



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Strategic communication: theory and experiment

de Haan, T.

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

de Haan, T. (2012). *Strategic communication: theory and experiment*.

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Samenvatting (Summary in Dutch)

Communicatie speelt een centrale rol bij veel economische beslissingen. Een minister of een CEO die een hervorming wil doorvoeren zal zich eerst goed willen laten informeren. Maar wat gebeurt er met de communicatie als adviseurs zelf hun eigen belangen hebben? In een sollicitatie gesprek wil een werknemer zich positief onderscheiden van de andere kandidaten. Hoe kan iemand dit geloofwaardig doen? De analyse van deze problemen wordt gegeven in een tak van de economische literatuur genaamd 'strategische informatie transmissie'. In dit proefschrift probeer ik een bijdrage te leveren aan deze literatuur door theoretische analyse te combineren met experimenten in een economisch laboratorium. In het laboratorium krijgen mensen keuze-situaties voorgelegd en worden ze afhankelijk van de uitkomsten beloond. Door het experiment op gecontroleerde manier te variëren kan gekeken worden naar de invloed van specifieke ingrediënten van een situatie op de uiteindelijke communicatie die plaatsvindt, iets wat erg moeilijk is met data uit de dagelijkse wereld. Inzichten in gedrag zoals geobserveerd in het laboratorium kunnen weer bijdragen aan betere theorievorming.

Hoofdstuk 2 onderzoekt theoretisch en experimenteel een variant van het bekende 'job market signaling' model van Spence (1973). Dit model verklaart hoe investeren in scholing en het verkrijgen van een diploma gezien kan worden als een kostbaar en daarom geloofwaardig signaal, zelfs al zou de scholing zelf niets bijdragen aan kennis en vaardigheden. Dit hoofdstuk onderzoekt wat er in deze setting gebeurt als de ontvanger van het signaal niet precies kan bepalen hoeveel kosten en moeite het signaal gekost heeft (een student kan bijvoorbeeld op de dag van een examen ziek zijn en niet zo hoog scoren, hoewel hij/zij wel vele uren in het studeren heeft geïnvesteerd). Een theoretisch resultaat is dat voor lage waarden van 'ruizigheid' het kostbare signaal haar functie zou moeten verliezen. Een verrassend resultaat. In het experiment blijkt echter dat mensen bij een laag niveau van ruizigheid net zo investeren als theoretisch bij geen ruis. Daarnaast volgt zowel theoretisch als uit de resultaten van het experiment, dat hoe hoger het ruis-niveau, hoe hoger de investeringen die mensen maken. Hieruit kunnen we concluderen dat het bestaan van ruis in kostbare signaal communicatie een verklaring kan zijn voor hele hoge kostbare investeringen.

Hoofdstuk 3 rapporteert de resultaten van een experiment van het model van Austen-Smith en Banks (2000). In dit strategisch communicatie model kan de geïnformeerde partij ervoor kiezen zowel een kostbaar signaal als een gratis 'cheap-talk' bericht te versturen. Gebruikelijke theoretische concepten geven geen eenduidige voorspelling in deze setting. In het experiment blijkt dat participanten meer en betrouwbaarder communiceren dan verwacht en dat zeker als de belangentegenstelling tussen de geïnformeerde en ongeïnformeerd partij klein is, vrijwel alleen kostenvrije boodschappen worden ver-

stuurd. Echter, als de belangentegenstelling te groot wordt, dan proberen steeds meer mensen geloofwaardig te communiceren via het kostbare kanaal. Het 'bedrog aversie' model van Kartik (2009) lijkt een groot deel van de dynamiek in de resultaten goed te beschrijven.

Hoofdstuk 4 past de theorie van de strategische communicatie toe op het onderwerp van statistische discriminatie. In het model moeten potentiële werknemers kiezen of en hoeveel ze willen investeren in hun productiviteit. Vervolgens komt een potentiële werkgever via een ruizig signaal ten dele te de capaciteit van de werknemer te weten en moet deze beslissen of de werknemer ingehuurd wordt of niet. Coate en Loury (1993) laten zien dat er in deze setting discriminatie kan ontstaan tussen aanvankelijk identieke groepen wat potentiële productiviteit betreft. De resultaten van een laboratorium experiment door Fryer, Goeree en Holt (2005) laten echter geen asymmetrische uitkomst zien. Een verdere theoretische en experimentele analyse in dit hoofdstuk laat zien dat een kleine aanpassing van het model, namelijk het expliciet modelleren van competitie tussen werknemers van twee verschillende groepen, de uitkomst wel naar één van statistische discriminatie drijft.

Hoofdstuk 5 handelt over een ander onderwerp dan strategische communicatie. In een laboratorium experiment wordt onderzocht of het helpen van mensen bij het maken van een lastige keuze ervoor zorgt dat mensen minder bekwaam zijn als de hulp na een bepaald moment verdwijnt. Meer specifiek richt dit hoofdstuk zich op de beleids filosofie van het 'libertair-paternalisme'. Een bekende toepassing hiervan is het bewust ontwerpen van een 'goede' standaard optie. Het experiment laat zien dat als mensen eerst wennen aan het hebben van een goede standaard optie, ze de standaard optie ook relatief vaker blijven kiezen als deze niet meer een goede optie is. We vinden dat de zogeheten 'default-bias' vergroot kan worden door voorgaande ervaringen. Hoewel een eerste resultaat, kan dit een effect zijn waar beleidsmakers rekening mee moeten houden.