



## Sociale vergelijking

Sinterklaas is in Nederland. Kinderen wachten vol ongeduld af of hun wensen vervuld zullen worden. Mensen besteden veel tijd en geld aan het kopen van geschenken en de winkelcentra stromen vol. Dit is een intrigerende periode voor economen, zowel voor hen die zich afvragen of de verkoop ditmaal weer alle verwachtingen van de detailhandel zal overtreffen, als voor hen die geïnteresseerd zijn in de drijfveren van degenen die deze economische activiteit genereren. Zoals de meesten onder ons vind ik de eindejaarsperiode fascinerend, omdat we hierin heel wat kunnen leren over de menselijke natuur.

We zouden ons kunnen afvragen waarom mensen cadeautjes kopen. Eén motief is om tegemoet te komen aan de verwachtingen van anderen – zij het omdat we anderen niet willen teleurstellen of omdat we toegeven aan sociale druk. Anderen geven cadeautjes als tegenprestatie voor een verwacht geschenk, en de meesten onder ons, zo is mijn overtuiging, geven om anderen gelukkig te maken. Deze drijfveren om te geven suggereren allemaal dat we om de ander geven. Empathie is een noodzakelijke voorwaarde om te geven om de ander, wat impliceert dat we in staat zijn ons eigen welzijn te vergelijken met dat van anderen. Dit brengt ons tot een centrale vraag die sociale wetenschappers al een hele tijd bezighoudt. Zijn sociale vergelijkingen belangrijk, dat is, beïnvloeden ze ons geluk, welzijn of nutsbeleving? Sociologen en psychologen, maar ook economen, hebben de aanname dat iemands nut enkel afhangt van het absolute inkomens- of consumptieniveau, herhaaldelijk ter discussie gesteld.

Fliessbach *et al.* (2007) en Dohmen *et al.* (2011) laten door middel van experimenten zien dat sociale vergelijkingen diep in ons brein verankerd zijn. Gedurende de experimenten lagen deelnemers in twee naast elkaar geplaatste hersenscanners. Hun werd gevraagd om tegelijkertijd dezelfde taak uit te voeren, namelijk het schatten van het aantal puntjes dat op een beeldscherm verscheen. Vervolgens werd hun verteld of hun antwoord al dan niet juist was. Voor een correcte schatting kregen deelnemers een financiële beloning naar prestatie. Iedere deelnemer vernam ook hoe de andere deelnemer had gepresteerd op dezelfde taak, en hoeveel deze hiervoor incasseerde. Deelnemers die meer geld kregen dan hun medespelers vertoonden aanzienlijk meer activiteit in het beloningscentrum van de hersenen dan wanneer beide spelers evenveel kregen. Het beloningscentrum wordt geactiveerd wanneer een individu een ervaring heeft die hij het waard vindt om na te streven. Wanneer beide deel-

nemers voor het correct schatten hetzelfde bedrag kregen, was er een relatief geringe activatie van het beloningscentrum vast te stellen. Maar als speler 1 voor het correct oplossen van de taak dubbel zoveel kreeg als zijn medespeler voor de zelfde prestatie, liet speler 1 een duidelijk verhoogde activiteit in het beloningscentrum zien. Tegelijkertijd verminderde voor speler 2 de activiteit in het beloningscentrum, ook al had hij de taak goed opgelost en werd hij beloond voor zijn inspanning. Deze bevinding is duidelijk in tegenpraak met de theorie die veronderstelt dat uitsluitend de absolute grootte van de beloning ertoe doet. Blijkbaar zijn ook relatieve inkomens van belang voor individueel welzijn, voor het nemen van beslissingen, en de resulterende uitkomsten. Twee recente studies bevestigen het belang van relatieve lonen in concrete arbeidsmarktsituaties. Card *et al.* (2010) stellen vast dat werknemers van de Universiteit van Californië minder tevreden worden, wanneer ze te weten komen dat ze minder verdienen dan de mediaan in hun departement. Bovendien geven deze werknemers ook vaker te kennen dat ze op zoek zijn naar een andere baan. Cohn *et al.* (2011) doen een gerandomiseerd veldexperiment, waarin sommige werknemers een onverwachte loonvermindering krijgen. Ze tonen aan dat bij loonvermindering, waarbij het loon van collega's niet wordt verminderd, de prestaties tweemaal zo veel afnemen dan wanneer allen dezelfde loonvermindering te verwerken krijgen. Kuhn *et al.* (2011) vinden echter dat bureaus van postcodeloterijwinnaars in Nederland zich niet ongelukkiger gaan voelen. Zijn Nederlanders dan echt anders, of moeten we beter doorgronden wanneer, hoe en waarom sociale vergelijkingen van belang zijn? Ik zal proberen om antwoorden te vinden door gedurende volgende week mensen te observeren. Misschien kunt u hetzelfde doen en mij informeren over de motieven die de mensen rondom u prijsgeven.

### LITERATUUR

- Card, D., A. Mas, M. Moretti en E. Saez (2010) *Inequality at work: the effect of peer salaries on job satisfaction*. *NBER Working Paper*, 16396.
- Cohn, A., E. Fehr, B. Herrmann, F. Schneider (2011) *Social comparisons in the workplace: evidence from a field experiment*. *University of Zurich, Department of Economics Working Paper*, 7.
- Dohmen, T, A. Falk, K. Fliessbach, U. Sunde en B. Weber (2011) *Relative versus absolute income, joy of winning, and gender: brain imaging evidence*. *Journal of Public Economics*, 95(3-4), 279–285.
- Fliessbach, K., B. Weber, P. Trautner, T. Dohmen, U. Sunde, C. E. Elger en A. Falk (2007) *Social comparison affects reward-related brain activity in the human ventral striatum*. *Science*, 318(5854), 1305–1308.
- Kuhn, P., P. Kooreman, A. Soeteven en A. Kapteyn (2011) *Sociale effecten van loterijprijzen*. *ESB*, 96(4613), 394–396.