

НЕДАЛЬНОВИДНАЯ СКУПОСТЬ? ОРИЕНТАЦИЯ НА БУДУЩЕЕ СПОСОБСТВУЕТ РЕПУТАЦИИ ЩЕДРОСТИ (СКУПОСТЬ И ЩЕДРОСТЬ КАК ОСНОВА РЕПУТАЦИИ) * **

Холлгейр Сьостад***

*Доктор психологических наук
Норвежская школа экономики
(г. Берген, Норвегия),*

Автор перевода:

*Белецкая Мария Юрьевна
Кандидат экономических наук
МГУ имени М.В. Ломоносова,
Экономический факультет
(г. Москва, Россия)*

Аннотация

Долгосрочное мышление и добровольное распределение ресурсов – две отличительные черты человеческой природы. В трех экспериментах (N = 1082) я проверяю причинную связь: иногда люди проявляют щедрость из-за того, что думают о будущем. Участникам случайным образом было предложено сфокусироваться либо на настоящем, либо на будущем, а затем они принимали конкретные решения в гипотетических сценариях. В исследовании 1 (N = 200) участники, ориентированные на будущее, разделили больше денег в публичной игре «диктатор», чем участники, ориентированные на настоящее (+ 39%), и они были готовы пожертвовать больше денег на благотворительность (+ 61%). В исследовании 2 (N = 410) был воспроизведен положительный эффект ориентации на будущее при игре «диктатор», когда выбор был обозначен как публично известный (+ 36%), но не было обнаружено такого эффекта, когда выбор был обозначен как неизвестный другим людям. Таким образом ориентация на будущее делала участников более щедрыми только

* Оригинал статьи: Hallgeir Sjøstad (2019) [Short-sighted greed? Focusing on the future promotes reputation-based generosity](http://journal.sjdm.org/17/17907b/jdm17907b.pdf) Judgment and Decision Making. – Vol. 14. – Number 2: 199-213. URL: <http://journal.sjdm.org/17/17907b/jdm17907b.pdf>

** Эта статья доступна по [лицензии «Attribution» \(«Атрибуция»\) 3.0 Непортированная \(CC BY 3.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/).

*** Эта работа была частично поддержана Исследовательским советом Норвегии в рамках программы центров мастерства (Centres of Excellence Scheme), проекта FAIR № 262675.

Я благодарю Роя Бомейстера, Эндрю Вонаша, Хельге Турбьёрнсен, Сив Скард, Бертил Тунгодден, Матиас Экстрем, Ингрид Хоем Сюрсен, Стефан Мейснер, Джордж Левенштейн, Валерио Капраро и Дэвид Рэнд за полезные комментарии к этой работе. В частности, я хочу поблагодарить Таню Рейнольдс за предоставленную обратную связь по основным идеям и за корректуру всей рукописи перед подачей.

Данные и материалы для всех трех исследований доступны в открытом доступе: <https://osf.io/y6mct/>. Гипотезы и статистический анализ исследования 3 были предварительно зарегистрированы: <https://aspredicted.org/q93ap.pdf>.

Норвежская школа экономики и FAIR Insight Team, SNF –

Центр прикладных исследований при ННН. Электронная почта: Hallgeir.Sjastad@snf.no.

тогда, когда другие знали об их выборе. Исследование 3 (N = 472) обеспечивало больший охват и предварительную фиксацию гипотез и техники исследования, частично повторяя исследование 1, и включая несколько расширений. Ориентированные на будущее участники снова пожертвовали больше денег на благотворительность в рамках сценария общественных пожертвований (+40%), и они с большей вероятностью выбирали вариант волонтерской деятельности (+17%). Как и предполагалось, эффект был опосредован заботой о репутации, указывая на то, что ориентация на будущее может сделать людей более щедрыми, потому что это также заставляет их задуматься о социальных последствиях своего выбора. Взятые вместе, результаты показывают, что ориентация на будущее способствует увеличению проявления щедрости, в основе которой лежит забота о репутации. Стимулируя добровольное распределение ресурсов, центральной функцией человеческого предвидения может быть поддержка сотрудничества в группах и обществе.

Ключевые слова: перспективное мышление, щедрость, репутация, сотрудничество, мораль.

1. Введение

Готовность делиться – важнейшая составляющая долгосрочного сотрудничества и общественной жизни. Поэтому как для индивида, так и для общества очень важно понять психологию человеческой щедрости. В исследованиях, описанных в статье, я проверяю гипотезу, что временная перспектива лица, принимающего решения, играет жизненно важную роль в процессе принятия социальных решений и, таким образом, ориентированное на будущее мышление может способствовать повышению уровня щедрости.

Сотрудничество является фундаментальным структурным элементом оптимального функционирования – от базовой клеточной биологии до современного общества (Henrich & Henrich, 2007; Nowak & Highfield, 2011; Rand & Nowak, 2013). Действительно, сотрудничество даже может быть рассмотрено как основа морали (Krebs, 2008; Tomasello & Vaish, 2013; Curry, Mullins & Whitehouse, 2019). Однако одно из главных препятствий для успешного сотрудничества заключается в том, что оно требует определенной готовности отказаться от собственных ресурсов. Когда люди отказываются делиться или отступать от интересов группы, сотрудничество нарушается, часто оставляя большинство или всех в худших условиях. Однако после первоначальных проявлений щедрости долгосрочное сотрудничество может циклически усиливаться. Это делает мотивацию первоначальных проявлений щедрости главной проблемой в психологии и социальных науках.

С чисто стратегической точки зрения проблема с щедростью заключается в том, что личные издержки проявляются немедленно, тогда как большее вознаграждение часто отложено во времени или не определено (Rand & Nowak, 2013). Почему же так широко распространено совместное использование людских ресурсов? Одной из причин может быть то, что щедрость, как правило, предлагает долгосрочное вознаграждение (Eriksson, Vartanova, Strimling & Simpson, 2018), и, следовательно, размышления о будущем могут помочь людям осознать это, прежде чем действовать. В настоящем исследовании я проверяю следующую гипотезу в трех экспериментах (N = 1082): иногда люди щедры, *потому что* думают о будущем.

1.1. Сила репутации

Как ориентированное на будущее мышление способствует проявлениям щедрости? С точки зрения эволюции и теории игр сила репутации может частично объяснить эту зависимость, поскольку она создает долгосрочные стимулы для добровольного совместного использования ресурсов. Люди развивали сотрудничество в большей степени, чем другие приматы (Henrich & Henrich, 2007; Suddendorf, 2013; Tomasello, 2016), и, как правило, обеспечивали выживание и размножение с помощью общественных ресурсов (Baumeister, 2005; Sloman & Fernbach, 2017). Центральным элементом такой социальной стратегии является привлечение будущих партнеров по сотрудничеству путем создания положительной репутации, которая может быть достигнута благодаря щедрым действиям в настоящем (Tomasello, 2016). Когда кто-то отказывается делиться, в долгосрочной перспективе в группе и в обществе в целом, они скорее всего испытают негативные последствия своего решения (Apicella, Marlowe, Fowler & Christakis, 2012). Таким образом, репутационные механизмы создают в будущем вознаграждение за социальное поведение, которое обычно превышает непосредственные затраты (Trivers, 1971; Axelrod, 1984; Rand & Nowak, 2013).

Акцентируя внимание на фактическом процессе принятия решений, проверяемая гипотеза, которую я предлагаю здесь, заключается в том, что даже *размышление* о будущих последствиях своего выбора способствует проявлению щедрости.

1.2. Репутация как отложенное вознаграждение

Одна из причин, по которой можно ожидать связь между ориентацией на будущее и заботой о репутации заключается в том, что само понятие «репутация» неотъемлемо связано с будущим. По сути, репутация является отсроченным следствием выбора в настоящем, которое формирует будущие взаимодействия. Человеческое сознание может производить умственное моделирование возможных вариантов будущего, что позволяет основывать текущие решения на ожидаемых результатах (Baumeister, Maranges & Sjastad, 2018). Поскольку репутация влияет на будущее, перспективное мышление должно повысить значимость социальных выгод за щедрые действия, тем самым способствуя добровольному распределению ресурсов.

Важно отметить, что у людей есть сильное желание создать и поддерживать позитивную репутацию с самого начала. Например, недавнее исследование показало поразительную готовность людей терпеть личные затраты и эмоциональный дискомфорт, чтобы предотвратить распространение вредной репутационной информации в их социальном сообществе (Vonasch, Reynolds, Winegard & Baumeister, 2018). В рамках экспериментов участвующие студенты получили ложные отзывы о тестах, свидетельствующие о том, что у них были явно расистские взгляды. Когда им была предложена возможность положить руку в миску с отвратительными червями или перенести физическую боль, чтобы предотвратить распространение этой информации, 30% и 63%, соответственно, участников решили сделать это. Более того, исторические записи полны похожих примеров того, как люди идут на все, чтобы защитить свою честь, «спасти лицо». Они готовы участвовать в дуэлях или другими способами платить высокую цену, чтобы обеспечить свою будущую репутацию.

Многие исследования проявлений щедрости показывают положительное влияние простого внешнего наблюдения на просоциальное поведение (Bradley, Lawrence & Ferguson, 2018). В поведенческой и экспериментальной экономике преобладают так называемые «эффекты конца игры», в которых уровень эгоистичного отклонения резко возрастает в последнем раунде повторяющихся взаимодействий (Andreoni, 1988). Это означает, что люди склонны действовать более щедро, когда их выбор имеет возможные долгосрочные последствия, и менее щедро в (редких) ситуациях, когда социальные последствия отсутствуют (формальную модель репутации см. в Camerer & Weigelt, 1988). Аналогичным образом, исследования в области социальной психологии показали, что включение в условия взаимодействия «сплетен» приводит к большим вкладам в коллективные блага (Beersma & Van Kleef, 2011) и повышению уровня щедрости (Wu, Balliet & Van Lange, 2016), обусловленному более сильной заботой о репутации. Таким образом, существует широкий спектр эмпирических данных, свидетельствующих о том, что желание сохранить положительную репутацию может способствовать проявлениям щедрости. Тем не менее, ни в одном исследовании не было проверено, может ли ориентация на будущее напрямую влиять на проявление щедрости для построения положительной репутации.

1.3. Ориентированные на будущее проявления щедрости: убедительные доказательства

Прямых доказательств связи между ориентированным на будущее мышлением и проявлениями щедрости не имеется, однако результаты многих исследований согласуются с этой идеей. Например, люди больше думают о будущем и делят больше ресурсов с неродственниками, чем любые другие виды на планете. Хотя большинство, если не все другие животные, похоже, живут сфокусированными на текущем моменте (Roberts, 2002; Suddendorf & Corballis, 2007), исследования показали, что люди часто участвуют в «умственных путешествиях во времени» в прошлое и будущее (Baumeister, Vohs & Oettingen, 2016). В частности, большая часть психических процессов человека представляется перспективной и прагматичной, исходя из того, что человеку необходимо делать в настоящем, чтобы добиться положительных будущих результатов (Schacter, Addis & Buckner, 2007; Chennu et al., 2013; Baumeister, Maranges & Sjastad, 2018). Исследования проблем справедливости и альтруизма показывают, что люди часто делятся некоторыми ресурсами в экономических играх, даже когда нет стратегической выгоды от этого (Kahneman, Knetsch & Thaler, 1986; Fehr & Schmidt, 2006; Cappelen & Tungodden, 2019). Следовательно, возможная основа для психологической связи между ориентацией на будущее и проявлениями щедрости заключается в том, что человечество сильно отличается от других животных в обоих случаях.

Более актуальный для настоящего исследования корреляционный анализ индивидуальных различий обнаружил, что люди с чертами, ориентированными на будущее («CFC»: Joireman, Shaffer, Balliet & Strathman, 2012), как правило, делятся большими ресурсами в социальных дилеммах, чем те, кто не так сосредоточен на будущих последствиях (Kortenkamp & Moore, 2006). Используя экспериментальный дизайн, недавнее исследование показало, что принятие решения «диктатора» до его фактической реализации приводило к большим проявлениям щедрости, чем когда решения принимались с немедленными последствиями (Kolle & Wenner, 2018). Поэтому вполне вероятно, что ориентированное на будущее мышление способствует проявлениям щедрости. Однако это не обязательно.

Некоторые данные из области когнитивных исследований позволяют предположить, что даже дети ведут себя более просоциально, когда подчеркиваются проблемы репутации (Tomasello, 2016).

Engelmann, Herrmann and Tomasello (2012) обнаружили, что 5-летние дети брали себе меньше ресурсов и больше делились ими, когда кто-то за ними наблюдал, чем когда дети оставались одни, тогда как шимпанзе не изменяли своего поведения в присутствии других шимпанзе. Этот вывод свидетельствует о том, что дети становятся более щедрыми в социальных ситуациях, потому что они понимают, что возможны будущие награды (или наказания). Действительно, 5-летние дети делились большим количеством ресурсов, когда ребенок-наблюдатель мог впоследствии ответить взаимностью, и когда ребенок-наблюдатель был членом группы (Engelmann, Over, Herrmann & Tomasello, 2013). Таким образом, имеющиеся данные свидетельствуют о том, что дети дошкольного возраста ведут себя в соответствии с ожидаемыми репутационными наградами, что подчеркивает предполагаемую связь между будущим мышлением и просоциальностью.

В то же время роль сознательного и обдуманного рассмотрения будущего не рассматривается ни в одном из исследований, рассмотренных выше. Неясно, думали ли 5-летние дети о будущих выгодах их социального поведения или они действовали на основе подсознательной интуиции. Исследования в области психологии развития, как правило, показывают, что воспринимаемая перспектива будущего детей довольно ограничена по сравнению с перспективой подростков и взрослых (например, Metcalfe & Mischel, 1999), вероятно из-за недостаточного развития лобной доли мозга. Более того, взрослые, которые ориентированы на будущее и просоциальны по своему характеру (Kortenkamp & Moore, 2006), несомненно, обладают достаточной способностью думать о будущем, но когнитивный процесс этой ориентации на будущее также может состоять из интуитивных привычек. Таким образом, хотя связь между будущим мышлением и проявлениями щедрости правдоподобна и согласуется с наводящими на размышления выводами многих исследований, эмпирических данных о причинно-следственной связи не хватает.

1.4. Ориентированная на будущее компетентность – с пониманием или без?

Безусловно, даже если поведенческий шаблон был одобрен естественным отбором за его выгодные долгосрочные последствия, осознание этих будущих последствий может быть или не быть частью фактического процесса принятия решений. Действительно, то, что Деннетт (2013; 2017) называет «компетенцией без понимания», широко распространено в природе, т.е. знание, что делать и как это делать, не понимая, почему или не имея намеренной цели. Например, пауки инстинктивно плетут свои сети, что приносит долгосрочную выгоду от ловли мух. Белки закапывают орехи на зиму, избегая голода во времена дефицита пищи. Термиты создают сложные туннельные системы, которые защищают их от хищников и внешней среды. Тем не менее, ни у пауков, ни у белок, ни у термитов не наблюдается каких-либо видимых признаков планирования или преднамеренного предвидения за пределами фиксированных поведенческих моделей или, самое большее, краткосрочных ожиданий в ближайшем будущем.

Такие примеры «компетентности без понимания» (Dennett, 2013; 2017) предполагают, что поведение человека, которое является полезным в долгосрочной перспективе, не обязательно требует осознанного размышления о будущих результатах (см. также: Bear & Rand, 2016). Например, когда люди принимают быстрые и интуитивные решения в анонимных экономических играх, основанных на едином подходе, они, по-видимому, слепо полагаются на взаимную эвристику, основанную на предшествующем обучении, даже когда нет долгосрочных преимуществ сотрудничества (Rand, 2016). Более того, крупномасштабное корреляционное исследование показало, что «щедрость воздается» в долгосрочной перспективе в том смысле, что проявляющие щедрость люди, как правило, зарабатывают больше денег и имеют больше детей, чем эгоистичные люди (Eriksson, Vartanova, Strimling, & Simpson, 2018). Таким образом, хотя проявления щедрости сопровождается явными долгосрочными выгодами и ориентированные на будущее индивиды, как правило, делятся большими ресурсами, чем недалёковидные, неясно, является ли сознательное размышление о будущем необходимым или даже выгодным для просоциальности. Чтобы ответить на этот вопрос, необходимы экспериментальные исследования того, какую роль играет ориентация на будущее.

1.5. Настоящее исследование: гипотеза и дизайн эксперимента

В трех экспериментах я исследовал причинный эффект фокусирования внимания на будущем (по сравнению с настоящим) на желании участников делиться ресурсами в сценариях гипотетических решений. Общее предположение состояло в том, что сосредоточение на будущем будет способствовать проявлениям щедрости.

Во всех исследованиях использовались экспериментальные проекты для субъектов, чтобы определить, фокусировались ли участники на непосредственных или долгосрочных преимуществах своего выбора. В исследовании 1 изучалось влияние ориентации на будущее по сравнению с ориентацией на настоящее на готовность делиться деньгами в игре «диктатор» (Kahneman, Knetsch & Thaler, 1986) и готовность делиться деньгами с благотворительной организацией с самым высоким рейтингом. Оба варианта были определены как публичные, что означало, что другие будут знать личность участника и сколько денег (если таковые имеются) он или она даст. В исследовании 2 снова изучалось влияние ориентации на будущее на совместное использование ресурсов в игре «диктатор», а также определялось, была ли настройка выбора определена как публичная или частная (т.е. анонимная). В рамках второго варианта проверялось, способствует ли ориентация на будущее проявлениям щедрости в целом (включая «чистую» альтруистическую отдачу) или же эффект ограничен проявлениями щедрости, основанной на репутации, когда выбор делается публично.

Исследование 3 повторяло исследование 1 с большим охватом и предварительной фиксацией гипотез и техники исследования. Важно, что исследование 3 включало новый процесс измерения репутационной заинтересованности, чтобы непосредственно проверить центральную гипотезу, а именно то, что фокусирование на будущем способствует репутационному проявлению щедрости. Если усиление репутации является важной частью объяснения, то участники, ориентированные на будущее, должны сообщить о соответствующем образце мышления в отношении своего выбора, который должен быть положительно коррелирован с готовностью делиться. В дополнение к показателю благотворительного пожертвования, использованному в исследовании 1, в исследовании 3 также была измерена готовность участ-

ников добровольно участвовать в благотворительной деятельности. Это дало возможность проверить, будет ли влияние ориентации на будущее на проявление щедрости на основе репутации распространяться не только на пожертвования денег, но и на пожертвование времени.

Есть и альтернативная конкурирующая гипотеза, предсказывающая, что мышление, ориентированное на будущее, будет способствовать щедрости независимо от репутационных последствий. Действительно, теория конструкторов разного уровня (Eyal, Liberman & Trope, 2008) утверждает, что большее временное расстояние (от настоящего) может привести к когнитивным представлениям более высокого уровня, которые способствуют нравственному поведению. Тем не менее, это не было руководящим идеей при разработке этого исследования (см. также: Gong & Medin, 2012).

1.6. Теоретическая модель

Большинство теорий в психологии излагаются вербально, в которых основные переменные и тестируемые гипотезы определены, как правило, опираясь на метафоры или повествовательные иллюстрации общей идеи. Такой подход может стать отличной отправной точкой для научных исследований (McGuire, 1997), но недавние призывы привели к более широкому принятию формальных моделей и теорий для продвижения вперед. В идеале это может дать новое понимание механизмов принятия социальных решений (Crockett, 2016) и улучшить воспроизводимость и накопление знаний в психологических исследованиях (Muthukrishna & Henrich, 2019). В настоящем исследовании я стремлюсь придерживаться этой рекомендации.

Для базовой модели центральной гипотезы в её простейшей форме, где ориентация на будущее будет способствовать щедрости, основанной на репутации, функция лица, принимающего решения, может быть сформулирована следующим образом:

$$V = Give [A + (LT \times R) - C],$$

где V – общее субъективное значение, полученное в результате выбора, который лицо, принимающее решение, стремится максимизировать. $Give$ – это сумма, которую делят или жертвуют, A – переменная показателя альтруизма (индивидуальные различия в собственном удовольствии от дарения, независимо от долгосрочных результатов), а C – переменная, определяющая показатель денежных затрат. LT – это индикаторная переменная для долгосрочного мышления, а R – это переменная, представляющая интерес для репутации.

Когда предоставляется фиксированный вклад (\$ 100)¹, данная сумма имеет положительную альтруистическую ценность (A) и отрицательную денежную стоимость в настоящем (C). Когда лицо, принимающее решение, не учитывает долгосрочные результаты, субъективная ценность пожертвований определяется параметрами A и C ($A - C$). В этом случае альтруистическая ценность пожертвования должна превышать денежную стоимость для любой суммы, превышающей ноль, которую нужно разделить, а более высокий чистый уровень

¹ Модель может быть применена к решениям о распределении также относительно других ресурсов, таких как время или усилие.

альтруизма приводит к более высоким уровням пожертвования. Однако когда лицо, принимающее решение, думает о будущем и обеспокоено репутационными последствиями своего выбора, то возникает дополнительная положительная ценность. В текущем исследовании именно эта конкретная часть модели (LT x R) варьируется в результате экспериментальных манипуляций.

Таким образом, основная гипотеза, полученная из этой модели, заключается в том, что лица, принимающие решения, которые сосредоточены на будущем (по сравнению с настоящим), в среднем будут готовы делиться большим количеством ресурсов с другими (гипотеза H1), и что этот эффект будет обусловлен более сильной заботой о поддержании положительной репутации (гипотеза H2).

2. Исследование 1

В онлайн эксперименте в исследовании 1 случайным образом были назначены участники, которые должны были ориентировать свое мышление либо на будущее, либо на настоящее. После экспериментальных манипуляций участники приняли два (не связанных) решения относительно того, как они будут распределять 100 долларов между собой и кем-то еще. Во-первых, участники сообщили, сколько денег они поделят с неизвестным получателем в сценарии игры «диктатор». Во-вторых, они сообщили, сколько денег они поделят с самой популярной благотворительной организацией Deworm the World Initiative (организация, борющаяся с паразитическими червями).

Для отражения социальной природы повседневной жизни оба варианта в исследовании 1 были описаны как публичные (т.е. другие знали личность участников и результат их решения). Основная цель исследования 1 состояла в том, чтобы предоставить предварительную проверку общей гипотезы (H1), а именно, что принятие во внимание долгосрочной перспективы увеличит проявление щедрости, выступающей как готовность делиться экономическими ресурсами с другими.

2.1. Метод исследования

Участники. Было собрано 200 американских участников (94 женщины, возраст $M = 37,5$) из Amazon Mechanical Turk для краткого онлайн-исследования «отношений и решений» с компенсацией 0,50 доллара США.

Материалы и процедура. Используя межгрупповой дизайн эксперимента с двумя условиями, участники были случайным образом назначены для ориентированного на будущее или сфокусированного на настоящее условия выбора. Участникам с фокусом на текущие условия было дано указание подумать о немедленных преимуществах своего выбора и сосредоточиться на том, что будет лучшим выбором в ситуации, в которой они оказались «прямо сейчас». Участникам с фокусом на будущее было предложено подумать о будущих преимуществах своего выбора и сосредоточиться на том, что будет лучшим выбором в долгосрочной перспективе. Чтобы усилить силу и ясность условий, участников попросили продемонстрировать, что они прочитали и поняли текст, переформулировав инструкцию своими

словами перед тем, как продолжить («примерно так же, как вы бы объяснили это другу или коллеге»).

Проверка оценивала, была ли экспериментальная процедура успешной в изменении временной перспективы участников, рассматривая ответ на вопрос: «На что вы будете ориентироваться, когда ответите на следующие вопросы?», по шкале от 0 (настоящее время) до 100 (будущее).

Затем участникам были представлены два гипотетических сценария выбора: сценарий игры «диктатор» и сценарий пожертвования. В обоих случаях участников попросили представить, что им были предоставлены 100 долларов, что потенциальному получателю были предоставлены 0 долларов, и что они полностью зависели от того, сколько денег (если таковые имеются) они дадут другому человеку (сценарий «диктатора») и инициативе Deworm the World (сценарий пожертвования). Сценарий диктатора: «Представьте себя в реальной ситуации, когда вам и другому человеку предоставляется по одному лотерейному билету, в котором победитель получает 100 долларов, а проигравший получает 0 долларов. Оказывается, вы выигрываете 100 долларов, которые можете оставить себе или отдать другому человеку полностью или частично. Сколько из 100 долларов (если таковые имеются) вы дадите другому человеку?» Сценарий благотворительности: «Представьте себя в реальной ситуации, в которой вам дают 100 долларов, которые вы можете оставить себе или отдать благотворительной организации с самым высоким рейтингом «Deworm the World Initiative», полностью или частично. Сколько из 100 долларов (если таковые имеются) вы бы дали «Deworm the World Initiative?». В обоих сценариях выбора участники сообщали, сколько они отдадут и сколько они оставят, введя конкретные суммы.

Ситуация выбора была описана как публичная для всех участников в обоих условиях. Сценарий диктатора: «Помимо результата вашего решения, ваше полное имя и изображение вашего лица будут переданы другому человеку». Сценарий пожертвования: «В дополнение к результатам вашего решения ваше полное имя и изображение вашего лица будут опубликованы на общедоступном веб-сайте». После того, как они сделали свой выбор в двух сценариях и завершили опрос, всех участников опросили о прошедшем исследовании и поблагодарили за участие.

2.2. Результаты

Вариантная проверка. Определение перспективы времени оказались успешными, подтверждая внутреннюю достоверность эксперимента. t -критерий для независимых выборок подтвердил, что участники с условием ориентации на будущее намеревались гораздо больше думать о будущем, чем участники с условием фокуса на настоящем ($M_{\text{future}} = 98,22$, $SD = 5,71$ против $M_{\text{present}} = 11,22$, $SD = 25,95$, $p < .001$).

Общественная щедрость в выборе «диктатора». В соответствии с общей гипотезой о щедрости, ориентированной на будущее, t -критерий для независимых выборок показал, что участники в будущем состоянии были готовы дать больше денег реципиенту в сценарии «диктатора», чем участники в нынешнем состоянии ($M_{\text{future}} = 28,82$, $SD = 25,57$ против $M_{\text{present}} = 20,80$, $SD = 23,75$). Разница была статистически значимой, и предполагаемая вели-

чина эффекта была умеренной ($t(198) = 2,30, p = 0,023, d = 0,33$). Относительное увеличение числа «диктаторов», дающих следующий фокус на будущее (по сравнению с фокусом на настоящем), соответствует + 39%.

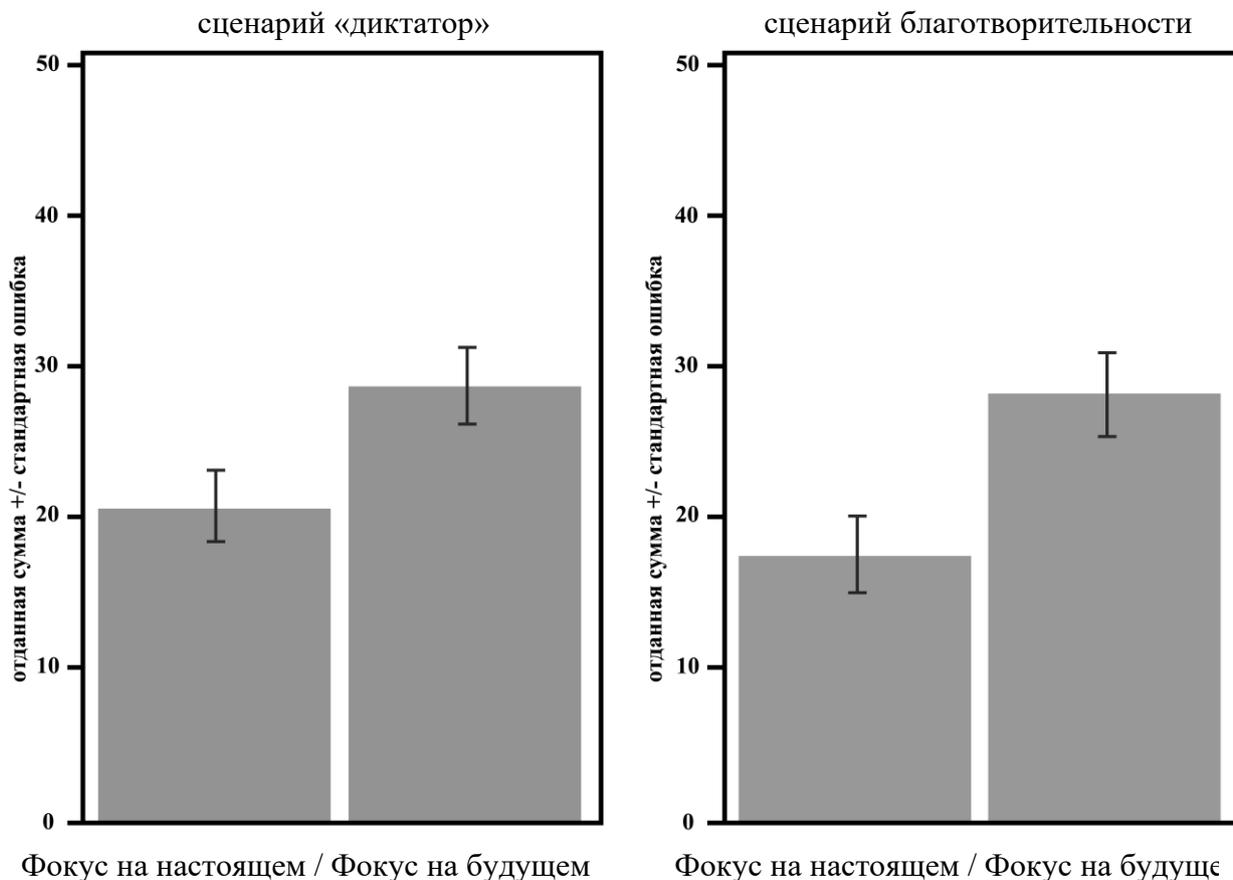


Рисунок 1. Эксперимент 1 (N = 200): левый рисунок показывает среднюю сумму, указанную в сценарии игры «диктатор», для состояния, ориентированного на настоящее и на будущее (максимальная сумма: 100 долл. США). Правый рисунок показывает среднюю сумму, указанную в сценарии благотворительного пожертвования для состояния, ориентированного на настоящее и будущее (максимальная сумма: 100 долларов США). Столбики погрешностей указывают стандартную ошибку. Участники, ориентированные на будущее (в отличие от настоящего), были готовы отдать значительно больше денег получателю в игре с «диктатором» (+ 39%, $d = 0,33, p = 0,023$) и пожертвовать значительно больше денег на благотворительность. (+ 61%, $d = 0,42, p = 0,004$).

Общественная щедрость в выборе пожертвования. Также в соответствии с общей гипотезой, t -критерий для независимых выборок показал, что участники в будущем состоянии были готовы пожертвовать больше денег для Deworm the World Initiative, чем участники в настоящем состоянии ($M_{\text{future}} = 28,35, SD = 27,02$ против $M_{\text{present}} = 17,56, SD = 24,79$). Разница была статистически значимой, и предполагаемая величина эффекта была умеренной ($t(198) = 2,94, p = 0,004, d = 0,42$). Относительное увеличение пожертвований, дающих следующий фокус на будущее (по сравнению с настоящим), соответствует + 61%.

2.3. Обсуждение

В соответствии с общей гипотезой, ориентированной на будущее проявление щедрости, результаты исследования 1 показали, что сосредоточение на будущем привело к более высоким уровням щедрости в публичной игре «диктатор», чем сосредоточение на настоящем.

Кроме того, ориентированные на будущее участники были готовы отдать больше денег на благотворительность, предполагая, что этот эффект можно распространить на другую область просоциального выбора.

Однако это исследование не может объяснить, *почему* размышления о будущем привели к увеличению добровольного распределения ресурсов. Центральная гипотеза (H2) предполагает, что просоциальный эффект ориентации на будущее должен быть обусловлен заботой о репутации. Альтернативная гипотеза предполагает, что сосредоточение внимания на будущем должно увеличить совместное использование ресурсов, независимо от репутационных выгод. Используя схему 2x2, в которой как временная перспектива, так и мотивация для выбора варьируются между условиями, исследование 2 обеспечивает воспроизведение ориентированной на будущее щедрости, задокументированной в исследовании 1, в дополнение к предоставлению первого теста конкурирующих объяснений. Повторяя процедуру из исследования 1 и включая заботу о репутации в качестве новой переменной-медиатора, исследование 3 было разработано для того, чтобы предложить дополнительную проверку того, может ли забота о репутации объяснить положительное влияние ориентации на будущее на щедрость.

3. Исследование 2

Как и в исследовании 1, участники исследования 2 были проинструктированы, что они должны либо ориентироваться на будущее, либо на настоящее при принятии своих решений в следующих сценариях. Используя тот же сценарий игры «диктатор», что и в исследовании 1, конечным показателем было то, каким количеством денег из 100 долларов участник хотел бы поделиться с другим человеком, получившим 0 долларов. В отличие от исследования 1, вторая манипуляция варьировалась независимо от того, была ли описана ситуация выбора как публичная или приватная (т.е. анонимная). Поэтому в исследовании 2 использовался факторный дизайн 2x2 с четырьмя условиями.

Гипотеза (H2) предсказывала ориентированную на будущее щедрость только тогда, когда ситуация выбора была описана как публичная, но не тогда, когда ситуация выбора была описана как частная (т.е. не обеспечивала репутационную основу для совместного использования ресурсов). Альтернативная гипотеза предсказывала, что участники, сфокусированные на будущее, будут делиться большим количеством денег в сценарии игры «диктатор», чем участники, сфокусированные на настоящее, независимо от контекста выбора (частного или публичного).

3.1. Метод

Участники. Было собрано 410 американских участников (208 женщин, возраст $M = 38,5$) из Amazon Mechanical Turk для краткого онлайн-исследования «отношений и решений» с компенсацией 0,50 доллара США.

Материалы и процедура. В факториальной схеме 2x2 участники были случайным образом распределены в сфокусированное на будущее или сфокусированное на настоящее состояние, чтобы сделать гипотетический выбор «диктатора». Вторая вариативность менялась

независимо от того, был ли выбор «диктатора» оформлен как частный или публичный. Таким образом, эксперимент имел четыре условия и две управляемые независимые переменные; временная перспектива (будущее против настоящего) и контекст выбора (публичный против частного).

Как и в исследовании 1, участникам, сфокусированным на настоящем, было предложено подумать о немедленных преимуществах своего выбора, в то время как участники, сфокусированные на будущем, сосредоточились на том, какие варианты были лучше в долгосрочной перспективе. Участники переформулировали инструкцию своими словами перед продолжением эксперимента. Проверка «О чем вы думаете прямо сейчас?» по шкале от 0 (настоящее) до 100 (будущее) оценивала, была ли экспериментальная процедура успешной в изменении временной перспективы участников.

В отличие от исследования 1, вторая экспериментальная вариантность заключалась в том, был ли этот сценарий «диктатора» описан как публичный («В дополнение к принятию вашего решения ваше полное имя и изображение вашего лица будут показаны другому человеку») или частный («Ваша личность останется полностью анонимной, независимо от вашего выбора»).

Затем участники приняли гипотетическое решение в сценарии игры «диктатор», которая была единственной зависимой переменной в этом исследовании. Как и в первом исследовании, участников попросили представить, что они получили 100 долларов после выигрыша в лотерее, что другой человек получил 0 долларов и что все зависит от того, сколько денег (если таковые имеются) они дадут другому человеку. После того, как они сделали свой выбор и завершили опрос, всех участников опросили о прошедшем исследовании и поблагодарили за участие.

3.2. Результаты

Вариантная проверка. *t*-критерий для независимых выборок подтвердил, что участники будущего состояния действительно думали о будущем гораздо больше, чем участники настоящего состояния ($M_{\text{future}} = 67,77$, $SD = 25,92$ против $M_{\text{present}} = 35,75$, $SD = 32,33$, $p < 0,001$), указывая на то, что экспериментальные варианты были эффективными.

Щедрость в выборе «диктатора»: анализ взаимодействия. Был проведен двухфакторный дисперсионный анализ (ANOVA) для изучения влияния ориентации во времени (будущее против настоящего) и выбора (публичный против частного) на проявление щедрости в сценарии игры с «диктатором». Анализ выявил статистически значимое взаимодействие между временной ориентацией и настройкой выбора того, какой частью денег участники хотели бы поделиться с получателем ($F(2, 406) = 4,445$, $p = 0,036$). Чтобы исследовать это взаимодействие, я провел последующий анализ простых основных эффектов.

Основной эффект: общественная щедрость в выборе «диктатора». Когда выбор был обозначен как открытый, участники, ориентированные на будущее, были готовы отдать получателю значительно больше денег (+ 36%), чем участники, ориентированные на настоящее ($M_{\text{future}} = 27,67$, $SD = 25,23$ против $M_{\text{present}} = 20,34$, $SD = 22,91$). Разница была статистически

значимой, и предполагаемый размер эффекта был умеренным ($F(1,203) = 4,74, p = 0,031$, частичный $\eta^2 = 0,023, d = 0,31$).

Главный эффект: Влияние приватности в выборе «диктатора».

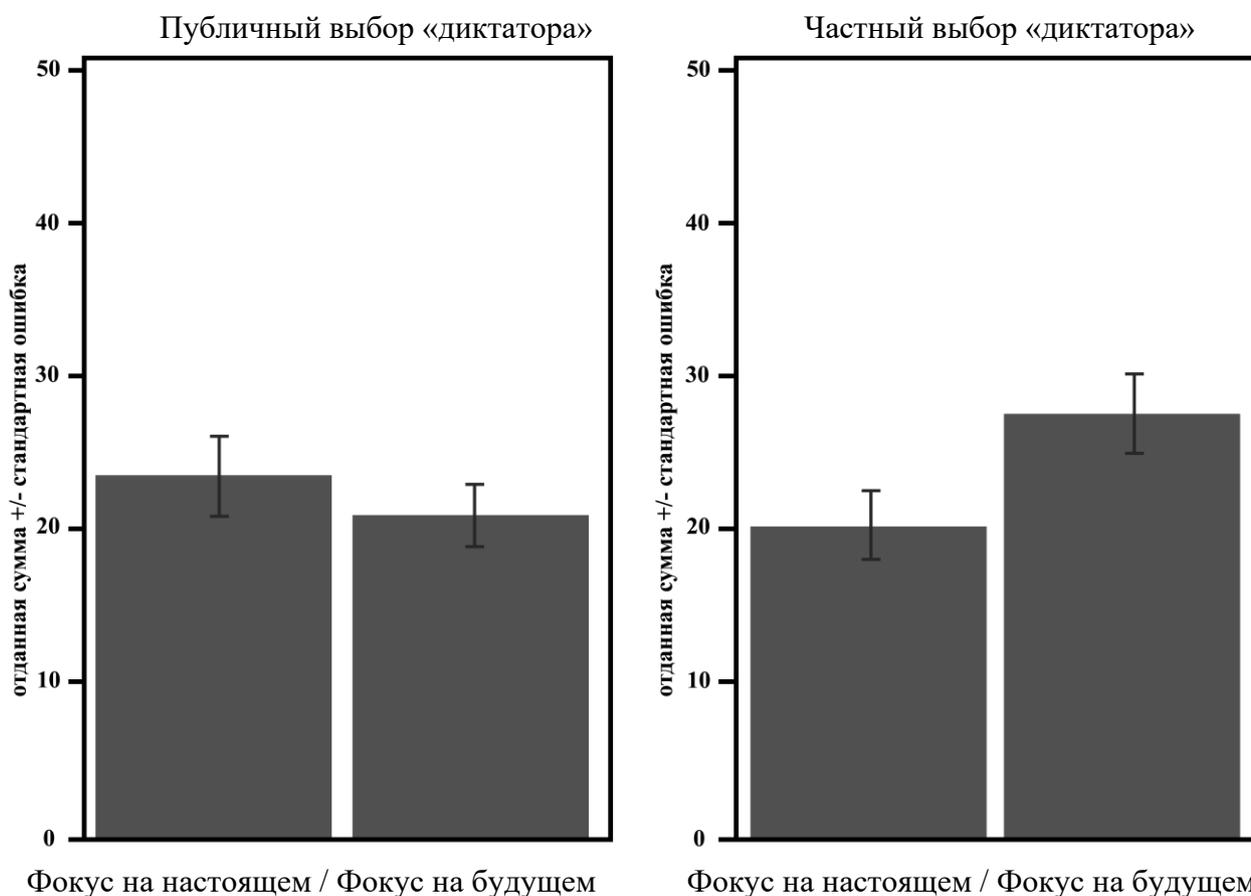


Рисунок 2. Эксперимент 2 (N = 410): рисунок иллюстрирует взаимодействие между фокусировкой на будущее (против фокуса настоящего) и публичным (против частного) кадрирования выбора в сценарии игры с диктатором (максимальная сумма: 100 долларов США). Шкалы ошибок указывают на стандартную ошибку. Сосредоточение внимания на будущем привело к тому, что участники разделили больше денег, когда выбор был обозначен как публичный (правая панель: $d = .31, p = .031$), но не когда он был оформлен как частный / анонимный (левая панель: $d = -0,11, p = 0,426$).

Однако, когда выбор был обозначен как частный, между двумя группами не было существенной разницы ($M_{future} = 21,00, SD = 20,71$ против $M_{present} = 23,65, SD = 26,66, F(1,203) = 0,64, p = 0,426$, частичное $\eta^2 = 0,003, d = 0,11$). Во всяком случае, участники в будущем состоянии показали незначительную тенденцию делить немного меньше денег, чем участники в настоящем состоянии (-13%).

3.3. Обсуждение

Результаты исследования 2 соответствовали основной гипотезе проявления щедрости, основанной на репутации, которая предсказывала, что ориентация на будущее будет увеличивать общественную щедрость без влияния на частную щедрость. Таким образом, альтернативная гипотеза, предсказывающая положительное влияние ориентации на будущее на «чистую» щедрость, не была подтверждена. Эти результаты соответствуют точке зрения, со-

гласно которой принятие во внимание долгосрочной перспективы увеличивает просоциальные склонности людей из-за проблем с репутацией, когда совместное использование общественных ресурсов со временем может принести большую выгоду (прямо или косвенно), чем отказ от обмена с остальными. Другими словами, сосредоточение внимания на будущем, кажется, продвигает основанные на репутации проявления щедрости, а не «чистую» альтруистическую щедрость. Тем не менее, поскольку в исследовании 2 не было непосредственного измерения репутационных проблем участников, эти выводы нельзя сделать с уверенностью.

Эксперимент 3 расширил исследование, изучив, можно ли объяснить большее проявление щедрости участников, ориентированных на будущее, большей заботой о репутационных последствиях.

4. Исследование 3

Исследование 3 было аналогично исследованию 1, но обеспечивало больший охват и предварительную фиксацию гипотез и техники исследования (открытый PDF-файл: <https://aspredicted.org/q93ar.pdf>), в котором гипотезы и статистический анализ были определены до сбора данных. Помимо неотъемлемой ценности крупномасштабной репликации (Sakaluk, 2016), исследование 3 включало два расширения. Прежде всего, основная цель исследования 3 состояла в том, чтобы исследовать репутационный аспект как психологический механизм в модели посредника. Предыдущие два исследования показали, что участники, ориентированные на будущее, были более щедрыми, чем участники, ориентированные на настоящее, но исследование 2 показало, что это имело место только в публичных сценариях, в которых выбор был определен как наблюдаемый. Несмотря на то, что эти выводы свидетельствуют о репутационном механизме, исследования до сих пор не получили какой-либо оценки соответствующего мыслительного процесса. В третьем исследовании все участники сообщили о том, в какой степени они сделали свой выбор, исходя из социального умозаключения о желании обеспечить хорошую репутацию.

В дополнение к показателю благотворительного пожертвования, использованному в исследовании 1, следующим дополнением стало то, что в исследовании 3 оценивалась готовность участников добровольно участвовать в благотворительной деятельности, соответствующей второй зависимой переменной. Это позволило оценить, будет ли эффект от предыдущих исследований расширять пожертвование денег на пожертвование времени. И, наконец, для установления универсальности применительно к конкретным благотворительным организациям оба метода оценки результатов в исследовании 3 использовали *Фонд против малярии* в качестве получателя, а не *Deworm the World Initiative*, как в исследовании 1.

Общая гипотеза (H1) предсказывала, что ориентированные на будущее участники будут жертвовать больше денег и больше времени на благотворительность, чем участники, ориентированные на настоящее. Важно отметить, что частная гипотеза (H2) предсказывала, что эти эффекты будут статистически опосредованы репутацией. По сути, теоретический прогноз заключается в том, что фокусирование на будущем активизирует репутационную мотивацию, которая затем способствует проявлению щедрости.

4.1. Метод

Участники. Было собрано 500 американских участников (244 женщины, возраст $M = 36,5$) из *Amazon Mechanical Turk* для краткого онлайн-исследования «познание и принятие решений» с компенсацией 0,50 доллара США.

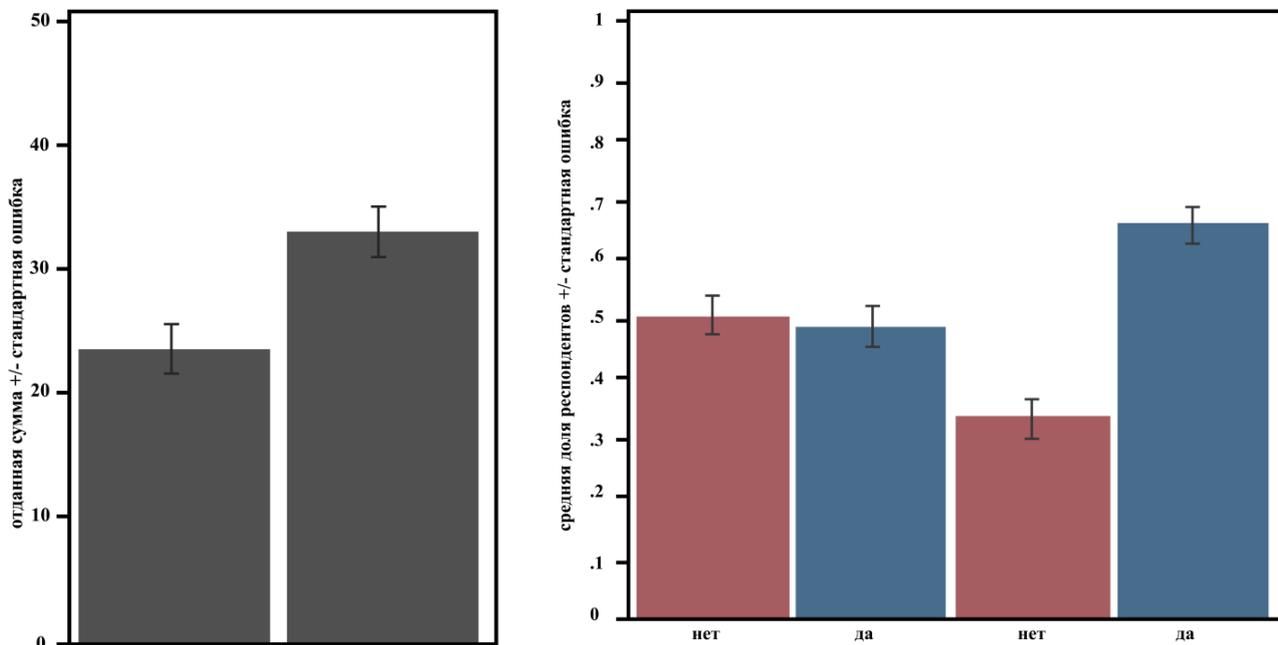


Рисунок 3. Эксперимент 3 ($N = 472$). На левой части рисунка показана средняя сумма, указанная в сценарии благотворительного пожертвования для состояния, ориентированного на настоящее и будущее (максимальная сумма: 100 долл. США). Правая часть рисунка иллюстрирует долю участников в состоянии, ориентированном на настоящее и будущее, которые были готовы добровольно участвовать в одной и той же благотворительности в течение всего дня (нет / да). Столбики ошибок указывают на стандартную ошибку. Участники в состоянии, ориентированном на будущее (по сравнению с настоящим), были готовы пожертвовать значительно больше денег на благотворительность (+ 40%, $d = 0,32$, $p = 0,001$) и значительно более склонны к добровольному участию в той же благотворительной деятельности (+ 17%, $d = 0,35$, $p < 0,001$).

Материалы и процедура. Как и в исследовании 1, участники были случайным образом распределены в сфокусированное на будущее или сфокусированное на настоящее состояние (субъекты между двумя состояниями). Все участники прочитали и переписали инструкцию к заданию своими словами, прежде чем ответить на вариантную проверку, которая оценивала их предполагаемую временную перспективу: «Что будет вашим основным фокусом в оставшихся вопросах в этом опросе?» (0 = настоящее, 10 = будущее).

Сначала, как и в исследовании 1, участники представили, что им выдали 100 долларов, и что они самостоятельно определяют, сколько денег (если таковые имеются) они жертвуют в фонд против малярии (0–100 долларов). Во втором новом измерении результата участников спросили, будут ли они готовы потратить целый день, работая волонтером в ближайшем колл-центре для той же благотворительной организации, делая дихотомический выбор (да / нет). Этот сценарий был описан следующим образом: «Представьте себя в реальной ситуации, когда вас просят пожертвовать часть времени благотворительной организации «Фонд против малярии» с самым высоким рейтингом. Если вы согласитесь, то будете работать в течение всего рабочего дня в колл-центре поблизости от места вашего про-

живания. Если бы это был реальный и целеустремленный выбор: готовы ли вы пожертвовать один рабочий день для «Фонда против малярии»? В качестве второго показателя результата все участники ответили «да» или «нет» на этот вопрос.

Как и в исследовании 1, оба варианта исследования 3 были описаны как общедоступные для всех участников. Для благотворительности: «В дополнение к результатам вашего решения ваше полное имя и изображение вашего лица будут опубликованы на общедоступном веб-сайте». Для благотворительной волонтерской деятельности: «В дополнение к результатам вашего решения, ваше полное имя и изображение вашего лица будут опубликованы в местной газете». Этот выбор был включен, чтобы обеспечить репутационную основу для добровольного совместного использования ресурсов.

Для более точной оценки заботы о репутации был представлен четырехэлементный показатель после каждого из решений о проявлении щедрости (адаптировано из: Beersma & Van Kleef, 2011; Wu, Balliet & Van Lange, 2016). По шкале ответов от 1 (полностью не согласен) до 7 (полностью согласен) участники оценили свое согласие со следующими утверждениями: «Делая свой выбор, я думал о том, как другие будут думать обо мне в будущем»; «Тот факт, что люди узнают о моем решении, сыграл важную роль в моем выборе»; «Когда я сделал свой выбор, я хотел убедиться, что другие оценят меня положительно»; «Я не учитывал, что люди скажут обо мне во время задания» (обратное). Эта мера была надежной (Cronbach's: 0,91), что позволило провести статистическую проверку гипотезы о репутационном процессе. После того, как они сделали свой выбор в двух сценариях и сообщили о степени своей репутационной заинтересованности непосредственно после каждого выбора, всех участников опросили о прошедшем исследовании и поблагодарили за участие.

4.2. Результаты

Вариантная проверка. Вариантная проверка показала, что инструкция по заданию была эффективна для 94,5% выборки ($N = 472$ из $N = 500$), что означает, что участники, сфокусированные на будущее, выполнили инструкцию и были намерены сосредоточиться на будущем, сообщая номер 6 или выше по шкале 0-10, и что участники, сфокусированные на настоящем, намеревались сосредоточиться на настоящем, сообщая номер 4 или ниже по той же шкале. В соответствии с предварительно зарегистрированным планом анализа, участники не отвечающие критериям ($N = 28$), были исключены. Таким образом, окончательная выборка из 472 участников была включена в анализ данных (предполагаемое время: $M_{\text{future}} = 9,53$, $SD = 1,10$ против $M_{\text{present}} = 0,09$, $SD = 0,61$, $p < 0,001$).

Расчет мощности. Чтобы обеспечить достаточную статистическую мощность, размер выборки исследования 3 более чем в 2,5 раза превышает выборку исследования 1, что является рекомендуемым эталоном мощности для исследований (Simonsohn, 2015). Анализ чувствительности с помощью программного обеспечения G*power (Faul, Erdfelder, Lang & Buchner, 2007) показал, что в схеме между субъектами с двумя условиями выборка из 472 участников обеспечивает 90% мощности для определения величины эффекта $d = 0,30$ при уровне значимости 5% с двусторонним тестом. Этот эффект соответствует 71,5% наблюдаемой величины эффекта в исследовании 1 ($d = 0,42$), что говорит о том, что текущий эксперимент имел достаточную мощность.

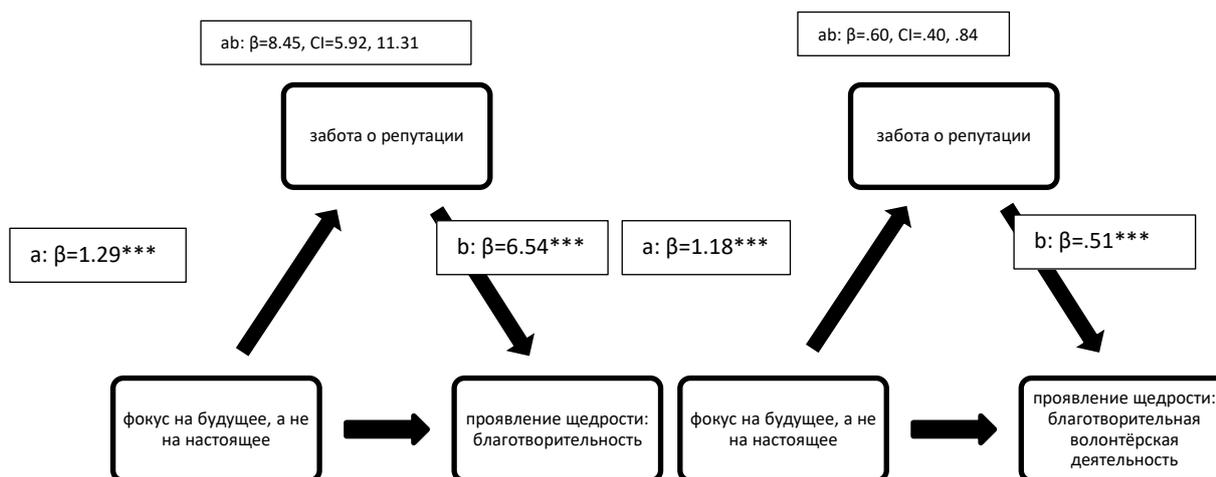


Рисунок 4. Эксперимент 3 (N = 472). Участники, сфокусированные на будущее, продемонстрировали значительно большую заботу о репутации, чем участники в состоянии фокуса на настоящем. Эта повышенная забота об обеспечении хорошей репутации опосредовала положительный эффект ориентации на будущее на щедрость (левая диаграмма: благотворительность; правая диаграмма: благотворительная волонтерская деятельность).

Общественная щедрость в благотворительности. В соответствии с общей гипотезой о щедрости, ориентированной на будущее, t -критерий для независимых выборок показал, что участники будущего состояния были готовы пожертвовать больше денег в *Фонд против малярии*, чем участники в нынешнем состоянии ($M_{\text{future}} = 33,01, SD = 28,95$ против $M_{\text{present}} = 23,60, SD = 29,31$). Разница была статистически значимой, и предполагаемая величина эффекта была умеренной ($t(470) = 3,50, p = 0,001, d = 0,32$). Относительное увеличение пожертвований, связанных с фокусированием на будущее (против настоящего), соответствует + 40%.

Общественная щедрость при волонтерстве. Поддерживая общую гипотезу, критерий хи-квадрат показал, что участники, сфокусированные на будущее, более склонны к добровольной благотворительности, чем участники, сфокусированные на настоящем. Принимая во внимание, что 66,3% участников, сфокусированных на будущее, желали добровольно работать в ближайшем колл-центре *Фонда против малярии*, только 49,1% сделали тот же выбор в случае фокусирования на настоящее. Разница в пропорциях была статистически значимой, и предполагаемый размер эффекта был умеренным ($\chi^2(1, N = 472) = 14,26, p < 0,001, r = 0,17, d = 0,35$). Этот эффект соответствует увеличению вероятности волонтерства на 17% при сосредоточении внимания на будущем по сравнению с настоящим.

В отношении влияния на оба результирующих показателя, о которых сообщалось выше, незарегистрированная проверка надежности показала, что связь между фокусом на будущее и проявлением щедрости остается статистически значимой и практически не изменяется при контроле за возрастом и полом (благотворительная помощь: $p = 0,001$; благотворительное волонтерство: $p < 0,001$).

Медиационный анализ: репутационная проблема. Чтобы проверить предварительно зарегистрированную гипотезу о репутационном механизме, я провел статистический медиационный анализ с использованием вычислительного инструмента PROCESS (Hayes, 2017: Модель 4). Фокус на будущее (против фокуса на настоящем) был включен как независимая

переменная, репутационная забота как медиативная переменная и проявление щедрости как зависимая переменная. Это было сделано отдельно для двух вариантов: благотворительности и волонтерства.

Результаты показали, что положительное влияние ориентации на будущее на проявление щедрости действительно было опосредовано заботой о репутации (благотворительная помощь: $ab = 8,45$; благотворительное волонтерство: $ab = 0,60$), так как доверительный интервал с поправкой на смещение, основанный на 10000 первоначальных значений выборок, не включал значение 0 ни для одного из двух показателей результата (благотворительная помощь: $CI = 5,92; 11,31$; благотворительное волонтерство: $CI = 0,40, 0,84$). Что касается благотворительности, то ориентация на будущее привела к повышению влияния уровня репутации ($M_{future} = 3,73, SD = 1,93$ против $M_{present} = 2,44, SD = 1,75$; $d = 0,70, a = 1,29, p < 0,001$) и учет репутационной озабоченности был связан с более высокими уровнями проявления щедрости в оценке результатов на основе выбора ($b = 6,54, p < 0,001$). Для благотворительной волонтерской деятельности были получены похожие результаты: фокусировка на будущем привела к повышению репутационной озабоченности ($M_{future} = 3,67, SD = 1,96$ против $M_{present} = 2,49, SD = 1,80$; $d = 0,63, a = 1,18, p < 0,001$), и более высокая репутационная обеспокоенность была связана с более высокой готовностью волонтерства ($b = 0,51, p < 0,001$).

Когда проблема репутации была включена в качестве медиативной переменной в модель, прямое влияние фокуса на будущее больше не было статистически значимым (безусловно) ни для одного из двух показателей результата (благотворительная помощь: $c' = 0,96, p = 0,711$ благотворительное волонтерство: $c' = 0,22, p = 0,308$). Это говорит о том, что значительная доля положительного влияния ориентации на будущее на проявление щедрости может быть объяснена соответствующим повышением социальной озабоченности своей репутацией.

4.3. Обсуждение

Как и в предыдущих исследованиях, исследование 3 показало, что участники, которые сосредоточились на будущем, проявляли большую щедрость, чем участники, которые сосредоточились на настоящем. Это было справедливо в отношении двух разных критериев публичной щедрости: желание пожертвовать деньги на благотворительность и желание пожертвовать своим временем для одной благотворительной организации (волонтерство в колл-центре на весь рабочий день).

В дополнение к предоставлению более статистически мощной копии исследования 1, исследование 3 выявило психологический механизм, который мотивировал принятие социальных решений. В частности, анализ процесса показал, что положительное влияние ориентации на будущее на проявление щедрости было статистически опосредовано повышенными уровнями репутационной озабоченности. В соответствии с теоретической моделью и центральной гипотезой, этот вывод свидетельствует о том, что сосредоточение на будущем определенно способствует основанной на репутации проявлению щедрости.

5. Общие обсуждения

В трех экспериментах с 1082 участниками мысль о будущем, в отличие от мысли о настоящем, была тесно связана с более высокими уровнями щедрости. Случайным образом получив задание сосредоточиться на будущем, а не на настоящем, люди стали значительно охотнее делиться ресурсами с другими. Эта закономерность была обнаружена при различных мерах выбора в исследованиях и была успешно подтверждена в исследовании с большим охватом и предварительной фиксацией гипотез и техники исследования (исследование 3).

В частности, сфокусированная на будущем щедрость была обнаружена в сценарии игры «диктатор» (исследование 1 и 2), а также в сценариях благотворительной деятельности, включающих как деньги (исследование 1 и 3), так и время (исследование 3). Участники, которые сосредоточились на будущем, были готовы разделить больше денег между разными категориями получателей, чем участники, которые сосредоточились на настоящем, и они также были более склонны добровольно участвовать в одной благотворительной акции в течение всего рабочего дня. Далее, поддерживая обобщаемость эффекта, ориентация на будущее продемонстрировала большие пожертвования двум различным благотворительным организациям, Deworm the World Initiative (исследование 1) и Фонду против малярии (исследование 3).

Обращаясь к психологическому механизму, репутационное объяснение было подтверждено двумя различными выводами. В исследовании 2 было выявлено значительное взаимодействие между ориентацией на будущее и формированием выбора, при котором ориентация на будущее не увеличивала распределение ресурсов, когда выбор был оформлен как частный (т.е. анонимный). То есть ориентация на будущее поощряла щедрость только тогда, когда выбор был сформулирован как публичный и наблюдаемый другими, что определяет репутационные преимущества просоциальной благотворительности. Этот вывод свидетельствует о том, что ориентация на будущее может сделать людей более щедрыми, потому что это также делает их более настроенными на социальные последствия своего выбора. Чтобы более точно проверить это объяснение, в исследовании 3 оценивались проблемы репутации участников после их решений. Действительно, участники, которые думали о будущем, испытывали повышенные репутационные опасения, чем те, кто думал о настоящем, и эти репутационные проблемы вызывали большие проявления щедрости в отношении их времени и денег. Таким образом, в целом три исследования дают сходящиеся доказательства главной гипотезы в этом исследовании: «Сосредоточение внимания на будущем способствует проявлению щедрости на основе репутации».

Последствия для щедрости и сотрудничества

Учитывая, что сотрудничество часто является игрой с положительной суммой, в которой долгосрочные выгоды от взаимного обмена ресурсами превышают непосредственные затраты (Nowak & Highfield, 2011; Rand & Nowak, 2013), одним из выводов может быть то, что эгоизм может пониматься как форма «недальновидности» или ориентация на настоящее время в принятии социальных решений. Корреляционные исследования с использованием показателей личности показывают, что ориентированные на будущее индивиды, как правило, разделяют больше ресурсов в социальных дилеммах, чем индивиды, которые меньше

озабочены будущими последствиями (Kortenkamp & Moore, 2006). Настоящее исследование подтвердило причинно-следственную направленность этой модели, продемонстрировав, что те, кто был случайным образом отнесен к состоянию, ориентированному на настоящее, были менее щедрыми, чем участники, ориентированные на будущее. Одно из толкований этих выводов состоит в том, что размышления о будущем могут способствовать щедрости, переключая внимание с непосредственных издержек на ожидаемые выгоды от социального поведения.

В идеале принятие ориентированного на будущее мышления может помочь отдельным людям, группам и, возможно, даже обществам стать более успешными, создавая позитивные цепочки долгосрочного сотрудничества. Это говорит о том, что психологи и поведенческие экономисты, заинтересованные в природе проявления щедрости, не должны ограничивать свой анализ социальными предпочтениями или просоциальной мотивацией. Текущие результаты показывают, что им следует также изучить возможную роль ориентации на будущее, временных предпочтений и самоконтроля при попытке объяснить и предсказать социальное поведение (Pinker, 2011).

Следует отметить, что идеалистический акт чистого альтруизма при анонимном выборе достиг почти одной пятой или 20% от общего количества, указанного в исследовании 2, что намного выше, чем то, что сделал бы совершенно эгоистичный агент (т. е. дать 0% и сохранить 100%). В соответствии с неподтвержденными наблюдениями из повседневной жизни, а также эмпирическими исследованиями в области психологии и поведенческой экономики (Kahneman, Knetsch & Thaler, 1986; Fehr & Schmidt, 2006; Cappelen & Tungodden, 2019) этот вывод свидетельствует о том, что люди получают некоторое внутреннее удовлетворение или субъективную ценность от совместного использования ресурсов с другими, даже когда никакие стратегические выгоды невозможны. Однако это «внутреннее удовлетворение» при анонимном выборе не зависело от сосредоточенности на будущем.

Хотя совместное использование ресурсов является критически важным компонентом сотрудничества, нынешние результаты не могут прямо указывать на эмпирическую связь между ними. Исследование, проведенное Пейсаховичем, Новаком и Рандом (Peysakhovich, Nowak & Rand, 2014), выявило так называемый «кооперативный фенотип» в том смысле, что поведение людей в различных экономических играх было сильно коррелированным. В частности, склонность помогать другим, кажется, распространена на игру «диктатор», игру доверия и игру общественных благ, отражая общую тенденцию домена, которая относительно стабильна во времени. Другое исследование показало, что люди, проявляющие щедрость в игре «диктатор», также склонны к сотрудничеству в игре с общественными благами, но не в обратном (Carraro, Jordan & Rand, 2014). Следовательно, это правдоподобная гипотеза, но, тем не менее, остается открытым вопрос о том, будет ли сфокусированное на будущем влияние на проявление щедрости обобщаться с текущими исследованиями кооперативного поведения в других играх и определении выбора.

5.2. Последствия для ориентированного на будущее мышления («взгляд в будущее»)

Хотя люди систематически предвзяты по сравнению с нормативными стандартами для рационального принятия решений, способность человека мыслить в долгосрочной перспек-

тиве необычайно по своей природе (обзоры по данному вопросу см.: Roberts, 2002; Suddendorf, 2013). Результаты этого исследования демонстрируют потенциальную ценность для такого предполагаемого познания, а также иллюстрируют гибкость или чувствительность к контексту человеческой ориентации во времени (Bulley, Henry & Suddendorf, 2016; Bulley et al., 2019). Люди могут и готовы думать о будущем, если ситуация определяет для этого явные результаты, такие как последствия для репутации или другие напоминания о долгосрочных результатах. Текущие результаты показывают, что когда люди выходят за рамки краткосрочного мышления, они также могут стать более склонными делиться ресурсами с другими.

Что касается теоретического понимания того, как и почему люди в первую очередь думают о будущем, то нынешние находки соответствуют навигационной теории перспектив (Seligman et al., 2013; Baumeister, Maranges & Sjastad, 2018). Вместо того, чтобы сосредоточиться в основном на прогнозировании внешних событий, люди, как правило, думают о стратегических направлениях, чтобы ориентироваться между различными вариантами выбора, и выяснить, какому конкретному поведению они должны придерживаться для получения желаемого результата. То есть, когда люди думают о будущем, они не видят будущее как прямой путь, а скорее имитируют его как «матрицу возможного», в которой возможны множественные результаты (Baumeister, Maranges & Sjastad, 2018). В поддержку этой точки зрения исследования с использованием методов выборки переживаний показали, что люди думают о будущем гораздо больше, чем о прошлом, и что ориентированные на будущее мысли состоят в основном из планирования и других стратегических задач (Baumeister, Vohs & Oettingen, 2016). Более того, люди воспринимают будущее как более открытое, изменчивое и контролируемое, чем прошлое (Rothbart & Снайдер, 1970; Helzer & Gilovich, 2012; Ferrante, Giroto, Straga & Walsh, 2013).

Нынешнее исследование поддерживает идею взгляда в будущее как навигации. Сосредоточение внимания на будущем увеличило основанное на репутации проявление щедрости, когда люди делились ресурсами в социальных ситуациях, предлагающих стратегическую основу для этого. Таким образом, один из способов получить то, что вы хотите, и достичь своих целей – это создать позитивную репутацию, относясь к другим с великодушием и заботой. Размышления о будущем перед принятием решения усиливают эту обеспокоенность и способствуют принятию просоциальных решений.

5.3. Последствия для экономического поведения

Результаты исследования показывают, что одним из ключевых факторов, способствующих совместному использованию ресурсов, может быть разработка методов воздействия, которые эффективно изменяют временную ориентацию людей на долгосрочное будущее, особенно когда моральное поощрение оказывается неэффективным или когда недалевидная жадность подрывает сотрудничество с возможным позитивным результатом.

Действительно, недавнее крупномасштабное исследование с участием 80000 участников в 76 странах показало, что значительную часть различий в уровне благосостояния на уровне страны можно объяснить индивидуальными различиями в ориентации на будущее (Falk et al., 2018). Страны с наиболее терпеливыми гражданами также имеют тенденцию

быть наиболее эффективными в экономическом отношении, даже если учитывается статистическое влияние других факторов, таких как культура, учреждения и доступ к природным ресурсам. Но почему ориентация на будущее связана с лучшими экономическими показателями? Фальком (2018) было обнаружено, что ориентация на будущее была связана с более высокими нормами сбережений, уровнями образования и инвестициями в исследования и разработки. В настоящих исследованиях предлагается психологический механизм, лежащий в основе этих моделей: тенденция сосредоточиться на будущем может привести к улучшению экономических показателей, поскольку это усиливает репутационную мотивацию создавать и делиться ресурсами друг с другом.

5.4. Ограничения

В настоящих экспериментах использовались гипотетические сценарии для измерения принятия экономических решений, где людей просили указать, сколько денег они хотели бы разделить с другими в сценарии игры «диктатор» и в двух различных сценариях благотворительного пожертвования. В третьем сценарии участники делали гипотетический выбор в отношении того, будут ли они добровольно участвовать в благотворительной организации в качестве волонтера (да / нет). Недавнее исследование выявило как сходства, так и различия в поведении и активности мозга при сравнении реальных и гипотетических вариантов (Camerer & Mobbs, 2016), предполагая, что гипотетические меры могут дать неполную картину фактического принятия решений.

С другой стороны, исследование, проведенное Ben-Ner, Kramer & Levy (2008), показало, что гипотетический и реальный (стимулированный) выбор в игре «диктатор» сильно коррелировали, что привело авторов к выводу, что они «удивительно похожи» вне зависимости от того, использовались ли реальные деньги или нет. Аналогичные результаты были и в исследовании межвременного выбора и временного дисконтирования (Johnson & Bickel, 2002). Эти результаты предполагают, что меры гипотетического выбора могут быть «достаточно хорошим» показателем для фактических решений в этом типе экспериментальных проектов. Более того, гипотетический выбор на протяжении десятилетий был центральным источником данных в оценке и исследовании решений (например, Kahneman & Tversky, 1979; Kahneman, Knetsch & Thaler, 1986), исходя из предположения, что они могут выявить эвристические или обобщенные стратегии, на которые люди полагаются в связанных средах выбора. Согласно последним исследованиям, принципы и эффекты, полученные из этого типа исследования принятия решений, по-видимому, довольно хорошо отражаются и в стимулирующих экспериментах в поведенческой экономике (Camerer et al., 2018). В идеале, однако, будущие исследования в области психологии проявления щедрости могли бы основываться на настоящих результатах, дополняя меры гипотетического выбора стимулирующими мерами реального выбора.

Что касается статистической достоверности результатов, то, по-видимому, существуют некоторые значимые различия между тремя исследованиями в настоящем исследовании. Наблюдаемые величины эффекта были больше, а значение p было ниже для благотворительности (исследования 1 и 3), чем для игры «диктатор» (исследования 1 и 2) в качестве меры результата, предполагая, что сфокусированное на будущем проявление щедрости может быть более сильным явлением в сфере благотворительности. Во-вторых, проявление репутаци-

ционного механизма было более сильным в модели медиации в исследовании 3, чем в фактическом дизайне в исследовании 2. В частности, эффект медиации был очень значительным для обоих показателей проявления щедрости в исследовании 3, тогда как эффект взаимодействия между временем (будущее против настоящего) и выбором приватности (публичное против частного) в исследовании 2 было ближе к 5%-му порогу статистической значимости. Учитывая, что статистическая мощность зависит как от размера выборки для каждого условия, так и от ожидаемого размера эффекта, наиболее эффективным способом использования данных, полученных в ходе будущих исследований, может быть расширение подхода исследования 3, с опорой на два условия эксперимента и самооценку меры репутационной озабоченности в качестве медиативной переменной. В качестве альтернативы или в дополнение к этому в будущих исследованиях может потребоваться повторить эффект взаимодействия из исследования 2 в крупномасштабном, статистически мощном эксперименте, в котором такой эффект может быть обнаружен или отклонен с большей уверенностью (Simonsohn, 2015).

В этой связи отмечу, что в недавних работах была выявлена репутационная эвристика в процессе принятия социальных решений (Jordan & Rand, 2019), в которой люди наказывают других и выражают моральное возмущение, как будто они наблюдаются даже в ситуациях, которые гарантируют анонимность. Таким же образом, возможно, что репутационная мотивация может привести к «чрезмерному» эффекту ориентации на будущее в отношении проявлений щедрости в некоторых ситуациях анонимного выбора, хотя такой эффект не наблюдался в текущем исследовании.

Последнее ограничение заключается в том, что мои экспериментальные варианты сравнивали настоящее и будущее без каких-либо условий, в которых участников не просили бы принять одну или другую точку зрения. Таким образом, мы не знаем, что они будут делать без инструкций в нейтральном базовом состоянии.

5.5. Будущие направления исследований

Представленные эксперименты предполагают, что сосредоточение внимания на будущем, в отличие от настоящего, может заставить людей рассматривать основанную на репутации щедрость как полезную долгосрочную стратегию. В будущих исследованиях целесообразно провести более тщательное изучение возможного взаимодействия между ориентированностью на будущее и социально-экономическими (граничными) условиями.

Например, исследование Яхимовича и его коллег (Jachimowicz, Chafik, Munrat, Prabhu & Weber, 2017) продемонстрировало, что, хотя бедность, как правило, связана с недальновидным экономическим поведением, бедные люди в Бангладеш фактически принимают долгосрочные решения, считая, что могут доверять своим местным общинам. То есть возросшее доверие сообщества уменьшило будущее дисконтирование. Похожая связь была выявлена между самоконтролем и неопределенностью, при которой дети стали менее склонны откладывать удовлетворение (т.е. ожидая большего вознаграждения в будущем), когда экспериментатор не казался заслуживающим доверия (Kidd, Palmeri, & Aslin, 2013).

То же самое можно сказать и о психологии проявления щедрости. Если окружение не обеспечивает какие-либо репутационные выгоды от просоциальности, мышление, сфокуси-

рованное на будущее, может вообще не способствовать совместному использованию ресурсов. Действительно, положительный эффект ориентации на будущее может быть смягчен социальным контекстом людей, таким как безопасность, общая предсказуемость жизненной ситуации и доверие к близким социальным партнерам. Если это так, социальное обеспечение и индивидуальная ориентация на будущее могут быть особенно продуктивным сочетанием в содействии добровольному распределению ресурсов и долгосрочному сотрудничеству. Эту возможность ещё предстоит рассмотреть эмпирически в будущих исследованиях.

Список литературы

- Andreoni, J. (1988). Why free ride? Strategies and learning in public goods experiments. *Journal of public Economics*, 37(3), 291-304. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(88\)90043-6](https://doi.org/10.1016/0047-2727(88)90043-6)
- Apicella, C. L., Marlowe, F. W., Fowler, J. H., & Christakis, N. A. (2012). Social networks and cooperation in hunter-gatherers. *Nature*, 481(7382), 497-501. <https://doi.org/10.1038/nature10736>
- Axelrod, R. (1984). *The evolution of cooperation* (Vol. 5145). Basic Books (AZ).
- Baumeister, R. F. (2005). *The cultural animal: Human nature, meaning, and social life*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195167030.001.0001>
- Baumeister, R. F., Maranges, H. M., & Sjtastad, H. (2018). Consciousness of the future as a matrix of maybe: Pragmatic prospection and the simulation of alternative possibilities. *Psychology of Consciousness: Theory, Research, and Practice*, 5(3), 223-238. <https://doi.org/10.1037/cns0000154>
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Oettingen, G. (2016). Pragmatic prospection: How and why people think about the future. *Review of General Psychology*, 20(1), 3-16. <https://doi.org/10.1037/gpr0000060>
- Bear, A., & Rand, D. G. (2016). Intuition, deliberation, and the evolution of cooperation. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(4), 936-941. <https://doi.org/10.1073/pnas.1517780113>
- Beersma, B., & Van Kleef, G. A. (2011). How the grapevine keeps you in line: Gossip increases contributions to the group. *Social Psychological and Personality Science*, 2(6), 642-649. <https://doi.org/10.1177/1948550611405073>
- Ben-Ner, A., Kramer, A., & Levy, O. (2008). Economic and hypothetical dictator game experiments: Incentive effects at the individual level. *The Journal of Socio-Economics*, 37(5), 1775-1784. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2007.11.004>
- Bradley, A., Lawrence, C., & Ferguson, E. (2018). Does observability affect prosociality? *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 285(1875). <https://doi.org/10.1098/rspb.2018.0116>
- Bulley, A., Henry, J., & Suddendorf, T. (2016). Prospection and the present moment: The role of episodic foresight in intertemporal choices between immediate and delayed rewards. *Review of General Psychology*, 20(1), 29-47. <https://doi.org/10.1037/gpr0000061>
- Bulley, A., Miloyan, B., Pepper, G. V., Gullo, M. J., Henry, J. D., & Suddendorf, T. (2019). Cuing both positive and negative episodic foresight reduces delay discounting but does not affect risk-taking. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, <https://doi.org/10.1177/1747021818819777>

Camerer, C. F., Dreber, A., Holzmeister, F., Ho, T. H., Huber, J., Johannesson, M.,... & Altmeld, A. (2018). Evaluating the replicability of social science experiments in Nature and Science between 2010 and 2015. *Nature Human Behaviour*, 2(9), 637-644. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0399-z>

Camerer, C., & Mobbs, D. (2016). Differences in behavior and brain activity during hypothetical and real choices. *Trends in Cognitive Sciences*, 21(1), 46-56.

Camerer, C., & Weigelt, K. (1988). Experimental tests of a sequential equilibrium reputation model. *Econometrica*, 56(1), 1-36. <https://doi.org/10.2307/1911840>

Cappelen, A., & Tungodden, B. (Eds.) (2019). *The economics of fairness*. The International Library of Critical Writings in Economics Series. <https://doi.org/10.4337/9781785367700>

Capraro, V., Jordan, J. J., & Rand, D. G. (2014). Heuristics guide the implementation of social preferences in one-shot Prisoner's Dilemma experiments. *Scientific reports*, 4, 6790. <https://doi.org/10.1038/srep06790>

Chennu, S., Noreika, V., Gueorguiev, D., Blenkmann, A., Kochen, S., Ibanez, A., ... & Bekinschtein, T. A. (2013). Expectation and attention in hierarchical auditory prediction. *Journal of Neuroscience*, 33(27), 11194-11205. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.0114-13.2013>

Crockett, M. J. (2016). How formal models can illuminate mechanisms of moral judgment and decision making. *Current Directions in Psychological Science*, 25(2), 85-90. <https://doi.org/10.1177/0963721415624012>

Curry, O. S., Mullins, D. A., & Whitehouse, H. (2019). Is it good to cooperate? Testing the theory of morality-as-cooperation in 60 societies. *Current Anthropology*, 60(1), 47-69. <https://doi.org/10.1086/701478>

Dennett, D. C. (2013). *Intuition pumps and other tools for thinking*. W. W. Norton & Company.

Dennett, D. C. (2017). *From bacteria to Bach and back: The evolution of minds*. W. W. Norton & Company. Engelmann, J. M., Herrmann, E., & Tomasello, M. (2012). Five-year olds, but not chimpanzees, attempt to manage their reputations. *PLOS ONE*, 7(10), e48433. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0048433> Engelmann, J. M., Over, H., Herrmann, E., & Tomasello, M. (2013). Young children care more about their reputation with ingroup members and potential reciprocators. *Developmental Science*, 16(6), 952-958. <https://doi.org/10.1111/desc.12086>

Eriksson, K., Vartanova, I., Strimling, P., & Simpson, B. (2019). Generosity pays: Selfish people have fewer children and earn less money. Forthcoming in *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1037/pspp0000213>

Eyal, T., Liberman, N., & Trope, Y. (2008). Judging near and distant virtue and vice. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(4), 1204-1209. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2008.03.012>

Falk, A., Becker, A., Dohmen, T., Enke, B., Huffman, D., & Sunde, U. (2018). Global evidence on economic preferences. *The Quarterly Journal of Economics*, 133(4), 1645-1692. <https://doi.org/10.1093/qje/qjy013>

Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175-191. <https://doi.org/10.3758/BF03193146>

Fehr, E., & Schmidt, K. M. (2006). The economics of fairness, reciprocity and altruism – Experimental evidence and new theories. *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, 1, 615-691. Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/S1574-0714\(06\)01008-6](https://doi.org/10.1016/S1574-0714(06)01008-6)

Ferrante, D., Girotto, V., Straga, M., & Walsh, C. (2013). Improving the past and the future: A temporal asymmetry in hypothetical thinking. *Journal of Experimental Psychology: General*, 142(1), 23-27. <https://doi.org/10.1037/a0027947>

Gong, H., & Medin, D. L. (2012). Construal levels and moral judgment: Some complications. *Judgment and Decision Making*, 7(5), 628-638.

Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Publications.

Helzer, E. G., & Gilovich, T. (2012). Whatever is willed will be: A temporal asymmetry in attributions to will. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(10), 1235-1246. <https://doi.org/10.1177/0146167212448403>

Henrich, N., & Henrich, J. P. (2007). *Why humans cooperate: A cultural and evolutionary explanation*. Oxford University Press.

Jachimowicz, J. M., Chafik, S., Munrat, S., Prabhu, J. C., & Weber, E. U. (2017). Community trust reduces myopic decisions of low-income individuals. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114(21), 5401-5406. <https://doi.org/10.1073/pnas.1617395114>

Johnson, M. W., & Bickel, W. K. (2002). Within-subject comparison of real and hypothetical money rewards in delay discounting. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, 77(2), 129-146. <https://doi.org/10.1901/jeab.2002.77-129>

Joireman, J., Shaffer, M. J., Balliet, D., & Strathman, A. (2012). Promotion orientation explains why future-oriented people exercise and eat healthy: Evidence from the two-factor consideration of future consequences-14 scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(10), 1272-1287. <https://doi.org/10.1177/0146167212449362>

Jordan, J., & Rand, D. G. (2019). Signaling when no one is watching: A reputation heuristics account of outrage and punishment in one-shot anonymous interactions. *Forthcoming in Journal of Personality and Social Psychology*.

Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. (1986). Fairness as a constraint on profit seeking: Entitlements in the market. *The American Economic Review*, 76(4), 728-741.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291. <https://doi.org/10.2307/1914185>

Kidd, C., Palmeri, H., & Aslin, R. N. (2013). Rational snack-ing: Young children's decision-making on the marshmallow task is moderated by beliefs about environmental reliability. *Cognition*, 126(1), 109-114. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2012.08.004>

Kolle, F., & Wenner, L. (2018). Present-biased generosity: Time inconsistency across individual and social contexts

(Discussion Paper No. 2018-02). The Centre for Decision Research and Experimental Economics, School of Economics, University of Nottingham. Retrieved from <https://econpapers.repec.org/paper/notnotcdx/2018-02.htm>

Kortenkamp, K. V., & Moore, C. F. (2006). Time, uncertainty, and individual differences in decisions to cooperate in resource dilemmas. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(5), 603-615. <https://doi.org/10.1177/0146167205284006>

Krebs, D. L. (2008). Morality: An evolutionary account. *Perspectives on Psychological Science*, 3(3), 149-172. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6924.2008.00072.x>

McGuire, W. J. (1997). Creative hypothesis generating in psychology: Some useful heuristics. *Annual Review of Psychology*, 48(1), 1-30. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.48.1.1>

Metcalfe, J., & Mischel, W. (1999). A hot/cool-system analysis of delay of gratification: Dynamics of willpower. *Psychological Review*, 106(1), 3-19. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.106.1.3>

Muthukrishna, M., & Henrich, J. (2019). A problem in theory. *Nature Human Behaviour*, 3(3), 221-229. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0522-1> Nowak, M., & Highfield, R. (2011). *Supercooperators: Altruism, evolution, and why we need each other to succeed*. Simon and Schuster.

Peysakhovich, A., Nowak, M. A., & Rand, D. G. (2014). Humans display a 'cooperative phenotype' that is domain general and temporally stable. *Nature Communications*, 5, 4939. <https://doi.org/10.1038/ncomms5939> Pinker, S. (2011). *The better angels of our nature: The decline of violence in history and its causes*. Penguin UK.

Rand, D. G. (2016). Cooperation, fast and slow: Meta-analytic evidence for a theory of social heuristics and self-interested deliberation. *Psychological Science*, 27(9), 1192-1206. <https://doi.org/10.1177/0956797616654455> Rand, D. G., & Nowak, M. A. (2013). Human cooperation. *Trends in Cognitive Sciences*, 17(8), 413-425. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2013.06.003>

Roberts, W. A. (2002). Are animals stuck in time? *Psychological Bulletin*, 128(3), 473-489. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.128.3.473>

Rothbart, M., & Snyder, M. (1970). Confidence in the prediction and postdiction of an uncertain outcome. *Canadian Journal of Behavioural Science / Revue Canadienne Des Sciences Du Comportement*, 2(1), 38-43. <https://doi.org/10.1037/h0082709>

Sakaluk, J. K. (2016). Exploring small, confirming big: An alternative system to the new statistics for advancing cumulative and replicable psychological research. *Journal of Experimental Social Psychology*, 66, 47-54. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.09.013>

Schacter, D. L., Addis, D. R., & Buckner, R. L. (2007). Remembering the past to imagine the future: The prospective brain. *Nature Reviews Neuroscience*, 8(9), 657-661. <https://doi.org/10.1038/nrn2213>

Seligman, M. E. P., Railton, P., Baumeister, R. F., & Sripada, C. (2013). Navigating into the future or driven by the past. *Perspectives on Psychological Science*, 8(2), 119-141. <https://doi.org/10.1177/1745691612474317>

Simonsohn, U. (2015). Small telescopes: Detectability and the evaluation of replication results. *Psychological Science*, 26(5), 559-569. <https://doi.org/10.1177/0956797614567341>

Sloman, S., & Fernbach, P. (2017). *The knowledge illusion: Why we never think alone*. New York: Riverhead Books.

Suddendorf, T. (2013). *The gap: The science of what separates us from other animals*. New York, NY, US: Basic Books.

Suddendorf, T., & Corballis, M. C. (2007). The evolution of foresight: What is mental time travel, and is it unique to humans? *Behavioral and Brain Sciences*, 30(3), 299-313. <https://doi.org/10.1017/S0140525X07001975>

Tomasello, M. (2016). *A natural history of human morality*. Cambridge: Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674915855>

Tomasello, M., & Vaish, A. (2013). Origins of human co-operation and morality. *Annual Review of Psychology*, 64(1), 231-255. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-113011-143812>

Trivers, R. L. (1971). The evolution of reciprocal altruism. *The Quarterly Review of Biology*, 46(1), 35-57. <https://doi.org/10.1086/406755>

Vonasch, A. J., Reynolds, T., Winegard, B. M., & Baumeister, R. F. (2018). Death before dishonor: Incurring costs to protect moral reputation. *Social Psychological and Personality Science*, 9(5), 604-613. <https://doi.org/10.1177/1948550617720271>

Wu, J., Balliet, D., & Van Lange, P. A. M. (2016). Reputation management: Why and how gossip enhances generosity. *Evolution and Human Behavior*, 37(3), 193-201. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2015.11.001>

SHORT-SIGHTED GREED? FOCUSING ON THE FUTURE PROMOTES REPUTATION-BASED GENEROSITY

Hallgeir Sjøstad
Ph.D., Assistant Professor
Norwegian School of Economics
(Bergen, Norway)

Author translation:
Maria Yu. Beletskaya
Ph.D
Lomonosov Moscow State University,
Faculty of Economics
(Moscow, Russia)

Abstract

Long-term thinking and voluntary resource sharing are two distinctive traits of human nature. Across three experiments (N=1,082), I propose a causal connection: Sometimes people are generous because they think about the future. Participants were randomly assigned to either focus on the present or the future and then made specific decisions in hypothetical scenarios. In Study 1 (N=200), future-focused participants shared more money in a public dictator game than present-focused participants (+39%), and they were willing to donate more money to charity (+61%). Study 2 (N=410) replicated the positive effect of future-focus on dictator giving when the choice was framed as public (+36%), but found no such effect when the choice was framed as private. That is, focusing on the future made participants more generous only when others would know their identity. Study 3 was a high-powered and pre-registered replication of Study 1 (N=472), including a few extensions. Once again, future-focused participants gave more money to charity in a public donation scenario (+40%), and they were more likely to volunteer for the same charity (+17%). As predicted, the effect was mediated by reputational concern, indicating that future-orientation can make people more generous because it also makes them more attuned to the social consequences of their choices. Taken together, the results suggest that focusing on the future promotes reputation-based generosity. By stimulating voluntary resource sharing, a central function of human foresight might be to support cooperation in groups and society.

Keywords: future thinking, generosity, reputation, cooperation, morality.