



中国管理研究国际学会
International Association for
Chinese Management Research

IACMR组织与管理研究方法系列



Solving Social Dilemmas:
The Psychological Mechanisms of
Cooperation Induction

走出社会困境： 有效诱导合作的心理机制



陈晓萍 等著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

Solving Social Dilemmas:
The Psychological Mechanisms of
Cooperation Induction

走出社会困境： 有效诱导合作的心理机制



陈晓萍 等著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

走出社会困境:有效诱导合作的心理机制/陈晓萍等著. —北京:北京大学出版社,2013. 11
(IACMR 组织与管理研究方法系列)

ISBN 978 - 7 - 301 - 23252 - 1

I. ①走… II. ①陈… III. ①社会管理 - 文集 IV. ①C916 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 229192 号

书 名: 走出社会困境:有效诱导合作的心理机制

著作责任者: 陈晓萍 等著

策 划 编 辑: 贾米娜

责 任 编 辑: 贾米娜

标 准 书 号: ISBN 978 - 7 - 301 - 23252 - 1/F · 3752

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 子 信 箱: em@pup.cn QQ:552063295

新 浪 微 博: @北京大学出版社 @北京大学出版社经管图书

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926 出版部 62754962

印 刷 者: 北京大学印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 22 印张 434 千字

2013 年 11 月第 1 版 2013 年 11 月第 1 次印刷

定 价: 58.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010 - 62752024 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn

前言：为什么现在出版这本论文集？

著名英国作家狄更斯在 20 世纪初曾经说过，“这是一个最好的时代，这也是一个最糟的时代”。在过去的二十多年中，中国的经济有了令世界震惊的发展。2012 年，中国的 GDP 总量已在全世界排名第二，仅次于美国。根据专家的预测，不需几年，中国的国民总产值将超过美国，领先世界。在如此令人鼓舞乐观的“最好的时代”，我们却也悲哀地发现，中国许多城市上空的空气和地下水资源污染程度日趋严重，河流和湖泊中的绿藻数量不断增加，森林被大面积地砍伐，草原沙化的速度加快，可食用鱼类的数量和总类不断减少（具体的触目惊心的数字，请见《中国环境发展报告（2013）》^①）。同样严重的问题更存在于食品领域：假酒、假烟、三聚氰胺、地沟油、苏丹红，或医药领域：假药、假疫苗事件时有发生。造假行为延伸到生活的多个领域，甚至连本该最不食人间烟火的象牙塔——大学，也未能幸免。虽然我平时生活在美国，但每当看到中国有关此类的报道时，心里总感到沉重，与此同时也越来越感到自己的责任。

在我看来，几乎所有上述问题都可以被描述为社会困境（Social Dilemma），即生活在社会中的个体面临个体理性和集体理性冲突的情景。从个体理性出发，个人应该千方百计使自己的个体利益最大化，也就是选择不合作（如不花钱购买性能良好的排污设备，无节制地伐木，过度放牧或捕捞）；但从集体理性来看，如果大多数人都选择不合作，那么最后的结果只能是所有的人都生活在污浊的空气中，不管你个人是否污染了空气。这种利害关系在哈丁 1968 年发表的《公地的悲剧》（The Tragedy of the Commons）一文中已有详细阐述。哈丁描述的是过度放牧的情景，因为草原是自然资源，属于所有人，因此从牧民个人的角度，每家放牧的牛羊越多，家庭收入就会越高，生活水平也会越好。但是，如果每一个牧民都如此理性，尽可能多

^① 自然之友：《中国环境发展报告（2013）》，社会科学文献出版社 2013 年版。

地放牧牛羊,那么在若干年后,草原自身复原的能力就可能消失,那种“风吹草低见牛羊”的景象就将不复存在,那么所有的牧民就都无法以放牧牛羊为生。把时间快进到 2013 年,我们不幸地发现,如今中国内蒙古的情景和哈丁描述的悲剧状态是何等吻合!

与此情景相对应的是,个人在个体理性极大化指导下千方百计地从公共资源中为自己捞取利益,从而造成整个社会的公共资源匮乏,在中国亦很少存在由个体老百姓、民间力量自愿贡献/捐助诞生的公共物品,比如公共电视台、公共广播电台(不播放广告),公共图书馆(免费向所有人开放),公共娱乐场所(不收门票),或者各类慈善机构。当然,公共物品的建立本身与国家政策是否允许还有关系,但是从目前现存的为数不多的慈善组织(国际红十字会、希望工程、壹基金等)的运作情况来看,不论是捐款数量还是运作管理都还存在许多严重问题。这里反映出来的情况与公共物品困境有关。

我个人对社会困境(公共资源困境和公共物品困境)的研究兴趣在过去二十多年中一直保持,并且做了许多实证研究来寻求解决社会困境的方法和手段。越思考中国目前存在的问题,我越发现社会困境理论的解释力,并且越来越体会到我这些年来所做的研究对解决这些问题可能带来的价值和贡献。虽然我的研究偏重心理学的解决方法,但是许多心理状态的诱导和产生离不开对困境本身的存在及结构的调整。从另一个角度来看,心理学的方法是“成本最低”的方法,并且是效果最持久的方法,因此,我觉得现在已经到了和中国读者分享我的研究成果的时候,而且有刻不容缓的紧迫性。

本书收录了我自 1994 年以来发表的有关社会困境以及人类合作竞争的 15 篇英文论文的中译版。这些论文都把社会困境局限在群体/团队层面进行研究,以便于实证数据的搜集和实验的操作。这些论文中包含我的硕士论文和博士论文,大部分发表在美国高校公认的顶尖学术期刊(如 *Academy of Management Review*, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *Journal of International Business Studies*)上,也有些以书的章节的形式出版。这些论文既有理论型的也有实证型的,既有不考虑文化情景(culture free)的研究,也有跨文化(cross-cultural)和本土化(indigenous)的研究。此外,几乎所有的实证论文都是通过实验室实验的方法进行的。在本书中,我把所有不考虑文化情景的论文放在一起(第一部分),然后把引入文化因素对社会困境中的合作机制进行探索的论文放在一起(第二部分),不仅显示了我个人对该问题的探索历程,也对我们如何把某一领域的研究拓展到不同的文化情景展现了可行的路径。

我衷心希望这些论文能够激发起中国学者研究社会困境的兴趣,并且掌握合适的研究方法,不仅能够为进一步发展社会困境的理论做出贡献,而且能够为解决当今中国社会和企业



面临的困境提出切实的解决方法。

本书论文的翻译凝聚了许多同事的心血，我在此要向他们表示诚挚的感谢。这些同事是贺伟（华中科技大学博士生），谢蕴慧（北京大学博士生），李俊超（华盛顿大学博士生），高中华（首都经济贸易大学教授），赵晨（首都师范大学教授），张琳、薛力、王婷（西安交通大学博士生）等。我特别要感谢的是贺伟，他不仅承担了最多数量论文的翻译工作，而且其翻译的精准程度和文字质量都达到了很高的水平。更可贵的是他谦逊的学习态度和认真思考的钻研精神，使我“欠债”的心情得到缓解。

此外我也要感谢北京大学出版社林君秀和贾米娜两位女士的支持及鼓励。她们无条件地支持本书以及中国管理研究国际学会（IACMR）系列丛书的出版，为中国管理学的发展和成长做出了很大的贡献。米娜的细心阅读和校对也使本书增色不少，谢谢！

作为作者，我将为书中出现的一切错误负责。如果读者发现任何问题，请及时与我或出版社联系。如果您对本书有任何反馈和建议，也请及时告诉我们。

陈晓萍

2013年8月于美国西雅图

目 录

第一部分 社会困境的定义、种类和心理学解决方法

公共物品困境中沟通和承诺的效应研究(陈晓萍 S. S. Komorita) / 3

用基于团队的许诺来解决公共物品困境(陈晓萍) / 25

阶梯形公共物品困境中的顺序选择:关键性和不确定性的影响

(陈晓萍 区永东 S. S. Komorita) / 47

关键性在序列型公共物品困境中的概率模型(区永东 陈晓萍 S. S. Komorita) / 67

序列型资源困境中游戏规则和社会导向对位置效应的影响

(Budescu, D. V. 区永东 陈晓萍) / 88

社会规范对社会困境中合作的影响:情境和反馈的作用(Madan M. Pillutla 陈晓萍) / 118

工作团队中的合作:改变结构性与动机性因素的作用(陈晓萍) / 141

多伙伴战略联盟中的合作:用社会困境的方法研究企业战略伙伴的管理

(曾鸣 陈晓萍) / 156

容忍“搭便车”:不合作规模、型式和社会导向的效应研究(陈晓萍 Daniel G. Bachrach) / 186

公共物品困境中奖惩制度的意外结果(陈晓萍 Madan M. Pillutla 姚欣) / 204

拓展合作的动机:回顾奖惩制度在公共物品困境中的作用

(陈晓萍 Carolyn T. Dang Fong Keng-Highberger) / 222

第二部分 社会困境的跨文化和本土化研究

如何培养合作? 个体主义—集体主义的文化效应

(陈昭全 陈晓萍 James R. Meindl) / 245

混合动机商业情境中合作决策的跨国差异:水平和差距个体主义的中介及调节作用

(陈晓萍 李纾) / 274

群体规范和群体认同在何时能够预测公共物品困境中的合作行为? 自我中心主义

和他人中心主义的调节效应(陈晓萍 S. Arzu Wasti Harry C. Triandis) / 297

中国人的合作和竞争导向:量表的开发和效度检验(陈晓萍 谢晓非 常诗晴) / 318

后记:究竟如何走出社会困境? / 345



第一部分

社会困境的定义、种类和心理学解决方法

公共物品困境中沟通和承诺的效应研究

(陈晓萍 S. S. Komorita)

用基于团队的许诺来解决公共物品困境

(陈晓萍)

阶梯型公共物品困境中的顺序选择：关键性和不确定性的影响

(陈晓萍 区永东 S. S. Komorita)

关键性在序列型公共物品困境中的概率模型

(区永东 陈晓萍 S. S. Komorita)

序列型资源困境中游戏规则和社会导向对位置效应的影响

(Budescu, D. V. 区永东 陈晓萍)

社会规范对社会困境中合作的影响：情景和反馈的作用

(Madan M. Pillutla 陈晓萍)

工作团队中的合作：改变结构性与动机性因素的作用

(陈晓萍)

多伙伴战略联盟中的合作：用社会困境的方法研究企业战略伙伴的管理

(曾鸣 陈晓萍)

容忍“搭便车”：不合作规模、型式和社会导向的效应研究

(陈晓萍 Daniel G. Bachrach)

公共物品困境中奖惩制度的意外结果

(陈晓萍 Madan M. Pillutla 姚欣)

拓展合作的动机：回顾奖惩制度在公共物品困境中的作用

(陈晓萍 Carolyn T. Dang Fong Keng-Highberger)

公共物品困境中沟通和承诺的效应研究*

陈晓萍 S. S. Komorita

(伊利诺伊大学)

► 本章大纲

社会困境中的沟通

许诺、沟通与行为的一致性

许诺与两阶段困境

实验概述

实验 1

研究方法

实验结果

结果讨论

实验 2

研究方法

实验结果

结果讨论

讨论与结论

* 本文译自 Chen, X. P., & Komorita, S. S. (1994). The effects of communication and commitment in a public goods social dilemma. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 60, 367—386, 翻译: 贺伟。

摘要：社会困境是指集体成员在面对最大化个人利益还是集体利益时所面临的冲突情境。过去的研究发现，面对面沟通可以促进成员间的合作行为（最大化集体利益）。本研究假设：如果团队成员不能面对面沟通，但允许在做出实际决策前许诺的话，那么团队成员可能会用许诺的方式沟通决策意向，进而提高彼此间的合作行为。本研究通过两个实验来对比分析不同类型的许诺情境与无许诺控制情境中个体的合作行为。实验结果表明，许诺确实可以显著提高个人的合作行为；但是，许诺中包含的承诺水平的高低会显著影响最终的合作行为。最后，我们用一个两阶段困境的分析框架总结讨论了实验结果：只有当许诺包含一定程度的承诺时，团队成员才会依照期望进行合作。

许多社会情境都存在一个最大化个人利益还是最大化集体利益的冲突选择。例如，一个人需要决定是否正式加入工会并定期缴纳会费。如果大多数人都加入了工会并按时缴纳会费，那么工会就可以正常运作，而那些没有加入的少数人群也可以免费享受到工会的福利。但是，如果没有人（或没有足够的人）加入工会并支付会费，那么工会将无法正常运转，到那时所有人将无法享受到工会的福利。选择是否为城市的公共电视或电台捐款是另外一个类似的例子：如果大多数人都选择捐款，那么那些没有捐款的人也能免费享受公共电视/电台的节目；但如果没有足够的人捐款，公共电视/电台将无法运营，那时所有人都无法享受公共电视/电台的服务。

与上述类似的社会情境通常被称为社会困境，Dawes（1980）通过提炼社会困境的本质特征给出了以下定义：社会困境是针对两个或两个以上的人而存在的一种特殊社会情境；在此情境中，无论其他人如何选择，个人在选择非合作性策略后取得的个人收益水平会高于选择合作性策略后个人的收益水平；但事实上，如果所有人都选择合作性策略，每个人的收益水平反而会更好。尽管理论上存在不同类型的社会困境，但在本文中我们主要关注“公共物品困境”（public goods dilemma）。

我们研究公共物品困境所使用的实验范式改编自 Marwell 和 Ames（1979）的公共物品模拟（如 Komorita, Parks, & Hulbert, 1992）。在此实验范式中，被试在每一轮决策前首先会被给予一定的赠资（endowment 分数）。然后，被试需要在两个账户（个人账户和集体账户）之间做出资源分配决策，即决定从赠资中拿出多少贡献给集体账户，留存多少到个人账户。留存到个人账户中的赠资不会增值，但最后会全部返还给个人；相反，所有团队成员贡献给集体账户的赠资将会有一定比例的增值，但是增值后的总价值将会平均分配给所有团队成员。因此，个人每轮贡献决策后的收益水平等于其个人账户中的留存收益加上从集体账户中分享到

的收益水平。通过设置并固定赠资的数量以及集体账户的价值增长利率,就可以实现 Dawes (1980)所定义的社会困境的条件。

例如,假设在一个团队中有 5 名实验参与者,每一名成员在做决策前的赠资数量为 10 分。那么,实验参与者可以向集体账户贡献的分数范围在 0 分到 10 分之间。在完成对集体账户的贡献后,剩余的赠资都将全部留存到无价值增长的个人账户中。集体账户的价值增长率为 100% (即总价值会翻倍),从团队成员那里募集的总价值最后会平均分配给 5 名成员。相反,留存在个人账户中的分数并不会分享给其他团队成员。表 1 显示了在几种可能情况下个人在该贡献博弈中的预期收益,结果表明:当个人向集体账户贡献的分数为 0 (即最大化个人账户的收益)时,无论其他团队成员的贡献均值如何,个人都会产生相对更高的收益水平 (第一行的收益水平最大)。需要注意的是,当每一名成员都不向集体账户贡献分数时,团队成员最终的收益水平都是 10 分;但是,如果所有团队成员都将手中的赠资 (10 分) 全部贡献给集体账户,每人最终的收益水平可以达到 20 分。

表 1 公共物品困境下的个人收益矩阵

向集体账户的贡献分数	其他成员向集体账户贡献的平均分数				
	0	2.5	5.0	7.5	10
0	10.0	14.0	18.0	22.0	26.0
5	7.0	11.0	15.0	19.0	23.0
10	4.0	8.0	12.0	16.0	20.0

注:小组中的 5 名成员都需要将手中 10 分的赠资在个人账户与集体账户中分配。分配到集体账户中的分数会有额外 100% 的增值 (价值翻倍),而分配到个人账户中的分数则不会增值。每一名成员的总收益水平等于两个账户中的价值总和。

从团队成员的个人角度来看,每一个人的最优选择是将所有赠资都留存到个人账户;但从团队整体利益的视角分析,最优的决策方案是团队成员进行合作,即将所有的赠资 (10 分) 都贡献给集体账户。因此,如何激励个体间的相互合作成为社会困境研究中最受学者关注的一个问题。

能够影响社会困境中个人合作行为的因素很多,包括:(1) 社会动机 (如 McClintock, 1972; Messick & McClintock, 1968); (2) 沟通 (如 Dawes, McTavish, & Shaklee, 1977; Orbell, van de Kragt, & Dawes, 1988; van de Kragt, Dawes, Orbell, Braver & Wilson, 1986); (3) 团队规模 (如 Fox & Guyer, 1978; Komorita & Lapworth, 1982; Marwell & Schmidt, 1972); (4) 奖励结构 (如 Komorita, Sweeney, & Kravitz, 1980); (5) 共同目标或团队认同 (如 Brewer, 1979, 1981; Brewer & Kramer, 1986; Kramer & Brewer, 1984)。

在本研究中,我们设计一个连续型公共物品困境(continuous public goods dilemma),并关注团队成员在每一轮决策时许诺对其合作行为的影响。许诺是指团队成员之间围绕个人贡献决策的偏好或倾向而做出的一种非正式的言语表态。在一个公共物品困境中,许诺可以被理解为个人对在集体账户中贡献多少赠资的一种承诺或意见表达。许诺的目的是提高个人做出期望行为的可能性。例如,在基金募捐过程中,人们通常会被要求在实际募捐前(通常以电话的方式)做出许诺。为了方便大家为捐赠做出许诺,公共广播系统还向听众提供了一个免费的电话热线来接受大家的捐赠许诺。在本研究中,我们的兴趣是探讨在公共物品困境下,个人许诺是否会影响他们对集体账户的实际贡献水平。

社会困境中的沟通

在社会困境中,沟通被证明是能够增强团队成员相互合作的一种有效方式(Braver & Wilson, 1986; Caldwell, 1976; Dawes, McTavish, & Shakelee, 1977; Jerdee & Rosen, 1974; Orbell, van de Kragt, & Dawes, 1988; van de Kragt, Orbell, & Dawes, 1983; van de Kragt *et al.*, 1986)。在社会困境的相关研究中,学者们使用不同形式的沟通来验证沟通对合作行为的促进作用。有些研究通过团队成员之间面对面的讨论来反映沟通;还有些研究则探讨不充分沟通的作用,例如仅局限于口头沟通、视觉沟通,或仅关注个体间的书面沟通(Voissem & Sistrunk, 1971; Wichman, 1970)。

有关囚徒困境的系列研究发现,有机会与同伙沟通,哪怕只是与同伙视觉上的互动,都会显著提高相互合作的可能性(Braver & Barnett, 1976; Deutsch, 1958; Voissem & Sistrunk, 1971; Wichman, 1970)。在多人社会困境中,Brechner (1977)以及Edney和Harper (1978a, 1978b)的研究发现,团队成员间开放式的沟通会显著提高个人牺牲自我利益的可能性。

Jerdee和Rosen (1974)研究了沟通对合作行为的影响。在他们的实验中,被试所扮演的角色是公司代表;每5名公司代表被分为一组,参与一项合同的竞标。他们的实验结果发现,有机会与其他团队成员进行沟通可以产生更多的合作性竞价行为。此外,一系列公共物品困境的研究结果(Orbell, van de Kragt, & Dawes, 1988; van de Kragt, Orbell, & Dawes, 1983; van de Kragt, Dawes, Orbell, Braver, & Wilson, 1986)表明,面对面讨论可以提高团队成员间的合作行为。尤为引人关注的是,Braver和Wilson (1986)的研究结果发现,即使是不太充分的沟通也能显著提高个体间的合作。他们先将小组内的成员进一步分成小团队,然后仅允许

被试在做出小组决策前在小团队内部进行讨论。结果发现,与控制组(即不允许进行沟通)中出现个人合作行为的比例(48%)相比,被允许在小团队内部进行沟通的实验组出现个人合作行为的比例显著更高(75%)。

许诺、沟通与行为的一致性

前面列举的实验研究的结果表明,沟通对合作的促进作用比较稳健。在本研究涉及的情境中,当要求团队成员在实际决策前做出许诺,并对许诺的信息进行反馈时,团队成员实际上就已经沟通了彼此的贡献倾向。因此我们假设,对许诺信息的反馈是沟通的一种形式,可以显著提高团队内部的合作率。

除了包含沟通的作用外,许诺本身还包括了承诺的作用。Kiesler (1971)将承诺定义为“自我允诺或自我约束,即完全投身于某种行为的过程”,并假定承诺的作用是降低某种行为的变动性和不确定性(Kiesler, 1971)。根据这一定义,不同的承诺水平在“自我约束”的程度上存在差异。

在本研究中,我们根据许诺中包含承诺的水平差异将许诺区分为两种形式,即“非约束性”许诺和“约束性”许诺。我们用许诺的“约束性”(通过实验被试阅读的指导语进行操纵)对承诺水平进行操作性定义。我们的推断是,如果要求被试做出的许诺是非约束性的,那么该许诺就不包含承诺的成分;但如果要求被试做出的许诺存在某种程度的约束,该许诺就包括了一定程度的承诺。

承诺的作用效果已经得到了许多实证研究的证实(Beaman *et al.*, 1983; Kiesler, 1971; Pallak, Cook, & Sullivan, 1981)。这些研究发现,承诺之后通常会伴随个体的实际行为。在现实生活中,个人承诺与实际行为间的一致性水平也非常高。“得寸进尺”(foot-in-the-door)策略就是一个典型的例子(Freedman & Fraser, 1966; Patch, 1986)。该策略的大体思想是:在向他人寻求帮助前可以先提出一个相对容易被对方接受的请求;在该请求被接受之后,可以有效提高人们接受后面那个难度较大的请求的可能性(Beaman *et al.*, 1983; Freedman & Fraser, 1966; Patch, 1986)。对该现象的一种解释是,人们渴望与先前承诺(满足简单的请求)保持一致性的动机要强于人们渴望避免因允诺对方请求而付出成本的动机(Baron & Byrne, 1991)。将上面的分析思路拓展到本实验的情境:假如我们将个人的许诺视为对一个请求的回应,而将实际贡献视为第二个难度较大的真实请求,那么可以预计许诺与贡献之间会存在

较高程度的一致性。

在验证沟通的作用效果时,Dawes等(1977)同样探讨了承诺对合作的影响。在他们的实验研究中,对比分析了三种不同类型的沟通情境:(a)只能讨论与任务无关的信息;(b)能够讨论与任务相关的信息;(c)除了可以讨论与任务相关的信息外,被试需要对决策意向做出一个非约束性的声明。作者的推测是,通过对比在情境(b)和情境(c)中被试间的合作率,可以观察到承诺对合作的效果。但是,他们的研究结果并没有发现被试在(b)和(c)两种情境下的合作行为存在显著差异。尽管他们最终的结论否定了承诺对合作的影响,但我们认为可以从另外几个视角来解读他们的研究结果。首先,个体在实验情境(b)和情境(c)中的合作率没有显著差异,其原因很可能是因为个体所需要做出的承诺是非约束性的。其次,在实验情境(b)中,团队成员在相互讨论的过程中可能形成了某种隐性承诺。最后,面对面讨论的作用效果可能过于强烈,从而掩盖了承诺的作用。因此,我们认为,在其他一些条件下,承诺仍然有可能会促进个体间的合作行为。

为了探讨承诺对合作的影响,Orbell、Dawes和van de Kragt(1988)允许被试在小组讨论中做出显性承诺。他们发现,只有当小组中所有成员都做出承诺时,承诺才会显著提高个体间的合作。因此,他们认为仅承诺本身并不会显著提高合作行为。我们的观点是,尽管在面对面沟通的情境下,承诺并不会显著提高个人的合作行为,但是在一个有限沟通(例如许诺沟通、小团队内部沟通)的情境下,承诺仍有可能会增强个体间的合作。这一推断与Braver和Wilson(1986)的观点一致。

许诺与两阶段困境

一些经济学家(Farrell, 1987; Farrell & Gibbons, 1989; Mathews & Postlewaite, 1989)解释了那些无成本的、非约束性的以及无法兑现的承诺(即所谓的“便宜话”, cheap talk)是如何影响讨价博弈的过程的。“便宜话”被定义为那些对最终收益水平没有直接影响的信息,即信息本身没有任何的约束性(不会影响到任何一方的最终选择结果)。在Farrell(1987)以及Farrell和Gibbons(1989)的文献综述中,他们提出了两个假设:

(1)如果在正式讨价谈判前包含了“便宜话”,那么博弈过程就变成了一个两阶段博弈:“便宜话”阶段和约束性谈判阶段。

(2)“便宜话”进行的轮次越多,双方达成合作的可能性越大;然而,如果博弈过程中存在

任何一点冲突,双方就无法实现合作。

如果将谈判情境中“便宜话”的角色等同于社会困境情境中许诺所扮演的角色,那么引入许诺的社会困境也可以被假设为一个两阶段的社会困境。其中,许诺决策为第一阶段,真实的贡献决策为第二阶段;这两个过程对实验参与者而言都是一个社会困境的问题。由此可以推断,在社会困境情境中引入许诺可以有效地促进个体间的合作行为。

实验概述

基于上述观点,我们假设:在实际贡献决策前做出许诺可以有效提高个体的合作行为。对这一假设的理论解释可以归纳为以下三个方面:(1) 许诺本身是沟通的一种形式,而沟通对合作的促进作用已经被大量证实;(2) 许诺提供了有关其他团队成员决策意向的信息,这些信息有利于在团队成员间建立信任和其他的积极态度(如团队认同);(3) 作为“便宜话”的一种形式,许诺为协调团队成员的个人行为提供了一种解决途径。

为了验证上述假设,我们设计了两个实验:

实验1的首要目的是验证许诺的作用效果,即与没有许诺的控制情境相比,在贡献决策前需要做出许诺的实验情境能产生更多的合作行为。此外,实验1的另一个目的是探讨许诺约束性的作用效果。通过对比三组不同实验情境下的贡献水平(合作行为)来实现上述实验目的。这三组实验情境分别为:(1) 非约束性的许诺情境,即在贡献决策前让被试做出一个非约束性的许诺;(2) 最低限度的约束性许诺情境,即在贡献决策前先要求被试做出一个许诺,然后以团队成员中许诺的最低贡献水平作为底线,要求团队成员的实际贡献水平不能低于贡献底线,即团队成员许诺的最低贡献水平;(3) 无许诺情境(实验控制组),我们的假设是,在前两个许诺情境下团队成员合作的平均水平要高于控制组中团队成员的平均合作水平。

实验2的主要目的是重复验证实验1的研究结果,并且增强许诺约束性作用效果的可推广性。

实验 1

研究方法

实验被试。实验被试为某大学选修“心理学导论”课程的 120 名本科生(男生 52 人,女生 68 人)。参与本实验是这门课程的一个必修环节。

实验流程。在所有的实验情境中,随机挑选的 5 名被试被分入一组/团队,然后被带入一间大教室中相互隔离,每个实验团队独立进行实验。此外,明确告知被试不允许在实验过程中与其他团队成员交谈。

实验指导语的内容包括:(1)将进行一组多轮次(没有指明具体轮次)的决策任务,在每轮任务前会收到 10 分的赠资;(2)在每一轮决策任务中,被试需要将手中的 10 分赠资分配到两个不同的账户中,一个是个人账户,一个是集体账户;(3)贡献到集体账户中的赠资会得到 100% 的增值(价值翻倍),而保留在个人账户中的分数没有增值,另外,在每轮结束后,集体账户中积累的总价值将会平均分配给 5 名团队成员;(4)每轮任务结束后个人的收益水平等于个人账户中留存的赠资加上从集体账户中分享的赠资;(5)个人在每轮任务后的收益水平将会累积,在结束所有实验后,根据各自累积收益水平的高低,被试会有不同的机会赢取价值 5 美元的校园礼品。

在开始实验前,我们向被试讲解了三种特殊情况下的收益分布:(1)团队所有成员都向集体账户贡献所有 10 分赠资后的收益情况;(2)所有人都将 10 分赠资留存到个人账户后的收益情况;(3)不同团队成员向集体账户贡献不同数量的赠资时的收益情况。为了保证所有被试都充分理解了实验设计与收益计算规则,我们进行了一个小测验,并且让被试进行了两轮的任务练习。

在所有实验情境下,被试需要在每一轮任务(共 10 轮)中做出决策,即从自己 10 分赠资中向集体账户贡献多少分数(0—10 分)。在每一轮决策任务后,他们会收到关于下列信息的反馈:(a)团队每一名成员对集体账户的贡献分数;(b)所有团队成员向集体账户的平均贡献分数;(c)团队每一名成员在本轮决策后的个人收益水平。

本实验设计了三种不同的实验情境。无许诺情境是实验控制组,仅要求被试在每轮任务中做出实际的决策。在非约束性的许诺情境(non-binding)下,被试需要按照指导语的要求进