



מי תורם יותר – עשיר בלב או עשיר בכיס? הקשר בין עושר אובייקטיבי וסובייקטיבי ומתן תרומה



דנית עין-גר

פרופ' דנית עין-גר היא חברת סגל בפקולטה לניהול ע"ש קולר באוניברסיטת תל אביב. היא קיבלה תואר דוקטור מבית הספר למינהל עסקים באוניברסיטה העברית, ולאחר מכן יצאה להשתלמות פוסט-דוקטורט בבית הספר למינהל עסקים באוניברסיטת סטנפורד בארה"ב. הייתה גם חוקרת אורחת בבית הספר למינהל עסקים באוניברסיטת ברקלי בארה"ב בשנים 2017-2018. מעבדת המחקר שלה עוסקת בהתנהגות צרכנים תוך התמקדות בהתנהגות פרו-חברתית בערוצים הדיגיטליים.

תקציר

מחקר זה מציג ממצאים חדשים על הקשר בין עושר ומתן תרומות. ההנחה הרווחת היא שמי שיש לו יותר תורם יותר, אך מחקרים קודמים הראו שזה לא תמיד כך. במחקר זה אני מראה כיצד תפיסות סובייקטיביות של עושר מתקשרות עם עושר אובייקטיבי, ויחד הן משפיעות על תרומות כספיות. כאשר אנשים מרגישים עשירים הם נוטים לתרום יותר, בעיקר אם הם גם עשירים אובייקטיבית. את הקשר הזה אני מדגימה בשני ניסויים שבהם אני מודדת עושר אובייקטיבי ומתפעלת תפיסת עושר סובייקטיבי. ממצאים אלה שופכים אור על חשיבותה של תחושת העושר הסובייקטיבית בהחלטה לתרום, ומראים כי תחושה זו יכולה להשתנות ללא קשר לכמה התורם עשיר מבחינה אובייקטיבית. אני דנה בהשלכות הפרקטיות של ממצאי מחקר זה להצלחתם של מהלכי גיוס תרומות.



יותר, כלומר להרגיש (בין היתר) יותר עשיר, ההשפעה על נתינה לאחרים היא לפעמים חיובית (Schlosser, & Levy, 2016) ולפעמים שלילית (Piff et al., 2010).

סיבה אחת לתוצאות הסותרות היא שמחקרים קודמים הבדילו לעיתים רחוקות בין עושר אובייקטיבי (הכנסה, נכסים, תוכניות חיסכון וכיו"ב) לבין עושר סובייקטיבי (עד כמה אדם מרגיש עשיר). הבחנה זו חשובה מכיוון שהכנסות גבוהות לא יוצרות בהכרח תחושת עושר. לדוגמה, בעוד שיש יותר מ-18 מיליון מיליונרים בארה"ב, רק 13% מהם מדווחים שהם מרגישים עשירים (Ameriprise, 2019). נתק זה בין הנסיבות הפיננסיות האובייקטיביות לתחושה הסובייקטיבית של עושר אינו שכיח רק בקרב העשירים; סקרים מייצגים בארצות הברית מורים על מתאם חלש להפליא בין עושר סובייקטיבי ואובייקטיבי (למשל, $r=19$). (Netemeyer et al., 2018).

במאמר זה אני מציעה כי סך התרומה הכספית ייקבע לא רק על ידי המצב הכלכלי האובייקטיבי של התורם (המעיד על כמה הוא מסוגל לתרום), אלא גם על ידי התפיסה הסובייקטיבית שיש לאדם (המעידה עד כמה הוא מרגיש שהוא יכול להרשות לעצמו לתת מכספו לאחרים). לעשירים יש כמובן יותר ממה

אנשים עשירים הם פלח משמעותי עבור ארגוני צדקה, משום שאחוז מהותי מסך התרומות ניתנות על ידי מיעוט של תורמים עשירים (Schuit, Gouwenberg, & Bekkers, 2013). לכן, חשוב להבין כיצד ניתן למקסם מתן תרומה על פני קשת התורמים העשירים. הידע הזה יכול לסייע לארגוני צדקה למקסם את נתח הארנק של תורמים פוטנציאליים.

מחקרים קודמים המתעדים את הקשר בין עושרו של תורם למידת תרומתו הניבו ממצאים תמוהים ולעיתים סותרים. ישנם מחקרים המצביעים על כך שככל שאנשים מרוויחים יותר, כך הם גם בוחרים לתת יותר לנוזקים (Auten, Sieg, & Clotfelter, 2002; Kessler, Milkman, & Zhang, 2019; Korndörfer, Egloff, & Schmukle, 2015; Smeets, Bauer, & Gneezy, 2015). אולם ישנם גם מחקרים שמראים את ההפך (Côté, House, & Willer, 2015). כמו כן, ישנם מחקרים שמשתמשים בסטטוס סוציו-אקונומי כפרוקסי למדד עושר, למשל מדד ה-SES המפורסם (Socioeconomic Status Scale; Tan, Jraus, Carpenter & Adler, 2020) שמודד איך האדם תופס את מצבו ביחס לאחרים ומשכלל השכלה, הכנסה וסוג תעסוקה. במחקרים אלה נמצא שאם גורמים לאדם להרגיש שהוא בסטטוס סוציו-אקונומי גבוה

לא יודעים אם תפיסת העושר הסובייקטיבית משפיעה באותה מידה על תורמים שהם אובייקטיבית עשירים או עניים.

במחקר זה ערכתי מניפולציה ישירה של תפיסת העושר הסובייקטיבית ובדקתי את ההשפעה האינטראקטיבית של תפיסה זו עם עושר אובייקטיבי. אני משערת כי האינטראקציה בין תפיסת עושר סובייקטיבית ובין מצב העושר האובייקטיבי תנבא כמה כסף אנשים יהיו מוכנים לתרום.

מחקר ראשון

שיטה

המשתתפים: 501 משתתפים התנדבו לענות על שאלון שהועבר בפלטפורמה האינטרנטית (*Mechanical Turk*) (*MTurk*) (גיל ממוצע = 36.57, 44% נשים). בתמורה למילוי השאלון קיבלו המשתתפים תשלום בסך \$ 0.5.

מהלך: כסיפור כיסוי נאמר למשתתפים שהמחקר עוסק באורח החיים וההרגלים היומיומיים של אנשים. ראשית, מדדתי את עושרם האובייקטיבי בכך שביקשתי מהם לציין את ההכנסה המשפחתית הממוצעת החודשית שלהם. לאחר מכן, כחלק מסיפור הכיסוי, המשתתפים ענו על ארבע שאלות דמוגרפיות הנוגעות לגילם, מגדרם, מספר האנשים במשק ביתם והשכלתם.

בשלב הבא הקציתי באופן אקראי את המשתתפים לאחד משני תנאי עושר סובייקטיביים. בכל תנאי דיווחו המשתתפים על הוצאותיהם השנתיות בקטגוריות המאופיינות בהוצאות בעלות גבוהה (חופשות מעבר לים, מסעדות מפוארות ואירועי בילוי יקרים).

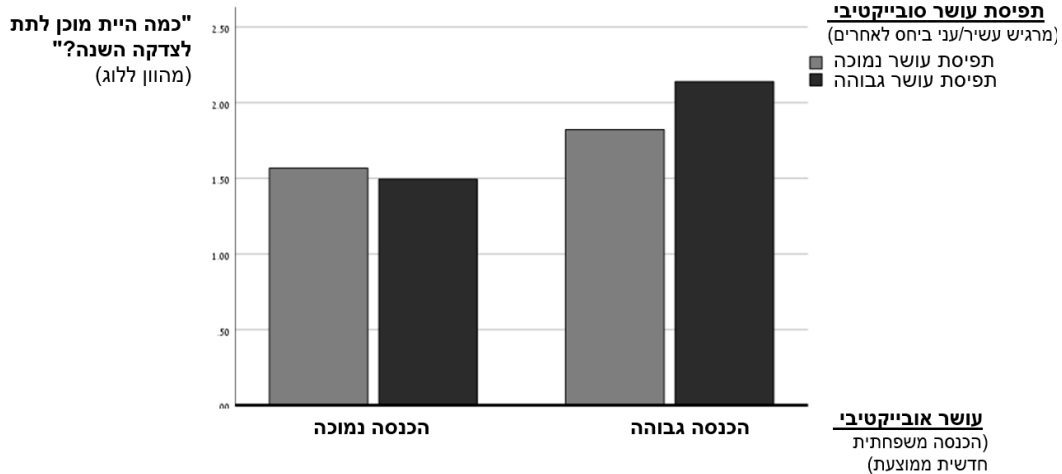
כאשר תיארתי כל קטגוריה, עשיתי מניפולציה לגבי ההוצאות של "רוב האנשים בארה"ב" בקטגוריה הזאת בשנה (למשל, "רוב האנשים בארה"ב הולכים ליותר מחמש מסעדות יוקרתיות (מצב עושר נמוך) / ליותר משתי מסעדות יוקרתיות (מצב עושר גבוה) כדי לחגוג אירועים משפחתיים וחגים מדי שנה". כאשר נבדקים משווים עצמם למספר גבוה (למשל, חמש מסעדות יוקרה בשנה) הם חשים עניים יותר לעומת נבדקים שמשווים את עצמם למספר נמוך (למשל, שתי מסעדות יוקרה בשנה). בנוסף, כדי לחזק את המניפולציה שיניתי את טווח קנה

לתת במונחים אבסולוטיים, אך נתון חשוב מגלה שמשקי בית בעלי הכנסה גבוהה תורמים אחוז קטן יותר מהכנסתם לצדקה מאשר משקי בית בעלי הכנסה נמוכה יותר (List, 2011). ממצא זה מראה שבתוך האוכלוסייה העשירה מתן צדקה אינו ממוקסם. במחקר זה אני מראה כי שונות בתפיסות הסובייקטיביות של עושר משפיעה על הנתינה, במיוחד בקרב העשירים מבחינה אובייקטיבית.

עושר הוא סוג של משאב אישי (Hobfoll, 2002), והראיות מוכיחות שכאשר אנשים מחזיקים בתפיסה הסובייקטיבית של מחסור במשאבים (ובכך פועלים תחת הלך רוח של מחסור), הם מתמקדים בעצמם ומונעים מהמוטיבציה לשמור על משאבים קיימים ולהשיג משאבים חדשים. (Hamilton et al., 2019; Levontin, Ein-Gar & Lee, 2015; Roux, Goldsmith & Bonji, 2015).

עד כה, מספר מחקרים מדדו או תפעלו תפיסת סטטוס סוציו-אקונומי כביטוי לתפיסה סובייקטיבית של עושר. מחקרים אלה הניבו תוצאות מעורבות על התנהגות פרו-חברתית (כגון מתן תרומה). אחת הסיבות לחוסר עקביות בממצאים עשויה לנבוע מכך שתפיסת סטטוס סוציו-אקונומי סובייקטיבי עשויה להפעיל קוגניציות שונות ולפעמים סותרות ומניעים פסיכולוגיים שונים לתרום (Whillans, Caruso, & Dunn, 2017). לשם המחשה, סטטוס סוציו-אקונומי נמוך (סובייקטיבי) עשוי להפעיל את תחושת השייכות, הסולידריות והמחויבות ההדדית לנוקדים ממעמד נמוך (Locke, 2003), מה שיכול להגביר התנהגות של מתן עזרה. מאידך, תפיסת סטטוס סוציו-אקונומי נמוך (סובייקטיבי) עלולה גם לפגוע בתחושת הערך העצמי והמסוגלות להשפיע (Boardman & Robert, 2000), מה שיכול דווקא להפחית את המוטיבציה לעזור לאחרים. לכן, מדד ספציפי יותר לתפיסה סובייקטיבית של עושר, מה שמתמקד בעיקר במשאבים פיננסיים, אמור להניב תוצאות עקביות יותר בחיזוי מתן צדקה.

מחקר אחד שמדד את שני סוגי העושר במסגרת סקר לאומי סיפק ממצאים ראשוניים. המחקר הראה כי תפיסות סובייקטיביות של מחסור במשאבים פיננסיים היו קשורות בהפחתת מתן צדקה, גם כאשר שולטים במודל הסטטיסטי בהכנסה האובייקטיבית (Wiepking & Breeze, 2012). לסקר הזה שתי מגבלות: האחת – שעושר סובייקטיבי נמדד אך לא תופעל. השנייה – שלא נבחנה ההשפעה של עושר סובייקטיבי על פני רמות העושר האובייקטיבי. כלומר, אנחנו



תוצאות המחקר הראשון מראות שעושר אובייקטיבי וסובייקטיבי משפיעים במשותף על מתן תרומות. באופן ספציפי יותר,

בקרב משתתפי הכנסה גבוהה יותר, אלה שהרגישו שיש להם מעט משאבים כספיים היו נכונים לתרום פחות כסף מאלו שהרגישו שיש להם משאבים כספיים רבים.

מטרת המחקר השני הייתה לשחזר את האפקט שנמצא במחקר הראשון, באמצעות מניפולציה אחרת של עושר סובייקטיבי ומדידה שונה של מתן תרומות.

המידה של סולם התשובות, במטרה להשפיע על התפיסה המבוססת על מיקום יחסי לאורך הסקאלה (Fox, Ratner & Lieb, 2005). באופן ספציפי, במצב העושר הנמוך הסולם נע עד לערכים גבוהים יותר מאשר במצב העושר הגבוה (למידע נוסף ראו נספח).

לבסוף, מדדתי מתן תרומה בעזרת השאלה: "כמה היית מוכן לתת לצדקה השנה?". תשובות המשתתפים הציגו את המשתנה התלוי בניחות הסטטיסטית. לאחר שהמשתתפים השלימו את המחקר, הם תודרכו לגבי מטרותיו.

מחקר שני

שיטה

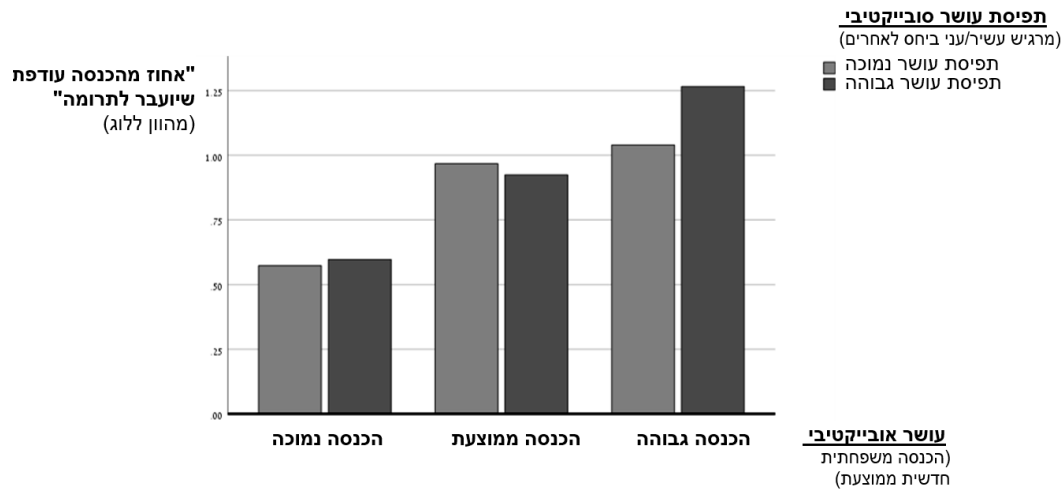
המשתתפים: 794 משתתפים התנדבו לענות על שאלון שהועבר בפלטפורמה האינטרנטית (MTurk) (גיל ממוצע = 37.5, 57.8% גברים), בתמורה לתשלום של \$0.70. כסיפור כיסוי נאמר למשתתפים שהמחקר עוסק באופן שבו אנשים מוציאים את כספם.

מהלך: כמו במחקר 1, בהתחלה ענו המשתתפים על שאלות דמוגרפיות כגון גיל, מין, מספר אנשים במשק הבית וחינוך. השאלה האחרונה במערך זה ביקשה מהמשתתפים לציין את הכנסתם המשפחתית הממוצעת החודשית, ששימשה כמדד לעושר אובייקטיבי.

תוצאות

ערכתי רגרסיה שבה עושר אובייקטיבי (מהוון ללוג) ועושר סובייקטיבי (שני תנאי המניפולציה) ניבאו את סכום התרומה המדווח. התוצאות לא הראו כל השפעה עיקרית לעושר אובייקטיבי או סובייקטיבי. חשוב לציין שכפי שנחזה, האינטראקציה בין עושר אובייקטיבי לעושר סובייקטיבי ניבאה את כמות התרומות המיועדות: $(b = 0.285, se = 0.133, t = 2.15, CI\ 95\% (0.025, 0.546))$

פירוק האינטראקציה הראה כי השפעת העושר הסובייקטיבי על תרומות הייתה משמעותית רק לרמות הגבוהות $(4.398+)$ של עושר אובייקטיבי: $(b = 0.347, se = 0.134, t = 2.581, 95\% CI (0.083, 0.611))$



תוצאות

תחילה וידאתי שהמניפולציה של תפיסת עושר סובייקטיבי הצליחה. נבדקים בתנאי של עושר גבוה, שהשוו את מצבם לחציון נמוך, העידו שמצבם הכלכלי טוב יותר ($M = .44$, $SD = 2.25$) מנבדקים בתנאי של עושר נמוך, שהשוו את מצבם לחציון גבוה ($M = -.96$, $SD = 2.25$) והבדל זה נמצא מובהק סטטיסטית ($t(792) = 8.74$, $p < .001$).

כמו במחקר 1, ערכתי ניתוח רגרסיה שבו עושר אובייקטיבי (מהוון ללוג) ועושר סובייקטיבי (שני תנאי המניפולציה) ניבאו את סכום התרומה המדווח. התוצאות לא הראו שום השפעה עיקרית של מניפולציה של עושר סובייקטיבי, אך הייתה השפעה מרכזית של עושר אובייקטיבי: ($b = 0.280$, $se = 0.041$, $t = 6.870$, $95\% \text{ CI } (0.200, 0.360)$)

חשוב מכך, ובהתאם למחקר 1, האינטראקציה בין עושר אובייקטיבי לעושר סובייקטיבי ניבאה את סכום התרומה: ($b = 0.1785$, $se = 0.081$, $t = 2.187$, $95\% \text{ CI } (0.018, 0.337)$)

פירוק האינטראקציה חשף כי השפעת העושר הסובייקטיבי על תרומות הייתה משמעותית רק ברמות הגבוהות ($+0.828$) של עושר אובייקטיבי: ($b = 0.173$, $se = 0.088$, $t = 1.959$, $95\% \text{ CI } (-0.000, 0.345)$)

בשלב הבא הקציתי משתתפים באופן אקראי לאחד משני תנאי תפיסת העושר הסובייקטיבי; גבוה או נמוך. המשתתפים קראו כי ההכנסה החודשית החציונית לנפש בארה"ב היא 2,600 דולר / 5,200 דולר, והתבקשו לציין את מיקומם בהשוואה לחציון ההכנסה החודשי בארה"ב בסולם של 4- (נמוך מאוד) עד 4+ (גבוה במיוחד).

בתנאי העושר הסובייקטיבי הגבוה המשתתפים דירגו את עצמם ביחס להכנסה חודשית נמוכה (2,600 דולר), ואילו בתנאי העושר הסובייקטיבי הנמוך המשתתפים דירגו את עצמם ביחס להכנסה חודשית גבוהה (5,200 דולר).

לאחר מכן ביקשתי מהמשתתפים להקצות 20% מהכנסתם (בהנחה שכבר כל ההוצאות החיוניות הושלמו) לחמש קטגוריות הוצאה: חיסכון או השקעות; לקנות דברים שאני צריך; לקנות דברים שאני רוצה; בילוי והסעדה בחוץ; ותרומה לצדקה.

למשתתפים נאמר שהם חופשיים לחלק את סכום הכסף (שמהווה 20% מהכנסתם) בין הקטגוריות כרצונם, אך עליהם לציין סכום בכל קטגוריה החל מ-1 דולר וכי עליהם לנסות להיות מציאותיים ככל שניתן בהתחשב בתקציב שלהם. כמות הכסף שהוקצתה לקטגוריית התרומה שימשה כמשתנה התלוי בניית הסטטיסטי.

מחקר זה משחזר את תוצאות המחקר הראשון ומוסיף להן. במחקר זה המשתתפים שקלו לתרום כחלק מהחלטה כוללת כיצד להקצות משאבים כספיים עודפים. עם זאת, התוצאות מראות כי בקרב אלה שיש להם יותר משאבים כספיים מבחינה אובייקטיבית, התרומות היו תלויות בתפיסה הסובייקטיבית של עושר.

דיון מסכם

תוצאות מחקר זה שופכות אור על יחסי הגומלין בין עושר אובייקטיבי לעושר סובייקטיבי, ומדגימות כיצד אנשים עשירים מבחינה אובייקטיבית תורמים כתלות במידת העושר הסובייקטיבית שהם חשים.

מחקר זה סיפק הוכחות להשפעה של עושר סובייקטיבי על מתן צדקה על ידי תפעול תחושה זו על פני קשת העושר האובייקטיבית. בכך מדגים המחקר כיצד ניתן באמצעות תפעול תחושת עושר להשפיע על סכומי תרומה.

במחקר זה מצאנו שתפיסת העושר הסובייקטיבי השפיעה בעיקר על תורמים עשירים אובייקטיבית, ופחות על תורמים בעלי אמצעים כלכליים דלים יותר. כלומר, ממצאים אלה מרמזים לאפשרות שקשה לייצר תחושה סובייקטיבית של עושר רב בקרב אנשים שאין להם, אבל קל לייצר תחושה סובייקטיבית של עושר מועט יחסית בקרב אנשים שיש להם. אולם יש צורך במחקר עתידי נוסף כדי להסיק זאת באופן ודאי.

קיימת האפשרות שהליכי התפעול הספציפיים שיושמו במחקר זה השפיעו באופן שונה על עשירים ועניים. כלומר, שאנשים בעלי עושר רב או מועט מבחינה אובייקטיבית הושפעו בצורה שונה מהתפעולים שמטרתם הייתה לייצר תפיסה סובייקטיבית של עושר. למשל, יכול להיות שלאנשים עניים מבחינה אובייקטיבית קשה יותר להרגיש עשירים סובייקטיבית. זו נקודה חשובה שמחקר עתידי צריך לבחון.

יש הטוענים שהסיבה שהעשירים נותנים פחות באופן יחסי ליכולתם, נובעת מכך שאנשים בעלי סטטוס סוציו-אקונומי גבוה נוטים להיות יותר עצמאיים ומרוכזים בעצמם וברצון

שלהם לשלוט באחרים, ולכן הם פחות פרו-חברתיים באופן כללי (Adler & Kwon, 2009). לעומת זאת, אנשים בעלי סטטוס סוציו-אקונומי נמוך תלויים יותר זה בזה: הם מבלים יותר זמן בטיפול באחרים (Argyle, 1994), יש להם קשרי משפחה מורחבים חזקים יותר (Lareau, 2002), הם משולבים יותר ברשתות חברתיות התלויות בסיוע הדדי, ולכן באופן כללי הם יותר פרו-חברתיים. ממצאי המחקר הנוכחי מבקרים את התיאוריה הזו, שכן העשירים שמרנישים עשירים, לכאורה יותר עצמאיים ומרוכזים בעצמם ולכאורה אמורים לא להיות פרו-חברתיים. אולם במחקר זה נמצא כי דווקא העשירים הם אלו שתורמים הכי הרבה.

לאור הראיות החזקות לקשר החיובי בין עושר אובייקטיבי, עושר סובייקטיבי והסכום הכולל שנתרם לארגוני צדקה, אין זה מפתיע שאירועי גיוס כספים כגון ארוחות ערב חגיגיות, קונצרטים בהשתתפות מפורסמים ושאר אירועי גאלה, מכוונים בעיקר לתורמים העשירים ביותר. אולם הממצאים לעיל מצביעים על כך שפעילויות אלה יצליחו אך ורק אם רוב המשתתפים ירגישו עשירים. אם האירועים יקבלו גוון תחרותי שעלול לגרום לחלק מהמשתתפים להרגיש פחות עשירים יחסית לאחרים – האירוע כנראה יצליח לגייס פחות מהמצופה.

מחקר זה חשף שני הליכים שבאמצעותם השתנתה תפיסת העושר הסובייקטיבית. בהתחשב בהשפעתה של תפיסה זו על מתן צדקה, מחקר עתידי יכול להרוויח מזיהוי פרוצדורות אחרות העשויות להשפיע על תפיסת העושר הסובייקטיבית של אנשים.

ראוי לציין כי פעילויות צדקה רבות מתפעלות מבלי ידיעתן תפיסה עושר סובייקטיבי בצורה שאיננה בהכרח לטובתן. למשל, הכרה שאדם עשיר תרם הרבה כסף עלולה לגרום לתורמים אחרים להרגיש פחות עשירים. תוצאות מאמר זה מראות כי אין די במיקוד מאמצי גיוס תרומה בקרב תורמים עשירים באופן אובייקטיבי. בקשת התרומה צריכה לוודא שהיא מפעילה בקרב התורמים הפוטנציאליים חוויה סובייקטיבית של עושר, או לפנות לתורמים בסיטואציות שבהן הם חווים תחושה אישית של שפע כלכלי.

danite@tauex.tau.ac.il

פרופ' דנית עין-גר

- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2009). Social Capital: The Good, the Bad, and the Ugly. *Knowledge and Social Capital Foundations and Applications*, 89. DOI:10.2139/ssrn.186928
- Ameriprise, Global Wealth DataBook, 2019: <https://ir.ameriprise.com/news-events/news-releases/press-release/2019/Majority-of-Investors-with-1-Million-or-More-in-Assets-do-not-Consider-Themselves-Wealthy-According-to-Ameriprise-Study/default.aspx>
- Argyle, M. (1994). *The psychology of social class*. Psychology Press.
- Auten, G. E., Sieg, H., & Clotfelter, C. T. (2002). Charitable Giving, Income, and Taxes: An Analysis of Panel Data. *American Economic Review*, 92(1), 371–382.
- Boardman, J. D., & Robert, S. A. (2000). Neighborhood socioeconomic status and perceptions of self-efficacy. *Sociological Perspectives*, 43(1), 117–136.
- Côté, S., House, J., & Willer, R. (2015). High Economic Inequality Leads Higher-income Individuals to be Less Generous. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(52), 15838–15843.
- Fox, C. R., Ratner, R. K., & Lieb, D. S. (2005). How Subjective Grouping of Options Influences Choice and Allocation: Diversification Bias and the Phenomenon of Partition Dependence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 134(4), 538–551.
- Hamilton, R., Thompson, D., Bone, S., Chaplin, L. N., Griskevicius, V., Goldsmith, K., Zhu, M. (2019). The effects of scarcity on consumer decision journeys. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(3), 532–550.
- Hobfoll, S. E. (2002). Social and Psychological Resources and Adaptation. *Review of General Psychology*, 6(4), 307–324.
- Kessler, J. B., Milkman, K. L., & Zhang, C. Y. (2019). Getting the Rich and Powerful to Give. *Management Science*, 65(9), 4049–4062.
- Korndörfer, M., Egloff, B., & Schmukle, S. C. (2015). A Large Scale Test of the Effect of Social Class on Prosocial Behavior. *PLOS ONE*, 10(7), e0133193.
- Lareau, A. (2002). Invisible inequality: Social class and childrearing in black families and white families. *American sociological review*, 747–776.
- Levontin, L., Ein-Gar, D., & Lee, A. Y. (2015). Acts of emptying promote self-focus: A perceived resource deficiency perspective. *Journal of Consumer Psychology*, 25(2), 257–267.
- List, J. A. (2011). The market for charitable giving. *Journal of Economic Perspectives*, 25(2), 157–180.
- Locke, K.D. (2003). "Status and solidarity in social comparison: Agentive and communal values and vertical and horizontal directions." *Journal of Personality and Social Psychology* 84(3), 619–631.
- Netemeyer, R. G., Warmath, D., Fernandes, D., & Lynch, J. G. (2018). How Am I Doing? Perceived Financial Well-Being, Its Potential Antecedents, and Its Relation to Overall Well-Being. *Journal of Consumer Research*, 45(1), 68–89.
- Piff, P. K., Kraus, M. W., Côté, S., Cheng, B. H., & Keltner, D. (2010). Having less, giving more: The influence of social class on prosocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(5), 771–784.

Roux, C., Goldsmith, K., & Bonezzi, A. (2015). On the Psychology of Scarcity: When Reminders of Resource Scarcity Promote Selfish (and Generous) Behavior. *Journal of Consumer Research*, 42(4), 615-631.

Schlosser, A. E., & Levy, E. (2016). Helping others or oneself: How direction of comparison affects prosocial behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 26(4), 461-473.

Schuit, T., Gouwenberg, B., & Bekkers, R. (2013). *Geven in Nederland 2013: Giften, Nalatenschappen, Sponsoring en Vrijwilligerswerk*.

Smeets, P., Bauer, R., & Gneezy, U. (2015). Giving behavior of millionaires. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(34), 10641-10644.

Tan, Jraus, Carpenter and Adler (2020). The association between objective and subjective socioeconomic status and subjective well-being: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 146(11), 970.

Whillans, A. V., Caruso, E. M., & Dunn, E. W. (2017). Both selfishness and selflessness start with the self: How wealth shapes responses to charitable appeals. *Journal of Experimental Social Psychology*, 70, 242-250.

Wiepking, P., & Breeze, B. (2012). Feeling poor, acting stingy: The effect of money perceptions on charitable giving. *Journal of Philanthropy and Marketing*, 17(1), 13-24.

נספח: תפעול תפיסת עושר סובייקטיבי גבוה ונמוך (ניסוי 1)

High wealth perception	Low wealth perception
<p><i>Some</i> people in the US own at least one (<i>but not all</i>) of the following assets: house, car/ two-wheel, boat and recreational vehicle.</p> <p>Please mark which of the following do you personally own (Scale range 0-2)</p>	<p><i>Most</i> people in the US own at least one (<i>or more</i>) of the following assets: house, car/ two-wheel, boat and recreational vehicle.</p> <p>Please mark which of the following do you personally own (Scale range 0-5)</p>
<p><i>Some</i> people in the US travel at least once (<i>but some less</i>) to international locations during their vacations.</p> <p>Please mark how many international trips have you taken during your vacations in the past two years (Scale range 0-5)</p>	<p><i>Most</i> people in the US travel at least once (<i>but usually more</i>) to international locations during their vacations.</p> <p>Please mark how many international trips have you taken during your vacations in the past two years: (Scale range 0-10)</p>
<p><i>Some</i> people in the US go to more than one expensive entertainment events (sport games, music concerts, theatre etc.) every year.</p> <p>Please mark how many expensive entertainment events have you been to during the past year (Scale range 0-10)</p>	<p><i>Most</i> people in the US go to more than two expensive entertainment events (sport games, music concerts, theatre etc.) every year.</p> <p>Please mark how many expensive entertainment events have you been to during the past year (Scale range 0-20)</p>
<p>Some people in the US go to more than two fancy restaurants to celebrate family events and holidays every year.</p> <p>Please mark how many expensive restaurants have you dined at during the past year (Scale range 0-15)</p>	<p>Some people in the US go to more than five fancy restaurants to celebrate family events and holidays every year.</p> <p>Please mark how many expensive restaurants have you dined at during the past year (Scale range 0-30)</p>