σηματοδότησης σε εφαρμογές θεωρίας συμβολαίων. Σύμφωνα με τον Shchetinin (2009), επιλέγοντας να μην ελέγχει και να καλλιεργεί σχέσεις εμπιστοσύνης ο φιλοκοινωνικός εντολέας σηματοδοτεί την ευγένειά του, εμπνέοντας μεγάλο εσωτερικό κίνητρο για τον εντολοδόχο, με αποτέλεσμα ο τελευταίος να καταβάλλει μεγαλύτερη προσπάθεια. Εντούτοις, ο εγωιστής εργαζόμενος (εντολοδόχος) δεν αντιδρά στο σήμα της γενναιοδωρίας του διευθυντή (εντολέα), αφού δε δρα αμοιβαία, και από τη στιγμή που δεν εποπτεύεται δεν προσπαθεί καθόλου. Υπό αυτή την έννοια, όταν ο εγωιστής διευθυντής επιλέγει να εποπτεύει τους υπαλλήλους, η επίδοση των τελευταίων θα είναι χαμηλή. Στην περίπτωση λοιπόν που ασκεί την εξουσία του και προβαίνει σε συχνούς ελέγχους, ο διευθυντής μπορεί να προσφέρει δύο είδη συμβάσεων είτε περιοριστικές είτε γενναιοδωρες, χωρίς δηλαδή να

⁵⁵ Για παράδειγμα ο έλεγχος θίγει το κίνητρο του εντολοδόχου μόνο όταν ο εντολέας έχει μια επιλογή είτε να επιβάλλει τον έλεγχο είτε όχι. Επίσης ένας υψηλός μισθός έχει μεγαλύτερη επίδραση στην απόδοση του δρώντος όταν επιλέγεται ρητά από τον εντολέα από όταν συμβαίνει τυχαία.

επιβάλλει ένα επώδυνο εξωτερικό κίνητρο ή ένα συμβόλαιο που να το περιλαμβάνει. Όταν η σύμβαση είναι γενναιόδωρη, η εκτέλεση της εργασίας του εργαζομένου καθορίζεται από το εσωτερικό κίνητρο. Στην περιοριστική σύμβαση ο εντολέας επιβάλλει εξωτερικό κίνητρο που περιορίζει την επιλογή της προσπάθειας του εντολοδόχου. Η απόδοση του τελευταίου καθορίζεται από κοινού από το φθίνον εσωτερικό κίνητρο και εξωτερικό κίνητρο.

Υπάρχει μια διαφοροποίηση μεταξύ αποθάρρυνσης κινήτρων και εκτέλεσης της πράξης. Το πρώτο δεν οδηγεί απαραίτητα στο δεύτερο (Shchetinin 2009). Επομένως ακόμα κι αν η αποθάρρυνση στην εκτέλεση της πράξης δεν παρατηρηθεί, μπορεί να υπάρξει αποθάρρυνση στο κίνητρο (οι εργαζόμενοι θα δουλεύουν σκληρά, αλλά θα είναι δυσαρεστημένοι και ανικανοποίητοι από το πόσο σκληρά εργάζονται). Η εισαγωγή χρηματικών ανταμοιβών μειώνει το εγγενές κίνητρο για κάποιο συγκεκριμένο καθήκον κάτω από αναγνωρίσιμες συνθήκες, με ενδεικτική συνέπεια οι χρηματικές αμοιβές για την εκτέλεση μιας εργασίας να μειώσουν την προσπάθεια που είναι διατεθειμένο να καταβάλει το άτομο (Fehr et al. 2002).

Αναλύσαμε εντούτοις στο προηγούμενο κεφάλαιο ότι η αποθάρρυνση του εσωτερικού κινήτρου από τα εξωτερικά ουσιαστικά λαμβάνει χώρα κυρίως για μικρά ποσά. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι το μέγεθος του μισθού. Αν ο εργαζόμενος δεν αμείβεται ικανοποιητικά, τότε μια ανεπαίσθητη ή μικρή μισθολογική αύξηση ως εξωτερικό κίνητρο, μπορεί να αποθαρρύνει κάθε εσωτερικό κίνητρο για εργασία από τη στιγμή που κρίνει ότι ο διευθυντής δεν τον αξιολογεί όσο ο ίδιος νομίζει και ότι ουσιαστικά τον υποτιμά. Το ζήτημα είναι αν συμβαίνει το ίδιο όταν ο μισθός είναι ικανοποιητικός και του εξασφαλίζει ένα αξιοπρεπές επίπεδο διαβίωσης. Σαφέστατα για το βαθμό απόδοσης των εργαζομένων και για την προθυμία που εκδηλώνουν να καταβάλλουν μεγαλύτερη προσπάθεια, θα πρέπει να συνυπολογιστούν και άλλοι παράγοντες, όπως οι προσωπικές φιλοδοξίες για καριέρα, η ικανοποίηση από την εργασία, οι συνθήκες εργασίας και φυσικά το εργασιακό περιβάλλον.

Ένα άλλο ενδογενές κίνητρο που έχει ως αποτέλεσμα την αλτρουιστική συμπεριφορά είδαμε ότι είναι η ακριβοδικία. Σε έρευνα δείχθηκε ότι οι υπάλληλοι θεωρούν τις επιχειρήσεις να διακρίνονται από ακριβοδικαίες διαδικασίες, όταν αυτές πληρούν δύο κριτήρια. Το πρώτο είναι να δίνουν το λόγο στους εργαζομένους τους, την ευκαιρία δηλαδή να εκφράζουν την άποψή τους. Η εταιρία αντιμετωπίζει κάποιες

δυσκολίες όταν αδυνατεί να ακούσει τη «φωνή» των υπαλλήλων. Οι δυσκολίες αυτές αντανakλούν το κόστος που έχει η ίδια να ακούει πάντα τη «φωνή» των υπαλλήλων. Ένα συστατικό στοιχείο αυτού του κόστους που μπορεί να συσχετιστεί με τον αλτρουισμό είναι το συναισθηματικό κόστος της αλληλεπίδρασης με δυσαρεστημένους υπαλλήλους. Το δεύτερο είναι οι επιχειρήσεις να μεταχειρίζονται τους υπαλλήλους τους με σεβασμό δείχνοντάς τους έτσι ότι τους αξιολογούν ως άτομα ακόμα κι όταν δεν χρειάζονται άλλο τις υπηρεσίες τους (Rotemberg 2006: 1380-1).

Η αμοιβαιότητα δίνει εσωτερικά κίνητρα στους εργαζομένους για να συνεργαστούν εθελοντικά με το διευθυντή τους, αν αυτός τους φέρεται ευγενικά. Και είναι γεγονός ότι η εθελοντική συνεργασία είναι πολύ σημαντική για την καλύτερη λειτουργία και απόδοση της επιχείρησης. Σε ένα πείραμα ανταλλαγής δώρων (Fehr et al. 1997) ένα υποκείμενο με τον ρόλο του εργοδότη (εντολέα) μπορεί να προσφέρει μια θέση εργασίας σε μια ομάδα υποκειμένων με τον ρόλο των εργαζομένων (εντολοδόχοι), δίνοντας έτσι την ευκαιρία σε κάθε εντολοδόχο να αποδεχτεί τη θέση. Υπάρχουν περισσότεροι εργαζόμενοι από τους εργοδότες, με αποτέλεσμα να αυξάνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ τους. Αν ο εργοδότης πιστεύει ότι υπάρχουν αρκετοί εργαζόμενοι που δρουν με βάση την αμοιβαιότητα, έχει κίνητρο να προσφέρει πιο γενναιόδωρους μισθούς, γιατί έτσι οι εργαζόμενοι θα καταβάλλουν υψηλότερα επίπεδα προσπάθειας. Επιπλέον, ο εργοδότης θα επηρεάζεται από την αμοιβαιότητα των εργαζομένων και θα είναι πιο γενναιόδωρος, όταν αυτοί προσπαθούν πιο πολύ. Βέβαια, θα υπάρχουν επίσης κάποιοι εγωιστές εργαζόμενοι που θα επιλέγουν πάντα να καταβάλλουν την ελάχιστη προσπάθεια ή που σπάνια ανταποκρίνονται με βάση την αμοιβαιότητα Rosanas (2009: 9).

Η αμοιβαιότητα, που συνιστά έναν μηχανισμό κοινωνικού ελέγχου βασισμένου στον κανόνα της ακριβοδικίας, συχνά επηρεάζει τη συμπεριφορά μελών που συμμετέχουν σε ένα ατελές συμβόλαιο. Ως εκ τούτου, το επίπεδο συνεισφοράς επιχειρησιακών εταίρων (μη υπαλλήλων) στην επιχείρηση μπορεί να αναμένεται να ποικίλει ανάλογα με τις αντιλήψεις τους περί αμοιβαιότητας. Ασυμφωνία και διχογνωμία για την αμοιβαία συμπεριφορά από τους εν λόγω εταίρους προς την επιχείρηση εξαρτάται από το ίδιο πράγμα που επηρεάζει την αμοιβαιότητα των

υπαλλήλων, δηλαδή τις αντιλήψεις τους περί ακριβοδικίας.⁵⁶ Οι εταιρίες που θεωρούνται ακριβοδικαίες σε διανεμητικό, διαδικαστικό και διαδραστικό επίπεδο από τους επιχειρησιακούς τους εταίρους αυξάνουν την αξία και ωφέλειά τους (Douglas et al. 2009).

Ο αλτρουισμός στις ως άνω περιπτώσεις προκύπτει ως αποτέλεσμα της ακριβοδικίας η οποία συνιστά μια ισχυρή πηγή της ανθρώπινης συνεργασίας. Οι κυρώσεις που αποκαλύπτουν εγωιστικές ή άπληστες προθέσεις καταστρέφουν την αλτρουιστική συνεργασία σχεδόν εντελώς, ενώ οι κυρώσεις που γίνονται αντιληπτές ως ακριβοδικαίες δε θίγουν καθόλου τον αλτρουισμό (Fehr & Rockenbach 2003). Ενώ δηλαδή οι κυρώσεις που υποκινούνται αλτρουιστικά για την ωφέλεια της ομάδας επιβάλλουν την εκδήλωση της συνεργασίας, οι κυρώσεις που επιβάλλονται για την ενίσχυση μιας άδικης διανομής των πόρων έχουν το αντίθετο αποτέλεσμα. Σημαντικό ρόλο παίζει η ηθική νομιμοποίηση της κύρωσης. Στο παίγνιο των κοινών αγαθών η τιμωρία των τζαμπατζήδων θεωρείται αλτρουιστική πράξη που νομιμοποιείται ηθικά.

Μέσα από την ακριβοδικία επομένως αντανακλώνται κάποιες προθέσεις, που είναι πιθανό να επηρεάσουν τη λήψη αποφάσεων στις επιχειρήσεις και στην αγορά. Οι αποφάσεις της επιχείρησης συχνά έχουν αρνητική επίδραση στις χρηματικές πληρωμές των μελών τους. Όταν τα μέλη που έχουν θιγεί από την απόφαση λάβουν υπόψη τους τις προθέσεις ακριβοδικίας του λήπτη απόφασης, δηλαδή του διευθυντή, θα είναι ευκολότερο να αποτρέψουν την αντίθεσή τους όταν ο διευθυντής μπορεί αξιόπιστα να ισχυριστεί ότι κατά κάποιο τρόπο εξαναγκάστηκε (από το νόμο, από διεθνή ανταγωνισμό ή από άλλη εξωγενή αιτία) για να προβεί σε μια συγκεκριμένη πράξη. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν που τα διευθυντικά στελέχη της επιχείρησης χρησιμοποιούν συχνά τη φράση «δεν υπάρχει εναλλακτική δυνατότητα». Αν πραγματικά δεν υπάρχει εναλλακτική, δεν αποδίδει κανείς άδικες προθέσεις στην πράξη επειδή αυτός που πήρε την απόφαση δεν ευθύνεται γι αυτή. Αντίθετα, αν προφανείς εναλλακτικές πράξεις είναι διαθέσιμες, είναι ευκολότερο για τα επηρεαζόμενα μέλη να αποδώσουν άδικες προθέσεις στην πράξη και συνεπώς θα αντιταχθούν σε μεγαλύτερο βαθμό (Falk et al. 2008: 288).

⁵⁶ Οι αντιλήψεις περί δικαιοσύνης αναδύονται από τις διαδικαστικές και διαδραστικές απόψεις σε συνάρτηση πάντα με τις διανεμητικές. Να σημειώσουμε εδώ ότι η διανεμητική δικαιοσύνη (*distributional justice*) αναφέρεται στα υλικά αποτελέσματα μια διανομής, η διαδικαστική (*procedural justice*) στην ακριβοδικία των κανόνων και διαδικασιών και η διαδραστική (*interactional justice*) στον τρόπο με τον οποίο οι δρώντες αντιμετωπίζουν ο ένας τον άλλον.

Αυτό που υποστηρίζουμε είναι ότι το οικονομικό κέρδος όχι μόνο είναι το αναρκτήριο σημείο της επιχείρησης, αλλά παράλληλα αποτελεί και το σκόπιμο αποτέλεσμα της. Πώς αλλιώς άλλωστε θα μπορούσε να επιβιώσει; Αρκεί η αποστολή με βάση την οποία ιδρύεται από μόνη της να κατοχυρώσει τη θέση της επιχείρησης στην κοινωνία; Σαφέστατα η επιχείρηση συνιστά μια οικονομική και κοινωνική οντότητα, στη συνάρτηση ωφελιμότητας της οποίας συμπεριλαμβάνονται πέρα από τον πλούτο και άλλες κοινωνικές και ηθικές προτιμήσεις, όπως συμβαίνει και στο άτομο. Ακόμα κι αν φαίνεται αντιφατικό, μια προτίμησή της μπορεί να είναι και ο αλτρουισμός, ο οποίος προκύπτει πάντα από την ανάλυση κόστους-οφέλους.

Μπορεί τα ως άνω ενδογενή κίνητρα που αναφέραμε, όπως εξετάστηκαν στη βιβλιογραφία, να φαίνονται πιο ισχυρά από το εξωτερικό κίνητρο του χρήματος, στην πράξη όμως δε μπορούν να υπάρξουν ανεξάρτητα από το οικονομικό όφελος. Είναι προφανές ότι ένας αλτρουιστής διευθυντής και ένας αλτρουιστής υπάλληλος, από τη στιγμή που θέτουν σε προτεραιότητα στη συνάρτηση ωφελιμότητάς τους το εταιρικό καλό, θα καταβάλλουν τη μεγαλύτερη δυνατή προσπάθεια χωρίς να υπάρχει ανάγκη εποπτείας τους. Θεωρούμε ότι άπαξ το άτομο υιοθετήσει μια αλτρουιστική προτίμηση, η οποία μπορεί να έχει διαμορφωθεί από διάφορα κίνητρα, ουσιαστική μεταβολή αυτής της προτίμησης στο χώρο εργασίας του μπορεί να προκληθεί κατά κύριο λόγο από το οικονομικό όφελος. Τα υπόλοιπα ενδογενή κίνητρα έχουν κατ' ουσία εγωκεντρικό περιεχόμενο. Σε κάθε περίπτωση από τις παραπάνω αναλύσεις, οι εργαζόμενοι θίγονται γιατί δεν τους αξιολογεί ο διευθυντής για την προσωπική τους απόδοση και γενικότερα για τις συνέπειες που έχει η γενικότερη συμπεριφορά του στην επιχείρηση και κατ' επέκταση στους ίδιους. Στην επιχείρηση, επομένως, ο αλτρουισμός έχει **κατά κύριο λόγο εργαλειακό χαρακτήρα** και προωθείται από τα διοικητικά της στελέχη ως μέσο για την επίτευξη άλλων στόχων.

Η αλτρουιστική συμπεριφορά που επιδεικνύεται εντός της επιχείρησης από τα ανώτερα έως τα κατώτερα στελέχη αναδεικνύεται ωφέλιμη, με θετικά αποτελέσματα, για την εταιρία ως ομάδα. Επιδιώκοντας τα διευθυντικά στελέχη της επιχείρησης την καλλιέργεια αλτρουιστικών στάσεων όλων των οργανωσιακών εταίρων είτε εργαλειακά είτε γιατί οι ίδιοι διακρίνονται από τέτοιες προτιμήσεις, συμβάλλουν έτσι στο μακροπρόθεσμο όφελος της επιχείρησης, όπως διαπιστώνεται μέσα από κάποιες θεωρίες που βασίζονται στην εξελικτική βιολογία και ψυχολογία. Συνεπώς, όταν

λαμβάνει χώρα η αλτρουιστική συμπεριφορά εντός της επιχείρησης, τότε αυτή ωφελείται. Το τελευταίο προκύπτει αν μεταφέρουμε το ακόλουθο παράδοξο από την εξελικτική βιολογία που μπορεί να εντοπιστεί σε μέλη ενός είδους που ζουν σε διαφορετικές ομάδες. Στις ομάδες που αποδίδουν καλύτερα, επειδή επικρατούν υψηλότερες αναλογίες αλτρουιστών, οι εγωιστές μπορεί σε ατομικό επίπεδο να υπερέχουν με όρους «αρμοστικότητας» έναντι των αλτρουιστών, στο σύνολο όμως η «αρμοστικότητά» τους είναι χαμηλότερη από εκείνη των αλτρουιστών (Sober 1988). Αυτό είναι πιθανό να συμβαίνει γιατί ο αλτρουισμός συσφίγγει τις σχέσεις εντός της ομάδας, διότι η τιμωρία από τρίτα άτομα προστατεύει περισσότερο όσους ανήκουν στην ίδια ομάδα παρά σε κάποια άλλη. Αυτό ερμηνεύεται ως ειδικός τύπος εύνοιας στο πλαίσιο της ομάδας, εφόσον ο αλτρουισμός του τιμωρού προς το θύμα είναι ισχυρότερος όταν ανήκουν και οι δύο στην ίδια ομάδα (Bernhard et al. 2006).

Η θέση αυτή ενισχύεται και από μία άλλη άποψη προερχόμενη από την εξελικτική ψυχολογία. Σύμφωνα με αυτή την άποψη οι άνθρωποι κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες εμφανίζουν μια ροπή προς τον «αντιπροσωπευτικό αλτρουισμό» (*representational altruism*), να λαμβάνουν μια απόφαση που ωφελεί κάποιον άλλον με προσωπικό κόστος, όταν οι ίδιοι βρίσκονται σε θέση εξουσίας, εκπροσωπώντας για παράδειγμα μια εταιρία. Η θεωρία της επιφυλακτικής συνεργασίας (Smith 2006) υποδηλώνει ότι οι δύσπιστοι συνεργάτες ακολουθούν δύο βασικούς κανόνες στην κοινωνική αλληλεπίδραση: συνεργάζονται με τα μέλη της ίδιας ομάδας τα οποία επίσης συνεργάζονται και τιμωρούν όσους δεν συνεργάζονται. Χαρακτηρίζονται από μια έντονη επιθυμία να εμφανίζονται ως καλοί, μέλη που νοιάζονται και για τους λοιπούς της ομάδας, και μια εξίσου έντονη επιθυμία να αποφεύγουν την εκμετάλλευση από τα εγωιστικά μέλη της ομάδας. Αυτές οι προθέσεις υποδεικνύουν ότι οι άνθρωποι προσαρμόστηκαν με τρόπο που να ανταποκρίνονται στα προβλήματα της ομαδικής ζωής και να συμπεριφέρονται βασιζόμενοι σε συναισθηματική αντίδραση παρά σε ενδοσκοπικό υπολογισμό, έτσι ώστε να υφίστανται προσωπικό κόστος προκειμένου να υπάρξει συλλογικό καλό. Αυτή η θεωρία εν τέλει προβλέπει τη συνεργασία καθώς και τον αλτρουισμό εργαλειακά ως αποτέλεσμα κάποιων συμπεριφορών. Εδώ το βασικό κίνητρο είναι η αποστροφή προς το να είναι κανείς κορόιδο (*sucker aversion*), το οποίο δεν παύει να είναι εγωιστικό και όπως έχουμε ήδη υποστηρίξει όλα τα κίνητρα έχουν εγωιστική βάση.

Η προσδοκώμενη ωφέλεια που έχει το άτομο από την ομάδα συνιστά ένα λόγο αλτρουιστικής συμπεριφοράς και απόκλισης από το ατομικό συμφέρον. Ο Wichardt (2009) δείχνει πώς το άτομο επωφελείται από την ομάδα με μη χρηματικούς όρους και γιατί κάποιες ομάδες συχνά ωφελούνται περισσότερο από συνεισφορές από τα δικά τους μέλη παρά από άλλα. Μέσα σε μια επιχείρηση που δεν είναι δυνατό να παρατηρηθεί εντελώς το πραγματικό επίπεδο της προσπάθειας του εργατικού δυναμικού, όταν δείξει η εταιρία στους υπαλλήλους της πόσο εκτιμά την προσπάθειά τους και πόσο αυτή συμβάλλει στην καλή θέση της εταιρίας (ή του τμήματός τους μέσα στον οργανισμό), τότε είναι πιθανό να αυξήσει κατά μέσο όρο τα επίπεδα προσπάθειας.

Μέσα από τα παίγνια εμπιστοσύνης οι πράξεις που απευθύνονται στους άλλους (*other-regarding acts*) μπορεί να μεταφραστούν ως επενδύσεις στη φήμη καθεαυτή (*per se*). Όταν κάποιος επενδύει την εμπιστοσύνη του σε άλλους παράγει ένα αξιόπιστο αντάλλαγμα (*trustworthy return*). Φαίνεται πιθανό τα πειραματικά αποτελέσματα να αποκαλύπτουν ότι στην πράξη, όταν λαμβάνουν χώρα κοινωνικές διαδράσεις, τα δρώντα υποκείμενα εμμένουν στην άποψη ότι πάντα υπάρχει η πιθανότητα να συναντήσουν τον άλλον δρώντα με τον οποίο θα προβούν και πάλι σε εμπορικές συναλλαγές (Downward et al. 2011). Μπορεί επίσης να υποστηριχθεί ότι οι επιδράσεις που προκαλεί η αμοιβαιότητα στη φήμη έχουν εξωτερικότητες που εξαπλώνονται σε άλλες δραστηριότητες και αλληλεπιδράσεις με άλλα δρώντα υποκείμενα. Εξάλλου στα οικονομικά έχει αναγνωριστεί ότι τα άτομα δεν επενδύουν μόνο στο ανθρώπινο κεφάλαιο, αλλά και στη φήμη μέσα από τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις. Η φήμη και η εικόνα της επιχείρησης είναι πολύ σημαντικές για τη σηματοδότηση και ταύτιση της ποιότητάς της με την αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη.

Τόσο στο άτομο όσο και στην επιχείρηση η συσχέτιση του αλτρουισμού και της ποιότητας που αυτός σηματοδοτεί έχει θετικές συνέπειες. Τα οφέλη από τη σηματοδότηση των αλτρουιστικών πράξεων μπορούν να καθιερώσουν μια σταθερή γενναιοδωρία ατόμων υψηλής ποιότητας που δεν εξαρτάται από την πιθανότητα μελλοντικής ανταπόδοσης ή τιμωρίας (Lotem et al. 2003). Για παράδειγμα, όταν η εταιρία λειτουργεί αλτρουιστικά και προανακοινώνει στους πελάτες της τις μειώσεις των τιμών, ενώ κάτι τέτοιο αντίκειται φαινομενικά στο κέρδος της, στην πράξη

ωφελείται από αυτές τις αναγγελίες αν μειώνουν τα κόστη μετάνοιας (*regret costs*).⁵⁷ Ένα διαφορετικό πλεονέκτημα της ερμηνείας του κόστους της προσαρμογής τιμών ως κόστος της μετάνοιας του καταναλωτή είναι ότι έτσι εξηγείται γιατί οι εταιρίες προειδοποιούν τους πελάτες τους για τις αλλαγές των τιμών. Επιτρέποντάς τους να σχεδιάσουν στην προοπτική μιας αύξηση της τιμής και μάλιστα να ψωνίσουν προτού αυτή επιβληθεί, θα αποφευχθεί αυτό το αίσθημα μετάνοιας (Rotemberg 2010a). Αυτή η συμπεριφορά αν ακολουθηθεί από την επιχείρηση είναι πολύ χρήσιμη για την απόδοσή της, διότι εκπέμποντας ένα αλτροουιστικό σήμα η ποιότητά της καθίσταται πιο υψηλή σε όλους τους επιχειρησιακούς συμβαλλόμενους της, προκαλώντας εμπιστοσύνη και αξιοπιστία.

Οι διευθυντές (και οι εργαζόμενοι) σε εταιρίες που εκδηλώνουν αλτροουιστική συμπεριφορά έχουν κάποια οφέλη όταν η εμπειρία των καταναλωτών που αγόρασαν τα προϊόντα τους είναι θετική, μείνουν δηλαδή ικανοποιημένοι. Το αποτέλεσμα είναι, συγκριτικά με τις εγωιστικές εταιρίες, ότι μπορούν να κερδίσουν περισσότερα όταν παρέχουν ένα προϊόν υψηλής ποιότητας. Κι αυτό συμβαίνει διότι οι καταναλωτές φαίνεται να αναμένουν από κάποιες εταιρίες τουλάχιστον να νοιάζονται γι αυτούς, όπως προκύπτει από τις αντιδράσεις τους όταν εταιρίες τους απογοητεύουν (Fournier 1998). Οι καταναλωτές γνωρίζουν τις εταιρίες κατά βάση μέσω της επωνυμίας τους. Από τη στιγμή που οι αλτροουιστικές εταιρίες προσφέρουν προϊόντα υψηλότερης ποιότητας, ένας καταναλωτής που εντυπωσιάστηκε από την ποιότητα της αγοράς του θα αναμένει περισσότερο αλτροουισμό από τη συγκεκριμένη μάρκα. Ως αποτέλεσμα, θα αναμένει υψηλή ποιότητα όταν η επωνυμία αυτή εγκαινιάζει ένα νέο προϊόν ως επέκταση⁵⁸ του παλαιού που απευθύνεται πάλι στον ίδιο καταναλωτή (Rotemberg 2010b).

Εν τέλει, ο αλτροουισμός στο πλαίσιο των επιχειρήσεων όπου επικρατεί ανταγωνισμός και άγχος για καλύτερες επιδόσεις, διευκολύνει την καλλιέργεια και την προαγωγή αξιών, όπως πίστη, εμπιστοσύνη, ειλικρίνεια και ακεραιότητα. Αυτές οι αξίες μειώνουν τα κόστη επικοινωνίας και δημιουργούν καλύτερα και λιγότερο

⁵⁷ Όταν οι καταναλωτές παρατηρούν μια αύξηση της τιμής για ένα προϊόν μετανιώνουν που δεν το αγόρασαν νωρίτερα, ενώ όταν παρατηρούν μια μείωση στην τιμή μετανιώνουν που δεν περίμεναν. Επιπροσθέτως, όταν ένα άτομο μάθει μέσα σε ένα μαγαζί ότι η τιμή αυξήθηκε μπορεί να μετανιώσει που δεν επισκέφτηκε εναλλακτικά κάποιο άλλο μαγαζί.

⁵⁸ Ένα παράδειγμα αποτελεί η επέκταση της οδοντόκρεμας Colgate σε οδοντόβουρτσα Colgate.

καχύποπτα περιβάλλοντα εργασίας, όπου όλα τα άτομα μπορούν να αισθανθούν πιο παραγωγικά και να λάβουν μεγαλύτερη ικανοποίηση από την εργασία τους. Ο αλτρουισμός συμβάλλει στην καλύτερη επικοινωνία και συντονισμό μεταξύ των ατόμων αλλά και μονάδων, αφού σε σχέση με τις άλλες κοινωνικές συμπεριφορές καλλιεργεί περισσότερο τη διαπροσωπική εμπιστοσύνη και κατανόηση. Μάλιστα, θα μπορούσαμε να πούμε ότι περικλείει και προϋποθέτει τις άλλες κοινωνικές συμπεριφορές, όπως συνεργασία, εθελοντισμό, και η εκδήλωσή του στην επιχείρηση είναι πέρα από τη συμπεριφορά που υποδεικνύουν οι νόμοι και οι τύποι. Γι αυτό όταν παρατηρείται αλτρουιστική συμπεριφορά από μια εταιρία, οι αποδέκτες της καθίστανται πιο θετικά διακείμενοι απέναντί της. Ιδιαίτερα όταν οι ευνοημένοι από τον αλτρουισμό είναι οι πελάτες τότε θα προτιμούν με κάποια συνέπεια τη συγκεκριμένη επιχείρηση.

Έτσι, στην περίπτωση της εταιρικής φιλανθρωπίας ικανοποιείται η ζήτηση για αλτρουισμό ως εξής (Henderson & Malani 2008): Οι μέτοχοι παρέχουν το κεφάλαιο επένδυσης, οι εργαζόμενοι προσφέρουν την εργασία τους και οι καταναλωτές δίνουν τα χρήματα για την αγορά των αγαθών. Οι καλές πράξεις όμως της εταιρίας παρέχουν ένα καταναλώσιμο αγαθό και για τους τρεις προαναφερόμενους εταιρικούς συμβαλλόμενους. Όταν για παράδειγμα η Microsoft δωρίζει υπολογιστές σε σχολεία, όλοι οι συμβαλλόμενοι θα νιώσουν κάποια ικανοποίηση, ενώ οι εργαζόμενοι και οι επενδυτές μπορεί να ωφεληθούν από μια εταιρία που κάνει καλές πράξεις.

3.3 Ο ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΩΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

3.3.1 Επιχειρήσεις και κοινωνικό κεφάλαιο

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι κύρια λειτουργία των κοινωνικών θεσμών αποτελεί η διασφάλιση του οφέλους που προέρχεται από τη συνεργασία. Ένας κοινωνικός θεσμός ορίζεται ως ένα σύνολο κανόνων που κωδικοποιούν τους ατομικούς περιορισμούς χάριν του κοινού οφέλους. Η ομάδα, που μπορεί να είναι εθνική, θρησκευτική, πολιτική ή να προέρχεται από την οικογένεια, τα κοινά ενδιαφέροντα και τον χώρο εργασίας, συνιστά μια μορφή κοινωνικού κεφαλαίου, διότι επιτρέπει στα μέλη της να εμπιστεύονται το ένα το άλλο πιο πολύ από ό,τι εμπιστεύονται τα

άτομα εκτός ομάδας. Το αποτέλεσμα είναι στις μεταξύ τους ανταλλαγές τα μέλη μιας ομάδας να ξοδεύουν λιγότερους πόρους από ό,τι θα συνέβαινε σε άλλη περίπτωση εκτός ομάδας (Fukuyama 1995). Μια επιχείρηση συνιστά ουσιαστικά μια ομάδα, στο πλαίσιο της οποίας το κοινωνικό κεφάλαιο αναφέρεται στις σχέσεις μεταξύ των ατόμων μέσω των οποίων η πληροφόρηση, η επιρροή και οι πόροι παρέχονται και διαχέονται. Κεντρικό χαρακτηριστικό του κοινωνικού κεφαλαίου είναι ο βαθμός στον οποίο οι άνθρωποι βιώνουν διασυνδέσεις υψηλής ποιότητας μεταξύ τους.

Στη διεθνή βιβλιογραφία όσον αφορά στο κοινωνικό κεφάλαιο επισημαίνονται ορισμένα στοιχεία στις αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες που επηρεάζουν τις διανθρώπινες σχέσεις, τα εξής: το αμοιβαίο όφελος, οι θεσμοί και το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον, τα διαπροσωπικά δίκτυα και ο αλτρουισμός (Zischka 2013). Η εμπιστοσύνη, οι κανόνες συνεργασίας, οι σχέσεις στο πλαίσιο της ομάδας, το ενδιαφέρον για τους εταίρους, η προθυμία για συμμόρφωση με τους κανόνες της κοινότητας και για τιμωρία όσων τους παραβιάζουν εμπίπτουν στις ερμηνείες που έχουν δώσει οι περισσότεροι ερευνητές για το κοινωνικό κεφάλαιο. Ο Coleman (1990) σημειώνει ότι οι σχέσεις εξουσίας, οι σχέσεις εμπιστοσύνης και οι ομόφωνες διανομές δικαιωμάτων που συγκροτούν τους κανόνες μπορεί να θεωρηθούν πόροι για τα άτομα. Ο Coleman (1990) και ο Putnam (1993) (Knack & Keefer 1997: 1251-2) αναφέρονται στους κανόνες αστικής συμπεριφοράς ως άλλες εκδηλώσεις του κοινωνικού κεφαλαίου. Επίσης, ο Putnam (1993) προσεγγίζει το κοινωνικό κεφάλαιο ως κοινωνικό αγαθό.

Ειδικότερα η εμπιστοσύνη που οδηγεί σε αλτρουιστική συμπεριφορά σε ατομικό επίπεδο είναι πολύ σημαντική και στο πλαίσιο μιας επιχείρησης. Σύμφωνα με τον Arrow (1972) κάθε εμπορική συναλλαγή ενέχει ένα στοιχείο εμπιστοσύνης και η απουσία της αμοιβαίας εμπιστοσύνης προκαλεί οικονομική οπισθοδρόμηση. Στις κοινωνίες που σημειώνονται υψηλά επίπεδα εμπιστοσύνης αποφεύγονται τα κόστη συναλλαγής και κατά συνέπεια τα άτομα πληρώνουν λιγότερο για την προστασία τους σε περίπτωση οικονομικής εκμετάλλευσης. Γι αυτό, το κοινωνικό κεφάλαιο συχνά χαρακτηρίζεται ως ένας πόρος που χρησιμοποιείται για τη μείωση του κόστους συναλλαγής (Heath 2006). Τα γραπτά συμβόλαια δεν είναι τόσο απαραίτητα ούτε καθίσταται αναγκαία η λεπτομερής καταγραφή όλων των ενδεχομενικών όρων. Ιδιαίτερα στην επιχείρηση στις συμβάσεις εργασίας οι διευθυντές βασίζονται τους

υπαλλήλους για την περαιώση εγχειρημάτων κατά τα οποία είναι δύσκολο να εποπτεύονται οι εργαζόμενοι.

Οι συνέπειες του κοινωνικού κεφαλαίου είναι πρωτίστως θετικές για την ενίσχυση και προαγωγή της κοινωνικής ευημερίας. Οι σχέσεις που διακρίνονται από αμοιβαίο όφελος και αλληλοϋποστήριξη συμβάλλουν άμεσα στην ευτυχία, ενώ παράλληλα βελτιώνουν την παραγωγικότητα, την κοινωνική συνοχή και την αντοχή σε αντίξοες συνθήκες, μέσα από τη διευκόλυνση της συνεργασίας (Kahneman & Krueger 2006, Guiso et al. 2010). Μέσα από τα επαναλαμβανόμενα παίγνια αποκαλύπτεται ότι η επαναλαμβανόμενη κοινωνική αλληλεπίδραση λύνει σε κάποιο βαθμό το πρόβλημα του λαθρεπιβάτη και μειώνει τον ομορτουρισμό. Η συνεργασία γίνεται ευκολότερη όταν τα άτομα αναμένουν να αλληλεπιδρούν πιο συχνά και στο μέλλον. Η κοινωνική διασύνδεση μπορεί να υποκαταστήσει απύσες ή δαπανηρές νομικές δομές και να διευκολύνει έτσι την επένδυση και άλλες οικονομικές συναλλαγές (Glaeser et al. 2002: 437). Επομένως, το κοινωνικό κεφάλαιο είναι σημαντικό, γιατί μειώνει τα κόστη συναλλαγής, διευκολύνει την επικοινωνία και συνεργασία, ενδυναμώνει τη δέσμευση των υπαλλήλων, καλλιεργεί την ατομική μάθηση, ενισχύει τις σχέσεις, προωθεί την καινοτομία και τέλος συνδράμει στην απόδοση της επιχείρησης.

Γενικά η τάση που έχει επικρατήσει στη βιβλιογραφία είναι η θεώρηση του κοινωνικού κεφαλαίου ως ιδιότητας σε επίπεδο κοινότητας, η οποία εστιάζεται στο τι κάνουν οι ομάδες παρά στο τι κατέχουν. Για τους Bowles και Gintis (2002) η κοινότητα είναι ουσιαστικά μια ομάδα ατόμων που αλληλεπιδρά άμεσα, συχνά και με πολλούς τρόπους, όπως τα άτομα που εργάζονται μαζί, οι γείτονες, φίλοι, επαγγελματικά δίκτυα κλπ. Ο όρος κοινότητα τονίζει ότι η κατανόηση της εμπιστοσύνης, της συνεργασίας, της γενναιοδωρίας και άλλων συμπεριφορών που εντάσσονται στο κοινωνικό κεφάλαιο απαιτεί τη μελέτη της δομής κοινωνικών αλληλεπιδράσεων και υπογραμμίζει ότι τα ίδια άτομα θα επιδείξουν διαφορετικά επίπεδα και μορφές κοινωνικού κεφαλαίου βασιζόμενα στις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις που εμπλέκονται. Μάλιστα, διατείνονται ότι τα ατομικά κίνητρα που υποστηρίζουν την κοινοτική διακυβέρνηση δεν προέρχονται ούτε από ιδιοτέλεια ούτε από αλτρουισμό.

Η προσέγγιση της κοινωνικής δομής του κοινωνικού κεφαλαίου αντιτίθεται στην πιο ατομικιστική θεώρηση των Glaeser et al. (2002). Ορίζουν το κοινωνικό κεφάλαιο ως τα προσωπικά κοινωνικά χαρακτηριστικά, συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικών δεξιοτήτων, του χαρίσματος, που καθιστούν ικανό το άτομο να αποκομίσει τους αγοραίους και μη αγοραίους καρπούς από τις αλληλεπιδράσεις του με τους άλλους. Ως τέτοιο, το ατομικό κοινωνικό κεφάλαιο μπορεί να προσεγγιστεί ως κοινωνικό συστατικό του ανθρώπινου κεφαλαίου. Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση το κοινωνικό κεφάλαιο αυξάνεται σε επαγγέλματα με τη μεγαλύτερη απόδοση σε κοινωνικές δεξιότητες.

Ο αλτρουισμός και η αμοιβαιότητα μπορούν να ειπωθούν ως κοινωνικό κεφάλαιο στο πλαίσιο της επιχείρησης, καθόσον κοινό τους προαπαιτούμενο είναι η ατομική ωφέλεια που δεν εξαρτάται μόνο από τα προσωπικά χρηματικά οφέλη, αλλά από τις υλικές απολαβές του άλλου στην περίπτωση του αλτρουισμού και από το σημείο που το άτομο αισθάνεται ότι ανταποκρίνεται κατάλληλα στις πράξεις των άλλων στην περίπτωση της αμοιβαιότητας. Έτσι, ο αλτρουισμός έχει σημασία στον εργασιακό χώρο στο βαθμό που οι πράξεις στην εργασία εξαρτώνται από συναισθήματα αγαθοεργίας προς τους εργαζομένους, τους συναδέλφους και τους πελάτες. Αντίθετα, η αμοιβαιότητα καθίσταται σημαντική αν οι πράξεις των εργαζομένων, των συναδέλφων και των πελατών κάνουν το άτομο να αισθάνεται μια απώλεια στην ωφέλειά του επειδή αυτοί δεν ανταποκρίθηκαν παρομοίως.

Ειδικότερα, ο αλτρουισμός ως ένα ατομικό συστατικό στοιχείο του κοινωνικού κεφαλαίου είναι δυνατό να παράσχει μια αξιολόγηση των ανθρώπινων σχέσεων υπό την έννοια ότι οι άνθρωποι αφιερώνουν μεγαλύτερο μέρος του χρόνου τους και χρησιμοποιούν υλικά αγαθά και πληροφόρηση με τρόπο που παρέχει ωφέλειες σε άλλα άτομα. Να επισημάνουμε εδώ ότι η παροχή βοήθειας σε άλλους έχει θετική επίδραση στη συναισθηματική κατάσταση του ατόμου και συμβάλλει στην ικανοποίηση από τη ζωή (Yuen 2002). Μάλιστα, χαρακτηριστικό στοιχείο των θετικών σχέσεων συνιστά η προσωπική επένδυση πόρων σε άλλους, γεγονός που αντανάκλα την αλληλεγγύη μεταξύ των ανθρώπων και κατ' επέκταση τη μείωση των κοινωνικών ανισοτήτων (Zischka 2013). Εξάλλου, οι συχνές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις συνδέονται θετικά με την αλτρουιστική συμπεριφορά (Okun et al. 2007). Στη γραμμή αυτή η αλτρουιστική προτίμηση ως μέρος της προσωπικής

λειτουργίας ωφελιμότητας μπορεί να αποτελεί το ατομικό κοινωνικό κεφάλαιο που εκφράζεται στο πλαίσιο της επιχείρησης ως καταβολή μεγαλύτερης προσπάθειας, παροχή βοήθειας στους συναδέλφους, επένδυση περισσότερου χρόνου και διοχέτευση πληροφορίας στους οργανωσιακούς συμβαλλομένους καθώς και εθελοντισμός. Ο αλτρουισμός μπορεί να ειπωθεί και ως επέκταση του ανθρώπινου κεφαλαίου, που συμβάλλει στο κοινωνικό, υπό την έννοια ότι το άτομο με τη βούλησή του επιλέγει να χρησιμοποιήσει περισσότερο από όσο απαιτείται τους παραγωγικούς του πόρους (γνώσεις και δεξιότητες) με σκοπό την ευημερία της επιχείρησης και κατ' επέκταση της κοινωνίας. Αν δεχτούμε ότι το κοινωνικό κεφάλαιο είναι ένα δημόσιο ή κοινωνικό αγαθό (Putnam 1993), τότε ο αλτρουισμός ως πόρος του κοινωνικού κεφαλαίου στην επιχείρηση δε στοχεύει στην τυφλή προώθηση των οικονομικών συμφερόντων των μετόχων με επιζήμιες συνέπειες σε άλλους και στην κοινωνία ευρύτερα.

Πέρα από τα υλικά οφέλη που κερδίζει το άτομο όταν ανήκει σε μια ομάδα, του δίνεται παράλληλα η ευκαιρία να αποκομίσει και ψυχολογικά (για παράδειγμα, η ταυτοποίηση του με μια ομάδα συμβάλλει στην ευημερία του, όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο). Παρομοίως, η επιχείρηση θα μπορούσε να ωφεληθεί από την ανάπτυξη μιας εταιρικής κουλτούρας που κάνει το άτομο να αισθάνεται ότι ανήκει σε μια ομάδα και κατ' επέκταση να ταυτιστεί μαζί της. Τα συναισθήματα που προκύπτουν από την αίσθηση της ταυτότητας επηρεάζουν θετικά τις ατομικές συνεισφορές (Cookson 2000). Σε αντίθεση εντούτοις με τις περισσότερες μελέτες που εστιάζονται μόνο σε μια ομάδα οι Hargreaves Hear & Zizzo (2009) ισχυρίζονται ότι τα αισθήματα που προκύπτουν από το να είναι κανείς μέλος σε μια ομάδα συνήθως εμφανίζονται όταν υπάρχουν περισσότερες από μια (ομάδες).

Όσοι αισθάνονται ότι ανήκουν σε μια κοινότητα είναι πιο πιθανό να είναι πιο ευτυχημένοι και να λαμβάνουν μεγαλύτερη ικανοποίηση από τη ζωή τους, με αποτέλεσμα να μειώνονται δραστικά τα αισθήματα μοναξιάς και μελαγχολίας (Theurer & Wister 2010). Θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι στην περίπτωση της επιχείρησης η αλτρουιστική προτίμηση, που εντάσσει στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας το ενδιαφέρον για την ευημερία των άλλων, είναι πιθανό να ενισχύει την αίσθηση του ανήκειν σε μια ομάδα, η οποία με τη σειρά της να ανατροφοδοτεί την αλτρουιστική συμπεριφορά. Η κοινωνική αλληλεπίδραση με τους συναδέλφους

αξιολογείται υψηλά ως μια πτυχή της εργασίας για πολλούς εργαζόμενους. Ίσως ένας από τους σημαντικότερους λόγους που εξηγεί την παραγωγή στην χώρο εργασίας είναι το ότι διαφορετικοί εργαζόμενοι που εργάζονται στο ίδιο μέρος αλληλοεξαρτώνται. Εξάλλου, μελέτες στην ψυχολογία και την κοινωνιολογία έχουν δείξει ότι η λήψη συναισθηματικής υποστήριξης από συναδέλφους και οι καλές διαπροσωπικές σχέσεις στο εργασιακό περιβάλλον συνδέονται θετικά με την ικανοποίηση από την εργασία, το ενδιαφέρον για τη δουλειά και την εταιρική δέσμευση και αρνητικά με το άγχος και τη συστηματική απουσία. Επιπλέον, οι προθέσεις αποχώρησης τείνουν να είναι λιγότερες όταν οι υπάλληλοι βιώνουν κοινωνική υποστήριξη από τους συναδέλφους τους. Γι αυτούς τους λόγους, οι εταιρίες ωφελούνται από την ανάπτυξη μια εταιρικής κουλτούρας που καλλιεργεί μια αίσθηση ότι ο εργαζόμενος ανήκει σε μια ομάδα (Hargreaves, Hear & Zizzo 2009), ενώ ο διευθυντής της επιχείρησης καλό είναι να καλλιεργεί και να διατηρεί σχέσεις υψηλής ποιότητας μεταξύ των εργαζομένων.

Στην ανάλυσή του ο Rotemberg (1994) σχετικά με τις ανθρώπινες σχέσεις στον εργασιακό χώρο, υποστηρίζει ότι όταν οι δράσεις των εργαζομένων συμπληρώνονται στρατηγικά⁵⁹ και η πληρωμή των υπαλλήλων υφίσταται ως μια λειτουργία συναπόδοσης (*joint output*), μπορεί ορθολογικά να επιλέξουν οι εργαζόμενοι να γίνουν αλτρουιστές ο ένας απέναντι στον άλλον. Σ' αυτό το μοντέλο, το καθένα από τα δύο άτομα επιλέγει ταυτόχρονα το βαθμό αλτρουισμού του προς τον άλλον. Ο αλτρουισμός εξυπηρετεί ως μηχανισμός δέσμευσης για καταβολή μεγαλύτερης προσπάθειας, ο οποίος εξαιτίας της στρατηγικής αλληλοσυμπλήρωσης των προσπαθειών των εργαζομένων, παρακινεί τους συναδέλφους να καταβάλουν μεγαλύτερη προσπάθεια. Αυτή η στάση απαντάται στο στενό ατομικό συμφέρον των εργαζομένων εξαιτίας του προβλήματος του λαθρεπιβάτη που είναι εγγενές στα ομαδικά κίνητρα.

Βασισμένοι στην παραπάνω ανάλυση οι Dur και Sol (2009) υποστηρίζουν ότι η ισχύς των αλτρουιστικών συναισθημάτων ενός εργαζόμενου προς έναν συνάδελφό του αυξάνεται με την ευγένεια του τελευταίου προς τον πρώτο. Όταν απουσιάζουν ομαδικά ή σχετικά κίνητρα, οι εργαζόμενοι δεν επενδύουν αρκετά στις σχέσεις τους

⁵⁹ Συμπληρώνονται στρατηγικά σημαίνει ότι κάθε άτομο αυξάνει την πράξη του όταν προσδοκά να κάνει και ο άλλος το ίδιο.

με τους συναδέλφους τους, καθώς τα οφέλη από τη δημιουργία σχέσεων δεν εσωτερικεύονται πλήρως. Κάθε εργαζόμενος εσωτερικεύει τα οφέλη από την προσοχή που δίνει στους συναδέλφους του εφόσον τους συμπεριφέρεται αλτρουιστικά. Αυτό το πρόβλημα εξωτερικότητας επιφέρει κόστος στον εργοδότη, από τη στιγμή που οι συναδελφικές σχέσεις επιτρέπουν στους εργοδότες να προσελκύσουν και να συντηρήσουν τους υπαλλήλους χωρίς να πληρώνουν υψηλές αποδοχές, αφού η ικανοποίηση από την εργασία υποσκελίζει σε κάποιο βαθμό το χρηματικό κέρδος. Οι εργοδότες μπορούν να δώσουν ομαδικά ή σχετικά κίνητρα στο υπαλληλικό συμβόλαιο για κοινωνική αλληλεπίδραση μεταξύ των υπαλλήλων και έτσι τους ενισχύουν να επενδύσουν στον αλτρουισμό μεταξύ τους και στην καταβολή μεγαλύτερης προσπάθειας, με αποτέλεσμα την καλύτερη απόδοση της εταιρίας.

Επομένως, όταν εκδηλώνεται αλτρουισμός εντός της επιχείρησης ενισχύονται οι δεσμοί μεταξύ του εργατικού δυναμικού κάθε ιεραρχίας, διευκολύνεται και προωθείται η εσωτερική συνεργασία και η απόδοση της επιχείρησης βελτιώνεται, με αποτέλεσμα η εταιρία να είναι πιο ανταγωνιστική. Κάποιες επιχειρησιακές συμπεριφορές είναι πιο λειτουργικές από κάποιες άλλες, με κριτήριο την συνεισφορά τους στην εκπλήρωση των αντικειμενικών σκοπών της επιχείρησης. Η εταιρία είναι πιο πιθανό να ακμάσει όταν τα μέλη της συνεργάζονται, δρουν έτσι ώστε να την προστατέψουν από μη αναμενόμενους κινδύνους, εκφράζονται ευνοϊκά για αυτή σε άλλους. Αντίθετα, όταν τα μέλη μιας επιχείρησης βοηθούν τους συναδέλφους τους προκειμένου να επιτύχουν τους προσωπικούς τους στόχους που αντιτίθενται σε εκείνους της επιχείρησης, προστατεύουν με παραποίηση στοιχείων άλλους από τον επικριτικό έλεγχο της επιχείρησης, παρέχουν υπηρεσίες στους πελάτες με τρόπους αντιτιθέμενους στα εταιρικά συμφέροντα, εκτελούν φιλοκοινωνικές πράξεις χωρίς όμως να προάγουν την επιτυχία της επιχείρησης και συνεπώς δυσχεραίνουν την απόδοσή της. Κάποιες βέβαια φιλοκοινωνικές συμπεριφορές, όπως η παροχή βοήθειας, η συνεργασία και το να μοιράζονται τα άτομα της ομάδας τους πόρους αποτελούν επίσημες και νομιμοποιημένες διαστάσεις της εργασίας. Μάλιστα, όταν οι συγκεκριμένες εταιρικές πράξεις έχουν στόχο την επιχείρηση είναι πάντοτε λειτουργικές. Παράδειγμα συνιστά η εθελοντική εργασία προς τον οργανισμό, η συνεργασία με οργανωσιακές διαδικασίες, η επιπρόσθετη προσπάθεια για την επίτευξη των εταιρικών σκοπών και οι εκδηλώσεις νομιμοφοροσύνης. Σ' αυτές τις περιπτώσεις τα άτομα δωρίζουν χρόνο, ενέργεια και άλλους προσωπικούς πόρους,

θυσιάζουν δηλαδή μέρος των προσωπικών τους συμφερόντων για το καλό της εταιρίας.

Ο αλτρουισμός που απευθύνεται προς τους ποικίλους εταιρικούς συμβαλλόμενους μπορεί να ενταχθεί ως μέρος του κοινωνικού κεφαλαίου, ως παραγωγικός πόρος για την επιχείρηση σε αναλυτικό/περιγραφικό καθώς και σε κανονιστικό επίπεδο. Όσον αφορά το πρώτο η θεωρία αυτή αποτελεί μια καλή στρατηγική του διευθυντή, γιατί το να λαμβάνει υπόψη του και τους επιχειρησιακούς εταίρους έχει θετική επίδραση στην συνολική απόδοση της επιχείρησης. Η σχέση της επιχείρησης με αυτούς είναι αμφίδρομη και κατά συνέπεια θα χαρακτηρίζεται από αμοιβαιότητα, από τη στιγμή που βρίσκονται σε συνεχή αλληλεπίδραση. Το κίνητρο για εκδήλωση αλτρουιστικής συμπεριφοράς είναι κατά κύριο λόγο εξαρτημένο, όπως αναλύσαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, και γι αυτό είναι πιο πιθανό να εξαρτάται από τον αλτρουισμό που ο άλλος αναμένεται να αισθάνεται για εμάς ή από το πόσο καλός είναι απέναντί μας. Δεδομένων λοιπόν των αλληλεξαρτώμενων αλτρουιστικών παραμέτρων, μπορούμε να μιλάμε για εμπιστοσύνη και για άλλα είδη κοινωνικής συμπεριφοράς.

3.3.2 Κοινωνική επιχειρηματικότητα ως αλτρουιστική επιλογή

Οι επιστήμονες που διερευνούν την επιχειρηματικότητα δεν έχουν καταλήξει με ομοφωνία σε έναν ορισμό του όρου. Το εύρος του προσδιορισμού της έννοιας φτάνει σε σημείο να συμπεριλάβει την άσκηση της ανθρώπινης ελευθερίας με την προοπτική της δημιουργίας αξίας (Velamuri 2002). Με αυτή την έννοια η επιχειρηματικότητα δε συνδέεται μόνο με την οικονομική σφαίρα, αλλά λαμβάνει χώρα σε όλους τους χώρους δραστηριότητας και έρευνας (όπως επιστήμη, τέχνη, πολιτική, φιλοσοφία). Έτσι, κατά τον Velamuri (2002) η επιχειρηματικότητα βρίσκεται σε στενή σχέση με τον αλτρουισμό και συχνά συνιστούν διαφορετικά ορόσημα στην εξέλιξη του ατόμου. Υπάρχουν πολλοί επιτυχημένοι επιχειρηματίες που νιώθουν την ανάγκη να συνεισφέρουν στην κοινωνία.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μια ιδέα που ερευνάται ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια. Με το επίθετο «κοινωνική» στόχος της επιχειρηματικότητας καθίσταται και η ωφέλεια της κοινωνίας πέρα από τη μεγιστοποίηση των κερδών της.

Φαίνεται να δίνει μια υπόσχεση ενός αλτρουιστικού τύπου καπιταλισμού που δεν αξιολογεί όλες τις ανθρώπινες δραστηριότητες με όρους χρηματικού κέρδους της επιχείρησης. Καθιστά δυνατή μια γέφυρα μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της αγαθοεργίας. Έχουν προταθεί τρεις προσεγγίσεις της κοινωνικής επιχειρηματικότητας: α) να συνδυάζει τα εμπορικά εγχειρήματα με κοινωνικές επιδράσεις, β) να καινοτομεί για τις κοινωνικές επιδράσεις και γ) να δρα καταλυτικά για κοινωνικό μετασχηματισμό. Παρόλα αυτά δεν υπάρχει ένας καθολικά αποδεκτός ορισμός αυτού του φαινομένου. Οφείλουμε να επισημάνουμε ότι βασικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας είναι η καινοτομία, που λαμβάνει χώρα όταν οι ιδέες για ένα προϊόν ή υπηρεσία αναπτύσσονται ή προσαρμόζονται σε νέες χρήσεις της αγοράς (Rocha & Miles 2009).

Μελετώντας τη βιβλιογραφία οι Harris et al. (2009) παρατηρούν ότι αρχικά, το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον για την κοινωνική επιχειρηματικότητα εστιάστηκε στη δημιουργία φιλανθρωπικών οργανώσεων και στην αποτελεσματική μη κερδοσκοπική διοίκηση. Εντούτοις το περιεχόμενο των κοινωνικών εγχειρημάτων (*social venturing*) είναι ευρύτερο. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί επίσης να συμπεριλάβει επιχειρησιακές καινοτομίες με ισχυρό κοινωνικό σκοπό, καθώς και ένα ευρύ φάσμα υβριδικών οργανισμών που απαρτίζονται από ένα μείγμα μη κερδοσκοπικών και κερδοσκοπικών στοιχείων. Η ιδέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας ενσωματώνει μια ποικιλία δραστηριοτήτων: τολμηρά άτομα αφοσιωμένα να κάνουν τη διαφορά, επιχειρησιακές καινοτομίες κοινωνικού σκοπού αφιερωμένες στην προσθήκη κερδοσκοπικών κινήτρων σε μη κερδοσκοπικό τομέα, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς που επαναπροσδιορίζονται με αφετηρία μαθήματα από τον κόσμο των επιχειρήσεων.

Σε μια προσπάθεια οριοθέτησης της έννοιας της επιχειρηματικότητας, οι Tan et al. (2005) την ορίζουν ως τη διαδικασία που αποπειράται, από τη χρονική περίοδο t1 μέχρι την t2, να αποκομίσει η επιχείρηση κέρδη μέσω της καινοτομίας παρά τους διάφορους κινδύνους. Στην ίδια προοπτική ένα νομικό πρόσωπο είναι ένας κοινωνικός επιχειρηματίας από τη χρονική περίοδο t1 μέχρι την t2 στην περίπτωση που το άτομο αυτό επιχειρεί από τη χρονική περίοδο t1 μέχρι την t2 να δημιουργήσει κέρδη για το κοινωνικό σύνολο ή για ένα τμήμα του μέσω καινοτομικής δραστηριότητας, παρά τον ενδεχόμενο κίνδυνο.

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες αναζητούν τις πιο αποτελεσματικές μεθόδους προκειμένου να επιτύχουν τις αποστολές τους, οι οποίες διακρίνονται και από οικονομικούς αλλά και από κοινωνικούς σκοπούς (Choi & Gray 2008). Με αυτή την έννοια, η επιχειρηματικότητα ενέχει στοιχεία αλτρουισμού και φυσικά μια κοινωνική διάσταση σε ένα ευρύτερο επίπεδο. Ο βαθμός του αλτρουισμού αυξάνεται αν επιτραπεί στα αναμενόμενα κέρδη να συμπεριλάβουν όχι μόνο χρηματικά ή υλικά αλλά και άυλα οφέλη, όπως βελτίωση της υγείας ή περισσότερα δάση ή επέκταση της κοινωνίας ώστε η ωφέλεια να υπερβαίνει τα έθνη και να αφορά όλο τον πλανήτη, παράγοντας με αυτό τον τρόπο κοινωνική αξία. Αυτή η διατύπωση δεν χρειάζεται να περιορίζεται μόνο σε πρόσωπα αλλά μπορεί να αναφέρεται και σε νομικές οντότητες, όπως εταιρίες, κοινωνίες.

Μια νομική οντότητα μπορεί, για παράδειγμα, να είναι ένας φιλανθρωπικός οργανισμός. Είναι επίσης γεγονός ότι κάθε επιχειρηματίας, κοινωνικός ή μη, δρα μέσα στην κοινωνία και τα κομμάτια της κοινωνίας που ο κοινωνικός επιχειρηματίας χρειάζεται για να κάνει κέρδη, δηλαδή οι καταναλωτές του, δεν είναι απαραίτητα εκείνοι που στοχεύει να ωφελήσει. Διατηρώντας την αλτρουιστική του προτίμηση, η ωφέλεια απευθύνεται σε ένα συγκεκριμένο τμήμα της κοινωνίας, για παράδειγμα συμβάλλοντας στην επιδίωξη των στόχων που προβάλλει ένα φιλανθρωπικό ίδρυμα.

Τα οφέλη που επιδιώκονται για ένα τμήμα της κοινωνίας μπορεί να είναι άμεσα ή έμμεσα. Τα άμεσα παίρνουν τη μορφή των υπηρεσιών, δωρεών και φροντίδας προς ένα τμήμα της κοινωνίας. Άλλα άμεσα οφέλη συμπεριλαμβάνουν κτίρια, υποτροφίες και οικονομική βοήθεια. Τα έμμεσα οφέλη συμπεριλαμβάνουν απασχόληση, αφού η επιχειρηματική διαδικασία αφορά και στην πρόσληψη ανθρώπων για να παρέχουν τις υπηρεσίες τους στους άλλους. Για παράδειγμα, μπορεί να παίρνουν τη μορφή της δημιουργίας δεσμού στην κοινότητα, του κοινοτικού πνεύματος ή αυξανόμενου εθελοντισμού εκ μέρους του δημοσίου.

Η κύρια διαφορά μεταξύ του ανεξάρτητου μη κερδοσκοπικού τομέα και του εμπορικού είναι ο βαθμός που τους ενδιαφέρει το κέρδος. Οι οργανισμοί του ανεξάρτητου τομέα ασφαλώς και βγάζουν κάποια χρήματα με βάση την αγοραία προσφορά και ζήτηση. Κάποιοι υποστηρίζουν ότι η επιδίωξη του κέρδους ωστόσο δεν θα έπρεπε να είναι η προτεραιότητα των στόχων τους (Collind & Hickman 1991). Βέβαια, οι φιλανθρωπικές δραστηριότητες συνιστούν μια κατά κύριο λόγο

πολιτιστική δραστηριότητα και άτομα πλούσια και ανωτέρων κοινωνικών τάξεων αποκτούν φήμη όταν καταβάλλουν μεγάλα χρηματικά ποσά για τον πολιτισμό. Δημιουργείται έτσι ένα πολιτισμικό κεφάλαιο, στο οποίο επενδύουν ομάδες ατόμων υψηλού κοινωνικού *status*. Για παράδειγμα, δωρεές για την στήριξη της τέχνης, που ξεκίνησαν τον 20ο αιώνα, εμφανίζονται ως μια μοντέρνα εκδοχή του αλτρουισμού.

Έχει ενδιαφέρον να αναφερθεί ότι οι επιχειρηματίες διαφέρουν από άλλες ομάδες ατόμων (π.χ. διευθυντές) ως προς την προσωπικότητά τους. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι έχει διαπιστωθεί πως οι επιχειρηματίες διακρίνονται από υψηλότερη τάση να ρισκάρουν σε σχέση με τους διευθυντές, διαθέτουν μεγαλύτερη ευσυνειδησία και συναισθηματική σταθερότητα και είναι πιο ανοιχτοί σε νέες εμπειρίες (Zhao et al. 2010: 382). Ο κοινωνικός επιχειρηματίας, ως ιδρυτής, ιδιοκτήτης και διευθυντής μιας εταιρίας, είναι πιο πιθανό να δείχνει μεγαλύτερη προθυμία να εμπιστευτεί άλλους και να πράττει πιο αλτρουιστικά συγκριτικά με έναν διευθυντή, που δρα για χάρη των μετόχων της επιχείρησης και συνεπώς είναι υπόλογος σ' αυτούς. Μεγαλύτερη εμπιστοσύνη φαίνεται να επιδεικνύουν οι επιχειρηματίες, οι οποίοι σε καθημερινή βάση έχουν να κάνουν με διαδικασίες ανταλλαγής καθώς και αλληλεπίδραση με άλλους. Επομένως, αυτοί πρέπει να αναθέτουν καθήκοντα σε άτομα άξια εμπιστοσύνης, να διαπραγματεύονται με προμηθευτές, υπαλλήλους και πελάτες για τιμές, ποσότητες και ποιότητες προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ ταυτόχρονα είναι ανάγκη να διατηρούν σχέσεις συνεργασίας με όλους τους επιχειρησιακούς συνεταιίρους και πελάτες (Caliendo et al. 2010). Σύμφωνα με την ίδια έρευνα μεγαλύτερη προθυμία για να εμπιστευτεί κανείς τους άλλους αυξάνει την πιθανότητα να γίνει επιχειρηματίας σε αντίθεση με το να είναι απλά διευθυντής.

Συνοψίζοντας θα λέγαμε ότι ο αλτρουισμός ως παραγωγικός πόρος του ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου μπορεί να προωθήσει την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Ο κοινωνικός επιχειρηματίας (είτε εργάζεται σε κερδοσκοπικό είτε σε μη κερδοσκοπικό οργανισμό) ακριβώς επειδή διακρίνεται από ένα όραμα και αφοσιώνεται στην πραγμάτωση ενός συγκεκριμένου κοινωνικού σκοπού, καινοτομώντας και συνεισφέροντας σε μια θετική κοινωνική αλλαγή, επενδύει πολύ περισσότερο χρόνο, κόπο και προσπάθεια για τα οποία δε λαμβάνει μια ανάλογη

οικονομική αποζημίωση. Φυσικά ο ίδιος εισπράττει μια ψυχολογική ευχαρίστηση και ικανοποίηση από την εργασία του.

3.3.3 Οικογενειακές επιχειρήσεις: έκφραση αλτρουιστικής επιδίωξης;

Ο πιο συνήθης τύπος οικογενειακής επιχείρησης είναι αυτός όπου η ιδιοκτησία και ο διοικητικός έλεγχος ανήκουν στην οικογένεια, και συγκεντρώνονται σε έναν μοναδικό εντολέα στο πλαίσιο της οικογενειακής ενότητας, που είναι ταυτόχρονα ο επικεφαλής του νοικοκυριού και ο κύριος διευθυντής της εταιρείας. Αν δεν είναι ο ίδιος ο διευθυντής, τότε τη θέση αυτή παίρνει ένα άλλο συγγενικό πρόσωπο. Οι ερευνητές που μελετούν τις οικογενειακές επιχειρήσεις υποστηρίζουν ότι η πρόκληση που αντιμετωπίζουν αυτές οι επιχειρήσεις είναι ο καθορισμός των διαφοροποιήσεων της φύσης των οικογενειακών εταιρειών και ο προσδιορισμός του αν και πώς αυτές οι διαφορές προκύπτουν από την οικογενειακή ενασχόληση.

Με γνώμονα αυτά τα ζητήματα οι ερευνητές βασίζονται κατά κύριο λόγο στη θεωρία αντιπροσώπευσης και συγκεκριμένα στην έννοια του αλτρουισμού. Ο αλτρουισμός συνιστά ένα ισχυρό εννοιολογικό εργαλείο για την κατανόηση της ύπαρξης της οικογένειας, παίζοντας μοναδικό ρόλο στις οικογενειακές εταιρίες, γεγονός που δεν παρατηρείται τόσο σε άλλου είδους επιχειρήσεις. Αυτό συμβαίνει διότι τα μέλη της οικογένειας αναμένονται να συμπεριφέρονται αλτρουιστικά μεταξύ τους ως αποτέλεσμα του γονικού αλτρουισμού (*parental altruism*), που εντάσσεται στο πλαίσιο της επιλογής του συγγενούς (*kin selection*) από βιολογική άποψη καθώς και των γενικότερων υποχρεώσεων συγγένειας που συνιστούν μέρος της αξιωματικά κανονιστικής ηθικής τάξης σε περισσότερες κουλτούρες. Βέβαια, η οικογενειακή ιδιοκτησία δεν υποκαθιστά τους διακυβερνητικούς θεσμούς, αλλά οι συγγενικοί δεσμοί και οι διακυβερνητικοί θεσμοί αλληλοσυμπληρώνονται (Noe 2012).

Ο αλτρουισμός αναγκάζει τους γονείς να νοιάζονται για τα παιδιά τους, ενθαρρύνει τα μέλη της οικογένειας να υπολογίζουν το ένα το άλλο και προάγει νομιμοφροσύνη και δέσμευση στην οικογένεια και κατ' επέκταση στην οικογενειακή επιχείρηση (Schulze et al. 2003). Επιπλέον, καλλιεργεί μια ομάδα ανταλλαγών, όπως δώρων, χάρης, σεβασμού και αγάπης, που κατευθύνει το συμφέρον κάθε

οικογενειακού μέλους προς την οικογενειακή αμοιβαία ευημερία (Lubatkin et al. 2005). Εντούτοις, οι επιδράσεις του αλτρουισμού στην οικογενειακή επιχείρηση παραμένουν αβέβαιες, αφού δεν έχει ξεκαθαριστεί κάτω από ποιες προϋποθέσεις ο αλτρουισμός μειώνει τα κόστη κατά την αντιπροσώπευση και σε ποιες τα αυξάνει.

Όσον αφορά την πρώτη περίπτωση κάποιοι διατείνονται ότι ο αλτρουισμός ενθαρρύνει συμπεριφορές που μειώνουν τα εν λόγω κόστη. Ακόμα και ο Becker (1974) υποστήριξε ότι η οικογένεια εξαιρείται από τα προβλήματα αντιπροσώπευσης, από τη στιγμή που τα μέλη της οικογένειας επιδιώκουν να μεγιστοποιήσουν το οικογενειακό εισόδημα και κατανάλωση, ακόμα κι αν η προσωπική τους ευημερία εξαρτάται μόνο από την δική τους κατανάλωση. Παράλληλα παρατηρείται και βελτίωση της απόδοσης της εταιρείας. Πρώτον, μια αλτρουιστική συμπεριφορά δημιουργεί ένα αυτο-ενισχυτικό σύστημα κινήτρων που ωθεί τα μέλη της οικογένειας να λαμβάνουν υπόψη τους το ένα το άλλο και να διακρίνονται από ανιδιοτέλεια μεταξύ τους. Δεύτερον, καλλιεργεί μια αίσθηση συλλογικής ιδιοκτησίας μεταξύ των μελών της οικογένειας που απασχολούνται στην εταιρεία. Τρίτον, μειώνει τις ασυμμετρίες πληροφόρησης μεταξύ των μελών της οικογένειας και αυξάνει τη χρήση των ανεπίσημων συμφωνιών μεταξύ τους, ενισχύοντας την επικοινωνία και τη συνεργασία μεταξύ τους. Τέταρτον, αναπτύσσει μια εταιρική κουλτούρα που ενθαρρύνει τη λήψη ρίσκου, εξερευνώντας για παράδειγμα διεθνείς ευκαιρίες ανάπτυξης. Αυτό έχει αποδειχθεί εμπειρικά ειδικά όταν ο αλτρουισμός είναι αμοιβαίος και συμμετρικός (δηλαδή εκδηλώνεται εξ ίσου και από τις δύο μεριές). Τέλος, δημιουργεί μια υψηλή αίσθηση αλληλεξάρτησης μεταξύ των μελών της οικογένειας, εφόσον η εργασία τους συνδέει άμεσα την ευημερία τους με την επιχειρησιακή απόδοση. Μάλιστα, κάποιοι έχουν δείξει ότι ο αλτρουισμός οδηγεί και στη θεμελίωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Karra et al. 2006, Schulze et al. 2003).

Η οικογένεια, ωστόσο, δεν είναι μια μονολιθική ή ομογενής ομάδα ανθρώπων με συγκλίνοντα συμφέροντα ούτε όλα τα μέλη της οικογενειακής επιχείρησης είναι πανομοιότυπα όσον αφορά τα εταιρικά χαρακτηριστικά και συμπεριφορές τους. Οπότε, εμπειρική έρευνα κλίνει προς την αντίθετη κατεύθυνση, ότι δηλαδή ο αλτρουισμός αυξάνει τα κόστη κατά την αντιπροσώπευση του εντολοδόχου όπως προκύπτει από τα προβλήματα της ασύμμετρης πληροφόρησης, που είναι η δυσμενής

επιλογή και ο ηθικός κίνδυνος. Σ' αυτή την περίπτωση ανήκουν το πρόβλημα του λαθρεπιβάτη και προκατειλημμένες απόψεις των γονιών εξαιτίας του νεποτισμού για την κλίση των παιδιών και των οικείων τους στη δουλειά ακόμα κι αν δεν αποδίδουν, η τάση των παιδιών να σπαταλούν τα χρήματα των γονιών τους ή να εξαρτώνται πλήρως οικονομικά από αυτούς, η μη δίκαιη κατανάλωση των τυχερών του επαγγέλματος από τα μέλη της οικογένειας, η παρελκυστική τακτική (*hold-up*), όταν οι ιδιοκτήτες-διευθυντές χρησιμοποιούν την δύναμη που πηγάζει από τα δικαιώματα ιδιοκτησίας και ελέγχου για να αναγκάσουν τους εντολοδόχους να αποδεχτούν αλλαγές μη συμφέρουσες γι αυτούς, και προβλήματα στην εφαρμογή συμβάσεων (Karra et al. 2006, Chrisman et al. 2004, Lubatkin et al. 2005). Ένα άλλο πρόβλημα που ανακύπτει είναι στην περίπτωση που ο διευθυντής δεν είναι ο ιδιοκτήτης της εταιρίας αλλά ένα συγγενικό πρόσωπο, τότε οι συγγενικοί δεσμοί μειώνουν την πιθανότητα να εποπτεύει ο ιδιοκτήτης τις αναφορές του διευθυντή για το αν υπάρχει χαμηλή ροή χρήματος, ενώ αυξάνουν την πιθανότητα ο διευθυντής να κάνει ψευδείς αναφορές για χαμηλές ταμειακές ροές (Noe 2012).

Επιπλέον, ο γονικός αλtruισμός όταν συνδέεται με άφθονους και έτοιμα διαθέσιμους πόρους και ιδιωτική ιδιοκτησία μπορεί να δημιουργήσει σημαντικές ανεπάρκειες κατά τη διακυβέρνηση της επιχείρησης, από τη στιγμή που δεν χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τους υφιστάμενους εποπτικούς μηχανισμούς. Κι αυτό, διότι αυτός ο συνδυασμός προκαλεί τους γονείς-ιδιοκτήτες να συμπεριφέρονται με τρόπους που συμβιβάζουν την προσωπική τους μακροπρόθεσμη ευημερία με εκείνη των οικογενειακών εντολοδόχων που εξαρτώνται από αυτούς (Lubatkin et al. 2007).

Για την επιτυχή και αποτελεσματική λειτουργία και απόδοση της οικογενειακής επιχείρησης οι Lubatkin et al. (2007) θεωρούν υπεύθυνο τον ψυχοκοινωνικό αλtruισμό (*psychosocial altruism*). Αυτός αφορά στην ενδογενή τάση των γονιών να μεταβιβάσουν προκαθορισμένες κοινωνικά ενσωματωμένες αξίες, κίνητρα και κανόνες στα παιδιά τους. Σ' αυτό το είδος του αλtruισμού υπονοείται η δέσμευση των γονιών να κατασκευάσουν ένα κοινωνικά αποδεκτό περιεχόμενο σχετικό με την οικογένεια στο πλαίσιο του οικογενειακού νοικοκυριού και έπειτα της επιχείρησης.

Τα κόστη αντιπροσώπευσης σε μη οικογενειακές επιχειρήσεις μπορεί να μην ταυτίζονται με εκείνα των οικογενειακών εταιρειών και αντιστρόφως. Όπως

επισημαίνουν οι Chrisman et al. (2004) μία πλήρης εξέταση του αντίκτυπου της οικογενειακής ενασχόλησης οφείλει να λάβει υπόψη της μη οικονομικά κόστη και οφέλη. Για παράδειγμα, ενώ ο αλτρουισμός ή άλλοι παράγοντες μπορεί να αποφέρει θετικά βραχυπρόθεσμα οφέλη απόδοσης σε μια οικογενειακή εταιρεία με μείωση σε κόστος αντιπροσώπευσης, μπορεί να υφίστανται αντίστοιχα μη οικονομικά κόστη, κάποια εκ των οποίων να έχουν μακροπρόθεσμες οικονομικές συνέπειες. Αν οι αυτοθυσίες των μελών της οικογένειας αυξηθούν πάρα πολύ εξαιτίας των ασυμφωνιών για το βαθμό αλτρουισμού μεταξύ των μελών, οι αντιλήψεις για έλλειψη ακριβοδικίας και για απώλεια της υποστήριξης και ενασχόλησης των πιο ικανών οικογενειακών μελών σε άλλες επιδιώξεις μπορεί να είναι άμεσο επακόλουθο. Επομένως, ο αλτρουισμός ως πόρος κόστους αντιπροσώπευσης μπορεί να βοηθήσει στην εξήγηση ενός αριθμού μη-οικονομικών συμπεριφορών που συχνά συνδέονται με τις οικογενειακές εταιρείες.

Επιπροσθέτως, ο αλτρουισμός έχει συνέπειες και στα μέλη των οικογενειακών επιχειρήσεων που δεν ανήκουν όμως στην οικογένεια, κάτι που μελετούν ως ξεχωριστή περίπτωση οι Karra et al. (2006). Συγκεκριμένα, μέσα από την έρευνά τους έδειξαν ότι ο αλτρουισμός έχει τη δυνατότητα να ευθυγραμμίσει τα οικογενειακά συμφέροντα και να μειώσει τις δαπάνες δράσης στην οικογενειακή εταιρεία, με την προϋπόθεση ότι είναι αμοιβαίος και συμμετρικός. Βρήκαν επίσης ότι η λογική της οικογένειας και της αλτρουιστικής συμπεριφοράς ιδιαίτερα μπορεί να εξαπλωθεί και πέρα από τους οικογενειακούς και συγγενικούς δεσμούς, προκειμένου να θεμελιωθεί μια οιονεί οικογένεια που συνδέεται και θεμελιώνεται στη μακρινή συγγένεια και τους κοινωνικούς, θρησκευτικούς, πολιτισμικούς και εθνικούς δεσμούς. Η οιονεί οικογένεια απαρτίζεται από μια ξεχωριστή κατηγορία σχέσεων που διαφέρουν και επικαλύπτονται με την βιολογική οικογένεια. Έτσι, μελετώντας μια συγκεκριμένη οικογενειακή επιχείρηση, παρατήρησαν ότι ο ιδιοκτήτης-διευθυντής εκδήλωσε παρόμοιες αλτρουιστικές συμπεριφορές προς άτομα συγγενικά και μη και ανταμείφτηκε με ανταποδοτική αλτρουιστική συμπεριφορά. Άμεση συνέπεια ήταν η μείωση των προβλημάτων δράσης και η επιτυχής προσπάθεια της επιχείρησης να επεκταθεί σε νέες αγορές.

Παρόλα αυτά επισημαίνουν και όρια στον αλτρουισμό καθώς οι οικογενειακές επιχειρήσεις μεγεθύνονται και ωριμάζουν. Τότε ο αλτρουισμός τέθηκε εκτός

ισορροπίας και τα κόστη δράσης αυξήθηκαν. Βέβαια, τα τελευταία ήταν διαφορετικά αναφορικά με τα μέλη της οικογένειας και κοντινής συγγένειας αφενός και οιονεί οικογένειας και μακρινής συγγένειας αφετέρου. Τα μέλη της οικογένειας στη συγκεκριμένη μελέτη υπέπεσαν στην περίπτωση του ηθικού κινδύνου και συγκεκριμένα δρούσαν ως λαθρεπιβάτες, φυγόπονοι και κατανάλωναν οι ίδιοι τα τυχερά της επιχείρησης. Το κυρίαρχο κόστος αντιπροσώπευσης σχετικά με τα μέλη της οιονεί οικογένειας ήταν η δυσμενής επιλογή προσωπικού, δηλαδή η εταιρεία δεν επέλεγε τους κατάλληλους επαγγελματίες.

Από τη στιγμή που η ευημερία των παιδιών ενσωματώνεται στη συνάρτηση ωφελιμότητας των γονέων, ο αλτρουισμός σε μια οικογενειακή επιχείρηση δεν είναι τόσο ουσιαστικός και καθοριστικός για την αποτελεσματικότητά της. Ακριβώς επειδή γονείς και παιδιά εργάζονται στην ίδια επιχείρηση, ελλοχεύει ο κίνδυνος μεροληψίας και πατερναλισμού από την πλευρά των γονιών. Είναι δηλαδή πιθανό οι γονείς-διευθυντές να καθοδηγούν και να επιβάλλουν στα εργαζόμενα παιδιά τους καθήκοντα και αρμοδιότητας εντός της εταιρίας που οι ίδιοι κρίνουν καλύτερα γι αυτά, χωρίς τα τελευταία να το επιθυμούν πραγματικά ή να μπορούν να ανταποκριθούν επιτυχώς στις συγκεκριμένες θέσεις.

3.4 ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΑΛΤΡΟΥΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η δημιουργία θετικού κλίματος αλληλεγγύης μεταξύ των εργαζομένων όλων των βαθμίδων σε μια επιχείρηση έχει ευεργετικές συνέπειες για την απόδοση της επιχείρησης, εφόσον οι άνθρωποι έχουν την τάση να προσφέρουν σε πιο οικεία πρόσωπα ή σε πρόσωπα που ανήκουν στην ίδια ομάδα. Αυτή η θέση αντανακλάται σε έρευνα που αφορούσε προσφορές για τα θύματα του τυφώνα Κατρίνα (Fong & Luttmmer 2009). Οι υψηλότερες προσφορές προέρχονταν από άτομα της ίδιας φυλής ή εθνικότητας. Η υποκειμενική ταύτιση με μια φυλετική ομάδα μπορεί να προβλέψει σε σημαντικό βαθμό την προκατάληψη όσον αφορά στην προσφορά προς αυτή την ομάδα και αντανακλά την υποκειμενική νομιμοφροσύνη (*loyalty*) προς μια συγκεκριμένη φυλετική ομάδα.

Όταν επικρατεί θετικό κλίμα σε μια επιχείρηση έτσι ώστε οι εργαζόμενοι να αισθάνονται ότι ανήκουν σε μια ομάδα και συνεπώς να αποκομίζουν ψυχολογικά

οφέλη, τότε έχουν την τάση να επιδεικνύουν μεγαλύτερα επίπεδα συνεργασίας και κατ' επέκταση αλτρουισμού στα μέλη της ίδιας ομάδας, από ό,τι στα άτομα εκτός αυτής (Simpson 2006). Με άλλα λόγια ενισχύεται το κοινωνικό κεφάλαιο. Στο σημείο αυτό όμως πρέπει να επισημάνουμε και το ζήτημα της «ευρετικής» σε επίπεδο ομάδας (*group heuristic*). Σύμφωνα με αυτή: 1) οι άνθρωποι όταν έρχονται αντιμέτωποι με μια κατάσταση που αφορά στην ομάδα, υποθέτουν από προεπιλογή (όταν δηλαδή δεν υπάρχει κάποια εξέχουσα ένδειξη που να υποδεικνύει μια εναλλακτική διαθέσιμη δράση) ότι οι κοινωνικές διαδράσεις στο πλαίσιο της ομάδας χαρακτηρίζονται από σχέσεις ανταλλαγής, και 2) συμπεριφέρονται με τρόπο που ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο ανάπτυξης μιας άσχημης φήμης μεταξύ των μελών της ομάδας τους. Ως εκ τούτου συμπεραίνουν ότι είναι προς όφελός τους να συνεργάζονται και να συμπεριφέρονται αλτρουιστικά προς τα μέλη της ίδιας ομάδας. Σύμφωνα όμως με αυτή την προσέγγιση η συνεργασία και ο αλτρουισμός μπορούν να παρομοιαστούν με το εισιτήριο σε ένα γενικευμένο σύστημα ανταλλαγής. Αυτό το εισιτήριο τους εισάγει στο σύστημα ανταλλαγής και έτσι έχουν τη δυνατότητα να επωφεληθούν από αυτή την ανταλλαγή σε περίπτωση που έχουν κάποια ανάγκη στο μέλλον (Yamagishi & Mifune 2008: 8). Το μοντέλο της «ευρετικής» σε επίπεδο ομάδας (Yamagishi & Kiyonari 2000) δείχνει επομένως ότι το να συνεργάζεται κανείς ή να δρα αλτρουιστικά προς τα μέλη της ίδιας ομάδας είναι ένα μέσο αφενός αποφυγής της άσχημης φήμης και αφετέρου αποδοχής του ως μέλους ενός γενικευμένου συστήματος ανταλλαγής. Είναι προφανές ότι ο αλτρουισμός στο εν λόγω μοντέλο επιλέγεται στρατηγικά και ορθολογικά.

Οι θετικές συνέπειες του αλτρουισμού μεταξύ των υπαλλήλων μιας επιχείρησης, που μεταφράζονται σε αλληλοβοήθεια και αλληλεγγύη μεταξύ τους, δείχνουν πόσο σημαντική είναι η επένδυση από την πλευρά των εταιριών στο περιβάλλον εργασίας. Το τελευταίο παίζει σπουδαίο ρόλο στη διαμόρφωση στάσεων, γεγονός που σημαίνει ότι η γενικότερη στάση της επιχείρησης, στην οποία συμπεριλαμβάνεται και το ηθικό της πλαίσιο, επιδρά στην ικανοποίηση που λαμβάνουν οι υπάλληλοι από την εργασία και την καριέρα τους. Η ικανοποίηση από την καριέρα λειτουργεί ως γέφυρα μεταξύ των εταιρικών ηθικών αξιών που βελτιώνουν τις στάσεις που σχετίζονται με την εργασία και τις αμοιβαίες υποχρεώσεις των εργαζομένων να βοηθήσουν ο ένας τον άλλον (Valentine et al. 2011).

Σε ένα τέτοιο περιβάλλον εργασίας αναπτύσσεται και το αίσθημα της ευγνωμοσύνης μεταξύ των εργαζομένων σε εσωτερικό επίπεδο και σε ένα ευρύτερο επίπεδο μεταξύ των εταιρικών συμβαλλομένων. Πρόκειται για έναν σημαντικό παράγοντα που χτίζει και ενδυναμώνει κοινωνικούς δεσμούς και φιλίες. Οι άνθρωποι νιώθουν ευγνωμοσύνη όταν έχουν ωφεληθεί από τη βοήθεια κάποιου που προέβη σ' αυτή εθελοντικά και με κόστος για χάρη τους. Βιώνοντας την ευγνωμοσύνη αυτοί που έχουν ευεργετηθεί έχουν κίνητρο να ξεπληρώσουν τους ευεργέτες τους και να επεκτείνουν τη γενναιοδωρία σε τρίτα πρόσωπα. Πρόκειται δηλαδή για μια θετική απάντηση στη λήψη κάποιου οφέλους. Εκφράζοντας την ευγνωμοσύνη είναι πιθανό οι ευεργετηθέντες να εκπέμπουν μια ασφάλεια για μελλοντικές επενδύσεις. Μάλιστα οι εξελικτικές θεωρίες προτείνουν ότι η ευγνωμοσύνη είναι μια προσαρμογή για αμοιβαίο αλτρουισμό, λόγω της συνεχούς ανταλλαγής ωφελειών που κοστίζουν μεταξύ μη συγγενών (McCullough et al. 2008).

Επιπλέον, σύμφωνα με άλλα πειραματικά ευρήματα (Bartlett & DeSteno 2006) οι συμμετέχοντες που αναγκάζονταν να νιώθουν ευγνωμοσύνη προς έναν ευεργέτη κατέβαλλαν μεγαλύτερη προσπάθεια για να τον βοηθήσουν σε ένα άσχετο καθήκον (όταν αυτός τους ζήτησε τη βοήθειά τους) από εκείνη που κατέβαλλαν μη ευγνώμονες συμμετέχοντες. Ήταν πιο πιθανό επίσης να βοηθήσουν έναν ξένο (που δεν τους είχε βοηθήσει) από τους μη ευγνώμονες. Φαίνεται, λοιπόν, ότι η ευγνωμοσύνη υποκινεί τη βοήθεια ακόμα κι αν κοστίζει για τον δρώντα. Με άλλα λόγια, κάνει τους ανθρώπους να ανταποκρίνονται φιλοκοινωνικά στους ευεργέτες τους και σε μη συγγενικά τους πρόσωπα.

Έτσι ως ένα ηθικό συναίσθημα που προαγάγει την φιλοκοινωνική συμπεριφορά και υποστηρίζει τη διαμόρφωση και την ενδυνάμωση των υποστηρικτικών σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων, είναι πιθανό η ευγνωμοσύνη να μπορεί να συμβάλει στην κοινωνική ενσωμάτωση και να βοηθήσει τους ανθρώπους να συνεισφέρουν στο συλλογικό καλό (Froh et al. 2010). Οι ευγνώμονες τείνουν να διακρίνονται από πιο έντονη φιλοκοινωνική συμπεριφορά, όπως να βοηθάνε, να υποστηρίζουν, να συγχωρούν και να νιώθουν μεγαλύτερη ενσυναίσθηση προς τους άλλους. Όταν λαμβάνουν χώρα εκφράσεις ευγνωμοσύνης στο περιβάλλον εργασίας είναι πιθανό να σημειωθεί και αλτρουιστική συμπεριφορά, η οποία την ενθαρρύνει ακόμα περισσότερο.

Είδαμε ότι ο όρος συμπεριφορικός αλτρουισμός αναφέρεται στις πράξεις που κοστίζουν (οικονομικά) οι οποίες αποφέρουν οικονομικά οφέλη σε άλλα άτομα και επομένως σχετίζεται με την πραγματική συμπεριφορά ανεξάρτητα από τα κίνητρα ή τις πεποιθήσεις που την υποκινούν (Wichardt 2009). Ο συμπεριφορικός αλτρουισμός προσεγγίζεται ως ένα φαινόμενο ομαδικό με το επιχείρημα ότι τα άτομα που δεσμεύονται σε συμπεριφορές που κοστίζουν και ωφελούν άλλα άτομα της ίδιας ομάδας μπορεί να ωφελήσουν και τα ίδια όχι όμως σε οικονομικό επίπεδο αλλά σε επίπεδο κοινωνικής κατάστασης στο πλαίσιο της ομάδας. Επομένως, ο συμπεριφορικός αλτρουισμός γίνεται ορθολογικός μεταξύ ατόμων που μοιράζονται ένα κοινό ομαδικό υπόβαθρο. Πρόκειται δηλαδή για ένα συμπεριφορικό χαρακτηριστικό που επιλέγεται ορθολογικά κάποιες φορές εντός της ομάδας με την οποία ταυτίζεται το άτομο με σκοπό να αποκομίσει κάποια οφέλη και στη συγκεκριμένη περίπτωση με την επιχείρηση.

Η συμπεριφορική ηθική αναφέρεται στην ατομική συμπεριφορά που υπόκειται σε ή κρίνεται σύμφωνα με γενικά αποδεκτούς ηθικούς κανόνες συμπεριφοράς, με αποτέλεσμα να αποπειράται να ερευνήσει πρωταρχικά την εξήγηση της ατομικής συμπεριφοράς που λαμβάνει χώρα στο πλαίσιο ευρύτερων κοινωνικών προδιαγραφών (Treviño et al. 2006: 952). Στόχος, λοιπόν, της συμπεριφορικής οπτικής της επιχειρησιακής ηθικής είναι να επαν-εκπαιδεύσει ηθικά τους διευθυντές, τους μετόχους, τους εργαζόμενους και γενικότερα όλους τους επιχειρησιακούς εταίρους, ώστε να νοιάζονται λιγότερο για το ατομικό τους συμφέρον και να γίνουν περισσότερο αλτρουιστές, ενάρετοι, συμπονετικοί, αγαθοεργείς κλπ.

Σχετικά με την παραπάνω θέση ο Wagner-Tsukamoto (2005) επισημαίνει ότι ο περιορισμός και η ενδυνάμωση οικονομικών συνεπειών στην ηθική δράση, όπως ασκείται από τη λογική των κινήτρων των οικονομικών θεσμών και τη λογική της ανταλλαγής κεφαλαίου των οικονομικών αλληλεπιδράσεων, χρειάζεται να ληφθούν υπόψη για τη διασφάλιση ηθικής-συμπεριφορικής μεσολάβησης, όπως για παράδειγμα ηθική εκπαίδευση των διευθυντών. Διαφορετικά, τα προγράμματα της συμπεριφορικής επιχειρησιακής ηθικής μπορούν να επιτύχουν μόνο σποραδικά, τυχαία και προσωρινά, δηλαδή όσο η ηθική-συμπεριφορική διαμεσολάβηση είναι συμβατή με τις οικονομικές συνέπειες.

Η ηθική εκπαίδευση των διευθυντών που αποσκοπεί στο να δρουν με βάση κάποιες ηθικές αξίες, ώστε να τις τηρούν και οι εργαζόμενοι θα μπορούσε να έχει νόημα, από τη στιγμή που οι άνθρωποι τείνουν να εξαπατούν με διάφορους τρόπους, άλλοτε πιο ανώδυνους και άλλοτε πιο σοβαρούς. Μια έρευνα έδειξε ότι οι μαθητές που ξεκινούν από μικροί στο σχολείο να αντιγράφουν και γενικά να χρησιμοποιούν τρόπους εξαπάτησης, είναι πιο πιθανό να το κάνουν και στο λύκειο και στο πανεπιστήμιο, ακόμα και να ασκούν μη ηθικές πρακτικές σε μια επιχείρηση. Παρομοίως, πολλά άτομα συμπληρώνουν ψευδή στοιχεία σχετικά με τις ικανότητές τους στο βιογραφικό τους. Σε μια έρευνα το 95% των συμμετεχόντων που ήταν σε φοιτητική ηλικία δήλωσαν ότι θα έλεγαν ψέματα για να πάρουν μια δουλειά, ενώ το 41% παραδέχτηκε ότι το έκανε ήδη. Σε άλλη μελέτη παρατηρήθηκε αύξηση κατά 50% του αριθμού των Αμερικανών που είναι πρόθυμοι να «εξαπατήσουν λίγο από εδώ και λίγο από εκεί» στους φόρους. Είναι πιθανότερο λοιπόν οι φοιτητές που χρησιμοποιούν τρόπους εξαπάτησης στο πανεπιστήμιο να δρουν έτσι και σε άλλους τομείς της ζωής τους. Αντιστρόφως, οι φοιτητές που δρουν με γνώμονα την ηθική είναι λιγότερο πιθανό να συμπεριφερθούν ανήθικα στον χώρο εργασίας τους (Wright & Goodstein 2007: 930).

Η εισαγωγή της ηθικής στην επιχείρηση παίζει σημαντικό ρόλο για την αντιμετώπισή της ως ηθικής και κοινωνικής οντότητας, πέρα από τον οικονομικό της χαρακτήρα. Υπάρχει χώρος για κίνητρο μέσα από ηθικές εκκλήσεις πέρα από τα χρήματα. Η πειθώ για ηθικά ζητήματα (*moral suasion*) παρατηρείται σε μεγάλο βαθμό σε πολλούς τομείς της καθημερινής μας ζωής από τις οικογενειακές σχέσεις μέχρι τα πεδία των επιχειρήσεων και της πολιτικής. Παραδείγματα τέτοιας πειθούς είναι ευρέως διαδεδομένα. Παρατηρούνται σε θρησκευτικές τελετές (να αποφεύγετε την αμαρτία), σε πολιτικά επιχειρήματα (αυτή η πολιτική είναι ορθή), συνιστούν μέρος εκπαιδευτικής κατάρτισης (είναι λάθος να εξαπατάτε), στρατηγικής της αγοράς (προβείτε σε δίκαιες αγοραίες συναλλαγές), και του περιβάλλοντος εργασίας (να είσαι ομαδικός παίκτης).

Έχει βρεθεί ότι η πειθώ για ηθικά ζητήματα επηρεάζει τις προτιμήσεις, αλλά επίσης φαίνεται να εξαρτάται από την προσδοκία των συμμετεχόντων για αμοιβαία συμπεριφορά (Dal Bó & Dal Bó 2009). Όταν οι προσδοκίες είναι είτε γνήσια χρηματικές είτε βασίζονται σε μια αυστηρά ατομική ηθική προσταγή, αυτές οι

επιδράσεις που οφείλονται στην προσδοκία δεν είναι δυνατό να εκδηλωθούν. Η ανάδυσή τους υποδηλώνει ότι η πειθώ που προέρχεται από την ηθική ενεργοποιεί μια φιλοκοινωνική αλλά επίσης μια βασισμένη στην αμοιβαιότητα άποψη των προτιμήσεων. Επίσης οι Dal Bó & Dal Bó (2009) βρήκαν ότι όταν οι παίκτες έχουν την ευκαιρία να τιμωρήσουν ο ένας τον άλλον μετά το στάδιο των συνεισφορών, η επιρροή των ηθικών μηνυμάτων στις συνεισφορές γίνεται επίμονη, διότι οι τιμωρίες και τα ηθικά μηνύματα αλληλεπιδρούν για τη διατήρηση της συνεργασίας. Όσο μεγαλύτερη ηθική αξία αποδίδει κανείς σε κάποιον άλλον, τόσο αυξάνονται οι πιθανότητες να του προσφέρει περισσότερα χρήματα, όπως δείχνουν πειράματα σε εργαστήριο (Cherry & Shogren 2008).

Η επιχειρησιακή ηθική ρυθμίζει τις διαπροσωπικές σχέσεις των ανθρώπων στο πλαίσιο των εταιριών, οι οποίες όμως αλληλεπιδράσεις δε λειτουργούν σε ένα «βασιλείο σκοπών», αλλά στην περιοχή των μέσων βασισμένες στην εργαλειακή ορθολογικότητα. Με βασική «αξία» το προσωπικό συμφέρον, που μεταφράζεται σε οικονομικά κέρδη, μπορεί να ισχυριστεί κανείς ότι η επιχειρησιακή δραστηριότητα φαίνεται να στερείται ηθικότητας, με αποτέλεσμα κάθε προσπάθεια ηθικής αξιολόγησής της να είναι αρνητικά φορτισμένη (Δραγώνα-Μονάχου 1995). Η ενσωμάτωση της ηθικής δεν είναι τυχαίο λοιπόν που γίνεται μέρος της επιχείρησης για να αντισταθμίσει την ανήθικη συμπεριφορά, να ενδυναμώσει τη φήμη του οργανισμού και να προσελκύσει και να κρατήσει ταλέντα. Εξάλλου, η Εθνική Έρευνα Επιχειρησιακής Ηθικής (National Business Ethics Survey) το 2005 στην Αμερική έδειξε ότι περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες σε αυτή παρατήρησαν ανήθικη συμπεριφορά στον εργασιακό χώρο, το ένα τρίτο των συμμετεχόντων ήρθε αντιμέτωπο με μια κατάσταση στην εργασία που αφήνει περιθώριο για ανάρμοστη συμπεριφορά και το 10% αυτών των εργαζομένων ένιωσε πίεση να συμβιβαστεί με ηθικές σταθερές (Foote & Ruona 2008: 293).

Η «καλή» επιχειρησιακή πρακτική έχει να κάνει με τη συνεργασία με άτομα από άλλες επιχειρήσεις, να είναι κανείς μέλος μιας εταιρίας για την οποία θα ναι περήφανος, να αντιμετωπίζει ακριβοδίκαια τους άλλους, όπως πελάτες ή εργαζόμενους, να δουλεύει σκληρά, να ελαχιστοποιεί κάθε αρνητική περιβαλλοντολογική ή κοινωνική συνέπεια της δραστηριότητας της επιχείρησης. Η κατανόηση της ηθικής της «καλής» επιχείρησης είναι παρόμοια με τον τρόπο

κατανόησης εννοιών όπως η κοινότητα ή ειρήνη, που ουσιαστικά κανένας δεν τις αντικρούει και όλοι τις θεωρούν εγγενώς θετικές και ωφέλιμες (Carr 2003).⁶⁰ Γι αυτό, κάποιιοι ερευνητές (Foote & Ruona 2008, Ardichvili et al. 2009) πιστεύουν ότι η ηθική συμπεριφορά θα πρέπει να θεσμοποιηθεί, να γίνει εμφανής δηλαδή στις καθημερινές πρακτικές και μέρος της οργανωσιακής κουλτούρας, αφού η επιχείρηση είναι προϊόν της κοινωνικής πραγματικότητας που κατασκευάζεται από την ανθρώπινη αλληλεπίδραση και συμβολικά και σχεσιακά συστήματα, κανόνες, ρουτίνες.

Σ' αυτή την προοπτική η επιχειρησιακή κοινωνική πρακτική δε διενεργείται μόνο από μεμονωμένα άτομα, αλλά οι ευθύνες και οι ρόλοι αντιμετωπίζονται με συνεργασιακό πνεύμα. Η καλή συνεργασία όλων των εργαζομένων συμβάλλει στην επίτευξη της κοινωνικής ευημερίας και η συνεργασία αυτή διευκολύνεται όταν στη δουλειά του διακρίνει κανείς και μια ηθική διάσταση, διότι επηρεάζει την ποιότητα των αγαθών και την παραγωγικότητα (Δραγώνα-Μονάχου 1995). Σύμφωνα με τον Robert Solomon (in Δραγώνα-Μονάχου 1995: 431) «μια εταιρική κουλτούρα είναι αχώριστο μέρος μιας ευρύτερης κουλτούρας, το πολύ μια υπο-κουλτούρα (ή μια υπο-υπο-κουλτούρα), ένα εξειδικευμένο οργανίδιο σ' ένα όργανο ή σ' ένα οργανισμό». Η επιχειρησιακή ηθική δεν πρέπει να είναι απομονωμένη από την κοινωνία και να μην ενδιαφέρεται ή να αποκλείει τις ηθικές αξίες. Εφαρμόζοντας την αριστοτελική προσέγγιση στην επιχείρηση ο Solomon (2004) παρατηρεί ότι οι διακρίσεις και οι αντιθέσεις μεταξύ εαυτού και κοινωνίας είναι ουσιαστικά αυτές που δημιουργούν το πρόβλημα. Κάνοντας μια διάκριση επιπέδων, υπογραμμίζει το λεγόμενο «μοριακό» επίπεδο (που βρίσκεται μεταξύ του «μίκρο-επιπέδου» και «μάκρο-επιπέδου»), που αφορά στην εταιρία και το κύριο ενδιαφέρον της επιχειρησιακής ηθικής επικεντρώνεται στις σχέσεις διευθυντών-υπαλλήλων, στο ρόλο της εταιρίας στην κοινωνία με ιδιαίτερη έμφαση στη συλλογική ευθύνη που εντάσσεται στην κοινωνική ευθύνη.

Τις τελευταίες δεκαετίες η ηθική στον χώρο εργασίας εξελίχθηκε από την προσδοκία να καθοδηγούν οι διευθυντές με βάση ηθικούς κώδικες συμπεριφοράς, μηχανισμούς καταγγελίας δυσλειτουργιών (*whistle-blowing mechanisms*) και μέτρα

⁶⁰ Βέβαια υπάρχει και μια «σκοτεινή» πλευρά αυτών των εννοιών. Η κοινότητα μπορεί να σημαίνει έλεγχο, η ειρήνη μπορεί να οδηγεί σε αντιμαχίες για τον έλεγχο της διαδικασίας και η «καλή» επιχειρησιακή ηθική μπορεί να ωφελήσει μια ομάδα σε βάρος μιας άλλης.

υπευθυνότητας βασισμένης στη συμμόρφωση (*compliance-based accountability measures*). Παρόλο που κάποιες πρωτοβουλίες ηθικής είναι καλύτερες από το να μην υπάρχει καμία, κάποιοι ερευνητές προωθούν την ιδέα ότι οι επιχειρήσεις θα έπρεπε να σκέπτονται πέρα από ηθική βασισμένη στη συμμόρφωση και να υιοθετούν μια στρατηγική που να εστιάζεται στη διατήρηση της ηθικής στην εταιρία με την ανάπτυξη μιας ηθικής και αξιακής κουλτούρας. Έτσι, βαθμιαία η ηθική άρχισε να αντιμετωπίζεται ως ένα αναπόσπαστο κομμάτι απαραίτητο για την οργανωσιακή επιτυχία, η οποία σχετίζεται με την οργανωσιακή στρατηγική, οικονομικά και νομικά ζητήματα, την παραγωγικότητα των εργαζομένων και τη φήμη ή την εικόνα της επιχείρησης.

Η ηθική σχετίζεται με την κουλτούρα, από τη στιγμή που η πρώτη εκφράζει κανόνες ή αρχές που πληροφορούν την συμπεριφορά στο πλαίσιο μια συγκεκριμένης κουλτούρας που εκδηλώνεται από μια συγκεκριμένη ομάδα ή οργανισμό. Η εταιρική κουλτούρα συχνά περιγράφεται ως μείζων καθοριστικός παράγοντας ηθικής ή ανήθικης συμπεριφοράς στις επιχειρήσεις. Ο Hartman επισήμανε ότι η εταιρική κουλτούρα είναι σημαντική στην επιχειρησιακή ηθική παρομοιάζοντάς την με όχημα μετάδοσης και διατήρησης των ηθικών αρχών και αξιών, του καλού και του κακού, που περιστοιχίζουν τη ζωή στον οργανισμό. Η πλειοψηφία όσων ερευνούν την επιχειρησιακή ηθική υποστηρίζει ότι η ηθική στην επιχείρηση δεν είναι μεμονωμένο αποτέλεσμα αρετής, αλλά μια λειτουργία προσωπικής αρετής σε συνάρτηση με πλαισιακούς παράγοντες (εσωτερικούς στον οργανισμό καθώς και εξωγενείς προερχόμενους από το εξωτερικό περιβάλλον) (Ardichvili & Jondle 2009: 226).

Η έννοια της επιχειρησιακής ηθικής κουλτούρας επικαλύπτεται και πρέπει να διαχωριστεί από την έννοια του ηθικού κλίματος. Το κλίμα εργασίας γενικά ασκεί ιδιαίτερη επίδραση στο πώς οι εργαζόμενοι συμπεριφέρονται στον οργανισμό, στις στάσεις τους και σε σημαντικά οργανωσιακά αποτελέσματα (Schminke et al. 2007). Για παράδειγμα, το εργασιακό κλίμα συνδέεται με την ικανοποίηση από την εργασία και τη δέσμευση των εργαζομένων σ' αυτή, με την συστηματική τους απουσία και αλλαγή εργασίας, την κλοπή, της αποδοτικότητα, την ικανοποίηση των πελατών και φυσικά την ηθική και την καλλιέργεια αλτρουιστικής συμπεριφοράς. Ο συντονισμός του οργανωσιακού κλίματος εργασίας με τις στρατηγικές μια εταιρίας προσφέρει ισχυρά μέσα για την επίτευξη συγκριτικού πλεονεκτήματος.

Όσον αφορά το ηθικό εργασιακό κλίμα, ορίζεται ως μια κοινή αντίληψη μεταξύ των μελών του οργανισμού που αφορά στα κριτήρια (όπως εγωισμός, αγαθοεργία και ηθικές αρχές) και στον στόχο εστίασης (όπως άτομο, ομάδα, κοινωνία) του ηθικού λόγου στο πλαίσιο του οργανισμού (Treviño et al. 2006: 966). Γενικότερα, είναι αυτό που προσδιορίζει τα ηθικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος εργασίας που άμεσα και έμμεσα επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο λαμβάνουν χώρα ή συμβαίνουν τα πράγματα μέσα σε μια επιχείρηση (Schminke et al. 2007). Συγκεκριμένα τα ηθικά εργασιακά κλίματα ενσωματώνουν τις καθιερωμένες ηθικές αξίες, κανόνες, στάσεις, συναισθήματα και συμπεριφορές των υπαλλήλων. Μάλιστα, είναι δυνατό να συνυπάρχουν διαφορετικά ηθικά κλίματα μέσα σε έναν οργανισμό, εφόσον μια ομάδα εργαζομένων (σε ένα τμήμα για παράδειγμα) δουλεύουν μαζί για κάποια χρονική περίοδο.

Αξίζει να σημειωθεί μια έρευνα που διεξήγαγαν οι Schminke et al. (2005) στην οποία μελέτησαν τον βαθμό σύνδεσης της ηθικής ανάπτυξης του διευθυντή, του ηθικού κλίματος και των στάσεων των εργαζομένων. Βρήκαν ότι οι διευθυντές που χρησιμοποιούν σε υψηλό βαθμό την ηθική δυνατότητα κρίσης ήταν πιο πιθανό να επηρεάσουν το ηθικό κλίμα στις ομάδες τους, ιδιαίτερα σε νεότερες επιχειρήσεις. Επιπροσθέτως, όπου η ηθική ανάπτυξη του διευθυντή συνέκλινε πιο πολύ με την αντίστοιχη των εργαζομένων, οι στάσεις των τελευταίων ήταν πιο θετικές (ικανοποίηση από την εργασία και δέσμευση στον οργανισμό).

Το ηθικό κλίμα θεωρείται υποσύνολο της ηθικής οργανωσιακής κουλτούρας (Ardichvili & Jondle 2009), το οποίο μπορεί να προαγάγει τον αλτρουισμό των εργαζομένων και να τον καθιερώσει ως κομμάτι της κουλτούρας αυτής. Αυτό είναι εφικτό, από τη στιγμή που οι διαδικασίες λήψης αποφάσεων σε ένα ηθικό κλίμα στο ευρύτερο πλαίσιο της ηθικής οργανωσιακής κουλτούρας σχεδιάζονται με σκοπό να λάβουν υπόψη τους και τις ηθικές προεκτάσεις των αποφάσεων της επιχείρησης αντί να ακολουθήσουν μόνο την ανάλυση κόστους-οφέλους.

Η ηθική επιχειρησιακή κουλτούρα σύμφωνα με τους Ardichvili & Jondle (2009) αναδύεται ως αποτέλεσμα αλληλεπίδρασης ατομικής ηθικής ανάπτυξης, παραγόντων που προκύπτουν από τις εκάστοτε επικρατούσες καταστάσεις (ακόμα κι αυτοί που διαμορφώνουν την τρέχουσα και ιστορική ανάπτυξη του συστήματος), εργαλείων και ποικίλων εταιρικών συμβαλλόμενων. Η ηθική σκέψη και συμπεριφορά μπορεί να

μαθευτεί και να εσωτερικευθεί ως αποτέλεσμα όλων αυτών των αλληλεπιδράσεων που επιδέχονται διάφορες ερμηνείες με βάση την εργασία (*work-based interpretive interactions*) και αυτή η διαδικασία μάθησης συνιστά ένα σημαντικό μέρος οργανωσιακής μάθησης. Για να αναπτύξει ένας οργανισμός μια ηθική κουλτούρα, σημαντικό ρόλο θα διαδραματίσει η Ανάπτυξη Ανθρωπίνων Πόρων σε κάποιες σχετικές δραστηριότητες που συμπεριλαμβάνουν: α) προσπάθειες αλλαγής της κουλτούρας, εστιασμένες στη δημιουργία συνθηκών που ευνοούν ηθικές συμπεριφορές, β) δημιουργία ενός δυναμικού προγράμματος ηθικής εκπαίδευσης για τους εργαζόμενους σε όλες τις βαθμίδες του οργανισμού και γ) ανάπτυξη αναβαθμισμένων και ενημερωμένων κωδίκων ηθικής (Ardichvili & Jondle 2009).

Όταν η ηθική και ο αλτρουισμός δεν επιβάλλονται στο άτομο, τότε δρα με τέτοιο τρόπο ακόμα και στην επιχείρηση χωρίς να αισθάνεται εξωγενή πίεση, καθώς τούτο του βγαίνει αβίαστα και χωρίς ιδιαίτερη σκέψη. Αυτό φαίνεται και μέσα από την αντιπαράθεση που έκαναν οι Schminke et al. (2007) σε δύο τύπους ηθικών προγραμμάτων: τα προγράμματα που βασίζονται σε τυπικούς κανόνες (*formal rule-based programs*) και εκείνα που βασίζονται λιγότερο σε επίσημες αξίες (*less formal values-based programs*). Τα πρώτα δεν είναι τόσο αποτελεσματικά όσο τα δεύτερα. Τα πρώτα επικεντρώνονται σε ζητήματα συμμόρφωσης, όπως να εμποδίζουν, να ανιχνεύουν και να τιμωρούν παραβιάσεις κανόνων, με αποτέλεσμα να υποκινούν τα άτομα να αποφεύγουν την τιμωρία. Αντίθετα, τα δεύτερα επιδιώκουν να δημιουργήσουν και να ορίσουν οργανωσιακές αξίες και να ενθαρρύνουν τους εργαζόμενους να δρουν με βάση την ηθική έχοντας επίγνωση των ηθικών ζητημάτων, χωρίς να αισθάνονται φόβο μήπως κάνουν κάτι λάθος. Με άλλα λόγια, σε οργανισμούς που ενσωματώνουν προγράμματα που βασίζονται λιγότερο σε τυπικές ή θεσμοθετημένες αξίες οι εργαζόμενοι δρουν ηθικά όχι διότι φοβούνται την τιμωρία, αλλά επειδή μοιράζονται τις ηθικές αξίες του οργανισμού και της ηγεσίας. Για να είναι όμως αποτελεσματικά αυτά τα προγράμματα καλό είναι κατά τους Schminke et al. (2007) να συνδυάζονται με συστήματα υπευθυνότητας που βασίζονται στη συμμόρφωση.

Στην επιχείρηση οι συγκρούσεις μεταξύ των κανόνων και του ατομικού συμφέροντος είναι πολύ πιο εύκολο να προκύψουν σε σχέση με άλλες καθημερινές δραστηριότητες. Μια τέτοια σύγκρουση αφορά στις ηθικές αξίες. Οι ικανότητες

για φιλία, στοργή, ευγνωμοσύνη, συμπάθεια και εμπιστοσύνη συγκροτούν το συναισθηματικό στερέωμα που καλλιεργεί την ομαδική συνεργασία. Εντούτοις, εκτός αν υπάρχει μια ικανότητα ανταπόδοσης, προερχόμενη από θυμό και δυσανασχέτηση στην περίπτωση της προδοσίας της εμπιστοσύνης, αυτά τα θετικά χαρακτηριστικά δεν θα είναι εξελικτικά σταθερά. Κάποιοι καιροσκόποι θα είναι σε θέση να εκμεταλλευτούν επιτυχώς την υπόλοιπη ομάδα και να πολλαπλασιαστούν συγκριτικά με τους άλλους. Γι αυτό η αμοιβαιότητα αποτελεί μέρος της ουσιώδους συνταγής της γενετικής επιτυχίας. Παρομοίως για την ισότιμη διανομή είναι απαραίτητα η ικανότητα ταυτοποίησης με άλλους και αντίληψης του πώς μια δεδομένη κατανομή φαίνεται από την οπτική τους γωνία, γεγονός που είναι αδύνατο χωρίς την ενσυναίσθηση. Οι κοινωνιολόγοι εξηγούν τις αξίες σε συνδυασμό με την φυσική επιλογή, τις οικολογικές συνθήκες και τη συμμετοχή του ατόμου σε διάφορες ομάδες και κοινωνικές κατηγορίες. Αυτές οι ποικίλες πηγές υποτίθεται ότι δημιουργούν μια ιεραρχία αξιών. Στη βάση, η φυσική επιλογή παράγει αξίες ουσιώδεις για την αναπαραγωγή και την επιβίωση (π.χ. η διασφάλιση τροφής και στέγης) (Simpson 2007).

Οι ηθικές αξίες της αξιοπρέπειας και του σεβασμού είναι κρίσιμες για την ευημερία των ανθρώπων, και οι εργαζόμενοι που δεν χαίρουν σεβασμού μπορεί να νοιάζονται γι αυτό περισσότερο από όσο τους ενδιαφέρουν τα χρήματα. Ένα παράδειγμα σεβασμού της αξιοπρέπειας των εργαζομένων είναι η αποφυγή παράνομης κατάχρησης εξουσίας από τη διοίκηση. Η ιδέα της ανθρώπινης αξιοπρέπειας έχει δύο συστατικά στοιχεία: την πεποίθηση ότι το άτομα διακρίνονται από μοναδική σπουδαιότητα και απόλυτη ή τουλάχιστον ιδιαίτερη αξία και την ηθική αρχή που προέρχεται από την πεποίθηση ότι αυτές οι ποιότητες θα έπρεπε να ενημερώνουν πώς η κοινωνία και τα άλλα άτομα αλληλεπιδρούν με αυτές (Green 2007).

Μπορεί να ελπίζει κανείς ότι η αξιοπρέπεια στο χώρο εργασίας θα ήταν σημαντική για τον αυτό-σεβασμό κάθε επιχείρησης, παρόλο που εκφράζεται κυρίως στα λόγια. Η φύση των οικονομικών επιχειρήσεων, που λειτουργούν σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον, στην πράξη θέτει σε κίνδυνο την ασφάλειά της. Οι άνθρωποι χρειάζονται την αξιοπρέπεια, αλλά έχουν ανάγκη από πολλά άλλα, όπως ένα αξιοπρεπές επίπεδο διαβίωσης, ασφάλεια, ευκαιρίες ανάπτυξης και χρήσης των

ικανοτήτων τους, ευχαρίστηση και φιλίες, κάποια εκ των οποίων τα βρίσκουν και στο εργασιακό τους περιβάλλον. Με βάση την έρευνά του για το σεβασμό και την ικανοποίηση από την εργασία, ο Hodson (2002) προτείνει ότι η διευθυντική συμπεριφορά που υποστηρίζει την αξιοπρέπεια των εργαζομένων ενθαρρύνει αφενός το νόημα και την ικανοποίηση στην εργασία και αφετέρου μειώνει την έριδα. Η αξιοπρέπεια κινδυνεύει στα περιβάλλοντα εργασίας, γιατί στο πλαίσιο τους επικρατεί κατά κύριο λόγο η ιδιοτελής συμπεριφορά, αλλά παράλληλα ακόμα και μέσα σ' αυτό πλαίσιο, υπάρχουν πιθανότητες για σεβασμό και ωφέλεια στους άλλους και επομένως τόσο το άτομο όσο και η εταιρία έχουν όφελος να τη στηρίξουν (Sayer 2007: 578).

Όπως υποστηρίξαμε ο αλτρουισμός προσεγγίζεται μέσα από τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής που εξηγείται ως μια προτίμηση στο πλαίσιο της συνάρτησης ωφελιμότητας του ατόμου και αναλύσαμε διεξοδικά την εξάρτηση του αλτρουιστικού κινήτρου από διάφορα κίνητρα, όπως αμοιβαιότητα, συναισθήματα, κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς και ηθικές αξίες. Ο άνθρωπος έχει από τη φύση του τη δυνατότητα να αναπτύξει διαφορετικά κίνητρα που υποβοηθούνται από την λεπτομερή εξέταση του εαυτού του και την ελευθερία, τα οποία του επιτρέπουν να κάνει ένα βήμα πίσω, να αποτιμήσει και να επιλέξει μεταξύ των ποικίλων προτιμήσεών του, συμπεριλαμβανομένων και των προτιμήσεων των άλλων. Η διαίσθηση και διάφορα πειράματα που διεξάγονται σε εργαστήρια δείχνουν ότι η ευχαρίστηση, τα συναισθήματα, το καθήκον και η αριστεία δεν είναι αγαθά που από τη φύση τους μπορούν να ανταλλαχθούν όπως τα αυτοκίνητα, τα φρούτα ή το σινεμά (Rocha & Miles 2009). Αν και σε πρώτη φάση φαίνονται ως μη μετρήσιμα και ανεκτίμητα, σίγουρα υπάρχει μια τιμή, υποκειμενική για κάθε άτομο, που τα αξιολογεί ως τέτοια.

Ειδικότερα, στο πλαίσιο της αγοράς η ορθολογική επιλογή συνιστά το αρτιότερο εργαλείο εξήγησης των συμπεριφορών των ποικίλων οικονομικών μονάδων. Ακόμα και η συμπεριφορά η μη εργαλειακή ή αυτή που απευθύνεται στους άλλους μπορεί να αναπαρασταθεί ως μια προσπάθεια μεγιστοποίησης της ωφέλειας (Lovett 2006). Κάποιοι υποστηρικτές της ορθολογικής προσέγγισης δεν ενδιαφέρονται αν οι υποθέσεις της ορθολογικότητας ταιριάζουν απόλυτα με την ανθρώπινη συμπεριφορά, αλλά το σημαντικότερο στοιχείο είναι η δύναμή της να κάνει προβλέψεις. Γενικότερα, θεωρούν ότι η πραγματική συμπεριφορά δεν

χρειάζεται να συμπίπτει με τα αξιώματα της ορθολογικής επιλογής, αρκεί να καταλήγει σε παρόμοια αποτελέσματα με εκείνα που θα πετύχαινε αν όντως συνέπιπτε (Simpson 2007).

Ο ωφελιμισμός επιτρέπει τα άτομα να διακρίνονται από ηθικές προτιμήσεις και να δρουν για να ωφελήσουν κάποιον άλλον, όταν η πράξη προς τους άλλους παράγει ένα καθαρό όφελος για το άτομο. Όπως όμως το άτομο έτσι και η επιχείρηση δεν μεγιστοποιεί μόνο χρήμα, αλλά στη συνάρτηση ωφελιμότητάς της μπορεί να συμπεριληφθεί μέχρι και ο αλτρουισμός ως προτίμηση στη βάση της θεωρίας της ορθολογικής επιλογής. Βέβαια πολύ περισσότερο στην επιχείρηση από ό,τι στο άτομο, η αλτρουιστική συμπεριφορά δεν είναι δυνατό να υπάρξει ως ανεξάρτητη από το οικονομικό κίνητρο, όμως προσφέρει **μακροπρόθεσμες ωφέλειες** συχνά για την επιχείρηση εφόσον πάντα λαμβάνεται υπόψη το χρηματικό κέρδος, διαφορετικά αυτή δεν θα επιβιώσει, θα χρεοκοπήσει και θα εξέλθει από την αγορά. Στην επιχείρηση, ως δρων υποκείμενο, εφαρμόζεται η θεωρία παιγνίων με ιδιαίτερη προσοχή να δίνεται στις ορθολογικές προσδοκίες των παικτών (όλων των επιχειρήσεων), όλοι οι παίκτες είναι ορθολογικοί και σκέφτονται λογικά ο ένας για τον άλλον.

Όπως υποστηρίξαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, ο αλτρουισμός είναι δυνατόν να υποκινείται από ηθικά κίνητρα. Οι ηθικές αρχές και αξίες συνιστούν υποκειμενική και προσωπική επιλογή του κάθε ατόμου και δύνανται να οδηγήσουν σε ισχυρότερη αλτρουιστική συμπεριφορά. Σε μία επιχείρηση οι ηθικές αξίες, που δε συμπίπτουν ούτε εφαρμόζονται από όλους, όταν τηρούνται (για παράδειγμα ισχύει δικαιοσύνη, ειλικρίνεια, σεβασμός), τότε διευκολύνουν τη συνεργασία, αλληλεγγύη και εμπιστοσύνη μεταξύ των εργαζομένων και εν μέρει συνδράμουν στη βελτίωση της απόδοσής της. Οι συγκρούσεις συμφερόντων αλλά και τα πιθανά οικονομικά κέρδη στο εργασιακό περιβάλλον εντούτοις μπορεί να αναγκάσουν τα άτομα να αποκλίνουν από μια ηθική στάση και να επιλέξουν μυωπικά το ατομικό τους συμφέρον. Όταν μια επιχείρηση τηρεί το νομικό πλαίσιο της κοινωνίας, όπου ανήκει, και η ίδια ως λήπτης αποφάσεων συμπεριφέρεται ηθικά τόσο σε εσωτερικό όσο και σε εξωτερικό επίπεδο, τότε δίνει κίνητρα στους υπαλλήλους της να δρουν και οι ίδιοι ηθικά αλλά και αλτρουιστικά. Βέβαια, όπως και το άτομο έτσι και η επιχείρηση δεν χρειάζεται να είναι αλτρουιστική για να είναι ηθική, αλλά συμβαίνει μάλλον το αντίστροφο. Η επιχειρησιακή ηθική δημιουργεί τις προϋποθέσεις για αλτρουιστική συμπεριφορά,

ακόμα κι αν δεν είναι αυτός ο στόχος. **Ο αλτρουισμός είναι συνέπεια παρά ηθικός σκοπός.**

Εφόσον στο πλαίσιο της ορθολογικής επιλογής εντάσσονται και ηθικές προτιμήσεις, δεν είναι ανάγκη να επιβληθεί ένα πλαίσιο ηθικών κανόνων συμπεριφοράς εντός της επιχείρησης. Βέβαια, υπεύθυνη μονάδα λήψης αποφάσεων για την απόδοση της εταιρίας είναι ο διευθυντής. Η ηθικότητα λοιπόν έχει μεγαλύτερη σημασία και αποτελεσματικότητα, όταν εκδηλώνεται από αυτόν γιατί έτσι ενσωματώνεται ως συστατικό στοιχείο των εταιρικών αποφάσεων, ενώ παράλληλα επηρεάζει θετικά και τις εσωτερικές σχέσεις των εργαζομένων.

Ακόμα λοιπόν κι αν ο διευθυντής επιλέγει τον αλτρουισμό στο πλαίσιο μιας στρατηγικής κίνησης, με στόχο να επηρεάσει τη συμπεριφορά των εταιρικών συμβαλλομένων προκειμένου αυτή να εξυπηρετεί τα συμφέροντα της επιχείρησης, εντούτοις απαραίτητο στοιχείο για την επιτυχία της κίνησης αυτής είναι η αξιοπιστία της (Dixit & Nalebuff 2002). Η τελευταία απαιτεί δέσμευση στη στρατηγική κίνηση και η δέσμευση προκύπτει αβίαστα όταν προέρχεται από ηθικές αξίες περί σεβασμού και ισότιμης μεταχείρισης των συνανθρώπων και του περιβάλλοντος (κοινωνικού και φυσικού).

Όταν μια επιχείρηση φέρει μια αλτρουιστική προτίμηση, τότε εκδηλώνει έμπρακτα ένα ενδιαφέρον για την κοινωνία και τους εργαζομένους της, αποφεύγοντας για παράδειγμα τις καταχρήσεις παιδικής εργασίας, περιβάλλοντα με δυσμενείς συνθήκες εργασίας (*sweat shops*) και μη αναγκάζοντας τους υπαλλήλους της να εργάζονται πέραν του υποχρεωτικού ή συμφωνηθέντος ωραρίου τους δίχως να τους καταβάλλεται η αντίστοιχη υπερωριακή αμοιβή. Καμία υπεύθυνη κοινωνία δεν ανέχεται τέτοιου είδους συνθήκες ακόμα κι αν αυτές είναι αποτέλεσμα εθελοντικών και πληροφορημένων συναλλαγών. Όσο πιο συχνά εκδηλώνεται η αλτρουιστική συμπεριφορά σε μια κοινωνία τόσο μειώνεται η αναγκαιότητα της κρατικής παρέμβασης, τόσο αυξάνεται η προσωπική ελευθερία του καθενός καθώς και η πιθανότητα της οικονομικής προόδου, αν οι πόροι χρησιμοποιηθούν σε πιο εποικοδομητικές δραστηριότητες (Haines 2007).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η εξηγητική εμβέλεια του αλτρουισμού μπορεί να προέλθει μέσα από τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής σε συνάρτηση πάντα με το ατομικό συμφέρον (*self-interest*). Για την αρτιότερη κατανόηση του κοινωνικού φαινομένου του αλτρουισμού είναι απαραίτητη η διάκριση της αλτρουιστικής συμπεριφοράς σε *κίνητρα* και *πράξη*. Το αλτρουιστικό κίνητρο, που ορίζεται ως η επιθυμία ενός ατόμου για την προώθηση της ευημερίας των άλλων (υλικής ή κοινωνικής) με προσωπικό κόστος, δεν είναι αυτόνομο, αλλά ετεροκαθοριζόμενο. Τα κίνητρα επομένως που διαμορφώνουν ένα αλτρουιστικό ενδιαφέρον είναι τα εξής: το προσωπικό συμφέρον, η αμοιβαιότητα (με κριτήριο την ακριβοδικία που οδηγεί στη λεγόμενη αλτρουιστική τιμωρία), κάποια φιλοκοινωνικά συναισθήματα, όπως η ενσυναίσθηση ή η συμπάθεια, άλλες φιλοκοινωνικές διαδικασίες, όπως η αποστροφή προς την ανισότητα ή η άνιση κατανομή των πόρων, οι κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς και οι ηθικές αξίες. Μάλιστα, οι τελευταίες συνιστούν το πιο ισχυρό κίνητρο για την εκδήλωση αλτρουιστικής πράξης. Τα εν λόγω κίνητρα, που έχουν εσωτερικευθεί και διαμορφωθεί με βάση τις πεποιθήσεις και το κοινωνικό και θεσμικό περιβάλλον του ατόμου, το οποίο θέτει περιορισμούς όσον αφορά την ανθρώπινη δράση, έχουν ηδονιστική βάση, όπως προκύπτει μέσα από τις νευροαπεικονιστικές μελέτες. Δεν υπάρχει μια περιοχή στον εγκέφαλο που να ενεργοποιεί γνήσια αλτρουιστική συμπεριφορά, αλλά διάφορα συναισθήματα ευχαρίστησης ή αποστροφής που με τη σειρά τους οδηγούν στην εκδήλωση μιας συμπεριφοράς με προσωπικό κόστος ή όφελος. Γι αυτό το λόγο σε επίπεδο κινήτρου, μιλάμε για «**ψευδοαλτρουισμό**». Το αλτρουιστικό κίνητρο είναι πάντοτε εξαρτημένο (*conditional*) και συνεπώς ετεροκαθοριζόμενο.

Σε επίπεδο πράξης, ωστόσο, μπορούμε να μιλάμε για αλτρουιστική συμπεριφορά. Το ότι το κίνητρο δεν είναι αμιγώς αλτρουιστικό δε συνεπάγεται ότι δεν υπάρχει αλτρουισμός ούτε ότι αυτή η συμπεριφορά είναι συγκαλυμμένο ατομικό συμφέρον. Το νευρολογικό έρεισμα του αλτρουιστικού κινήτρου μπορεί μεν να είναι εγωιστικό, η επιθυμία ή η προτίμηση ωστόσο, και το ενδιαφέρον για την προώθηση της ευημερίας του άλλου ακόμα και με προσωπικό κόστος, εκδηλώνεται και στην πράξη, καθιστώντας την τελευταία αλτρουιστική. Εφόσον διαμορφωθεί και τεκμηριωθεί το αλτρουιστικό κίνητρο, τότε αυτό με τη σειρά του συγκροτεί μια

προτίμηση για τον αλτρουισμό, η οποία εντάσσεται στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητας του ατόμου μαζί με τις υπόλοιπες προτιμήσεις. Αποτελώντας μια προτίμηση λοιπόν ο αλτρουισμός επιλέγεται *ex ante* συνειδητά ως συμπεριφορά με προσωπικό κόστος για χάρη κάποιου άλλου και συνιστά ένα οικονομικό αγαθό.

Όταν τα εσωτερικά κίνητρα, που έχουν μια αξία *per se*, ενεργοποιούν μια αλτρουιστική συμπεριφορά, τότε ο αλτρουισμός αυτός είναι πιο ισχυρός. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι η ωφέλεια που λαμβάνει ο άλλος είναι μεγαλύτερη, ενώ παράλληλα η αλτρουιστική πράξη δίνει ένα θετικό σήμα στους άλλους και ενισχύει την εμπιστοσύνη και την αξιοπιστία στις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, με αποτέλεσμα να μειώνει διάφορα κόστη (συναλλαγής, πληροφόρησης). Όσο πιο ισχυρός είναι ο αλτρουισμός, το άτομο δρα μη πατερναλιστικά και γενικότερα έχει θετικές συνέπειες στις κοινωνικές διαδράσεις. Οι κοινωνικές προτιμήσεις του ατόμου, δηλαδή οι ατομικές προτιμήσεις για τις κοινωνικές καταστάσεις, προέρχονται από μη πατερναλιστικό αλτρουισμό (Hori 2008). Ο τελευταίος, που είναι ουσιαστικά το θετικό ενδιαφέρον προς τους άλλους το οποίο σέβεται τις προτιμήσεις τους, αποτελεί την κινητήρια δύναμη των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων. Ο αλτρουισμός στη μη πατερναλιστική του μορφή αναπαρίσταται έτσι ώστε η συνολική ωφέλεια του ατόμου να εξαρτάται θετικά από την προσωπική του ευτυχία, που πηγάζει από την προσωπική του στάση σε μια δεδομένη κοινωνική κατάσταση, καθώς και από τις συνολικές ωφέλειες των άλλων.

Το χρήμα, που έχει το ρόλο του εξωτερικού κινήτρου, είναι αυτό που παρέχει μια ποσοτική μέτρηση του αλτρουισμού. Τα χρηματικά κίνητρα συμβάλλουν στην αξιολόγηση μιας αλτρουιστικής συμπεριφοράς, όπως προκύπτει μέσα από το φαινόμενο της αποθάρρυνσης του εσωτερικού κινήτρου από εξωτερικά. Όταν δεν προσφέρονται χρηματικά κίνητρα το άτομο καταβάλλει μεγαλύτερη προσπάθεια όταν δρα δημόσια παρά ιδιωτικά. Όταν πάλι προσφέρονται μεγάλα χρηματικά ποσά, η αποθάρρυνση του εσωτερικού κινήτρου αποτρέπεται και το άτομο είναι πρόθυμο να κάνει πράξεις που είναι δυνατό να το αξιολογήσουν αρνητικά (π.χ. πώληση νεφρού). Με παρόμοιο τρόπο συμβάλλει και το κίνητρο της εικόνας. Αν η αξία της εικόνας που βγάζει το άτομο προς το περιβάλλον από μια φιλοκοινωνική δραστηριότητα είναι θετική (π.χ. αλτρουιστής), όσοι περισσότεροι παρατηρούν τη συμπεριφορά του, τόσο αυξάνεται η αξία της εικόνας του και συνεπώς το άτομο καταβάλλει μεγαλύτερη προσπάθεια.

Είναι γεγονός ότι η σηματοδότηση της αλτρουιστικής εικόνας ενός ατόμου έχει θετικές συνέπειες για το ίδιο και για τους άλλους. Γι αυτό το λόγο μπορεί να έχει επιλεγεί και εξελικτικά. Τα γονίδια και η κουλτούρα συνιστούν δύο συστήματα κληρονομικότητας που καταλαμβάνουν το ίδιο φυσικό σώμα. Η κουλτούρα μπορεί να δημιουργήσει πολύπλοκες και ραγδαίες προσαρμογές συγκριτικά με τα γονίδια. Καθώς οι κληρονομικές προσαρμογές έγιναν σημαντικές, πολλά μπορούσαν να κερδηθούν από τη μίμηση μιας φαινομενικά επιτυχημένης ιδέας ή πρακτικής. Αν οι άνθρωποι μπορούν να κρίνουν τι είναι επιτυχές, ή ποιος είναι επιτυχημένος, νέα προσαρμοστική ποικιλία μπορεί ραγδαία να διαδοθεί και να επεκταθεί μέσα σε έναν πληθυσμό και καμιά φορά και στο πλαίσιο μια γενιάς (Richerson et al. 2010). Με αυτό τον τρόπο επεκτείνεται και ο αλτρουισμός μέσα στις διάφορες κοινωνικές ομάδες.

Μπορεί να επικρατεί η αντίληψη ότι κάποιες αξίες και αγαθά δεν ανταλλάσσονται και είναι ανεκτίμητα, δεν πρέπει να ξεχνάμε όμως ότι υπάρχει μια υποκειμενική τιμή που καθορίζει από ποιο ποσό και πάνω κάποια αγαθά είναι ανεκτίμητης αξίας. Το χρήμα είναι πάντοτε το μέσο και όχι ο σκοπός. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν που η αποθάρρυνση του εσωτερικού κινήτρου από εξωτερικά παρατηρείται κατά κύριο λόγο για μικρά χρηματικά ποσά. Για ένα μεγάλο χρηματικό ποσό το άτομο μπορεί να αναθεωρήσει την άποψή του. Το ίδιο συμβαίνει και στο *ultimatum game*, όπου τα άτομα απορρίπτουν πάντα μικρά ποσά.

Καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως **η σχέση χρήματος και αλτρουισμού είναι αρνητική**. Όσο μεγαλύτερο είναι το χρηματικό ποσό που μπορεί να αποκομίσει το άτομο, τόσο μειώνεται η πιθανότητα να υιοθετήσει μια αλτρουιστική συμπεριφορά. Από την άλλη πλευρά, όσο μικρότερο είναι το εν λόγω ποσό, τόσο αυξάνεται η πιθανότητα εκδήλωσης της αλτρουιστικής συμπεριφοράς. Ως εκ τούτου, θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι η ‘ζήτηση’ για την εκδήλωση αλτρουιστικής συμπεριφοράς ανεβαίνει όταν πέφτει η τιμή του, όταν δηλαδή η αλτρουιστική πράξη δεν έχει σημαντικό οικονομικό κόστος για το άτομο. Φαίνεται λοιπόν ότι ο αλτρουισμός αποτελεί κατά κάποιο τρόπο ένα **αγαθό πολυτελείας**, το οποίο αφενός αποκτά αξία για όλους όταν συνεπάγεται ένα μεγαλύτερο κόστος και αφετέρου δεν παρατηρείται συχνά στην πράξη ακριβώς λόγω του αυξημένου κόστους του για το άτομο.

Η εξάρτηση του αλτρουιστικού κινήτρου από άλλες μεταβλητές, όπως ακριβοδικία, εμπιστοσύνη, κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς, αποστροφή προς την ανισότητα, είναι εμφανέστερη σε ανταγωνιστικά περιβάλλοντα. Οι προτιμήσεις ενός ατόμου για αλτρουισμό είναι λιγότερο σχετικές όσον αφορά ένα μη ανταγωνιστικό πλαίσιο, σε αντίθεση με ένα ανταγωνιστικό, όπου το άτομο πρέπει να λάβει υπόψη του τις κρίσεις των συμπαίκτών του και να δράσει στρατηγικά (Bartolomeo & Papa 2011). Άρα, όσο πιο ανταγωνιστικό είναι ένα περιβάλλον, όπως η επιχείρηση, τόσο πιο στρατηγικός εμφανίζεται ο αλτρουισμός. Ενώ δηλαδή στο άτομο τα ενδογενή κίνητρα μπορούν να οδηγήσουν σε μια αλτρουιστική προτίμηση περισσότερο από τα εξωτερικά, στην επιχείρηση ο αλτρουισμός επιλέγεται κατά κύριο λόγο με βάση τα εξωτερικά κίνητρα και δευτερευόντως με τα εσωτερικά. Η επιλογή αυτή γίνεται υπό προϋποθέσεις, όχι άνευ όρων, και με πιο στρατηγικό τρόπο συγκριτικά με το άτομο.

Η βασικότερη προϋπόθεση είναι η κερδοφορία της επιχείρησης, που συνδέεται με την επιβίωσή της και την ανταγωνιστικότητά της εντός της αγοράς. Για τα κέρδη, τη θέση και την εικόνα μιας εταιρίας στην αγορά εργασίας υπεύθυνα είναι τα διοικητικά της στελέχη, τα οποία είναι οι βασικοί λήπτες αποφάσεων. Εξ ορισμού το άτομο, όποια θέση κι αν κατέχει σε μια εταιρία, δεσμεύεται και περιορίζεται από κάποιους κανονισμούς και δε δρα τόσο ελεύθερα όσο στην καθημερινότητά του. Ο διευθυντής ως υπεύθυνη μονάδα λήψης αποφάσεων δεν είναι κατ' ανάγκη αμοραλιστής που εστιάζεται αποκλειστικά και μυωπικά στον οικονομικό υπολογισμό κόστους-οφέλους. Είναι δυνατό να διακρίνεται και από αλτρουιστική προτίμηση, που μπορεί να οφείλεται σε συγκαλυμμένο ατομικό συμφέρον είτε σε ηθική θεώρηση περί ισότιμης και αμερόληπτης μεταχείρισης των συναθρώπων και σεβασμού προς αυτούς και το περιβάλλον. Στην πράξη η εν λόγω προτίμηση είναι δυνατόν να εκδηλώνεται όχι μόνο εκτός της επιχείρησης με σκοπό την κοινωνική ωφέλεια, αλλά και εντός προς τους υπαλλήλους της ενώ παράλληλα παρατηρείται και στις σχέσεις μεταξύ των εργαζομένων.

Μια έκφραση αλτρουισμού προς την κοινωνία είναι η εταιρική φιλανθρωπία. Η επισκόπηση της βιβλιογραφίας που διεξήγαμε έδειξε ότι ο αλτρουισμός με τη μορφή της εταιρικής φιλανθρωπίας λαμβάνει χώρα ορθολογικά και στρατηγικά και παίρνει τη μορφή επένδυσης οικονομικής στήριξης μιας δραστηριότητας. Παρόλα ταύτα, υποστηρίζουμε ότι ακόμα κι αν η επιχείρηση επιδιώκει έμμεσα και δικά της οφέλη, από τη στιγμή που προσφέρει χωρίς κανέναν εξωτερικό καταναγκασμό ένα

χρηματικό ποσό από τα κέρδη της το αποτέλεσμα δεν παύει να είναι αλτρουιστικό. Εξάλλου το ότι είναι πολύ πιθανό παράλληλα να αποσκοπεί και στη βελτίωση της εικόνας της ή στην αύξηση των κερδών της, δεν είναι απολύτως βέβαιο ότι αναγκαστικά θα πετύχει αυτό το στόχο. Το μόνο σίγουρο είναι ότι θα συμβάλει στο κοινωνικό αγαθό.

Βέβαια, για την απόδοση ενός ατόμου στην εργασία του σαφώς παράλληλα με το χρήμα παίζουν ρόλο και άλλα κίνητρα, και εσωτερικά και εξωτερικά. Ιδιαίτερα τα ενδογενή, φαίνεται να διευκολύνουν τις εσωτερικές σχέσεις μεταξύ των εργαζομένων στην επιχείρηση και συμβάλλουν στην καλύτερη επίδοσή τους, αλλά είναι πάντοτε εξαρτημένα από τα εξωτερικά. Οι άνθρωποι αναπτύσσουν συναισθήματα αρέσκειας για τους συνεργάτες τους, τα οποία στην πράξη συνδέονται με την αλτρουιστική συμπεριφορά που μπορούν να επιδείξουν. Όταν κάποιος έχει αλτρουιστική στάση απέναντι σε κάποιον άλλον, χαίρεται με τη συντροφιά του άλλου και αυτή η σχέση του δίνει την ευκαιρία να είναι ο ίδιος καλός και να έχει όφελος από τη χαρά που αναπτύσσεται. Με τον αλτρουισμό το άτομο έχει τη δυνατότητα να δράσει έτσι, ώστε να μεγιστοποιήσει τόσο τη δική του ωφέλεια όσο και των άλλων.

Η ορθολογική επιλογή του αλτρουισμού από την πλευρά της επιχείρησης αποβαίνει εν τέλει ωφέλιμη για την ίδια σε εσωτερικό και εξωτερικό επίπεδο. Ως μέρος του ανθρώπινου κεφαλαίου (καταβολή μεγαλύτερης προσπάθειας, παροχή βοήθειας στους συναδέλφους, επένδυση περισσότερου χρόνου και διοχέτευση πληροφορίας στους οργανωσιακούς συμβαλλομένους καθώς και εθελοντισμός) ενισχύει το κοινωνικό κεφάλαιο. Ο αλτρουισμός συμβάλλει καθοριστικά στη δημόσια εικόνα και φήμη της επιχείρησης, προωθώντας την προτίμηση των καταναλωτών προς αυτή, και κατ' επέκταση στην άνοδο των κερδών της. Σε εσωτερικό επίπεδο συσφίγγει τους δεσμούς μεταξύ του εργαζομένων κάθε ιεραρχίας, διευκολύνει και προωθεί την εσωτερική συνεργασία και η απόδοση της επιχείρησης βελτιώνεται, με αποτέλεσμα η εταιρία να καθίσταται πιο ανταγωνιστική.

Με βάση τις ηθικές αξίες τα επίπεδα του αλτρουισμού είναι ακόμα πιο ισχυρά, γιατί αυτές ενισχύουν τη δέσμευση του ατόμου να πράξει με έναν συγκεκριμένο συνεπή τρόπο στην καθημερινότητά του και του δίνουν την αίσθηση μιας πιο εξανθρωπισμένης διαβίωσης. Οι ηθικές αξίες, όταν εφαρμόζονται στην επιχείρηση δίνουν ώθηση για μεγαλύτερο σεβασμό προς το άτομο, για ανάπτυξη των ταλέντων του και την καλύτερη αξιοποίησή του, για αίσθημα δικαιοσύνης, για διαφάνεια, για

προσοχή σε όλους τους επιχειρησιακούς εταίρους και όχι μόνο έμφαση στο κέρδος της επιχείρησης, για αντιμετώπιση της επιχείρησης ως κοινωνική και ηθική οντότητα, πέρα από τον οικονομικό της χαρακτήρα.

Ο αλτρουισμός επομένως μπορεί να εκδηλωθεί σε μια επιχείρηση ορθολογικά ως μια προτίμηση (ορμώμενη από διαφορετικά κίνητρα) που ενώ βραχυπρόθεσμα θα επιφέρει κόστος, μακροπρόθεσμα θα οδηγήσει σε θετικά αποτελέσματα, οικονομικά, κοινωνικά, συναισθηματικά, σε εξωτερικό και σε εσωτερικό επίπεδο. Για να υπάρξει όμως η αλτρουιστική συμπεριφορά, σημαντική προϋπόθεση είναι η κοινωνία να είναι αναπτυγμένη. Όπως έδειξαν τα πειράματα σε ιθαγενείς στο πρώτο κεφάλαιο, σε πιο πρωτόγονες κοινωνίες η εγωιστική συμπεριφορά εκδηλώνεται πιο έντονα από ό,τι στις σύγχρονες αναπτυγμένες. Παρομοίως, είδαμε ότι η τάση για δωρεά είναι εμφανέστερη σε άτομα υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου, υψηλότερης ευφυΐας και γενικότερα γνωστικής ικανότητας,⁶¹ σε εργαζόμενους παρά σε άνεργους, που αποτελούν συστατικά στοιχεία μιας αναπτυγμένης κοινωνίας. Για να έχει ο άνθρωπος κίνητρα να δράσει αλτρουιστικά, πρέπει να έχει λύσει τα προβλήματα επιβίωσης και να ζει σε μια κοινωνία που καλλιεργεί αυτή τη συμπεριφορά.

Οι άνθρωποι είναι πιο εύκολο να δράσουν αλτρουιστικά όταν έχουν την οικονομική δυνατότητα να το κάνουν. Όταν έχουν λύσει το ζήτημα της επιβίωσης και περισσεύει μέρος του εισοδήματός τους, τότε είναι πιο πιθανό να σκεφτούν και να πράξουν με τρόπο που να τους επιφέρει προσωπικό κόστος (υλικό, κοινωνικό). Γι αυτό κάποιος θα ανέμενε να προσφέρονται συνολικά υψηλότερα χρηματικά ποσά σε φιλανθρωπίες σε πλουσιότερες χώρες παρά σε φτωχότερες, ή να δίνονται περισσότερα χρήματα εντός των μελών μιας πλούσιας οικογένειας παρά μιας φτωχής. Ο αλτρουισμός αναδύεται όταν το άτομο έχει την **πολυτέλεια** να επιλέξει μια ανιδιοτελή πράξη και το ίδιο κερδίζει μια εσωτερική ευχαρίστηση. Αυτό έχει αποδειχθεί και πειραματικά μέσα από τα παίγνια του δικτάτορα. Αν στο τελευταίο μια αύξηση από την αρχή στο ποσό του παραλήπτη συνοδεύεται από μια αύξηση στο ποσό του δικτάτορα, τότε αυξάνεται και η οικονομική προσφορά (Chowdhury & Jeon 2012). Από την άλλη πλευρά, μια αύξηση στο ποσό του παραλήπτη επιφέρει μια αρνητική επίδραση στο ποσό που θα προσφέρει τελικά ο δικτάτορας (Brañas-Garza 2006, Korenok et al. 2012, Engel 2010).

⁶¹ Τα άτομα που σημειώνουν μεγαλύτερους βαθμούς σε δοκιμασίες σχετικές με τη γλώσσα, δωρίζουν περισσότερο.

Όσον αφορά την επιχείρηση, σύμφωνα με έρευνα των Koppel και Regner (2011) οι εργαζόμενοι κατά μέσο όρο αντιδρούν θετικά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και μάλιστα όσο πιο υψηλά είναι τα επίπεδα της ΕΚΕ τόσο περισσότερο τα ανταποδίδουν. Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, οι άνθρωποι υπακούουν στους κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς εθελοντικά γιατί οι προσωπικοί τους στόχοι ταυτίζονται με την συμπεριφορά που υπαγορεύεται κανονιστικά. Η υιοθέτηση επομένως από την εταιρία ενός προγράμματος ΕΚΕ και εταιρικής φιλανθρωπίας κατ' επέκταση μπορεί να λάβει χώρα ορθολογικά και στρατηγικά. Μπορεί με αυτό τον τρόπο να σηματοδοτήσει μια καλύτερη εικόνα και ένα πιο εξευγενισμένο και εξανθρωπισμένο περιβάλλον εργασίας, με αποτέλεσμα να έχει όφελος μακροπρόθεσμα τόσο σε εξωτερικό επίπεδο (στην κοινωνία και στο περιβάλλον) όσο και σε εσωτερικό (εργαζόμενοι). Εξάλλου απαραίτητη προϋπόθεση για σοβαρό τμήμα ΕΚΕ σε μια επιχείρηση είναι το οικονομικό μέγεθος της τελευταίας. Αν η ίδια δεν έχει σημαντικά κέρδη τότε δεν θα είναι σε θέση να στηρίξει ένα τέτοιο πρόγραμμα. Επιπροσθέτως, οι εταιρίες που απαρτίζονται από ισχυρά διοικητικά συμβούλια είναι πιο πιθανό να δίνουν προσοχή σε ποικίλους επιχειρησιακούς εταίρους. Τα χαρακτηριστικά των κοινωνικά υπεύθυνων συμβουλίων μπορεί να συμβάλλουν σε μεγαλύτερο ενδιαφέρον των δυνάμει επενδυτών, καθόσον φαίνεται ότι τα ισχυρότερα συμβούλια δίνουν έμφαση στην μεγιστοποίηση της ωφέλειας των επιχειρησιακών εταίρων παρά σε μια αυστηρή προσκόλληση σε στρατηγικές μεγιστοποίησης του πλούτου των μετόχων (Webb 2004). Δεν είναι τυχαίο λοιπόν που η ΕΚΕ εμφανίζεται κατά κύριο λόγο σε μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις. Θα λέγαμε ότι ως πρόγραμμα που κοστίζει αποτελεί μια επιπλέον πολυτέλεια για την επιβίωση της επιχείρησης.

Τα διευθυντικά στελέχη των επιχειρήσεων δεν πρέπει να ξεχνούν την κοινωνική τους ευθύνη και την ηθική, διότι όλοι οι άνθρωποι είναι ηθικά όντα και οι κανόνες και αξίες που καθοδηγούν τη συμπεριφορά τους αντανακλώνται και συμπληρώνουν τις καθημερινές τους δραστηριότητες. Αν στην προσωπική συνάρτηση ωφελιμότητάς τους θέσουν σε προτεραιότητα τις ηθικές του προτιμήσεις, τότε τα αποτελέσματα θα είναι καλύτερα για όλους. Για παράδειγμα, θα μειωθούν οι πιθανότητες διαφθοράς, θα προέχει η αξιοκρατία και η διαφάνεια, θα επικρατεί σεβασμός προς τους εργαζομένους και όλους τους επιχειρησιακούς συμβαλλομένους, θα αυξηθεί η ικανοποίηση από την εργασία.

Μολονότι σε πρώτη φάση η προσπάθεια διερεύνησης αλτρουισμού και επιχείρησης φαίνεται ασύμβατη και αντιφατική, υποστηρίξαμε ότι η αλτρουιστική συμπεριφορά συνιστά μια ορθολογική προτίμηση που υιοθετείται από μια εταιρία τόσο σε εσωτερικό όσο και σε εξωτερικό επίπεδο και αποδεικνύεται χρήσιμη για τη βιωσιμότητα και κερδοφορία της. Η προσέγγιση της παρούσας έρευνας έγινε σε περιγραφικό και αναλυτικό επίπεδο. Θα παρουσίαζε ιδιαίτερο ενδιαφέρον να διερευνηθούν τα εξής ερωτήματα:

- Να διερευνηθεί το αίτημα για αλτρουιστική συμπεριφορά σε κανονιστικό επίπεδο.
- Να ελεγχθούν τα θεωρητικά συμπεράσματα με επιτόπια έρευνα, χρησιμοποιώντας ως δείγμα ελληνικές επιχειρήσεις.
- Να διεξαχθεί μια μελέτη περίπτωσης (*case study*) για την εταιρική φιλανθρωπία στην Ελλάδα.
- Να λάβει χώρα μια μελέτη περίπτωσης (*case study*) που θα αφορά τη σχέση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και αλτρουισμού στην Ελλάδα ή σε κάποια συγκεκριμένη ελληνική επιχείρηση.
- Να ελεγχθεί εμπειρικά η σχέση του αλτρουισμού ως προτίμησης στο πλαίσιο της ορθολογικής επιλογής και της ηθικής συμπεριφοράς μεταξύ των εργαζομένων σε μια ελληνική επιχείρηση.
- Να γίνει έρευνα για την ύπαρξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας (*social entrepreneurship*) και τη διασύνδεσή της με τον αλτρουισμό στην Ελλάδα.
- Να ελεγχθεί εμπειρικά αν είναι δυνατό μια επιχείρηση να επιλέξει τον αλτρουισμό σε περίοδο οικονομικής κρίσης και βαθείας ύφεσης.
- Να γίνει μια συγκριτική εμπειρική μελέτη μεταξύ μιας ιδιωτικής επιχείρησης και ενός δημόσιου οργανισμού σχετικά με την επίδειξη ή όχι του αλτρουισμού και να διαφανεί σε ποια περίπτωση είναι πιο πιθανό να εκδηλωθεί και κάτω από ποιες συνθήκες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Abel, A.B. & Warshawsky, M. (1988), “Specification of the Joy of Giving: Insights from Altruism”, *The Review of Economics and Statistics* 70(1): 145-149.
- Akerlof, G.A. & Kranton, R. E. (2000), “Economics and Identity,” *Quarterly Journal of Economics* 115(3), 715-753.
- Akerlof, G.A. & Shiller, R. J. (2009), *Ζωικά Πνεύματα*, μτφ. Κοτσυφού, Ε. (Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο).
- Alchian, A.A. & Demsetz, H. (1972), “Production, Information Costs, and Economic Organization”, *American Economic Review* 62:5: 777-795.
- Al-Ubaydli, O. & Lee, M. S. (2011), “Can Tailored Communications Motivate Volunteers? A Field Experiment”, Interdisciplinary Center for Economic Science, Discussion Paper # 1023.
- Allen-Arave, W., Gurven, M., & Hill, K. (2008), “Reciprocal Altruism, Rather than Kin Selection, Maintains Nepotistic Food Transfers on an Ache Reservation”, *Evolution and Human Behavior* 29: 305-318.
- Altman, M. (2005), “The Ethical Economy and Competitive Markets: Reconciling Altruistic, Moralistic, and Ethical Behavior with the Rational Economic Agent and Competitive Markets”, *Journal of Economic Psychology* 26: 732–757.
- Anderson, C. & Putterman, L., (2006), “Do Non-strategic Sanctions Obey the Law of Demand? The Demand for Punishment in the Voluntary Contribution Mechanism”, *Games and Economic Behavior* 54: 1–24.
- André, J.B. & Morin, O. (2011), “Questioning the Cultural Evolution of Altruism”, *Journal of Evolutionary Biology* 24: 2531–2542.
- Andreoni, J. (1989), “Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence”, *The Journal of Political Economy* 97(6): 1447-1458.
- Andreoni, J. & Bernheim, B.D. (2009), “Social Image and the 50–50 Norm: A Theoretical and Experimental Analysis of Audience Effects”, *Econometrica* 77(5): 1607–1636.
- Andreoni, J. & Miller, J.H. (2002), “Analyzing Choice with Revealed Preference: Is Altruism Rational?”, prepared for *The Handbook of Experimental Economic Results*, Charles Plott and Vernon Smith (ed.).

-
- Andreoni, J. & Miller, J.H. (1993), "Rational Cooperation in the Finitely Repeated Prisoner's Dilemma: Experimental Evidence", *The Economic Journal* 103(418): 570-585.
- Andreoni, J. & Petrie, R. (2004), "Public Goods Experiments without Confidentiality: A Glimpse into Fund-raising", *Journal of Public Economics* 88: 1605–1623.
- Anik, L., Aknin, L. B., Norton, M.I., Dunn, E.W. (2009), "Feeling Good about Giving: The Benefits (and Costs) of Self-Interested Charitable Behavior", Harvard Business School, Working Paper 10-012.
- Ardichvili, A. & Jondle, D. (2009), "Ethical Business Cultures: A Literature Review and Implications for HDR", *Human Resource Development Review* 8(2): 223-244.
- Ardichvili, A., Mitchell, J. & Jondle, D. (2009), "Characteristics of Ethical Business Cultures", *Journal of Business Ethics* 85: 445–451.
- Ariely, D., Bracha, A. & Meier, S. (2009), "Doing Good or Doing Well? Image Motivation and Monetary Incentives in Behaving Prosocially", *American Economic Review* 99(1): 544–55.
- Arrow, K. (1994), "Methodological Individualism and Social Knowledge", *The American Economic Review* 84(2): 1-9.
- Arrow, K. (1972) "Gifts and Exchanges", *Philosophy and Public Affairs* 1: 343–362.
- Ashraf, N. & Camerer, C. F. (2005), "Adam Smith, Behavioral Economist", *Journal of Economic Perspectives* 3: 131-145.
- Aumann, R.J. & Dreze, J.H. (2008), "Rational Expectations in Games", *American Economic Review* 98: 72-86.
- Axelrod, R. (1984), *The Evolution of Cooperation* (New York: Basic Books).
- Axelrod, R. & Hamilton, W.D. (1981), "The Evolution of Cooperation", *Science* 211(4489): 1390-1396.
- Barclay, P. (2006), "Reputational Benefits for Altruistic Punishment", *Evolution and Human Behaviour* 27(5): 325–344.
- Bardsley, N. & Sugden, R. (2006), "Human Nature and Sociality in Economics" in *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, Vol. 1, S.-Ch. Kolm, J. M. Ythier ed. (North Holland: Elsevier), pp. 732-768.

-
- Baron, D.P. (1995) “Integrated Strategy: Market and Nonmarket Components”, *California Management Review* 37(2): 47-65.
- Bartlett, M.Y., & DeSteno, D. (2006), “Gratitude and Prosocial Behavior: Helping when it Costs You”, *Psychological Science* 17: 319–325.
- Basu, K. (2009), “Altruism, Other-Regarding Behavior and Identity: The Moral Basis of Prosperity and Oppression”, CAE Working Paper #09-06.
- Basu, K. & Guha, A. (2009), “How Sapien Is Homo Economicus? The Evolutionary Origins of Trade, Ethics and Economic Rationality”, Cornell University, Center for Analytic Economics, Working Paper #09-14.
- Bateson, M., Nettle, D. & Roberts, G. (2006), “Cues of Being Watched Enhance Cooperation in a Real-World Setting”, *Biology Letters* 2: 412–414.
- Batson, D.C. (1992), “Experimental Tests for the Existence of Altruism”, *PSA: Proceedings of the Biennial Meeting of the Philosophy of Science Association, Vol. 2: Symposia and Invited Papers*: 69-78.
- Baumol, W.J. (1959), *Business Behavior, Value and Growth* (New York: Harcourt, Brace & World).
- Baumgartner, T., Götte, L., Gügler, R. & Fehr, E. (2012), “The Mentalizing Network Orchestrates the Impact of Parochial Altruism on Social Norm Enforcement”, *Human Brain Mapping* 33: 1452–1469.
- Baumgartner, T., Heinrichs, M., Vonlanthen, A., Fischbacher, U., & Fehr, E. (2008), “Oxytocin Shapes the Neural Circuitry of Trust and Trust Adaptation in Humans.” *Neuron* 58 (4): 639–650.
- Beardman, S. (2011), “Altruism and the Experimental Data on Helping Behavior”, *Ethical Theory and Moral Practice* DOI: 10.1007/s10677-011-9309-4.
- Beck, A, Schlagenhaufa, F., Wüstenberg, T., Hein, J., Kienast, T., Kahntab, T., Schmack, K., Hägele, C., Knutson, B, Heinz, A., & Wrase, J. (2009), “Ventral Striatal Activation During Reward Anticipation Correlates with Impulsivity in Alcoholics”, *Biological Psychiatry* 66(8): 734-742.
- Becker, G.S. (1993), “Nobel Lecture: The Economic Way of Looking at Behavior”, *Journal of Political Economy* 101: 385-409.

-
- Becker, G.S. (1981), "Altruism in the Family and Selfishness in the Market Place", *Economica* 48 (189), 1-15.
- Becker, G.S. (1976a), "The Economic Approach to Human Behavior", in *The Economic Approach to Human Behavior* (Chicago: Chicago University Press): 3-14.
- Becker, G.S. (1976b), "Altruism, Egoism, and Genetic Fitness: Economics and Sociobiology", *Journal of Economic Literature* 14(3): 817-826.
- Becker, G.S. (1974), "A Theory of Social Interaction", *Journal of Political Economy* 82: 1063–1093.
- Bekkers, R. & Wiepking, P. (2010), "Who Gives? A Literature Review of Predictors of Charitable Giving",
http://www.understandingphilanthropy.com/documents/who_gives.pdf
- Bénabou, R. & Tirole, J. (2006), "Incentives and Prosocial Behavior", *The American Economic Review* 96 (5):1652-1678.
- Bendor, J. (2001), "The Evolution of Norms", *American Journal of Sociology* 106 (6): 1493-1545.
- Bergstrom, Th.C., Garratt, R.J. & Sheehan-Connor, D. (2009), "One Chance in a Million: Altruism and the Bone Marrow Registry", *American Economic Review* 99(4): 1309-1334.
- Berle, A. A., Jr. (1931), "Corporate Powers as Powers in Trust", *Harvard Law Review* 44: 1049–74.
- Berle, A. A., Jr. & Means, G.C. (1932), *The Modern Corporation and Private Property* (New York: Macmillan).
- Bernhard, H., Fehr, E. & Fischbacher, U. (2006), "Group Affiliation and Altruistic Norm Enforcement", *American Economic Review* 96(2): 217-221.
- Bin, O. & Edwards, B. (2009), "Social Capital and Business Giving to Charity Following a Natural Disaster: An Empirical Assessment", *The Journal of Socio-Economics* 38: 601–607.
- Binmore, K. (2007), *Playing for Real. A Text on Game Theory*, (New York: Oxford University Press).
- Bloomfield, P. (2008), *Morality and Self-Interest*, (Oxford: Oxford University Press).

-
- Bolton, G. & Ockenfels, A. (2000), “ERC: A Theory of Equity, Reciprocity, and Competition”, *The American Economic Review* 90(1):166–193.
- Boyd, R., Gintis, H. & Bowles, S. (2010), “Coordinated Punishment of Defectors Sustains Cooperation and Can Proliferate When Rare”, *Science* 328: 617–620.
- Boyd, R. & Richerson, P. J. (2009), “Review Culture and the Evolution of Human Cooperation”, *Philosophical Transactions of the Royal Society B* 364: 3281–3288.
- Boyd, R. & Richerson, P. J. (2005), *The Origin and Evolution of Cultures*, (New York: Oxford University Press).
- Boyd, R., Richerson, P.J., & Henrich, J. (2011), “Rapid Cultural Adaptation Can Facilitate the Evolution of Large-scale Cooperation”, *Behavioral Ecology and Sociobiology* 65: 431–444.
- Bowles, S. (2004), *Behavior, Institutions and Evolution*, (Princeton: Princeton University Press).
- Bowles, S. & Choi, J. (2003), “The Co-Evolution of Love and Hate”, *Quaderni, (University of Siena)* 401.
- Bowles, S. & Gintis, H. (2004), “The Evolution of Strong Reciprocity: Cooperation in Heterogeneous Populations”, *Theoretical Population Biology* 65: 17–28.
- Bowles, S. & Gintis, H. (2003), “Prosocial Emotions”, Santa Fe Institute, Working Paper #02-07-028.
- Bowles, S. & Gintis, H. (2002), “Social Capital and Community Governance”, *The Economic Journal* 112: 419–436.
- Brambilla, M., Sacchi, S., Rusconi, P., Cherubini, P. & Yzerbyt, V.Y. (2012), “You Want to Give a Good Impression? Be Honest! Moral Traits Dominate Group Impression Formation”, *British Journal of Social Psychology*, 51: 149–166.
- Brañas-Garza, P. (2006), “Poverty in Dictator Games. Awakening Solidarity”, *Journal of Economic Behavior & Organization* 60: 306–320.
- Brañas-Garza, P., Durán, M.A. & Paz Espinosa, M. (2012), “Favouring Friends”, *Bulletin of Economic Research* 64(2): 172–178.
- Brosnan, S.F. & De Waal, F.B. (2003), “Monkeys Reject Unequal Pay”, *Nature* 425: 297–299.

-
- Brown, D.L., Vetterlein, A. & Roemer-Mahler, A. (2010), "Theorizing Transnational Corporations as Social Actors: An Analysis of Corporate Motivations", *Business and Politics* 12(1): 1-37.
- Brown, W., Helland, E., & Smith, K. J., (2006), "Corporate Philanthropic Practices", *Journal of Corporate Finance* 12, 855–877.
- Buchanan, J.M. (1975), "The Samaritan's Dilemma," in *Altruism, Morality and Economic Theory*, Edmund S. Phelps, ed., (New York: Russell Sage Foundation), pp. 71-85.
- Burnham, T.C. (2003), "Engineering Altruism: A Theoretical and Experimental Investigation of Anonymity and Gift Giving", *Journal of Economic Behavior & Organization* 50: 133–144.
- Burnham, T.C. (2001), "Altruism and Spite in a Selfish Gene Model of Endogenous Preferences", *Journal of Bioeconomics* 3: 123-148.
- Caliendo, M., Frank Fossen, F. & Kritikos, A. (2010), "Trust, Positive Reciprocity, and Negative Reciprocity: Do These Traits Impact Entrepreneurial Dynamics?", IZA Discussion Paper # 5370.
- Camerer, C.F. & Fehr, E. (2006), "When Does "Economic Man" Dominate Social Behavior?", *Science* 311(5757): 47 – 52.
- Campbell, D.T. (1986), "Rationality and Utility from the Standpoint of Evolutionary Biology", *The Journal of Business* 59(4): S355-S364.
- Campbell, D. & Slack, R. (2008), "Corporate "Philanthropy Strategy" and "Strategic Philanthropy" Some Insights From Voluntary Disclosures in Annual Reports", *Business & Society* 47(2):187-212.
- Card, D., Hallock, K. F., & Moretti, E. (2010), "The Geography of Giving: The Effect of Corporate Headquarters on Local Charities", *Journal of Public Economics* 94: 222–234.
- Carr, P. (2003), "Revisiting the Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism: Understanding the Relationship between Ethics and Enterprise", *Journal of Business Ethics* 47: 7–16.
- Carroll, A.B. (1991), "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons* 34(4): 39–48.

-
- Carter, M.R. & Castillo, M. (2011), "Trustworthiness and Social Capital in South Africa: Analysis of Actual Living Standards Data and Artificial Field Experiments", *Economic Development and Cultural Change* 59(4): 695-722.
- Charman, T. (2002), "Understanding the Imitation Deficit in Autism May Lead to a More Specific Model of Autism as an Empathy Disorder", *Behavioral and Brain Sciences* 25: 29–30.
- Cherry, T.L. & Shogren, J.F. (2008), "Self-interest, Sympathy and the Origin of Endowments", *Economics Letters* 101: 69-72.
- Choi, D.Y. & Gray, E.R. (2008), "Socially Responsible Entrepreneurs: What Do They Do to Create and Build Their Companies?" *Business Horizons* 51(4): 341–352.
- Chowdhury, S.M. & Jeon, J.Y. (2012), "Income Effect and Altruism", CBESS Discussion Paper 12-04.
- Chrisman, J.J., Chua, J. H. & Litz, R. A. (2004), "Comparing the Agency Costs of Family and Non-Family Firms: Conceptual Issues and Exploratory Evidence", *Entrepreneurship Theory and Practice* 28(4), 335–354.
- Clavien, C. & Chapuisat, M. (2012), "Altruism across Disciplines: One Word, Multiple Meanings", *Biology & Philosophy* DOI 10.1007/s10539-012-9317-3.
- Collins, M. (1994), "Global Corporate Philanthropy and Relationship Marketing", *European Management Journal* 12(2): 226-233.
- Comte, A. (1973), *System of Positive Polity, Volume 1: Containing the General View of Positivism & Introductory Principles*, Translated by John Henry Bridges (New York: Burt Franklin). (Original work published 1851.)
- Cookson, R. (2000), "Framing Effects in Public Good Experiments", *Experimental Economics* 3(1): 55-79.
- Cox, J. (2007), "Trust, Fear, Reciprocity, and Altruism: Theory and Experiment", *Developments on Experimental Economics* 590(2): 75-90.
- Cox, J.C., Friedman, D. & Sadiraj, V. (2008), "Revealed Altruism", *Econometrica* 76: 31-69.
- Cox, J. & Li, D. (2012), "Do I Care if You Know I Betrayed You?", Experimental Economics Center Working Paper Series # 2012-14.

-
- Dal Bó, E. & Dal Bó, P. (2009), ““Do the Right Thing:” The Effects of Moral Suasion on Cooperation”, NBER Working Paper No. 15559.
- Dawkins, R. (2008), *Το Εγωιστικό Γονίδιο*, (Αθήνα: Κάτοπτρο).
- Decety, J. (2011), “The Neuroevolution of Empathy”, *Annals of the New York Academy of Sciences* 1231: 35–45.
- Denis, D.K. & McConnell, J.J. (2003), “International Corporate Governance”, ECGI Working Paper Series in Finance #05/2003.
- De Quervain D.J., Fischbacher, U., Treyer, V., Schellhammer, M., Schnyder, U., Buck, A. & Fehr, E. (2004), “The Neural Basis of Altruistic Punishment”, *Science* 305: 1254–1258.
- De Scioli, P., & Kurzban, R. (2009), “Mysteries of Morality”, *Cognition* 112: 281–299.
- De Waal F.B.M. (2008), “Putting the Altruism Back into Altruism: The Evolution of Empathy”, *Annual Review of Psychology* 59: 279-300.
- De Waal F.B.M. (1996), *Good Natured: The Origin of Right and Wrong in Humans and Other Animals*, (Cambridge, Mass: Harvard University Press).
- De Wispelaere, J. (2002), “Altruism, Impartiality and Moral Demands”, *Critical Review of International Social and Political Philosophy* 5: 9-33.
- Delgado, M. R., Frank, R. H. & Phelps, E. A. (2005), “Perceptions of Moral Character Modulate the Neural Systems of Reward during the Trust Game”, *Nature Neuroscience* 8: 1611–1618.
- Dent, G.W. Jr. (2005), “Race, Trust, Altruism and Reciprocity”, Case Research Paper Series in Legal Studies Working Paper 05-7.
- Di Bartolomeo, G. & Papa, S. (2011), “Trust, Reciprocity and Altruism: An Impossible Addition”, Department of Communication, University of Teramo, Working Paper # 82.
- Dixit, A.K. & Nalebuff, B.J. (2002), *Πώς να Σκέπτεσθε Στρατηγικά*, (Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη).
- Dodd, E. Merrick, Jr. (1932), “For Whom Are Corporate Managers Trustees?”, *Harvard Law Review* 45: 1145–63.

-
- Douglas, B.A., Phillips, R. A. & Harrison J.S. (2009), “Research Notes and Commentaries. Stakeholders, Reciprocity, and Firm Performance”, *Strategic Management Journal* 30: 447–456.
- Downward, P., Pawlowski, T. & Rasciute, S. (2011), “Trust, Trustworthiness, Relational Goods and Social Capital: A Cross-Country Economic Analysis”, Working Paper Series, Paper No. 11-10.
- Drakopoulos, S. (1990), “Two Levels of Hedonistic Influence on Microeconomic Theory”, *Scottish Journal of Political Economy* 37(4): 360-378.
- Dugatkin, L.A. (2006), *The Altruism Equation. Seven Scientists search for the Origins of Goodness*, (Princeton: Princeton University Press).
- Dur, R. & Sol, J. (2009), “Social Interaction, Co-Worker Altruism, and Incentives”, Discussion Paper No. 4532.
- Durante, R. & Putterman, L. (2008), “Preferences for Redistribution and Perception of Fairness: an Experimental Study”, Brown University Working Paper.
- Δραγώνα-Μονάχου, Μ. (1995), *Σύγχρονη Ηθική Φιλοσοφία, Ο Αγγλόφωνος Στοχασμός*, (Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα).
- Edele, A., Dziobek, I. & Keller, M. (2013), “Explaining Altruistic Sharing in the Dictator Game: The role of Affective Empathy, Cognitive Empathy, and Justice Sensitivity”, *Learning and Individual Differences* 24: 96–102.
- Edmondson, V. C. & Carroll, A.B. (1999), “Giving Back: An Examination of the Philanthropic Motivations, Orientations and Activities of Vickie Cox Edmondson Large Black-Owned Businesses”, *Journal of Business Ethics* 19: 171–179.
- Einolf, Ch.J. (2008), “Empathic Concern and Prosocial Behaviors: A Test of Experimental Results Using Survey Data”, *Social Science Research* 37: 1267-1279.
- Eisenberg, N. (2000), “Empathy and Sympathy”, in *Handbook of Emotion*, ed. M.Lewis, JMHaviland-Jones, 2nd ed. (New York: Guilford), pp. 677–91.
- Ekström, M. (2012), “Do Watching Eyes Affect Charitable Giving? Evidence from a Field Experiment”, *Experimental Economics* 15(3): 530-546.

-
- Eldakar, O.T., Wilson, D.S., O' Gorman, R. (2006), "Emotions and Actions Associated with Altruistic Helping and Punishment", *Evolutionary Psychology* 4: 274-286.
- Ellingsen, T. & Johannesson, M. (2008), "Pride and Prejudice: The Human Side of Incentive Theory", *American Economic Review* 98(3): 990–1008.
- Ellingsen, T., Johannesson, M., Mollerstrom, J., & Munkhammar, S. (2011), "Social Framing Effects: Preferences or Beliefs?" (Unpublished Working Paper).
- Elster, J. (2006), "Altruistic Behavior and Altruistic Motivations" in *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, Vol. 1, S.-Ch. Kolm, J. M. Ythier ed. (North Holland: Elsevier), pp. 183-206.
- Elster, J. (1989), *Nuts and Bolts for the Social Sciences* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Emlen, S.T (1995), "An Evolutionary Theory of the Family", *Proceedings of the National Academy of Sciences* 92: 8092-8099.
- Engel, C. (2010), "Dictator Games: A Meta Study", *Experimental Economics* 14: 583-610.
- Ernest-Jones, M., Nettle, D. & Bateson, M., (2011), "Effects of Eye Images on Everyday Cooperative Behavior: A Field Experiment", *Evolution and Human Behavior* 32(3): 172–178.
- Falck, O. & Heblich, S. (2007), "Corporate Social Responsibility: Doing Well by Doing Good", *Business Horizons* 50: 247–254.
- Falk, A., Fehr, E. & Fischbacher, U. (2008), "Testing Theories of Fairness—Intentions Matter", *Games and Economic Behavior* 62: 287–303.
- Fecteau, S., Pascual-Leone, A. & Théoret H. (2008), "Psychotherapy and the Mirror Neuron System: Preliminary Findings from a Non-Psyciatric Sample", *Psychiatry Research* 160: 137-144.
- Fehr, E. & Camerer, C. (2007), "Social Neuroeconomics: The Neural Circuitry of Social Preferences", *Trends in Cognitive Sciences* 11(10): 419–427.
- Fehr, E. & Falk, A. (2002), "Psychological Foundations of Incentives", CESifo Working Paper No. 714 (10).
- Fehr, E. & Fischbacher, U. (2004), "Third-party Punishment and Social Norms", *Evolution and Human Behavior* 25: 63–87.

-
- Fehr, E. & Fischbacher, U. (2003), “The Nature of Human Altruism”, *Nature* 425: 785-791.
- Fehr, E., Fischbacher, U. & Kosfeld, M. (2005), “Neuroeconomic Foundation of Trust and Social Preferences”, *The American Economic Review* 95(2): 346-351.
- Fehr, E. & Gächter, S. (2002), “Altruistic Punishment in Humans”, *Nature* 415: 137-140.
- Fehr, E. & Gächter, S. (2000), “Fairness and Retaliation: The Economics of Reciprocity”, *Journal of Economic Perspectives* 14(3): 159-181.
- Fehr, E., Gächter, S., & Kirchsteiger, G., (1997), “Reciprocity as a Contract Enforcement Device—Experimental Evidence”, *Econometrica* 65, 833-860.
- Fehr, E. & Henrich, J. (2003), “Is Strong Reciprocity a Maladaptation? On the Evolutionary Foundations of Human Altruism”, Institute for the Study of Labor, IZA, # 859.
- Fehr, E. & Rockenbach, B. (2004), “Human Altruism: Economic, Neural and Evolutionary Perspectives”, *Current Opinion in Neurology* 14: 1-7.
- Fehr, E. & Rockenbach, B. (2003), “Detrimental Effects of Sanctions on Human Altruism”, *Nature* 422: 137-140.
- Fehr, E., Rützler, D. & Sutter, M. (2011), “The Development of Egalitarianism, Altruism, Spite and Parochialism in Childhood and Adolescence”, IZA Discussion Paper # 5530.
- Fehr, E. & Schmidt, K. (2006), “The Economics of Fairness, Reciprocity and Altruism –Experimental Evidence and New Theories”, in *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, Vol. 1, S.-Ch. Kolm, J. M. Ythier ed. (North Holland: Elsevier), pp. 4-122.
- Fehr, E. & Schmidt, K. (1999), “A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation”, *Quarterly journal of Economics* 114(3):817–868.
- Fein, S. (1996), “Effects of Suspicion on Attributional Thinking and the Correspondence Bias”, *Journal of Personality and Social Psychology* 70(6): 1164–1184.
- Ferguson, E., Atsma, F., de Kort, W. & Veldhuizen, I. (2012), “Exploring the Pattern of Blood Donor Beliefs in First-time, Novice, and Experienced Donors:

-
- Differentiating Reluctant Altruism, Pure Altruism, Impure Altruism, and Warm Glow”, *Transfusion* 52(2):343-55.
- Field, A.J. (2001), *Altruistically Inclined? The Behavioral Sciences, Evolutionary Theory, and the Origins of Reciprocity* (Ann Arbor: University of Michigan Press).
- Fisman, R., Kariv, S., & Markovits, D. (2007), “Individual Preferences for Giving”, *American Economic Review* 97(5): 1858–1876.
- Fisman, R., Kariv, S., & Markovits, D. (2005), “Distinguishing Social Preferences from Preferences for Altruism”, Research Paper No. 99.
- Foka-Kavalieraki, Y. & Hatzis, A. (2011), “Rational After All: Toward an Improved Model of Rationality in Economics”, Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1692441>.
- Folbre, N. (2001), *The Invisible Heart. Economics and Family Values* (New York: New Press).
- Folbre, N. & Goodin, R.J. (2004), “Revealing Altruism”, *Review of Social Economy* 62: 1-25.
- Fong, C. (2007), “Evidence from an Experiment on Charity to Welfare Recipients: Reciprocity, Altruism, and the Empathic responsiveness Hypothesis”, *Economic Journal* 117: 1008–1024.
- Fong, C. M. & Luttmer, E. F.P. (2010), “Do Race and Fairness Matter in Generosity? Evidence from a Nationally Representative Charity Experiment”, NBER Working Paper No. 15064.
- Fong, C. M. & Luttmer, E. F.P. (2009), “What Determines Giving to Hurricane Katrina Victims? Experimental Evidence on Income, Race, and Fairness”, *American Economic Journal: Applied Economics* 1(2): 64.
- Fong, Y-F. (2009), “Private Information of Nonpaternalistic Altruism: Exaggeration and Reciprocation of Generosity”, *The B.E. Journal of Theoretical Economics* 9(1): 1-30.
- Fontaine, Ph. (2000), “Making Use of the Past: Theorists and Historians on the Economics of Altruism”, *European Journal of the History of Economic Thought* 7: 407-422.

-
- Foote, M.F. & Ruona, W.E.A. (2008), "Institutionalizing Ethics: A Synthesis of Frameworks and the Implications for HRD", *Human Resource Development Review* 7(3): 292-308.
- Foster, R.J. (2012), "Big Men and Business: Morality, Debt and the Corporation A Perspective by Robert J. Foster", *Social Anthropology/Anthropologie Sociale* 20(4): 486–490.
- Fournier, S. (1998), "Consumers and their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research," *Journal of Consumer Research* 24: 343-373.
- Frank, R.H. (1993), "The Strategic Role of the Emotions: Reconciling Over-And Undersocialized Accounts of Behavior", *Rationality and Society* 5(2): 160-184.
- Frank, R.H. (1988), *Passions within Reason: The Strategic Role of the Emotions* (Norton, New York).
- Frank, S. (1994), "Genetics of Mutualism: The Evolution of Altruism between Species", *Journal of Theoretical Biology* 170: 393-400.
- Freeman, R.E. (1994), "The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions", *Business Ethics Quarterly* 4(4): 409-421.
- Freeman, R.E., Donaldson, T. & Preston, L.E. (1994), "A Stakeholder Theory of the Modern Corporation", *Ethical Theory and Business*, pp. 125–138.
- Frey, B.S. & Jegen, R. (2001), "Motivation Crowding Theory", *Journal of Economic Surveys* 15: 589–611.
- Friedman, D. & Hechter, M. (1988), "The Contribution of Rational Choice Theory to Macrosociological Research", *Sociological Theory* 6: 201-18.
- Friedman, M. (1970), "The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits", *The New York Times Magazine* September, 13.
- Froh, J.J., Bono, G. & Emmons, R. (2010), "Being Grateful is Beyond Good Manners: Gratitude and Motivation to Contribute to Society among Early Adolescents", *Motivation and Emotion* 34:144–157.
- Fudenberg, D. & Pathak, P. (2010), "Unobserved Punishment Supports Cooperation", *Journal of Public Economics* 94: 78-86.
- Fukuyama, F. (1995), *Trust – The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, (New York: TheFree Press).

-
- Futuyma, D.J. (1995), *Εξελικτική Βιολογία*, (Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης).
- Fyfe, N.R. & Milligan, C., (2003), “Out of the Shadows: Exploring Contemporary Geographies of Voluntarism”, *Progress in Human Geography* 27 (4): 397–413.
- Gächter, S. & Thöni, Ch. (2004), “Social Learning and Voluntary Cooperation among Like-minded People”, Discussion Paper # 2004-12.
- Gallagher, S. (2000), “Philosophical Conceptions of the Self: Implications for Cognitive Science”, *Trends in Cognitive Sciences* 4: 14–21.
- Gallese, V., Keysers, Ch. & Rizzolatti, G. (2004), “A Unifying View of the Basis of Social Cognition”, *Trends in Cognitive Sciences* 8 (9): 396-403.
- Galston, W.A. (1993), “Cosmopolitan Altruism”, *Social Philosophy and Policy* 10(1): 118-134.
- Gärdenfors, P. (2012), “The Cognitive and Communicative Demands of Cooperation” in *Games, Actions, and Social Software 2011* J.v. Eijck et al. (Eds.) (Springer-Verlag Berlin Heidelberg) pp. 164–183.
- Gardner, A. & West, S.A. (2004), “Cooperation and Punishment, Especially in Humans”, *American Naturalist* 164(6): 753–764.
- Gates, D. & Steane, P. (2009), “Altruism-an Alternative Value in Policy Formation and Decision Making”, *International Journal of Social Economics* 26(10): 962-978.
- Geanakopoulos, J., Pearce, D. & Stacchetti, E., (1989), “Psychological Games and Sequential Rationality”, *Games and Economic Behavior* 1: 60–79.
- Gibson, R., Tanner, C., & Wagner, A. (in press), “Preferences for Truth-fulness: Heterogeneity Among and Within Individuals”, *American Economic Review*.
- Gintis, H. (2004), “Modeling Cooperation Among Self-Interested Agents: A Critique”, *Journal of Socio-Economics* 33(6): 697-717.
- Gintis, H. (2003), “The Hitchhiker’s Guide to Altruism: Gene-culture Coevolution, and the Internalization of Norms”, *Journal of Theoretical Biology* 220: 407-418.
- Gintis, H. (2000), “Strong Reciprocity and Human Sociality”, *Journal of Theoretical Biology* 206: 169-179.
- Gintis, H., Bowles, S., Boyd, R., Fehr, E. (2003), “Explaining Altruistic Behavior in Humans”, *Evolution and Human Behavior* 24: 153-172.

- Gintis, H., Smith, E. A., & Bowles, S. (2001), “Costly Signaling and Cooperation”, *Journal of Theoretical Biology* 213: 103–119.
- Glaeser, E. L., Laibson, D. & Sacerdote, B. (2002), “An Economic Approach to Social Capital”, *The Economic Journal* 112: 437-458.
- Goette, L. & Stutzer, A. (2008), “Blood Donation and Incentives: Evidence from a Field Experiment,” IZA Working Paper 3580.
- Graafland, J.J. (2009), “Do Markets Crowd Out Virtues? An Aristotelian Framework”, *Journal of Business Ethics* 91: 1-19.
- Grant, C. (2000), *Altruism and Christian Ethics*, (Cambridge: Cambridge University Press).
- Green, G. (2007), “Human Dignity and the Law”, J. Malpas and N. Lickiss (eds.), *Perspectives on Human Dignity: A Conversation*, pp: 151–156.
- Greene, J., & Haidt, J. (2002), “How (and Where) Does Moral Judgment Work?”, *Trends in Cognitive Sciences* 6: 517–523.
- Grossman, Z. (2010), “Self-Signaling Versus Social-Signaling in Giving”, Working paper (<http://escholarship.org/uc/item/7320x2cp>).
- Guiso, L., Sapienza P. & Zingales, L. (2010), “Civic Capital as the Missing Link”, NBER Working Paper # 15845.
- Guala, F., (2012), “Reciprocity: Weak or Strong? What Punishment Experiments Do (and Do Not) Demonstrate”, *Behavioral and Brain Sciences* 35(1):1-15.
- Guthman, J. (2008), “Thinking Inside the Neoliberal Box: The Micro-politics of Agro-food Philanthropy”, *Geoforum* 39:1241–1253.
- Guthrie, D., Arum, R., Roksa, J. & Damaske, S. (2008), “Giving to Local Schools: Corporate Philanthropy, Tax Incentives, and the Ecology of Need”, *Social Science Research* 37: 856-873.
- Γέμτος, Π. (2010), “Ελευθερία της Βούλησης και Κοινωνικές Επιστήμες”, *Επιστήμη και Κοινωνία* 25: 125-134.
- Γέμτος, Π. (1995a), *Οι Κοινωνικές Επιστήμες Μια Εισαγωγή* (Αθήνα: Τυπωθήτω-Γιώργος Δάρδανος).
- Γέμτος, Π. (1995b), *Οικονομικά και Δίκαιο*, Τόμος Α' (Αθήνα: Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα).

-
- Γέμτος, Π. (1987), *Μεθοδολογία των Κοινωνικών Επιστημών*, Τόμος 1 (Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση).
- Hadzibeganovic, T., Welington, F., Lima, S. & Stauffer, D. (2012), “Evolution of Tag-mediated Altruistic Behavior in One-shot Encounters on Large-scale Complex Networks”, *Computer Physics Communications* 183(11): 2315–2321.
- Haidt, J. (2007), “The New Synthesis in Moral Psychology”, *Science* 316: 998–1002.
- Haines, W.W. (2007), “The Economic Consequences of Altruism”, *Ethical Values and Economics*: 50 -69.
- Haley, K.J. & Fessler, D.M.T. (2005), “Nobody ’S Watching? Subtle Cues Affect Generosity in an Anonymous Economic Game”, *Evolution and Human Behavior* 26: 245–256.
- Hamilton, W.D. (1964), “The Genetical Evolution of Social Behaviour”, *Journal of Theoretical Biology* 7: 1-16.
- Hardin, R. (1977), *The Limits of Altruism* (Bloomington: Indiana University Press).
- Hardy-Vallée, B. & Thagard, P. (2008), “How to Play the Ultimatum Game: An Engineering Approach to Metanormativity”, *Philosophical Psychology* 21: 173-192.
- Hargreaves-Heap, S.P. & Zizzo, D.J. (2009), “The Value of Groups”, *American Economic Review* 99(1): 295-323.
- Harris, J.D., Sapienza, H.J., Bowie, N.E. (2009), “Ethics and Entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing* 24: 407–418.
- Harrison, G.W. & Johnson, L.T. (2004), “Identifying Altruism in the Laboratory”, Levine's Working Paper Archive, UCLA Department of Economics.
- Harsanyi, J.C. (1996), “Morality and Incentives” in *Ethics, Rationality, and Economic Behaviour*, Francesco Farina (ed.) (Oxford: Oxford University Press), pp. 22-35.
- Haruno, M. & Frith, Ch.D. (2010), “Activity in the Amygdala Elicited by Unfair Decisions Predicts Social Value Orientation”, *Nature Neuroscience* 13(2): 160-161.
- Hastie, R. & Dawes, R. M. (2001), *Rational Choice in an Uncertain World: The Psychology of Judgment and Decision Making*, (Thousand Oaks, CA: Sage).

-
- Hatzis, A.N. (2001), "Behavioral Economics (Theory of the Firm)", in *The Routledge Encyclopedia of International Political Economy*, R.J.B. Jones, ed. (London: Routledge).
- Hausman, D.M. (2005), "Sympathy, Commitment and Preference", *Economics and Philosophy* 21: 33–50.
- Hwang, S. & Bowles, S. (2012), "Is Altruism Bad for Cooperation?", *Journal of Economic Behavior & Organization* 83: 330–341.
- Heath, J. (2006), "The Benefits of Cooperation", *Philosophy and Public Affairs* 34 (4): 313-351.
- Heinzel, H. (2004), "Philanthropy and Fundraising in Western Europe within a Framework of Change", *New Directions for Philanthropic Fundraising* 46: 101-120.
- Heinzelmann, N., Ugazio, G. & Tobler, P.N. (2012), "Practical Implications of Empirically Studying Moral Decision-Making", *Frontiers in Neuroscience* 6(94): 1-14.
- Henderson, M.T. & Malani, A. (2008), "Corporate Philanthropy and the Market for Altruism", John M. Olin Law & Economics Working Paper # 399.
- Henrich, J., Boyd, R., Bowles, S., Camerer, C., Fehr, E., Gintis, H., McElreath, R., Alvard, M., Barr, A., Ensminger, J., Smith Henrich, N., Hill, K., Gil-White, F., Gurven, M., Marlowe, F.W., Patton, J.Q. & Tracer, D. (2005), "Economic Man in Cross-Cultural Perspective: Behavioral Experiments in 15 Small-Scale Societies", *Behavioral and Brain Science* 28: 795-855.
- Henrich, J. & Boyd, R. (2001), "Why People Punish Defectors. Weak Conformist Transmission Can Stabilize Costly Enforcement of Norms in Cooperative Dilemmas", *Journal of Theoretical Biology* 208: 79-89.
- Hill, R.P., Stephens, D. & Smith, I. (2003), "Corporate Social Responsibility: An Examination of Individual Firm Behavior", *Business & Society Review* 108: 339-364.
- Hodson, R. (2002), "Demography or Respect?: Work Group Demography versus Organizational Dynamics as Determinants of Meaning and Satisfaction at Work?", *British Journal of Sociology* 53(2): 291–317.

-
- Hori, H. (2008), “Nonpaternalistic Altruism and Functional Interdependence of Social Preferences”, *Social Choice and Welfare* 32: 59–77.
- Iacoboni, M., Molnar-Szakacs, I., Gallese, V., Buccino, G., Mazziotta, J.C. & Rizzolatti, G. (2005), “Grasping the Intentions of Others with One’s Own Mirror Neuron System”, *PLoS Biology* 3.
- Insel, T.R. & Young, L.J. (2001), “The Neurobiology of Attachment”, *Nature Reviews Neuroscience* 2: 129–136.
- Ioannou, C.A., Qi, S. & Rustichini, A. (2011), “Group Outcomes And Reciprocity”, Discussion Papers in Economics and Econometrics #1106.
- Irlenbusch, B. (2006), “Experimental Perspectives on Incentives in Organisations”, *CEJOR* 14:1-24.
- Isaac, R.M. & Walker, J.M. (1988), “Group-size Effects in Public-goods Provision—The Voluntary Contributions Mechanism”, *Quarterly Journal of Economics* 103: 179–199.
- Israel, S., Weisel, O., Ebstein, R. P. & Bornstein, G. (2012), “Oxytocin, but not Vasopressin, Increases Both Parochial and Universal Altruism”, *Psychoneuroendocrinology* 37: 1341—1344.
- Jacob, C., Guéguen, N., Ardiccioni, R. & Sénémeaud, C. (2013), “Exposure to Altruism Quotes and Tipping Behavior in a Restaurant”, *International Journal of Hospitality Management* 32: 299-301.
- Jacobsson, F., Johannesson, M. & Borgquist, L. (2007), “Is Altruism Paternalistic?”, *The Economic Journal* 117: 761-781.
- Jackson, Ph.L., Meltzoff, A.N. & Decety, J. (2005), “How Do We Perceive the Pain of Others? A Window into the Neural Processes Involved in Empathy”, *NeuroImage* 24: 771-779.
- Jensen, M.C. & Meckling, W.H. (1994), “The Nature of Man”, *Journal of Applied Corporate Finance* 7: 4-19.
- Johnstone, R. A., & Bshary, R. (2004), “Evolution of Spite through Indirect Reciprocity”, *Proceedings of the Royal Society of London, Series B*, 271: 1917–1922.
- Joyce, R. (2006), *The Evolution of Morality*, (Cambridge: MIT Press).

-
- Karra, N., Tracey, P. & Phillips, N. (2006), “Altruism and Agency in the Family Firm: Exploring the Role of Family, Kinship, and Ethnicity”, *Entrepreneurship Theory and Practice* 30(6): 861-877.
- Katz, S.N. (2006), “Philanthropy” in *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Vol. 1., Ginsburgh, V. A. & Throsby, D. ed. (North Holland: Elsevier), pp. 1229-1321.
- Keely, L., (2005), “Why Isn't Growth Making Us Happier? Utility on the Hedonic Treadmill”, *Journal of Economic Behavior and Organization* 57: 333–355.
- Khalil, E.L. (2004), “What is Altruism?”, *Journal of Economic Psychology* 25: 97-123.
- Kahneman, D. & Krueger, A. (2006), “Developments in the Measurement of Subjective Well-being”, *Journal of Economic Perspectives* 20(1): 3–24.
- Kim, N., Cho, E., Kim, Y. & Lee, M. (2011), “Developing an Effective Strategic Mix of Corporate Philanthropy”, *The Service Industries Journal* 31(7): 1049 –1062.
- Kinsley, M. (2009), *Δημιουργικός Καπιταλισμός: Μια Συζήτηση με τους Bill Gates, Warren Buffet και Άλλους Οικονομικούς Ηγέτες*, μτφ. Χαλιωρή, E., (Αθήνα: Ψυχογίος).
- Kitcher, Ph. (1998), “Psychological Altruism, Evolutionary Origins and Moral Rules”, *Philosophical Studies* 89: 283-316.
- Knack, S. & Keefer, P. (1997), “Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation”, *Quarterly Journal of Economics* 112 (4): 1251-1288.
- Knutson, B. & Bossaerts, P. (2007), “Neural Antecedents of Financial Decisions”, *The Journal of Neuroscience* 27(31): 8174-8177.
- Kolm, S. (2006), “Introduction to the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity”, in *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, Vol. 1, S.-Ch. Kolm, J. M. Ythier ed. (North Holland: Elsevier), pp. 4-122.
- Konow, J. (2010), “Mixed Feelings: Theories of and Evidence on Giving”, *Journal of Public Economics* 94: 279–297.
- Konow, J. & Earley, J. (2008), “The Hedonistic Paradox: Is Homo Economicus Happier?”, *Journal of Public Economics* 92: 1–33.

-
- Koppel, H. & Regner, T. (2011), “Corporate Social Responsibility in the Work Place – Experimental Evidence on CSR from a Gift-Exchange Game”, Jena Economic Research Papers # 2011 – 030.
- Korenok, O., Millner, E.L., & Razzolini, L. (2012), “Are Dictators Averse to Inequality?”, *Journal of Economic Behavior & Organization* 82: 543-547.
- Kosfeld, M., Heinrichs, M., Zak, P. J., Fischbacher, U., & Fehr, E. (2005), “Oxytocin Increases Trust in Humans.,” *Nature* 435 (2), 673–676.
- Kristjansson, K. (2004), “Empathy, Sympathy, Justice and the Child”, *Journal of Moral Education* 33(3): 291–305.
- Krueger, F., Parasuraman, R., Iyengar, V., Thornburg, M., Weel, J., Lin, M., Clarke, E., McCabe, K. & Lipsky, R.H. (2012), “Oxytocin Receptor Genetic Variation Promotes Human Trust Behavior”, *Frontiers in Human Neuroscience* 6(4): 1-9.
- Kurzban, R., DeScioli, P. & Fein, D. (2012), “Hamilton vs. Kant: Pitting Adaptations for Altruism against Adaptations for Moral Judgment”, *Evolution and Human Behavior* 33: 323–333.
- Kurzban, R., DeScioli, P. & O’Brien, E. (2007), “Audience Effects on Moralistic Punishment”, *Evolution and Human Behavior* 28: 75– 84.
- Κριμπάς, Κ.Β. (2007), *Κοινωνιοβιολογία*, (Αθήνα: Κάτοπτρο).
- Κοτσίρης, Λ.Ε. (2003), “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη”, *Επιθεώρηση Εμπορικού Δικαίου* 54: 5-47.
- Lacetera, N., Macis, M. & Slonim, R. (2011), “Rewarding Altruism? A Natural Field Experiment”, MFI Working Paper Series # 2011-010.
- Laidlaw, J. (2000), “A Free Gift Makes No Friends”, *Journal Royal Anthropological Institute*, 6: 617-634.
- Lange, A. & Stocking, A. (2009), “Charitable Memberships, Volunteering, and Discounts: Evidence from a Large-scale Online Field Experiment”, NBER Working Papers Series, Working Paper #14941.
- Laufer, D., Silvera, D., McBride B. & Schertzer, S. (2010), “Communicating Charity Successes Across Cultures: Highlighting Individual or Collective Achievement?”, *European Journal of Marketing* 44(9/10): 1322-1333.

-
- Lawrence, P.R. (2004), "The Biological Base of Morality", *Society for Business Ethics and the Darden School Foundation*: 59-79.
- Leach, C.W., Ellemers, N. & Barreto, M. (2007), "Group Virtue: The Importance of Morality (vs. Competence and Sociability) in the Positive Evaluation of In-groups", *Journal of Personality and Social Psychology* 93: 234–249.
- Lee, H.J., Macbeth, A.H., Pagani, J.H. & Young, W.S. III. (2009), "Oxytocin: the Great Facilitator of Life", *Progress in Neurobiology* 88(2): 127–151.
- Lehmann, L. & Feldman, M.W. (2008), "The Co-evolution of Culturally Inherited Altruistic Helping and Cultural Transmission under Random Group Formation", *Theoretical Population Biology* 73: 506–516.
- Lehmann, L., Feldman, M.W. & Foster, K.R. (2008), "Cultural Transmission Can Inhibit the Evolution of Altruistic Helping", *The American Naturalist* 172(1): 12-24.
- Leigh, E.G. (2010), "The Evolution of Mutualism", *Journal of Evolutionary Biology* 23: 2507–2528.
- Lemmens, K.P., Abraham, C., Ruiter, R.A., Veldhuizen, I.J., Dehing, C.J., Bos, A.E. & Schaalma, H.P. (2009), "Modelling Antecedents of Blood Donation Motivation among Non-donors of Varying Age and Education", *British Journal of Psychology* 100: 71–90.
- Levine, D.K. (1998), "Modeling Altruism and Spitefulness in Experiments", *Review of Economic Dynamics* 1:593-622.
- Levitt, S.D. & List, J.A. (2007), "What Do Laboratory Experiments Measuring Social Preferences Reveal About the Real World?", *Journal of Economic Perspectives* 21(2): 153–174.
- Lévy-Garboua, L., Meidinger, C. & Rapoport, B. (2006), "The Formation of Social Preferences: Some Lessons from Psychology and Biology", in *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, Vol. 1, S.-Ch. Kolm, J. M. Ythier ed. (North Holland: Elsevier), pp. 545-613.
- Ligon, E. & Schechter, L. (2012), "Motives for Sharing in Social Networks", *Journal of Development Economics* 99: 13–26.

-
- Lin-Healy, F. & Small, D. A. (2012), "Cheapened Altruism: Discounting Personally Affected Prosocial Actors", *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 117: 269–274.
- Loewenstein, G. (2000), "Emotions in Economic Theory and Economic Behavior", *The American Economic Review* 90(2): 426-432.
- López-Pérez, R. & Vorsatz, M. (2009), "An Exploration of the Content of Social Norms Using Sample Games", Economic Analysis Working Paper Series #1/2010.
- Losco, J. (1986), "Understanding Altruism: A Critique and Proposal for Integrating Various Approaches", *Political Psychology* 7(2): 323-348.
- Lotem, A., Fishman, M.A. & Stone, L. (2003), "From Reciprocity to Unconditional Altruism through Signalling Benefits", *Proceedings: Biological Sciences* 270(1511): 199-205.
- Lovett, F. (2006), "Rational Choice Theory and Explanation", *Rationality and Society* 18(2): 237–272.
- Lubatkin, M.H., Durand, R. & Ling, Y. (2007), "The Missing Lens in Family Firm Governance Theory: A Self-other Typology of Parental Altruism", *Journal of Business Research* 60: 1022–1029.
- Lubatkin, M.H., Schulze, W.S., Ling, Y. & Dino, R.N. (2005), "The Effects of Parental Altruism on the Governance of Family-managed Firms", *Journal of Organizational Behavior* 26: 313–330.
- Maas, K. & Liket, K. (2011), "Talk the Walk: Measuring the Impact of Strategic Philanthropy", *Journal of Business Ethics* 100(3): 445-464.
- Malani, A. & Posner, E.A. (2006), "The Case for For-Profit Charities", University of Chicago Law & Economics, Olin Working Paper No. 304.
- Maner, J.K., Luce, C.L., Neuberg, S.L., Cialdini, R.B., Brown, S. & Sagarin, B. (2002), "The Effects of Perspective Taking on Motivations for Helping: Still no evidence for Altruism", *Personality and Social Psychology Bulletin*: 28: 1601-1610.
- Maner, J.K. & Gailliot, M.T. (2007), "Altruism and Egoism: Prosocial Motivations for Helping Depend on Relationship Context", *European Journal of Social Psychology* 37: 347-358.

-
- Mankiw, G.N. (2011), *Principles of Economics*, 6th Edition, (South-Western, Cengage Learning).
- Manner, M. & Gowdy, J. (2010), “The Evolution of Social and Moral Behavior: Evolutionary Insights for Public Policy”, *Ecological Economics* 69: 753-761.
- Mantzavinos, C. (2011), “Institutions”, in *The Sage Handbook of the Philosophy of Social Sciences*, I.C. Jarvie & J. Zamora-Bonilla ed. (London: Sage Publications Ltd).
- Marx, J. (1999), “Corporate Philanthropy: What is the Strategy?” *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 28(2): 185-98.
- Matten, D., & Crane, A. (2005), “Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoretical Conceptualization”, *Academy of Management Review* 30(1): 166–179.
- Matten, D., Crane, A., & Chapple, W. (2003), “Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship”, *Journal of Business Ethics* 45: 109–120.
- Maynard Smith, J. (1964), “Group Selection and Kin Selection”, *Nature* 201: 1145 - 1147.
- Maynard Smith, J. & Harper, D.G.C. (1995), “Animal Signals: Models and Terminology”, *Journal of Theoretical Biology* 177: 305–311.
- McCullough, M. E., Kimeldorf, M. B. & Cohen, A. D. (2008), “An Adaptation for Altruism? The Social Causes, Social Effects, and Social Evolution of Gratitude”, *Current Directions in Psychological Science* 17: 281–285.
- Milchtaich, I. (2012), “Comparative Statics of Altruism and Spite”, *Games and Economic Behavior* 75: 809–831.
- Milinski, M., Semmann, D. & Krambeck, H. J. (2002), “Reputation Helps Solve the ‘Tragedy of the Commons’”, *Nature* 415: 424–426.
- Miller, D.T. (1999), “The Norm of Self-Interest”, *American Psychologist* 54(12): 1053-1060.
- Mitra, A. (2004), “What Motivates Transfer of Resources: Altruism or Principle of Exchange?”, *The Journal of Developing Areas* 37(2): 31-48.
- Moir, L. & Taffler, R. (2004), “Does Corporate Philanthropy Exist?: Business Giving to the Arts in the U.K.”, *Journal of Business Ethics* 54(2): 149-161.

-
- Molyneaux, D. (2003), "Saints and CEOs: An Historical Experience of Altruism, Self-Interest and Compromise", *Journal of Business Ethics* 12: 133-143.
- Monroe, K.R. (1991), "John Donne's People: Explaining Differences between Rational Actors and Altruists through Cognitive Frameworks", *The Journal of Politics* 53(2): 394-433.
- Moorlock, G., Ives, J. & Draper, H. (2013), "Altruism in Organ Donation: an Unnecessary Requirement?", *Journal of Medical Ethics* 0: 1-5.
- Muller, A. & Kräussl, R. (2011), "The Value of Corporate Philanthropy during Times of Crisis: The Sensegiving Effect of Employee Involvement", *Journal of Business Ethics* 103: 203–220.
- Music, G. (2012), "Selfless Genes, Altruism and Trauma: Research and Clinical Implications", *British Journal of Psychotherapy* 28(2): 154-171.
- Nagel, Th. (1989), *Θεμελιώδη Φιλοσοφικά Προβλήματα: Σύντομη Εισαγωγή στη Φιλοσοφία*, μτφρ. Χ. Μιχαλοπούλου Βέικου, (Αθήνα: Σμίλη).
- Nagel, Th.(1970), *The Possibility of Altruism*, (Princeton: Princeton University Press).
- Navarro, P., (1988), "Why Do Corporations Give to Charity?", *Journal of Business* 61 (1): 65–93.
- Nesbit, P. (2010), "A Comparison of Volunteering Data in the Panel Study of Income Dynamics and the Current Population Survey", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 39: 753-761.
- Nikiforakis, N. & Engelmann, D. (2011), "Altruistic Punishment and the Threat of Feuds", *Journal of Economic Behavior & Organization* 78: 319–332.
- Noe, T. (2012), "Blood and Money: Kin Altruism and the Governance of the Family Firm", Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2039870>.
- Nolin, D.A. (2012), "Food-sharing Networks in Lamalera, Indonesia: Status, Sharing, and Signaling", *Evolution and Human Behavior* 33: 334–345.
- Northoff, G. (2009), "What Is Neuroethics? Empirical and Theoretical Neuroethics", *Current Opinion in Psychiatry* 22: 565–569.
- Nowak, M.A. & Sigmund, K. (2005), "Evolution of Indirect Reciprocity", *Nature* 437: 1291–1270.

-
- Nowak, M.A., Tarnita, C.E. & Wilson, E.O. (2010), "The Evolution of Eusociality", *Nature* 466: 1057-1062.
- Oakley, B., Knafo, A., Madhavan, G. & Sloan Wilson, D.S. (Ed.) (2012), *Pathological Altruism* (New York: Oxford University Press).
- Ohreen, D.E. & Petry, R.A. (2011), "Imperfect Duties and Corporate Philanthropy: A Kantian Approach", *Journal of Business Ethics*:-.
- Okun, M.A., Pugliese, J. & Rook, K.S. (2007), "Unpacking the Relation between Extraversion and Volunteering in Later Life : the Role of Social Capital", *Personality and Individual Differences* 42(8): 1467–1477.
- Osterloh, M. & Frey, B.S. (2003), "Corporate Governance for Crooks? The Case for Corporate Virtue", Institute for Empirical Research in Economics, WP # 164.
- Park, J.W. & Zak, P. J. (2007), "Neuroeconomics Studies", *Analyse & Kritik* 29: 47–59.
- Partovi, F.Y. (2011), "Corporate Philanthropic Selection Using Data Envelopment Analysis", *Omega* 39: 522–527.
- Peil, J. (1999), *Adam Smith and Economic Science, A Methodological Reinterpretation*, (UK: Edward Elgar).
- Peloza, J. & Hassay, D. N. (2008), "Make versus Buy Philanthropy: Managing Firm-Cause Relationships for Strategic and Social Benefit", *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* 19(2): 69-90.
- Peloza, J. & Shang, J. (2011), "How Can Corporate Social Responsibility Activities Create Value for Stakeholders? A Systematic Review", *Journal of the Academy of Marketing Science* 39:117–135.
- Perigo, J. (2010), "Volunteering and the Evolution to Community Action Learning", *Industrial and Commercial Training* 42(7): 351-359.
- Piliavin, J.A. & Charng, H. (1990), "Altruism: A Review of Recent Theory and Research", *Annual Review of Sociology* 16: 27-65.
- Pitelis, Ch. (2002), "On Economics and Business Ethics", *Business Ethics* 11: 111-118.
- Pojman, L.P. (1995), *Discovering Right and Wrong*, (California: Wadsworth Publishing Company).

-
- Porter, M.E. & Kramer, M.R. (2002), “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy”, *Harvard Business Review* 80(12), 56–69.
- Price, G.R. (1970), “Selection and Covariance”, *Nature* 227: 520–521.
- Purcell, J., Brelsford, A. & Avilés, L. (2012), “Co-evolution between Sociality and Dispersal: The Role of Synergistic Cooperative Benefits”, *Journal of Theoretical Biology* 312: 44–54.
- Putnam, R. (1993), *Making Democracy Work*, (Princeton: Princeton University Press).
- Rachels, J. (1986), *The Elements of Moral Philosophy*, (US: McGraw-Hill Publishing Company).
- Rachlin, H. (2002), “Altruism and Selfishness”, *Behavioral and Brain Sciences* 25: 239–296.
- Rachlin, H. & Jones, B.A. (2008), “Altruism among Relatives and Non-Relatives”, *Behavioural Processes* 79:120-123.
- Raiborn, C., Green, A., Todorova, L., Trapani, T. & Watson, W. E. (2003), “Corporate Philanthropy: When Is Giving Effective?”, *The Journal of Corporate Accounting & Finance* 15: 47–54.
- Rawls, J. (2001), *Θεωρία της Δικαιοσύνης*, (Αθήνα: Πόλις).
- Reed, L.I., Zeglen, K.N. & Schmidt, K.L. (2012), “Facial Expressions as Honest Signals of Cooperative Intent in a One-shot Anonymous Prisoner's Dilemma Game”, *Evolution and Human Behavior* 33: 200–209.
- Rege, M. & Telle, K. (2004), “The Impact of Social Approval and Framing on Cooperation in Public Good Situations,” *Journal of Public Economics* 88 (7-8), 1625–44.
- Ribar, D.C. & Wilhelm, M.O. (2002), “Altruistic and Joy-of-Giving Motivations in Charitable Behavior”, *The Journal of Political Economy* 110(2): 425-457.
- Richerson, P. J., Boyd, R., & Henrich, J. (2010), “Gene-culture Coevolution in the Age of Genomics”, *Proceedings of the National Academy of Sciences* 107(2): 8985-8992.
- Ridley, M. (1996), *The Origins of Virtue. Human Instincts and the Evolution of Cooperation*, (New York: Penguin Books).

-
- Rilling, J.K., Sanfey, A.G., Aronson, J.A., Nystrom, L.E. & Cohen, J.D. (2004), “Opposing BOLD Responses to Reciprocated and Unreciprocated Altruism in Putative Reward Pathways”, *Brain Imaging Neuro Report* 15: 2539–2543.
- Rizzolatti, G. & Craighero, L. (2004), “The Mirror-Neuron System”, *Annual Review Neuroscience* 27: 169-92.
- Rocha, H. & Miles, R. (2009), “A Model of Collaborative Entrepreneurship for a More Humanistic Management”, *Journal of Business Ethics* 88: 445–462.
- Rosanas, J. M. (2009), “A Humanistic Approach to Organizational Decision-Making”, Working Paper WP-814.
- Rotemberg, J. (2010a), “Altruistic Dynamic Pricing with Customer Regret”, *The Scandinavian Journal of Economics* 112(4): 646–672.
- Rotemberg, J. (2010b), “Quality Provision, Expected Firm Altruism and Brand Extensions”, NBER Working Paper # 15635.
- Rotemberg, J., (2006), “Altruism, Reciprocity and Cooperation in the Workplace”, in *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, Vol. 2, S.-Ch. Kolm, J. M. Ythier ed. (North Holland: Elsevier), pp. 1372-1407.
- Rotemberg, J., (1994), “Human Relations in the Workplace”, *Journal of Political Economy* 102: 684-717.
- Roughgarden, J. (2012), “Teamwork, Pleasure and Bargaining in Animal Social Behaviour”, *Journal of Evolutionary Biology* 25: 1454–1462.
- Rowthorn, R.E., Guzmán, R.A. & Rodriguez-Sickert, C. (2009), “Theories of the Evolution of Cooperative Behaviour: A critical Survey Plus Some New Results”, MPRA Paper No. 12496.
- Rubin, P.H. (2000), “Group Selection and the Limits to Altruism”, *Journal of Bioeconomics* 2: 9-23.
- Rumsey, G.G. & White, C. (2009), “Strategic Corporate Philanthropic Relationships: Nonprofits’ Perceptions of Benefits and Corporate Motives”, *Public Relations Review* 35: 301–303.
- Sacconi, L. & Faillo, M. (2008), “Conformity, Reciprocity and the Sense of Justice. How Social Contract-based Preferences and Beliefs Explain Norm Compliance: the Experimental Evidence”, Working Paper # 14.

-
- Sanfey, A.G., Rilling, J.K., Aaronson, J.A., Nystrom, L.E. & Cohen, J.D. (2003), "The Neural Basis of Economic Decision-making in the Ultimatum Game", *Science* 300: 1755–58.
- Sasse, C.M. & Trahan, R.T. (2007), "Rethinking the New Corporate Philanthropy", *Business Horizons* 50(1): 29-38.
- Sayer, A. (2007), "Dignity at Work: Broadening the Agenda", *Organization* 14(4): 565–581.
- Scheele, D., Mihov, Y., Kendrick K.M., Feinstein, J.S., Reich, H., Maier, W., Hurlemann, R. (2012), "Amygdala Lesion Profoundly Alters Altruistic Punishment", *Biological Psychiatry* 72(3): e5–e7.
- Schmidtz, D. (1996), *Rational Choice and Moral Agency*, (Princeton: Princeton University Press).
- Schminke, M., Arnaud, A., & Kuenzi, M. (2007), "The Power of Ethical Work Climates", *Organizational Dynamics* 36: 171-183.
- Schminke, M., Ambrose, M.L., & Neubaum, D.O. (2005), "The Effect of Leader Moral Development on Ethical Climate and Employee Attitudes", *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 97: 135-151.
- Schulze, W. S., Lubatkin, Michael H. & Dino, R. N. (2003), "Toward a Theory of Agency and Altruism in Family Firms", *Journal of Business Venturing* 18: 473–490.
- Schuyt, T. N.M. (2010), "Philanthropy in European Welfare States: A Challenging Promise?", *International Review of Administrative Sciences* 76: 774-789.
- Schwartz, C., Keyl, P., Marcum, J. & Bode, R. (2009), "Helping Others Shows Differential Benefits on Health and Well-being for Male and Female Teens", *Journal of Happiness Studies* 10(4): 431–448.
- Schwartz, S.H. (1970), "Elicitation of Moral Obligation and Self-sacrificing Behavior: An Experimental Study of Volunteering to Be a Bone Marrow Donor", *Journal of Personality and Social Psychology* 15(4): 283–293.
- Scitovsky, T. (1943), "A Note On Profit Maximisation and Its Implications", *Review of Economic Studies*. 11.

-
- Seabright, P.B. (2009), “Continuous Preferences and Discontinuous Choices: How Altruists Respond to Incentives”, *The B.E. Journal of Theoretical Economics* 9(1), Article 14.
- Segal, N.L., Hershberger, S.L. & Arad, S. (2003), “Meeting One’s Twin: Perceived Social Closeness and Familiarity”, *Evolutionary Psychology* 1:70-95.
- Seifert, B., Morris, S. A. & Bartkus, B. R. (2003), “Comparing Big Givers and Small Givers: Financial Correlates of Corporate Philanthropy”, *Journal of Business Ethics* 45: 195–211.
- Sen, A. (2005), “Why Exactly Is Commitment Important for Rationality?”, *Economics and Philosophy* 21: 5-13.
- Sen, A. (1982), “Rational Fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory”, *Choice, Welfare and Measurement*: 84-106.
- Sesardic, N. (1995), “Recent Work on Altruism and Evolution”, *Ethics* 106: 128-157.
- Shaw B. & Post, F.R. (1993), “A Moral Basis for Corporate Philanthropy”, *Journal of Business Ethics* 12: 745-751.
- Shchetinin, O. (2009), “Contracting Under Reciprocal Altruism”, University of Gothenburg, Working Paper in Economics #421.
- Sigmund, K. (2012), “Moral Assessment in Indirect Reciprocity”, *Journal of Theoretical Biology* 299: 25–30.
- Simon, H.A. (1993), “Altruism and Economics”, *American Economic Review (Papers and Proceedings)*, 83(2): 156-161.
- Simon, H. (1962), “New Developments in the Theory of the Firm”, *American Economic Review* 52: 1-15.
- Simpson, B. (2007), “Rational Choice Theories”, *Blackwell Encyclopedia of Sociology*, Ritzer, George (ed.), Blackwell Publishing.
- Simpson, B. (2006), “Social Identity and Cooperation in Social Dilemmas”, *Rationality and Society* 18: 443–70.
- Singer, T., Kiebel, S.J, Winston, J.S., Dolan, R.J. & Frith, C.D. (2004), “Brain Responses to the Acquired Moral Status of Faces”, *Neuron* 41: 653–662.
- Singer, T., Seymour, B., O’Doherty, J. P., Stephan, K. E., Dolan, R. J. & Frith, C. D. (2006), “Empathic Neural Responses are Modulated by the

-
- Perceived Fairness of Others”, *Nature* 439: 466-469.
- Smith, K. (2006), “Representational Altruism: The Wary Cooperator as Authoritative Decision Maker”, *American Journal of Political Science* 50 (4): 1013-1022.
- Smith, R.D. (2008), “The Value of Charity in a World of Profit Maximization”, *Journal of Human Values* 14: 49-61.
- Sobel, J. (2005), “Interdependent Preferences and Reciprocity”, *Journal of Economic Literature* XLIII: 392-436.
- Sober, E. (1988), "What Is Evolutionary Altruism?", *Canadian Journal of Philosophy* 14: 75-99.
- Sober, E. & Wilson, D.S. (1998), “Unto Others: The Evolution and Psychology of Unselfish Behavior” (Cambridge: Harvard University Press).
- Solomon, R.C. (2004), “Sympathy as a “Natural” Sentiment”, *Society for Business Ethics and the Darden School Foundation* : 53-58.
- Solomon, R. (2004), “Aristotle, Ethics and Business Organizations”, *Organization Studies* 25(6): 1021-1043.
- Stanca, L., Bruni, L. & Corazzini, L. (2009), "Testing Theories of Reciprocity. Do Motivations Matter?", *Journal of Economic Behavior and Organization* 71: 233-245.
- Sternberg, E. (2000), *Just Business: Business Ethics in Action*, (Oxford: Oxford University Press).
- Stigler, G.J. & Becker, G.S. (1977), “De Gustibus Non Est Disputandum”, *American Economic Review* 67: 76-90.
- Stohr, K.E. (2002), “Virtue Ethics and Kant’s Cold-Hearted Benefactor”, *The Journal of Value Inquiry* 36: 187-204.
- Stout, L.A. (2006), “Social Norms and Other-Regarding Preferences” in *Norms and the Law*, John N. Drobak, ed., (Cambridge University Press), pp 13-34.
- Swierzbinski, J. & Binmore, K. (2006), “A Little Behavioralism Can Go A Long Way?”, in *Does Game Theory Work? The Bargaining Challenge* by Ken Binmore, MIT Press.
- Sylwester, K. & Roberts, G. (2010), “Cooperators Benefit through Reputation-based Partner Choice in Economic Games”, *Biology Letters* 6: 659-662.

-
- Tan, W., Williams, J. & Tan, T. (2005), "Defining the 'Social' in 'Social Entrepreneurship': Altruism and Entrepreneurship", *International Entrepreneurship and Management Journal* 1: 353–365.
- Tankersley, D., Stowe, C.J., & Huettel, S.A. (2007), "Altruism Is Associated with an Increased Neural Response to Agency", *Nature Neuroscience* 10(2): 150-51.
- Theurer, K. & Wister, A. (2010), "Altruistic Behaviour and Social Capital as Predictors of Well-being among Older Canadians", *Ageing and Society* 30: 157-181.
- Therkelsen, A. R. (2010), "Encounters with Philanthropic Information: Cognitive Dissonance and Implications for the Social Sector", *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 22(3): 518-545.
- Thoits, P.A. & Hewitt, L.N., (2001), "Volunteer Work and Well-being", *Journal of Health and Social Behavior* 42(2): 115–131.
- Tonin, M. & Vlassopoulos, M. (2010), "An Experimental Investigation of Intrinsic Motivations for Giving", Discussion Papers in Economics and Econometrics # 1008.
- Tongkui, Y., Shu-Heng, C. & Honggang, L. (2011), "Social Norm, Costly Punishment and the Evolution to Cooperation", MPRA Paper # 28814.
- Treviño, L.K., Weaver, G.R. & Reynolds, S.J. (2006), "Behavioral Ethics in Organizations: A Review", *Journal of Management* 32(6): 951-990.
- Tricomi, E., Rangel, A., Camerer, C., & O'Doherty, J. (2010), "Neural Evidence for Inequality-Averse Social Preferences", *Nature* 463(7284):1089–1091.
- Trivers, R.L. (1971), "The Evolution of Reciprocal Altruism", *The Quarterly Review of Biology*, 46: 35-57.
- Tucci, G. (2003), "Envy Reduction in Economics: Equity, Altruism and 'Cultural Group Selection'", *Journal of Public Finance and Public Choice*, 21.
- Turaga, R.M.R., Howarth, R.B. & Borsuk, M.E. (2010), "Pro-environmental Behavior Rational Choice Meets Moral Motivation", *Annals of the New York Academy of Sciences* 1185: 211–224.
- Turban, D. & Greening, D. (1997), "Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees", *The Academy of Management Journal* 40(3): 658–672.

-
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1981), "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice", *Science* 211: 453–458.
- Ugazio, G., Lamm, C. & Singer, T. (2012), "The Role of Emotions for Moral Judgements Depends on the Type of Emotion", *Emotion* 12: 579–590.
- Ulen, T.S. (2008), "Analytical Tools for Law and Economics", in Aristides Hatzis, ed., *A European Perspective on Law and Economics*.
- Unger, L.S. (1991), "Altruism as a Motivation to Volunteer", *Journal of Economic Psychology* 12: 71-100.
- Valentine, S., Godkin, L., Fleischman, G.M., Kidwell, R. E. & Page, K. (2011), "Corporate Ethical Values and Altruism: The Mediating Role of Career Satisfaction", *Journal of Business Ethics* 101: 509–523.
- Van de Ven, B. W. & Jeurissen, R. M. J. (2005), "Competing Responsibility", *Business Ethics Quarterly* 15(2): 299–318.
- Velamuri, S.R. (2002), "Entrepreneurship, Altruism and the Good Society" in R. E. Freeman and S. Venkataraman, eds, *Entrepreneurship and Ethics, The Ruffin Series*, Number 3.
- Vostroknutov, A. (2012), "A Theory of Reciprocity with Incomplete Information", Maastricht University RM/12/015.
- Wagner-Tsukamoto, S. (2005), "An Economic Approach to Business Ethics: Moral Agency of the Firm and the Enabling and Constraining Effects of Economic Institutions and Interactions in a Market Economy", *Journal of Business Ethics* 60: 75-89.
- Wang, L. & Graddy, E. (2008), "Social Capital, Volunteering, and Charitable Giving", *Voluntas* 19: 23–42.
- Webb, E. (2004), "An Examination of Socially Responsible Firms' Board Structure", *Journal of Management and Governance* 8: 255–277.
- Weinstein, N., & Ryan, R. (2010), "When Helping Helps: Autonomous Motivation for Prosocial Behavior and its Influence on Well-being for the Helper and Recipient", *Journal of Personality and Social Psychology*, 98: 222–244.

-
- West S.A., El Mouden, C. & Gardner A. (2011), "Sixteen Common Misconceptions about the Evolution of Cooperation in Humans", *Evolution and Human Behavior* 32(4): 231–262.
- West, S.A., Griffin, A.S. & Gardner, A. (2007), "Social Semantics: Altruism, Cooperation, Mutualism, Strong Reciprocity and Group Selection", *Journal of Evolutionary Biology* 20: 415-432.
- Whiteman, G., Muller, A.R., van der Voort, J., van Wijk, J., Meijs, L. & Pique, C., (2005), "The Tsunami's CSR Effect: MNE and Philanthropic Responses to the Disaster", RSM Erasmus University Research Institute of Management. URI: <http://hdl.handle.net/1765/6994>.
- Wichardt, Ph. C. (2005), "A Status Based Motivation for Behavioural Altruism", Department of Economics, University of Bonn.
- Wilson, E.O. (2005), "Kin Selection as the Key to Altruism: Its Rise and Fall", *Social Research* 72: 159-166.
- Wilson, E.O. (1975), *Sociobiology: The New synthesis* (Cambridge, Mass: Harvard University Press).
- Wispe, L. (1972), "Positive Forms of Social Behavior: An Overview", *Journal of Social Issues* 28: 1-20.
- Wright, T.A. & Goodstein, J. (2007), "Character Is Not 'Dead' in Management Research: A review of Individual Character and Organizational-Level Virtue", *Journal of Management* 33(6): 928-958.
- Wynne-Edwards, V.C. (1962), *Animal Dispersion in Relation to Social Behaviour*, (Edinburgh: Oliver & Boyd).
- Yamagishi, T. & Kiyonari, T. (2000), "The Group as the Container of Generalized Reciprocity", *Social Psychology Quarterly* 63: 116–32.
- Yamagishi, T. & Mifune, N. (2008), "Does Shared Group Membership Promote Altruism? : Fear, Greed, and Reputation", *Rationality and Society* 20(1): 5-30.
- Yuen, H.K. (2002), "Impact of an Altruistic Activity on Life Satisfaction in Institutionalized Elders: a Pilot Study", *Physical and Occupational Therapy in Geriatrics* 20(3/4): 125–135.

-
- Zak, P.J. (2008), "Neuroeconomics Explained, Part Two", *Psychology Today* (<http://www.psychologytoday.com>).
- Zak, P.J., Stanton, A.A. & Ahmadi, S. (2007), "Oxytocin Increases Generosity in Humans", *PLoS One* 2.
- Zey, M. (1998), *Rational Choice Theory and Organizational Theory: A Critique*, (Thousand Oaks: Sage Publications).
- Zhao, H., Seibert, S.E. & Lumpkin, G.T. (2010), "The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review", *Journal of Management* 36: 381-404.
- Zischka, L. (2013), "Valuing Social Capital by the Resources People Allocate to One Another", *Journal of International Development* DOI: 10.1002/jid.2903.