

PRINCIP ZÁVAZKU A KONZISTENCE CHOVÁNÍ

ALEXANDRA MENTING

Katedra sociologie Filozofické fakulty Univerzity Karlovy
E-mail: alexandra.menting@gmail.com

ABSTRACT

The Principle of Commitment and Consistency of Behavior

This article's focus is on the application of the principle of commitment and consistency, which speaks of the fact that the moment we make a commitment, we increase the likelihood that we will maintain consistent behaviour in the matter to which we have committed ourselves. An experimental study on the principle of commitment and consistency of behaviour examines the effect of signing an informed consent containing an instruction not to cheat on the consistency of behaviour – that is, whether an individual will truly not cheat – under the influence of normative social influence. Based on the data obtained, a medium to strong and statistically significant relationship was found between commitment and behaviour. It has been found that half of the participants, when having made a commitment, maintain consistent behaviour even when conditions directly encourage them to be inconsistent. The results show that this is an effective principle of persuasion that works automatically and without us even realising it.

Keywords: behavioural economics; persuasion; commitment; consistency of behaviour

Tento článek se zabývá vztahem mezi učiněním závazku a konzistentním chováním ve věci, ke které se jedinec zavázal. Každý den provedeme desítky rozhodnutí a naše mentální kapacita není dostatečná na to, aby každé z nich bylo promyšlené (Iyengar & Lepper, 2000). Z tohoto důvodu si naše mysl vytvořila mentální zkratky, nazývané také *heuristiky* (Tversky & Kahneman, 1974), jež tvoří základ pro přesvědčovací principy, jako je právě princip závazku a konzistence chování. Jedná se o obecný princip jednání lidí ve společnosti, a proto je vhodné jej zkoumat s cílem nalezení jeho příčin, souvislostí, projevů a zároveň i rizik, která může pro společnost představovat. Jeho funkce spočívá v automatické sekvenci závazek-konzistence. Vše, co musíme udělat, je učinit *závazek* a naše chování se přizpůsobí tak, aby se jevílo *konzistentní* v souvislosti s učiněným závazkem nebo také s předchozím chováním v podobných situacích (Cialdini, 2007).

V posledních desítkách let začal nabývat na důležitosti termín „replikační krize“, jež hovoří o rozsáhlé problematice neschopnosti replikovat metodologii a výsledky předchozích studií empirických věd, a tím ověřovat reliabilitu jejich závěrů (Baker, 2016). Cílem replikačních studií je ověřit výsledky originálního výzkumu (Nosek & Errington, 2017). Je nutné zmínit, že na základě jedné výzkumné studie není možné potvrdit rozsáhlý teoretický koncept, stejně tak jako není možné jej neúspěšnou replikací vyvrátit.

Z tohoto důvodu si kladu za cíl přispět vlastní experimentální studií k tématu principu závazku a konzistence chování, ne tento teoretický koncept potvrdit či vyvrátit. Zaměřuji se právě na to, zda po učinění závazku udrží jedinec konzistentní chování ve věci, ke které se zavázal.

Zodpovězení této teoretické otázky řeším s pomocí empirické studie věnující se podvádění u vysokoškolských studentů při znalostním testování za působení normativního sociálního vlivu. Učinění závazku se zde vyskytuje ve formě podpisu informovaného souhlasu obsahujícího pokyn k nepodvádění a za konzistentní je považováno takové chování, při němž se jedinec nedopouští podvádění při znalostním testování. Výzkumná otázka zní následovně: Zvyšuje podepsání informovaného souhlasu pravděpodobnost, že jedinec nebude podvádět nebo opisovat při testu? Experimentální design je konceptuální replikací experimentu, který provedli Deutsch a Gerard (1955). Tento typ replikace odkazuje na „opakování testu, hypotézy nebo výsledku dřívější výzkumné studie za využití různých metod“ (Schmidt, 2009, s. 6). Konceptuální replikace jsou zvláště užitečné, jelikož díky úpravě určitých aspektů a aplikací v různých podmínkách poskytují představu o obecné platnosti výsledků výzkumu (Romero, 2019) a právě z toho důvodu mohou být považovány za nadřazené přímé replikaci (Crandall & Sherman, 2016). Zároveň jsem se rozhodla do svého experimentálního designu implementovat post-experimentální rozhovor, za cílem potvrzení vědomého učinění závazku, úspěšné kontroly intervenujících proměnných, zajištění informací, které by mohly pomoci v pochopení chování subjektů, a v neposlední řadě, informování subjektů o pravém záměru studie.

Teoretický kontext principu závazku a konzistence

Princip závazku a konzistence chování vychází z behaviorální ekonomie, jež je společenskovědní disciplínou, která nabízí pohled na iracionální rozhodování vlivem heuristik (Camerer, 2020). Jejími základními kameny, které vysvětlují fungování principu závazku a konzistence chování, jsou *omezená racionalita* a *teorie duálního procesování*.

Omezená racionalita označuje kognitivní omezení, ke kterým dochází v procesu rozhodování. Právě koncept omezené racionality nám pomáhá pochopit, proč učinění závazku vede ke konzistentní linii chování. Vzhledem k tomu, že vychází ze sociální, učinění závazku není individuálním úkonem, ale prvním článkem kauzálního procesu determinovaného sociálním prostředím. Jak uvádí Herbert Simon (1957), jenž je autorem této teorie, lidská rozhodnutí nejsou vždy racionální a lidské chování je třeba chápat jako výsledek kauzálního procesu, který vychází ze sociálního vlivu a interakce.

Podle *teorie duálního procesování* využívá lidský mozek dva režimy myšlení (Kahneman, 2012): Systém 1 a Systém 2 (Stanovich & West, 2000). „Systém 1 funguje automaticky a rychle, s malým nebo žádným úsilím a bez pocitu úmyslné kontroly“, za to „[s]ystém 2 přiděluje pozornost vědomým duševním činnostem, které ji vyžadují, včetně složitých výpočtů“ (Kahneman, 2012, s. 27). Pro behaviorální ekonomii a princip závazku a konzistence je stěžejní chápat fungování Systému 1, protože právě ten se může dopouštět mentálních zkratk (Kahneman, 2012). Mentální zkratky usnadňují lidem proces rozhodování, a pomáhají dělat pohotová rozhodnutí na základě intuice, ale v mnoha případech mohou generovat systematické chyby a kognitivní zkreslení (Tversky & Kahneman,

1974). Díky této teorii je zřejmé, že automatická konzistence, k níž dochází po učinění závazku, je výsledkem mentální zkratky, kterou si vytvořil Systém 1 pro snazší rozhodování.

Přesvědčování

Pro přesvědčování existuje mnoho definic a všechny se shodují na čtyřech společných znacích: jde o úmyslný pokus o ovlivnění, probíhá formou komunikace (přenos zprávy od komunikátora k recipientovi), výsledkem je změna duševního stavu recipienta a ponechává recipientovi možnost svobodné volby (Gálik, 2012). Specifikem výzkumu sociálního ovlivňování nebo také přesvědčování je, že se orientuje spíše na recipienta než na komunikátora, a poznatky, které nás mohou nejvíce obohatit, tak nesouvisí s tím, proč někdo ovlivňuje druhé, ale spíše proč se někdo nechá ovlivňovat druhými.

Cialdiniho univerzální principy přesvědčování

Robert B. Cialdini (2007) představil *univerzální principy přesvědčování*, nebo jak je sám nazývá, *zbraně vlivu*, jež tvoří šestici (dnes již sedmici) těch nejvýznamnějších a vědecky nejprobádanějších principů vycházejících z konceptů behaviorální ekonomie. Těmito principy jsou: reciprocita (reciprocity), sociální schválení (social proof), oblíbenost (liking), autorita (authority), vzácnost (scarcity), **závazek a konzistence (commitment and consistency)** a později objevený sedmý princip jednoty (unity). Ačkoliv každý z principů spouští svou vlastní sekvenci chování, nefungují ve většině případů izolovaně. Výzkum, který byl proveden pro účely této práce, je tomu důkazem. V průběhu studie zkoumající princip závazku a konzistence bylo totiž potřeba aktivně kontrolovat účinek principů sociálního schválení, reciprocity a oblíbenosti, tak aby nezasahovaly do výsledků experimentu. Zjednodušeně, v mnoha případech, kdy působí jeden princip přesvědčování, může zároveň působit i jeden nebo více dalších principů, a je tak potřeba je vnímat spíše jako spleť síť obecných vzorců chování než jako izolované faktory.

Princip reciprocity se v nás rodí již v raném dětství, kdy se poprvé začínáme orientovat v systému vzájemné závaznosti zakotveném v naší kultuře a učíme se rozlišovat ty, kteří jen berou, ale nedávají, od recipročně se chovajících jedinců (Dunfield & Kuhlmeier, 2010). Hovoří o tom, že lidé mají větší tendenci projevit laskavost někomu, kdo na ni má nárok, tedy někomu, kdo předtím prokázal laskavost jim (Cialdini, 2016). **Princip sociálního schválení** poukazuje na to, že v nejistých situacích mají lidé tendenci si něco myslet, cítit nebo dělat, a obecně chovat se nějakým způsobem, pokud si to myslí, cítí, dělají nebo se tak chovají druzí, již nám jsou podobní (Cialdini, 2016). Princip sociálního schválení je v rámci této práce zejména důležitý, jelikož spolu s principem závazku a konzistence tvoří teoretická východiska pro vlastní výzkumnou studii. **Princip oblíbenosti** vypovídá o tom, že pokud si nás druzí oblíbí, máme větší tendenci s nimi chtít navázat vztah a přirozeně také věříme, že pokud si my oblíbíme ty druhé, budou oni chtít navázat vztah s námi (Cialdini, 2016). **Princip autority** se zaměřuje na autoritativního komunikátora a obecný předpoklad, že lidé se spíše nechají přesvědčit od znalce v oboru než běžného laika (Cialdini, 2016). Nejznámější experiment zabývající se principem autority provedl

Stanley Milgram (1963). **Princip vzácnosti** ukazuje, že to, co nemůžeme mít, chceme nejvíce, a čím méně toho můžeme mít, tím více toho chceme. Nedostupnost se jeví jako nejvyšší forma vzácnosti a lidé obecně neradi dopouští, aby si nechali ujít něco hodnotného (Cialdini, 2016). **Princip jednoty** funguje díky navázání vztahu založeném na představě sdílené identity. Lidé jsou ochotnější vyhovět někomu, kdo sdílí jejich vnitřní hodnoty, „jejichž prostřednictvím definujeme sebe samé a své skupiny... [j]inými slovy, **my** rovná se sdílené já“ (Cialdini, 2016, s. 185). Jde o vytvoření pocitu, že „jsme v tom společně“.

Princip závazku a konzistence

Princip závazku a konzistence je „jednoduše naše touha být (a jevit se) konzistentní v souvislosti s tím, co jsme již udělali. Jakmile se nějak rozhodneme nebo zaujmeme stanovisko, setkáme se s vnitřními a vnějšími tlaky, abychom se chovali konzistentně. Tyto tlaky způsobí, že budeme reagovat způsoby, které ospravedlňují naše dřívější rozhodnutí“ (Cialdini, 2016, s. 52). Jakmile uděláme nějaké rozhodnutí a něčemu se tak zavážeme, přesvědčíme sami sebe, že právě to rozhodnutí bylo opravdu správné (Cialdini, 2007). To dokazují například Regan a Kilduff (1988), kteří zjistili, že po tom, co vhodíme hlasovací lístek do urny, věříme více ve výhru námi zvoleného kandidáta. Knox a Inkster (1968) zase, dokázali, že po vsazení na koně na dostizích mají lidé tendenci více věřit v jeho výhru.

Naše touha po konzistenci však nemusí vždy fungovat v našem zájmu, a proto se automatická a bezmyšlenkovitá konzistence může stát výhodnou taktikou pro lidi, kteří chtějí využít *sekvenci závazek-konzistence* pro svůj zisk. Nejznámější technikou přesvědčování, která využívá princip závazku a konzistence, je technika *foot-in-the-door*. Tato strategie vyhovění spočívá v tom, že člověk, který v nedávné době souhlasil s menším požadavkem, bude pravděpodobněji v budoucnu souhlasit s požadavkem větším. Freedman a Fraser (1966) provedli výzkum, ve kterém zjistili, že s vystavením velkého billboardu upozorňujícím na opatrnost při řízení budou dotázaní souhlasit pravděpodobněji, pokud dříve souhlasili s menším požadavkem (vystavení malé cedulky za okno). Druhou z nejběžněji používaných strategií vyhovění využívajících princip závazku a konzistence je *low-balling*, jež hovoří o tom, že člověk, který souhlasí s požadavkem, s ním bude nadále souhlasit, i pokud se jeho podmínky změni na méně atraktivní. Cialdini, Cacioppo, Bassett a Miller (1978) uskutečnili experiment, ve kterém studenty psychologie požádali o účast ve studii, která se měla odehrát brzy ráno. Studenti pravděpodobněji souhlasili s účastí, pokud nejdříve vyjádřili souhlas a až poté se dozvěděli čas konání, a tento závazek k účasti udrželi, i pokud jim byla poskytnuta možnost změnit názor.

Otázkou jen zbývá, proč máme tak silnou touhu po konzistenci. Nekonzistentní chování je běžné ve společnosti považováno za nežádoucí, jelikož jedinec, který se chová nekonzistentně, se jeví jako zmatený či duševně nemocný, nebo dokonce jako někdo se zlomyslnými záměry (Cialdini, 2007). Na druhou stranu konzistentní chování je ve společnosti ceněné, představuje totiž jedincovu osobní a intelektuální stabilitu. Za konzistentní je považováno takové chování, které je koherentní, stabilní, logické a předvídatelné (Allgeier et al., 1979; Asch, 1946). Pokud učiníme závazek a dodržíme jej, jsme konzistentní a jevíme se i tak v té věci, ke které jsme se zavázali.

Závazek

Závazek je „svázání jednotlivce s behaviorální činností, jež má za následek určitý stupeň afektivního připoutání k chování nebo roli, která je s tímto chováním asociována a jež vytváří „vedlejší sázky“ jakožto výsledek daného chování“ (Buchanan, 1985, s. 402). V principu závazku a konzistence slouží závazek jako motivace k tomu, aby lidé představovali a udržovali konzistentní obraz sebe sama. V praxi je možné identifikovat mnoho forem závazku, ale nejčastěji se v různých kombinacích jedná o závazek aktivní či pasivní, verbální či písemný nebo soukromý či veřejný (Cialdini, 2007). V případě vlastního výzkumu se tak například jednalo o kombinaci písemného a veřejného závazku. Existuje však jedna další vlastnost závazku, která je důležitější než tyto tři: uvědomění si vlastní zodpovědnosti za učinění závazku (Cialdini, 2007). Tato vlastnost se stala zejména důležitou pro vlastní výzkum, protože veškerá pozorování, kde participant neučinil závazek vědomě a zodpovědně, musela být posléze vyřazena. Pokud totiž učiníme závazek vlivem silného vnějšího nátlaku, je možné docílit dočasného vyhovění, nikoli však dlouhodobého závazku (Freedman, 1965). Z toho tedy vyplývá, že proces vytváření závazku dává za vznik postojům, které jsou stěžejní pro tvorbu konzistentního chování (Buchanan, 1985; Gerard, 1968). Závazek je tak vědci nejčastěji identifikován s pomocí individuálních hodnot, které utváří postoje jedince (Crosby & Taylor, 1983; Gahwiler & Havitz, 1998; Zaltman & Wallendorf, 1983).

Becker (1960) přišel s konceptem závazku, který představuje nejvhodnější řešení pro vysvětlení konzistentního chování. Podle Beckera (1960) je základním faktorem v procesu utváření závazku sociální kontext. Jedinci skrz participaci ve společenských organizacích vytváří behaviorální závazky, které Becker nazývá „vedlejší sázky“. Vedlejší sázky jsou určité náklady nebo investice – vzdělání, rodinný stav, věk, délka služby v zaměstnání a konkrétní pozice ve společnosti či organizaci (Shoemaker et al., 1977) – které člověku znesnadňují přerušení jeho linie konzistentní činnosti. Důležité je, že tyto náklady a investice nejsou určovány samotnými jedinci, ale jsou zakořeněny ve struktuře společnosti, a tak pokud by jedinec opustil linii konzistentní činnosti, o vedlejší sázky by pak například v případě zaměstnání nebo rodinného stavu mohl dokonce nevratně přijít.

Metodologie výzkumu

Pro prozkoumání výzkumné otázky, zda podepsání informovaného souhlasu zvyšuje pravděpodobnost, že jedinec nebude podvádět nebo opisovat při testu, byla stanovena hypotéza: Podepsání informovaného souhlasu zvyšuje pravděpodobnost, že participant nebude podvádět nebo opisovat při testu. K testování výzkumné hypotézy jsem využila experimentální design, který vytvořili Deutsch a Gerard (1955) jakožto konceptuální podklad pro vlastní výzkum. Deutsch a Gerard rozšířili Aschův výzkumný design (Asch, 1946) tím, že se zaměřili na to, jaký účinek bude mít učinění závazku na chování jedince za působení normativního sociálního vlivu. V experimentu měli vysokoškoláci posoudit délky čar, avšak pouze jeden z účastníků byl opravdový participant (ostatní účastníci byli herci, kteří měli za úkol poskytovat špatné odpovědi). V první skupině účastníci své odpovědi pouze vyslovili, a tedy se k nim nijak nezavázali. Ve druhé skupině se zavázali

písemně a soukromě (napsali odpověď na popisovací tabulku a poté ji hned vymazali). Ve třetí skupině se zavázali písemně a veřejně (napsali odpověď na papír, podepsali ji a odevzdali). Jedinci v první skupině, kteří neučinili žádný závazek, se snadno nechali ovlivnit herci, kteří udávali špatné odpovědi. Jedinci ve druhé skupině, kteří své odpovědi napsali a vymazali, již dokázali normativnímu sociálnímu vlivu vzdorovat, protože se ke svým odpovědím písemně zavázali. Nakonec jedinci ve třetí skupině, kteří své odpovědi napsali a odevzdali, a tedy učinili písemný a veřejný závazek, zcela odmítali změnit svou původní odpověď, čímž si vytvořili konzistentní obraz sebe sama.

Pro realizaci vlastního experimentu byli vysokoškoláci požádáni o vyplnění znalostního testu pro účely bakalářské práce na téma: „Porovnávání znalostního testování u vysokoškoláků a středoškoláků.“ Každá testovaná skupina se skládala ze čtyř participantů, ale pouze jeden z nich byl „opravdový“. Ostatní participanti byli herci instruováni k tomu, aby si mezi sebou povídali a vytvořili přátelskou atmosféru a aby posléze při testu podváděli a opisovali jeden od druhého. V kontrolní skupině byli participanti požádáni o vyplnění testu, experimentátorka (autorka) odešla z místnosti a nechala participanty 30 minut vyplňovat test. V experimentální skupině byli navíc před zahájením testování participanti požádáni o důkladné pročtení a následně o podpis informovaného souhlasu, který obsahoval příslib, že jako účastník studie participant poctivě vyplní test a nebude podvádět či opisovat. Podepsání dokumentu v tomto případě sloužilo jako písemný a veřejný závazek. Poté stejně jako v kontrolní skupině experimentátorka odešla z místnosti a nechala participanty 30 minut vyplňovat test. Cílem výzkumu bylo pozorovat, jak podepsání informovaného souhlasu ovlivní chování participanta a jestli bude stejně jako ostatní podvádět při testu. Po ukončení pozorování byl proveden post-experimentální rozhovor mezi experimentátorkou a opravdovým participantem. Cílem tohoto rozhovoru bylo potvrdit vědomé učinění závazku participantů v experimentální skupině a úspěšnost kontroly sledovaných intervenujících proměnných, informovat subjekt o pravém účelu výzkumu a zajistit dodatečné informace, které by pomohly v pochopení chování subjektu.

Sledované proměnné byly následující: Nezávislá proměnná – Podpis informovaného souhlasu s příslibem o nepodvádění; Závislá proměnná – Podvádění při testu; Intervenující proměnné – Morální hodnoty individua (podvádění je/není špatné) a další Cialdiniho univerzální principy přesvědčování. Intervenující proměnná byla v případě morálních hodnot individua v průběhu experimentu aktivně kontrolována. Pro ověření předpokladu konstantní úrovně morálních hodnot byla v průběhu post-experimentálního rozhovoru položena otázka na to, jakým způsobem participant vnímají podvádění při testech. Dalšími intervenujícími proměnnými, které byly aktivně kontrolovány, byly výše zmíněné principy přesvědčování. Principy autority, nedostatku a jednoty nebyly identifikovány jako relevantní intervenující proměnné v experimentálním prostředí. Experimentátorka nepředstavovala výrazně autoritativní postavu, vystupovala v roli přátelského vrstevníka a v průběhu testování nebyla přítomna v místnosti, aby její postavení nemělo vliv na chování participantů. Zároveň participanti nebyli postaveni do situace, která by je vystavovala omezenému či vzácnému zdroji nebo se soustředila na jejich sdílenou identitu. Tedy bylo potřeba sledovat principy sociálního schválení, oblíbenosti a reciprocity. Všichni herci byli instruováni k příjemnému a sympatickému vystupování, aby mohl být kontrolován princip oblíbenosti. Zároveň byli instruováni k aktivní interakci a reciproci-

tě požadavků jak mezi sebou, tak s participantem, aby mohl být kontrolován princip reciprocity. V poslední řadě se měli všichni vyváženě podílet na konverzaci a zejména pak na pokládání dotazů ohledně testových otázek, aby byl zajištěn princip sociálního schválení.

Výběr vzorku byl realizován pomocí stávajících sociálních vazeb autorky. Dále byla využita metoda sněhové koule – tedy postup, kdy „nás nějaký původní informátor vede k jiným členům naší cílové skupiny“ (Disman, 2002, s. 114). Kontakt s potenciálními účastníky probíhal prostřednictvím aplikace Facebook Messenger, kde byli dotázáni na svůj zájem o účast ve studii. Po získání souhlasu byl další kontakt s participanty realizován skrze tuto platformu. Výběr herců probíhal obdobným způsobem, přičemž byli osloveni jedinci z osobních a akademických kruhů autorky. Co je důležité, bylo zajištěno, že se herci s participanty mezi sebou neznali, čímž bylo minimalizováno riziko zkreslení výsledků na základě interpersonálních vztahů.

Experiment probíhal v období od 9. 2. 2021 do 3. 3. 2021 v budově Univerzity Karlovy na Praze 1. V experimentu bylo manipulováno pouze s jednou nezávisle proměnnou a byl zajišťován její vliv na jednu závisle proměnnou. Jednalo se tedy o jednoduchý plán experimentu. K rozdělení subjektů do kontrolní a experimentální skupiny byl nejprve použit stratifikovaný výběr podle pohlaví a oboru vysokoškolského studia. Pohlaví je zde důležitým faktorem, protože studie zabývající se podváděním obecně, a konkrétně v akademickém kontextu, naznačují, že muži mají větší tendenci podvádět než ženy (Whitley, Nelson, & Jones, 1999), a tedy bylo potřeba zajistit rovnoměrné rozložení pohlaví v obou skupinách. Dále, studenti humanitních oborů typicky vynikají v jazykově orientovaných otázkách, zatímco studenti nehumanitních oborů jsou silnější v matematických úlohách (Borodaeva et al., 2018). V případě, že by byl test subjektivně lehčí nebo náročnější pro participanty studující humanitní nebo nehumanitní obor, bylo potřeba vzorek rovnoměrně rozdělit do obou skupin. Pokud by tato fáze výběru neproběhla, mohlo by dojít ke zkreslení v míře sklonu k podvádění v jednotlivých skupinách. Poté byl aplikován prostý náhodný výběr. Tímto bylo zajištěno, že v kontrolní a experimentální skupině byl stejný počet jedinců stejného pohlaví a stejný počet jedinců, kteří studují stejný typ oboru. Každý subjekt byl jen jednou přiřazen buď do kontrolní, nebo do experimentální skupiny.

Tabulka 1: Složení vzorku v kontrolní a experimentální skupině

Typ oboru	Pohlaví	Experimentální skupina (se závazkem)	Kontrolní skupina (bez závazku)	Celkem
Humanitní	Muž	5 (17 %)	5 (17 %)	10 (33 %)
	Žena	3 (10 %)	3 (10 %)	6 (20 %)
	Celkem	8 (27 %)	8 (27 %)	16 (53 %)
Nehumanitní	Muž	2 (7 %)	2 (7 %)	4 (13 %)
	Žena	5 (17 %)	5 (17 %)	10 (33 %)
	Celkem	7 (23 %)	7 (23 %)	14 (47 %)
Celkem		15 (50 %)	15 (50 %)	30 (100 %)

Celkový počet jedinců, kteří se studie zúčastnili, činil třicet jedna ($N = 31$). V jednom případě byl participant roztěkaný a nevěnoval pozornost instrukcím, což bylo pro úspěšné testování stěžejní, a tak bylo dané pozorování posléze vyloučeno. Celkový počet pozorování, z nichž byla data postoupena k dalšímu zpracování, tedy činil třicet ($N = 30$). Základní podmínkou pro výběr zkoumaných osob bylo, že aktuálně studují vysokou školu. Dále byly vybrány na základě jejich pohlaví a typu oboru, který studují, aby došlo k vyváženému poměru v obou faktorech. Z hlediska pohlaví byl výzkumný vzorek tvořen 16 ženami a 14 muži. Z hlediska typu oboru byl vzorek tvořen 16 jedinci, kteří studují humanitní obor a 14 jedinci, kteří studují nehumanitní obor. Polovina účastníků byla na základě stratifikovaného výběru náhodně přiřazena do kontrolní skupiny (bez závazku) a polovina do experimentální skupiny (se závazkem) (Tabulka 1).

Sběr dat

Pro účely experimentu bylo nutné, aby participant neznal jeho pravý záměr. Nejprve tak byli prostřednictvím Facebook Messengeru požádáni o účast ve studii, která se zaměřuje na porovnávání znalostního testování mezi vysokoškoláky a středoškoláky. Účastníkům bylo řečeno, že jejich úkolem by bylo vyplnit znalostní test, na nějž by měli 30 minut, a posléze by absolvovali rozhovor ohledně obsahu a náročnosti testu. Den před domluveným termínem byla participantům odeslána připomínka s místem, datem a časem konání testování. V domluvený čas byl jeden participant a tři herci zavedeni do testovací místnosti. Autorka všechny participanty seznámila s průběhem testování; pokud se jednalo o experimentální skupinu, účastníci byli zároveň požádáni o důkladné přečtení informovaného souhlasu a o jeho podepsání. Poté autorka zahájila testování a oznámila, že se za 30 minut vrátí a následně provede předem avizované rozhovory.

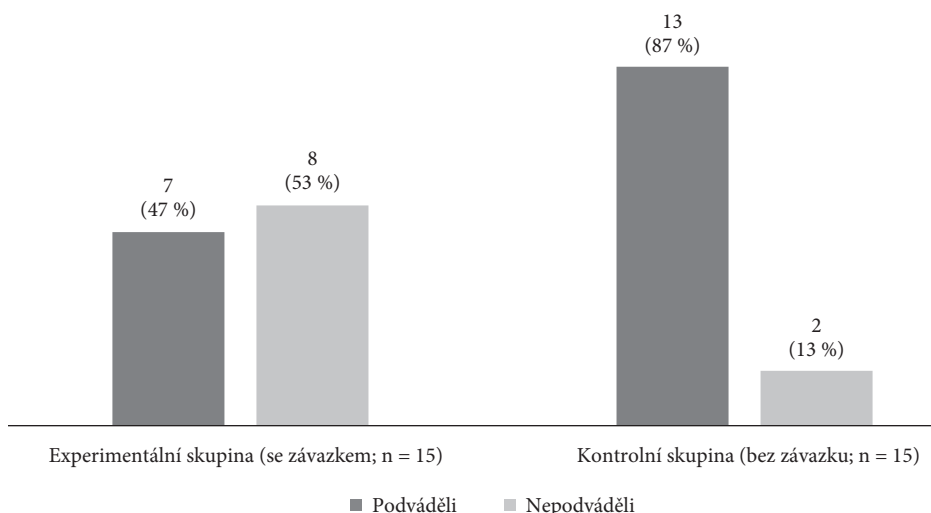
V průběhu testování herci navozovali sympatickou a přátelskou atmosféru. Jejich úkolem bylo si spolu příjemně povídat a vyptávat se jak jeden na druhého, tak na obsah testu. Nejprve konverzaci zahajovali technickými poznámkami ohledně způsobu zapisování odpovědí a času, který jim na dokončení testu zbývá. Dále se pak přesunuli k dotazům ohledně samotných testových otázek. Chování a reakce opravdového participanta herci zaznamenali na papír, který posléze odevzdali experimentátorce při vybírání testů. Kategorie chování vytvořené pro účely daného experimentu byly následující: *aktivně podvádějící* – participant, který odpovídal na dotazy herců ohledně testu a sám takové dotazy pokládal; *pasivně podvádějící* – participant, který odpovídal na dotazy herců ohledně testu, ale sám takové dotazy nepokládal; *udržující atmosféru* – participant, který si s herci ochotně povídal, ale neodpovídal na dotazy ohledně testu, ani je sám nepokládal; *nepodvádějící* – participant, který nereagoval na jakékoliv dotazy herců, ani je sám nepokládal, nebo dokonce ostatní napomenul, aby si nepovídali a neradili. Pro účely analýzy výsledků byla tato kategorizace posléze dichotomizována: **podvádějící** (aktivně podvádějící a pasivně podvádějící) a **nepodvádějící** (udržující atmosféru a nepodvádějící). Po uplynutí 30 minut se autorka vrátila do třídy a požádala účastníky, aby počkali na chodbě. Z poznámek herců zjistila chování opravdového participanta a poté si ho pozvala do učebny k rozhovoru; v případě, že chování subjektu nebylo z poznámek zcela jasné, byl do učebny nejprve pozván jeden z herců, který popsal průběh testování, a až posléze opravdový

participant. Nakonec experimentátorka s participantem provedla rozhovor v délce 5 až 15 minut, jehož cílem bylo zejména dozvědět se, jakým způsobem jedinci racionalizují své chování, zároveň potvrdit vědomé učinění závazku, zjistit úspěšnost kontroly intervenujících proměnných, a nakonec informovat participanty o pravém záměru studie.

Pro účely dodržení etických aspektů výzkumu bylo zajištěno, že participace na studii byla zcela dobrovolná, a účastníci se mohli kdykoliv v průběhu experimentu rozhodnout, že dále nechtějí pokračovat. Veškeré údaje, které by mohly vést k osobní identifikaci, byly anonymizovány. V neposlední řadě, byl ex-post od všech participantů získán souhlas s tím, že jim byl pravý záměr studie v průběhu post-experimentálního rozhovoru objasněn a že jim důsledkem participace ve studii nevznikla psychická škoda. Přesné znění prohlášení je následující: „Potvrzuji tímto, že bezprostředně po konání experimentu mi byla jeho pravá povaha objasněna a že se svojí účastí zpětně souhlasím a prohlašuji, že účastí na experimentu mi nevznikla žádná psychická škoda.“

Výsledky

Získaná data byla podrobena statistické analýze za pomoci programu SPSS. Výsledky deskriptivní statistiky (Graf 1) ukázaly, že v průběhu testování dvě třetiny všech účastníků podváděly a pouze jedna třetina nepodváděla. V kontrolní skupině skoro 90 % účastníků podlehl sociálnímu vlivu, a v průběhu testování podváděli. Naopak pouze dva jedinci z patnácti odolali normativnímu sociálnímu vlivu a nepodváděli. V experimentální skupině bylo však chování participantů zcela odlišné a můžeme zde pozorovat bezmála vyvážené rozdělení chování participantů, tedy polovina z nich podváděla a polovina nepodváděla.



Graf 1: Chování účastníků studie v kontrolní a experimentální skupině

K otestování vztahu mezi učiněním závazku a podváděním byla v SPSS provedena korelační analýza za použití Phi koeficientu, tj. Pearsonova korelačního koeficientu pro dvě binární proměnné (Tabulka 2). Na základě chí-kvadrát testu (p -hodnota = 0,02) byl vztah prokázán jako statisticky signifikantní na hladině spolehlivosti $\alpha < 5\%$. Dále byl zjištěn negativní středně silný až silný vztah ($-0,424$) mezi učiněním závazku a chováním participanta. Jinými slovy, pokud jedinec učinil závazek, je vcelku pravděpodobné, že nebude podvádět, a naopak pokud závazek neučinil, je pravděpodobnější, že podvádět bude.

Tabulka 2: Vztah mezi učiněním závazku a chováním participanta

Nezávislá proměnná	Závislá proměnná	Phi koeficient (ϕ)	p -hodnota	Velikost vzorku (N)
Učinění závazku	Podvádění	$-0,424$	0,02	30

Pozn.: Chí-kvadrát test je statisticky signifikantní na hladině spolehlivosti $\alpha < 5\%$.

Post-experimentální rozhovor

Díky provedení post-experimentálního rozhovoru se podařilo spolehlivěji interpretovat výsledky statistické analýzy. Zejména bylo možné zjistit, zda všichni participanté v experimentální skupině učinili závazek vědomě, a tedy, jestli si přečetli bod v informovaném souhlasu věnující se nepodvádění. U jednoho participanta toto nebylo možné potvrdit, a tak byl vyřazen ze studie. Dále se podařilo zjistit, zda proběhla úspěšná kontrola sledovaných intervenujících proměnných. Provedené rozhovory opravdu potvrdily, že všichni participanté si uvědomovali společenskou normu „*podvádět je špatné*“, a jejich pohled na podvádění tak mohl být považován za konstantní. Dále post-experimentální rozhovory s participanty potvrdily, že tři sledované principy přesvědčování byly úspěšně kontrolovány a byly ve všech případech konstantní. Zajímavé je, že v případech, kdy byl participant komunikativní a podváděl, uváděl významně vyšší sympatie ke stejně komunikativním a podvádějícím hercům. Na druhou stranu ti, kteří nepodváděli, nebo dokonce napomenuli herce, aby nepodváděli, je označovali za ukecané a otravné. Takové zjištění potvrzuje, že sympatie k ostatním lidem si často vytváříme na základě míry kompatibility našich hodnot s hodnotami ostatních.

Jedinci, kteří nepodváděli, nejčastěji uváděli vlastní ego nebo integritu výzkumu jako hlavní důvod k jejich chování. Participanté, kteří při testování podváděli, často uváděli, že z výsledku testu a jeho poctivého vyplnění neměli žádný osobní zisk (jednalo se totiž pouze o výzkumnou studii, a ne o test ve škole nebo přijímací zkoušky), a tudíž nebyli k poctivosti motivováni. Ve většině případů ale také přiznali, že by sami nikdy neiniciovali dotazy k testovým otázkám. Avšak když podváděli všichni ostatní, přišlo jim v ten moment v pořádku podvádět také, což potvrzuje přítomnost konceptu omezené racionality. Takovou racionalizaci podvádění často doprovázela řečnická otázka: „*Když to dělají ostatní, proč ne já?*“ Zde je zcela zřejmé vzájemné svázání jednotlivých principů přesvědčování. V průběhu experimentu byla podle očekávání pozorována vysoká účinnost výše zmíněného principu sociálního schválení nebo také normativního sociálního vlivu, který hrál v experimentu roli kontrolované intervenující proměnné. Zajímavým zjištěním

u podvádějících i nepodvádějících jedinců bylo to, že roli podpisu informovaného souhlasu nevnímali jako rozhodující. Analýza výsledků však odhalila, že učinění závazku má středně silný až silný vliv na chování participantů. Funkce systému 1 a jeho ovlivnitelnost heuristikami je zde naprosto zřejmá a díky post-experimentálnímu rozhovoru bylo potvrzeno, že tento proces funguje zcela intuitivně, aniž bychom si to my sami uvědomovali.

Diskuse

Co se týče samotného průběhu studie, podvádění při testování, které bylo pozorováno u dvou třetin zúčastněných, může být dále vysvětleno tím, že pro uskutečnění experimentu bylo nutné, aby studie probíhala bez dozoru experimentátorky, a tím se u účastníků vytratila motivace k poctivosti z důvodu absence osoby v autoritativním postavení. Zároveň je zde potřeba zmínit vliv konkrétního typu testu a času, který na něj participant měli. Poslední část testu totiž obsahovala tzv. kvízové otázky, které participant buď věděl, nebo nevěděl, a nebylo k nim tak potřeba žádných výpočtů nebo zdlouhavého přemýšlení. V posledních pár minutách časového limitu, kdy už se participant nudil a neměl co dělat, byl tak pozorován sklon ptát se právě na tyto otázky. Je možné, že po vyřazení kvízových otázek a zkrácení časového limitu by bylo dosaženo odlišných výsledků.

Stanovená testovaná hypotéza výzkumu hovořila o předpokladu konzistentního chování participantů po učinění závazku. Tato hypotéza byla provedeným experimentem potvrzena. Už jen obecně častěji pozorované podvádění v průběhu studie dokazuje, že učinění závazku nebylo zdaleka tak silným prediktorem chování jedinců. Ve výsledku totiž pouhá polovina jedinců, kteří učinili závazek, udržela konzistentní chování a nepodváděla po přečtení a podpisu informovaného souhlasu. Avšak jak je vidět v Grafu 1, jedná se o významně odlišné rozložení dat ve srovnání s kontrolní skupinou. Přesto experimentální studie nepřinesla natolik jednoznačné výsledky jako již publikované studie na téma principu závazku a konzistence. To je velmi důležité zjištění, protože se stává čím dál tím zřejmější nutnost neustálého ověřování závěrů předchozích výzkumů empirických věd s pomocí realizace replikačních studií. Důvodem pro naměřené hodnoty v případě tohoto konkrétního výzkumného designu je nastavení parametrů experimentu. Nakonec je také potřeba si při porovnávání výsledků s publikovanými studiemi uvědomovat existenci publikačního biasu upřednostňování pozitivních výsledků.

Limity studie

V první řadě nebylo z důvodu situace spojené s COVID-19 možné provést experiment v přirozeném prostředí, a důsledkem toho byl vytvořen design laboratorního experimentu. U laboratorních experimentů a jednoduchých plánů je známa problematika zajištění ekologické validity neboli platnosti výsledků v reálných podmínkách každodenního života. Bylo by zde tak vhodnější provedení experimentu v přirozených podmínkách, pro dosažení vysoké reliability výsledků studie. Dále pak náročnost provedení experimentu a omezené časové možnosti všech zúčastněných měly bohužel za následek to, že nebylo možné pracovat se stejnými herci v průběhu celého experimentu. Na studii se nakonec dohromady podílelo čtrnáct herců. Přestože každý herec dostal stejné instrukce, z post-

-experimentálních rozhovorů vyšlo na povrch, že někteří herci byli více charismatičtí než jiní. Tito herci tak mohli vytvářet prostředí, ve kterém by se participant pravděpodobněji nechal strhnout k podvádění. Naopak herci s mírnější povahou by v participantech nemuseli vzbuzovat tak silný normativní sociální vliv, a bylo by tak méně pravděpodobné, že participant bude podvádět. Při ověřování přítomnosti tohoto limitu nebyly nalezeny významné systematické odchylky mezi jednotlivými herci, a tak mohu limit individuálních charakterů a motivací herců prohlásit za nepřítomný. Přesto je důležité zmínit, že individuální charaktery a motivace herců tvoří potenciální limit výzkumu, který by bylo možné eliminovat, pokud by se studie účastnili pouze tři stejní herci.

Nejvýznamnějším limitem provedeného experimentu byla však samotná forma závazku. Informovaný souhlas byl velmi obsáhlý a samotný pokyn k nepodvádění vycházející z principu závazku a konzistence se skrýval až v posledním bodě dokumentu. V každé skupině bylo potřeba specificky požádat participanty o důkladné pročtení dokumentu, aby si všimli bodu 6 („Jako účastník studie poctivě vyplníte test a nebudete podvádět či opisovat.“). Jak bylo zmíněno výše, jedno z pozorování bylo nutné vyřadit, a to právě z důvodu, že si participant důkladně nepročel informovaný souhlas a podepsal jej tak bez vědomého učinění závazku. V principu závazku a konzistence je stěžejní, aby bylo učinění závazku vědomé, a proto by při opakování experimentu bylo vhodné písemný závazek implementovat v jednodušší formě, která nevyžaduje takovou míru soustředění.

Závěr

Tato studie se zabývala principem závazku a konzistence a jeho aplikaci v praxi. Za tímto záměrem byl proveden experiment, který zkoumal vliv písemného a veřejného závazku na chování jedinců při vyplňování testu, a to konkrétně, zda budou podvádět, či ne. Přes veškeré výhrady a limity experimentu byla testovaná hypotéza v experimentu potvrzena, výzkum přinesl signifikantní výsledky, a experimentální studie tak mohla být považována za úspěšnou. Z výsledků vyplývá, že jedinci mají obecně větší tendenci podvádět, jelikož pouze jedna třetina ze všech participantů ve studii odolala normativnímu sociálnímu vlivu a nepodváděla. Avšak rozložení podvádějících a nepodvádějících je zcela odlišné v kontrolní a experimentální skupině. Většina jedinců v kontrolní skupině, kteří neučinili závazek, podváděla, zato u jedinců v experimentální skupině, kteří učinili závazek, polovina udržela konzistentní linii chování, i přestože je k tomu podmínky přímo nabádaly. O to zajímavější je, že podvádějící i nepodvádějící jedinci naprosto odmítali, že by podpis informovaného souhlasu hrál rozhodující roli v jejich chování. Moje analýza výsledků však svědčí o opaku, a tedy o tom, že učinění závazku má středně silný až silný vliv na chování participantů. Zde je zřejmá funkce omezené racionality, teorie duálního procesování a zejména pak systému 1 a jeho ovlivnitelnosti heuristikami. Z post-experimentálních rozhovorů totiž vyplývá, že proces uveden v pohyb principem závazku a konzistence funguje zcela intuitivně, aniž bychom si to my sami uvědomovali.

Tento článek může sloužit jako východisko pro navazující výzkum, v tomto případě zejména replikační studii. Stává se čím dál tím důležitější ověřovat závěry předchozích výzkumů empirických věd z důvodu rozsáhlé problematiky jejich replikovatelnosti. Tato práce by rozhodně neměla být výjimkou. Co se týče praktického využití zkoumaného

principu, dnes je především využíván v prodejních strategiích, charitativních kampaních a oblasti veřejné správy. Vzhledem k tomu, že se jedná o velmi účinnou přesvědčovací techniku, která působí jak na individuální úrovni, tak na úrovni sociální, má potenciál dále působit v těchto a v mnoha dalších sférách. Navazující výzkum by, dle mého názoru, měl klást důraz na sociální rovinu principu závazku a konzistence, a jeho cílem by tak bylo dosažení sociálně přínosných záměrů.

LITERATURA

- Allgeier, A. R., Byrne, D., Brooks, B., & Revnes, D. (1979). The waffle phenomenon: Negative evaluations of those who shift attitudinally. *Journal of Applied Social Psychology*, 9, 170–182. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1979.tb00802.x>
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41(3), 258–290. <https://doi.org/10.1037/h0055756>
- Baker, M. (2016). 1,500 scientists lift the lid on reproducibility. *Nature*, 553, 452–454. <https://doi.org/10.1038/533452a>
- Becker, H. (1960). Notes on the concept of commitment. *American Journal of Sociology*, 66, 32–40. <https://doi.org/10.1086/222820>
- Borodaeva, Z., Chipeeva, N., Maslennikova, E., Feklicheva, I., Soldatova, E., Esipenko, E., Sharafieva, K., Ismatullina, V., Malykh, S., & Kovas, Y. (2018). Stem gender gap and intra-individual strengths in maths and Russian language. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 55, 133–144. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2018.11.02.15>
- Buchanan, T. (1985). Commitment and leisure behavior: A theoretical perspective. *Leisure Sciences*, 7(4), 401–420. <https://doi.org/10.1080/01490408509512133>
- Camerer, C. F. (2020). Introduction. In A. Samson (Ed.), *The Behavioral Economics Guide 2020* (pp. VII–XV). <https://www.behavioraleconomics.com/be-guide/the-behavioral-economics-guide-2020/>
- Cialdini, R. B., Cacioppo, J. T., Bassett, R., & Miller, J. A. (1978). Low-ball procedure for producing compliance: Commitment then cost. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36(5), 463–476. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.36.5.463>
- Cialdini, R. B. (2007). *Influence: Science and practice* (Rev. ed.). Harper Business.
- Cialdini, R. B. (2016). *Předsvědčování*. Jan Melvil Publishing.
- Crandall, C. S., & Sherman, J. (2016). On the scientific superiority of conceptual replications for scientific progress. *Journal of Experimental Social Psychology*, 66, 93–99. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.10.002>
- Crosby, L., & Taylor, J. (1983). Psychological commitment and its effects on post-decision evaluation and preference stability among voters. *The Journal of Consumer Research*, 9(4), 413–431. <https://doi.org/10.1086/208935>
- Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 629–636. <https://doi.org/10.1037/h0046408>
- Disman, M. (2002). *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Karolinum.
- Dunfield, K. A., & Kuhlmeier, V. A. (2010). Intention-mediated selective helping in infancy. *Psychological Science*, 21(4), 523–527. <https://doi.org/10.1177/0956797610364119>
- Freedman, J. L. (1965). Long-term behavioral effects of cognitive dissonance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1(2), 145–155. [https://doi.org/10.1016/00221031\(65\)90042-9](https://doi.org/10.1016/00221031(65)90042-9)
- 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. <https://doi.org/10.1037/h0023552>
- Gahwiler, P., & Havitz, M. E. (1998). Toward a relational understanding of leisure social worlds, involvement, psychological commitment, and behavioral loyalty. *Leisure Sciences*, 20, 1–23. <https://doi.org/10.1080/01490409809512262>

- Gálik, S. (2012). *Psychologie přesvědčování*. Grada.
- Gerard, H. B. (1968). Basic features of commitment. In R. P. Abelson, E. Aronson, W. McGuire, T. Newcomb, M. Rosenberg, & P. Tannenbaum (Eds.), *Theories of cognitive consistency: A sourcebook* (pp. 456–463). Rand McNally.
- Iyengar, S. S., & Lepper, M. R. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(6), 995–1006. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.79.6.995>
- Kahneman, D. (2012). *Myslení: rychlé a pomalé*. Jan Melvil Publishing.
- Knox, R. E., & Inkster, J. A. (1968). Postdecision dissonance at post time. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8(4, Pt. 1), 319–323. <https://doi.org/10.1037/h0025528>
- Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(4), 371–378. <https://doi.org/10.1037/h0040525>
- Nosek, B. A., & Errington, T. M. (2017). Making sense of replications. *eLife*, 6. <https://doi.org/10.7554/eLife.23383.001>
- Regan, D. T., & Kilduff, M. (1988). Optimism about elections: Dissonance reduction at the ballot box. *Political Psychology*, 9(1), 101–107. <https://doi.org/10.2307/3791319>
- Romero, F. (2019). Philosophy of science and the replicability crisis. *Philosophy Compass*, 14(11), e12633. <https://doi.org/10.1111/phc3.12633>
- Schmidt, S. (2009). Shall we really do it again? The powerful concept of replication is neglected in the social sciences. *Review of General Psychology*, 13, 90–100. <https://doi.org/10.1037/a0015108>
- Shoemaker, D., Snizek, W., & Bryant, C. (1977). Toward a further clarification of Becker's side-bet hypothesis as applied to organizational and occupational commitment. *Social Forces*, 56(2), 598–603. <https://doi.org/10.2307/2577742>
- Simon, H. A. (1957). *Models of man, social and rational: Mathematical essays on rational human behavior in a social setting*. Wiley.
- Stanovich, K., & West, R. (2000). Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate. *The Behavioral and Brain Sciences*, 23, 645–665. <https://doi.org/10.1017/S0140525X00003435>
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124–1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
- Whitley, B. E., Jr., Nelson, A. B., & Jones, C. J. (1999). Academic cheating in early childhood: Role of age, gender, personality, and self-efficacy. *Sex Roles: A Journal of Research*, 41(9–10), 657–680. [https://doi.org/10.1016/s0022-0965\(96\)90016-9](https://doi.org/10.1016/s0022-0965(96)90016-9)
- Zaltman, G., & Wallendorf, M. (1983). *Consumer behavior: Basic findings and management implications*. Wiley & Sons.