



N° d'ordre NNT : 2019LYSE2085

THÈSE de DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE LYON

Opérée au sein de

L'UNIVERSITÉ LUMIÈRE LYON 2

École Doctorale : ED 486 Sciences Économique et de Gestion

Discipline : Sciences économiques

Soutenue publiquement le 21 mai 2019, par :

Julien BENISTANT

Three essays in behavioral ethics on honesty and fairness.

Devant le jury composé de :

Benoît TARROUX, Professeur des universités, Gate Lyon Saint-Etienne, Président

Mathieu LEFEBVRE, Professeur des universités, Université de Starsbourg, Rapporteur

Astrid HOPFENSITZ, Maître de conférences HDR, Toulouse School of Economics, Rapporteuse

Agne KAJACKAITE, Chercheuse, Berlin Social Sciences Center (WZB), Examinatrice

Marie-Claire VILLEVAL, Directrice de Recherche, C.N.R.S., Directrice de thèse

Contrat de diffusion

Ce document est diffusé sous le contrat *Creative Commons* « [Paternité – pas de modification](#) » : vous êtes libre de le reproduire, de le distribuer et de le communiquer au public à condition d'en mentionner le nom de l'auteur et de ne pas le modifier, le transformer ni l'adapter.

Résumé de la thèse

La morale est la base de toutes choses et
la vérité est la substance de toute morale

Mahatma Gandhi

Les principes moraux ou éthiques sont des règles importantes qui régissent la conduite sociale des êtres humains. ¹. Ils jouent un rôle central dans le comportement humain : les êtres humains sont prêts à renoncer à des biens matériels ou même à risquer leur intégrité physique pour agir suivant ces principes. Certaines personnes donnent de l'argent à des organismes de bienfaisance ou à des sans-abri, d'autres s'abstiennent de mentir à d'autres alors que cela leur seraient profitable, et certaines sacrifient même leur vie pour des causes ou des principes moraux. Ces exemples expliquent pourquoi les principes éthiques ont attiré l'attention de nombreux chercheurs de différentes disciplines.

Les philosophes ont été les premiers à étudier l'éthique, selon une approche normative ou prescriptive. Leur but est de déterminer comment les personnes doivent se comporter pour être des individus éthiques ou moraux. Parmi les multiples théories proposées par la philosophie morale, deux d'entre elles ont été particulièrement influentes. La première est l'éthique déontologique qui stipule que la moralité d'une action doit être jugée sur l'adhésion de celle-ci à certaines règles ou principes. La seconde, l'utilitarisme, examine les conséquences de l'action plutôt que l'action en elle-même pour juger de sa moralité. Ces deux théories ont été au centre du débat entre philosophes.

¹Les termes moral et éthique sont utilisés de façon interchangeable dans cette thèse. Pour une discussion sur la différence entre ces deux termes voir par exemple Gino and Shalvi (2015).

Pour clarifier la distinction entre les deux approches et déterminer si les personnes sont plus susceptibles de suivre l'une ou l'autre, les chercheurs utilisent souvent les dilemmes dits du tramway et de la passerelle. Dans ces dilemmes éthiques hypothétiques, on demande aux individus de choisir entre deux options, l'une menant à la mort de cinq personnes et l'autre à la mort d'une seule personne. D'apparence simpliste, l'action associée à cette dernière option peut être moralement répréhensible. Dans le dilemme du tramway, les individus doivent imaginer le scénario suivant :

Un tramway roulant à vive allure se dirige vers cinq personnes qui seront tuées s'il poursuit sa course actuelle. La seule façon de les sauver est de tirer un levier qui fera tourner le tramway sur d'autres rails où il tuera une personne au lieu de cinq. Devriez-vous dévier le tramway pour sauver cinq personnes au détriment d'une seule ?

Dans le dilemme de la passerelle, une variante du dilemme du tramway, les individus doivent imaginer le scénario suivant :

Un tramway roulant à vive allure menace de tuer cinq personnes. Vous êtes debout sur une passerelle qui enjambe les voies ferrées entre le tramway et les cinq personnes. À côté de vous se trouve un cheminot qui porte un grand sac à dos. La seule façon de sauver les cinq personnes est de pousser ce travailleur sur les rails en contrebas. L'homme en mourra, mais son corps empêchera le tramway d'atteindre les autres. En ignorant les considérations juridiques, est-il acceptable de sauver les cinq personnes en poussant cet étranger vers la mort ?

Dans les deux scénarios, si les individus décident de ne pas tirer le levier ni de pousser le travailleur, leurs décisions suivent la prescription de l'éthique déontologique : on ne peut volontairement pas nuire aux autres, indépendamment des conséquences de son action. Inversement, si les individus décident de tirer le levier ou de pousser le travailleur, leurs choix s'inscrivent dans la vision utilitariste de l'éthique. Dans ce cas,

les individus privilégient l'option la moins dommageable socialement en choisissant de tuer une personne au lieu d'en laisser mourir cinq. Au laboratoire, lorsque les participants font face à ces dilemmes, ils ont tendance à favoriser l'option utilitariste dans le dilemme du tramway (c.-à-d. tirer le levier) tandis qu'ils favorisent l'option déontologique dans le dilemme de la passerelle (c.-à-d. ne pas pousser l'homme) (par ex. Kamm, 1998; Greene et al., 2001). Cette apparente incohérence dans le jugement moral des participants a alimenté le débat en philosophie morale mais montre aussi les limites de l'approche normative de l'éthique. En effet, elle suggère que les jugements éthiques des individus, et par extension leurs décisions, ne suivent pas des règles gravées dans le marbre mais sont plutôt influencés par le contexte.

Par conséquent, parallèlement à cette approche prescriptive de l'éthique, d'autres chercheurs ont commencé à utiliser une approche positive de l'éthique. Au lieu de déterminer ce que les individus devraient faire pour se comporter de façon éthique, leur but est de déterminer pourquoi les individus se comportent de façon éthique dans certains cas mais pas dans d'autres.

Les psychologues ont une longue tradition d'étude du comportement éthique en utilisant des expériences sans incitations monétaires. Grâce à celle-ci, ils ont développé plusieurs théories pour expliquer le comportement moral des individus. Certaines théories postulent que les individus ont besoin d'acquérir des aptitudes au raisonnement moral pour pouvoir se comporter de façon éthique. Autrement dit, un certain niveau de développement moral doit être atteint pour pouvoir suivre les principes éthiques (par ex. Kohlberg, 1981; Rest, 1986). Plus récemment, certains psychologues ont contesté ces théories et introduit l'idée que la prise de décision morale est surtout intuitive (par ex. Haidt, 2001), le raisonnement moral n'étant utilisé que pour créer des justifications *post-hoc* sur ce que les individus ont décidé de faire de façon intuitive. En travaillant avec des neuroscientifiques, les psychologues ont également souligné le rôle central des émotions dans le jugement et la prise de décision d'ordre moral qui dépendent des

capacités empathiques des individus (par ex. Greene et al., 2001; Moll et al., 2005, 2008; Raine and Yang, 2006; Raine, 2008; Decety and Batson, 2009).

En économie, l'histoire de l'étude du comportement moral est plus complexe. Au début du développement de l'économie moderne, les principes moraux et éthiques étaient considérés comme essentiels pour expliquer les comportements d'ordre économiques. Adam Smith, qui est souvent décrit comme le fondateur de la science économique moderne, décrit dans son premier livre que les vertus telles que la justice, la prudence et la bienveillance sont les principales forces motrices du comportement humain (Smith, 1759).² Avec le deuxième livre d'Adam Smith, *The Wealth of Nation* (Smith 1723-1790, 2000), et le travail d'économistes comme David Ricardo ou John Stuart Mill, la morale est devenue de moins en moins un sujet central dans la discipline. L'affaiblissement des liens entre l'économie et la notion de morale est illustré par le concept de l'*Homo Economicus*, né au XIXe siècle. Cette théorie décrit l'agent économique comme un être égoïste, rationnel et amoral. Les paroles d'Amartya Sen, lauréat du prix Nobel d'économie 1998 illustrent le détachement des économistes du concept de l'éthique : la nature de l'économie "a été considérablement appauvrie par la distance grandissante entre économie et éthique" (Sen, 1987). Selon la théorie, plus récente, de « l'économie du crime », face à un dilemme éthique, l'*Homo Economicus* n'est censé se comporter de manière éthique que si les récompenses matérielles du comportement éthique l'emportent sur les incitations monétaires associées au comportement non éthique (par ex. Becker, 1968). Ainsi, les agents économiques ne sont censés réagir qu'aux changements exogènes des incitations monétaires, tels que la probabilité d'être pris en flagrant délit lors d'un méfait. Ce n'est qu'au cours des dernières décennies que les économistes ont commencé à repenser le modèle *Homo Economicus* sur la base de preuves expérimentales montrant que les individus valorisent les principes éthiques et s'inquiètent du bien-être des autres. Ces observations ont donné naissance au domaine de l'économie comportementale (par ex. Thaler, 2016).³

²Pour récente révision des travaux d'Adam Smith, voir Smith and Wilson (2019).

³Ce paragraphe est évidemment une simplification de l'Histoire de la pensée économique car il ne constitue pas le thème principal de cette thèse. Avant la naissance de l'économie comportementale, certains

Malgré leurs différences méthodologiques et conceptuelles, les chercheurs en psychologie et en économie qui étudient les comportements éthiques contribuent au domaine de l'éthique comportementale.⁴ Dans ce domaine de recherche, les chercheurs visent un objectif similaire qui est : « l'étude des moyens systématiques et prévisibles par lesquels les individus prennent des décisions éthiques » (Bazerman and Gino, 2012). Leurs résultats convergent tous vers une observation. La prise de décision éthique n'est pas absolue, les personnes qui sont éthiques dans un contexte peuvent se comporter de façon contraire à l'éthique dans un autre contexte. Ainsi, la moralité est malléable plutôt que d'être un trait stable ou les résultats d'une simple analyse coûts-bénéfices (par ex. Messick and Tenbrunsel, 1996; Bazerman and Gino, 2012). Cette thèse contribue à ce domaine de recherche florissant et met l'accent sur deux principes éthiques, l'honnêteté et l'équité. Dans les sections suivantes, je passe en revue les principaux résultats de la littérature sur les comportements liés à l'honnêteté et à l'équité en mettant l'accent sur les contributions de l'économie comportementale et je présente les contributions de cette thèse à chacun de ses axes de recherche.

(mal) Honnêteté

La notion de malhonnêteté englobe un large éventail de comportements, allant d'un petit mensonge à un collègue, en passant par le détournement d'argent jusqu'à la fausse déclaration des revenus aux autorités fiscales. De tels comportements sont, par nature, difficiles à observer car les individus essaient généralement de dissimuler leurs méfaits. Pour résoudre ce problème, les économistes comportementaux ont mis au point des jeux économiques en laboratoire dans lesquels les joueurs peuvent mentir pour gagner de l'argent aux dépens soit d'un autre participant, soit de l'expérimentateur. Les études sur la fraude fiscale ont été les premières à utiliser ce type de jeux économiques dans un cadre expérimental (par ex. Alm et al., 1992a,b, 1993). À la suite de ces premiers travaux, les économistes comportementaux ont mis au point deux grands types de jeux

auteurs, comme Gary Becker, avaient déjà souligné l'importance de considérer les individus comme n'étant pas purement intéressés par l'argent (par ex. Becker, 1976, 1978)

⁴Pour illustrer l'interdisciplinarité de ce domaine, on peut consulter le numéro spécial sur l'éthique comportementale publié en 2015 dans *Current Opinion in Psychology*. Les contributions vont de la biologie à la psychologie en passant par l'économie et la gestion.

pour étudier le comportement mensonger : les jeux envoyeur-receveur et les jeux d'auto-déclaration. Outre le mensonge, que l'on peut définir comme le fait de dire quelque chose de faux, les économistes comportementaux ont étudié d'autres types de comportements malhonnêtes. L'un d'entre eux est la tromperie qui est proche du mensonge mais qui n'implique pas nécessairement de mentir. En effet, quelqu'un peut tromper une autre personne en lui disant la vérité tout en sachant que l'autre ne le croira pas (voir Mahon (2016) pour une discussion approfondie sur le mensonge et la tromperie). Un autre comportement malhonnête étudié est la tricherie. Contrairement aux comportements décrits précédemment, la tricherie est plus générale et fait référence à un comportement qui enfreint certaines règles.

Les jeux envoyeur-receveur sont des jeux de communication à deux joueurs (par ex. Gneezy, 2005; Hurkens and Kartik, 2009; Sutter, 2009) qui suivent une conception similaire et qui sont issus de la littérature sur les jeux de conversation libre (par ex. Crawford and Sobel, 1982). Le premier joueur, l'envoyeur, reçoit des informations privées sur les conséquences monétaires de deux options. Ensuite, il choisit d'envoyer un message indiquant quelle option est la plus rentable pour le deuxième joueur, le receveur, qui lui n'a aucune information sur les conséquences des options. Sur la base de ce message, le receveur doit choisir l'une des deux options. Pour induire un dilemme éthique, les incitations sont discordantes, une option favorise généralement l'envoyeur plutôt que le receveur. Dans ce cas, l'envoyeur a un intérêt pécuniaire à tromper le receveur en lui envoyant le mauvais message. Des variations de cette version du jeu ont été largement utilisées pour étudier la tromperie, mais en utilisant cette version de base, Gneezy (2005) et (Sutter, 2009) ont rapporté qu'environ 40 % des envoyeurs ont choisi de tromper le receveur.

Dans les jeux d'auto-déclaration, les joueurs doivent rapporter le résultat d'une tâche simple qui est généralement un tirage au sort (le résultat d'un lancer de dé ou d'une pièce de monnaie) (par ex. Fischbacher and Föllmi-Heusi, 2013; Bucciol and Piovesan, 2011). Ces jeux se déroulent le plus souvent dans des conditions d'anonymat total vis-à-vis des autres joueurs et de l'expérimentateur. Les joueurs sont conscients des

gains associés à tous les résultats possibles et sont incités à mentir en déclarant avoir eu un tirage plus avantageux qu'en réalité. Le manque d'information sur l'honnêteté de chaque individu oblige l'expérimentateur à comparer la distribution des résultats rapportés à la distribution théorique (1/2 pour chaque face d'une pièce et 1/6 pour chaque face d'un dé) pour estimer le niveau de mensonge au niveau global. Dans un autre type de jeux d'auto-déclaration, le résultat que les joueurs doivent rapporter n'est pas basé sur le résultat d'un tirage au sort mais sur leur performance dans une tâche d'effort réel (par ex. Mazar et al., 2008). Dans ce cas, les expérimentateurs peuvent détecter la malhonnêteté au niveau individuel s'ils connaissent la véritable performance des joueurs. Dans les premières études qui utilisaient des jeux d'auto-déclaration, 86

Les études qui ont utilisé l'un de ces deux jeux ont toujours montré que les individus ne sont ni totalement malhonnêtes ni totalement honnêtes. Pour tenir compte de cette hétérogénéité, les chercheurs ont proposé l'existence d'un coût intrinsèque du mensonge (par ex. Erat and Gneezy, 2012; López-Pérez and Spiegelman, 2013; Gibson et al., 2013; Gneezy et al., 2013; Abeler et al., 2014; Kajackaite and Gneezy, 2017). Partant de ce point, la littérature se divise en deux parties, certaines études étudient la nature du coût intrinsèque du mensonge tandis que d'autres se concentrent sur les facteurs extrinsèques qui le modulent.

Dans la première partie de la littérature, trois propositions ont été faites au sujet du coût du mensonge. La théorie de « l'image de soi » affirme que les individus peuvent être malhonnêtes tant qu'ils peuvent se qualifier comme éthiques (par ex. Bénabou and Tirole, 2002; Mazar et al., 2008; Shalvi et al., 2011). Ainsi, le coût du mensonge représente à quel point un mensonge nuirait à l'image que l'on a de soi. Plus récemment, la théorie de la réputation a élargi cette première théorie en y intégrant les préoccupations liées à l'image sociale (, Bénabou and Tirole, 2006; Fischbacher and Föllmi-Heusi, 2013; Kajackaite and Gneezy, 2017; Khalmetski and Sliwka, 2017; Dufwenberg and Dufwenberg, 2018; Gneezy et al., 2018). En plus de se soucier de l'image qu'ils ont d'eux-mêmes, les individus sont censés se soucier de la façon dont les autres les voient. Par conséquent, le coût du mensonge reflète aussi la volonté des individus de ne pas paraître malhonnêtes vis-à-vis

des autres. Ces avancées théoriques sont importantes pour la discipline car elles aident à comprendre certains résultats comportementaux. Par exemple, dans Fischbacher and Föllmi-Heusi (2013), les auteurs montrent qu'une grande partie des participants ne mentent que partiellement : les participants déclarent avoir obtenu un 4 alors que déclarer un 5 serait plus rentable. Cela peut s'expliquer par le fait que les participants se soucient à la fois de leur image personnelle et de leur image sociale. Ils mentent en partie pour éviter de nuire à leur propre image morale et pour cacher leurs méfaits à l'expérimentateur. Outre les préoccupations relatives à l'image de soi et à l'image sociale, certains chercheurs ont proposé que le coût du mensonge représente une pure aversion au mensonge (par ex. Erat and Gneezy, 2012; López-Pérez and Spiegelman, 2013). Dans ce cas, les individus qui mentent souffrent émotionnellement en raison de la nature non éthique du mensonge. Cette aversion s'inscrit dans la vision déontologique de l'éthique qui affirme que la moralité d'une décision est uniquement basée sur le fait qu'une action suit un ensemble de règles, ce qui dans ce cas est l'honnêteté.

En plus des études précédemment mentionnées, une autre partie de la littérature porte sur les facteurs extrinsèques qui influent sur la tendance des individus à mentir.

Il a été démontré que le contexte social influe sur la malhonnêteté de deux façons. Premièrement, l'acte de mentir a souvent des conséquences sociales : d'autres personnes peuvent être lésés ou en bénéficier. Des études ont montré que plus les conséquences d'un mensonge sont néfastes, moins les individus se comportent de manière malhonnête (par ex. Gneezy, 2005). Inversement, quand d'autres personnes peuvent bénéficier de leur mensonge, les individus sont plus susceptibles d'être malhonnêtes (Erat and Gneezy, 2012). Une conséquence de ses résultats est que les individus utilisent les occasions leur permettant d'éviter d'être conscient des répercussions de leur malhonnêteté, surtout quand celles-ci sont négatives (par ex. Shalvi et al., 2011; Pittarello et al., 2015).

Deuxièmement, les individus ont l'occasion d'observer le comportement des autres car ils vivent dans un monde social et le comportement observé peut être malhonnête. Des expériences en laboratoire montrent que la malhonnêteté est contagieuse (par ex. Gino et al., 2009; Fosgaard et al., 2013; Innes and Mitra, 2013) bien que cela ne soit pas

systematique (par ex. Fortin et al., 2007). Quand on observe les actes malhonnêtes de ses pairs, cela indique qu'il est socialement acceptable de mentir. Ainsi, les individus qui mentent dans ce contexte souffrent d'un coût à mentir plus faible, les rendant plus susceptibles d'agir malhonnêtement. Une telle distorsion de la norme sociale sur l'honnêteté est endogène à certaines professions (Cohn et al., 2014) et est présente dans les cultures où les institutions sont plus faibles (Gächter and Schulz, 2016).

Sur une note plus familière pour les économistes, l'honnêteté est également affectée par le type d'incitations monétaires en jeu dans le contexte de décision. Intuitivement, on peut penser que la malhonnêteté est plus fréquente lorsque les incitations sont plus importantes, mais une récente méta-analyse montre que ce n'est pas le cas (Abeler et al., 2019). Certains résultats suggèrent que cela s'explique par le coût réputationnel du mensonge (Kajackaite and Gneezy, 2017). Contrairement au niveau des gains, la malhonnêteté est affectée par l'origine des gains. Les individus sont plus susceptibles de mentir pour éviter une perte que pour gagner plus d'argent (Grolleau et al., 2016; Garbarino et al., 2018), ce qui est conforme aux résultats de la littérature sur l'aversion aux pertes (par ex. Kahneman et al., 1986). De même, la nature des systèmes d'incitation influe sur la fréquence des comportements malhonnêtes. Il a été démontré que les incitations compétitives, largement utilisées pour améliorer les performances des travailleurs, augmentent les comportements malhonnêtes (par ex. Schwierien and Weichselbaumer, 2010; Belot and Schröder, 2013; Feltovich, 2018), même lorsque la compétition porte sur le statut social et non pas sur les gains monétaires (Charness et al., 2014). Une explication simple de ce résultat est que le mensonge est généralement plus rentable lorsque des incitations compétitives sont en jeu. Dans ce cas, le gain marginal du mensonge est augmenté en compétition. En outre, la compétition pourrait susciter un changement d'état d'esprit qui déshumaniserait les adversaires. Les actions malhonnêtes ciblant les adversaires sembleraient donc moins répréhensibles (par ex. Rigdon and D'Esterre, 2017). Enfin, la norme sociale en vigueur en compétition pourrait prescrire que la malhonnêteté est plus acceptable que dans d'autres contextes. Toutes ces explications vont

dans le sens de l'idée que l'incitation à mentir est en fait intégrée dans la nature même de la compétition (Kohn, 1992).

Dans cette thèse, nous contribuons à la littérature sur la malhonnêteté en étudiant comment elle est modulée par des facteurs contextuels et sociaux au cours d'une compétition. Des recherches antérieures ont déjà été menées sur le lien entre compétition et malhonnêteté, mais elles ont largement laissé de côté des facteurs fréquemment rencontrés dans la réalité, tels que l'identité sociale ou l'aspect dynamique de la compétition.

Le chapitre 1 étudie si la triche en compétition est sensible à la proximité sociale entre l'individu et son adversaire et à la nature du mensonge. La compétition se produit souvent dans un contexte social où les adversaires peuvent avoir créés des liens sociaux avec certains de leurs adversaires, induisant un sentiment d'appartenance à un même groupe social. Il a été démontré qu'une telle identité sociale biaise les individus, qui ont tendance à favoriser les membres du groupe (par ex. Akerlof and Kranton, 2000; Chen et al., 2009). On peut donc s'attendre à ce que l'identité sociale atténue la relation négative entre la compétition et la malhonnêteté.

Pour répondre à cette question, nous avons mis en place une compétition de Tullock à deux joueurs dans laquelle les scores finaux relatifs des participants déterminent leur probabilité de gagner la compétition. Le score final des participants est la somme de leur performance dans une tâche d'effort réelle et d'un nombre aléatoire qu'ils doivent rapporter. Dans un plan factorielle 2 x 2, nous varions, intra-sujet, si les participants doivent rapporter leur propre nombre aléatoire ou celui de leur adversaire. Les participants peuvent mentir pour augmenter leurs chances de gagner en sur-déclarant leur propre nombre aléatoire ou en sous-déclarant celui de leur adversaire. Nous manipulons aussi, entre les sessions expérimentales, l'existence d'une identité sociale en l'induisant, ou non, selon la procédure proposée par Chen et al. (2009). Cela nous permet de varier si les participants sont en compétition avec un adversaire de leur groupe social ou non. Nos hypothèses sont que les participants seraient moins enclins à mentir sur le nombre de leurs adversaires que sur le leur, car mentir sur la performance des autres est moralement

plus répréhensible que mentir sur sa propre performance (Rigdon and D'Esterre, 2015). Nous nous attendons également à ce que les participants soient moins susceptibles de mentir lorsqu'ils en compétition avec un adversaire de leur groupe social que lorsqu'ils sont en compétition avec un adversaire qui n'est pas de leur groupe sociale. Cette hypothèse s'appuie sur le fait que les individus ont tendance à favoriser les membres de leur propre groupe social (par ex. Tajfel and Turner, 1979; Akerlof and Kranton, 2000; Chen et al., 2009; Goette et al., 2006, 2012).

Nos résultats montrent que les participants mentent à la même fréquence dans toutes les conditions, ni le groupe social de leur adversaire ni la nature du nombre qu'ils doivent rapporter n'affectent leur comportement malhonnête. Ainsi, les comportements malhonnêtes en compétition sont insensibles à la distance sociale, contrairement à ce qui a été constaté dans des contextes non compétitifs (par ex. Jiang, 2015; Cadsby et al., 2016; Meub et al., 2016). Pour s'assurer que nos résultats sont robustes, nous implémentons un nouveau traitement dans lequel l'expérimentateur ne peut pas déterminer si un participant a menti ou non. Ce nouveau est motivé par des résultats montrant que cela a un effet sur la malhonnêteté (par ex. Gneezy et al., 2018). En effet, les participants qui sont sensibles à leur image sociale sont moins susceptibles de mentir quand l'expérimentateur peut le détecter précisément et ces mêmes participants pourraient également être sensibles à l'identité sociale de leur adversaire. Contrairement à nos attentes, dans ce nouveau traitement la malhonnêteté des participants n'est pas affectée par l'identité de leur adversaire. Cependant, les participants sont maintenant moins susceptibles de mentir sur le nombre de leur adversaire que sur leur propre nombre. Ce dernier résultat est conforme à l'idée que la réputation est une composante importante du coût du mensonge.

Le chapitre 2 examine si l'aspect dynamique de la compétition ainsi que les informations sociales sur le comportement (mal)honnête des autres affectent la malhonnêteté des individus. Ces deux aspects n'ont reçu que peu d'attention dans la littérature alors qu'il s'agit d'une composante importante de la compétition en situation réelle, car lorsqu'une

compétition est dynamique (c.-à-d. s'étale dans un laps de temps non négligeable), les individus peuvent recueillir des informations sur leurs adversaires.

Pour étudier cet aspect de la compétition, nous avons mis en œuvre une variante répétée de la tâche « die-under-the-cup » (Fischbacher and Föllmi-Heusi, 2013) avec des participants associés par paires. Les participants doivent rapporter le résultat d'un jet de dé et la somme de leurs rapports au cours des périodes détermine leur performance. Dans un plan factorielle 2x2 inter-sujets, nous varions si les participants sont payés à la pièce ou selon un tournoi. Nous varions également si les participants sont informés de façon continue sur la performance de leur homologue ou seulement informés à la fin du jeu. De plus, dans le cadre du tournoi, nous varions, inter-sujet, si un seul ou les deux participants dans chaque pair peuvent mentir. Cette dernière variation permet de vérifier si l'aptitude à mentir de l'adversaire est à l'origine de l'augmentation de la malhonnêteté observée en compétition par rapport à un environnement non compétitif. Nous nous attendons à répliquer les résultats précédents montrant qu'en tournoi, les participants mentiraient plus que dans un paiement à la pièce (par ex. Schwieren and Weichselbaumer, 2010; Belot and Schröder, 2013). Nous émettons aussi l'hypothèse que l'effet du tournoi sur la malhonnêteté dépend de l'aptitude de l'adversaire à mentir : s'il ne peut pas mentir, nous nous attendons à ce que les comportements malhonnêtes soient moins fréquents que lorsque l'adversaire est capable de mentir. Enfin, on s'attend à ce que les informations continues sur les rapports de l'autre participant augmentent la triche, par rapport aux traitements dans lesquels les informations ne sont données qu'à la fin du jeu. Nous soutenons aussi que cet effet serait plus important en cas de compétition, car les incitations monétaires à être malhonnête sont plus importantes que dans un paiement à la pièce.

Nos résultats ne valident que partiellement nos hypothèses. Nous montrons que les informations continues augmentent la malhonnêteté dans le paiement à la pièce mais pas dans le tournoi. Cependant, les participants imitent le comportement malhonnête de leur homologue dans les deux traitements, ce qui entraîne une augmentation significative de la malhonnêteté au cours du temps. Nous constatons également que les participants

mentent plus souvent dans le tournoi que dans le paiement à la pièce, comme attendu. Les participants sont aussi moins susceptibles de mentir lorsque leur adversaire ne peut pas tricher que lorsqu'il le peut. Cela confirme l'importance de la crainte d'être associé avec un adversaire malhonnête en tant que moteur du comportement mensonger en compétition. Enfin, dans le tournoi où l'adversaire ne peut pas mentir, les participants trichent autant que dans le paiement à la pièce. Cela suggère que les incitations compétitives seules ne sont pas suffisantes pour augmenter les comportements malhonnêtes par rapport aux incitations non compétitives. Contrairement à nos hypothèses, nos données montrent également que l'absence d'effet, au niveau global, des informations continues dans le tournoi est due à la réaction des hommes face à l'incertitude concernant la malhonnêteté de leur adversaire. Ils sont plus malhonnêtes que dans toute autre situation quand ils ne sont pas informés des performances de leur adversaire alors que les femmes y sont insensibles.

Équité

Outre le principe d'honnêteté, le comportement social est aussi largement influencé par un autre principe éthique, l'équité. En économie comportementale, l'équité fait référence aux préférences sociales des individus et englobe des concepts tels que l'altruisme (par ex. Fehr and Schmidt, 1999; Dana et al., 2011). Des comportements altruistes ont été rapportés dans des expériences utilisant le jeu du dictateur (Forsythe et al., 1994). Dans ce jeu, un joueur dans le rôle du "dictateur" doit partager une dotation d'argent entre lui-même et un autre joueur anonyme (le destinataire). Le dictateur décide librement de ce qu'il est prêt à partager sans risque d'être puni. De multiples expériences rapportent que les dictateurs partagent, en moyenne, 30 % de leur dotation (voir la méta-analyse de Engel, 2011), ce qui suggère que les individus ont un sens de l'équité qui les pousse à tenir compte des gains des autres lorsqu'ils prennent des décisions. Pour montrer si les individus réagissent lorsqu'ils sont traités de manière injuste, les économistes comportementaux ont utilisé le jeu de l'ultimatum. Dans ce jeu, contrairement au jeu du dictateur, le destinataire peut rejeter l'offre du proposant (alias le dictateur). S'il le fait, les deux joueurs ne reçoivent aucun gain. Les résultats

expérimentaux montrent que les destinataires sont prêts à rejeter les offres injustes bien que cela implique qu'ils ne gagneront rien (par ex. Güth et al., 1982; Camerer, 2003). Dans l'ensemble, les résultats de ces deux jeux montrent que les individus valorisent l'équité car ils font preuve d'altruisme et réciproque négativement aux comportements injustes.

Plusieurs théories ont été proposées par les économistes comportementaux pour expliquer les préférences sociales des individus. En particulier, la théorie de l'aversion à l'inégalité affirme que les individus sont averses aux inégalités même lorsque celles-ci sont avantageuses (Fehr and Schmidt, 1999; Bolton and Ockenfels, 2000). Ils ont également proposé que les individus cherchent à maximiser le bien-être social et prennent en compte l'intention des autres (Charness and Rabin, 2002). Enfin, certaines théories mettent l'accent sur le rôle de la réciprocité, elles supposent que les comportements justes sont réciproque à un comportement bienveillant d'une autre personne Rabin (1993); Falk and Ichino (2006). Outre l'aversion à l'inégalité, l'intention et la réciprocité, les préférences sociales sont également influencées par le contexte social. L'intérêt que porte les individus envers leur image sociale (Bénabou and Tirole, 2002) module leur générosité dans le jeu du dictateur : quand les individus sont exposés au regard des autres, ils ont tendance à donner plus (par ex. Andreoni and Bernheim, 2009). De plus, la norme sociale en jeu peut affecter le comportement des individus dans le jeu du dictateur (Bicchieri and Xiao, 2009; Krupka and Weber, 2013). D'autres facteurs influençant l'équité incluent la possibilité de cacher les conséquences sociales de ses actes (par ex. Dana et al., 2006), la distance sociale avec les personnes affectées par la décision (par ex. Chen et al., 2009), la légitimité de la dotation à redistribuer (p. ex. Cherry et al., 2002) et la formulation de la décision (par ex. List, 2007; Bardsley, 2008).

Le chapitre 3 contribue à cette littérature en identifiant un nouveau facteur qui affecte le niveau de générosité des individus. Il existe des preuves que les individus forment un point de référence à partir duquel ils comparent le montant qu'ils perçoivent réellement. Un montant inférieur au point de référence est ressenti comme une perte alors qu'un

montant supérieur est ressenti comme un gain (Kahneman and Tversky, 1979; Tversky and Kahneman, 1991; Köszegi and Rabin, 2006). Bien que très largement étudié par la littérature en économie comportementale, nous ne savons pas comment de telles pertes ou de tels gains se répercutent sur les préférences sociales et plus précisément sur la générosité. Pour déterminer si un tel effet est prévalent ou non, nous avons conçu une expérience dans laquelle les participants commencent par effectuer une tâche d'effort réel pour un salaire fixe, suivie d'un jeu du dictateur dans lequel ils doivent partager une dotation de 5€. Notre expérience est basée sur un plan factoriel 3x2 variant le niveau de salaire gagné pour la tâche d'effort réel et la révélation du salaire. Les participants peuvent recevoir trois niveaux de salaire : bas (5€), moyen (10€) ou élevé (15€). Dans un premier ensemble de conditions, le niveau de salaire est attribué au début de l'expérience et les participants ne connaissent pas les autres niveaux de salaire. Nous donnons aux participants le salaire correspondant dans une enveloppe avant qu'ils n'accomplissent la tâche d'effort réel. Dans l'autre ensemble de conditions, le niveau de salaire n'est indiqué qu'une fois que les individus ont accompli la tâche d'effort réel. Chaque niveau a la même probabilité d'être choisi et les participants sont au courant des trois niveaux de salaire possibles. Les participants reçoivent, dans une enveloppe, le salaire moyen avant la tâche d'effort réel à laquelle on retire de l'argent si le salaire sélectionné est bas ou on ajoute de l'argent si le salaire sélectionné est élevé. Dans cet ensemble de conditions, nous nous attendons à ce que les participants évaluent le salaire tiré au sort en fonction des autres niveaux de salaire potentiels alors qu'ils ne peuvent pas le faire dans le premier ensemble de conditions. Nous recueillons également des mesures autodéclarées et physiologiques des émotions. Grâce à ces mesures, nous sommes en mesure de déterminer si la comparaison du salaire reçu avec les autres niveaux de salaires potentiels induit une réaction émotionnelle qui affecte les transferts ultérieurs dans le jeu du dictateur.

Nous dérivons nos hypothèses d'un modèle dans lequel les préférences sociales dépendent d'un point de référence (Kahneman and Tversky, 1979; Tversky and Kahneman, 1991; Köszegi and Rabin, 2006). Dans ce modèle, les participants ont des attentes

concernant ce qu'ils vont gagner à la fin de l'expérience. Cela dépend du salaire de référence et du transfert hypothétique qu'ils choisiraient s'ils recevaient effectivement leur salaire de référence. Nous supposons que le salaire de référence des participants est le salaire moyen, comme le prédisent à la fois le « statu quo » et la formation du point de référence fondée sur les attentes. Cela signifie que si le salaire élevé est sélectionné, il sera encodé comme un gain et si le salaire bas est sélectionné, il sera encodé comme une perte. Notre modèle prévoit que, pour le bas salaire, les participants qui reçoivent de l'information sur les autres niveaux de salaire seront moins généreux que les participants qui ne sont pas informés. Inversement, pour le salaire élevé, les participants informés transféreront plus que les participants non informés. La première prédiction est étayée par nos résultats, mais seulement pour les participants qui ont une aversion pour les pertes. La deuxième prédiction est également étayée par nos résultats pour tous les participants, quelle que soit leur attitude à l'égard des pertes. En ce qui concerne les émotions, bien que les participants éprouvent des émotions qui ont la valence attendue, lorsque le salaire réel est révélé, l'intensité de l'expérience émotionnelle n'a aucun pouvoir explicatif sur les transferts. Cela suggère que les émotions ne sont pas responsables des effets comportementaux que nous avons trouvés.

En manipulant l'information sur les autres niveaux de salaires et en montrant que cela impacte la générosité dans un jeu dictateur, nous montrons l'importance du contexte dans les comportements altruiste. Ces résultats s'inscrivent dans la lignée des études susmentionnées qui montrent que les manipulations subtiles du contexte dans lequel la décision est prise ont une incidence sur les décisions relatives à l'équité. Une conclusion prématurée pourrait être que les préférences sociales sont très contextuelles par nature, ce qui mettrait en doute le prédictif des modèles économiques. Une autre conclusion est que les préférences sociales sont plutôt stables chez les individus, mais que la compréhension de l'équité par l'étude du comportement exige un examen approfondi des circonstances des décisions. Cet examen peut à son tour fournir des informations intéressantes sur les motivations sociales et psychologiques des individus (Falk and Heckman, 2009).

Bibliography

- Abeler, J., A. Becker, and A. Falk (2014). Representative evidence on lying costs. *Journal of Public Economics* 113, 96–104.
- Abeler, J., D. Nosenzo, and C. Raymond (2019). Preferences for Truth-Telling. *Econometrica*. Forthcoming.
- Akerlof, G. A. and R. E. Kranton (2000). Economics and identity. *The Quarterly Journal of Economics* 115(3), 715–753.
- Alm, J., B. Jackson, and M. McKee (1992a). Institutional uncertainty and taxpayer compliance. *American Economic Review* 82(4), 1018–1026.
- Alm, J., B. R. Jackson, and M. McKee (1992b). Estimating the determinants of taxpayer compliance with experimental data. *National Tax Journal* 45(1), 107–114.
- Alm, J., B. R. Jackson, and M. McKee (1993). Fiscal exchange, collective decision institutions, and tax compliance. *Journal of Economic Behavior Organization* 22(3), 285 – 303.
- Andreoni, J. and B. D. Bernheim (2009). Social Image and the 50-50 Norm: A Theoretical and Experimental Analysis of Audience Effects. *Econometrica* 77(5), 1607–1636.
- Bardsley, N. (2008). Dictator game giving: Altruism or artefact? *Experimental Economics* 11(2), 122–133.
- Bazerman, M. H. and F. Gino (2012). Behavioral Ethics: Toward a Deeper Understanding of Moral Judgment and Dishonesty. *Annual Review of Law and Social Science* 8, 85–104.
- Becker, G. S. (1968). Crime and punishment: An economic approach. *Journal of Political Economy* 76(2), 169–217.
- Becker, G. S. (1976). Altruism, egoism, and genetic fitness: Economics and sociobiology. *Journal of Economic Literature* 14(3), 817–826.
- Becker, G. S. (1978). *The Economic Approach to Human Behavior*. Number 9780226041124 in University of Chicago Press Economics Books. University of Chicago Press.
- Belot, M. and M. Schröder (2013). Sloppy work, lies and theft: A novel experimental design to study counterproductive behaviour. *Journal of Economic Behavior and Organization* 93(C), 233–238.
- Bénabou, R. and J. Tirole (2002). Self-confidence and personal motivation. *Quarterly Journal of Economics* 117(3), 871–915.
- Bénabou, R. and J. Tirole (2006). Incentives and Prosocial Behavior. *American Economic Review* 96(5), 1652–1678.

- Bicchieri, C. and E. Xiao (2009). Do the right thing: but only if others do so. *Journal of Behavioral Decision Making* 22(2), 191–208.
- Bolton, G. E. and A. Ockenfels (2000). Erc: A theory of equity, reciprocity, and competition. *American Economic Review* 90(1), 166–193.
- Buccioli, A. and M. Piovesan (2011). Luck or cheating? A field experiment on honesty with children. *Journal of Economic Psychology* 32(1), 73–78.
- Cadsby, C. B., N. Du, and F. Song (2016). In-group favoritism and moral decision-making. *Journal of Economic Behavior & Organization* 128, 59–71.
- Camerer, C. F. (2003). *Behavioral game theory: Experiments in strategic interaction*. New York, NY, US: Russell Sage Foundation.
- Charness, G., D. Masclet, and M. C. Villeval (2014). The Dark Side of Competition for Status. *Management Science* 60(1), 38–55.
- Charness, G. and M. Rabin (2002). Understanding social preferences with simple tests. *The Quarterly Journal of Economics* 117(3), 817–869.
- Chen, Y., S. X. Li, and Y. Chen (2009). Group identity and social preferences. *American Economic Review* 97(4), 431–457.
- Cherry, T. L., P. Frykblom, and J. F. Shogren (2002). Hardnose the Dictator. *American Economic Review* 92(4), 1218–1222.
- Cohn, A., E. Fehr, and M. A. Maréchal (2014). Business culture and dishonesty in the banking industry. *Nature* 516(7529), 86–89.
- Crawford, V. P. and J. Sobel (1982). Strategic information transmission. *Econometrica* 50(6), 1431–1451.
- Dana, J., G. Loewenstein, and R. Weber (2011). Ethical Immunity: How people violate their own moral standards without feeling they are doing so. In D. De Cremer and A. E. Tenbrunsel (Eds.), *Behavioral business ethics: Shaping an emerging field*, pp. 197–216. New York: Psychology Press.
- Dana, J., R. A. Weber, and J. X. Kuang (2006, sep). Exploiting moral wiggle room: experiments demonstrating an illusory preference for fairness. *Economic Theory* 33(1), 67–80.
- Decety, J. and D. C. Batson (2009, 08). *Empathy and Morality: Integrating Social and Neuroscience Approaches*, pp. 109–127.
- Dufwenberg, M. and M. A. Dufwenberg (2018). Lies in disguise – A theoretical analysis of cheating. *Journal of Economic Theory* 175(175), 248–264.
- Engel, C. (2011). Dictator games: A meta study. *Experimental Economics* 14(4), 583–610.

- Erat, S. and U. Gneezy (2012). White Lies. *Management science* 58(4), 723–733.
- Falk, A. and J. J. Heckman (2009). Lab experiments are a major source of knowledge in the social sciences. *Science* 326, 535–538.
- Falk, A. and A. Ichino (2006). Clean Evidence on Peer Effects. *Journal of Labor Economics* 24(1), 39–57.
- Fehr, E. and K. M. Schmidt (1999). A theory of fairness, competition, and cooperation. *The Quarterly Journal of Economics* 114(3), 817–868.
- Feltovich, N. (2018). The interaction between competition and unethical behaviour : experimental evidence. *Experimental Economics*. Forthcoming.
- Fischbacher, U. and F. Föllmi-Heusi (2013). Lies in Disguise – An Experimental Study on Cheating. *Journal of the European Economic Association* 11(40), 525–547.
- Forsythe, R., J. L. Horowitz, N. E. Savin, and M. Sefton (1994). Fairness in Simple Bargaining Experiments. *Games and Economic Behavior* 6, 347–369.
- Fortin, B., G. Lacroix, and M. C. Villeval (2007). Tax evasion and social interactions. *Journal of Public Economics* 91(11-12), 2089–2112.
- Fosgaard, T. R., L. G. Hansen, and M. Piovesan (2013). Separating Will from Grace: An experiment on conformity and awareness in cheating. *Journal of Economic Behavior and Organization* 93, 279–284.
- Gächter, S. and J. F. Schulz (2016). Intrinsic honesty and the prevalence of rule violations across societies. *Nature* 531(7595), 496–499.
- Garbarino, E., R. Slonim, and M. C. Villeval (2018). Loss aversion and lying behavior. *Journal of Economic Behavior & Organization*. In press.
- Gibson, R., C. Tanner, and A. F. Wagner (2013). Preferences for Truthfulness : Heterogeneity among and within Individuals. *American Economic Review* 103(1), 532–548.
- Gino, F., S. Ayal, and D. Ariely (2009). Contagion and differentiation in unethical behavior: the effect of one bad apple on the barrel. *Psychological Science* 20(3), 393–8.
- Gino, F. and S. Shalvi (2015). Editorial overview: Morality and ethics: New directions in the study of morality and ethics. *Current Opinion in Psychology* 6, v–viii.
- Gneezy, U. (2005). Deception: The Role of Consequences. *American economic review* 95(1), 384–394.
- Gneezy, U., A. Kajackaite, and J. Sobel (2018). Lying Aversion and the Size of the Lie. *American Economic Review* 108(2).
- Gneezy, U., B. Rockenbach, and M. Serra-Garcia (2013). Measuring lying aversion. *Journal of Economic Behavior and Organization* 93, 293–300.

- Goette, L., D. Huffman, S. Meier, and B. L. Goette (2006). The Impact of Group Membership on Cooperation and Norm Enforcement: Evidence Using Random Assignment to Real Social Groups. *American Economic Review* 96(2), 212–216.
- Goette, L., D. Huffman, S. Meier, and M. Sutter (2012). Competition between organizational groups : Its impact on altruistic and anti-social motivations. *Management Science* 58(5), 948–960.
- Greene, J. D., R. B. Sommerville, and L. E. Nystrom (2001). An fMRI Investigation of Emotional Engagement in Moral Judgment. *Science (New York, N.Y.)* 293, 2105–2108.
- Grolleau, G., M. G. Kocher, and A. Sutan (2016). Cheating and loss aversion: Do people cheat more to avoid a loss? *Management Science* 62(12), 3428–3438.
- Güth, W., R. Schmittberger, and B. Schwarze (1982). An experimental analysis of ultimatum bargaining. *Journal of Economic Behavior Organization* 3(4), 367 – 388.
- Haidt, J. (2001). The Emotional Dog and Its Rational Tail: A Social Intuitionist Approach to Moral Judgment. *Psychological Review* 108(4), 814–834.
- Hurkens, S. and N. Kartik (2009). Would i lie to you? on social preferences and lying aversion. *Experimental Economics* 12(2), 180–192.
- Innes, R. and A. Mitra (2013). Is dishonesty contagious? *Economic Inquiry* 51(1), 722–734.
- Jiang, T. (2015). Other-regarding Preferences and Other-regarding Cheating - Experimental Evidence from China, Italy and the Netherlands. Mimeo.
- Kahneman, D., J. L. Knetsch, and R. Thaler (1986, September). Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market. *American Economic Review* 76(4), 728–741.
- Kahneman, D. and A. Tversky (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica* 47(2), 263–291.
- Kajackaite, A. and U. Gneezy (2017). Incentives and cheating. *Games and Economic Behavior* 102, 433–444.
- Kamm, F. M. (1998). *Morality, Mortality Volume I: Death and Whom to Save From It*. New York: Oxford University Press.
- Khalmetski, K. and D. Sliwka (2017). Disguising Lies – Image Concerns and Partial Lying in Cheating Games. CESifo Working Paper no. 6347.
- Kohlberg, L. (1981). *Essays on Moral Development, Vol. I: The Philosophy of Moral Development*. Harper Row.
- Kohn, A. (1992). *No contest : the case against competition*. Revised edition. Boston : Houghton Mifflin.

- Köszegi, B. and M. Rabin (2006). A model of reference-dependent preferences. *The Quarterly Journal of Economics* 121(4), 1133–1165.
- Krupka, E. L. and R. A. Weber (2013). Identifying social norms using coordination games: Why does dictator game sharing vary? *Journal of the European Economic Association* 11(3), 495–524.
- List, J. A. (2007). On the Interpretation of Giving in Dictator Games. *Journal of Political Economy* 115(3), 482–493.
- López-Pérez, R. and E. Spiegelman (2013). Why do people tell the truth? Experimental evidence for pure lie aversion. *Experimental Economics* 16(3), 233–247.
- Mahon, J. E. (2016). The definition of lying and deception. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Winter 2016 ed.). Metaphysics Research Lab, Stanford University.
- Mazar, N., O. Amir, and D. Ariely (2008). The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance. *Journal of Marketing Research* 45(6), 633–644.
- Messick, D. M. and A. E. Tenbrunsel (Eds.) (1996). *Codes of Conduct: Behavioral Research into Business Ethics*. Russell Sage Foundation.
- Meub, L., T. Proeger, T. Schneider, and K. Bizer (2016). The victim matters – experimental evidence on lying, moral costs and moral cleansing. *Applied Economics Letters* 23(16), 1162–1167.
- Moll, J., R. De Oliveira-Souza, and R. Zahn (2008). The neural basis of moral cognition: sentiments, concepts, and values. *Annals of the New York Academy of Sciences* 1124, 161–80.
- Moll, J., R. Zahn, R. D. Oliveira-souza, and F. Krueger (2005). The neural basis of human moral cognition. *Nature Reviews Neuroscience* 6, 799–809.
- Pittarello, A., M. Leib, T. Gordon-Hecker, and S. Shalvi (2015). Justifications Shape Ethical Blind Spots. *Psychological Science*, 1–15.
- Rabin, M. (1993, December). Incorporating Fairness into Game Theory and Economics. *American Economic Review* 83(5), 1281–1302.
- Raine, A. (2008, oct). From Genes to Brain to Antisocial Behavior. *Current Directions in Psychological Science* 17(5), 323–328.
- Raine, A. and Y. Yang (2006). Neural foundations to moral reasoning and antisocial behavior. *Social Cognitive and Affective Neuroscience* 1(3), 203–13.
- Rest, J. R. (1986). *Moral development: Advances in research and theory*. New York: Praeger.

- Rigdon, M. L. and A. D'Esterre (2015). The Effects of Competition on the Nature of Cheating Behavior. *Southern Economic Journal* 81.
- Rigdon, M. L. and A. D'Esterre (2017). Sabotaging Another: Priming Competition Increases Cheating Behavior in Tournaments. *Southern Economic Journal* 84(2), 456–473.
- Schwieren, C. and D. Weichselbaumer (2010). Does competition enhance performance or cheating? A laboratory experiment. *Journal of Economic Psychology* 31(3), 241–253.
- Sen, A. (1987). *On Ethics and Economics*. Oxford and New York: Basil Blackwell.
- Shalvi, S., M. J. J. Handgraaf, and C. K. W. De Dreu (2011). Ethical Manoeuvring: Why People Avoid Both Major and Minor Lies. *British Journal of Management* 22, 16–27.
- Smith, A. (1759). *The Theory of Moral Sentiments*. McMaster University Archive for the History of Economic Thought.
- Smith, V. L. and B. J. Wilson (2019). *Humanomics*, pp. i–i. Cambridge Studies in Economics, Choice, and Society. Cambridge University Press.
- Smith 1723-1790, A. (2000). *The wealth of nations*. New York : Modern Library, 2000.
- Sutter, M. (2009). Deception through telling the truth?! Experimental evidence from individuals and teams. *Economic Journal* 119, 47–60.
- Tajfel, H. and J. Turner (1979). *An Integrative Theory of Intergroup Conflict*. Monterey, CA: Brooks-Cole.
- Thaler, R. H. (2016). Behavioral economics: Past, present, and future. *American Economic Review* 106(7), 1577–1600.
- Tversky, A. and D. Kahneman (1991). Loss aversion in riskless choice: A reference-dependent model. *The Quarterly Journal of Economics* 106(4), 1039–1061.