

Bojana S. Radovanović¹
University of Belgrade
Institute for Philosophy and Social Theory
Belgrade (Serbia)

UDC 330.101.5:177.72
Review Scientific Paper
Submitted 13/05/2019
Accepted 23/05/2019
doi: [10.5937/socpreg53-19679](https://doi.org/10.5937/socpreg53-19679)

RATIONAL CHOICE THEORY AND CHARITABLE GIVING²

Abstract: This paper focuses on rational choice theory and its potential to explain prosocial behaviour, precisely charitable giving, defined as monetary contributions to non-profit organisations. When deciding whether to donate money, rational individuals apply the principle of maximal utility. There are three motives that drive rational individuals to donate: 1) self-interest and enlightened self-interest; 2) pro-social preferences; 3) reciprocity. Although rational choice theory allows for different motives, they are all expressed in terms of utility gained by the decision maker. This paper shows that rational choice theory while appearing to explain “everything”, it does not really explain much. Without the reference to the complexity of people’s motivation and the social and institutional factors that shape our choices, behaviour cannot be understood.

Keywords: rational choice theory, prosocial behaviour, charitable giving.

3.1. Introduction

Prosocial behaviour “occurs when one acts in a manner that benefits another person or group of people” (Snyder & Dwyer, 2013, p. 467). This action is intended to improve the situation of the person that receives help and is not done out of professional obligation (Bierhoff, 2002). Prosocial behaviour is costly for the one who performs it. It takes time, effort, and often material resources to engage into activities beneficial for other individuals or groups. Such behaviour has puzzled many social scientists, particularly economists (Bowles & Gintis, 2011, Hodgson, 2013). It is puzzling because of the expectation that people are selfish, that they would rather have a free ride than dedicate their resources for the common good and that they would rather defeat than benefit others. This view has been dominant in the neoclassical economic theory (Chang, 2014).

Nevertheless, many people donate their money to philanthropic organisations and directly to those in need to relieve their suffering (Ilchman et al, 1998, Jung et al, 2016, Moody & Breeze, 2016, Wiepking & Handy, 2015). Some people even endanger their own lives to save the life of a stranger, which is perhaps the best illustrated by rescuing Jews

¹ radovanovicbojana@yahoo.it

² This paper is based on my PhD thesis entitled “Individual Giving: Theoretical Discussions and the Evidence from Serbia and Canada”, that I defended at the University of Cambridge in July 2018.

during the Second World War (Monroe, 1996, Oliner & Oliner, 1988). How to explain such behaviour?

Rational choice theory, which originates in the Neoclassical school of economics, has been applied to explain a wide range of behaviours, not necessarily related to economic activities, from choosing a spouse to donating money. The rational choice theory postulates that someone is driven by the maximisation of her utility function, regardless whether she is engaged within the sphere of business, family life or charitable giving. The latter two do not seem to be the subject matter of economics. Nevertheless, economists analyse them by applying the so-called economic approach.³

Economists try to understand and explain the world by assuming that individuals make their decisions based on a calculation of how limited resources, such as time, money and energy can be best used to reach their goals. In other words, they maximise their utility – “welfare as they conceive it” (Becker, 1993, p. 386). Once the scientific field of economics was defined by its method rather than its subject matter, economics became a study of “everything” (Chang, 2014).⁴ Thus, economics “colonises” other social sciences by extending its methods to explain phenomena that have been outside its scope (Fine 1999). This is known by its critics as “economics imperialism” (Chang, 2014, Fine & Milonakis, 2009, Mäki, 2009).⁵

This paper focuses on rational choice theory and its potential to explain prosocial behaviour, precisely charitable giving as a form of it. Charitable giving is defined as monetary contributions to non-profit organisations (Wiepkink & Handy, 2015). It requires giving one’s material resources for the benefit of others. The main tenets of rational choice theory will be outlined in the first section, while in the second section various applications of this theory to charitable giving will be discussed. The fertility of the rational choice theory in explaining charitable giving will be examined in the third section.

Rational Choice Theory

As defined by rational choice theory, a rational individual is a person able to precisely define the problem, set a clear goal and establish a set of alternatives (options) to achieve the goal (Pavličić, 2014; Radovanović, 2014). Through an unbiased collection and interpretation of information, the individual determines the characteristics of the alternatives on which he assesses their attractiveness and makes a decision. When choosing an alternative, a rational individual is guided by the principle of maximising personal

³ The term was coined by Gary Becker in his book *Economic Approach to Human Behaviour* published in 1976.

⁴ The Neoclassical school uses a (a variation of) definition of economics given by Lionel Robbins in his book *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science* published in 1932, which defines economics as “the science which studies human behaviour as a relationship between ends and scarce means which have alternative uses” (Chang, 2014).

⁵ It should be noted that there is a distinction between ‘economics imperialism’ and ‘economic imperialism’. While the former means academic tendency of economics toward explanatory expansion beyond the boundaries of its subject matter, the later means the economy-driven imperialism in international relations and the global economy (Mäki, 2009).

utility. The term maximisation of personal utility does not assume that individuals are motivated solely by pecuniary rewards or other selfish gains. Behaviour is driven by many other motives, but rational choice theory assumes that no matter whether they are “selfish, altruistic, loyal, spiteful, or masochistic, individuals maximise welfare as they conceive it” (Becker, 1993, p. 386).

Experimental evidence has shown that people often do not chose options that maximise their material payoffs.⁶ Experimental evidence in economics comes from, among others, public good, ultimatum and dictator games (Bowles & Gintis, 2011, Hodgson, 2013, Fehr & Fischbacher, 2003, Frey, 1997). Public goods games are played by a group of individuals (for example 10) where each individual is given an endowment (e.g. 10 euro). Individuals can keep the endowments or invest them for the public good. All the money invested is multiplied (e.g. by two) and distributed equally among all the members of the group, regardless of whether they have made a contribution. If everyone contributes the endowment, everyone gets 20 euros, but if only one member invests in the public good, he, as all the others, receives 2 euros. An individual motivated by pecuniary rewards would keep the endowment for himself because of the risk that he would receive a smaller amount if other did not contribute. However, the empirical evidence suggests that players often invest in public goods. (Hodgson, 2013).

In ultimatum games, played by two players, one divides an amount of money between himself and the other player. If the second player accepts the division, then each receives their allocated amounts. If the second player rejects it, then both players get nothing. A payoff maximiser would prefer even the lowest possible allocation since it is better to get something than nothing. However, many players have rejected divisions. Instead of payoff maximisation, players’ behaviour is influenced by honour, custom, and fairness, even when they cannot bargain with one another and the game is not repeated (Hodgson, 2013, Fehr & Fischbacher, 2003).

In dictator games one player is asked to allocate a part of an assigned endowment to a passive recipient. A payoff maximiser would keep all the endowment for himself. However, typically more than 60% of subjects allocate some money to the recipient, which on average is about a fifth of the endowment (Bowles & Gintis, 2011, Frey, 1997).

Many economists have now abandoned payoff rationality and replaced it with a broader concept of rationality defined as consistency of behaviour (Hodgson, 2013). However, rationality as defined in this way is still consistent with utility maximisation.

A rational individual estimates the benefits of the alternatives based on his desires, aspirations, beliefs, tastes, commitments, internalized norms of ethical behaviour, psychological propensities, affective relationships with others (Bowles & Gintis, 2011). As a product of the influence of these factors he forms his preferences. When he estimates two alternatives, a person may consider them to be equally good, and is then indifferent in the choice between them, or he can think that one is superior to the other, when he prefers one to the other (Pavličić 2004; Radovanović 2014). The preferences are stable and unchanged from the time of the decision (moment when an individual makes his choice of alternative) to the moment of its realisation (outcome of the chosen alternative).

⁶ A *payoff* is a reward in a game (usually a monetary reward) that is known to all players. A *payoff maximisation* is maximisation of those rewards by players, given the information available to them and their assumption that other players are also payoff maximisers (Hodgson 2013).

Moreover, preferences are conceptualised as individual characteristics and independent of social context. Economists take preferences as given, without analysing their formation (Halfpenny, 1999).

In order to create rational choices, preferences must satisfy logical properties: completeness, asymmetry, and transitivity. The completeness condition implies that the individual is able to compare any two alternatives (x and y) and determine his attitude towards them. Meaning, he either prefers x to y , or he prefers y to x or he is indifferent between the two. A rational individual always knows what he wants. The asymmetry condition excludes the possibility that, when comparing two alternatives x and y , a decision maker considers x better than y , and at the same time y better than x , or one alternative is preferred to another and at the same time both considered as equally good. Also, if two alternatives are considered equally good, he cannot simultaneously prefer one over the other. The transitivity condition requires that when comparing three options x , y and z : a) if a person considers x to be better than y and y better than z , then he also must consider x as better than z ; b) if a person prefers x to y , and is indifferent between y and z , then he prefers x to z ; c) if a person is indifferent between x and y and prefers y to z , then he prefers x to z ; d) if a person is indifferent between x and y , and is indifferent between y and z , then he is indifferent between x and z . When these three logical properties are satisfied, then it is the case of strong ordering (Sen, 2017). Many examples have been offered to show that transitivity property does not hold in general, particularly when comparing a series of objects that are so arranged that we cannot distinguish between two adjacent members of the series, whereas we can distinguish between members at greater distance. The requirement of transitivity is weakened for quasi-transitivity (if a person considers x to be better than y and y better than z , then he also must consider x as better than z) and acyclicity (for any list of alternatives x_1, x_2, \dots, x_n if a person prefers x_1 to x_2 , and x_2 to x_3 , ..., and x_{n-1} to x_n , then he cannot consider x_n better than x_1), without dramatic change in rational choice (Sen, 2017).

A rational individual knows all possible events that may occur and influence the outcome of his alternatives (Pavličić 2004; Radovanović 2014). Also, he is capable of calculating the probabilities of their occurrence. When all these requirements are met, the decision maker is capable of comparing alternatives in pairs and forming a ranking list of alternatives. This ranking is called the preference function. He can join a real number to each alternative that reflects its relative importance - the utility that the alternative gives him, creating a utility function.

Regardless of their complexity, a rational individual is still able to identify the dominant alternative (one that is in all relevant characteristics at least equivalent to the other options and at least has one feature better than the others). Neither the manner of presentation of alternatives, nor the order in which he observes them affect his choice. If a dominant alternative does not exist, then he is capable of choosing the optimal one based on relevant characteristics and relative importance attributed to them; the one that maximises his utility.

Since individuals make decisions in conditions of limited resources, maximisation is always done with certain restrictions. This is known as the budget constraint. One may want to buy an unlimited number of different products, but the amount of money that someone has at his disposal forces him to come up with a specific combination of goods

and services to obtain maximal possible utility for a given budget. Not only in economic decision-making, the principle of budget constraint and making trade-offs is applied to any other decision.

In short, economists describe motivation through utility function, which is a mathematical expression of what people care about. Any decision that is in accordance with the personal preferences of the decision-maker and which, under the circumstances, maximises his utility is considered rational.

Rational Choice of Giving

When deciding whether to dedicate their material resources for the benefit of others, rational individuals weight the costs and benefits of such activity. They apply the principle of maximal utility when deciding to give. In the literature on economics of prosocial behaviour there are three motives that drive giving: 1) self-interest and enlightened self-interest; 2) pro-social preferences; 3) reciprocity (Meier, 2006). Although economists allow for different motives, they are all expressed in terms of utility gained by the decision maker, as it will be briefly outlined.

Self-interest, Enlightened Self-interest

According to the theories of giving based on self-interest, people donate their money to receive some material or non-material benefits for themselves. For example, donors to opera houses may gain access to special events or gala diners (Bekkers & Wiepkink, 2011b).

Also, people give because they are motivated by an enlightened self-interest (Collard, 1978), or self-interest rightly understood (Tocqueville, 1840 in Moody & Breeze ed. 2016). This happens when one realises that what is in the public interest is eventually in the interest of the individual. For example, a person donates blood because he thinks that he or a member of his family may need a blood transfusion and therefore expects that there will be someone to donate for him. Titmuss' famous analysis of motives for blood donation confirms that most blood donors are motivated to donate blood believing that someone will donate for them or their children if needed (Titmuss, 1970). Individuals who are driven solely by self-interest would certainly free ride when it comes to blood donation, since it is more rational to reap the benefits of the public good without paying the costs of it. This leads to the conclusion that individuals are not solely motivated by the self-interest in the narrow sense.

Economic models of human behaviour assume that behaviour depends on relative costs (Meier, 2006). The more expensive it is to give the less likely it is that one gives. It is assumed that people have extrinsic motivation and that their behaviour can be induced by external intervention, such as monetary incentive (Frey, 1997). That monetary incentives may induce monetary contributions to charitable organisations is shown in the studies on tax deductibility for charitable contributions (Meier, 2006). However, people are often intrinsically motivated. Material incentives may encourage self-interested individuals to give, but inhibit those with intrinsic motivation, which is known as the motivational crowding-out effect (Frey, 1997). That monetary incentives discourage those intrinsically motivated is shown in the example of paying for blood donations (Titmuss, 1970). Thus,

the application of rewards for undertaking an activity such as giving may have negative consequences.

Pro-social Preferences

To account for intrinsic motivations, economists have developed a concept of prosocial preferences, when an actor's utility depends directly on the utility of other people. In other words, utility function of the donor and recipient are interrelated (Schwartz, 1970). The utility of others can 1) fully influence donor's utility (pure altruism), or 2) partly influence donor's utility (impure altruism), or 3) have an effect on one's utility that depends on the difference between one's own and another's well-being (inequality aversion - fairness) (Meier, 2006). Prosocial preferences imply that people care about the well-being of others and that they are not motivated solely by self-interest. However, they still choose alternatives that maximise their own utility.

Pure Altruism

Altruism is the preference for the good of the other and acting in favour of this good (Kolm, 2006). In models of pure altruism, a donor derives utility from seeing that someone else's satisfaction or welfare (utility) is increased (Andreoni, 1990, Arrow, 1972, Becker, 1976). Pure altruists enjoy seeing that other's utility is increased regardless of the source of that improvement (Meier, 2006).

Contributions of a pure altruist are inversely related to the contributions of others to the same cause. If other people, or the state, contribute, a pure altruist will reduce her contribution by the same extent. In other words, purely altruistic motivation would lead individuals who know about an increase in contribution by others for example in 1 euro, to reduce their own contribution by 1 euro. This is known as crowding out effect. Empirical evidence shows that, though crowding out may exist, it is less than perfect (Bekkers & Wiepking, 2011a). It is also complicated by the fact that when there are many donors it is difficult for any of them to assess the impact on the recipient's utility of their own contribution (Andreoni, 2016). In addition, when people see that others make contributions to certain charities this may be a signal that they have confidence in this organisation, and that their contribution will make a difference, prompting them to give to those organisations. This is known in psychology as efficacy and it is seen as an important factor in deciding to give one's resources for the benefit of others (Bekkers & Wiepking 2011a).

Impure Altruism

Because pure altruism theories do not make empirically accurate predictions with respect to crowding-out effects, Andreoni (1990) extends the altruism model with a psychological benefit that one obtains from the act of giving, creating the concept of impure altruism. An impure altruist derives satisfaction from giving, which is known as the warm-glow effect (Andreoni, 1990). A donor derives utility not only from an increase in a recipient's utility but from the fact that he himself has contributed to this increase. According to Andreoni, impure altruism is the best explanation of human behaviour related to charitable giving, and the model built on this presumption leads to more accurate predictions (Andreoni, 1990). The question that arises is whether such motivation can be still titled as altruistic, since the donor is motivated by the psychological benefit from the act of giving.

Inequality Aversion – ‘Fairness’

A sense of fairness affects human behaviour (Fehr & Schmidt, 1999). To account for this, economists model fairness as “self-centred inequity aversion” (Fehr & Schmidt, 1999, p. 819). Inequity aversion means that people are willing to give up certain material payoff in order to reach more equitable outcomes. When people do not care about inequity per se but are only interested in the fairness of their own material payoff relative to the payoff of others, the concern for inequality is ‘self-centred’. In deciding whether to contribute his resources for the benefit of others, one’s relative standing in the income distribution is important (Meier, 2006). Some empirical evidence shows that inequality aversion has significant effects on charitable contributions (Derin-Güre & Uler, 2010).

Norm of Reciprocity

Reciprocity in economic models means that people behave with friendliness as a response to the friendly behaviour of others and they behave in a hostile manner in response to unfriendly behaviour (Meier, 2006). Reciprocity is an important factor in explaining prosocial behaviour, as experimental studies show. When individuals are given an option to reciprocally punish free-riders in public good games they are ready to undertake costly punishment, and this leads to high rates of contributions to the public good (Fehr & Fischbacher, 2003). Moreover, it is shown that intentions are crucial for reciprocity. When a low offer is generated by a random mechanism, players in ultimatum games accept lower amounts than when it is chosen by the other player (Meier, 2006). In addition, reciprocity models imply that people react and adjust their behaviour to the behaviour of others. If a member of a group who play public good game estimates that others will contribute, she will also contribute. This makes individuals conditional co-operators (Bowles & Gintis, 2011, Meier, 2006).

Field experiments of monetary donations to charitable organisations when a gift is included in the solicitation letter are inconclusive. It is expected that when one gets something and then he is asked to donate money the gift would induce him to reciprocate. There is some evidence showing that the likelihood of donations is higher among those receiving a gift (Meier, 2006), while some studies show no effect (Bekkers & Wiepking, 2011a). However, a gift may be perceived as a material incentive rather than initiation of a reciprocal relationship, which may crowd out intrinsic motivation, as it has already been pointed out.

Reciprocity as defined in economic models and tested in games and experiments is rather a narrow concept. In ‘real life’, it entails establishing relations between people or groups, when each act is a part of a chain of actions and where donors and recipients constantly change side through a substantive period of time.

Can Rational Choice Theory Explain Giving?

There are numerous objections to the main postulates of the rational choice theory and at least six critics of rationality conventionally defined have been awarded the Nobel Prize in Economics (Hodgson, 2013). Generally, we can group objections to rational choice theory in two: 1) human incapability of satisfying conditions of rationality; 2) poor explanatory power of the theory.

Bounded Rationality

Due to the limits in our computational abilities, we are not capable of obtaining and analysing all the information necessary for ranking the alternatives and choosing the one that maximises our utility. Since our rationality is bounded, instead of maximising we are satisficing, meaning that we choose the option that is good enough (Simon, 1955).

Not only does actual behaviour depart from the behaviour as depicted by rational choice theory, but it departs in a rather systematic way (Kahneman, 2011). Instead of careful collection and analysis of the information, we use heuristics – mental shortcuts, intuitive judgements. Although they are often good enough without being too demanding on the brain's resources, heuristics can lead to systematic deviation to behaviour from the 'rational' as expected by rational choice theory.

Our choices are affected by the way a problem is presented, which is known as framing effects (Tversky & Kahneman, 1981). We tend to avoid risk when the problem is presented in a "positive frame" (for example in terms of lives saved), while when the same problem is presented in the "negative frame" (lives lost) we seek risk. In other words, in essentially same decision-making problem, we choose different alternatives depending on the way options are presented (Plous, 1993).

Moreover, we often act on a whim, without giving careful thought to define our goals. Instead of carefully calculating the probability of the occurrence of future events and how they influence the outcomes of our alternatives, we base our decisions expecting that the future will resemble the past or we follow the crowd (Keynes, 2008 [1936]).

In short, people do not possess the intellectual capacities necessary for the fulfilment of the requirements of rational choice, as defined by the rational choice theory. We are simply not capable of maximising utility. However, economists have found a way around this. Rather than 'real' utility maximisers, individuals are seen as if they maximise their utility functions. This comes from Friedman's famous essay on "The Methodology of Positive Economics", where he argues that a correct prediction can be made on the presumptions that do not fit well in the "real world" (Freidman, 1953).

Self-interest and Everything Else

Even when we are aware of our best interests, we sometimes chose options which are not in line with what we perceive as beneficial (Pavličić 2004). We often act upon our short-term desires that sometimes conflict with our long-term goals. Thus, though we may know what we should do rationally, we often fail to act in this way. In such situations, we are facing a weakness of will (Aristotle, 2009).

Furthermore, we often have conflicting preferences, known as multiple-self (Chang, 2014). We behave differently when taking different roles. For example, when doing business, individual advances his own purposes, without a regard to the other individual's purposes, while on other occasions, for example with friends and family, the same individual is tender and caring.

Our motivation is much more complex than the rational choice theory presumes (Batson, 2011, Batson et al. 2002). We have sense of fairness, we follow the norm of reciprocity, we care about our fellow human beings, we derive satisfaction from helping others, we are moved by patriotism, friendship, love, etc. When all the complex motives that move individuals are "translated" into utilities much of the motivational complexity is

lost. Such approach Sen calls definitional egoism, where an individual seeks to maximise his utility function no matter whether he is “a single-minded egoist or a raving altruist or a class-conscious militant” (Sen, 1977, p. 323).

Some individuals are motivated by the welfare of others more often than others. Where do such preferences come from? Economists take preferences as given, without the reference on how they are created. Our activities are socially embedded (Halfpenny, 1999). We interpret the world we live in and these socially constructed meanings are critical to understanding our activity. Our preferences are influenced by our social environment, our family, friends, neighbours, and all the groups we belong to and identify with. Although we have some choice over who we are and what we want, we are much less ‘free’ than it is postulated in rational choice theory.

Moreover, we belong to and identify with more than one social group, with people of the same religion, same language group, same race, same gender, same political beliefs, or same profession. Thus, we have multiple identities (Sen, 2010), which impel us to do things that we feel we really ‘must’ do.

Conclusion

This paper has shown that rational choice theory, which originated in Neoclassical economics and has been applied to various phenomena, although provides fruitful insights, cannot fully explain charitable giving. Rational choice theory interprets any kind of behaviour and each choice as if it maximised personal utility, where personal utility can encompass anything, from selfish consideration, to caring for others and moral concerns. Utility maximisation has broadened the concept of selfishness so much so that it includes even actions that are costly for the actor while the receiver is the only beneficiary. While appearing to explain “everything”, rational choice theory does not really explain much. Without the reference to the complexity of people’s motivation and the social and institutional factors that shape our choices, behaviour in general, and pro-social behaviour in particular, cannot be understood.

Бојана С. Радовановић¹
Универзитет у Београду,
Институт за филозофију и друштвену теорију
Београд (Србија)

ТЕОРИЈА РАЦИОНАЛНОГ ИЗБОРА И ДОБРОТВОРНА ДАВАЊА²

(Превод *In Extenso*)

Сажетак: Овај рад се фокусира на теорију рационалног избора и њен потенцијал да објасни про-социјално понашање, прецизније добротворно давање, дефинисано непрофитним организацијама. Према овој теорији, када одлучују да донацирају новац, рационални појединци примењују принцип максимизације корисности. Три мотива покрећу рационалне појединце приликом донација новца: 1) лични интерес и „просвећени” лични интерес; 2) просоцијалне преференције; 3) реципрочност. Иако теорија рационалног избора допушта различите мотиве, они су сви изражени у виду корисности за доносиоца одлука. Овај рад показује да, мада се чини да теорија рационалног избора може свако понашање да објасни, заправо не објашњава много. Понашање се не може схватити без узимања у обзир сложености људске мотивације, као и социјалних и институционалних фактора који обликују наше изборе.

Кључне речи: теорија рационалног избора, просоцијално понашање, добротворно давање.

3.1. Увод

Просоцијално понашање „се дешава када неко делује на начин који користи другој особи или групи људи“ (Snyder & Dwyer, 2013, str. 467). Ово деловање је усмерено на побољшавање ситуације особе која прима помоћ и не чини се због професионалне обавезе (Bierhoff, 2002). Просоцијално понашање је „скupo“ за онога ко га изводи. Укључивање у делатности које су корисне за друге појединце и групе, обично је неопходно посветити време, уложити напор, а често и материјалне ресурсе. Такво понашање је збунило многе научнике, посебно економисте (Bowles & Gintis, 2011, Hodgson, 2013). Просоцијално понашање је збуњујуће због очекивања да су људи себични, да би они радије били „слепи путници“ него што би посветили

¹ radovanovicbojana@yahoo.it

² Рад је заснован на мојој докторској тези под насловом „Индивидуално давање: теоријске дискусије и докази из Србије и Канаде“ коју сам одбранила на Универзитету у Кембриџу у јулу 2018. године.

своје ресурсе за заједничко добро, као и да би они радије занемарили потребе других него што би да им чинили нешто у корист. Овакво виђење је преовлађујуће у неокласичној економској теорији (Chang, 2014).

Ипак, да би ублажили патњу других, многи људи поклањају свој новац добротворним организацијама и непосредно онима који за њим имају потребу (Ilchman et al, 1998, Jung et al, 2016, Moody & Breeze, 2016, Wiegking & Handy, 2015). Неки људи чак угрожавају властите животе да би спасили живот странца, што вероватно најбоље илуструје спашавање јевреја током Другог светског рата (Monroe, 1996, Oliner & Oliner, 1988). Како да се објасни такво понашање?

Рационална теорија избора која води порекло из неокласичне школе економије, примењена је на објашњење широког спектра понашања, не нужно повезаних са економским делатностима, од избора брачног партнера до поклањања новца. Рационална теорија избора постулира да људе покреће максимизација властите функције корисности, без обзира да ли су ангажовани у сфери пословања, породичног живота или добротворног давања. Чини се да ове две последње сфере не представљају предмет економије. Па ипак, економисти их анализирају примењујући такозвани економски приступ³.

Економисти покушавају да разумеју и објасне свет претпостављајући да појединци доносе своје одлуке на основу прорачуна о томе како ограничени ресурси, као што су време, новац и енергија, могу да буду најбоље употребљени тако да остваре своје циљеве. Другим речима, они максимизују своју корисност – „благостање онако како су га они замислили“ (Becker, 1993, p. 386). Пошто је научно поље економије дефинисано својим методом пре него својим предметом, економија је постала проучавање „свега“ (Chang, 2014)⁴. На овај начин економија „колонизује“ друге друштвене науке проширивањем својих метода на објашњење појава које су изван њеног домена (Fine 1999). Ово ширење критичари називају „империјализмом економије“ (Chang, 2014, Fine & Milonakis, 2009, Mäki, 2009)⁵.

Овај рад се усредсређује на теорију рационалног избора и њене могућности да објасни просоцијално понашање, прецизније добротворно давање као један његов облик. Добротворно давање се дефинише као новчани допринос непрофитним организацијама (Wiegking & Handy, 2015). Оно подразумева давање властитих материјалних ресурса у корист других. У првом делу рада биће назначени основни

³ Израз је сковоа Гари Бекер (Gary Becker) у својој књизи „Економски приступ људском понашању“ (на енгл.) објављеној 1976 године.

⁴ Неокласична школа користи (једну варијацију) дефиниције економије коју је дао Лайонел Робинс (Lionel Robbins) у својој књизи Есеј о природи и значају економске науке (на енгл.) објављеној 1932, која дефинише економију као „науку која студира људско понашање као однос између циљева и ограничених ресурсака која имају алтернативне употребе“ (Chang, 2014).

⁵ Потребно је да се напомене да постоји разлика између „империјализма економије“ и „економског империјализма“. Док први израз означава академску тенденцију економије у смеру експланаторног ширења преко граница властитог предмета, овај други израз значи империјализам покретан економијом у међународним односима и глобалној привреди (Mäki, 2009).

принципи теорије рационалног избора, док ће у другом делу бити разматране различите примене ове теорије на добровољно давање. Плодност теорије рационалног избора у објашњавању добровољног давања биће испитани у трећем делу.

1. Теорија рационалног избора

Како то дефинише теорија рационалног избора, рационалан појединац је особа способна да прецизно дефинише проблем, постави јасан циљ и установи скупину алтернатива (опција) да постигне тај циљ (Pavličić, 2004; Radovanović, 2014). Кроз непристрасно прикупљање и тумачење информација, појединац одређује одлике алтернатива на основу чега он или она процењују привлачност сваке од њих и доносе одлуку. Када бира једну од алтернатива рационалан појединац се руководи принципом максимизације личне корисности. Израз „максимизација личне корисности“ не претпоставља да су појединци мотивисани искључиво новчаним наградама или другим себичним добитима. Понашање се руководи многим другим мотивима, али теорија рационалног избора претпоставља да без обзира да ли су „себични, алtruистични, лојални, инације или мазохисти, појединци максимизују своје благостање она како га они замишљају“ (Becker, 1993, str. 386).

Експерименти су показали да људи често не бирају опције које максимизују њихове материјалне добити („новчане исплате“⁶). Ови докази потичу, између остalog, из тзв. игара јавног добра, игара ултиматума и диктаторских игара (Bowles & Gintis, 2011, Hodgson, 2013, Fehr & Fischbacher, 2003, Frey, 1997). Игре јавног добра играју групе појединаца (на пример 10) где сваки појединац добије неки дар (нпр. 10 евра). Појединци могу да задрже поклон или да га инвестирају за јавно добро. Сав инвестирали новац се умножава (нпр. пута два) и расподељује подједнако међу свим члановима групе, без обзира да ли су они дали неки допринос. Уколико свако уложи свој поклон, свако ће добити 20 евра, али уколико само један члан инвестира у јавно добро, он, као и сви други, примиће 2 евра. Особа мотивисана монетарном наградом би задржала поклон за себе, због ризика да не прими мањи износ уколико други не би дали свој допринос. Међутим, емпиријска сведочанства сугеришу да играчи често инвестирају у јавна добра. (Hodgson, 2013)

У играма ултиматума, које играју два играча, један дели одређену количину новца између себе и другог играча. Уколико други играч прихвати поделу, тада свако од њих добија количине које је први доделио. Уколико други играч одбије поделу, тада ниједан играч ништа не добија. Максимизатор исплате би дао првенство чак и најнижој могућој алокацији, пошто је боље да добије нешто него ништа. Међутим, многи играчи одбијају поделу. Уместо максимизације исплате, понашање играча је под утицајем части, обичаја и осећаја за праведност, чак и када они не могу да се погађају један с другим и игра не може да се понови (Hodgson, 2013, Fehr & Fischbacher, 2003).

⁶ Исплата (*payoff*) је награда у игри (обично новчана награда) која је позната свим играчима. Максимизација исплате је максимизација ових награда од стране играча, на основу информација које су им доступне и на основу њихове претпоставке да су други играчи такође максимизатори исплате (Hodgson 2013).

У игри диктатора од једног играча се тражи да алоцира део додељеног новца пасивном примаоцу. Максимизатор исплате би задржао целокупни износ за себе. Међутим, више од 60% субјеката додељује макар нешто новца примаоцу, што у просеку износи око петине онога што му је на располагању (Bowles & Gintis, 2011, Frey, 1997).

Многи економисти су напустили појам рационалности исплате и заменили га ширим појмом рационалности дефинисане као доследност у понашању (Hodgson, 2013). Међутим, дефинисана и на овај начин, рационалност је и даље конзистентна са максимизацијом корисности.

Рационални појединац процењује корисност појединачних алтернатива на основу његових или њених жеља, аспирација, веровања, укуса, обавеза, интернализованих норми етичког понашања, психолошких склоности, афективних односа са другима (Bowles & Gintis, 2011). Као производ утицаја ових фактора појединац обликује своје преференције. Када процењује две алтернативе, особа може да их сматра за подједнако добре, па је стога индиферентна према избору између њих, или може да мисли да је једна супериорна у односу на другу, а у том случају даје предност једној у односу на другу (Pavličić, 2005; Radovanović, 2014). Преференције су стабилне и непромењене од тренутка одлуке (од момента када појединац направи свој избор између алтернатива) до момента њеног остварења (исход одабране алтернативе). Поред тога, преференције су појмљене као одлике појединца и као независне од друштвеног контекста. Дакле, економисти третирају преференције као дате, без анализирања њиховог формирања (Halfpenny, 1999).

Да би могли да створимо рационалне изборе, преференције морају да задовоље логичка својства: комплетност, асиметрију и транзитивност. Стање комплетности подразумева да је појединац у стању да упореди било које две алтернативе (x и y) и да одреди свој став према њима. То значи, да појединац преферира било x у односу на y , да преферира y у односу на x , или да је индиферентан у односу на обе. Рационалан појединац увек зна шта хоће. Стање асиметрије искључује могућност да, када упоређује две алтернативе x и y , доносилац одлуке сматра x бољим од y , и у исто време y бољим од x , или да се једна алтернатива преферира у односу на другу и у исто време да се обе сматрају као подједнако добре. Такође, ако се две алтернативе сматрају подједнако добрым, доносилац одлуке не може да преферира једну у односу на другу. Стање транзитивности захтева да када упоређује три опције x , y и z : а) ако особа сматра да је x боље него y и y боље него z , тада та особа мора такође да сматра да је x боље него z ; б) ако особа преферира x у односу на y , и индиферентна је између y и z , тада особа преферира x у односу на z ; ц) ако је особа индиферентна између x и y и преферира y у односу на z , тада она преферира x у односу на z ; д) уколико је особа индиферентна између x и y , и индиферентна је између y и z , тада је она индиферентна између x и z . Када су ова три логичка својства задовољена, тада се ради о случају јаког редоследа (Sen, 2017). Многи су примери понуђени да покажу да својство транзитивности не важи генерално, посебно када се упоређује серија објеката који су тако поређани да нисмо у стању да разликујемо између два суседна члана серије, док смо у стању да разликујемо између чланова који се налазе на већој удаљености. Захтев транзитивности је ослабљен и уведен су захтеви квазитранзитивности (уколико особа сматра да је x боље од y и y боље од z , онда она мора да сматра да x боље него

z) и ацикличности (за било коју листу алтернатива x_1, x_2, \dots, x_n уколико особа преферира x_1 у односу на x_2 , и x_2 у односу на $x_3, \dots, \text{ и } x_{n-1}$ у односу на x_n , тада она не може да сматра да је x_n боље од x_1), без драматичне промене у рационалном избору (Sen, 2017).

Рационални појединац зна све могуће догађаје који могу да утичу на исход његових алтернатива (Pavličić, 2004; Radovanović, 2014). Такође, у стању је да израчуна вероватноће њиховог догађања. Када су сви ови захтеви испуњени, доносилац одлуке је у стању да упоређује алтернативе у паровима и да формира ранг листу алтернатива. Ово рангирање се назива функција преференција. Он може да придоша реални број свакој алтернативи који рефлектује релативни значај те алтернативе – корисност коју му одређена алтернатива пружа, стварајући функцију корисности.

Без обзира на сложеност алтернатива, рационални појединац је у стању да идентификује доминантну алтернативу (ону која је по свим релевантним одликама барем еквивалентна другим опцијама и има барем једну карактеристику бољу него друге). Ни начин презентације алтернатива, нити поредак у којем их појединац опажа, не утичу на његов избор. Уколико доминантна алтернатива не постоји, онда је појединац у стању да бира ону оптималну, на основу релевантних одлика и релативног значаја који им је приписао ону која максимизира корисност за њега.

С обзиром да појединци доносе одлуке у условима ограничених ресурса, максимизација се увек обавља уз одређена ограничења. Ово је познато као ограничење буџета. Неко може да жели да купи неограничен број различитих производа, али количина новца коју појединац има на располагању принуђује га да дође до специфичне комбинације добра и услуга да би постигао максимално могућу корисност у оквиру датог буџета. Не само у економском одлучивању, принцип ограничења и „трампе” између алтернатива се примењује и на било коју другу одлуку.

Укратко, економисти описују мотивацију за делање кроз функцију корисности (*utility function*), која представља математички израз онога до чега је људима стало. Било која одлука која је у складу са личним преференцијама доносиоца одлука и која, под датим околностима, максимизује његову корисност, сматра се рационалном.

Рационални избор добровољног давања

Када одлучују да ли да посвете своје материјалне ресурсе у корист другима, рационални појединци одмеравају трошкове и корисности таквог делања. Они примењују принцип максималне корисности када одлучују да дају. У економској литератури просоцијалног понашања постоје три мотива који покрећу давање: 1) лични интерес и просвећени лични интерес; 2) просоцијална опредељења; 3) репципроцитет; (Meier, 2006). Мада економисти дозвољавају да постоје разни мотиви, они су сви изражени у терминима корисности коју стиче доносилац одлуке, као што ћемо то у наставку назначити.

Лични интерес, просвећени лични интерес

Према теоријама давања заснованих на личном интересу, људи поклањају свој новац да би остварили неку материјалну или нематеријалну корист за себе. На пример, донатори операма могу да стекну приступ посебним догађајима или гала вечерима (Bekkers & Wiepking, 2011b).

Такође људи донирају и зато што су мотивисани „просвећеним личним интересом” (Collard, 1978), или „личним интересом на прави начин схваћеним” (Tocqueville, 1840 in Moody & Breeze ed. 2016). Ово се дешава када неко схвати да оно што је у јавном интересу у крајњој линији је и у интересу појединца. На пример, особа донира крв зато што сматра да би њој или члановима њене породице могла да затреба трансфузија крви и стога очекује да ће се уколико буде потребе појавити неко ко ће донирати крв за њу. Позната Титмусова (Titmuss) анализа мотива за донацију крви потврђује да је већина давалаца крви мотивисана да донира крв верујући да ће неко донирати крв за њих или њихову децу ако то буде потребно (Titmuss, 1970). Појединци које покреће искључиво лични интерес би користили ‘бесплатну вожњу’ (free ride) када се ради о донирању крви, зато што је рационалније да убирају предности јавног добра без плаћања његове цене. Ово доводи до закључка да појединци нису искључиво мотивисани личним интересом уско схваћеним.

Економски модели људског понашања претпостављају да понашање зависи од релативних цена (Meier, 2006). Што је скупље да се дарује, тим је мање вероватно да ће особа даривати. Претпоставља се да људи имају спољашњу (екстринасичну) мотивацију и да њихово понашање може да буде индуковано путем спољашње интервенције, као што је то новчани подстицај (Frey, 1997). Да новчани подстицаји у неким ситуацијама могу да индукују новчане прилоге доброврним организацијама као што показују студије о пореским олакшицама које остварују донатори (Meier, 2006). Људи су, међутим, често унутрашње (интранасично) мотивисани. Материјални подстицаји могу да охрабре себичне појединце да дају, али инхибирају оне са унутрашњом мотивацијом, што је познато као „ефекат мотивационог изгуривања” (Frey, 1997). Да новчани подстицаји обесхрабрују оне који су мотивисани изнутра показује се на примеру плаћања за давање крви (Titmuss, 1970). Дакле, примена награда за предузимање просоцијалног делања као што је доброврно давање, може да има и негативне последице.

Просоцијалне преференције

Да би објаснили унутрашњу мотивацију, економисти су развили појам просоцијалних преференција, када корист неког делатника зависи непосредно од користи других људи. Другим речима, функција корисности дародавца и примаоца су међусобно повезане (Schwartz, 1970). Корист других може 1) у потпуности да утиче на корист дародавца (чисти алtruizam), или 2) делимично да утиче на корист донатора (нечисти алtruizam), или 3) да има утицај на нечију корист када она зависи од разлике између властитог благостања и благостања другог (аверзија према неједнакости – праведност) (Meier, 2006). Просоцијалне преференције имплицирају да људи брину о благостању других и да нису мотивисани једино личним интересом. Они и даље, међутим, бирају алтернативе које максимизују њихову корисност.

Чисти алtruizam

Алtruizam се дефинише као давање приоритета добробити другога и делање у корист ове добробити (Kolm, 2006). У моделима чистог алtruizama, дародавац изводи корисност из увида да су задовољство и добробит (корисност) неког другог увећани

(Andreoni, 1990, Arrow, 1972, Becker, 1976). Чисти алtruисти уживају да виде да је корисност другог повећана без обзира на извор тог побољшања (Meier, 2006).

Доприноси чистог алtruисте су инверзно повезани са прилозима других истом циљу. Уколико други људи, или држава, доприносе, чисти алtruиста ће смањити свој допринос у истој мери. Другим речима, чисто алtruистична мотивација би навела појединце који знају за повећање доприноса других за на пример 1 евро, да смање властити допринос за 1 евро. Ово је познато као ефекат изгуривања. Емпириски подаци показују да, мада изгуривање у неким ситуацијама постоји, оно је мање него савршено (Bekkers & Wiepking, 2011a). Ово је такође усложњено чињеницом да када постоји пуно донатора тешко је за било кога од њих да процени утицај властитог до- приноса на корист примаоца (Andreoni, 2016). Поред тога, када људи виде да други дају доприносе одређеним добротворним организацијама то може да буде сигнал да они имају поверење у ову организацију, као и да ће њихов допринос направити разлику, наводећи их да дају тим организацијама. Ово је познато у психологији као ефикасност која је виђена као важан чинилац у одлучивању да се дају властити ре- сурси у корист других (Bekkers & Wiepking 2011a).

Нечисти алtruизам

Пошто теорије чистог алtruизма не праве емпириски тачна предвиђања у по- гледу ефекта изгуривања, Andreoni (1990) проширује модел алtruизма психолошком коришћу коју особа добија из чина давања, стварајући појам нечистог алtruизма. Један нечисти алtruиста црпи задовољство из давања, што је познато као „ефекат срдачности” (енгл. “warm-glow effect”) (Andreoni, 1990). Донатор изводи корисност не само из повећања корисности примаоца него и из чињенице да је он сам до- принео овом повећању. Према Andreoniju, нечисти алtruизам представља најбоље објашњење људског понашања у вези са добротворним давањем, а модел изграђен на овој претпоставци води до прецизнијих предвиђања (Andreoni, 1990). Питање које се овде поставља јесте да ли таква мотивација може и даље да се назове алtruистич- ном, будући да је донатор мотивисан психолошком коришћу од чина давања.

Аверзија према неједнакости – Праведност

Осећање праведности утиче на људско понашање (Fehr & Schmidt, 1999). Да би ово објаснили, економисти моделирају праведност као „аверзију према неједнакости” (Fehr & Schmidt, 1999, p. 819). Аверзија према неједнакости значи да су људи спремни да се одрекну одређене материјалне исплате да би постигли праведније исходе. Када људи не маре о неједнакости по себи него се само интересују за праведност њихових властитих материјалних исплате у односу на исплате других, брига за неједнакост је „самољубива”. Приликом одлучивања да ли да допринесе своје ресурсе у корист дру- гих, значајан је релативни статус појединца у расподели дохотка (Meier, 2006). Неки емпириски подаци показују да аверзија према неједнакости има значајан утицај на добротворне доприносе (Derin-Güre & Uler, 2010).

Норма реципрочности

Реципрочност у економским моделима значи да се људи понашају пријатељски као одговор на пријатељско понашање других, а непријатељски као одговор на непријатељско понашање (Meier, 2006). Реципрочност представља важан чинилац

у објашњењу просоцијалног понашања, као што то емпириске студије показују. Када се појединцима пружа опција да реципрочно казне „слепе путнике” у играма јавног добра, они су спремни да предузму скупо кажњавање, што води до високих стопа доприноса јавном добру (Fehr & Fischbacher, 2003). Поред тога, показује се да су намере пресудне за реципрочност. Када је ниска понуда генерисана случајним механизmom, играчи у играма ултиматума прихватају ниже износе него када исти новчани износ нуди други играч (Meier, 2006). Поред тога, модели реципрочности имплицирају да људи реагују и прилагођавају своје понашање понашању других. Уколико члан групе који игра игру јавног добра процени да ће други дати допринос јавном добру, он или она ће дати допринос такође. Ово чини појединце „условним кооперантима” (Bowles & Gintis, 2011, Meier, 2006).

Теренски експерименти новчаних донација добротворним организацијама када је поклон укључен у писмо са молбом за донацију, не дају основу за јасне закључке. Очекивано је да када неко прими неки поклон, а потом бива замољен да донира новац, овај поклон би требало да подстакне примаоца да пружи нешто заувррат. Постоје докази који указују да је вероватноћа донирања виша међу онима онима који примају поклон (Meier, 2006), док друге студије показују да нема ефекта (Bekkers & Wiepking, 2011a). Поклон може, међутим, да буде сагледан и као материјални подстицај а не као иницијација реципрочног односа, који може да истисне унутрашњу мотивацију, као што је то већ било истакнуто.

Реципрочност као што је дефинисана у економским моделима и тестирана у играма и експериментима представља доста узан концепт. У „стварном животу”, подразумева се успостављање односа између људи или група, када је сваки чин део ланца делања и где донатори и примаоци стално мењају страну кроз значајан период времена.

2. Да ли теорија рационалног избора објашњава давање?

Постоје многи приговори на основне поступате теорије рационалног избора и најмање шест критичара конвенционално дефинисане рационалности су добили Нобелову награду за економију (Hodgson, 2013). Уопштено говорећи, ми можемо да групишемо примедбе на теорију рационалног избора на два дела: 1) људска неспособност да задовољи услове рационалности; 2) сиромашна објашњавалачка монтеорије.

Ограничена рационалност

Услед ограничења наших когнитивних способности, ми нисмо у стању да прикупимо и анализирамо све информације неопходне за рангирање алтернатива и бирање оне која максимизује нашу корисност. Пошто је наша рационалност ограничена, уместо да максимизујемо, ми се задовољавамо (дебијеним), што значи да ми бирамо опцију која је довољно добра (Simon, 1955).

Не само да актуелно понашање одступа од понашања како га описује теорија рационалног избора, него оно одступа на доста систематичан начин (Kahneman, 2011). Уместо пажљивог прикупљања и анализе информација, ми користимо хеуристику – менталне пречице, интуитивно просуђивање. Мада је и она често довољно

добра а да не буде одвећ захтевна у односу на ресурсе мозга, хеуристика може да доведе до систематских одступања понашања од „рационалног“ какво је очекивано према теорији рационалног избора.

Наши су избори под утицајем начина на који је проблем представљен, што је познато као „ефекат оквира“ (Tversky & Kahneman, 1981). Ми тежимо да избегнемо ризик када је проблем представљен у „позитивном оквиру“ (на пример, у изразима спасених живота), док, када је исти проблем представљен у „негативном оквиру“ (изгубљени животи) ми тежимо ризику. Другим речима, у суштински истоветном проблему доношења одлуке, ми бирајмо различите алтернативе зависно од начина на који су опције представљене (Plous, 1993).

Поред тога, ми често делујемо из ћефа, без пажљивог размишљања или коме дефинисања наших циљева. Уместо брижљивог израчунавања вероватноће догађања будућих догађаја и како они утичу на исходе наших алтернатива, ми заснивамо наше одлуке очекујући да ће будућност бити слична прошлости или следимо гомилу (Keynes, 2008 [1936]).

Укратко, људи не поседују интелектуалне способности неопходне за испуњење захтева рационалног избора, како га дефинише теорија рационалног избора. Ми, просто, нисмо способни да максимизујемо корисност. Економисти су, међутим, пронашли заобилазни пут око овог проблема. Уместо да буду представљени „стварни“ максимизатори корисности, појединци су виђени „као да“ су максимизатори властите корисности. Ово потиче из Фридмановог (Friedman) познатог есеја о „Методологији позитивне економије“, где он аргументује да тачно предвиђање може да се направи на основу претпоставки које се не уклапају сасвим у „стварни свет“ (Freidman, 1953).

Лични интерес и све осјало

Чак и када смо свесни нашег најбољег интереса, ми понекад бирајмо опције које нису у складу са оним што сматрамо корисним. Често делујемо да задовољимо краткорочне жеље које су понекад у сукобу са нашим дугорочним циљевима (Pavličić, 2004). Тако, мада ми знамо шта би требало рационално да урадимо, обично пропуштамо да делујемо на тај начин. У таквим ситуацијама, суочавамо се са слабошћу воље (Aristotle, 2009).

Поред тога, ми често имамо сукобљене преференције, што је познато као „вишеструкога“ (Chang, 2014). Ми се понашамо на различит начин када преузимамо различите улоге. На пример, када се бави послом, појединачници истура напред властице циљеве, без обзира на циљеве другог појединачника, док у другим случајевима, на пример, у кругу пријатеља или породице, исти појединачник је нежан и брижан.

Наша мотивација је далеко сложенија него што то претпоставља теорија рационалног избора (Batson, 2011, Batson et al. 2002). Имамо осећај праведности, често следимо норму реципрочности, бринемо о другим бићима, извлачимо задовољство из помагања другима, покреће нас патриотизам, пријатељство, љубав, итд. Када су сви ови мотиви који покрећу појединачце „преведени“ у корисност, изгуби се мотивациони сложеност. Такав приступ Сен (Sen) назива дефинициони егоизам, када појединачник тежи да максимизује своју функцију корисности без обзира да ли је он или она „једносмеран егоиста или изванредан алtruиста или класно свесни борбени активиста“ (Sen, 1977, str. 323).

Неки појединци су мотивисани благостањем других више него неки други. Одакле потичу те преференције? Економисти третирају преференције као да су дате, без узимања у обзир како су оне створене. Наша delaња су често друштвено условљена (Halfpenny, 1999). Ми тумачимо свет у којем живимо и ова друштвено конструисана значења су критична за разумевање нашег delaња. На наше преференције утиче наша друштвена околина, породица, пријатељи, суседи, и све групе којима припадамо и са којима се поистовећујемо. Мада у одређеној мери имамо избора над тиме ко смо и шта желимо, далеко мање смо „слободни“ него што то постулира неокласична економија.

Поред тога, ми припадамо и поистовећујемо се са више него једном друштвеној групом, са људима исте вере, исте расе, истог рода, истих политички уверења, или истог занимања. На овај начин, ми имамо вишеструке идентитете (Sen, 2010), што нас често приморава да чинимо ствари за које осећамо да „морамо“ да их управдимо, а што је често у сукобу са оним што преферирамо (Sen, 1977).

Закључак

Овај рад је показао да теорија рационалног избора, која потиче из неокласичне економије и која је примењена на различите појаве, мада пружа плодне увиде, не може у потпуности да објасни добротворно давање. Теорија рационалног избора тумачи било коју врсту понашања и сваки избор као да они максимизују личну корисност актера, где лична корисност може да обухвати било шта, од егоистичне радње, до бриге за друге и моралних обзира. Максимизација корисности је проширила појам себичности толико да он укључује чак и delaња чије трошкове сноси актер, док користи убира прималац. Мада на први поглед изгледа да објашњава „све“, теорија рационалног избора у ствари не објашњава много. Без упућивања на сложеност мотивације људи и на друштвене и институционалне факторе који обликују наше изборе, није могуће објаснити понашање људи, а просоцијално понашање посебно.

REFERENCES / ЛИТЕРАТУРА

- Andreoni, J. (1990). Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving. *The Economic Journal*, vol. C (401), 464-477. Available at <https://econ.ucsb.edu/~tedb/Courses/UCSBpf/warmglow.pdf>
- Andreoni, J. (2016). The economic explanation of philanthropy. In M. Moody and B. Breeze (eds.) *The Philanthropy Reader*, 45-50, London: Routledge.
- Aristotle (2009). *The Nicomachean Ethics*. Oxford: Oxford University Press.
- Arrow, K. (1972). Gifts and Exchanges. *Philosophy & Public Affairs* vol. I (4), 343-362.
- Batson, C. D. (2011). *Altruism in Humans*. New York: Oxford University Press.
- Batson D, Ahmad N & Tsang, J-N, (2002). Four Motives for Community Involvement. *Journal of Social Issues* vol. LVIII (3), 429-445. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00269>

- Becker, G (1993). The Economic Way of Looking at Life. *Coase-Sandor Institute for Law & Economics*, Working Paper no. 12. Available at https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1509&context=law_and_economics
- Becker, G (1976). Altruism, Egoism, and Genetic Fitness: Economics and Socio-biology. *Journal of Economic Literature* vol. XIV (3), 817-826. Available at <https://www.jstor.org/stable/2722629>
- Becker, G (1976). *The Economic Approach to Human Behavior*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Bekkers, R. & Wiepking, P. (2011a). A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* vol. XL (5), 924–973. <https://doi.org/10.1177%2F0899764010380927>
- Bekkers, R. & Wiepking, P. (2011 b). Who gives? A literature review of predictors of charitable giving. Part One: Religion, education, age and socialisation. *Voluntary Sector Review* vol. II (3), 337-365. <https://doi.org/10.1332/204080511x6087712>
- Bierhoff HW. (2002). *Prosocial Behaviour*. Hove: Psychology Press, Taylor & Francis Group.
- Bowles S. & Gintis H. (2011). *A cooperative species: human reciprocity and its evolution*. Princeton: Princeton University Press.
- Collard, D. (1978). *Altruism and economy: a study in non-selfish*. Oxford: Martin Robertson.
- Derin-Güre, P. & Uler, N. (2010). Charitable giving under inequality aversion. *Economics Letters* vol. CVII, 208-210. Available at http://www.terpconnect.umd.edu/~neslihan/Derin_Uler_inequality%20aversion.pdf
- Halfpenny, P. (1999). Economic and Sociological Theories of Individual Charitable Giving: Complementary or Contradictory? *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* vol. X(3), 197-215. Available at <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1021200916487>
- Hodgson, G. (2013). *From pleasure machines to moral communities: an evolutionary economics without homo economicus*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Chang, H-J. (2014). *Economics: The users' guide*. London: Pelican, Penguin Books Ltd.
- Fehr, E., Fischbacher, U. (2003). The nature of human altruism. *Nature* vol. CDXXV (23), 785-791. Available at <https://www.nature.com/articles/nature02043>
- Fehr, E., Schmidt K, (1999). A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation, *The Quarterly Journal of Economics* vol. CXIV (3), 817-868. <https://doi.org/10.1162/003355399556151>
- Fine, B. (1999). A question of economics: Is it colonising social sciences? *Economy and Society* vol. II (3), 403-425. <https://doi.org/10.1080/03085149900000011>
- Fine, B. & Milonakis, D. (2009). *From economics imperialism to freakonomics: The shifting boundaries between economics and other social sciences*. London: Routledge.
- Frey, B. (1997). *Not just for the money: An economic theory of personal motivation*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Freidman, M. (1953). *Essays in Positive Economics*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Ilchman W., Katz S. & Queen E. (eds.) (1998). *Philanthropy in the World's Traditions*. Bloomington: Indiana University Press.

- Jung T., S. Phillips S. & J. Harrow J. (eds.), (2016). *The Routledge Companion to Philanthropy*. London: Routledge.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking fast and slow*. New York: Farrar Straus and Giroux.
- Keynes, J.M. (2008). *The General Theory on Employment, Interest and Money*. New York: Classic House Books.
- Kolm S.C. (2006). Introduction to the economics of giving, altruism and reciprocity. In S.C. Kolm and J.M. Ythier (eds.), *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, vol. 1, 4-114. North Holland.
- Mäki, U. (2009). Economics imperialism: Concept and constraints. *Philosophy of the Social Sciences* XXXIX (3), 351-380. <https://doi.org/10.1177%2F0048393108319023>
- Moody M. and Breeze B. (eds.). (2016). *The Philanthropy Reader*. London: Routledge.
- Meier, S. (2006). *The economics of non-selfish behaviour decisions to contribute money to public goods*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Monroe, KR. (1996). *The heart of altruism: Perceptions of common humanity*. Princeton: Princeton University Press.
- Oliner, S. & Oliner, P. (1988). *The Altruistic Personality: Rescuers of Jews in Nazi Europe*. New York: The Free Press.
- Pavličić, D.. (2004). *Decision theory*. Beograd: Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu - Centar za izdavačku delatnost [In Serbian]
- Plous, S. (1993). *The Psychology of Judgement and Decision Making*. New York: McGraw-Hill.
- Radovanović, B. (2014). Commitment-based action: Rational choice theory and Sen's concept of contrapreferential choice *Filozofija i društvo* XXV (3), 313-322 <https://doi.org/10.2298/FID1403313R> [In Serbian]
- Schwartz, R. (1970). Personal Philanthropic Contributions. *Journal of Political Economy* vol. LXXVIII (6), 1264-1291. Available at https://www.jstor.org/stable/1830623?seq=1#page_scan_tab_contents
- Sen, A. (1977). Rational fools: A critique of the behavioural foundations of economic Theory. *Philosophy and Public Affairs* vol. VI (4), pp. 317-344. Available at https://www.jstor.org/stable/2264946?seq=1#page_scan_tab_contents
- Sen, A. (2010). *The Idea of Justice*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Sen, A. (2017). *Collective Choice and Social Welfare: Expanded Edition*. Penguin Books Ltd. Kindle Edition.
- Simon, H. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics* vol. LXIX (1), 99-118. Available at https://www.jstor.org/stable/1884852?seq=1#page_scan_tab_contents
- Snyder M. & Dwyer P.C. (2013). Altruism and prosocial behaviour. In T. Millon and M. Lerner, *Handbook of psychology, Volume 5: Personality and Social Psychology*, 467-485 New Jersey: John Wiley & Sons.
- Titmuss, R. (1970). *Gift relationship: from human blood to social policy*. Crows Nest: Allen & Unwin.
- Tocqueville A. de (1840). Self-interest rightly understood. In M. Moody and B. Breeze (eds, 2016), *The Philanthropy Reader*, 45-50 London: Routledge.

- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, vol. CCXI, 453–58. Available at https://www.uzh.ch/cmssl/suz/dam/jcr:fffffff-fad3-547b-ffff-ffffe54d58af/10.18_kahneman_tversky_81.pdf
- Wiepking P. & Handy F. (eds, 2015). *The Palgrave handbook of global philanthropy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Превод на српски / Translation into Serbian
др Вера Вратуша / Vera Vratuša PhD