

Malwina Szpitalak Romuald Polczyk Agata Cyganiewicz

Instytut Psychologii UJ

Instytut Psychologii UJ

Instytut Psychologii UJ

UODPARNIANIE NA WPŁYW SPOŁECZNY: WZMOCNIONA AUTOAFIRMACJA JAKO CZYNNIK ZMNIEJSZAJĄCY EFEKTYWNOŚĆ TECHNIKI „DRZWI ZATRZAŚNIĘTE PRZED NOSEM”

W psychologii społecznej prowadzi się niewiele badań empirycznych dotyczących uodparniania na techniki wpływu społecznego. Badania przedstawione w niniejszym artykule dotyczą tego zagadnienia. Podstawowym ich celem była próba wykazania, że dokonanie autoafirmacji wzmocnionej otrzymaniem pozytywnej informacji zwrotnej zmniejsza podatność na oddziaływanie techniki wpływu społecznego „drzwi zatrzaśnięte przed nosem” (efekt wzmocnionej autoafirmacji).

W eksperymencie zreplikowano skuteczność techniki „drzwi zatrzaśnięte przed nosem”. Wykazano także, iż metoda wzmocnionej autoafirmacji zmniejsza skuteczność tej techniki: u osób jej poddanych tendencja do spełnienia właściwej prośby w technice „drzwi zatrzaśnięte przed nosem” obniżyła się do poziomu odnotowanego w grupie kontrolnej. W badaniach brała także udział grupa, w której autoafirmację łączono z negatywnym feedbackiem; częstość zgód nie różniła się w niej od częstości odnotowanej w grupie kontrolnej. Ogółem uzyskane wyniki potwierdziły hipotezę, że technika wzmocnionej autoafirmacji powoduje zwiększenie odporności na wpływ społeczny w postaci metody „drzwi zatrzaśnięte przed nosem”.

Słowa kluczowe: drzwi zatrzaśnięte przed nosem, wzmocniona autoafirmacja, wpływ społeczny

WPROWADZENIE

Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie wyników badań dotyczących uodparniania na technikę wpływu społecznego zwaną „drzwi zatrzaśnięte przed nosem” (DZPN). Inspiracją do podjęcia tych badań była refleksja, że w psychologii społecznej istnieje ogromna dysproporcja między liczbą badań i analiz teoretycznych dotyczących skutecznego wywierania wpływu a liczbą badań związanych z uodparnianiem osób na wpływ (por. Szpitalak i Polczyk,

w druku). Podczas gdy można z łatwością dokonać szerokiego przeglądu technik wpływania na osoby czy też wyznaczników uległości wobec wpływu społecznego, podsumowanie istniejącej wiedzy na temat czynienia jednostki mniej na wpływ podatną jest zadaniem niełatwym. Próba taka została poniekąd podjęta w książkach autorstwa Cialdiniego (2009) czy Łukaszewskiego, Dolińskiego, Maruszewskiego i Ohmega (2009), chociaż autorzy nie powołują się na konkretne badania ilustrujące efektywność różnych metod uodparniania na wpływ społeczny. Podobnie Au-

gustynek (2008), który wśród skutecznych technik opierania się wpływowi wymienia: ostrożność, próbę odkrycia rzeczywistej motywacji innych ludzi, działanie we własnym rytmie bez ulegania presji czasu, niewdawanie się w zbędną dyskusję, dostrzeganie alternatywnych możliwości rozwiązania problemów, przyznawanie, że czegoś nie chcemy, nie wiemy albo nie rozumiemy (s. 243-244). Jednakże, także w tej publikacji nie znajdziemy żadnych badań empirycznych wskazujących na skuteczność tych sposobów obrony przed manipulacją.

Wydaje się, że najlepiej udokumentowaną empirycznie metodą wspierającą opieranie się wpływowi społecznemu jest ostrzeżenie osoby np. o działaniu perswazyjnym kierowanym w jej kierunku (por. np. Chen, Reardon, Rea i Moore, 1992; Fukada, 2005; Kiesler i Kiesler, 1964, McGuire i Papageorgis, 1962; Petty i Cacioppo, 1977; 1979). Dzięki takiemu ostrzeżeniu jednostka jest np. w stanie opracować kontrargumenty i oprzeć się perswazji (np. Petty i Cacioppo, 1977).

Niniejszy artykuł przedstawia wyniki eksperymentu dotyczącego skuteczności *wzmocnionej autoafirmacji* w zmniejszaniu podatności na wpływ społeczny wywierany techniką „drzwi zatrzaśnięte przed nosem”.

Wzmocniona autoafirmacja (Szpitalak, 2012; Szpitalak i Polczyk, 2012a) jest procedurą składającą się z dwóch elementów: autoafirmacji oraz pozytywnej informacji zwrotnej. W źródłowych badaniach Szpitalak (2012) autoafirmacja polegała na uświadomieniu sobie przez osobę badaną własnych mocnych stron, poprzez wypisywanie na kartce papieru swoich największych osiągnięć życiowych. Pozytywna informacja zwrotna była udzielana przez eksperymentatora i dotyczyła funkcjonowania pamięci (por. opis procedury badawczej poniżej). W szeregu eksperymentów (Szpitalak, 2012; Szpitalak i Polczyk, 2012a) wykazano i zreplikowano, że procedura wzmocnionej autoafirmacji redukuje pamięciowy efekt dezinformacji, czyli podatność na

dezinformację w kontekście pamięci świadka naocznego. Stwierdzono także, iż zwiększa ona odporność na działania perswazyjne (Szpitalak i Polczyk, w druku). W badaniach prezentowanych w niniejszym artykule sprawdzano, czy uodparnia ona również na technikę „drzwi zamknięte przed nosem”.

Efekt techniki „drzwi zatrzaśnięte przed nosem” polega na wzroście prawdopodobieństwa spełnienia prośby docelowej, jeżeli jest ona poprzedzona inną, trudniejszą do zrealizowania, prośbą (Cialdini, Vincent, Lewis, Catalan, Wheeler i Darby, 1975). Pierwsza (tzw. „duża”) prośba musi być bardzo trudna do spełnienia i jest zazwyczaj odrzucana. Druga prośba powinna być znacząco łatwiejsza do spełnienia (por. Cialdini i in., 1975). W szeregu badań wykazano, że łatwiejsza prośba jest częściej spełniana, jeśli jest poprzedzona prośbą trudną w porównaniu z sytuacją, kiedy taką prośbą trudną nie jest poprzedzona (por. przeglądy: Doliński, 2000; 2005; Kulbat, 1998; Śpiewak, 2003).

Podstawą do spekulacji, że metoda wzmocnionej autoafirmacji może zmniejszać podatność na różnego rodzaju wpływ społeczny było założenie, że połączenie autoafirmacji z pozytywną informacją zwrotną powoduje sytuacyjne podniesienie samooceny oraz pewności siebie. W literaturze przedmiotu istnieją doniesienia, że sama pozytywna informacja zwrotna sprzyja poprawie nastroju (np. Jussim, Yen i Aiello, 1995) i pewności siebie (Marston, 1968; McCarty, 1986). Dodanie do pozytywnej informacji zwrotnej elementu autoafirmacji powinno, naszym zdaniem, jeszcze mocniej wpłynąć na nastrój i pewność siebie. Istnieją dowody empiryczne świadczące na korzyść tezy, że pewne siebie jednostki, w porównaniu z niepewnymi, są efektywniejsze w działaniu (Sy, Tram i O’Hara, 2006) oraz podejmowaniu decyzji (Chuang, Cheng, Chang i Chiang, 2013). Można przypuszczać, że większa pewność siebie powinna też sprzyjać odporności na próby wywierania wpływu. Powinno tak być dlatego, że osoby pewne siebie powinny

w większym stopniu, niż osoby siebie niepewne, opierać się w swoich działaniach na własnych autonomicznych decyzjach i wiedzy, niż na sugestiach pochodzących skądinąd. W literaturze przedmiotu nie udało nam się znaleźć bezpośredniego potwierdzenia empirycznego dla tego założenia, wydaje się jednak, że jest ono logiczne i niesprzeczne z konstruktem „pewność siebie”.

W planowanych badaniach przewidziano też zastosowanie warunku w postaci osłabionej autoafirmacji, polegającej na tym, że po akcie autoafirmacji następuje negatywna informacja zwrotna. Procedura taka powinna skutkować szczególnie wyraźnym obniżeniem nastroju, pewności siebie i samooceny. Powinno być tak dlatego, że dokonanie autoafirmacji aktywizuje Ja idealne. Następująca później konfrontacja z Ja aktualnym, osłabionym przez negatywną informację zwrotną, prowadzi do silnych emocji o zabarwieniu negatywnym (Higgins, 1987). W rezultacie, powinna obniżyć się pewność siebie osób badanych i w konsekwencji zwiększyć się ich podatność na wpływ społeczny. Zatem, wrażliwość na metodę DZPN powinna być większa w grupie z osłabioną autoafirmacją w porównaniu z sytuacją, w której w ogóle nie manipuluje się autoafirmacją ani informacją zwrotną. Rzecz jasna, podatność na DZPN w grupie z osłabioną autoafirmacją powinna także być mniejsza niż w grupie ze wzmocnioną autoafirmacją.

Reasumując, w przedstawianym badaniu weryfikacji poddano następujące hipotezy:

1. Technika DZPN jest skuteczna – więcej próśb docelowych zostanie spełnionych w grupie nieautoafirmującej z DZPN, w porównaniu z grupą nieautoafirmującą bez DZPN.
2. Skuteczność techniki DZPN będzie mniejsza w grupie ze wzmocnioną autoafirmacją niż w grupie bez wzmocnionej autoafirmacji.
3. Skuteczność techniki DZPN będzie większa w grupie z osłabioną autoafirmacją niż w grupie bez osłabionej autoafirmacji.

Metoda

Osoby badane

W badaniu wzięły udział 234 osoby (165 kobiet i 69 mężczyzn), studenci krakowskich uczelni wyższych. Średnia wieku uczestników wyniosła 20,32 ($SD = 1,86$). Udział w badaniach był nieodpłatny.

Materiały i procedura

Manipulacja wzmocnioną/osłabioną autoafirmacją. Zadanie autoafirmujące polegało na tym, że część uczestników otrzymywała polecenie wypisania na kartce swoich sukcesów życiowych (grupa autoafirmująca), część natomiast miała opisać drogę, jaką pokonuje codziennie z domu na uczelnię (była to grupa bez manipulacji autoafirmacją). Następnie, po około pięciu minutach, osoba badana była informowana, że będzie wykonywała krótkie ćwiczenie pamięciowe. Polegało ono na tym, że proszono ją, aby postarała się zapamiętać jak najwięcej wyrazów z listy 60 niepowiązanych ze sobą rzeczowników. Po dwóch minutach listę zabierano i dawano uczestnikowi arkusz do wypisania zapamiętanych słów. Arkusz ten skonstruowany był w ten sposób, że miejsca na wypisanie wyrazów były ponumerowane, stąd osoba badana w chwili oddawania arkusza wiedziała, ile słów udało jej się odpamiętać. W grupie bez manipulacji informacją zwrotną pola w arkuszu nie były ponumerowane. Po oddaniu arkusza następowała manipulacja informacją zwrotną: część osób nie otrzymała żadnej informacji zwrotnej odnośnie do tego, jak wypadła na tle swojej grupy rówieśniczej, część otrzymała feedback o charakterze pozytywnym, a część – o charakterze negatywnym. Pozytywny feedback polegał na tym, że informacją odniesienia była zaniżona o półtora odchylenia standardowego średnia z grupy odniesienia (ustalona na podstawie badań pilotażowych). Tym samym, badani z tej grupy „dowiadawali się”, że ich wy-

niki są dobre na tle grupy rówieśniczej. W grupie z negatywną informacją zwrotną średnia odniesienia była zawyżona o półtora odchylenia standardowego. W grupie bez informacji zwrotnej nie podawano żadnej średniej odniesienia.

Ogółem, opisane manipulacje prowadziły do powstania trzech grup eksperymentalnych: grupy ze wzmocnioną autoafirmacją (WA), w której po autoafirmacji następował pozytywny feedback; grupy z osłabioną autoafirmacją (OA) - po autoafirmacji następował negatywny feedback, oraz grupy bez autoafirmacji (BA), w której badani nie angażowali się w akt autoafirmacji ani nie dostawali żadnej informacji zwrotnej. Rozkład płci nie był istotnie statystycznie zróżnicowany między tymi trzema grupami (test $\chi^2(2) = 0,04$; $p = 0,982$).

Procedura. Badanie miało charakter indywidualny. Uczestników informowano, że badanie dotyczy wpływu aktywizacji poznawczej na pamięć. Badani najpierw wypełniali krótki kwestionariusz sprawdzający rzekomo, czy uczą się w ciszy, jak bardzo są podatni na dystrakcje itp. Następnie manipulowano autoafirmacją i podaniem informacji zwrotnej (por. opis wyżej). Po zakończeniu badania eksperymentatorka, żegnając się z uczestnikiem, mówiła: „Dziękuję bardzo, z mojej strony to wszystko. Mam jednak jeszcze do pani/pana prośbę w imieniu jednej z naszych studentek¹. Ona jest na V roku i pisze pracę magisterską z psychologii osobowości. Niestety ma kłopoty z pozyskaniem osób badanych. Prosiła mnie, żebym spytała swoich badanych, czy zgodziliby się wypełnić jej kwestionariusze, niestety zajmuje to aż dwie i pół godziny, no i trzeba by to wypełnić teraz” (duża prośba). Jeśli badany wyrażał zgodę, przystępował do wypełniania kwestionariuszy. Jeżeli nie wyrażał zgody, eksper-

mentatorka mówiła: „Oczywiście, rozumiem, to jednak zajmuje dużo czasu. Może zgodził(a)by się pani/pan wziąć w takim razie udział w badaniu pilotażowym do pracy magisterskiej tej studentki? Polega ono na wypełnieniu dwóch kwestionariuszy i zajmuje niecałe pół godziny” (prośba właściwa). Badanie w grupie bez DZPN polegało na podchodzeniu do osób siedzących na korytarzu lub na stołówce jednego z budynków Uniwersytetu Jagiellońskiego i podaniu jedynie prośby właściwej. W razie odmowy eksperymentator prosił o podanie wieku osoby badanej (osoby, które się zgodziły wpisywały go w metryczce). W związku z takim charakterem procedury część badania miała charakter quasi-eksperymentu. Grupy z i bez procedury DZPN nieco różniły się rozkładem płci (proporcje mężczyzn w grupach z i bez DZPN odpowiednio: 22,6 vs. 35,2%; $\chi^2(1) = 4,71$; $p = 0,030$).

Ogółem, plan eksperymentalny miał charakter dwuczynnikowy 3×2 : autoafirmacja (wzmocniona, osłabiona, brak) \times DZPN (obecny, brak). Zmienną zależną było uleganie vs. nieuleganie prośbie docelowej.

Wyniki

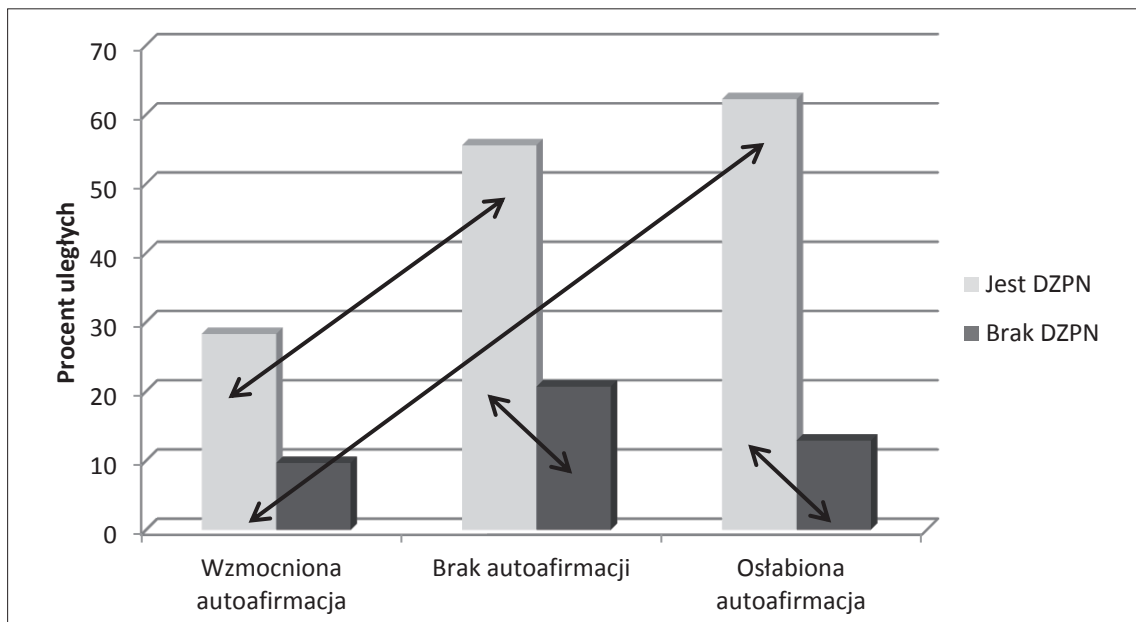
Hipotezy miały charakter *a priori*, a zmienna zależna miała charakter dychotomiczny. W związku z tym przeanalizowano wpływ manipulacji techniką DZPN osobno w grupach poddanych i niepoddanych manipulacji autoafirmacją, za pomocą testów chi-kwadrat (jest to pewna analogia do metody porównań zaplanowanych w np. analizie wariancji). Wyniki przedstawione są w Tabeli 1 i dla ilustracji na Wykresie 1.

Jak widać w Tabeli 1 i na Wykresie 1, w grupie poddanej DZPN, skuteczność tej techniki

¹ Z obawy przed wystąpieniem reguły wzajemności (eksperymentatorka podając informację zwrotną wprowadziła zapewne część osób w pozytywny nastrój, część zaś w negatywny) lub transferem nastroju na zaangażowanie w kolejne aktywności (co by stwarzało niebezpieczeństwo, że osoby z warunku WA, będąc w pozytywnym nastroju, będą się częściej godzić na spełnianie próśb, natomiast osoby z warunku z OA – rzadziej), zadbano, aby nadawcą prośby była inna osoba, niż eksperymentatorka, która pełniła tu jedynie rolę pośrednika, wyraźnie zaznaczając, że jej badanie już się skończyło i dziękując za udział w nim.

Tabela 1 Liczba i procent osób ulegających i nieulegających prośbie właściwej w grupach poddanych i niepoddanych technice DZPN, osobno w podgrupach z WA, bez A i OA

		Drzwi zatrzaśnięte przed nosem				Ogółem	
		tak		nie			
		N	%	N	%	N	%
Wzmocniona autoafirmacja	Uległ/a	15	28,30	3	9,68	18	21,43
	Nie uległ/a	38	71,70	28	90,32	66	78,57
	Ogółem	53	100,00	31	100,00	84	100,00
Brak autoafirmacji	Uległ/a	25	55,56	6	20,69	31	41,89
	Nie uległ/a	20	44,44	23	79,31	43	58,11
	Ogółem	45	100,00	29	100,00	74	100,00
Osłabiona autoafirmacja	Uległ/a	28	62,22	4	12,90	32	42,11
	Nie uległ/a	17	37,78	27	87,10	44	57,89
	Ogółem	45	100,00	31	100,00	76	100,00



Ryc 1. Uleganie prośbie właściwej w grupach poddanych i niepoddanych technice DZPN, osobno w podgrupach WA, BA i OA. Strzałkami zaznaczono różnice istotne statystycznie.

była mniejsza o około 50% w grupie poddanej wzmocnionej autoafirmacji (WA) niż w grupie z osłabioną autoafirmacją (OA) i w grupie z brakiem autoafirmacji (BA). Różnice ogółem między tymi trzema grupami były istotne statystycznie ($p = 0,002$, por. Tabela 2). Szczegółowe porównania między parami grup wykazały (por.

Tabela 3), że uleganie prośbie właściwej wskutek techniki DZPN było istotnie statystycznie niższe w grupie z WA niż w pozostałych grupach (WA vs. BA: $p = 0,008$; WA vs. OA: $p = 0,001$). Różnica między grupami BA oraz z OA nie była istotna statystycznie ($p = 0,520$). W grupie niepoddanej technice DZPN żadna z różnic między

Tabela 2 Różnice pod względem spełniania prośby między grupami WA, BA i OA, osobno w grupach poddanych i niepoddanych technice DZPN

	$\chi^2(2)$	p	V Cramera
Jest DZPN	12,91	0,002	0,30
Brak DZPN	1,56	0,459	0,13

Tabela 3 Porównania wielokrotne między grupami WA, BA i OA, osobno w grupach poddanych i niepoddanych technice DZPN

	Jest DZPN	Brak DZPN						
			$\chi^2(1)$	p_{as}	P_{DOK}	φ	$\chi^2(1)$	p_{as}
Wzmocniona autoafirmacja vs. brak autoafirmacji			6,40 ¹	0,011	0,008	0,28	0,69 ¹	0,405
Wzmocniona autoafirmacja vs. osłabiona autoafirmacja			10,04 ¹	0,002	0,001	0,34	0,101 ¹	0,999
Oslabiona autoafirmacja vs. brak autoafirmacji			0,41	0,520	0,669	0,07	0,65 ¹	0,419

¹ χ^2 obliczony z poprawką na ciągłość; p_{as} : p asymptotyczne; p_{dok} : p dokładne Fishera; φ : miara siły związku phi

Tabela 4 Wpływ techniki DZPN na spełnianie prośby w grupach WA, brak WA i OA

GRUPA	$\chi^2(1)$	p_{as}	p_{dok}	Φ
Wzmocniona autoafirmacja	3,00 ¹	0,083	0,056	0,22
Brak autoafirmacji	7,43 ¹	0,006	0,004	0,35
Oslabiona autoafirmacja	16,35	<0,001	<0,001	0,49

¹ χ^2 obliczony z poprawką na ciągłość; p_{as} : p asymptotyczne; p_{dok} : p dokładne Fishera; φ : miara siły związku phi

grupami nie była istotna statystycznie ($p = 0,459$; por. Tabela 2). Wielkość redukcji skuteczności techniki DZPN uzyskanej metodą WA, wyrażona wskaźnikiem ϕ , wyniosła odpowiednio 0,28 dla porównania z grupą BA oraz 0,34 dla porównania z grupą OA. Warto zauważyć jeszcze, że WA wydaje się redukować skuteczność techniki DZPN niemal całkowicie, jeśli sądzić z faktu, że odsetek spełniania próśb właściwych w grupie z DZPN i WA był porównywalny z odsetkiem spełniania próśb w grupie bez DZPN i BA (28,30% vs. 20,69%).

Analizując uzyskane wyniki z innej perspektywy, sprawdzono skuteczność techniki DZPN osobno w podgrupach z WA, BA i OA. Wyniki zawarte w Tabeli 4 sugerują, że istotne statystycznie różnice w uleganiu próbie właściwej między osobami poddanymi i niepoddanymi technice DZPN pojawiły się w grupie BA oraz w grupie OA (p odpowiednio: 0,006 i $< 0,001$), lecz nie w grupie WA ($p = 0,083$). Wyniki te wskazują, że metoda WA redukuje skuteczność techniki DZPN, której to właściwości nie posiada autoafirmacja osłabiona. Niezależnie od wniosków dotyczących efektywności metody WA w uodparnianiu na wpływ, wyniki te potwierdzają i replikują skuteczność techniki DZPN: w podgrupie bez WA ponad dwukrotnie więcej osób spełniło prośbę docelową (55,56% vs. 20,69%), jeśli osoby zostały poddane technice DZPN niż jeśli nie zostały jej poddane. W podgrupie OA efekt DZPN był jeszcze silniejszy (62,22% vs. 12,90%).

Dyskusja wyników

Po pierwsze, w przedstawianym eksperymencie zreplikowano skuteczność dobrze już znanej w literaturze sekwencyjnej techniki wpływu społecznego „drzwi zatrzaśnięte przed nosem”. Technika ta była skuteczna zarówno w warunku nieautoafirmującym, jak i w warunku z obniżoną autoafirmacją.

Udało się też potwierdzić hipotezę, że wzmocniona autoafirmacja zmniejsza podatność na tę

technikę DZPN. Tym samym, skuteczność manipulacji wzmocnioną autoafirmacją została potwierdzona już po raz ósmy (czterokrotnie w badaniach Szpitalak i Polczyka (w druku; 2012b), trzykrotnie w badaniach Szpitalak (2012) oraz w eksperymencie opisywanym w niniejszym artykule). Warto podkreślić, że w niniejszym artykule wykorzystano inny rodzaju wpływu społecznego i jego operacjonalizację niż w pozostałych eksperymentach. Uzasadnione zatem staje się przypuszczenie, że wzmocniona autoafirmacja może w swoim osłabiającym skuteczność manipulacji oddziaływaniu mieć charakter uniwersalny. W opisywanym eksperymencie efekt wzmocnionej autoafirmacji wydawał się wręcz znosić efektywność badanej techniki wpływu – osoby poddane technice DZPN, które dokonały autoafirmacji, po której otrzymały pozytywną informację zwrotną, nie wyrażały zgody na prośbę właściwą częściej niż osoby z warunku kontrolnego, u których prośba docelowa nie była poprzedzona dużą prośbą. Wydaje się więc, że wzmocniona autoafirmacja systematycznie uodparnia jednostkę na różne techniki wpływu społecznego.

Uzyskane wyniki skłaniają do dalszego eksplorowania hipotezy, że pewność siebie zmniejsza podatność na wpływ społeczny wywierany metodą DZPN. Niestety mechanizm taki (wzmocniona autoafirmacja \rightarrow wzrost pewności siebie \rightarrow uodpornienie na wpływ społeczny) jak dotąd nie został jeszcze poddany empirycznej weryfikacji. Pewną przeszkodą jest tutaj brak wystandaryzowanego narzędzia mierzącego pewność siebie osób badanych.

Uzyskane wyniki można również interpretować w kategoriach wpływu nastroju jednostki na podatność na wpływ społeczny. Istnieją bowiem dane wskazujące, że nastrój negatywny sprzyja uleganiu wpływowi, w przeciwieństwie do pozytywnego (Böhner i Weinerth, 2001). Interpretacja taka jest możliwa, ponieważ można oczekiwać, jak napisano we wprowadzeniu, że wzmocniona autoafirmacja polepsza nastrój

uczestników, w przeciwieństwie do autoafirmacji osłabionej albo braku autoafirmacji. Jednak wyjaśnienie tego rodzaju jest o tyle niepewne, że istnieją również dane empiryczne wskazujące na zależność odwrotną – taką, że pozytywny nastrój sprzyja uleganiu wpływowi społecznemu (Böhner, Crow, Erb i Schwartz, 1992).

Nie stwierdzono natomiast, by osoby z warunkiem z osłabioną autoafirmacją miały większą podatność na DZPN od osób z warunkiem kontrolnego, w którym nie było ani autoafirmacji, ani informacji zwrotnej. Tym samym, nie potwierdzono hipotezy, według której autoafirmacja, po której następuje negatywna informacja zwrotna, prowadzi do obniżenia pewności siebie i w konsekwencji do zwiększenia podatności na wpływ. Przyczyny tego niepowodzenia mogły być dwojakie: po pierwsze, możliwe jest, że zastosowana manipulacja nie doprowadziła do obniżenia pewności siebie osób badanych, a po drugie, jeśli nawet doszło do obniżenia pewności siebie, to nie miało to wpływu na poziom uległości. Odnosnie do pierwszej możliwości można zauważyć, że badani (przynajmniej ich część) mogli nie zaakceptować negatywnej informacji zwrotnej, tym samym nie mogli u nich dojść do postulowanego w hipotezie obniżenia pewności siebie. Doniesienia, że negatywny feedback bywa odrzucany, istnieją w literaturze przedmiotu (Brockner, 1984; Shrauger, 1975). Jeśli jednak, mimo wszystko, doszło do obniżenia pewności siebie, to brak wpływu tego na uległość wobec DZPN mógł być spowodowany pewnego rodzaju negatywistycznym nastawieniem części badanych, spowodowanym negatywnym feedbackiem, które kazało im nie ulegać żadnej z próśb, ani dużej, ani mniejszej.

Warto zauważyć, że w przypadku osób z warunkiem z osłabioną autoafirmacją mogło zdarzyć się tak, że u części z nich doszło wręcz do zwiększenia podatności na DZPN w porównaniu z uczestnikami z grupy kontrolnej. Mogło tak się zdarzyć dlatego, że zaktywizowanie pozytywnych aspektów Ja (poprzez akt autoafirmacji) w połączeniu z negatywnym feedbackiem

doprowadziło do zaindukowania stanu dysonansu poznawczego (por. Festinger, 1957/2007) i wprowadziło badanych w negatywny nastrój (Harmon-Jones, 1999). Jedną z najbardziej dostępnych dla podmiotu metod zredukowania dysonansu i poprawy nastroju mogła być chęć pomocy innej osobie, czyli spełnienie prośby. Jak wskazują wyniki badań, sama możliwość sprawienia przyjemności drugiej osobie (np. studentce proszącej o wypełnienie ankiet do badań) może poprawić nastrój uczestnikom doświadczającym dysonansu (por. np. Cialdini i Kenrick, 1976; Regan, Williams i Sparling, 1972). Obecność takich osób w omawianej grupie mogła doprowadzić do braku różnic w porównaniu z warunkiem kontrolnym. Nawet, jeśli u innych osób doszło do postulowanych w hipotezie mechanizmów, w związku z tym, że w omawianej grupie zachodziłyby u różnych osób procesy prowadzące albo do zwiększania albo do zmniejszania podatności na DZPN, nie stwierdzono, aby osoby z grupy z osłabioną autoafirmacją częściej niż osoby bez tej manipulacji ulegały technice DZPN.

Wyniki uzyskane w przedstawianym w niniejszym artykule badaniu mogą mieć pewne znaczenie dla dyskusji na temat mechanizmu skuteczności techniki DZPN. Pomimo bowiem faktu, iż technika ta od ponad trzydziestu lat jest przedmiotem empirycznej i teoretycznej eksploracji, nadal istnieją różnice zdań dotyczące mechanizmu odpowiadającego za jej efektywność (por. Dołiński, 2000; 2005; Śpiewak, 2003). Początkowo sądzono, iż technika DZPN jest skuteczna, ponieważ działa zgodnie z regułą wzajemności, a dokładniej – regułą wzajemnych ustępstw (Cialdini i in., 1975; por. O’Keefe, 1999), bądź też zgodnie z efektem kontrastu pomiędzy pierwszą, trudną do spełnienia prośbą, a drugą – znacznie łatwiejszą (Cialdini i in., 1975; Kulbat, 1998; por. Abrahams i Bell, 1994). W wyniku dalszych badań pojawiały się kolejne wyjaśnienia, na przykład spekulacje, że wysoka efektywność techniki DZPN jest następstwem poczucia winy, jakiego doświadcza jednostka, która nie spełniła pierwszej prośby

(np. O’Keefe i Figgé, 1997). Sugerowano też, że mechanizm działania tej techniki wiąże się z autoprezentacją (Pendleton i Batson, 1979; por. Reeves, Baker, Boyd i Cialdini, 1991). W literaturze przedmiotu odnaleźć można również poznawcze wyjaśnienia skuteczności techniki (Śpiewak, 2002; 2003; Tybout, Sternthal i Calder, 1983).

Wyniki przedstawione w niniejszym artykule zdają się podważać zasadność traktowania jednostki będącej odbiorcą działań perswazyjnych czy jakichkolwiek oddziaływań społecznych jako bezrefleksyjnej. Potwierdzają one raczej doniesienia (por. Śpiewak, 2002) świadczące o tym, że mechanizm techniki DZPN oparty jest na procesach kontrolowanych. Jak zauważa Śpiewak, jeżeli jednostka funkcjonowałaby w sposób bezrefleksyjny, odmowa spełnienia pierwszej prośby powinna prowadzić do automatycznego odrzucenia kolejnej. Fakt, że zwykle w technice DZPN dzieje się odwrotnie sprzyja interpretacjom zakładającym znaczący udział procesów kontrolowanych w mechanizmie działania wspomnianej techniki (por. Santos, Leve i Pratkanis, 1994). Wyniki prezentowane w niniejszym artykule wydają się wspierać tezę, że uleganie DZPN jest, do pewnego stopnia przynajmniej, refleksyjne. Gdyby bowiem było całkowicie automatyczne, trudno byłoby wytłumaczyć, dlaczego wzmocnienie autoafirmacji miałyby zmniejszać ten automatyzm. Bardziej przekonujące wydaje się przyjęcie, że wskutek wzmocnionej autoafirmacji osoba podejmuje inne decyzje, niż bez tej autoafirmacji. Możliwe jest, w zgodzie z postawioną hipotezą, że wzrost pewności siebie i asertywności, spowodowany wzmocnieniem autoafirmacji, owocuje wzrostem odporności na próby oddziaływania społecznego.

Podsumowując można stwierdzić, że najistotniejszym wnioskiem z przeprowadzonych badań wydaje się być potencjalnie uniwersalny i niespecyficzny charakter efektu wzmocnionej autoafirmacji. Jeśli dalsze badania potwierdzą tę uniwersalność, to efekt ten może stać się sposobem na uodparnianie na niepożądany wpływ

społeczny. Może to być interesujący wynik, jeśli zważyć, jak to opisano we Wprowadzeniu, że istnieje bardzo niewiele metod, zwłaszcza sprawdzonych eksperymentalnie, które pozwalałyby zmniejszać podatność na wpływ.

Ograniczenia zastosowanej procedury i propozycja dalszych badań

Do słabości wykorzystanej procedury zaliczyć należy brak weryfikacji hipotezy, że mechanizmem działania techniki wzmocnionej autoafirmacji jest wzrost pewności siebie podmiotu. Zaproponowane w niniejszej pracy wyjaśnienie należy zatem traktować z ostrożnością. W kolejnych badaniach należałoby dokonać pomiaru zmian pewności siebie wskutek zastosowania techniki wzmocnionej autoafirmacji. Warto byłoby również sprawdzić skuteczność tej metody w uodparnianiu na inne sekwencyjne techniki wpływu społecznego.

Implikacje praktyczne

Jak wspomniano we Wprowadzeniu, w psychologii prowadzi się znacznie więcej badań nad metodami wpływania na ludzi, niż na temat uodparniania na te metody. Przedstawiona w tym artykule metoda może być załączkiem do konstruowania procedur służących opieraniu się niepożądanemu wpływowi. Wydaje się to ważne, ponieważ z pewnością w wielu przypadkach instytucje czy osoby stosujące skuteczne metody wywierania wpływu kierują się raczej własnym interesem, niż ludzi poddanych wpływowi. Interes tych ostatnich jednak powinien być również, jak sądzimy, uwzględniany w psychologii, stąd pomysł na przedstawione badania.

Literatura cytowana

Abrahams, M. F., Bell, R. A. (1994). Encouraging charitable contributions: An examination of three models of door-in-the-face compliance. *Communication Research*, 21, 131-153.

- Augustynek, A. (2008). *Sugestia. Manipulacja. Hipnoza*. Warszawa: Gifin.
- Bohner, G., Crow, K., Erb, H.-P., Schwarz, N. (1992). *European Journal of Social Psychology*, 22, 511-530.
- Böhner, G., Weinerth, T. (2001). Negative affect can increase or decrease message scrutiny: The affect interpretation hypothesis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 1417-1428.
- Brockner, J. (1984). Low self-esteem and behavioral plasticity: Some implications of personality and social psychology. W: L. Wheeler (red.), *Review of personality and social psychology* (Vol. 4, s. 237-271). Beverly Hills, CA: Sage.
- Chen, H. C., Reardon, R., Rea, C., Moore, D. J. (1992). *Journal of Experimental Social Psychology*, 28, 523-541.
- Chuang, S., Cheng, Y., Chang, Ch., Chiang, Y. (2013). The impact of self-confidence on the compromise effect. *International Journal of Psychology*, 48, 660-675.
- Cialdini, R. (2009). *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Cialdini, R. B., Kenrick, D. T. (1976). Altruism as hedonism: A social development perspective on the relationship of negative mood state and helping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 366-375.
- Cialdini, R. B., Vincent, J. E., Lewis, S. K., Catalan, J., Wheeler, D., Darby, B. (1975). Reciprocal concessions procedure for inducing compliance: The door-in-the-face technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 206-215.
- Doliński, D. (2000). *Psychologia wpływu społecznego*. Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Ossolineum.
- Doliński, D. (2005). *Techniki wpływu społecznego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.
- Festinger, L. (1957/2007). *Teoria dysonansu poznawczego*. Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Fukada, H. (2005). *Japanese Psychological Review*, 48, 57-61.
- Harmon-Jones, E. (1999). Toward an understanding of the motivation underlying dissonance effects: Is the production of aversive consequences necessary? W: E. Harmon-Jones i J. Mills (red.). *Cognitive Dissonance. Progress on a Pivotal Theory in Social Psychology* (s. 71-99). Washington: American Psychological Association.
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94, 319-340.
- Jussim, L., Yen, H. i Aiello, J. R. (1995). *Journal of Experimental Social Psychology*, 31, 322-356.
- Kiesler, C. A., Kiesler, S. B. (1964). Role of Forewarning in Persuasive Communications. *Journal of Abnormal & Social Psychology*, 68, 547-549.
- Kulbat, J. (1998). Stopa w drzwiach: Wpływ wielkości pierwszej prośby na percepcję wielkości prośby właściwej. *Studia Psychologiczne*, 40, 49-67.
- Łukaszewski, W., Doliński, D., Maruszewski, T., Ohme, R. (2009). *Manipulacja*. Sopot: Smak Słowa.
- Marston, A. R. (1968). *Educational Research*, 10, 134-138.
- McCarthy, P. A. (1986). *Academy of Management Journal*, 29, 840-847.
- McGuire, W. J., Papageorgis, D. (1962). Effectiveness of forewarning in developing resistance to persuasion. *Public Opinion Quarterly*, 26, 24-34.
- O'Keefe, D. J. (1999). Three reasons for doubting the adequacy of the reciprocal-concessions explanation of door-in-the-face effects. *Communication Studies*, 50, 211-220.
- O'Keefe, D. J., Figgé, M. (1997). A guilt-based explanation of the door-in-the-face influence strategy. *Human Communication Research*, 24, 64-81.
- Pendleton, M. G., Batson, C. D. (1979). Self-presentation and the door-in-the-face technique for inducing compliance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 77-81.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T. (1979). Effect of forwarning of persuasive intent and involvement on cognitive responses and persuasion. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 173-176.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., Boyd, J. G., Cialdini, R. B. (1991). The door-in-the-face technique: Reciprocal concessions vs. self-presentational explanations. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, 545-558.
- Regan, D. T., Williams, M., Sparling, S. (1972). Voluntary expiation of guilt: A field experiment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 18, 124-132.
- Santos, M. D., Leve, C., Pratkanis A. R. (1994). Hye, buddy, can you spare seventeen cents?. Mindful persuasion and the pique technique. *Journal of Applied Social Psychology*, 24, 755-764.

- Shrauger, J. S. (1975). Responses to evaluation as a function of initial self-perceptions. *Psychological Bulletin*, 82, 581-596.
- Sy, T., Tram, S., O'Hara, L.A. (2006). Relation of employee and manager emotional intelligence to job satisfaction and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 68, 461-473.
- Szpitalak, M. (2012). *Rola motywów autoregulacyjnych w mechanizmach zniekształceń pamięciowych uwarunkowanych efektem dezinformacji*. Niepublikowana praca doktorska. Kraków, Uniwersytet Jagielloński.
- Szpitalak, M., Polczyk, R. (2012a). Efekt wzmocnionej autoafirmacji w redukowaniu efektu dezinformacji. W: D. Doliński, J. Maciuszek, R. Polczyk (red.). *Wokół wpływu społecznego* (s. 99-111). ów: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Szpitalak, M., Polczyk, R. (2012b). Efekt wzmocnionej autoafirmacji – wzrost odporności na dezinformację wskutek autoafirmacji wzmocnionej pozytywną informacją zwrotną. *Studia Psychologiczne*, 50, 63-75.
- Szpitalak, M., Polczyk, R. (w druku). ĩanie manipulacji. W: M. Gamian-Wilk i D. Doliński (red.), *Wokół Psychomanipulacji*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Śpiewak, S. (2002). *Studia Psychologiczne*, 40, 23-41.
- Śpiewak, S. (2003). *Studia Psychologiczne*, 41, 173-190.
- Tybout, A., Sternthal, B., Calder, B. J. (1983). Information availability as a determinant of multiple request effectiveness. *Journal of Marketing Research*, 20, 280-290.

Malwina Szpitalak Romuald Polczyk Agata Cyganiewicz

Instytut Psychologii UJ

Instytut Psychologii UJ

Instytut Psychologii UJ

IMMUNIZING AGAINST SOCIAL INFLUENCE: REINFORCED SELF-AFFIRMATION REDUCES THE EFFECTIVENESS OF THE “DOOR-IN-THE-FACE” TECHNIQUE

ABSTRACT

In social psychology, there is little research concerning immunizing against techniques of social influence. The experiment presented in this paper aims to fill this gap. The purpose of this research was to demonstrate that self-affirmation connected with a positive feedback reduces the vulnerability to the “door-in-the-face” technique (reinforced self-affirmation effect).

As a result of the presented study, the general effectiveness of the “door-in-the-face” technique was replicated. It was also found that reinforced self-affirmation reduces the efficacy of this technique: the tendency to fulfill the target request among people who underwent the reinforced self-affirmation technique was not greater than in the control group. It was also found that the vulnerability to the “door-in-the-face” technique in the group in which the self-affirmation was followed by a negative feedback did not differ from the control group. In sum, the results obtained support the hypothesis that enhanced self-confidence, caused by the reinforced self-affirmation, reduces the vulnerability to social influence, exerted by the “door-in-the-face” technique.

Keywords: door-in-the face technique, reinforced self-affirmation, social influence