

# **The Costs of Deception: Evidence From Psychology**

*by*

**Andreas Ortmann<sup>a</sup> and Ralph Hertwig<sup>b,\*</sup>**

<sup>a</sup>Center for Economic Research and Graduate Education, Charles University  
Economics Institute, Academy of Sciences of the Czech Republic  
Prague, CZ

<sup>b</sup>Psychology Department  
Columbia University, New York, USA

\*Correspondence: Andreas Ortmann, Ph.D.  
<mailto:ortmann@mpib-berlin.mpg.de> <mailto:ortmann@mpib-berlin.mpg.de> <mailto:aortmann@yahoo.com> CERGE-EI,  
Charles University and Academy of Sciences of the Czech Republic  
Politických veznu 7, 111 21 Prague 1, CZECH REPUBLIC  
[andreas.ortmann@cerge.cuni.cz](mailto:andreas.ortmann@cerge.cuni.cz) and [aortmann@yahoo.com](mailto:aortmann@yahoo.com)  
Tel: (011)(420)(2) 240 05 117 (office)  
*Alternatively:*  
(011)(49)(173) 65 05 191 (mobile)

Authors' note: We would like to thank Andrew Austin, Valerie M. Chase, Laura Mentz, Gerd Gigerenzer, Anita Todd, Peter M. Todd, Tom Wallsten, David Weiss, participants at the ESA/Public Choice meetings 2000 in Charleston, S.C., USA, and two referees for *Experimental Economics* for many constructive comments, and the Deutsche Forschungsgemeinschaft for its financial support (to the second author, research grant He 2768/6-1).

## Abstract

Recently, it has been argued that the evidence in social science research suggests that deceiving subjects in an experiment does not lead to a significant loss of experimental control. Based on this assessment, experimental economists were counseled to lift their de facto prohibition against deception to capture its potential benefits. To the extent that this recommendation is derived from empirical studies, we argue that it draws on a selective sample of the available evidence. Building on a systematic review of relevant research in psychology, we present two major results: First, the evidence suggests that the experience of having been deceived generates suspicion which in turn is likely to affect judgment and decision making of a non-negligible number of participants. Second, we find little evidence for reputational spillover effects that have been hypothesized by a number of authors in psychology and economics (e.g., Kelman, 1967; Davis and Holt, 1993). Based on a discussion of the methodological costs and benefits of deception, we conclude that experimental economists' prohibition of deception is a sensible convention that economists should not abandon.

## Abstrakt

V odborné literatuře zabývající se výzkumem v humanitních vědách se nedávno objevilo tvrzení, že „podvede-li“ experimentátor účastníky experimentu (tj. zatají-li před nimi pravý účel, resp. některé informace o experimentu), nemusí to nutně vést ke ztrátě kontroly nad experimentem. V důsledku toho bylo experimentálním ekonomům doporučováno, aby upustili od faktického zákazu podvodů v ekonomických experimentech, což by jim mělo umožnit využít potenciální výhody tohoto způsobu vedení experimentů. Ačkoliv se tato doporučení do jisté míry opírají o empirické studie, důkazy v jejich prospěch, jak ukazujeme, přehlíží některá dostupná fakta. Systematický průzkum relevantní psychologické literatury vede ke dvěma závěrům. Za prvé, existují důkazy o tom, že nezanedbatelné procento účastníků experimentu, kteří byli podvedeni, se stane podezřívavými vůči dalším experimentům, a to často ovlivní jejich úsudek a rozhodování. Za druhé, je jen málo důkazů pro to, že by podezřívavost vůči experimentátorovi u účastníka experimentu, který byl podveden, mohla ovlivnit i další subjekty. To je v rozporu s předpoklady mnoha výzkumníků v psychologii i ekonomii (např. Kelman, 1967 nebo Davis a Holt, 1993). Zvážení metodologických výhod a nevýhod podvodů v ekonomických experimentech nás nakonec vede k závěru, že zákaz podvodů je rozumnou konvencí, od které by ekonomové neměli upustit.

*Keywords:* Experimental economics, deception, reputational spillover effects

*JEL classification:* C72; C91