

# Motivation og værdier: Grupper og sociale normer

Erik Gahner Larsen

Adfærdsorienteret offentlig politik



# Dagsorden

- Opsamling
- Social motivation og sociale præferencer
- Konformitet
  - Social konformitet
  - Autoritær konformitet
- Social påvirkning
  - Feedback på adfærd
  - Sociale normer
  - Altruisme

# Synopsis

- Overvejelser?
- Information?

# Undervisningsgange

- 8. **Motivation og værdier: Grupper og sociale normer**
- 9. Motivation og værdier: Tidspræferencer og hyperbolsk diskontering
- 10. Applikation: Penge, opsparing og skat
- 11. Applikation: Samfund, miljø og velfærd
- 12. Applikation: Gæsteforelæsning
- 13. Praktiske aspekter: Metode og den politiske beslutningsproces
- 14. Praktiske aspekter: Ethiske og metodiske overvejelser
- 15. Praktiske aspekter: Opsummering og eksamen

# Pensum til i dag

- ▶ Ariely, Bracha og Meier (2009): Doing Good or Doing Well? Image Motivation and Monetary Incentives in Behaving Prosocially (12 sider)
- ▶ Gerber, Green og Larimer (2008): Social Pressure and Voter Turnout: Evidence from a Large-Scale Field Experiment (16 sider)
- ▶ Mas og Moretti (2009): *Peers at Work* (34 sider)

# Motivation og værdier: udgangspunkt

- ▶ Borgernes kognitive begrænsninger har implikationer for offentlig politik
  - ▶ Spørgsmål: Hvor store er implikationerne i forhold til offentlig politik?
- ▶ Mols et al. (2015): “Certainly, humans have cognitive limitations and will use cues and heuristics to inform their judgements and behaviour in a range of situations. However, what the cognitive miser perspective overlooks is the fact that humans are social beings who derive meaning and direction from groups whose norms they embrace and enact, and who derive significant value – not only socially, but also intellectually – from identity-affirming behaviour.”
- ▶ Vigtigt at studere og forstå hvad der motiverer borgerne
  - ▶ Forrige uge: Motivation i forhold til (økonomiske) incitamenter
  - ▶ Fokus i dag: Motivation i forhold til sociale normer og grupper

# Opsamling: Økonomiske incitamenter

- ▶ Udgangspunkt: Borgerne reagerer på økonomiske incitamenter
- ▶ Men:
  - ▶ Adfærd er ikke kun drevet af økonomiske incitamenter
    - ▶ Frivilligt arbejde, valgdeltagelse, bloddonation
  - ▶ Økonomiske incitamenter sender bestemte signaler
    - ▶ Kan signalere disrespect, mistillid og at selvished er en socialt acceptabel adfærd
  - ▶ Økonomiske incitamenter påvirker motivationen
    - ▶ Økonomiske incitamenter kan føre til *lavere* intrinsisk motivation for at udføre opgaver
    - ▶ *Midlertidige* økonomiske incitamenter for en indsats, der drives af intrinsisk motivation, kan have *permanente* effekter

# Opsamling: Økonomiske incitamenter

- ▶ Forskellige typer af motivation
  - ▶ Ekstrinsisk motivation: Incitamenter kommer *udefra*
    - ▶ Ekstrinisk motivation er ofte økonomiske incitamenter
    - ▶ Undgå straf/få belønning
  - ▶ Intrinsisk motivation: Incitamenter kommer *indefra*
    - ▶ Indsats har en motivation i sig selv uafhængigt af økonomiske incitamenter og lignende faktorer
- ▶ Økonomiske incitamenter har implikationer for intrinsisk motivation
  - ▶ For kritisk perspektiv på dette, se Gerhart (2017): Incentives and Pay for Performance in the Workplace



# Social motivation og sociale præferencer

- ▶ I dag: Fokus på en tredje motivation
  1. Ekstrinsisk motivation
  2. Intrinsisk motivation
  3. *Social motivation*
- ▶ Ekstrinsisk og intrinsisk motivation er individuelle/personlige
- ▶ Sociale motivationer: gruppeorienteret
  - ▶ Sociale situationer
  - ▶ Anerkendelse i grupper
    - ▶ Gruppeidentitet
  - ▶ Socialt pres/sociale normer

# Social motivation og sociale præferencer

- ▶ Social motivation → Sociale præferencer
- ▶ Sociale præferencer diskuteres ofte i relation til:
  - ▶ Fairness
  - ▶ Tillid
  - ▶ Gensidighed
  - ▶ Altruisme
    - ▶ Motivation ud fra andres nytte/velfærd
  - ▶ Prosocial adfærd
  - ▶ Egennytttemaksimerende altruisme
    - ▶ Positiv følelse af at hjælpe

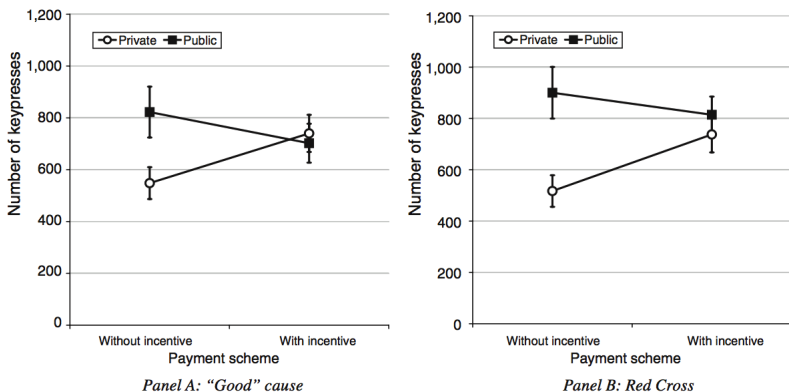
# Social motivation: Omdømmemotivation

- ▶ Prosocial adfærd kan fremmes af sociale motivationer
  - ▶ Forskellige måder at konceptualisere sociale motivationer på
    - ▶ Pensum: *Image motivation*
- ▶ Omdømmemotivation/signalmotivation (*image motivation*)
  - ▶ Tilbøjeligheden til at blive motiveret af andres opfattelser
    - ▶ Ønske om at være vellidt og respekteret af andre
  - ▶ Borgerne er motiveret til at udøve adfærd der giver social anerkendelse

# Social motivation: Omdømmemotivation

- ▶ Synligheden af en prosocial aktivitet er vigtig
  - ▶ Hvis aktiviteten gøres mindre synlig, vil omdømmemotivationen betyde mindre
  - ▶ Borgere vil agere mere prosocialt i en offentlig end i en privat kontekst
- ▶ Relation til økonomiske incitamenter er vigtig
  - ▶ Økonomiske incitamenter er mindre effektive desto mere synlig den prosociale aktivitet er
  - ▶ Introduktionen af økonomiske incitamenter kan ændre framingen af et valg

- ▶ Ariely et al. (2009): Doing Good or Doing Well? Image Motivation and Monetary Incentives in Behaving Prosocially



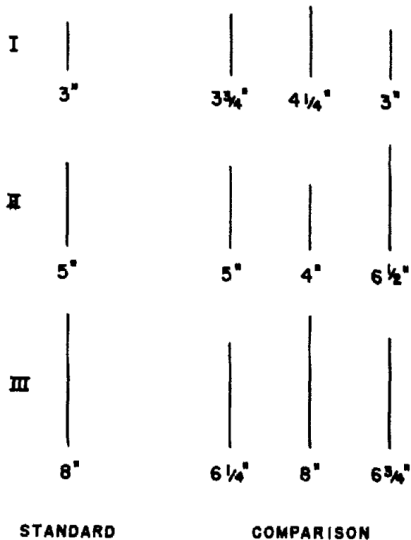
Figur 1: Effekten af incitamenten på prosocial adfærd

# Sociale normer og konformitet

- Konformitet i sociale situationer
- To typer af konformitet
  1. Social konformitet
    - Horisontalt
    - Påvirkes af andre i en gruppe
  2. Autoritær konformitet
    - Vertikalt
    - Påvirkes af autoritære personer/aktører

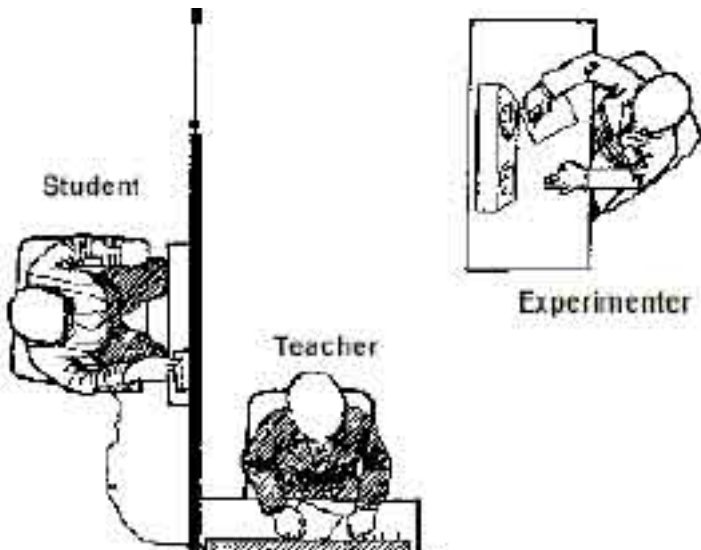
# Social konformitet

- Klassisk eksempel: Social situation og vurderingen af figurer (Asch 1956)



# Autoritær konformitet

- ▶ Klassisk eksempel: Social situation med autoritær person (Milgram 1974)





# Social påvirkning og offentlig politik: diskussion

1. Hvor finder man eksempler på brugen af henholdsvis *social* og *autoritær* konformitet?
2. Hvilke sociale udfordringer kan man nemmest løse ved hjælp af social og/eller autoritær konformitet?

# Social påvirkning og offentlig politik

- ▶ Offentlige politikker skal tage højde for sociale processer
- ▶ Mols et al. (2015): “[S]ocial influence is an inherently social process; people actively engage with norms and, at times, challenge and question their validity; for lasting behaviour change to occur, people need to internalise norms and use them as guides for their own behaviour; and policy makers should accept the reality and validity of social norms, and work with them rather than against them.”

# Social påvirkning og valgdeltagelse

- ▶ Gerber et al. (2008): Social Pressure and Voter Turnout: Evidence from a Large-Scale Field Experiment
- ▶ Hvordan kan man få flere til at stemme?
  - ▶ Stimuli: Breve
- ▶ Fire forskellige typer af indhold i breve
  - ▶ Borgerpligt
  - ▶ Hawthorne effekten
  - ▶ Information om adfærd til en selv
  - ▶ Information om adfærd til naboer

Dear Registered Voter:

DO YOUR CIVIC DUTY AND VOTE!

Why do so many people fail to vote? We've been talking about this problem for years, but it only seems to get worse.

The whole point of democracy is that citizens are active participants in government; that we have a voice in government. Your voice starts with your vote. On August 8, remember your rights and responsibilities as a citizen. Remember to vote.

DO YOUR CIVIC DUTY — VOTE!

Figur 4: Stimuli: Borgerpligt

Dear Registered Voter:

YOU ARE BEING STUDIED!

Why do so many people fail to vote? We've been talking about this problem for years, but it only seems to get worse.

This year, we're trying to figure out why people do or do not vote. We'll be studying voter turnout in the August 8 primary election.

Our analysis will be based on public records, so you will not be contacted again or disturbed in any way. Anything we learn about your voting or not voting will remain confidential and will not be disclosed to anyone else.

DO YOUR CIVIC DUTY — VOTE!

Figur 5: Stimuli: Hawthorne

Dear Registered Voter:

WHO VOTES IS PUBLIC INFORMATION!

Why do so many people fail to vote? We've been talking about the problem for years, but it only seems to get worse.

This year, we're taking a different approach. We are reminding people that who votes is a matter of public record.

The chart shows your name from the list of registered voters, showing past votes, as well as an empty box which we will fill in to show whether you vote in the August 8 primary election. We intend to mail you an updated chart when we have that information.

We will leave the box blank if you do not vote.

DO YOUR CIVIC DUTY—VOTE!

-----

OAK ST	Aug 04	Nov 04	Aug 06
9999 ROBERT WAYNE		Voted	_____
9999 LAURA WAYNE	Voted	Voted	_____

Figur 6: Stimuli: Information om adfærd til en selv

Dear Registered Voter:

# WHAT IF YOUR NEIGHBORS KNEW WHETHER YOU VOTED?

Why do so many people fail to vote? We've been talking about the problem for years, but it only seems to get worse. This year, we're taking a new approach. We're sending this mailing to you and your neighbors to publicize who does and does not vote.

The chart shows the names of some of your neighbors, showing which have voted in the past. After the August 8 election, we intend to mail an updated chart. You and your neighbors will all know who voted and who did not.

## DO YOUR CIVIC DUTY — VOTE!

MAPLE DR	Aug 04	Nov 04	Aug 06
9995 JOSEPH JAMES SMITH	Voted	Voted	_____
9995 JENNIFER KAY SMITH		Voted	_____
9997 RICHARD B JACKSON		Voted	_____
9999 KATHY MARIE JACKSON		Voted	_____
9999 BRIAN JOSEPH JACKSON		Voted	_____
9991 JENNIFER KAY THOMPSON		Voted	_____
9991 BOB R THOMPSON		Voted	_____
9993 BILL S SMITH			_____
9989 WILLIAM LUKE CASPER		Voted	_____
9989 JENNIFER SUE CASPER		Voted	_____
9987 MARIA S JOHNSON	Voted	Voted	_____
9987 TOM JACK JOHNSON	Voted	Voted	_____
9987 RICHARD TOM JOHNSON		Voted	_____
9985 ROSEMARY S SUE		Voted	_____
9985 KATHRYN L SUE		Voted	_____
9985 HOWARD BEN SUE		Voted	_____
9983 NATHAN CHAD BERG		Voted	_____
9983 CARRIE ANN BERG		Voted	_____
9981 EARL JOEL SMITH			_____
9979 DEBORAH KAY WAYNE		Voted	_____
9979 JOEL R WAYNE		Voted	_____

Figur 7: Stimuli: Information om adfærd til naboer

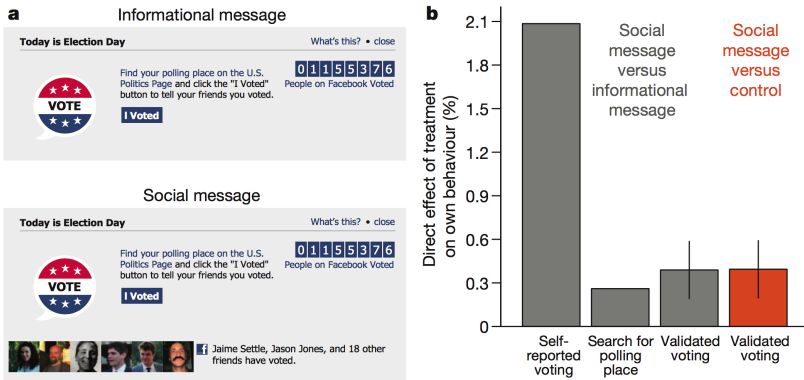
**TABLE 2. Effects of Four Mail Treatments on Voter Turnout in the August 2006 Primary Election**

	Experimental Group				
	Control	Civic Duty	Hawthorne	Self	Neighbors
Percentage Voting	29.7%	31.5%	32.2%	34.5%	37.8%
N of Individuals	191,243	38,218	38,204	38,218	38,201

Figur 8: Effekt af stimuli på valgdeltagelse



- ▶ Bond et al. (2012): A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization



Figur 9: Effekten af sociale beskeder på valgdeltagelse

# Social påvirkning og valgdeltagelse: diskussion

- Valgdeltagelsen er høj i Danmark (ikke så relevant med GOTV?)
1. Hvilke områder inden for offentlig politik i en dansk kontekst ville kunne udnytte sociale beskeder (på facebook)?

# Social påvirkning og . . . toiletadfærd

- Lagomarsino et al. (2017): Peer Pressure: Experimental Evidence from Restroom Behavior

Results for Handwashing								
Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Treated	0.125* (0.0639)	0.126* (0.0644)	0.126* (0.0644)	0.136** (0.0648)	0.127* (0.0653)	0.137** (0.0651)	0.134** (0.0651)	0.136** (0.0657)
Constant	0.663*** (0.0487)	0.668*** (0.0946)	0.655*** (0.167)	0.696*** (0.0826)	0.661*** (0.195)	0.738*** (0.121)	0.748*** (0.212)	0.797*** (0.231)
Time of the day fixed effects	No	Yes	No	No	Yes	Yes	No	Yes
Restroom fixed effects	No	No	Yes	No	Yes	No	Yes	Yes
Evaluator fixed effects	No	No	No	Yes	No	Yes	Yes	Yes
Observations	194	194	194	194	194	194	194	194

Results for Urinal Flushing								
Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Treated	0.149* (0.0688)	0.154* (0.0697)	0.141* (0.0694)	0.148* (0.0690)	0.144* (0.0707)	0.154* (0.0691)	0.147* (0.0687)	0.149* (0.0697)
Constant	0.558** (0.0512)	0.539** (0.101)	0.644** (0.160)	0.539** (0.0901)	0.582** (0.195)	0.540** (0.128)	0.641** (0.197)	0.613** (0.226)
Time of the day fixed effects	No	Yes	No	No	Yes	Yes	No	Yes
Restroom fixed effects	No	No	Yes	No	Yes	No	Yes	Yes
Evaluator fixed effects	No	No	No	Yes	No	Yes	Yes	Yes
Observations	194	194	194	194	194	194	194	194

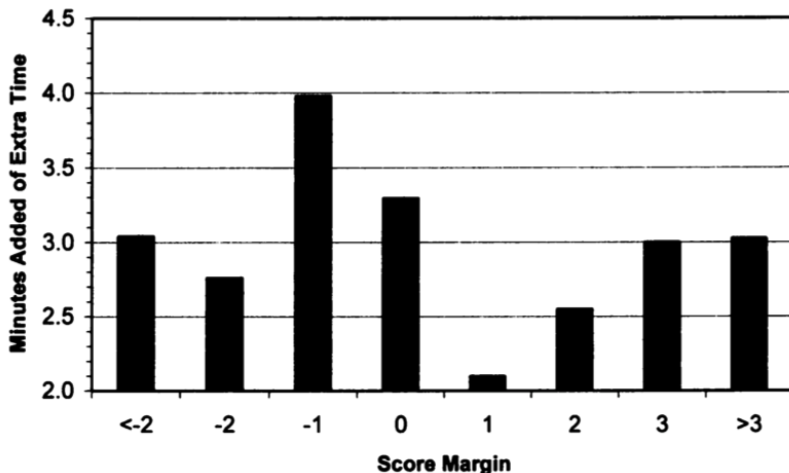
Notes: Robust standard errors are in parentheses. All models are estimated by OLS.

\* $p < 0.05$ ; \*\*  $p < .01$ .

Figur 10: Effekten af at blive observeret på et offentligt toilet

# Social påvirkning og ... fodbolddommere

- ▶ Garicano et al. (2005): Favoritism Under Social Pressure



Figur 11: Effekten af at være hjemmehold på længden af overtid

# Sociale normer og altruisme

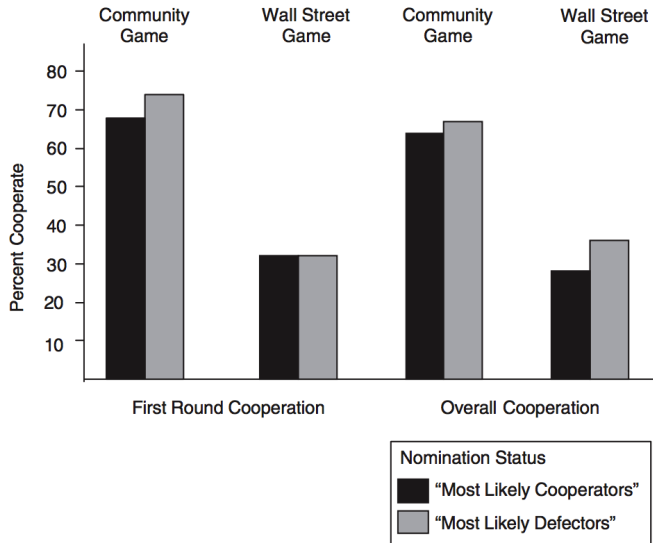
- Hvordan måles altruisme?
- Diktatorspillet
  - To spillere
    - Person A
    - Person B
  - Proces
    1. Person A får et beløb
    2. Person A skal vælge hvor stor en del af beløbet, Person B skal have
    3. Person B modtager dette beløb
- Hvor meget bør vi forvente, at Person A vil give? (jf. klassiske økonomiske perspektiver)
  - Hvad gives der?

# Sociale normer og spilteori

- ▶ Forskellige spil der kan bruges til at undersøge sociale interaktioner
  - ▶ Ultimatumspillet
  - ▶ Tillidsspillet
  - ▶ Offentlige goder-spillet
  - ▶ Kylling
  - ▶ Fangernes dilemma
- ▶ Anvendes især i økonomisk forskning

# Framingen af sociale situationer

- ▶ Måden hvorpå sociale situationer *frames* kan påvirke borgernes adfærd
- ▶ Fangernes dilemma kan præsenteres på forskellige måder
- ▶ Liberman et al. (2004): The Name of the Game: Predictive Power of Reputations versus Situational Labels in Determining Prisoner's Dilemma Game Moves
  - ▶ To forskellige *frames*
    - ▶ Frame 1: *Community Game* (fællesskab)
    - ▶ Frame 2: *Wall Street Game*

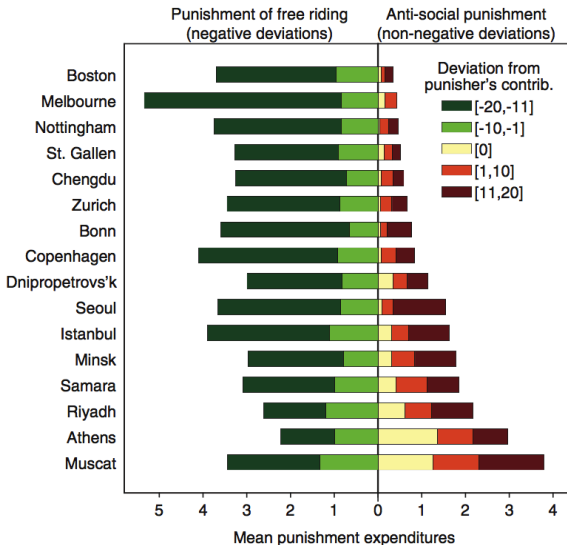


Figur 12: Samarbejde i hhv. *Community Game* og *Wall Street Game*



# Sociale normer og antisocial adfærd

- Herrmann et al. (2008): Antisocial Punishment Across Societies



► Herrmann et al. (2008): Antisocial Punishment Across Societies

	Punishment of free riding (negative deviations)			Antisocial punishment (nonnegative deviations)		
	1	2	3	4	5	6
Norms of civic cooperation	0.410*** (0.154)		0.371** (0.155)	-1.093*** (0.326)		-0.740** (0.371)
Rule of law		0.164 (0.111)	0.067 (0.110)		-0.641*** (0.221)	-0.618** (0.254)
Constant	-5.047*** (1.400)	-1.843*** (0.469)	-4.708*** (1.398)	5.622* (2.900)	-3.479*** (0.719)	2.422 (3.360)
Controls	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
$\sigma$	3.323	3.457	3.322	5.583	5.665	5.566
<i>P</i> value	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
log pseudolikelihood	-12203	-13299	-12202	-10574	-11989	-10539
<i>N</i>	8350	8950	8350	19850	20660	19850

Figur 14: Vigtigheden af sociale normer

# Dagens diskussion

1. Overvej muligheden for at lave et felteksperiment på SDU
    - Skal undersøge betydningen af sociale normer
    - Frit valg i forhold til afhængig variabel (altså hvad I ønsker at undersøge effekten af sociale normer på)
  2. Hvilke udfordringer ville der være forbundet med eksperimentet?
    - Teoretisk og praktisk
- Diskuter med din sidemand

# Opsummering

- Borgere påvirkes af sociale værdier og normer
- Forskellige måder hvorpå borgerne kan påvirkes socialt
  - Implikationer for offentlig politik
- Måden hvorpå sociale normer fungerer afhænger af forhold vi har fokuseret på tidligere
  - Andre typer af motivationer
    - Ekstrinsisk motivation
    - Intrinsisk motivation
  - Framing

# Næste gang

- ▶ Motivation og værdier: Tidspræferencer og hyperbolsk diskontering
- ▶ Onsdag den 5. april, kl. 16.15-18.00, lokale U53
- ▶ Pensum
  - ▶ Ariely og Wertenbroch (2002): Procrastination, Deadlines, and Performance: Self-Control by Precommitment (6 sider)
  - ▶ Milkman, Rogers og Bazerman (2008): Harnessing Our Inner Angels and Demons: What We Have Learned About Want/Should Conflicts and How That Knowledge Can Help Us Reduce Short-Sighted Decision Making (15 sider)
  - ▶ *Frederick, Loewenstein og O'Donoghue (2002): Time Discounting and Time Preference: A Critical Review (51 sider)*