

Moraal

O pgeven was geen optie voor de duizenden Nederlanders die vorige week de Franse Alpe d'Huez opfietsten. Ze deden het immers niet zomaar: ze fietsten sponsorgeld bijeen, voor onderzoek in de strijd tegen kanker. Met het verstand op nul en het gevoel op oneindig veel medeleven met hen die vroeg of laat aan kanker lijden, kwamen onvermoede krachten los: "Op 6 juni aanstaande ga ik zes keer de Alpe d'Huez beklimmen. Dit zijn slechts 165 zware kilometers en maar 6366 hoogtemeters. Een peulenschil, in vergelijking met de strijd die de mensen leveren, waarvoor ik naar boven fiets! Steun mij!" En omhoog ging het, voor de zesde keer de berg op.

Stoppen doe je ook niet bij deelname aan de Vegan Challenge die nu loopt. Uit respect voor milieu en dierenwelzijn onthouden deelnemers zich een maand lang van vlees, ei, vis en al het andere dat voor dierlijk doorgaat. Elke maaltijd vergt bijzondere aandacht en overall is verleiding. Maar gesterkt door emoties over zo veel dierenonrecht smaakt elke veggieburger naar meer: "Zowel in de vlees- als in de zuivelindustrie leiden dieren een volstrekt inhumane bestaan. Ik ben ontzettend blij dat ik daar als veganist part noch deel aan heb. Dat geeft een zuiver gevoel, fysiek én mentaal." En dus bakken we nog een sojaschijf, vanzelfsprekend in plantaardige olie.

Zo veel baatrijke zelfopoffering verdient aandacht. Maar wat beide initiatieven economisch boeiend en tegelijk slecht bevatbaar maakt, is dat collectieve goederen tot stand komen in ruil voor opmerkelijke individuele inspanningen. Wat helpt een bergbeklimming aan bestrijding van kanker? Hoezo is deelname aan een veganistisch eetevenement nodig om dierenleed te besparen? En waarom niet gewoon meeliften op andermans inspanningen; zijn er sociale en morele krachten in het spel waar onze economische modellen simpelweg geen grip op hebben?

Het laatste woord hierover is nog niet gezegd, en dat zal mogelijk ook niet aan een econoom zijn. Toch valt schijnbare onbaatzuchtigheid ook met economische modellen steeds beter te begrijpen. Al jaren is het idee van sociale normen als onderdeel van onze nutsfunctie een belangrijk thema voor gelouterde economisch onderzoekers als George Akerlof en Rachel Kranton, die het boek *Identity economics* schreven. Wanneer we ons niet conformeren aan de ongeschreven



GELIJKJ WERNER

Eindredacteur ESB
g.werner@sdu.nl

regels binnen onze sociale netwerken zijn we minder gelukkig, is de weinig verrassende maar relevante uitkomst.

Maar wij economen gaan verder en claimen ook *moreel* gedrag. Een nieuwe publicatie in de *Journal of Public Economics* brengt zelfs een sterke relatie naar voren tussen moraliteit en eigen belang (Cervelatti en Vanin, 2013). De auteurs stellen dat de prijs voor schending van morele waarden een schuldgevoel is, dat verleidingen helpt weerstaan die in je nadeel zijn op langere termijn. Zowel bij Alpe d'Huez als de Vegan Challenge binden we ons aan een moreel anker, dat helpt om eigen doelen te bereiken. In voorbereiding op het zware klimwerk in de bergen lukt het ineens wél om je fit te trainen. Terwijl je tijdens de

Vegan Challenge eindelijk écht stilstaat bij een eetpatroon dat past bij je fysieke behoeften.

Zijn de helden van beide initiatieven dan meer sociaal of meer moreel gedreven? Ook daarop bieden Cervelatti en Vanin indirect antwoord. Ze wijzen op het feit dat moraliteit losstaat van zichtbaarheid voor anderen. Ook wanneer niemand kijkt, onderneem je actie. Zoals je ook dán voor rood licht wacht, zouden volledig moreel gedreven weldoers hun bijdragen ook anoniem doen.

Kortgeleden vond de jaarlijkse EO Jongerendag plaats, en eens te meer bleek hoe vaag het onderscheid tussen morele waarden en sociale normen kan zijn. Niet dat onze economische modelmakerij daarom meteen nutteloos is. Op zoek naar dat sociaal beweeglijke of juist moreel standvastige type, zou een werkgever uit het soort vrijetijdsbesteding of liefdadigheidswerk van een sollicitant net die beslissende informatie kunnen halen over zijn geschiktheid voor de vacante plek.

En dan nog iets: waarom fietsen collega's wel hard een berg op maar biedt de kantine geen vegaburgers aan?

LITERATUUR

Cervelatti, M. en P. Vanin (2013) "Thou shalt not covet...": prohibitions, temptations and moral values. *Journal of Public Economics*, te verschijnen.