

lage SES in staat opwaartse mobiliteit te bereiken. Transitie tussen havo en vwo, die vaak binnen dezelfde geografische schoollocatie plaatsvinden, worden daarentegen niet beïnvloed door ouderlijke kennis.

Implicaties

We laten zien dat het belangrijk is om ervoor te zorgen dat alle gezinnen toegang hebben tot kennis over het onderwijssysteem zodat ze beter in staat zijn om beslissingen te nemen. Dit is met name belangrijk als deze beslissingen complex zijn, wat het geval is in sterk gedifferentieerde onderwijssystemen zoals in Nederland. In dit soort contexten zou het verstrekken van meer kennis aan gezinnen kunnen bijdragen aan een vermindering van de onderwijsongelijkheid die gecreëerd wordt door vroege selectie.

Ouderlijke kennis is tevens een relevant mechanisme voor beleidsmakers, omdat dit geïntegreerd kan worden in beleidsinterventies. Onze resultaten tonen aan dat het belangrijk is om te focussen op interventies die gericht zijn op het verbeteren van informatie en kennis, vooral rond de momenten in de onderwijsloopbaan wanneer leerlingen een overgang naar een nieuwe schoolomgeving maken. Voor transitie binnen het secundair onderwijs lijken andere factoren, in het bijzonder aspiraties en klassieke vormen van cultureel kapitaal zoals leesgedrag, belangrijker te zijn. Deze andere factoren zijn dieper geworteld binnen families en moeilijker aan te pakken met beleidsmaatregelen. Informatie of kennis van ouders kan daarentegen gemakkelijker worden verbeterd door middel van voorlichtingscampagnes of trainingen voor gezinnen.

Vertrouwen krijgen door vertrouwen te schenken

Judith Kas, Rense Corten en Arnout van de Rijt

Oorspronkelijk artikel: Kas, J., Corten, R., & van de Rijt, A. (2020). Reputations in mixed-role markets: A theory and an experimental test. *Social science research*, 85, 102366. <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2019.102366>

In de *peer-to-peer* platformeconomie brengen websites aanbieders en vragers van diensten en goederen bij elkaar zonder fysiek contact. Het verschil met traditionele web bedrijven zit 'm in het *peer-to-peer* aspect: niet (alleen) bedrijven, maar (ook) particulieren kunnen op dergelijke platformen hun producten aanbieden. Zo kan via Airbnb iedereen die ruimte in huis

over heeft een kamer verhuren aan vakantiegangers en kan via SnappCar iedereen zijn of haar eigen auto verhuren.

Gebruikers van platformen kampen vaak met vertrouwensproblemen. In de regel kennen de aanbieders en vragers op dit soort platformen elkaar niet, waardoor beiden een risico lopen als zij deelnemen aan transacties. Het vertrouwensprobleem in de platformeconomie is niet uniek: In veel alledaagse beslissingen speelt vertrouwen een rol en er is dan ook veel onderzoek gedaan naar dit onderwerp. Platformen bieden echter de mogelijkheid tot nieuwe soorten maatregelen die vertrouwensproblemen mogelijk kunnen oplossen. In dit artikel onderzoeken wij of en op welke manier een nieuw soort reputatiesysteem voor meer vertrouwen zorgt.

De meeste platformen gebruiken reputatiesystemen (*ratings* en *reviews*) om hun gebruikers te helpen bij het maken van het onderscheid tussen betrouwbare en onbetrouwbare potentiële transactiepartners. Volgens klassieke theorieën over reputatiesystemen hebben mensen meer vertrouwen in personen die in het verleden betrouwbaarder zijn geweest. Tot nu toe zijn reputatiesystemen met name onderzocht in situaties waar de rollen van kopers en verkopers strikt van elkaar gescheiden zijn. Dit onderscheid is echter niet altijd duidelijk op *peer-to-peer* platformen. Veel gebruikers handelen in de rol van consument in de ene interactie, terwijl zij de rol van aanbieder innemen bij een volgende interactie. De meeste gebruikers van het gastvrijheidsplatform *Couchsurfing* overnachten bijvoorbeeld bij anderen als zij op reis zijn, maar stellen zelf ook een slaapplek in hun huis ter beschikking aan reizigers.

Wanneer de grenzen tussen de verschillende rollen niet duidelijk zijn afgebakend, kan een nieuw type reputatiesysteem ontstaan. Dit nieuwe reputatiesysteem bevat zowel informatie over het gedrag van een gebruiker in de ene rol als informatie over het gedrag van die gebruiker in de andere rol. De reputatie van gasten die een overnachtingsplek zoeken via *Couchsurfing* bevat niet alleen informatie over hun gedrag als gast bij andere couchsurfers, maar ook over hun gedrag als *host* toen zij aan andere mensen een slaapplek hebben aangeboden. Dit nieuwe reputatiesysteem voorziet gebruikers daarmee van meer *en* andere informatie. Volgens bestaande theorieën is deze informatie over iemands gedrag in een andere rol van ondergeschikt belang als ook informatie over gedrag in de huidige rol beschikbaar is. Het zou veel relevanter zijn om te weten dat iemand eerder heeft laten zien te vertrouwen te zijn dan dat de persoon zelf anderen heeft vertrouwd. Er is echter anekdotisch bewijs dat informatie over gedrag in de andere rol wel een effect op vertrouwen. *Couchsurfing*gebruikers schrijven bijvoorbeeld in online fora dat zij 'overwegen om alleen mensen een bed te

bieden die zelf ook actieve hosts zijn' en dat ze 'aanvragen bijna altijd accepteren als iemand in het verleden zelf gehost heeft en daar een positieve review voor heeft gekregen'.

Wij hebben daarom onderzocht of en waarom de extra informatie in het reputatiesysteem belangrijk is voor vertrouwen. We beargumenteren dat individuen die anderen sneller vertrouwen zelf mogelijk ook betrouwbaarder zijn, omdat zij niet alleen om een positieve ervaring voor zichzelf geven, maar ook die van een ander. Dat is vooral het geval als de persoon die vertrouwen had in anderen daar niet direct iets materieels voor in ruil krijgt – zoals bijvoorbeeld het geval is op het (voorheen) gratis spullendeelplatform Peerby. Via Peerby kunnen mensen bijvoorbeeld spullen lenen van hun burens. Zowel netjes omgaan met het vertrouwen van een ander als vertrouwen hebben in een ander levert die ander wat op. Zonder vergoeding spullen uitlenen is vooral voordelig voor degene die die spullen kan lenen, terwijl vooral de eigenaar ermee geholpen is als iemand de spullen weer netjes terugbrengt. Mensen die meer vertrouwen hebben in anderen zijn dus naar verwachting ook betrouwbaarder. Volgens onze theorie biedt het uitgebreidere reputatiesysteem dus extra mogelijkheden om het onderscheid tussen betrouwbare en onbetrouwbare transactiepartners te maken.

Als mensen die meer vertrouwen hebben in anderen inderdaad ook meer vertrouwd worden, biedt het reputatiesysteem op die manier ook mogelijkheden om de eigen reputatie te verbeteren door meer vertrouwen in anderen te plaatsen. Onze tweede hypothese is dan ook dat mensen eerder geneigd zijn elkaar te vertrouwen als het reputatiesysteem informatie bevat over gedrag in meerdere rollen. Onze derde hypothese is dat het effect van het uitgebreide reputatiesysteem groter is op platformen waar producten gratis worden uitgeleend, zoals Couchsurfing, dan op betaalde platformen, zoals Airbnb. In het laatste geval heeft de schenker van vertrouwen zelf baat bij het plaatsen van vertrouwen in anderen (namelijk een financiële vergoeding), waardoor minder duidelijk is dat het vertrouwen een signaal van altruïsme is. Mensen die spullen uitlenen voor geld zijn niet per se ook betrouwbaarder dan anderen, omdat eigenbelang kan verklaren waarom zij ervoor gekozen heeft om anderen hun spullen toe te vertrouwen.

Onderzoeksaanpak

We hebben deze hypothesen onderzocht aan de hand van een laboratoriumexperiment. In het experiment speelden 228 deelnemers meerdere ronden van één van twee varianten van een vertrouwensspel. In elke ronde werden twee spelers aan elkaar gekoppeld. Speler 1 kan ervoor kiezen vertrouwen te plaatsen in speler 2. Speler 2 kan dan speler 1 iets teruggeven

voor dat vertrouwen, of ervoor kiezen dat niet te doen. In de eerste, standaard versie van het vertrouwensspel zijn beide spelers beter af wanneer speler 1 vertrouwen plaatst en speler 2 de speler 1 daarvoor beloont. Speler 2 heeft echter een financiële prikkel om speler 1 niet te belonen voor het geplaatste vertrouwen – ten koste van speler 1. Rationele en egoïstische spelers 1 zullen om dat te voorkomen geen vertrouwen hebben in speler 2. Deze versie van het spel is een vereenvoudigde versie van transacties op betaalde platformen, zoals Airbnb. Zowel verhuurders als huurders op Airbnb hebben baat bij een succesvolle interactie: verhuurders krijgen geld en huurders hebben een plaats om te verblijven.

In de tweede versie van het spel heeft speler 1 er nooit baat bij om vertrouwen hebben in speler 2, terwijl de speler 2 daar wel van profiteert. Dit is een versimpelde versie van transacties op platformen waar verhuurders hun diensten of spullen gratis aanbieden. Op Couchsurfing profiteren gasten van het bed dat hen aangeboden wordt, terwijl er geen direct materieel belang is om dat te doen.

De deelnemers aan het experiment speelden 36 ronden van het spel. In de helft van de ronden moesten de deelnemers kiezen of ze hun tegenspeler konden vertrouwen. In de andere helft van de ronden waren zij degenen die vertrouwd konden worden. De spelers werden in elke ronde aan een andere tegenspeler gekoppeld. Voor zij hun keuze maakten, kregen de spelers die moesten kiezen of ze hun tegenspeler konden vertrouwen informatie over de reputatie van die tegenspeler. We hebben gevarieerd welke informatie de spelers kregen. De helft van de spelers kreeg alleen de standaardinformatie over de mate van betrouwbaarheid van hun tegenspeler in het verleden te zien. De andere helft van de speler kreeg ook informatie over de mate waarin de andere speler in het verleden anderen vertrouwd had.

Bevindingen en implicaties

De resultaten ondersteunen de theorie: we vonden dat het uitgebreide reputatiesysteem voor meer vertrouwen zorgt, maar alleen als degene die anderen vertrouwt daar zelf niet direct profijt van heeft. We vonden ook dat individuen die in het verleden meer anderen vertrouwd hadden zelf meer vertrouwd werden.

Eerder onderzoek ging ervan uit dat reputatiesystemen het vertrouwen tussen vreemden vergroten door informatie te verspreiden over de mate waarin potentiële transactiepartners in het verleden betrouwbaar zijn geweest. Onze resultaten laten zien dat reputatiesystemen ook op een andere manier voor meer vertrouwen kunnen zorgen. De uitbereiding van het

klassieke reputatiesysteem met informatie over de mate van vertrouwen in het verleden maakt gratis uitwisseling van goederen mogelijk. Het reputatiesysteem zorgt ervoor dat mensen die hun spullen gratis uitlenen daar toch iets voor terugkrijgen: een betere reputatie. Die reputatie zorgt ervoor dat zij in de toekomst zelf makkelijker toegang krijgen tot (gratis) spullen. Onze bevindingen suggereren dus dat reputatiesystemen er niet alleen voor zorgen dat mensen een reputatie opbouwen omdat ze vertrouwd *kunnen* worden, maar ook omdat ze door hun bijdrage aan de gemeenschap in het verleden het *verdienen* om vertrouwd te worden.

De stabiliteit van opvattingen voor en tijdens de COVID-19 pandemie

Tim Reeskens, Quita Muis, Inge Sieben, Leen Vandecasteele, Ruud Luijkx en Loek Halman

Oorspronkelijk artikel: Reeskens, R., Muis, Q., Sieben, I., Vandecasteele, L., Luijkx, R., & Halman, L. (2020). Stability or change of public opinion and values during the coronavirus crisis? Exploring Dutch longitudinal panel data. *European Societies*, doi: 10.1080/14616696.2020.1821075

Hoe ingrijpend het coronavirus en haar gevolgen ook mogen zijn, voor sociale wetenschappers vormt de pandemie een unieke kans om enkele maatschappelijke fenomenen te bestuderen. In ons onderzoek wilden we nagaan of en in welke mate de huidige pandemie een invloed heeft op de waarden en maatschappelijke oriëntaties van Nederlanders. Veruit de meeste wetenschappelijke inzichten rond de vorming van waarden gaan ervan uit dat kernwaarden zeer stabiel zijn, zelfs wanneer mensen geconfronteerd worden met negatieve gebeurtenissen. Waarden zoals religiositeit, politieke ideologie, en zelfs opvattingen over hoe democratieën zouden moeten werken, zijn gesocialiseerd op jonge leeftijd en zouden daarom vrij immuun zijn voor veranderingen. Maatschappelijke oriëntaties daarentegen, zoals politiek vertrouwen en beleidsvoorkeuren, zijn over het algemeen meer volatiel omdat zij een afspiegeling zijn van de omstandigheden waarmee we geconfronteerd worden. En als die omstandigheden slecht zijn, verliezen veel mensen hun vertrouwen in de politiek, om maar een voorbeeld te noemen.

Sociologische moderniseringstheorieën beschouwen de economische omstandigheden als cruciaal voor de vorming van waarden die mensen erop nahouden. De invloed van unieke gebeurtenissen, zoals de COVID-19 pandemie, op maatschappelijke oriëntaties zijn minder vaak