

Experimentálna ekonómia

Cvičenie II - Metodologické základy II

Matej Lorko

matej.lorko@euba.sk

Materiály: www.lorko.sk

Referencie:

- Weimann, J., & Brosig-Koch, J. (2019). *Methods in experimental economics*. Springer International Publishing. Chicago

Meranie rizikových preferencií v laboratóriu

- V kontexte ekonomického modelu racionálnej voľby sa rozhodnutie človeka v zásade chápe ako akt výberu z dobre definovaného súboru alternatív, berúc do úvahy príslušné obmedzenia. Predpokladom takého výberu je existencia preferencií, ktoré zoradujú dostupné alternatívy podľa ich atraktivity. Toto zoradenie preferencií je reprezentované funkciou úžitku, ktorá priraduje hodnoty jednotlivým alternatívam.
- V zásade existujú 3 typy individuálneho rozhodovania: výber medzi alternatívnymi kombináciami tovaru/statku; rozhodnutie o tom, kedy konzumovať (spotreba dnes alebo v budúcnosti); a výber medzi lotériami, t. j. medzi rôznymi alternatívami ktoré so sebou nesú riziko.
- Rozhodnutie o tom kedy konzumovať predpokladá existenciu časových preferencií, ktoré sa používajú na ocenenie súčasnej a budúcej spotreby. Posun spotreby do budúcnosti spravidla znamená, že je potrebné dočasne sa spotreby zriecť, čo vedie k strate úžitku. V závislosti od rozsahu tejto straty, miera časovej preferencie udáva, o koľko vyššia musí byť budúca spotreba, aby zodpovedala súčasnej spotrebe.
- Rozhodovanie za rizika predpokladá, že ľudia majú určité rizikové preferencie. Na základe teórie očakávaného úžitku sa v ekonómii často rozlišujú tri triedy takýchto preferencií. O neutralite voči riziku hovoríme vtedy, ak je rozhodovateľ ľahostajný medzi lotériou a garantovaným výnosom, ktorý presne zodpovedá očakávanej hodnote lotérie. Ľudia s averziou voči riziku zasa uprednostňujú garantovaný výnos pred lotériou s rovnakou očakávanou hodnotou, pretože to je spôsob, ktorým riziko eliminujú. No a ľudia, ktorí riziko vyhľadávajú, uprednostňujú lotériu pred garantovaným výnosom, pretože si cenia šancu na výhru, ktorú lotéria ponúka.

Meranie rizikových preferencií v laboratóriu

- V laboratóriu môžu v princípe zohrávať úlohu všetky tri typy preferencií (preferencia alternatívnych kombinácií tovarov, časové preferencie a rizikové preferencie). Pomocou metódy indukovanej hodnoty sme už vysvetlili, ako sa modelujú prvé z nich. Časové preferencie zohrávajú v experimentoch rolu len zriedka, pretože rozhodnutia v laboratóriu majú zvyčajne dôsledky okamžite a nie až v ďalekej budúcnosti. Preto znalosť relevantnej časovej preferencie nie je zvyčajne taká dôležitá pre uskutočnenie experimentálnej štúdie – pokiaľ nie je špecificky zameraná presne na jej skúmanie.
- Úplne inak je to však s rizikovými preferenciami. V mnohých situáciách je nevyhnutné, aby experimentátor rizikové preferencie subjektov poznal. Napríklad, ak aukčný model vyžaduje, aby sa subjekty správali rizikovo neutrálnym spôsobom, a ak je Nashova rovnováha založená na tomto predpoklade, model možno testovať v laboratóriu iba na subjektoch, ktorí sú skutočne rizikovo neutrálni. Testovanie modelu na ľuďoch, ktorí sa vyhýbajú riziku, môže znamenať, že nebudeme pozorovať Nashovu rovnováhu, hoci model mohol byť potvrdený u subjektov s neutrálnym postojom k riziku.
- Otázkou samozrejme je, či sa preferencie rizika dajú vyvolať podobne ako preferencie pre kombinácie tovarov. Aby sme navodili neutralitu voči riziku, je potrebné splniť axiómu, ktorá hovorí o tom, ako by sa jednotlivci maximalizujúci očakávaný úžitok mali rozhodovať pri “lotériách”.

Meranie rizikových preferencií v laboratóriu

- Experimentálne výsledky však ukazujú, že najmä pre zložitejšie rozhodovacie situácie neexistuje teoretické opodstatnenie tvrdenia, že binárne lotérie indukujú rizikovú neutralitu. Z tohto dôvodu v mnohých experimentoch nie je možné rizikové preferencie obísť. Musíme ich merať. Existuje celý rad metód, ako to dosiahnuť.
- Najrozšírenejšou a najznámejšou metódou je viacpoložkový cenník (multiple price list), ktorý používali najmä Holt a Laury (2002) a preto je známy aj ako Holt-Laury metóda. V rámci tejto metódy musia subjekty urobiť sériu rozhodnutí medzi dvoma binárnymi lotériami. Lotéria A má výnosy, ktoré sú relatívne blízko seba, napríklad 2,00 USD a 1,60 USD. Lotéria B má rozdielnejšie výnosy, napríklad 3,85 USD a 0,10 USD. Desať riadkov medzi týmito dvoma lotériami sa líši z hľadiska pravdepodobnosti výplat.
- V prvých štyroch rozhodnutiach má lotéria A vyššiu očakávanú návratnosť ako lotéria B, t. j. subjekt s neutrálnym rozhodovaním by mal zvoliť lotériu A pre prvé štyri riadky. Človek, ktorý sa vyhýba riziku, neprejde na lotériu B pri piatom rozhodnutí a možno ani pri rozhodnutiach šesť až deväť (averzia k riziku znamená, že človek je ochotný akceptovať nižšiu očakávanú odmenu, ak to zníži riziko). Riadok v ktorom subjekt prejde od možnosti A do B, poskytuje informáciu o miere averzie k riziku.
- Pri Holt-Laury metóde sa zvyčajne nevyplácajú všetky riadky, ale iba jeden, náhodne vybraný. Vzhľadom na to, že vybraný riadok určuje náhoda, je najlepšou možnosťou pre každý subjekt rozhodnúť sa v každom riadku v súlade so svojimi rizikovými preferenciami. Tým sa vylúči možnosť strategického správania, v pri ktorej si subjekt vyberie lotériu, ktorá jeho preferenciám nezodpovedá.

■ **Table 2.3** Choices in the Holt-Laury method

Lottery A		Lottery B				
$p(\$2.00)$	$p(\$1.60)$	$p(\$3.85)$	$p(\$0.10)$	Expected value A	Expected value B	Difference
0.1	0.9	0.1	0.9	1.64	0.48	1.17
0.2	0.8	0.2	0.8	1.68	0.85	0.83
0.3	0.7	0.3	0.7	1.72	1.23	0.49
0.4	0.6	0.4	0.6	1.76	1.60	0.16
0.5	0.5	0.5	0.5	1.80	1.98	-0.17
0.6	0.4	0.6	0.4	1.84	2.23	-0.51
0.7	0.3	0.7	0.3	1.88	2.73	-0.84
0.8	0.2	0.8	0.2	1.92	3.10	-1.18
0.9	0.1	0.9	0.1	1.96	3.48	-1.52
1.0	0.0	1.0	0.0	2.00	3.85	-1.85

Meranie rizikových preferencií v laboratóriu

- Holt-Laury metóda má niekoľko výhod, vďaka ktorým sa používa pomerne často. Po prvé, je ľahko pochopiteľná a ľahko použiteľná. Okrem toho sú v nej do určitej miery zabudované kontroly, pomocou ktorých možno zistiť, či subjekty úlohu pochopili. Subjekt by si napríklad nemal vybrať A v poslednom riadku – pokiaľ neuprednostňuje istých 2,00 USD pred istými 3,85 USD. Okrem toho by rozhodnutia mali byť konzistentné. Po prechode z A do B by sa už tí, ktorí úlohu pochopili a správajú sa v súlade s očakávanou teóriou užitočnosti, nemali meniť späť na A. Ďalšou výhodou je, že metóda je kompatibilná so stimulmi.
- Okrem Holt-Laury však existujú aj iné metódy ktoré možno použiť na identifikáciu rizikových preferencií. Jednou z nich je metóda Becker-DeGroot-Marschak (BDM), v ktorej subjekty uvádzajú svoju „predajnú cenu“ za lotériu, teda minimálnu cenu, za ktorú sú ochotní predáť svoj “lotériový žreb”.
- Následne je náhodne vybraná „kúpna cena“ z určitého intervalu, zvyčajne medzi minimálnou a maximálnou výplatou lotérie. Ak je predajná cena vyššia ako kúpna cena, hrá sa lotéria; ak je nižšia, žreb sa predáva experimentátorovi za kúpnu cenu. V dôsledku náhodného výberu je metóda kompatibilná so stimulmi. Vzhľadom na to, že kúpna cena je nezávislá od zvolenej predajnej ceny, dominantnou stratégiou v tejto hre je uviesť skutočné ocenenie lotérie ako predajnú cenu. Z predajnej ceny potom môžeme vypočítať mieru rizikových preferencií. Riziková neutralita v tomto prípade znamená, že predajná cena zodpovedá očakávanému výnosu z lotérie, zatiaľ čo pri averzii k riziku je predajná cena nižšia ako očakávaný výnos a pri vyhľadávaní rizika zase vyššia.
- Metódu BDM možno použiť aj všeobecne, napríklad na určenie ochoty platiť za určitý tovar. To však predpokladá, že subjekty pochopia, že dominantnou stratégiou je špecifikovať skutočné ocenenie ako cenu. Hoci to nemožno považovať za samozrejmosť, metódu je pomerne jednoduché vysvetliť na príkladoch. Ak sú inštrukcie napísané dobre, zvyčajne nie je problém metódu BDM pochopiť.
- Holt-Laury aj BDM metóda odhaľujú rizikové preferencie subjektov experimentov s porovnateľne vysokou spoľahlivosťou.

Výber výplatného mechanizmu

- Ekonomické experimenty spravidla využívajú peňažné odmeny na vytváranie stimulov, o ktorých sa predpokladá, že sú buď nutné na testovanie modelu, alebo zohrávajú úlohu pri reálnych rozhodnutiach. To vyvoláva nielen otázku, aké veľké by stimuly mali byť, ale aj to, ako by sa mali vyplácať. Táto otázka sa stáva oveľa dôležitejšou, ak sa subjekty v experimente rozhodujú opakovane.
- Na prvý pohľad by sa mohlo zdať, že v takýchto prípadoch je zlatým štandardom vyplatiť všetky rozhodnutia. V skutočnosti je to ale inak. Metóda odmeňovania za každú úlohu je vhodná len vtedy, ak sa dá predpokladať, že subjekty pristupujú ku každému rozhodnutiu samostatne, ako keby museli urobiť len toto jedno rozhodnutie. Existujú však dobré dôvody domnievať sa, že v mnohých prípadoch to jednoducho nemožno zaručiť, kvôli príjmovým a portfóliovým efektom.
- Príjmové efekty súvisia s tým, že počas experimentu si subjekt môže vypočítať, koľko už zarobil. To môže neskôr v experimente viesť k rozhodnutiam, ktoré sa líšia od rozhodnutí ktoré subjekt urobil (alebo by urobil) predtým. Napríklad ak na začiatku zarobil pomerne málo, môže neskôr v experimente viac riskovať, a naopak.
- Portfóliové efekt súvisia s tým, že kombinácia viacerých rozhodnutí dokopy môže viesť k iným voľbám ako keby sa všetky jednotlivé rozhodnutia prijímali oddelene. Zoberme si ako príklad dve rozhodnutia medzi lotériami A a B, kde prvá lotéria je menej riskantná ako druhá. Subjekt, ktorý sa vyhýba riziku, by si vybral (A, A) pre izolované rozhodnutia, zatiaľ čo subjekt, ktorý sa snaží riskovať, by si vybral (B, B). Ak si však subjekt dokáže vytvoriť portfólio oboch lotérií, je možné, že (A, B) má vyššiu očakávanú užitočnosť ako (A, A) a subjekt s averziou k riziku preto uprednostňuje (A, B)
- Príjmové a portfóliové efekty sa môžu vyskytnúť pri opakovaných rozhodnutiach často, a preto by sa mali eliminovať vhodnou voľbou mechanizmu výplaty. To je dôvod, prečo veľa experimentov platí len za jedno náhodne vybrané rozhodnutie, rovnako ako v Holt-Laury príklade.

Rozhodnutia vs. presvedčenia

- Veľkou výhodou experimentálnej metódy je, že umožňuje pozorovanie rozhodovacích procesov za kontrolovaných podmienok. Systematickou zmenou jednotlivých parametrov v experimentálnych intervenciách získavame behaviorálne dáta, z ktorých sa učíme o tom, ako podmienky, za ktorých sa rozhodnutia robia, ovplyvňujú správanie subjektov v experimente. Je tu však jedno obmedzenie.
- Správanie, ktoré pozorujeme, je výsledkom individuálnych kalkulácií (dokonale racionálnych alebo ohraničene racionálnych), v ktorých hrajú dôležitú úlohu dva faktory, ktoré nemôžeme priamo pozorovať: preferencie a presvedčenia subjektov. Z údajov o správaní nemusí byť vždy možné odvodiť, aký podiel vplyvu na rozhodnutia mali preferencie a aký presvedčenia.
- Keď chceme presvedčenia odhaliť, vyvstávajú dve dôležité otázky: po prvé, ako to najlepšie urobiť, a po druhé, má to nejaký vplyv na správanie subjektov? Na prvý pohľad existuje priame riešenie tohto problému - najprv nechať subjekty robiť rozhodnutia a potom sa ich opýtať na ich presvedčenia. Má to však určité nevýhody.
- Napríklad, je celkom možné, že subjekty svoje presvedčenia spätne upravujú. Tým pádom sa môže stať, že rozhodnutie neplynie z presvedčenia, ale že deklarované presvedčenie plynie z už prijatého rozhodnutia.
- Ak je elicitácia presvedčení dôležitou súčasťou experimentu, ponúka sa možnosť elicitovať ich s využitím finančných stimulov. Nie vždy je to však nutné.

Efekt dopytu experimentátora

- Experimentátor ovplyvňuje dianie v experimente rôznymi spôsobmi. Niektoré sú zrejmé, ako napríklad inštrukcie, ktoré experimentátor dáva subjektom, alebo cvičenia, ktorými sa testuje, či subjekty experimentu porozumeli. Iné sú menej zrejmé, ale rovnako dôležité. Experimentátor môže (nechtiac) vedome alebo nevedome vyvíjať spoločenský tlak, resp. v subjektoch generovať určité očakávania týkajúce sa účelu experimentu a toho, aké správanie sa od nich očakáva.
- Účinky kognitívneho dopytu experimentátora sa vyskytujú, pretože experimentátor musí experiment subjektom vysvetliť. Porozumenie experimentu je kognitívny proces a môže sa stať, že spôsob jeho vysvetlenia vedie k tomu, že je pochopený konkrétnym spôsobom, napríklad aké správanie je v experimentálnej situácii vhodné. Experimentátori si musia byť vedomí skutočnosti, že subjekty môžu brať každé slovo vážne, a preto by každé slovo použité experimentátorom malo byť dôkladne zvážené.
- Okrem kognitívnych efektov dopytu experimentátora môže nežiaduca manipulácia so subjektmi vyplynúť aj zo spoločenského tlaku, ktorý môže vzniknúť tak medzi subjektmi, ako aj vertikálne zo strany experimentátora. Existuje mnoho dôvodov, prečo ľudia môžu spoločenskému tlaku podľahnúť. Úlohu môže zohrávať napríklad túžba po konformite alebo spoločenská akceptácia, ktorá sa prejavuje, ak je správanie jedinca v súlade so sociálnou normou. Tiež sa ale môže stať, že sa v experimente objavia účastníci, ktorí sa snažia byť čo najviac (až príliš) nekonformní.
- Pri laboratórnych experimentoch je určitá interakcia medzi experimentátorom a subjektom nevyhnutná. Nejde teda o otázku vyhnutiu sa akejkoľvek interakcii, ale skôr o jej navrhnutie spôsobom, ktorý nevedie k žiadnemu skresľujúcemu vplyvu na správanie subjektov (efekt dopytu experimentátorov), tak aby sa neobmedzila interpretovateľnosť získaných dát.

Efekt dopytu experimentátora

- Najväčší podiel na nechcenom dopyte experimentátora majú typicky inštrukcie, ktoré subjekty dostanú na začiatku experimentu. Je preto potrebné dôkladne zvážiť slová, ktoré sú v nich použité. V zásade platí, že veci je možné opísať neutrálne, alebo ich vo väčšej či menšej miere „zafarbiť“.
- Liberman a kol. (2004) reportujú dva experimenty na hru o verejné statky, ktoré boli identické, s výnimkou názvov samotnej hry. V jednom prípade sa hra volala „Community Game“ a v druhom „Wall Street Game“. Názvy mali obrovský vplyv na výsledky. Subjekty oveľa viac spolupracovali v komunitnej hre ako v hre na Wall Street.
- V experimente Burnhama a kol. (2000), výrazne zmenila správanie zmena iba jediného slova. V ich experimente hrali hráči vo dvojiciach a výška ich odmeny závisela od toho, nakoľko si budú navzájom dôverovať. V jednom prípade hráčov nazvali „partneri“ a v druhom „súperi“. Hlavne na začiatku experimentu sa jasne ukázalo, že pri použití slova „partneri“ si hráči navzájom dôverovali oveľa viac.
- Slová ako „Wall Street Game“ a „súperi“ môžu v subjektoch vyvolať dojem, že experimentátor chce vyskúšať, ako dobre sa dokážu presadiť. „Community Game“ a „partneri“ zasa môžu vyvolať dojem, že experimentátor by chcel vedieť, ako dobre fungujú subjekty ako spoločenské bytosti.
- Efekty dopytu experimentátora môžu pôsobiť v rovnakom smere ako je očakávaný efekt v experimente, ale aj v opačnom alebo ortogonálnom smere.
- Najproblematickejší je efekt dopytu, ktorý pôsobí rovnakým smerom ako očakávaný experimentálny efekt. V takom prípade je ťažké povedať, či to, čo sa pozoruje, je spôsobené dopytovým efektom alebo experimentálnymi podmienkami. Ak efekt dopytu experimentátora prebieha opačným smerom, môže tým kompenzovať experimentálny efekt a nemusí byť možné nájsť žiadne jasné výsledky. Najmenej problematické sú efekty dopytu, ktoré sú ortogonálne k efektu experimentu. Nesmú však ovplyvňovať správanie subjektov spôsobom, ktorý by bránil interpretácii výsledkov experimentu.

Double-Blind dizajn

- Double-blind procedúra je experimentálny dizajn, ktorý zaisťuje, že experimentátori nemôžu pozorovať, čo jednotlivý subjekt urobí, a zároveň zachováva anonymitu medzi subjektmi. To sa vo všeobecnosti dosahuje tak, že subjekty si náhodne a v tajnosti vyžrebujú identifikačné čísla. Výsledkom je, že experimentátori vedia, ako sa správal napríklad subjekt číslo 17, ale nevedia, kto číslo 17 je. Naproti tomu, single-blind dizajn znamená, že hoci subjekty sa navzájom nepozorujú, experimentátor jednotlivcov a ich konkrétne rozhodnutia “vidí”.
- Double-blind dizajn môže výrazne interagovať s efektom dopytu experimentátora. Nemožno vylúčiť, že samotné použitie takéhoto dizajnu dopytový efekt spustí. Ak experimentátori výslovne upozornia svoje subjekty na skutočnosť, že konajú anonymne a experimentátor ich nemôže pozorovať, potom je zrejmé, že subjekty sa zamyslia nad tým, prečo je to pre experimentátora také dôležité. Preto pri použití double-blind dizajnu nie je vhodné výslovne upozorňovať na to, že cieľom je dosiahnutie anonymity.
- Double-blind môže byť často veľmi účinný, ale keďže často je dostatočne vysoký stupeň anonymity zaručený aj single-blind dizajnom, double-blind nebýva nevyhnutný.

“Rámec” experimentu

- Rámec experimentu je spôsob, ktorým je subjektom prezentovaný konkrétny rozhodovací problém. Efekt rámcovania je potom zmena v správaní subjektov, ku ktorej dochádza výlučne preto, že prezentácia rozhodovacieho problému je rôzna, hoci samotný problém a jeho riešenie ostávajú rovnaké.
- O prvom typ tohto efektu sme už diskutovali. Môže sa objaviť keď sa zmení iba názov hry, napr. „Community Game“ vs. „Wall Street Game“.
- Druhý typ efektu rámcovania sa nazýva aj valenčný rámec. Ide v ňom o to, že použité slová sú “zafarbené” smerom k určitým hodnotám alebo predsudkom, ktoré sú s nimi spojené. Štandardný príklad sa opäť týka hry o verejné statky, ktorú možno hrať formou „Daruj“ alebo „Vezmi“ (Dufwenberg et al. 2011).
- V rámci “Daruj” všetci členovia skupiny dostanú počiatočnú hotovosť, ktorú si môžu celú ponechať, alebo vložiť akúkoľvek jej časť do verejného projektu (verejný statok). V rámci “Vezmi” je na začiatku hry celá spoločná hotovosť vo verejnom projekte a členovia skupiny si z nej môžu peniaze vybrať. V oboch prípadoch ide o rovnaký (izomorfný) rozhodovací problém, ale experimentálne štúdie ukazujú, že do verejného projektu sa v rámci “Daruj” investuje podstatne viac ako v rámci “Vezmi”.
- Pozorovanie, že výsledky experimentov môžu byť silne ovplyvnené príslušným rámcom, viedlo k vzniku neutrálnych rámcov ako štandardu – aspoň pokiaľ ide o testovanie všeobecných modelov. To znamená, že sa vedome vyhýbame slovám, ktoré by mohli viesť k behaviorálnym skresleniam.

“Rámec” experimentu

- Keď subjekty vstúpia do laboratória a dostanú inštrukcie k experimentu, najprv sa pravdepodobne pokúsia pochopiť, o čom experiment je a aké správanie sa od nich očakáva. Rámce experimentu teda slúžia ako orientačná pomôcka. Ako sa experiment volá? Ako sa volá činnosť, ktorú mám v rámci experimentu vykonávať? Aké závery možno vyvodiť z typu úlohy, pred ktorou stojím?
- Nesmieme zabudáť na to, že subjekty predpokladajú, že rámec – t.j. odpovede na ich otázky – stanovil experimentátor. Ten, kto napísal inštrukcie a navrhol experiment, tak poskytuje informácie, ktoré subjekty používajú na to, aby experiment pochopili. To znamená, že každý rámec – bez ohľadu na to, ako je navrhnutý – je vždy spojený aj s potenciálnym efektom dopytu experimentátora.
- Samozrejme, správanie subjektov nie je určené len efektmi dopytu experimentátorov. V ideálnom prípade je ich vplyv skôr malý a pri rozhodovaní dominuje efekt peňažných stimulov. Pri navrhovaní experimentu by sme si však mali byť vedomí aspoň potenciálneho spojenia medzi rámcami a efektmi dopytu experimentátora.
- Rámec však môže mať aj ďalší vplyv. Keďže inštrukcie poskytujú rovnaké informácie všetkým subjektom, môžu ovplyvniť ich presvedčenia o správaní iných subjektov. Rámec teda môže aktivovať spoločenské normy. To však nemusí byť vždy na škodu. Spoločenské normy majú vplyv na správanie aj v reálnom svete, a ak sa má v laboratóriu simulovať skutočný jav, mal by sa zahrnúť zodpovedajúci rámec.

Inštrukcie a kontrolné otázky

- Účastníci musia byť informovaní o všetkých dôležitých prvkoch experimentálneho dizajnu. Robí sa to prostredníctvom inštrukcií, ktoré sa poskytujú buď ústne alebo písomne. Ako môžu byť inštrukcie podané takým spôsobom, aby bolo isté, že ich všetci účastníci skutočne vzali na vedomie a porozumeli im? A ako možno eliminovať potenciálne rušivé vplyvy?
- V ideálnom prípade by inštrukcie mali byť distribuované subjektom v písomnej forme. Vďaka tomu si ich totiž môžu účastníci počas prebiehajúceho experimentu znova pozrieť, ak im niečo nie je jasné. Tiež to vylučuje odchýlky v prezentácii inštrukcií (napr. medzi rôznymi skupinami), ku ktorým môže dôjsť, ak sú podávané verbálne.
- Avšak ústnym podaním inštrukcií je možné zabezpečiť, že sa vytvorí “common knowledge”. Inými slovami, účastníci vedia, že každý vie, že každý vie... že každý vie, čo je v inštrukciách. Je preto zvykom, že sa inštrukcie podávajú písomne a tiež sa čítajú.
- Pokiaľ ide o obsah inštrukcií, je potrebné mať na pamäti, že (1) Opis experimentu by mal byť čo najkratší, najvýstižnejší, najjednoduchší a najzrozumiteľnejší. (2) Inštrukcie sú miestom, kde sa môže vytvoriť efekt dopytu experimentátora a tiež sa môžu aktivovať spoločenské alebo iné normy, teda subjektom sa vysielajú signály, a oni tieto signály môžu použiť na interpretáciu toho, čo by mali robiť.

Inštrukcie a kontrolné otázky

- Ako sa máme vysporiadať s otázkami, ktoré majú subjekty po tom, ako dostali inštrukcie? Zvyčajne sa odporúča neklásť otázky verejne. Čítanie inštrukcií nahlas by preto nemalo skončiť tým, že sa skupiny opýtate, či má niekto nejakú otázku, ale skôr poukázaním na to, že otázky možno klásť iba jednotlivo a súkromne.
- Prečo nie je vhodné klásť otázky verejne? Problém je v tom, že neexistuje žiadna kontrola nad tým, čo sa účastník opýta. Tým pádom sa môžu objaviť otázky, ktoré sa netýkajú pochopenia experimentu, ale skôr naznačenia individuálnych očakávaní, správania alebo toho, ako by sa človek mal správať.
- Porekadlo, že dôvera je dobrá, ale kontrola je lepšia, platí aj pre experimentátorov. Je preto dobré skontrolovať, či účastníci experimentu skutočne porozumeli prostredníctvom kontrolných otázok. Ani pri nich však netreba zabúdať na to, že môžu aktivovať dopyt experimentátora, normy, alebo ukotvenia na konkrétne hodnoty. V každom prípade by všetci účastníci mali dostať rovnaké kontrolné otázky. To zaisťuje, že skupina je homogénna z hľadiska predchádzajúcich skúseností.