

Masarykova univerzita

Filozofická fakulta

Psychologický ústav



Technika přesvědčování Foot-in-the-door a její modifikace

Obsah

Úvod	2
Vysvětlení	2
Další výzkum	3
Otázky a hypotézy	4
Metoda	5
Nástroje	5
Vzorek	6
Sběr dat	6
Zpracování dat	7
Diskuse	7
Etické aspekty	8
Časový plán a rozpočet	8
Zdroje	9

Úvod

Technika Foot-in-the-door (dále jen "FITD") v překladu technika "Nohy ve dveřích" je poměrně jednoduchou a zároveň účinnou přesvědčovací strategií. Spočívá v předložení jednoduchého prvotního požadavku přesvědčovanému, kterému dotyčný s největší pravděpodobností bez problému vyhoví. Po splnění této "přípravy" následuje druhý obtížnější požadavek, o jehož splnění zadávajcímu vlastně celou dobu šlo (Pascua, Guéguen, Pujos, & Felonneau, 2013).

Tuto metodu jako první experimentálně zkoumali Freedman a Fraser (1966), kteří se zaměřili na ženy v domácnosti. Při jednom z experimentů bylo experimentální skupině telefonicky nabídnuto zúčastnit se průzkumu ohledně domácích potřeb, což v tomto případě představovalo prvotní žádost. Tato skupina byla dále rozdělena na tři další podle intenzity prvotního podnětu. První podskupina byla po souhlasu s průzkumem dále dotazována na domácí potřeby, druhá podskupina po souhlasu odpovídat nemusela a třetí byla pouze informována, že se výzkum uskuteční, čili zde vlastně prvotní žádost chyběla a jednalo se pouze o uvedení výzkumu do povědomí účastnic. Kontrolní skupina nebyla předem kontaktována vůbec. Za tři dny byly ženy kontaktovány znovu (kontrolní skupina vůbec poprvé) a byl jim předložen obtížnější požadavek. Měly k sobě domů na dvě hodiny pustit několik výzkumných pracovníků mužského pohlaví, kteří budou zkoumat a zaznamenávat prostředky k vaření, praní atd., kterými je jejich domácnost vybavena. S tímto návrhem souhlasilo pouze 22 % žen z kontrolní skupiny, zatímco v první podskupině souhlasilo 53 % z nich. V dalších podskupinách se projevila sestupná tendence úspěšnosti související s menší intenzitou požadavku nebo s jeho absencí u třetí podskupiny. Ve druhé podskupině souhlasilo 33 % dotázaných a ve třetí pouze 28 %. Ve všech třech podskupinách však bylo procento souhlasu vyšší než u kontrolní skupiny, přičemž v první podskupině byl zjištěn více než dvojnásobný nárůst.

Vysvětlení

Technika FITD bývá vysvětlována vícero způsoby a dosud ne zcela uspokojivě. Freedman a Fraser se o to později po vydání své studie pokouší pomocí sebepercepční teorie, kterou vypracoval v roce 1972 Daryl Bem. Podle ní lidé často vnímají a hodnotí sami sebe na základě svého předchozího chování. V tomto případě tedy vyhovění prvotnímu požadavku přináší změnu sebepercepce - jedinec začíná sebe samotného vnímat jako někoho, kdo je více ochoten vyhovět žádostem ostatních. Na to navazují teorie zachování konzistence, které tvrdí, že pokud si žádaný chce nadále zachovat shodu mezi svým chováním a postoji, přijme roli člověka "vyhovujícího požadavkům" a stává se tak pro tento konkrétní případ snáze přesvědčitelným. To ovšem podle Cialdiniho a kol. (1995) platí pouze pro někoho. Ne všichni lidé vykazují nutně dostatečnou konzistenci mezi svým jednáním a postoji. Cialdini sestavil škálu pro měření konzistence a došel k závěru, že na jedince s vysokými skóry na této škále, tudíž i vysokou mírou konzistence, funguje metoda FITD lépe, než na opačnou část jejího spektra. Další možné vysvětlení je založeno na Kieslerově psychologii závazku (1971). Člověk vnímá souhlas s prvním malým požadavkem jako určitou formu závazku k dalšímu chování. Následný hlavní požadavek tedy zvažuje z pozice, ve které je žádajcímu již

zavázán, a proto mu vyhoví častěji, než když hlavnímu požadavku nic nepředcházelo a žádné pouto, které by ho mohlo zavazovat, nevzniklo.

Další výzkum

FITD technika se stala poměrně populární a objevila se řada studií zkoumající různé variace jejího provedení. Goldman, Creason a McCall (1981) zavedli do svého experimentu jeden střední požadavek navíc před hlavním požadavkem. Testovaní byli roztrženi do třech skupin. První byl požadavek prezentován bez předchozí žádosti. U druhé skupiny mu předcházel jeden menší požadavek, čili se jednalo o klasickou FITD techniku. A třetí skupina byla na hlavní požadavek připravena hned dvěma předchozími požadavky. Výsledkem byl, kromě očekávané větší úspěšnosti FITD techniky oproti jejímu nepoužití, významně vyšší úspěch "dvojitě" FITD techniky v porovnání s její jednoduchou verzí. Další výzkum srovnávající FITD a její rozšířenou dvojitou verzi provedl Dariusz Dolinski (2000). Cílem experimentátora bylo přimět testovanou osobu, aby mu pomohla pohlédáním jeho tašky. První malá žádost spočívala v nasměrování experimentátora správným směrem při dotazu na cestu. Při druhé střední žádosti chtěl experimentátor, aby mu dotyčný podepsal petici ohledně zřízení cyklostezky. 46 % osob vyhovělo hlavnímu požadavku po dvou předchozích žádostech, 36 % osob při jedné a 18 % při přímé prezentaci hlavního požadavku. Výsledek tedy potvrzoval větší míru úspěchu dvoufázové techniky FITD.

FITD není technikou uzavřenou, izolovanou od ostatního prostředí. Při jejím uplatňování mohou hrát role i další faktory, které lze označit jako nepřímé. Následující studie se zaměřila na jeden z nich, který by možná hned tak někoho nenapadl, na čich. Je známo, že vůně mají vliv na lidskou psychiku, což se promítá i do sociálních interakcí. Saint-Bauzel a Fointiat (2012) zkoumali jejich vliv při použití FITD techniky. Hlavnímu výzkumu předcházelo hodnocení patnácti vůní studenty, z nichž byly vybrány dvě - vanilka a kafr. Vanilka byla vybraným vzorkem odlišným od subjektů zkoumaných v tomto experimentu hodnocena jako nejpříjemnější vůně, kafr jako spíše příjemný až neutrální. Experimentátorka, navoněna buď vanilkou, kafrem nebo bez jakékoliv vůně, zastavovala pokusné osoby na ulici a ptala se jich na směr. Po tomto úvodním požadavku se vydala znovu na cestu a po pár krocích upustila několik dokumentů, jež držela v rukou, a sledovala jestli jí je zkoumaný subjekt pomůže zvednout. V kontrolním experimentu upuštění dokumentů žádná žádost nepředcházela. Na kontrolní pokusy neměl odér žádný významný vliv, stejně tak na úvodní malé požadavky. Při hlavním "požadavku" byl ale rozdíl znatelný. Technika FITD zde fungovala pouze v případech, kdy bylo použito aroma vanilky nebo žádné. Při použití kafru se neprokázal významný rozdíl mezi FITD a kontrolním experimentem. Výsledky tedy jednak potvrdily vliv FITD techniky i při nepřímém provedení, kdy si experimentátor o pomoc přímo nežádá a zároveň poukázaly na možnost vlivu vůní na přesvědčování pomocí FITD metody. Vanilka, která je obecně přijímaná jako libá vůně, zvýšila ochotu k pomoci za použití FITD techniky. Naopak kafr, který není vnímán tolika lidmi jako kladný, tuto ochotu snížil na úroveň při kontrolním pokusu, tedy při nepoužití FITD techniky.

Otázky a hypotézy

Jak zde již bylo uvedeno, předchozí výzkumy nasvědčují tomu, že zvýšení počtu požadavků předcházejících hlavnímu z jednoho na dva zvyšuje úspěšnost FITD techniky. To vyvolává otázku, zdali je možné nalézt přímou úměrnost mezi počtem předchozích požadavků a úspěšností FITD techniky. Jinými slovy zda platí, že čím více předchozích přípravných požadavků, tím větší je šance na souhlas s hlavním požadavkem. Na základě předchozích výzkumů se lze domnívat, že obecně ano. Je zde ale předpoklad, že bude existovat nějaká hranice, nejspíše individuálně a situačně určená, za kterou už úspěšnost FITD metody stagnuje a nemá tak dál smysl počet předchozích žádostí navyšovat. Navíc po překročení této hranice by mohlo dojít k opačnému efektu a následnému snížení úspěšnosti, protože testovaná osoba by se začala cítit obtěžována množstvím žádostí nebo pojmout podezření, že je s ní manipulováno.

H1: Zvyšování počtu přípravných požadavků vede k nárůstu úspěšnosti při získávání souhlasu s hlavním požadavkem.

H2: Při dosažení určitého počtu přípravných požadavků dochází k zastavení nárůstu úspěšnosti při získávání souhlasu s hlavním požadavkem.

H3: Po překročení počtu přípravných požadavků, u kterého došlo k zastavení nárůstu úspěšnosti při získávání souhlasu s hlavním požadavkem (vizte H2), dochází k poklesu úspěšnosti FITD techniky.

Z teoretických východisek vyplývá, že na úspěch přesvědčování technikou FITD mají vliv vůně a pachy. Ve výzkumu uvedeném výše byl prokázán pouze negativní efekt vůně kafru, který byl vybraným počtem respondentů určen jako spíše průměrný, na úspěšnost této metody. Rozdíl mezi nejlépe hodnocenou vůní (vanilka) a žádnou vůní nebyl statisticky významný, což se může jevit vzhledem k nálezu negativní korelace u průměrné vůně jako poněkud překvapivé. Další výzkum se tedy zaměří na ověření rozdílu mezi velmi příjemnou a žádnou vůní. Vůně ve výše uvedeném experimentu byly předem hodnoceny relativně malým vzorkem respondentů, kteří navíc nebyli součástí experimentu na testování samotné FITD techniky. Zahrnut proto bude také důkladnější způsob hodnocení vůní spočívající ve zpětném hodnocení samotnými účastníky. Experiment bude proveden s vůněmi, které jsou navzájem ve stejném vztahu (velmi příjemná - průměrná), a větším počtem testovaných osob, aby se případně potvrdilo nebo vyvrátilo zjištění, že vůně vnímaná vysoce pozitivně nemá na úspěšnost FITD přesvědčování žádný vliv. Dále bude zkoumán vliv vůně, která je považována za nepříjemnou. Jelikož byla nalezena negativní korelace již u průměrné hodnocené vůně, mělo by takového výsledku dosaženo i u hůře hodnocené vůně.

H4: Rozdíl mezi úspěšností FITD techniky při použití velmi příjemné a žádné vůně není statisticky významný.

H5: Vůně označená jako průměrná má negativní vliv na úspěšnost FITD techniky.

H6: Vůně označená jako velmi nepříjemná má negativní vliv na úspěšnost FITD techniky.

Metoda

Jedná se o výzkum kvantitativní. Ten bude proveden metodou experimentu v terénu a s využitím dotazníků.

Na začátku výzkumu budou zvoleny tři vůně do každé ze třech kategorií (velmi příjemná, průměrná a velmi nepříjemná) podle toho, jak jsou obvykle obecně vnímány. Pro experiment bude nakonec vybrána jedna vůně z celkového vzorku pro každou kategorii, která jí bude nejlépe odpovídat. Výběr bude proveden pomocí údajů z prvního dotazníku zkoumajícího preference vůní z oněch devíti vzorků.

Poté bude proveden experiment samotný. Výzkumný pracovník bude žádat testované osoby o vyplnění krátkého dotazníku ohledně vůní (druhý dotazník). U skupin, kde bude použita FITD technika, bude tomuto požadavku předcházet malý přípravný požadavek (např. otázka kolik je hodin, nebo kde se nachází nejbližší obchod s drogerií). Osoby, které tomuto úvodnímu požadavku nevyhoví a na otázku neodpoví, budou z experimentu vyřazeny. U kontrolních skupin bude prezentován hlavní požadavek přímo. Až dosud se jedná v podstatě o postup při zkoumání klasické FITD metody. Celý experiment se dále bude skládat ze dvou hlavních částí.

První spočívá ve zkoumání vlivu vůní. Výzkumný pracovník bude zkoumat úspěšnost této techniky, zatímco bude navoněn oděrem vůně, která byla označena jako velmi příjemná, neutrální, velmi nepříjemná, nebo bude bez jakékoliv vůně. Celkem zde tedy nastanou čtyři situace. Přičemž pro první tři situace s použitím vůně bude experiment probíhat pouze s metodou FITD, nebude zde žádná zvláštní kontrolní skupina s použitím vůně bez použití FITD techniky. Ve čtvrté situaci (bez vůně) budou zkoumány dvě skupiny účastníků - experimentální (s použitím FITD techniky) a kontrolní. Speciální kontrolní skupiny u situací s použitím vůně nejsou třeba, jelikož zkoumáme pouze rozdíly mezi úspěšností skupiny s použitím klasické FITD techniky (bez vůně) a skupiny, kde je FITD technika doplněna použitím vůně ve třech různých variantách. Skupina s klasickou FITD technikou se tedy stává kontrolní pro skupiny s použitím vůně. Skupin je celkově pět.

Druhá část experimentu se týká zkoumání vlivu počtu přípravných požadavků na úspěšnost FITD techniky. Do této části spadají předchozí dvě skupiny klasického použití FITD bez vůně (experimentální i kontrolní) a další čtyři "nové" skupiny, z nichž v každé je počet přípravných požadavků vyšší o jeden než v té předchozí. Čili máme celkem šest skupin (čtyři nové, dvě již z první části). První bez přípravného požadavku, druhou s jedním, třetí se dvěma a tak dále, až poslední šestou s pěti.

Posledním krokem je vyplnění druhého dotazníku, ve kterém zúčastněný zpětně hodnotí konkrétní vůni použitou na jeho skupinu. Tento dotazník se tedy týká pouze skupin s FITD technikou s použitím vůně, jež jsou celkem tři.

Nástroje

V této studii budou použity dva dotazníky. Oba z nich budou anonymní.

První dotazník bude obsahovat základní údaje - pohlaví a věk. Dále pak hodnocení vůní, kterých bude respondentům předloženo celkem devět. Vůně budou hodnoceny na Likertově škále (Likert, 1932). Rozsah škály bude sedmibodový od "velmi příjemná" až "velmi nepříjemná".

Druhý dotazník bude obsahovat základní údaje - pohlaví a věk. Poté hodnocení jedné konkrétní vůně, jež bude použita při experimentu. Hodnotící škála bude stejná jako v prvním dotazníku.

Vzorek

Vzorek se skládá ze dvou částí. První tvoří respondenti pro první dotazník, kteří mají za úkol "pouze" zhodnotit předložené vůně a poskytnout data k výběru konkrétních vůní pro experiment. Respondentů bude celkem 300. A to z důvodu potřeby co nejširšího vzorku pro prvotní zhodnocení vůní, ale zároveň s ohledem na omezené časové a personální možnosti. Vzorek bude také vyvážen z hlediska pohlaví (přibližně 1:1) a věkového rozložení. Vyvážení bude stačit přibližně z důvodu, že se jedná pouze o pomocný dotazník při výběru vůní. Konečné hodnocení vůní bude v naprosté většině případů provedeno samotnými účastníky experimentu.

Druhou částí jsou zúčastnění v experimentu. Celý experiment zahrnuje devět skupin účastníků. Každá ze skupin bude čítat 50 subjektů. Celkem tedy 450. Genderové rozložení bude v poměru 1:1. Věkové rozložení nebude zkoumáno a bude zde snaha pouze o přibližně rovnoměrné dle uvážení a výběru subjektů výzkumným pracovníkem v terénu (především aby výběr nebyl věkově jednostranný).

Sběr dat

Sběr dat pro první dotazník proběhne na více frekventovaných místech, aby bylo možno zajistit alespoň částečný věkový rozptyl a vyváženost pohlaví. Např. před přednáškovými místnostmi na vysokoškolských fakultách, před nákupními centry či jídelnami.

Experiment bude prováděn během dne na frekventovaném místě, kde bude dostatek potenciálních subjektů k výběru. Výběr bude náhodný. Zachována bude vyváženost zastoupení pohlaví. Experiment bude prováděn pouze jedním výzkumným pracovníkem, aby nedošlo ke zkreslení výsledků při úspěšnosti přesvědčování pro eventuální odlišnost osobnostních charakteristik, či vzhledu s jiným pracovníkem.

Nakonec přijde vyplnění druhého dotazníku a to pouze u tří skupin (FITD technika s použitím vůně). U "úspěšných" pokusů, kdy bude zkoumaná osoba souhlasit s vyplněním tohoto dotazníku (což je cílem přesvědčování), bude hodnocení vůně k dispozici ihned, u osob, které přesvědčeny nebyly, bude nutno žádat o vyplnění dotazníku až po debriefingu, který bude probíhat na místě bezprostředně po provedení přesvědčování. Pokud taková osoba vyplnění dotazníku i přesto odmítne, bude se pro její hodnocení vůně vycházet z obecných údajů získaných pro tuto vůni z prvního dotazníku.

Zpracování dat

U prvního dotazníku bude ze všech hodnocení vypočítán průměr pro každou z devíti vůní. Na jeho základě budou vybrány tři vůně. Vždy právě ty, které se budou nejvíce blížit jedné z kategorií (velmi nepříjemná, průměrná, velmi příjemná), tedy takové, jejichž skóre na Likertově škále bude nejvyšší, nejnižší nebo nejbliže středu.

Výsledkem u jednotlivých platných pokusů v experimentu bude buď souhlas nebo nesouhlas s hlavním požadavkem. Následně bude spočítána procentuální úspěšnost přesvědčování v rámci jednotlivých skupin. Posledním krokem bude porovnání úspěšností mezi skupinami navzájem.

Zpracování dat proběhne ve statistickém programu SPSS.

Diskuse

Využití přesvědčovací techniky FITD obecně je široké, ať už pro zlepšení prodeje, reklamu, politické účely apod. Tato studie se zabývá konkrétními modifikacemi FITD metody, které by mohly vést k jejímu přímému zefektivnění, popřípadě k odhalení faktorů, jež její účinek snižují.

Intervenujících proměnných při zkoumání účinnosti FITD metody může být relativně mnoho. Jednou z nich je osobní preference vůně, která se může lišit od preference obecné (zjištěné z prvního dotazníku). K podchycení tohoto zkreslení je zde právě druhý dotazník, ve kterém testovaná osoba hodnotí i konkrétní použitou vůni. Pokud se takový výsledek významně liší od obecného výsledku z prvního dotazníku, jinými slovy pokud např. osoba považuje vůni obecně považovanou za velmi příjemnou jako průměrnou, nebo nepříjemnou, bude ze studie vyřazena.

Dalším faktorem, který je nutno vzít v potaz, je vzhled a osobnostní charakteristiky výzkumného pracovníka, který provádí samotný experiment. Pokud by jej prováděly osoby z hlediska těchto kvalit významně odlišné, mohl by být rozdíl mezi jednotlivými skupinami výsledkem působení právě těchto kvalit a ne technikou samotnou, či jejími modifikacemi. V tomto výzkumu tuto část sběru dat proto vykonává stále stejná osoba.

Roli samozřejmě mohou hrát i faktory jako nálada testovaných osob, jejich osobnostní charakteristiky, ochota ke spolupráci, případné odhalení záměru výzkumného pracovníka apod.

Jako námět pro další studie lze poukázat na nepřímý vliv dalších smyslů kromě již zkoumaného čichu na naše rozhodování. Je jím například sluch. Když odhlédneme od klasické verbální komunikace, která je většinou přirozenou součástí FITD metody, zbývá zde ještě hudba. Podle Fraňka (2005) může hudba člověka uvolnit nebo naopak vzrušit, je schopna vyvolávat pozitivní či negativní emoce a motivovat nás k nějakému chování. Dokáže vytvářet atmosféru určitého prostředí, respektive ovlivňovat vnímání takového místa svými posluchači. Vliv hudby se projevuje i ve vnímání času. Pomalá hudba dokáže čas subjektivně zpomalit. V kombinaci s vhodně vybranou skladbou (stylem), která navodí rovněž příjemný

pocit posluchače, by se tedy mělo jednat o metodu, která by úspěšnost FITD techniky ještě zvýšila.

Dále je možné se zaměřit na porovnávání účinnosti u FITD techniky a jejich modifikací mezi různými situačními kontexty a druhy žádostí. Dá se předpokládat dosažení rozdílných výsledků, například mezi pohlavími, jak bylo zjištěno během výzkumu úspěšnosti metody FITD při přesvědčování k deviantnímu chování (Pascua, Guéguen, Pujos, & Felonneau, 2013).

Etické aspekty

Respondenti budou před vyplněním prvního dotazníku informováni o jeho využití pro tento výzkum a o dodržování anonymity.

Debriefing zúčastněných v experimentu provede výzkumný pracovník na místě bezprostředně po ukončení experimentu. Anonymita bude zaručena. Pokud subjekt nebude souhlasit s použitím "jeho dat" ve studii, bude z ní vyřazen.

Časový plán a rozpočet

Příprava podkladů pro tento výzkum (dotazníky, vůně atd.) není časově náročná a zabere nejvýše jeden den. První fáze sběru dat, ke které je možné si přizvat dva až tři spolupracovníky z řad studentů, bude trvat několik málo dní, odhadem tři až pět. Druhá fáze zahrnující samotný experiment pak zabere delší čas, jelikož experiment bude provádět pouze jedna osoba. Střízlivý předpoklad je deset až čtrnáct dní. Celý výzkum by tedy neměl trvat déle než dvacet dní.

Rozpočet bude relativně nízký, hradit se budou náklady na tisk, papír, psací potřeby, vůně a případnou odměnu pro spolupracovníky.

Zdroje

– ČLÁNKY:

Bem, D. J. (1972). Self-perception theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 6, 1-62.

Cialdini, R. B., Trost, M. R., & Newsom, J. T. (1995). Preference for consistency: the development of a valid measure and the discovery of surprising behavior implications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 318-328.

Dolinski, D. (2000). On inferring one's beliefs from one's attempt and consequences for subsequent compliance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(2), 260–272.

Goldman, M., Creason, C., & McCall, C. (1981). Compliance employing a two-feet-in-the-door procedure. *The Journal of Social Psychology*, 114, 259–265.

Freedman, J. L., & Fraser, S. C. (1966). Compliance without pressure: The foot-in-the-door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4(2), 195-202.

Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.

Pascual, A., Guéguen, N., Pujos, S., & Felonneau, M. (2013). Foot-in-the-door and problematic requests: A field experiment. *Social Influence*, 8(1), 46-53.

Saint-Bauzel, R., & Fointiat, V. (2012). THE SWEET SMELL OF THE REQUESTER: VANILLA, CAMPHOR, AND FOOT-IN-THE-DOOR. *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 40(3), 369-374.

– MONOGRAFIE:

Franěk, M. (2005). *Hudební psychologie*. Praha: Karolinum.

Kiesler, C. A. (1971). *The psychology of commitment: Experiments linking behavior to belief*. New-York: Academic Press.