

Mercati cognitivi

Shafir e le scelte incorniciate

di **Matteo Motterlini**

Immagina che si vada al ballottaggio tra due candidati per l'elezione del sindaco della tua città. Hai a disposizione le seguenti informazioni che fanno del candidato A un "uomo senza qualità" e del candidato B una persona di qualità sorprendenti ma di difetti altrettanto fuori dal comune: il candidato A è un uomo d'affari, ha fatto volontariato durante gli anni dell'università, è laureato in giurisprudenza, ha due figli che vanno alla scuola elementare di quartiere, è sposato con una casalinga; il candidato B è stato ministro, ha organizzato la raccolta di fondi per il locale ospedale per bambini, ha conseguito un Mba in una prestigiosa università americana, è stato coinvolto in un giro di tangenti negli anni passati, ha divorziato due volte ed è fidanzato con una pornostar.

Domanda: «Per quale candidato non voteresti?». Eldar Shafir, per anni collaboratore del premio Nobel per l'economia Daniel Kahneman (e oggi suo collega a Princeton), ha condotto molti esperimenti simili a questo, arrivando a concludere che strategie logicamente equivalenti per rivelare le preferenze dei consumatori possano di fatto determinare preferenze diverse da parte di questi stessi soggetti. Se Shafir ha ragione, allora è probabile che, nel cercare la risposta alla domanda così posta, ti focalizzerai sugli aspetti marcatamente negativi, i

La risposta dà risultati molto diversi a seconda se la domanda è formulata in positivo o in negativo

quali peseranno sulla tua scelta in modo maggiore rispetto a quelli positivi: solo l'8 per cento dei soggetti decide infatti di non votare per il candidato A, mentre ben il 92 decide di non votare per B.

Prova ora a porti la domanda seguente: «Per quale candidato voteresti?». Anche in questo caso andrai alla ricerca delle tue "buone ragioni" per scegliere, solo che adesso ti focalizzerai sugli aspetti positivi che, questa volta, peseranno comparabilmente più di quelli negativi. Infatti qui il 79 per cento dei soggetti sceglie il candidato A e il 21 per cento B. In questa seconda formulazione del problema, il candidato B ha più del doppio

di possibilità di essere eletto rispetto alla prima versione (precisamente il 21 per cento contro l'8 per cento).

I risultati suggeriscono pertanto che il candidato senza infamia e senza lode dovrebbe fare campagna sugli aspetti negativi del rivale per incoraggiare la scelta degli elettori in termini di rifiuto, mentre il candidato B dovrebbe fare campagna sui suoi aspetti positivi, perché solo in questo modo vedrebbe aumentate le

Chi scegliereste tra un candidato senza qualità e uno dalle molte virtù ma anche con qualche notevole difetto?

sue possibilità di vittoria.

I modelli della cosiddetta economia neoclassica muovono dall'assunto che le scelte delle persone siano espressione di un loro sistema di preferenze e di valori ordinato, definito e stabile. Le ricerche di Shafir mostrano che così non è. Infatti, scegliere e rifiutare (cioè "votare per" e "non votare per") dovrebbero essere complementari come le due facce di una stessa medaglia, mentre nell'esperimento, sommando le percentuali con cui il candidato B viene votato e non votato, si raggiunge l'assurdo 113 per cento!

Considerazioni che ci fanno apprezzare la portata degli studi di Shafir riguardo alle strategie che possono mettere in atto i partiti nell'orientare le nostre scelte (nonché, al di là dalla politica, chiunque abbia il potere di influenzare le nostre preferenze); ma anche, specularmente, riguardo alle contromisure che il cittadino può mettere in atto per non caderne vittima. Soprattutto Shafir contribuisce ad affinare su basi cognitive e sperimentali la teoria delle scelte "razionali", attribuendole una maggiore capacità di descrivere e anticipare i comportamenti umani reali.

● **Martedì 28 novembre 2006, ore 17.00 a Palazzo Mezzanotte - Piazza Affari, 6 Milano, Eldar Shafir, Professor of Psychology and Public Affairs, Princeton University, terrà una Lezione dal titolo «Logica e Psicologia della scelta. Una prospettiva comportamentale delle decisioni pubbliche e private». L'evento è promosso da Anima FinLab - Centro di Ricerche e Studi di Finanza Comportamentale di Anima sgr (per inf.: 02-80638.327)**



Mercati cognitivi

Shafir e le scelte incorniciate

Chi scegliereste tra un candidato senza qualità e uno dalle molte virtù ma anche con qualche notevole difetto? La risposta dà risultati molto diversi a seconda se la domanda è formulata in positivo o in negativo

Matteo Motterlini

di Matteo **Motterlini** Immagina che si vada al ballottaggio tra due candidati per l'elezione del sindaco della tua città. Hai a disposizione le seguenti informazioni che fanno del candidato A un "uomo senza qualità" e del candidato B una persona di qualità sorprendenti ma di difetti altrettanto fuori dal comune: il candidato A è un uomo d'affari, ha fatto volontariato durante gli anni dell'università, è laureato in giurisprudenza, ha due figli che vanno alla scuola elementare di quartiere, è sposato con una casalinga; il candidato B è stato ministro, ha organizzato la raccolta di fondi per il locale ospedale per bambini, ha conseguito un Mba in una prestigiosa università americana, è stato coinvolto in un giro di tangenti negli anni passati, ha divorziato due volte ed è fidanzato con una pornostar. Domanda: «Per quale candidato non voteresti?». Eldar Shafir, per anni collaboratore del premio Nobel per l'economia Daniel Kahneman (e oggi suo collega a Princeton), ha condotto molti esperimenti simili a questo, arrivando a concludere che strategie logicamente equivalenti per rivelare le preferenze dei consumatori possano di fatto determinare preferenze diverse da parte di questi stessi soggetti. Se Shafir ha ragione, allora è probabile che, nel cercare la risposta alla domanda così posta, ti focalizzerai sugli aspetti marcatamente negativi, i quali peseranno sulla tua scelta in modo maggiore rispetto a quelli positivi: solo l'8 per cento dei soggetti decide infatti di non votare per il candidato A, mentre ben il 92 decide di non votare per B. Prova ora a porti la domanda seguente: «Per quale candidato voteresti?». Anche in questo caso andrai alla ricerca delle tue "buone ragioni" per scegliere, solo che adesso ti focalizzerai sugli aspetti positivi che, questa volta, peseranno comparabilmente più di quelli negativi. Infatti qui il 79 per cento dei soggetti sceglie il candidato A e il 21 per cento B. In questa seconda formulazione del problema, il candidato B ha più del doppio di possibilità di essere eletto rispetto alla prima versione (precisamente il 21 per cento contro l'8 per cento). I risultati suggeriscono pertanto che il candidato senza infamia e senza lode dovrebbe fare campagna sugli aspetti negativi del rivale per incorniciare la scelta degli elettori in termini di rifiuto, mentre il candidato B dovrebbe fare campagna sui suoi aspetti positivi, perché solo in questo modo vedrebbe aumentate le sue possibilità di vittoria. I modelli della cosiddetta economia neoclassica muovono dall'assunto che le scelte delle persone siano espressione di un loro sistema di preferenze e di valori ordinato, definito e stabile. Le ricerche di Shafir mostrano che così non è. Infatti, scegliere e rifiutare (cioè "votare per" e "non votare per") dovrebbero essere complementari come le due facce di una stessa medaglia, mentre nell'esperimento, sommando le percentuali con cui il candidato B viene votato e non votato, si raggiunge l'assurdo 113 per cento! Considerazioni che ci fanno apprezzare la portata degli studi di Shafir riguardo alle strategie che possono mettere in atto i partiti nell'orientare le nostre scelte (nonché, al di là dalla politica, chiunque abbia il potere di influenzare le nostre preferenze); ma anche, specularmente, riguardo alle contromisure che il cittadino può mettere in atto per non caderne vittima. Soprattutto Shafir contribuisce ad affinare su basi cognitive e sperimentali la teoria delle scelte "razionali", attribuendole una maggiore capacità di descrivere e anticipare i comportamenti umani reali. 1 Martedì 28 novembre 2006, ore 17.00 a Palazzo Mezzanotte - Piazza Affari, 6 Milano, Eldar Shafir, Professor of Psychology and Public Affairs, Princeton University, terrà una Lezione dal titolo «Logica e Psicologia della scelta. Una prospettiva

comportamentale delle decisioni pubbliche e private». L'evento è promosso da **Anima** FinLab - Centro di Ricerche e Studi di Finanza Comportamentale di **Anima sgr** (per inf.: 02-80638.327)