

## „Vous êtes gentil” versus „C’est clair” : Impact de l’étiquetage sur le pied-dans-la-porte ?

**Résumé :** L’objectif de cette recherche est de tester les effets de différents types d’étiquetage (social versus fonctionnel) dans le paradigme du pied-dans-la-porte. Alors que l’étiquetage social améliore comme attendu la procédure de pied-dans-la-porte, l’étiquetage fonctionnel casse l’effet de soumission. Enfin, l’étiquetage composé, mêlant étiquetages fonctionnel et social permet de maintenir l’effet de pied-dans-la-porte. Les resultants sont notamment discutés en termes auto-perceptifs.

**Mots-clés :** étiquetage social, étiquetage fonctionnel, pied-dans-la-porte

Depuis la fameuse recherche de Freedman et Fraser (1966), la procédure de pied-dans-la-porte a suscité de nombreuses recherches (*cf.* Beaman *et al.*, 1983 ; Dillard *et al.*, 1984 ; Burger, 1999). Cette procédure de soumission sans pression illustre un principe simple : demander un peu permet d’obtenir beaucoup ensuite. On se souvient que Freedman et Fraser (1966) cherchaient à obtenir de ménagères qu’elles acceptent de recevoir chez elles une équipe de 5 à 6 hommes sous couvert d’une étude sur les habitudes de consommation des ménages américains (requête-cible). Présentée de la sorte, 8 ménagères sur les 36 (soit 22, 2%) contactées accédèrent à cette requête. En la faisant précéder d’une requête-préparatoire beaucoup moins coûteuse, en l’occurrence répondre à une série de courtes questions, on augmente sensiblement la proportion de ménagères qui se soumettent à la requête-cible (19/36, soit 52,8 %).

Si le phénomène de pied-dans-la-porte est maintenant avéré, son interprétation théorique reste sujette à discussion. Ainsi, on trouve dans la littérature des interprétations en termes de contrastes perceptifs (Shanab et O’Neill, 1982), consistance comportementale (Miller et Suls, 1977), apprentissage et renforcement (Crano et Sivacek, 1982), saillance normative (Harris, 1972), engagement (Joule, 1987). Mais c’est l’interprétation en termes auto-perceptifs (Bem, 1965, 1972) qui reste la plus communément avancée des effets de pied-dans-la-porte. Selon le modèle auto-perceptif de Bem, les individus n’ont pas une connaissance immédiate, directe de leurs états internes. Pour y accéder, les individus se livreraient à des inférences auto-attributives, pratiquées sur la base des informations disponibles, concernant leur(s) comportement(s) effectif(s) et/ou leur(s) sensation(s) privée(s). Tout se passe alors comme si l’individu tentait de répondre à la question „quelle doit être mon attitude si je me suis comporté(e) ainsi dans cette situation-là ?” (Bem et McConnel, 1970, p. 24). C’est d’ailleurs cette interprétation en termes auto-perceptifs que Freedman et Fraser (1966)

---

1. Université Paul Verlaine Metz, France ; valerie.fointiat@univ-metz.fr.

2. CeRCA/MSHS, Poitiers, France ; marie.amelie.martinie@univ-poitiers.fr.

convoquèrent. Ils tinrent le raisonnement suivant : le fait de réaliser ou de s’engager à réaliser le comportement préparatoire amènerait l’individu à se percevoir comme étant de ce „genre de personnes” qui acceptent de répondre à quelques questions pour aider autrui. Lorsque l’occasion se présente ensuite de réaliser le comportement pro-social (comportement-cible), on comprend que l’individu se conforme aux inférences auto-attributives auxquelles il vient de se livrer, en acceptant le comportement-cible.

## L’étiquetage

Sur la base de ce raisonnement, certains auteurs ont testé l’hypothèse que faciliter ce travail inférentiel permettrait sous certaines conditions d’accentuer l’effet de pied-dans-la-porte (i.e. la soumission). Ainsi, favoriser la production d’inférences auto-attributives revient à aider l’individu à étiqueter son comportement préparatoire. Dans les recherches sur l’étiquetage (Kraut, 1973 ; Steele, 1975 ; Swinyard et Ray, 1979 ; Goldman, Seever et Seever, 1982 ; Goldman, Kiyohara et Pfannensteil, 1985 ; Joule, Tamboni et Tafani, 2000 ; Fointiat, Caillaud et Martinie, 2004 ; Fointiat, 2006), la procédure est sensiblement la même : une fois que le participant a réalisé le comportement-préparatoire, l’expérimentateur lui délivre un feed-back avant de proposer le comportement-cible. La nature de ce feed-back varie d’une recherche à l’autre : charitable versus pas charitable (Kraut, 1973, Swinyard et Ray, 1979), serviable versus pas serviable (Goldman *et al.* 1982 ; Goldman *et al.*, 1985 ; Joule *et al.*, 2000). Les résultats obtenus sont convergents : un étiquetage social (certains auteurs l’appellent positif) améliore l’efficacité du pied-dans-la-porte. Le point commun de ces recherches réside dans la nature de l’information renvoyée à l’individu : elle fait référence à la valeur sociale de l’individu, qu’elle soit positive (généreuse, charitable, serviable) ou négative (pingre, pas charitable, pas serviable). Or, dans notre quotidien, nos interlocuteurs ne nous renvoient pas toujours de l’information sociale. Il arrive parfois que les feed-back, loin de mettre l’accent sur notre valeur sociale, insistent sur la fonctionnalité, l’efficacité de nos comportements. Fointiat *et al.* (2004 ; Fointiat, 2006) ont testé l’impact de tels étiquetages – appelés *étiquetages fonctionnels*. Les participants (des passants dans un parc public) indiquaient à une expérimentatrice apparemment perdue l’itinéraire pour rejoindre un des monuments les plus connus de la ville (comportement-préparatoire). Une fois le renseignement obtenu, soit elle ne délivrait aucun étiquetage („merci”) soit elle délivrait un étiquetage social („merci vous êtes serviable”) versus fonctionnel („merci, vous m’avez bien indiqué la direction”). Puis, elle s’engageait dans la direction indiquée et laissait tomber de sa poche un billet de 50 francs (environ 7 euros). Comme attendu, les participants ayant reçu un étiquetage social (84 %) furent plus nombreux à restituer l’argent que les sujets n’ayant pas reçu d’étiquetage (48%) ou un étiquetage fonctionnel (36 %). Ainsi, si l’étiquetage social améliore l’efficacité du pied-dans-la-porte, l’étiquetage fonctionnel casse le bénéfice de cette procédure. Ces résultats ont reçu confirmation (Fointiat, 2006).

## Objectifs

Notre recherche s’inscrit dans la lignée des recherches précédentes. Comme elles, elle se situe dans le cadre d’une variante de la procédure de pied-dans-la-porte : le pied dans la porte avec demande implicite (Uranowitz, 1975). Le principe en est simple : si le

comportement-préparatoire fait l'objet d'une demande explicite de la part de l'expérimentateur, le comportement-cible n'est pas explicitement formulé. On se contente de rendre sa réalisation possible.

Notre recherche vise à produire une nouvelle fois l'effet de l'étiquetage fonctionnel en utilisant une opérationnalisation différente de celle utilisée par Fointiat *et al.* (2004) ; elle vise également à tester l'impact non seulement de chacun des deux types d'étiquetages (social et fonctionnel), mais aussi l'impact de ces deux types d'étiquetage lorsqu'ils sont délivrés conjointement (étiquetage composé).

Conformément à la littérature sur le pied-dans-la-porte, nous attendons un effet de pied-dans-la-porte seulement lorsque la requête-cible est précédée d'une requête préparatoire (hypothèse préalable).

Par ailleurs, conformément à la littérature sur l'étiquetage, l'étiquetage social doit améliorer l'efficacité de la procédure de pied-dans-la-porte (hypothèse 1), alors que l'étiquetage fonctionnel doit casser l'effet de pied-dans-la-porte (hypothèse 2) ; enfin, on attend un effet de pied-dans-la-porte lorsque les deux étiquetages sont combinés (hypothèse 3).

## Méthode

### *Participant(e)s*

100 passant(e)s de la ville de Poitiers (France) se promenant dans les rues du centre ville prirent part à l'expérience ; ils/elles furent réparti(e)s dans les 5 conditions, à raison de 20 participant(e)s par condition. Il s'agissait d'hommes et de femmes, âgé(e)s approximativement de 18 à 60 ans.

### *Variables indépendantes et dépendantes*

Cette recherche illustre un plan inter-sujets 2 (étiquetage social : sans versus avec) x 2 (étiquetage fonctionnel : sans versus avec). Par ailleurs une condition contrôle hors plan fut réalisée. La variable dépendante est une variable comportementale : restitution d'argent versus pas de restitution.

### *Procédure*

Comportement-préparatoire. L'interaction entre l'expérimentatrice et le/la passant(e) commençait toujours ainsi. Une jeune femme (l'expérimentatrice) tenant un plan de la ville à la main abordait un(e) passant(e) et disait : „excusez-moi... je crois que je suis perdue... je dois aller à Notre-Dame la Grande et je ne sais pas où aller... est-ce que vous pouvez m'indiquer sur la carte ? ”. Le/la participant(e) expliquait la direction à prendre et ce n'est qu'ensuite qu'intervenait la manipulation expérimentale.

Une fois le renseignement obtenu, l'expérimentatrice disait „Merci” (condition sans étiquetage) versus „Merci, vous êtes gentil(le)” (condition étiquetage social) versus „Merci, c'est très clair” (condition étiquetage fonctionnel) versus „Merci, c'est très clair... vous êtes gentil(le)” (condition étiquetage composé). Immédiatement après, elle empruntait la direction indiquée par le/la passant(e). Elle faisait alors trois pas, puis en mettant les mains dans ses poches, faisait tomber un billet de 50 francs (environ 7 €).

Dans la condition contrôle hors plan, l'expérimentatrice faisait tomber un billet de 50 francs à trois pas d'un passant, sans aucune interaction verbale.

Un compère observait la scène de loin et notait si le/la participant(e) restituait – ou pas – l’argent.

### *Démystification*

La question de la démystification se pose évidemment dans ce type de recherches. Après mûre réflexion, nous avons pris le parti de ne pas démystifier les participants. De deux choses l’une : soit nous avons observé que le participant gardait l’argent pour lui, soit qu’il le restituait. Dans le premier cas, il nous a semblé qu’une démystification aurait en termes d’estime de soi des effets contraires à ceux que l’on attend en général de cette étape de la recherche. Dans le second cas, il nous a semblé que démystifier les gens „honnêtes” – ceux qui ont rendu le billet – serait tout autant délicat. Comment expliquer aux gens qu’ils se sont comporté honnêtement (restitution du billet) parce qu’une jeune femme leur avait demandé auparavant un renseignement. Cette explication du comportement altruiste risquerait de heurter le participant, l’individu préférant une explication plus dispositionnelle de son comportement d’aide. En ne démystifiant pas les participants, on laissait à ceux qui avaient gardé le billet le soin de trouver pour eux-mêmes des justifications plausibles et à ceux qui avaient rendu l’argent la satisfaction de la réalisation d’un acte pro-social.

### Résultats

Nous n’avons tenu compte que des participant(e)s qui ont effectivement vu le billet tomber des poches de l’expérimentatrice. Ainsi, 28 participant(e)s ont dû être éliminé(e)s. Par ailleurs, nous n’avons pas observé de différence significative entre hommes et femmes, les données ont donc été agrégées.

Tableau 1. *Pourcentage de participants restituant l’argent en fonction de l’étiquetage*

	Sans pied-dans-la-porte	Pied-dans-la-porte			
	Contrôle	Sans étiquetage	Étiquetage social	Étiquetage fonctionnel	Étiquetage composé
	N = 20	N = 20	N = 20	N = 20	N = 20
Participants restituant l’argent	35	65	85	55	85

### *Résultats préalables*

Conformément à notre hypothèse préalable, on observe un effet de pied-dans-la-porte avec demande implicite (Uranowitz, 1975). Ainsi, en condition contrôle sans pied-dans-la-porte, 35 % des participant(e)s restituent l’argent contre 65 % dans la condition avec pied-dans-la-porte sans étiquetage,  $X^2(1, 40) = 3,60$ ,  $p = 0,05$ ,  $f = 0,30$ . Par ailleurs, les conditions avec pied-dans-la-porte diffèrent significativement de la condition contrôle sans pied-dans-la-porte. Respectivement 72 % (soit 58/80) versus 35 % (soit 7/20),  $X^2(1, 100) = 9,89$ ,  $p = 0,001$ ,  $f = 0,31$ .

### *Effets des étiquetages*

Nous avons ensuite traité nos données par une régression logistique. Notre première hypothèse selon laquelle l'étiquetage social améliore la procédure de pied-dans-la-porte est validée. En effet, on observe un effet simple de la variable étiquetage social (Wald  $c^2(1) = 5,85$ ,  $p = 0,01$ , Odds Ratio = 3,79). Les sujets à qui l'expérimentateur délivre un étiquetage social („vous êtes gentil”) sont plus nombreux à restituer l'argent que les sujets à qui on a délivré un étiquetage fonctionnel („c'est clair”).

Ensuite, on n'observe pas d'effet de la variable étiquetage fonctionnel (Wald  $c^2(1) = 0,27$ , ns). Par ailleurs, des comparaisons par paire montrent que si l'on reproduit bien l'effet de pied-dans-la-porte lorsqu'on ne délivre aucun étiquetage (13/20, soit 65%), comparé à la condition contrôle (7/20, soit 35%,  $c^2(1) = 3,60$ ,  $p = 0,05$ ,  $f = 0,30$ ), l'effet de pied-dans-la-porte disparaît lorsque le comportement préparatoire reçoit un étiquetage fonctionnel (11/20, soit 55% versus 7/20, soit 35%,  $c^2(1) = 1,62$ , ns).

Enfin, on observe un effet d'interaction de nos deux variables ( $c^2(2) = 6,72$ ,  $p = 0,03$ ). A y regarder de plus près, il semble que l'étiquetage composé (17/20, soit 85%) permette de contrecarrer les effets délétères de l'étiquetage fonctionnel seul (11/20, soit 55%),  $c^2(1) = 4,29$ ,  $p = 0,03$ ,  $f = 0,32$ .

Enfin, notre troisième hypothèse est validée : on observe un effet de pied-dans-la-porte dans la condition avec étiquetage composé. Dans cette condition 85 % des participant(e)s rendent l'argent contre 35 % dans la condition contrôle,  $c^2(1) = 10,42$ ,  $p = 0,001$ ,  $f = 0,51$ .

### **Discussion**

Tout d'abord, nous reproduisons l'effet de pied-dans-la-porte avec demande implicite (Uranowitz, 1975). Les passant(e)s sont d'autant plus enclin(e)s à restituer l'argent qu'ils/elles ont auparavant réalisé un comportement préparatoire, en l'occurrence donner un renseignement à qui est perdu. Ensuite, nos résultats vont dans le sens de ceux obtenus dans la littérature sur l'étiquetage social. Il semble que l'étiquetage social augmente la force de l'effet de pied-dans-la-porte. L'effet de l'étiquetage fonctionnel est en revanche plus clair : il semble que conformément aux travaux de Fointiat *et al.* (2004) et Fointiat (2006), ce type d'étiquetage casse l'effet de pied-dans-la-porte. Alors qu'on observe un effet de pied-dans-la-porte dans les conditions pied-dans-la-porte sans étiquetage et avec étiquetage social, ce n'est plus le cas dans la condition pied-dans-la-porte avec étiquetage fonctionnel. Tout semble se passer comme si après qu'un service est rendu (indiquer la direction à suivre), remercier la personne en insistant sur l'efficacité de son comportement (par exemple en disant „c'est très clair” ou bien „merci. Vous m'avez bien indiqué la direction”, comme dans la recherche de Fointiat *et al.*, 2004) annulait le bénéfice du comportement préparatoire. En effet, les participant(e)s de la condition étiquetage fonctionnel ne sont pas plus enclin(e)s que les participant(e)s de la condition contrôle à restituer l'argent. Une partie de nos résultats est facilement interprétable en termes d'auto-perception (Bem, 1966, 1972). On peut ainsi comprendre l'effet de l'étiquetage social : si effectivement l'étiquetage facilite le travail inférentiel de l'individu, alors il n'est guère surprenant qu'il se comporte conformément à cet étiquetage dès que l'occasion se présente. Puisqu'il *est gentil* (étiquetage social), il est de ce genre de personne qui signale à autrui la perte du billet. En revanche, il est moins aisé de convoquer cette interprétation en termes auto-perceptifs pour rendre compte de l'étiquetage fonctionnel. Quelles inférences le/la participant(e)

peut-il/elle faire à partir d’un étiquetage fonctionnel („Merci, c’est très clair”)? Sans doute peut-il/elle inférer qu’il/elle connaît bien sa ville, qu’il/elle sait se repérer sur un plan, voire qu’il/elle vient d’apporter son aide à qui en avait besoin. Il/elle devrait par conséquent être enclin(e) à aider à nouveau cette personne, lorsque l’occasion se présente, c’est-à-dire lorsqu’elle perd l’argent. Or nos résultats montrent que ce n’est pas le cas.

On peut également considérer à la suite de Gueguen (2001) que pour être efficace, l’étiquetage doit avoir un lien avec le comportement-cible. Si tel est le cas pour l’opérationnalisation de l’étiquetage social (dire à quelqu’un qu’il est gentil est relié à la demande implicite : restituer l’argent), il n’en va pas de même pour l’opérationnalisation de l’étiquetage fonctionnel (dire à quelqu’un que son renseignement est clair n’a que peu de chose à voir avec la restitution d’argent). Cette inadéquation peut rendre compte de l’effet de l’étiquetage fonctionnel dans le paradigme du pied-dans-la-porte.

Enfin, lorsque les deux types d’étiquetage sont utilisés simultanément (condition étiquetage composé), à savoir lorsque l’expérimentatrice remercie le/la participant(e) pour ses indications en ajoutant „c’est très clair... vous êtes gentil(le)”, on aurait pu observer soit une prédominance de l’effet de l’étiquetage fonctionnel, soit de l’étiquetage social. Dans le premier cas, on attend un moindre effet de pied-dans-la-porte ; dans le second cas, on attend un effet de pied-dans-la porte. Les résultats sont plutôt en faveur de cette seconde alternative. Lorsque les sujets reçoivent l’étiquetage composé, on observe un effet de pied-dans-la-porte. Tout se passe alors comme si l’étiquetage social prenait le pas sur l’étiquetage fonctionnel. On pourrait également avancer que l’effet de l’étiquetage composé est du à un effet de récence, l’étiquetage social étant toujours présenté après l’étiquetage fonctionnel. L’étiquetage composé ayant un effet comparable à celui de l’étiquetage social, il serait opportun dans de futures recherches contrôler l’ordre de l’étiquetage composé.

### **„You’re kind” versus „That’s clear” : impact of labels on foot-in-the-door procedure**

**Abstract :** The aim of the research is to explore the consequences of labeling (social labeling versus functional labeling) in the foot-in-the-door paradigm. As expected, social labeling increases the foot-in-the-door effect, functional labeling decreases it. Moreover, when labeling combines functional and social dimensions, a foot-in-the-door effect was yet observed. Results are discussed in reference to self-perception theory.

**Keywords :** social labeling, functional labeling, foot-in-the-door

### **„Sunteți amabil” versus „Este clar” : impactul etichetării în cadrul procedurii piciorul-în-ușă**

**Rezumat :** Obiectivul prezentului studiu este de a explora consecințele etichetării (etichetare socială versus funcțională) în paradigma piciorului-în-ușă. Precum era de așteptat, etichetarea socială crește efectul piciorului-în-ușă, iar etichetarea funcțională îl diminuează. Mai mult, când etichetarea combină dimensiunile socială și funcțională, efectul piciorului-în-ușă rămâne vizibil. Rezultatele sunt discutate cu referire la teoria autopercepției.

**Cuvinte-cheie :** etichetare socială, etichetare funcțională, piciorul-în-ușă

## Références

- Beaman, A.L., Cole, C.M., Preston, M., Klentz, B., Steblay, M. (1983). Fifteen years of Foot-in-the-door Research : A meta-analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9, 18.
- Bem, D.J., McConnell, H.K. (1970). Testing the self-perception explanation of dissonance phenomena : On the salience of the premanipulation attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 14, 23-31.
- Bem, D.J. (1965). An experimental Analysis of Self-Persuasion. *Journal of Experimental Psychology*, 1, 199-218.
- Bem, D.J. (1972). Self-perception theory. In L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, vol. 6, New-York : Academic Press, 1-62.
- Burger, J. (1999). The foot-in-the-door compliance procedure : A multiple-process analysis and review. *Personality and Social Psychology Review*, 3, 303-325.
- Crano, W., Sivacek, J. (1982). Social reinforcement, self-attribution and the foot-in-the-door phenomenon. *Social Cognition*, 1, 110-125.
- Dillard, J.P., Hunter, J.E., Burgoon, M. (1984). Sequential request-persuasive strategies : Meta-analysis of foot-in-the-door and door-in-the-face, *Human Communication Research*, 10, 461-488.
- Fointiat, V. (2006). „You're helpful” versus „That's clear” : Social versus Functional Labeling in the Foot-in-the-Door Paradigm. *Personality and Social Behavior*, 34, 5, 461-467.
- Fointiat, V., Caillaud, J., Martinie, A.-M. (2004). Etiquetage social versus étiquetage fonctionnel : quels effets sur le pied-dans-la-porte avec demande implicite ?” *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 54, 4, 273-278.
- Freedman, J., Fraser, S. (1966). Compliance without pressure : The foot-in-the-door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 195-202.
- Goldman, M., Kiyohara, O., Pfannenstiel, D. (1985). Interpersonal touch, social labelling and the foot-in-the-door effect. *Journal of Social Psychology*, 125, 2, 143-147.
- Goldman, M., Seever, M., Seever, M. (1982). Social labelling and the foot-in-the-door effect. *Journal of Social Psychology*, 117, 19-23.
- Gueguen, N. (2001). Social labelling and compliance : the effect of the link between the label and the requests' object. *Social Behavior and Personality : An International Journal*, 29, 743-748.
- Harris, M. (1972). The effects of performing one altruistic act on the likelihood of performing another. *The Journal of Social Psychology*, 88, 65-73.
- Joule, R.V. (1987). Le pied-dans-la-porte : un paradigme à la recherche d'une théorie. *Psychologie Française*, 32, 4, 301-306.
- Joule, R.V., Tamboni, F., Tafani, E. (2000). Le pied-dans-la-porte avec étiquetage : une nouvelle procédure de soumission librement consentie ? . *3<sup>ème</sup> Congrès International de Psychologie Sociale en Langue Française*, Valencia (Espagne), 19-21 septembre.
- Kraut, R. (1973). Effects of social labeling on giving to charity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 551-562.
- Miller, R., Suls, J. (1977). Helping, self-attribution, and the size of an initial request. *The Journal of Social Psychology*, 103, 203-207.
- Shanab, M., O'Neill, P. (1982). The effects of self-perception and perceptual contrast upon compliance with socially undesirable requests. *Bulletin of Psychonomic Society*, 19, 279-281.
- Steele, C. (1975). Name-calling and compliance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 361-369.
- Swinyard, W., Ray, M. (1979). Effects of praise and small requests on receptivity to direct-mail appeals. *The Journal of Social Psychology*, 108, 177-184.
- Uranowitz, S. (1975). Helping and self-attributions : A field experiment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 852-854.