自私的公司

作者:Emanuele Colonnelli, Niels Joachim Gormsen, Timothy McQuade

受关于企业责任的公众辩论的激励，我们构建了一个基于记忆的决策模型，以说明企业和政治沟通如何影响政策偏好。我们在一项对美国公民支持企业救助等经济政策的新的大规模调查中，测试了我们模型的预测。我们首先确定公众要求企业在社会中表现得更好，我们将这种情绪称为“大企业不满”。然后，通过调查部分顺序和动画视频曝光的随机变化，我们确认了我们模型的关键预测。首先，主要受访者从企业责任的角度思考政策的信息会让人们更不愿意接受救助，而从经济权衡的角度重新界定问题则会产生相反的效果。第二，试图为大企业塑造正面的公众形象实际上可能适得其反，因为他们将注意力集中在公众对其负面看法根深蒂固的一个方面。

**原文链接:**<https://www.nber.org/papers/w30576>