

P R O G R A M M E

ASSOCIATION POUR LA DIFFUSION DE LA RECHERCHE INTERNATIONALE EN PSYCHOLOGIE SOCIALE

XIII^{ÈME}
CJC

C O L L O Q U E J E U N E S C H E R C H E U R S

2 8 J U I N A U 3 0 J U I N 2 0 1 7 - P A R I S
U N I V E R S I T É P A R I S N A N T E R R E

CÉDRIC BATAILLER - POURQUOI PRIVILÉGIER UN TEST SIMPLE DE LA MÉDIATION ?

ANATOLIA BATRUCH - RÉTABLISSEMENT DE L'ORDRE SOCIAL À L'ÉCOLE: RÉACTIONS RESTAURATRICES À L'ENCONTRE D'ÉLÈVES PERFORMANTS DE BASSE CLASSE SOCIALE

CÉLIA BLANCHET - EFFETS DE L'IDENTITÉ SOCIALE SUR LA MÉMOIRE TRANSACTIVE ET LES PERFORMANCES EN GROUPES

HUGO BOUXOM - « MAKE AMERICA GREAT AGAIN » : INFLUENCE D'UNE MENACE POUR L'IDENTITÉ SOCIALE SUR L'ADHÉSION AUX ARGUMENTS FAIBLES

ALEXANDRE BRAN - DISSONANCE COGNITIVE, TERROR MANAGEMENT THEORY ET PRISE DE RISQUE : VERS UN PARADIGME COMMUN ?

ALISÉE BRUNO - FAIRE MIEUX QUE SES PARENTS : MOBILITÉ SOCIALE ET PEUR D'ÉCHOUER DANS LE CONTEXTE DE L'UNIVERSITÉ

THOMAS CARREL - FALAISE DE VERRE ET PROJECTION DE GENRE : LE RÔLE MODÉRATEUR DE L'ORIENTATION À LA DOMINANCE SOCIALE.

RÉMI COURSET - CONSÉQUENCES DES ATTENTATS : AMALGAMES ET TENDANCES À L'APPROCHE-ÉVITEMENT

DORIANE DAVEAU - RÔLE DE LA DURÉE DE PRÉSENTATION DES AMORCES ET DE LA CONSCIENCE DE SOI DANS L'ACTIVATION AUTOMATIQUE DE COMPORTEMENT

ADRIEN GASNAULT - GRATITUDE ENVERS LA FRANCE : EXAMEN D'UN PROCESSUS NORMATIF

EDWARD GONZALEZ-CABRERA - LE LEADERSHIP MANAGÉRIAL : TOUJOURS UNE AFFAIRE D'HOMMES ?

ISHKRA HERAK - L'ANTHROPOMORPHISME ET LA DÉSHUMANISATION LORS LA PERCEPTION DE PUBLICITÉ

LAURÈNE HOUTIN - MENACE DU STÉRÉOTYPE ET SURPOIDS : QUAND SE TROUVER GROSSE IMPACTE LA CAPACITÉ DES FEMMES À CHOISIR DES ALIMENTS PEU CALORIQUES

CATHERINE JUNEAU - ETUDE DES DIFFÉRENCES DE BIAIS ATTENTIONNEL ENVERS LES ALIMENTS CHEZ LES ENFANTS NORMO-PONDÉRAUX ET EN SURPOIDS

AURORE LEMONNIER - LA CONSTRUCTION DU SOI COMME MODÉRATEUR DE L'AMORÇAGE ÉVALUATIF : QUAND LA CULTURE GUIDE LES ÉVALUATIONS SPONTANÉES

JEREMY LOUIS - SPREADING ATTITUDE EFFECT OU LA PROPAGATION DU CONDITIONNEMENT ÉVALUATIF

MÉLODY MAILLIEZ - LES ÉMOTIONS INCIDENTES MODULENT-ELLES LA PRISE DE RISQUE DANS UNE TÂCHE DE PRISE DE DÉCISION SÉQUENTIELLE ?

HAIFAT MAOULIDA - FRANÇAIS D'HIER ET D'AUJOURD'HUI : LE RÔLE DE LA PERCEPTION DE CONTINUITÉ ENTRE L'IDENTITÉ SOCIALE PRÉSENTE ET PASSÉE

DIMITRI NACZAJ - INDICE D'ÉLABORATION & FORMAT D'UN MESSAGE PERSUASIF SUR INTERNET EN FAVEUR DU RECYCLAGE DES DÉCHETS ÉLECTRONIQUES

IVANE NUEL - J'APPROCHE DONC JE SUIS : ASSOCIATION DES INFORMATIONS SOCIALES AU SOI VIA DES COMPORTEMENTS D'APPROCHE.

BLAZEJ PALAT - BIAIS SUSCEPTIBLES D'INFLUENCER LES ATTRIBUTIONS DE CAUSES DE PRESQUE ACCIDENTS EN VOITURE – ANALYSE EXPLORATOIRE

SACHA PARADA - L'IMPLÉMENTATION DU « GROWTH MINDSET » CHEZ LES ÉTUDIANTS FRANÇAIS, ET SON ARTICULATION AVEC LES STRATÉGIES DE COPING PROACTIF.

BENJAMIN PASTORELLI - LE RÔLE DE LA DIVERSITÉ PERÇUE ET DE LA COLLABORATION DANS LA CRÉATIVITÉ DES ÉQUIPES DE TRAVAIL

CLÉMENT POIRIER - EFFET MODÉRATEUR DES STYLES ÉDUCATIFS PARENTAUX SUR LE PIED DANS LA PORTE

STÉPHANIE RAMBAUD - L'IMPACT POSITIF DE LA GRATITUDE COLLECTIVE DANS LA RELATION ENTRE FRANÇAIS ET IMMIGRÉS

ANNE RUDELLE ASTIE - MESURER LES COMPÉTENCES POLITIQUES DANS UN CONTEXTE ORGANISATIONNEL FRANÇAIS : VALIDATION INITIALE D'UN INVENTAIRE FRANÇAIS DES COMPÉTENCES POLITIQUES.

ELISA SARDA - L'IMPACT DES JEUX VIDÉO SUR LES ATTITUDES NÉGATIVES ENVERS LES FEMMES

NATALIA SHALAEVA - ASPECT NORMATIF DU PARTAGE DE SOUVENIR EN MÉMOIRE COLLECTIVE

MILJA SIMLESA - DÉCROCHONS LA LUNE ! : L'INFLUENCE DU NIVEAU D'IDENTIFICATION DE L'ACTION SUR LE TRAVAIL EN ÉQUIPE

WOJCIECH ŚWIĄTKOWSKI - QUAND LES EFFETS DES BUTS DE PERFORMANCE DÉPENDENT DU FOCUS DE RÉGULATION : UNE APPROCHE MÉTA-ANALYTIQUE

LÉA WANG - L'IMPACT DE L'EXEMPLARITÉ MANAGÉRIALE SUR L'ACCEPTATION DU CHANGEMENT ORGANISATIONNEL

PROGRAMME DU COLLOQUE JEUNES CHERCHEURS

	MERCREDI 28 JUIN 2017	JEUDI 29 JUIN 2017	VENDREDI 30 JUIN 2017
9H		E. GONZALEZ-CABRERA	B. PALAT
9H30		C. BLANCHET	E. SARDA
10H	ACCUEIL DES PARTICIPANTS	A. BATRUCH	I. HERAK
10H30		PAUSE CAFÉ	
11H		H. BOUXOM	L. HOUTIN
11H30		A. GASNAULT	T. CARREL
12H	COCKTAIL ACCUEIL	H. MAOULIDA	A. BRUNO
12H30		PANIER REPAS	
13H			
13H30	C. POIRIER	S. RAMBAUD	D. DAVEAU
14H	D. NACZAJ	N. SHALAEVA	M. MAILLIEZ
14H30	A. BRAN	R. COURSET	C. JUNEAU
15H	C. BATAILLER	I. NUEL	S. PARADA
15H30	PAUSE CAFÉ		CLOTURE
16H	A. RUDELLE ASTIE	J. LOUIS	
16H30	M. SIMLESA	A. LEMONNIER	
17H	B. PASTORELLI	L. WANG	
17H30	W. SWIATKOWSKI	DINER DE GALA	
AFTER	COCKTAIL ACCUEIL		

Les interventions en santé publique, qui ciblent majoritairement les intentions conscientes des individus, montrent une efficacité limitée sur les comportements (e.g., campagne contre l'obésité). Délivrer une information nutritionnelle explicite ne semble pas suffire à initier des comportements plus sains. En effet, depuis une dizaine d'années, les recherches soulignent le rôle important des processus automatiques dans les modifications des comportements de santé (e.g., faire du sport; pour un résumé Papies, 2016). L'étude des biais cognitifs impliqués dans l'obésité est donc utile afin d'adapter efficacement les interventions.

Suite aux résultats de Marty et collaborateurs (soumis), nous allons mener une étude afin d'approfondir plus précisément le rôle des biais attentionnels envers les aliments chez les enfants normo-pondéraux versus en surpoids/obèses. Dans l'étude de Marty, les enfants étaient amorcés avec différentes odeurs d'aliments, non attentivement perceptibles (poire, quatre-quarts, sans odeur). Après chaque condition olfactive, les enfants effectuaient une tâche d'intention de choix d'un dessert (choix d'un aliment gras/sucrés versus un fruit). Les résultats montrent que, contrairement aux adultes (Gaillet-Torrent et al., 2014), les enfants normo-pondéraux choisissent plus de desserts gras-sucré dans les deux conditions d'amorçage (i.e. poire et quatre-quarts) par rapport à la condition contrôle sans odeur. Au contraire, les enfants en surpoids amorcés avec l'odeur de poire dirigent significativement plus leurs choix vers les desserts à base de fruit par rapport à la condition contrôle sans odeur.

Nous faisons l'hypothèse d'un biais attentionnel lié à l'aspect nutritionnel des aliments plutôt qu'à leur aspect hédonique, après l'amorçage de l'odeur de poire chez les enfants en surpoids/obèses contrairement aux enfants normo-pondéraux qui n'ont pas d'objectif de perte de poids. En effet, les enfants en surpoids/obèses seraient plus enclins à avoir un but de régime et de restriction calorique. Une étude montre que le niveau de restriction alimentaire des enfants en surpoids est plus élevé que celui des enfants normo-pondéraux (Marty et al., 2016). Chez les adultes au régime qui échouent à la perte de poids il y a une inhibition des pensées liées au but de régime lorsqu'ils sont amorcés avec des aliments gras-sucrés (Papies, Stroebe, & Aarts, 2008) alors qu'une amorce liée au but de régime entraîne une augmentation du biais attentionnel envers le mot « diet » (Fishbach, Friedman, & Kruglanski, 2003).

Méthode : Les mêmes odeurs de poire et de quatre-quarts que dans l'étude de Marty et collaborateurs (soumis) seront présentées de manière non attentive à 50 enfants de 7 à 11 ans en surpoids/obèses et normo-pondéraux. Tout en étant exposés à ces odeurs, ou à aucune odeur dans la condition contrôle, les enfants devront accomplir une tâche de Stroop émotionnelle permettant de mesurer les biais attentionnels : envers l'aspect hédonique et envers l'aspect nutritionnel des aliments. Des données sur le seuil de détection et le niveau d'identification des odeurs seront aussi recueillies. Cette étude est en cours et les résultats finaux seront présentés lors du CJC 2017.

Bibliographie :

Chambaron, S., Chisin, Q., Chabanet, C., Issanchou, S., & Brand, G. (2015). Impact of olfactory and auditory priming on the attraction to foods with high energy density. *Appetite*, 95, 74-80.

Fishbach, A., Friedman, R. S., & Kruglanski, A. W. (2003). Leading us not into temptation: Momentary allurements elicit overriding goal activation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(2), 296-309.

Gaillet-Torrent, M., Sulmont-Rossé, C., Issanchou, S., Chabanet, C., & Chambaron, S. (2014). Impact of a non-attentively perceived odour on subsequent food choices. *Appetite*, 76, 17-22.

Marty, L., Bentivegna, H., Nicklaus, S., Monnery-Patris, S., Chambaron, S. (2017). Non-conscious effects of food odors on children's food choices based on weight status. Soumis pour publication.

Marty L., Chambaron S., Bournez M., Nicklaus, S., Monnery-Patris, S., (2016, juillet). External, emotional and restrained eating in normal- and overweight French children: do parents and children agree? Affiche présentée au Society for the Study of Ingestive Behavior Conference, Porto.

Stroebe, W., Mensink, W., Aarts, H., Schut, H., & Kruglanski, A. W. (2008). Why dieters fail: Testing the goal conflict model of eating. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(1), 26-36.

Au quotidien, un individu évalue spontanément les stimuli présents dans l'environnement. Des paradigmes tels que la tâche d'amorçage évaluatif permettent d'étudier ces évaluations spontanées (Fazio, Sanbonmatsu, Powell, & Kardes, 1986). Dans cette tâche, les participants doivent évaluer si un stimulus cible est positif ou négatif. Il est précédé d'une amorce de valence identique ou opposée. Généralement, les résultats révèlent un effet de congruence, c'est-à-dire des temps de réactions plus courts pour les essais congruents comparativement aux incongruents. Ce résultat peut être expliqué par l'hypothèse de segmentation selon laquelle l'individu est exposé à un flux continu de stimuli qu'il doit segmenter pour les traiter efficacement (Fiedler, Bluemke, & Unkelbach, 2011). D'après cette hypothèse, l'amorce peut être incluse dans la représentation de la cible de telle sorte que ces stimuli soient traités de manière unifiée, conduisant à un effet de congruence. À l'inverse, elle peut être exclue de la représentation de la cible, ces stimuli étant alors traités de manière isolée. Dans ce cas, l'effet de congruence est éliminé car l'évaluation de l'amorce n'influence plus (ou de moindre façon) le traitement de la cible.

En accord avec l'hypothèse de segmentation, les facteurs tels que le traitement global, qui encouragent la fusion entre l'amorce et la cible, entraînent un effet de congruence. À l'inverse, les facteurs tel que le traitement local, qui favorisent l'exclusion de l'amorce de la représentation de la cible, éliminent l'effet de congruence (Alexopoulos, Lemonnier, & Fiedler, 2017). Dans les cultures collectivistes, les individus adoptent préférentiellement un raisonnement holistique, lié au traitement global. Ces individus sont caractérisés par un soi interdépendant et se considèrent comme indifférenciés et dépendants les uns des autres. À l'inverse, dans les cultures individualistes les individus se représentent en tant qu'être unique et autonome, ils sont caractérisés par un soi indépendant. De ce fait, ils adoptent préférentiellement un raisonnement analytique, lié au traitement local (Markus & Kitayama, 1991). Malgré son lien avec le style de traitement, l'influence de la construction du soi sur l'effet de congruence n'a jamais été étudiée. C'est pourquoi l'objectif de cette recherche est de tester l'hypothèse de segmentation en s'appuyant sur la construction du soi, un modérateur inédit dans l'amorçage évaluatif.

Dans l'Expérience 1 nous avons manipulé la construction du soi en demandant aux participants de lister ce qui les rend similaires (activation du soi interdépendant) vs. différents (activation du soi indépendant) de leurs amis et des membres de leur famille (Trafimow, Triandis, & Gatto, 1991), préalablement à une tâche d'amorçage évaluatif. Les résultats ont mis en évidence un effet de congruence suite à l'activation du soi interdépendant et l'élimination de cet effet suite à celle du soi indépendant. Dans l'Expérience 2 nous avons utilisé l'échelle de construction du soi (Self Construal Scale ; Singelis, 1994) comme mesure, avant la tâche d'amorçage évaluatif. Conformément aux hypothèses, les résultats ont montré que plus un individu a un soi indépendant, moins l'effet de congruence est robuste. En révélant qu'une construction du soi indépendante supprime l'effet de congruence alors qu'une construction du soi interdépendante le maintient, ces travaux apportent un appui supplémentaire à l'hypothèse de segmentation et soulignent l'intérêt d'étudier des variables dites de « haut niveau » telle que la construction du soi, dans l'amorçage évaluatif.

Références

Alexopoulos, T., Lemonnier, A., & Fiedler, K. (2017). Higher order influences on evaluative priming: Processing styles moderate congruity effects. *Cognition and Emotion*, 31, 57-68.

Fazio, R. H., Sanbonmatsu, D. M., Powell, M. C., & Kardes, F. R. (1986). On the automatic activation of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 229-238.

Fiedler, K., Bluemke, M., & Unkelbach, C. (2011). On the adaptive flexibility of evaluative priming. *Memory and Cognition*, 39, 557-572.

Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological review*, 98, 224-253.

Singelis, T. M. (1994). The Measurement of independent and interdependent self-construals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 580-591.

Trafimow, D., Triandis, H. C., & Goto, S. G. (1991). Some tests of the distinction between the private self and the collective self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 649-655.

MOTS CLEFS : CONDITIONNEMENT ÉVALUATIF, SPREADING ATTITUDE EFFECT, PRÉ-CONDITIONNEMENT, STIMULI CONDITIONNÉS MIXTES

Exposez une personne à une image neutre (un visage neutre) en même temps qu'à une image à valence émotionnelle (un bébé chien) et la personne évaluera le visage comme plus positif qu'une personne qui voit ce visage avec une image neutre ou pas d'image. Ce changement de l'évaluation résulte d'un conditionnement évaluatif. Le conditionnement évaluatif (CE) est le changement d'évaluation que l'on fait d'un stimulus conditionné (SC) lorsqu'il est appairé avec un stimulus inconditionné (SI) (De Houwer, Thomas, & Baeyens, 2001). Le conditionnement évaluatif est un mécanisme robuste, résistant à l'extinction et que certaines études indiquent qu'il pourrait être induit subliminalement (Baeyens, Crombez, Van den Bergh, & Eelen, 1988). Ce type de conditionnement peut être mis en œuvre très facilement. Passer devant un kiosque à journaux ou regarder la télévision suffit à être conditionné. Le paradigme classique du conditionnement consiste à exposer le participant à un stimulus neutre, qui peut faire appel à n'importe quelle modalité sensorielle, et à un stimulus à valence émotionnelle, présentés en même temps ou à la suite. Le CE est le changement de l'évaluation d'un objet conditionné dans le sens de la valence du stimulus avec lequel il est conditionné. Cet effet peut sembler assez limité en cela qu'il faut être exposé au stimulus émotionnel en même temps qu'au stimulus neutre, ou immédiatement avant ou après. Eva Walther montre dans une étude que le conditionnement d'un visage peut être transféré à un autre visage, qui n'est pas présenté avec le stimulus à valence émotionnelle (Walther, 2002). Cette propagation du conditionnement est le Spreading Attitude Effect (SAE). Nous avons répliqué conceptuellement cette étude, en modifiant le design et le matériel de l'expérience de Walther. Les participants évaluent trente-deux visages (pré-testés neutres dans une étude précédente). Les participants voient des paires de visages (V1 et V1') présentés simultanément au cours d'une phase de pré-conditionnement. Un des deux visages (V1) est ensuite conditionné positivement ou négativement (l'appariement SC - SI est contrôlé). Les participants évaluent enfin les visages une seconde fois. Cette procédure permet de mettre en évidence un changement d'évaluation du visage (V1) conditionné (conditionnement évaluatif) mais permet également de tester si ce conditionnement est transféré à l'autre visage (V1'), alors que celui-ci n'a jamais été présenté avec un stimulus à valence émotionnelle (c'est le SAE). Parmi les différences d'avec l'étude de Walther, nous utilisons des images à valence émotionnelle de l'IAPS (banque d'images étalonnées pour leur valence émotionnelle) comme stimuli inconditionnés, là où étaient utilisés des visages évalués très négatifs ou très positifs. Si l'étude de 2002 n'utilisait que des visages masculins, nous utilisons des visages masculins et féminins. Les paires de visages sont soit homogènes (h-h ou f-f) soit mixtes (h-f). Ce faisant, nous voulons voir si les visages homogènes facilitent le transfert du conditionnement alors que les paires mixtes diminueraient l'effet de transfert.

Nous avons validé notre hypothèse de conditionnement, les visages conditionnés positivement sont évalués plus positivement en deuxième évaluation qu'en première évaluation et les visages conditionnés négativement sont évalués plus négativement en deuxième qu'en première évaluation. Cet effet est significatif, $F(1,41)=10,72$, $p=.002$, $\eta^2p=.207$.

Notre hypothèse de transfert du conditionnement n'est pas validée, les participants n'évaluent pas différemment les visages présentés avec les visages conditionnés positivement et les visages présentés avec ceux conditionnés négativement, $F(1,41)=1,11$, $p>0,1$, $\eta^2p=.026$.

L'hypothèse de la mixité des paires pré-conditionnées n'est pas non plus validée, les paires de visages mixtes ne sont pas évaluées différemment des paires non mixtes, $F(1,41)=2,59$, $p>0,1$, $\eta^2p=.059$.

Nous avons mené des analyses bayésiennes en suivant une logique de comparaison de modèles. Nous avons comparé un modèle nul avec le modèle alternatif selon lequel il existe un transfert du conditionnement. Cette analyse indique que nos données sont 10766 fois plus vraisemblables sous l'hypothèse nulle que sous l'hypothèse alternative. Nous discuterons cette très forte évidence en faveur du nul.

Les perspectives de recherche sur le CE en psychologie sociale pourraient avoir un intérêt pour la recherche sur les stéréotypes (Olson & Fazio, 2006), la propagation du conditionnement sera-t-elle différente si les visages appartiennent à l'exogroupe (homogénéité de l'endogroupe de (Simon & Pettigrew, 1990) ? La valence des stéréotypes associés à certains groupes pourrait-elle être reconditionnée ? Les applications du CE en psychologie sociale seront discutées à la fin de la présentation.

Références

Baeyens, F., Crombez, G., Van den Bergh, O., & Eelen, P. (1988). Once in contact always in contact: Evaluative conditioning is resistant to extinction. *Advances in Behaviour Research and Therapy*, 10(4), 179–199. [https://doi.org/10.1016/0146-6402\(88\)90014-8](https://doi.org/10.1016/0146-6402(88)90014-8)

De Houwer, J., Thomas, S., & Baeyens, F. (2001). Association learning of likes and dislikes: A review of 25 years of research on human evaluative conditioning. *Psychological Bulletin*, 127(6), 853–869. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.6.853>

Olson, M. A., & Fazio, R. H. (2006). Reducing Automatically Activated Racial Prejudice Through Implicit Evaluative Conditioning. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(4), 421–433. <https://doi.org/10.1177/0146167205284004>

Simon, B., & Pettigrew, T. F. (1990). Social identity and perceived group homogeneity: Evidence for the ingroup homogeneity effect. *European Journal of Social Psychology*, 20(4), 269–286. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420200402>

Walther, E. (2002). Guilty by mere association: Evaluative conditioning and the spreading attitude effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 919–934. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.919>

LES ÉMOTIONS INCIDENTES MODULENT-ELLES LA PRISE DE RISQUE DANS UNE TÂCHE DE PRISE DE DÉCISION SÉQUENTIELLE ?

MÉLODY MAILLIEZ
LIP-PC2S
UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES
MAILLIEZM@GMAIL.COM

MOTS CLEFS : ÉMOTIONS, (IN)CERTITUDE, PRISE DE DÉCISION, TRAITEMENT DE L'INFORMATION

Dans les situations de prises de décisions complexes le nombre d'informations à intégrer (e.g., nombre d'essais) pour effectuer le choix le plus optimal est très important et dépasse nos capacités de traitement. Dans ce cadre spécifique, les informations de nature émotionnelle semblent bénéficier d'un traitement privilégié et guideraient le processus de prise de décision (Bechara, Damasio, Tranel, & Damasio, 1997). Depuis l'étude princeps de Bechara et al. (1997), les études ont examiné la manière dont les informations émotionnelles liées aux conséquences positives et/ou négatives de nos décisions (i.e., feedbacks) améliorent les prises de décisions. Toutefois, d'autres travaux suggèrent que le traitement des informations émotionnelles peut également conduire à prendre des décisions biaisées et/ou erronées (Kahneman & Frederick, 2007).

Un apport important des recherches récentes a été de démontrer que le traitement des informations émotionnelles liées à la tâche peut être influencé par des émotions induites avant la tâche. Le modèle *Emotion Imbued Choice* (Lerner, Li, Vadelso, & Kassam, 2015) prévoit que cette influence est dépendante du degré avec lequel l'émotion est associée à la dimension d'évaluation de certitude ou d'incertitude. Ainsi, les émotions associées à l'incertitude (peur, tristesse, espoir, etc.) initieraient un traitement plutôt analytique tandis que les émotions associées à la certitude (dégoût, joie, colère, etc.) initieraient un traitement plutôt heuristique (Tiedens & Linton, 2001). L'avantage d'un traitement plutôt heuristique, dans les décisions complexes, est qu'il permettrait l'intégration des informations émotionnelles liées aux feedbacks (positifs vs. négatif) et faciliterait ainsi l'apprentissage de la tâche (Bollon & Bagneux, 2013). Le constat principal à l'origine des travaux présentés ici est que le traitement des informations émotionnelles peut guider les décisions des individus. Cependant, ces travaux ont seulement considéré les informations émotionnelles issues des décisions précédentes. En outre, la manière dont on présente les alternatives de la décision peut biaiser le choix des individus (i.e., heuristique affective). Par exemple, en présence d'une alternative négative et d'une alternative risquée, les individus ont tendance à automatiquement éviter l'alternative négative pour prendre l'alternative risquée (i.e., heuristique de recherche de risque). Ainsi, nous nous sommes demandé dans quelle mesure le traitement des feedbacks pourrait permettre aux individus de pallier les heuristiques affectives.

Nous avons conduit une série d'études dans lesquels les participants étaient amenés, via une induction émotionnelle, à initier un traitement plutôt heuristique ou plutôt analytique. Ensuite les participants réalisaient une série de paris monétaires permettant de manipuler à la fois les informations émotionnelles liées aux feedbacks (majoritairement positifs vs. majoritairement négatifs) et à la présentation de la tâche (positive vs. négative). L'ensemble de nos résultats suggère qu'il est possible, en fonction du type de traitement de l'information initié, de modifier les décisions erronées dues au traitement des informations émotionnelles négatives liées à la présentation de la tâche (i.e. perte sûre d'argent). Plus particulièrement, les participants amenés à initier un traitement de l'information plutôt heuristique (i.e., dégoût) prennent davantage de risques s'ils ont reçu une majorité de feedbacks positifs. En revanche, lorsqu'ils reçoivent une majorité de feedbacks négatifs, les participants amenés à initier un traitement heuristique réduisent leur prise de risques s'ils ont reçu une majorité de feedbacks négatifs. Ainsi, un traitement heuristique permet aux individus de moduler l'influence de l'heuristique de recherche de risque au moyen du traitement des informations émotionnelles.

Plus particulièrement, l'heuristique de recherche de risque est augmentée dès lors que le participant reçoit une majorité de feedbacks positif. En revanche, l'heuristique de recherche de risque est réduite dès lors que les participants reçoivent une majorité de feedbacks négatifs. Au contraire, le taux de prise de risque reste inchangé pour les participants amenés à initier un traitement analytique qu'ils aient reçu une majorité de feedback positifs ou négatifs. Ainsi, un traitement heuristique permet aux individus de moduler l'influence de l'heuristique de recherche de risque par le traitement des informations émotionnelles. L'implication de ce travail sera discutée dans une perspective de prévention et notamment dans la réduction des comportements à risques.

Références

Bechara, A., Damasio, H., Tranel, D., & Damasio, a R. (1997). Deciding advantageously before knowing the advantageous strategy. *Science* (New York, N.Y.), 275(5304), 1293–1295. <http://doi.org/10.1126/science.275.5304.1293>

Bollon, T., & Bagueux, V. (2013). Can the uncertainty appraisal associated with emotion cancel the effect of the hunch period in the Iowa Gambling Task? *Cognition & Emotion*, 27(2), 376–384. <http://doi.org/10.1080/02699931.2012.712947>

Kahneman, D., & Frederick, S. (2007). Frames and brains: elicitation and control of response tendencies. *Trends in Cognitive Sciences*, 11(2), 45–46. <http://doi.org/10.1016/j.tics.2006.11.007>

Lerner, J., Li, Y., Vadelolo, P., & Kassam, K. (2015). Emotion and Decision making. *Annual Review of Psychology*, 799-823.

Tiedens, L. Z., & Linton, S. (2001). Judgment under emotional certainty and uncertainty: the effects of specific emotions on information processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(6), 973–988. <http://doi.org/10.1037/0022-3514.81.6.973>

Les travaux sur la mémoire collective se sont le plus souvent intéressés à la mémoire que les individus pouvaient avoir des événements (Rimé, et al. 2015). Ces travaux ont parfois porté sur le lien entre ces souvenirs et l'identité sociale (IS), soit sous l'angle de l'influence de l'IS sur la reconstruction du souvenir (Dresler-Hawke, 2005), soit plus rarement sur la fonction du souvenir dans la catégorisation sociale (Tavani, et al., 2017). En revanche, peu d'études se sont intéressées à l'identité du groupe en tant qu'objet de souvenir. Si certaines d'entre elles ont étudié la continuité perçue entre le passé et le présent, aucune ne s'est intéressée aux éventuelles différences pouvant exister quant à la perception de continuité entre une IS passée valorisée et une IS dévalorisée. Nous présenterons les résultats d'études visant à analyser l'impact de la continuité perçue en fonction de l'identité sociale passée (positive vs. négative) sur les comportements présents.

Dans une 1ère étude, nous avons cherché à identifier des périodes de l'histoire susceptibles d'être, pour les Français, valorisées (fierté) et des périodes susceptibles d'être dévalorisées (honte). Les résultats montrent que la Seconde Guerre Mondiale (2GM) est une période particulièrement saillante et qui, en fonction de la facette mise en avant, peut à la fois susciter de la honte - la collaboration - et de la fierté - la résistance.

La 2e étude visait à examiner l'effet d'un prototype passé : valorisant (résistance) vs. dévalorisant (collaboration). Les participants associaient 5 expressions après avoir lu un extrait d'article précisant que les Français durant la 2GM avaient collaboré vs. résisté. Après cela, ils reportaient l'affectivité associée à chacune de leur production et indiquaient si celle-ci caractérise les Français d'aujourd'hui. Puis, ils complétaient une échelle d'intention comportementale à l'égard des réfugiés en répondant pour eux personnellement et pour la majorité des Français (Badea et al., In Press), et enfin ils indiquaient leur niveau d'identification aux Français. Comme attendu, les participants associent des productions plus positives dans la condition valorisante que dévalorisante.

De plus, il existe une interaction significative entre le prototype passé et l'identification au groupe des Français sur l'intention individuelle d'aide à l'égard des réfugiés. Ainsi, lorsque les participants sont faiblement identifiés, ils sont plus enclins à aider les réfugiés lorsque les Français du passé sont présentés comme ayant collaboré que lorsqu'ils sont présentés comme des résistants. Lorsqu'ils sont fortement identifiés, il n'y a pas de différence significative.

Concernant l'intention d'aide pour la majorité des Français, il existe une interaction significative entre les conditions expérimentales, la continuité perçue et l'identification au Français. Pour les participants les plus identifiés, nous n'observons pas d'effet d'interaction entre la continuité perçue et le prototype passé. En revanche, cette interaction est significative pour les faiblement identifiés. Ainsi, lorsque les participants sont confrontés à un prototype passé dévalorisant, plus ils perçoivent une continuité entre ce prototype passé et les Français d'aujourd'hui, moins ces participants pensent que les Français sont enclins à aider les réfugiés. Cet effet s'inverse dans la condition où les Français passés sont présentés comme résistants. En effet, dans ce cas, plus les participants perçoivent une continuité entre passé et présent, plus les Français seraient enclins à aider les réfugiés.

Ces résultats, et ceux de variantes de ces études, seront discutés au regard de la fonction du passé négatif et positif. La valence associée aux appartenances groupales ne semble pas être suffisante pour expliquer les intentions comportementales actuelles.

Références

- Badea, C., Tavani, J.L., Rubin, M. & Meyer, T. (in press). Self-affirmation, Political Values Congruence, and Support for Refugees. *Journal of Applied Social Psychology*.
- Dresler-Hawke, E. (2005). Reconstructing the Past and Attributing the Responsibility for the Holocaust. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 33(2), 133–148.
- Rime, B., Bouchat, P., Klein, O., & Licata, L. (2015). When collective memories of victimhood fade: Generational evolution of intergroup attitudes and political aspirations in Belgium. *European Journal of Social Psychology*, 45, 515–532.
- Tavani, J. L., Collange, J., Rateau, P., Rouquette, M.-L., & Sanitioso, B. R. (2017). Tell me what you remember and I will know who you are: The link between collective memory and social categorization. *Group Processes & Intergroup Relations*, 20(1), 91–108.

Problématique

Dans le cadre d'une étude sur l'impact persuasif de l'aspect graphique des messages sur internet, nous sommes intéressés à la mesure complète d'un indice d'élaboration du traitement du message, en lien avec le Modèle de Probabilité d'Elaboration (ELM ; Petty & Cacioppo, 1986). Nous avons ensuite cherché à utiliser cet indice pour comprendre la différence d'élaboration d'un message selon sa forme graphique : un texte vs une infographie. Nous définissons une infographie comme étant un message multimodal dont l'information est véhiculée par un ensemble de textes, de graphiques et d'illustrations. La littérature scientifique consacrée à l'application de l'ELM se concentre quasi exclusivement sur une seule mesure, la plupart du temps celle des réponses cognitives (e.g. Chavez, 2013 ; Lazard & Atkinson, 2015) ou le besoin de cognition (e.g. Richard & Chebat, 2016 ; cf. Salma-Younes et al, 2014). A notre connaissance il n'existe pas de méthode pour créer un indice qui permettrait de situer les individus sur le continuum d'élaboration de l'ELM ; c'est d'ailleurs un des reproches récurrents faits à ce modèle (Kitchen, Kerr, Schultz, McColl & Pals, 2014).

Méthode

Notre expérience est composée d'un paradigme persuasif dont le message est soit une infographie, soit un texte, défendant des arguments en faveur du tri et du recyclage des déchets électroniques. Après qu'ils ont été exposés au message persuasif, nous avons relevé chez nos participants (N=544) les éléments se référant aux composantes de l'ELM ; soit la motivation et la capacité à traiter le message, ainsi que les réponses cognitives que ce dernier a générées. Nous avançons que, globalement, l'indice ELM calculé à partir de ses composantes serait fortement corrélé avec l'attitude des sujets et la force de leur attitude, quel que soit le type de message rencontré. Cela se traduirait par une attitude plus élevée pour les sujets ayant une forte motivation pour traiter le texte, ayant eu la possibilité de le faire et qui ont opéré un traitement cognitif profond. En corollaire de notre première hypothèse, nous proposons que grâce à sa multimodalité, l'infographie persuaderait davantage les individus avec un fort besoin de cognition. Enfin, nous pensons que les individus avec un faible besoin de cognition seraient plus persuadés par l'infographie que par le texte, car sa multimodalité nécessiterait moins d'effort cognitif et de motivation pour acquérir les informations.

Résultats

Les résultats suggèrent que l'indice ELM créé à partir de ses composantes est bien corrélé positivement avec l'attitude finale des sujets ($F(1, 532) = 133, p < .001$) et la force de leur attitude ($F(1, 541) = 141, p < .001$). Notre seconde hypothèse est également vérifiée : l'infographie a un intérêt pour la persuasion des individus à fort besoin de cognition ($t=1.96, p=.05$). Cependant, à l'encontre nos attentes, les individus avec un faible besoin de cognition n'ont pas été davantage persuadés par l'infographie que par le texte. En effet, les résultats ne montrent pas un niveau d'attitude significativement plus élevé pour les participants qui, parmi ceux qui ont un faible besoin de cognition, ont lu l'infographie. L'infographie ne serait donc pas la solution pour persuader les individus ayant un faible besoin de cognition. Ces résultats seront discutés dans le cadre de l'ELM et de la contribution d'un design multimodal des messages persuasifs pour l'influence des attitudes sur internet.

Ces résultats, et ceux de variantes de ces études, seront discutés au regard de la fonction du passé négatif et positif. La valence associée aux appartenances groupales ne semble pas être suffisante pour expliquer les intentions comportementales actuelles.

Bibliographie

Kitchen, P. J., Kerr, G., Schultz, D. E., McColl, R., & Pals, H. (2014). The elaboration likelihood model: review, critique and research agenda. *European Journal of Marketing*, 48(11/12), 2033–2050.

Lazard, A., & Atkinson, L. (2015). Putting Environmental Infographics Center Stage: The Role of Visuals at the Elaboration Likelihood Model's Critical Point of Persuasion. *Science Communication*, 37(1), 6–33.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. (Springer S). New York.

Richard, M.-O., & Chebat, J.-C. (2016). Modeling online consumer behavior: Preeminence of emotions and moderating influences of need for cognition and optimal stimulation level. *Journal of Business Research*, 69(2), 541–553. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.05.010>

Salama-Younes, M., Guingouain, G., Le Floch, V., & Somat, A. (2014). Besoin de cognition, besoin d'évaluer, besoin de clôture : proposition d'échelles en langue française et approche socio-normative des besoins dits fondamentaux. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 64(2), 63–75.

Dans la présente recherche, nous défendons l'idée selon laquelle, approcher autrui lors d'une interaction sociale influence la manière de se percevoir et ce, en privilégiant une évaluation de soi positive. Des travaux antérieurs montrent qu'approcher (vs. éviter) des photographies d'individus afro-américains crée une association entre cette catégorie et le soi (Phills, Kawakami, Tabi, Nadolny, & Inzlicht, 2011). D'autres mettent en évidence qu'approcher (vs. éviter) une personne (e.g., attractive ou peu attractive) engendre des effets d'assimilation dans l'auto-évaluation dans le sens où la valeur du soi se déplace en direction de celle de la cible (Fayant, Muller, Nurra, Alexopoulos, & Palluel-Germain, 2011). Cette littérature suggère donc qu'approcher une information sociale influence les auto-évaluations et ce peu importe sa valence.

Une telle influence de l'approche sur les auto-évaluations, même si l'information sociale approchée est négative (i.e., personne négativement stéréotypée ou peu attractive) apparaît contradictoire avec la motivation fondamentale des individus à maintenir et protéger une image de soi positive. Toutefois, le manque de condition contrôle ne permet pas de tirer de conclusions définitives et l'influence propre de la valence dans les effets de l'approche sur le soi n'a encore jamais été étudiée. L'objectif de la présente recherche est donc de tester si l'influence de l'approche sur les auto-évaluations sert la valorisation de soi. Plus précisément, nous faisons l'hypothèse que les informations sociales approchées (vs. non approchées) influencent les auto-évaluations et ce d'autant plus si elles sont positives que négatives.

A travers deux expériences, nous avons testé cette hypothèse en utilisant une adaptation de la tâche du mannequin (De Houwer, Crombez, Baeyens, & Hermans, 2001) permettant de comparer l'influence des comportements d'approche (i.e., réduction de la distance entre soi et l'information sociale) à celle de comportements contrôles (i.e., n'impliquant pas de variation de distance entre soi et l'information sociale) à travers deux conditions inter-participants. Dans chacune des conditions, les participants voyaient soit des informations sociales positives, soit des informations sociales négatives. Seule la manipulation orthogonale du type de comportement et de la valence des informations sociales permettait de conclure à un effet de l'approche sur les auto-évaluations et à une modération de celui-ci par la valence.

L'auto-évaluation des participants était ensuite mesurée de manière implicite. Dans l'Expérience 1, nous mesurons l'accessibilité de traits positifs et négatifs chez les participants lorsque le soi est activé à travers une tâche de décision lexicale amorcée par le soi. Dans l'Expérience 2, nous mesurons l'association entre la valence et le soi en utilisant deux tâches d'associations implicites unipolaires à catégorie unique (SC-IAT positif et négatif pour le soi).

Les résultats de ces deux expériences ne confirment que partiellement notre hypothèse. Dans l'Expérience 1, lorsque les participants approchent (vs. n'approchent pas) une information sociale, sa valence est intégrée dans leur auto-évaluation implicite. Contrairement à notre hypothèse, les informations sociales positives ne sont pas plus intégrées que les négatives. Nous observons le même pattern de résultats dans l'Expérience 2, mais celui-ci est non significatif. Cette recherche vient appuyer et préciser les travaux antérieurs en suggérant que les informations sociales approchées influencent le concept de soi et ce au-delà d'une motivation fondamentale de valorisation de soi.

Bibliographie

De Houwer, J., Crombez, G., Baeyens, F., & Hermans, D. (2001). On the generality of the affective Simon effect. *Cognition and Emotion*, 15, 189-206.

Fayant, M. P., Muller, D., Nurra, C., Alexopoulos, T., & Palluel-Germain, R. (2011). Moving forward is not only a metaphor: Approach and avoidance lead to self-evaluative assimilation and contrast. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(1), 241-245.

Phills, C. E., Kawakami, K., Tabi, E., Nadolny, D., & Inzlicht, M. (2011). Mind the gap: Increasing associations between the self and Blacks with approach behaviors. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(2), 197-210.

Zweigenhaft, R. L., & Marlowe, D. (1973). Signature size: studies in expressive movement. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 40(3), 469-473

Introduction

L'attribution causale est un processus psychologique essentiel pour l'adaptation de l'homme à son environnement physique et social. Cependant, comme les ressources cognitives de l'individu restent limitées, ce processus s'appuie sur des schémas mentaux efficaces qui biaisent le jugement. L'impact des biais d'attribution causale a été testé dans de nombreuses recherches, notamment dans le domaine de la conduite automobile. Ces recherches ont consisté à comparer les façons dont les usagers de la route expliquent les causes d'une interaction, généralement à risque, selon leur degré d'implication (acteur, observateur actif ou passif), voire leur degré de responsabilité. Ainsi, ces recherches se sont focalisées sur les explications de comportements dangereux au volant (Hennessy & Jakubowski, 2007 ; Herzog, 1994) afin d'examiner l'existence de l'effet acteur-observateur (EAO). Outre cet effet, une analyse de descriptions d'accidents graves, fournies par des individus considérés comme responsables et par des témoins de ces événements, a mis en évidence l'effet d'auto-complaisance (EAC) et l'effet d'attribution défensive (Bordel et al., 2007). La présente étude examine les différences de registre attributionnel (décrit à l'aide de Leeds attributional coding system [LACS], Stratton et al., 1988) dans les explications de presque accidents au volant selon que l'automobiliste s'estime responsable ou non de l'événement et selon son degré d'optimisme comparatif sur le plan du risque (Delhomme, Verliac, & Martha, 2009) et de compétences de conduite (Delhomme, 1995).

Méthode

Participants

Les données ont été recueillies auprès de 154 automobilistes (dont 72 femmes) qui, en moyenne, ont 39 ans ($\sigma = 13,43$), le permis B depuis 18,6 ans ($\sigma = 12,93$) et parcourent 16 423 km par an ($\sigma = 8 804,38$) en tant que conducteurs. Les automobilistes, recrutés parmi les détenteurs d'une assurance automobile de la MAIF, ont tous reçu une indemnisation de 50 €.

Procédure

L'étude a été menée dans le cadre d'un projet plus vaste sur les presque accidents au volant. Tout d'abord, les participants recevaient des consignes sur les tâches à réaliser et un lot de carnets de bord pour décrire, lorsqu'ils arrivaient à destination, les presque accidents qu'ils rencontraient au volant de leur véhicule pendant deux mois environ. Enfin, ils remplissaient un questionnaire post-expérimental.

Mesures

Le carnet de bord permettait de décrire le presque accident à l'aide de questions ouvertes et fermées ainsi que d'identifier le comportement au volant étant à l'origine du presque accident en précisant qui en était responsable (soi vs. autrui). Chaque cause attribuée au presque accident a été codée par un juge selon les catégories du LACS (externe vs. interne à l'agent, instable vs. stable, globale vs. spécifique à l'événement, universelle vs. spécifique à un individu, incontrôlable vs. contrôlable). Ce codage a ensuite été validé par un second juge afin d'en assurer un degré d'accord inter-juges satisfaisant. Le questionnaire post-expérimental enregistrait notamment, pour soi et pour un conducteur moyen, le risque perçu d'être impliqué-e dans un accident au cours des trois prochaines années et l'évaluation des compétences au volant. Les différences entre soi et le conducteur moyen constituent les mesures de jugement comparatif sur le plan du risque d'être impliqué-e dans un accident (JCR) et sur le plan des compétences (JCC).

Résultats

Dans l'échantillon, 89 des participants ont rapporté 172 explications de presque accidents. Nous avons mené une analyse descriptive de ces explications, puis une analyse par modèles linéaires généralisés mixtes (GLMM). Un modèle statistique par dimension décrivant la cause a été réalisé pour identifier ses liens avec l'attribution de la responsabilité, le JCC et le JCR. Environ la moitié des causes attribuées (54,7 %) a été catégorisée comme internes, contrôlables, instables, spécifiques à l'événement et universelles. La probabilité d'attribuer une cause externe diminuait lorsque d'autres usagers de la route ont été jugés responsables du presque accident ($Wald \chi^2 = 17,61, p < 0,0001$; OR = 0,45, 95% CI[0,3, 0,66]). Néanmoins, 5 explications de presque accidents, dont la responsabilité a été attribuée à autrui, mentionnaient des causes internes et externes à la fois (observations exclues de l'analyse par GLMM). La probabilité d'attribuer une cause incontrôlable augmentait lorsque les participants se sont eux-mêmes jugés responsables de l'événement ($Wald \chi^2 = 4,7, p = 0,04$; OR = 2,61, 95% CI[1,26, 5,4]) et ce d'autant que le JCR allait dans le sens de sous-estimation du risque ($b = 0,86, p < 0,007$; OR = 2,37, 95% CI[1,29, 4,35]). La probabilité d'attribuer une cause stable ($b = 0,71, p < 0,004$; OR = 2,04, 95% CI[1,28, 3,24]) et spécifique à l'individu responsable du presque accident ($b = 0,47, p < 0,05$; OR = 1,6, 95% CI[1,01, 2,55]) augmentait ce d'autant que le JCR allait dans le sens de sous-estimation du risque. Les effets d'interaction de premier ordre entre le jugement de responsabilité et, d'une part, le JCR et, d'autre part, le JCC n'ont été significatifs dans aucun modèle testé.

Discussion

Les résultats évoquent l'EAO et l'EAC dans la mesure où les automobilistes auraient plus souvent tendance à attribuer une cause externe à leurs propres actions indésirables (provoquer un presque accident) plus souvent que lorsqu'ils attribuent une cause à des actions indésirables d'autrui. Comme le sentiment de culpabilité de l'automobiliste qui se juge responsable du presque accident menace l'image positive de soi, le résultat relatif à la contrôlabilité des causes attribuées serait cohérent avec l'explication motivationnelle du EAC. Le JCR était liée à plusieurs dimensions de l'attribution causale et, en particulier, à des causes plutôt exceptionnelles (incontrôlables, stables et spécifiques à l'individu responsable). Ainsi, il est plausible que les automobilistes qui affichent de l'optimisme comparatif pourraient être motivés à se représenter le presque accident dans lequel ils ont été impliqués en tant qu'événement rare. Les effets du JCR n'ont pas été modérés par l'attribution de la responsabilité pour le presque accident. L'optimisme comparatif pourrait alors être considéré comme un moyen de lutter contre la peur face aux dangers de la route et ce indépendamment de l'expérience de l'automobiliste. A l'avenir, il y aurait lieu d'examiner dans quelle mesure les différents biais d'attribution causale seraient susceptibles d'inhiber le développement des compétences d'évitement de dangers au volant et/ou celui de nouvelles stratégies d'adaptation à l'environnement routier de la part de l'automobiliste.

Références

- Bordel, S., Guingouain, G., Somat, A., Terrade, F., Aubouin, A.-V., Querrat, D., & Botrel, K. (2007). Explications naïves des accidents de la route: Biais acteur/observateur, biais d'auto-complaisance et attribution défensive. *Psihologia Resurselor Umane Revista Asociației de Psihologie Industrială și Organizațională*, 5(2), 36-47.
- Delhomme, P. (1995). Evaluation de ses propres capacités de conduite et activité de conduite. *Recherche Transports Sécurité*, 48, 39-51.
- Delhomme, P., Verlhac, J. -F., & Martha, C. (2009). Are drivers' comparative risk judgments about speeding realistic? *Journal of Safety Research*, 40, 333-339.
- Hennessy, D. A., & Jakubowski R. (2007). The impact of visual perspective and anger on the actor-observer bias among automobile drivers. *Traffic Injury Prevention*, 8(2), 115-122.
- Herzog, T. (1994). Automobile driving as seen by the actor, the active observer, and the passive observer. *Journal of Applied Social Psychology*, 24(23), 2057-2074.
- Stratton, P., Munton, A.G., Hanks, H., Hard, D.H., & Davidson, C. (1988). *Leeds attributional coding system*

***Remerciements:** Nous tenons à remercier Fondation MAIF pour le financement du projet de recherche dans le cadre duquel a été réalisée cette étude. Nous remercions également Kamelia Selhi pour son aide à coder les explications fournies par les automobilistes.

Le but de notre recherche est d'étudier l'impact des « growth mindset interventions » sur les stratégies de coping (spécifiquement le coping proactif) d'étudiants entrant à l'université, et d'explorer leurs effets potentiels tant sur la réussite académique que sur le bien-être des individus.

De récentes recherches montrent que promouvoir par de courtes interventions (i.e. lecture d'article scientifique et exercices d'internalisation du message), un message visant à modifier un construit personnel spécifique (intelligence, sociabilité, autocontrôle, ...) peut avoir un effet bénéfique sur l'accomplissement académique d'étudiants collégiens et lycéens jusqu'à plusieurs années après ces interventions (Wilson & Buttrick, 2016). Cela serait obtenu en modifiant les théories implicites que possède l'individu, en passant d'une théorie entitéiste, soit une conception fixiste d'un trait interne (« je ne suis pas quelqu'un de sociable et je ne peux rien y faire ») à une théorie incrémentielle, soit une conception évolutive d'un trait interne (« même si je suis mauvais en math pour l'instant, ça ne veut pas dire que je suis stupide, je peux m'améliorer en apprenant »). Ces théories seraient à même d'influencer les buts d'accomplissements que va se fixer l'individu (les buts d'apprentissage pouvant prédire un coping actif, une motivation maintenue, et un plus grand accomplissement en situation scolaire difficile, Grant & Dweck, 2003), et d'agir sur des facteurs de bien-être tel que le stress (Yeager et. al., 2014).

Nous souhaitons étudier l'articulation de ces interventions (ciblant plus précisément les conceptions de l'intelligence) avec les stratégies de coping proactives mises en place par les étudiants entrant à l'université. Le coping proactif, s'exprimant par une conception positive d'événements difficiles comme défi à relever, une utilisation des ressources sociales, des stratégies de planifications et une réinterprétation positive des événements (Greenglass, 2002), nous semble pouvoir être favorisé par ce type d'intervention, en plus d'être particulièrement adapté au cadre universitaire (Parada, Mazé & Verliac, 2016). En conséquence, nous faisons l'hypothèse qu'un changement de construit personnel, incité par une courte intervention, va avoir un effet bénéfique sur la manière dont les étudiants vont gérer leur stress, et cela va en conséquence leur apporter les ressources nécessaires pour se développer et réussir durant cette phase de transition (i.e. du lycée à l'université).

Notre première étude est un pré-test du matériel (Intervention Classique (originale par Blackwell et al., 2007) vs. Révisée (basée sur Yeager et al., 2016) vs. Contrôle (sans impact sur le mindset)). Nous faisons l'hypothèse d'un changement de mindset (vers mindset malléable) et des buts (vers buts d'apprentissage) plus important dans la condition classique que dans la condition contrôle, et encore plus dans la condition révisée (mesure en intra avant-après l'intervention). Les résultats préliminaires suggèrent un plus haut growth mindset pour les interventions révisée et classique après l'intervention comparée à la condition contrôle $F(2,67) = 3.27$ $p = .04$, $d = .75$, ainsi qu'une augmentation des buts d'apprentissage-approche après l'intervention pour la condition intervention révisée $F(2,67) = 3.65$, $p = .03$, $d = .27$.

Dans notre seconde étude, nous implémentons l'intervention auprès d'étudiants de 1ère année, en mesurant en intra les buts d'accomplissement (AGQ-R), le mindset, les stratégies de coping proactives (Brief Cope-R) et le stress (PSS-4). Nous faisons l'hypothèse d'un changement de mindset et des buts, d'une réduction du stress et d'une augmentation du coping proactif plus importants pour l'intervention révisée (vs contrôle).

BIBLIOGRAPHIE

Blackwell, L. A., Trzesniewski, K. H., & Dweck, C. S. (2007). Implicit theories of intelligence predict achievement across an adolescent transition: A longitudinal study and an intervention. *Child Development*, 78(1), 246–263. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8624.2007.00995.x>

Grant, H., & Dweck, C.S. (2003). Clarifying Achievement Goals and Their Impact. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(3), 541-553

Greenglass, E.R. (2002). Proactive coping. In E. Frydenberg (Ed.), *Behind coping: Meeting goals, vision, and challenges*. (pp. 37–62). London, UK: Oxford University Press.

Parada, S., Mazé, C., Verliac, J.F. (septembre 2016). Coping proactif et mécanismes d'autorégulation : Facteurs motivationnels, personnels, transactionnels et contextuels : Une approche expérimentale. 57ème congrès de la SFP, Université Paris Nanterre, 7-9 Septembre 2016.

Wilsons, T. D., & Buttrick, N. R., (2016). New Directions in Social Psychological Interventions to Improve Academic Achievement. *Journal of Educational Psychology*, 108 (3), 392 – 396.

LE RÔLE DE LA DIVERSITÉ PERÇUE ET DE LA COLLABORATION DANS LA CRÉATIVITÉ DES ÉQUIPES DE TRAVAIL

BENJAMIN PASTORELLI,

LABORATOIRE DE PSYCHOLOGIE : DYNAMIQUES
RELATIONNELLES ET PROCESSUS IDENTITAIRES
UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

BENJAMIN.PASTORELLI@U-BOURGOGNE.FR

MOTS CLEFS : CRÉATIVITÉ, INTERCULTURALITÉ, COLLABORATION-COMPÉTITION, COMMUNICATION PAR ORDINATEUR

La globalisation économique a rendu les équipes de travail plus diverses culturellement et plus distantes géographiquement, ce qui constitue un défi important pour les organisations. Les recherches en psychologie sociale portant sur le lien entre la diversité culturelle et la créativité ont émis des conclusions contradictoires et ce phénomène reste mal compris (Lambert, 2016). D'une part, la diversité augmenterait la créativité via le conflit cognitif et l'intégration de perspectives diverses (e.g., Nemeth et al., 2004). D'autre part, la diversité réduirait la créativité du fait des difficultés de communication et des processus de catégorisation sociale (e.g., Homan et Van Knippenberg, 2014). Bien que de nombreuses explications aient été avancées, le lien entre diversité et créativité reste ambigu, incitant à une étude plus empirique (Van Knippenberg et Schippers, 2007). Ainsi, afin de mieux comprendre ce phénomène, la présente étude se concentre sur l'effet d'une simple perception de diversité (VI1). A cela, elle ajoute l'induction d'un contexte de collaboration ou de compétition (VI2). Ces deux contextes sociaux sont à même d'impacter les relations entre l'individu et des autrui présentés comme différents culturellement (Tajfel et Turner, 1986). La collaboration incite à la formation d'un groupe où tous poursuivent un objectif commun. La compétition pousse plutôt à des objectifs opposés. Un contexte de collaboration induit une focalisation sur le groupe commun (Gaertner et Dovidio, 2000). Nous attendons que ceci soit plus difficile pour l'individu en cas de forte diversité, celle-ci l'incitant à catégoriser les autres dans l'exogroupe, du fait d'une plus grande dissimilarité (Tajfel et Turner, 1986). Cette difficulté devrait limiter la créativité, en focalisation l'individu sur la résolution de ce conflit (Van Knippenberg et Schippers, 2007). L'inverse devrait se produire pour la compétition.

L'étude, présentée comme internationale, prend la forme d'un questionnaire en ligne. Elle présente aux participants (N = 336) une liste de trois autres participants avec leurs noms et leurs nationalités. Ceux-ci sont tous français (diversité perçue faible) ou de trois nationalités différentes autre que françaises (diversité perçue forte). Ensuite, les participants doivent répondre à une échelle d'inclusion de l'endogroupe dans le soi, afin d'évaluer le degré avec lequel ils se sentent former un groupe avec les trois autres. Puis, pour la moitié des participants, il leur est indiqué qu'ils doivent collaborer avec les trois autres et que leur score à la tâche de créativité sera additionné avec ceux de leurs coéquipiers. Pour l'autre moitié, il leur est indiqué qu'ils doivent entrer en compétition avec les trois autres et que leur score à la tâche de créativité sera comparé avec ceux de leurs opposants. Ensuite, les participants font une tâche d'utilisation alternative qui mesure la créativité (indicateurs : fluence et originalité).

L'analyse par régression robuste montre un effet du contexte collaboratif sur l'originalité. L'originalité des participants est moins élevée en condition de collaboration qu'en condition de compétition. Nous trouvons un effet d'interaction de la diversité perçue et du contexte collaboratif sur l'originalité. Une analyse par condition, montre qu'en condition de compétition, les participants sont plus originaux lorsque la diversité perçue est forte plutôt que faible. En condition de collaboration, cette différence n'est pas significative. Ces effets ne sont pas retrouvés pour la fluence. La diversité perçue n'impacte pas l'inclusion de l'endogroupe dans le soi. Ceci ne corrobore que partiellement nos prédictions.

Les individus sont plus originaux lorsqu'ils sont en compétition avec des personnes issues d'autres cultures, conformément à notre hypothèse. Néanmoins, le manque d'effet sur la mesure d'inclusion de l'endogroupe dans le soi limite une explication en termes d'une difficulté à se focaliser sur une catégorisation commune.

Il est envisageable que les résultats observés découlent des attentes du participant à l'égard de l'impact du contexte collaboratif et de la diversité sur le fonctionnement du groupe (Van Knippenberg et Schippers, 2007). Concernant le contexte collaboratif, la collaboration implique un besoin de consensus au sein du groupe, c'est-à-dire que les propositions du participant doivent être validées par ses collaborateurs. En prédisant cela, le participant pourrait avoir limité son originalité pour maximiser les chances de voir ses réponses validées. Ceci expliquerait que l'analyse montre une originalité plus faible en condition de collaboration que de compétition. Concernant la diversité perçue, le participant pourrait avoir attendu (1) une plus grande difficulté à trouver un consensus en contexte de collaboration, et (2) que la diversité induise une grande diversité d'idées et donc une meilleure originalité. Cette double attente contradictoire pourrait expliquer que les participants, en condition de collaboration, ne soient pas plus originaux que la diversité perçue soit forte ou faible. Elle expliquerait qu'en condition de compétition, l'originalité des participants soit accrue en cas de diversité forte, plutôt que faible. Rappelons que dans cette étude la diversité et le contexte collaboratif sont seulement perçus. Ceci met en avant l'importance des impacts des relations sociales sur la créativité.

Bibliographie

- Gaertner SL, Dovidio JF. (2000). *Reducing Intergroup Bias. The Common Ingroup Identity Model*. Philadelphia, PA: Psychol. Press
- Homan, A. C., & van Knippenberg, D. (2014). 8 Faultlines in diverse teams. *Towards Inclusive Organizations: Determinants of Successful Diversity Management at Work*, 132.
- Lambert, J. (2016). Cultural diversity as a mechanism for innovation: Workplace diversity and the absorptive capacity framework. *Journal of Organizational Culture, Communication and Conflict*, 20(1), 68.
- Nemeth, C. J., Personnaz, B., Personnaz, M., & Goncalo, J. A. (2004). The liberating role of conflict in group creativity: A study in two countries. *European Journal of Social Psychology*, 34(4), 365- 374.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). *The social identity theory of intergroup behavior. Psychology of Intergroup Relations*. Nelson-Hall, Chicago. 7-24.
- Van Knippenberg, D., & Schippers, M. C. M. C. (2007). Work Group Diversity. *Annual Review of Psychology*, 58(1), 515–541.

EFFET MODÉRATEUR DES STYLES ÉDUCATIFS PARENTAUX SUR LE PIED DANS LA PORTE

CLÉMENT POIRIER

LABORATOIRE DE PSYCHOLOGIE
UNIVERSITÉ DE BORDEAUX

CLEMENT.POIRIER@GMAIL.COM

MOTS CLEFS : PIED-DANS-LA-PORTE, ENFANTS, INFLUENCE COMPORTEMENTALE, STYLES ÉDUCATIFS

Les pratiques éducatives parentales peuvent être réparties en plusieurs styles (Baumrind, 1971 ; Kellerhals & Montandon, 1991) reposant sur deux dimensions (Pourtois & Desmet, 1989 ; Baumrind, 1971). L'une est liée aux comportements chaleureux, de soutien et l'autre à des comportements de contrôle physique et de punitions. Chacun de ces styles possède ses caractéristiques propres et influence le développement de l'enfant d'une manière spécifique notamment sur l'acquisition de l'internalité ou de la préférence pour la consistance. Il existe quatre styles éducatifs distincts (démocratique, autoritaire, permissif et désengagé).

Ces styles éducatifs ont un impact différent sur le développement de l'enfant entraînant des conséquences sur le comportement de l'enfant. Nous nous intéressons particulièrement à l'impact de cette éducation familiale sur l'acquisition et le développement de l'engagement comme définit par Kiesler (1971). Pour cela, nous avons réalisé plusieurs études dans lesquelles était mesurée l'éducation familiale perçue par l'enfant.

L'objectif était de vérifier si les enfants se comportaient différemment dans une situation de pied dans la porte (Freedman & Fraser, 1966) suivant le style éducatif qu'ils avaient décrit.

Nous avons réuni quatre études. Notre échantillon total se compose de 806 enfants (dont 389 filles) âgés de quatre et onze ans. Ils sont répartis en deux groupes expérimentaux dont 400 en situation de pied dans la porte.

L'éducation familiale a été mesurée par le questionnaire du PEPPE (Lafrenière & Dumas, 1996) qui est composé de deux dimensions le « soutien » et le « contrôle ». Nous avons calculé un score de « soutien » familial et de « contrôle » familial en moyennant les scores de ces deux dimensions pour chacun des parents. D'autre part, lors de chaque étude, nous avons mis en place une situation de pied dans la porte avec demande implicite réalisée par deux expérimentateurs durant le temps scolaire.

Après avoir réalisé une méta-analyse de nos quatre études, nous constatons qu'il existe un effet du pied dans la porte pour les enfants ayant un style éducatif « démocratique » ($OR = 2.7$, 95% CI [1.25 ; 4.13], $p = 0.006$) et pour ceux du style « désengagé » ($OR = 1.9$, 95% CI [1.12 ; 3.1], $p = 0.015$). Dans ces deux styles, les enfants en situation de pied dans la porte ont réalisé plus souvent la requête cible que ceux dans une situation contrôle. En revanche, il n'y a pas d'effet du pied dans la porte pour les enfants ayant décrit un style éducatif comme « autoritaire » ou « permissif ».

Cette méta-analyse permet de confirmer que l'éducation familiale va être liée à un comportement différent dans une situation de soumission sans pression. En effet, nous constatons qu'une situation de pied dans la porte n'aura pas le même effet en fonction du style éducatif parental décrit par l'enfant. Nous discuterons ces résultats en termes d'une compréhension du lien entre l'éducation familiale et le développement des compétences sous-tendant l'engagement comme l'internalité ou la préférence pour la consistance.

Références

- Baumrind, D. (1971). Current patterns of parental authority. *Developmental Psychology Monograph*, 4 (1).
- Freedman, J. L. & Fraser, S. C. (1966). Compliance without pressure : the foot-in-the-door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 4, No. 2, 195-202
- Kellerhals, J. & Montandon, C. (1991). *Les stratégies éducatives des familles. Milieu social, dynamique familiale et éducation des pré-adolescents*. Editions Delachaux et Niestle.
- Kiesler, C. A. (1971). *The psychology of commitment: experiments linking behavior to belief*. New York : Academic.

LaFrenière, P. J., & Dumas, J. E. (1996). Social competence and behavior evaluation in children, Age 3 to 6 years : The short form (SCBE-30). *Psychological Assessment*, 8(4), 369-377.

Pourtois, J-P., & Desmet, H. (1989). L'éducation familiale. *Revue Française de Pédagogie*, 86, 69-101.

MOTS CLEFS : GRATITUDE, ÉMOTIONS COLLECTIVES, RELATIONS INTERGROUPE, PRÉJUGÉS ET IMMIGRÉS

Le 15 décembre 2014, François Hollande inaugura le Musée National de l'Histoire de l'Immigration à Paris. Dans son discours, le Président exprima, en tant que et au nom du peuple français, sa gratitude à l'égard des immigrés ayant contribué à libérer, enrichir et construire la France. La gratitude est une émotion morale positive suscitée par l'excellence d'autrui (Algoe & Haidt, 2009). Plus précisément, elle apparaît en réponse aux actions bienveillantes d'autrui (McCullough, Kilpatrick, Emmons, & Larson, 2001). La gratitude favorise les tendances pro-sociales et renforce les relations sociales (Bartlett & DeSteno, 2006). Les émotions morales, lorsque leur ressenti est basé sur le groupe d'appartenance des individus, influence les attitudes et comportements à l'égard d'un exogroupe (e.g. Wohl, & Branscombe, 2005). Néanmoins, ces études se sont uniquement intéressées aux émotions négatives (e.g. culpabilité) ou aux émotions suscitées par des événements négatifs (e.g. pardon). L'objectif de cette recherche est d'examiner les effets de la gratitude collective sur la perception et les attitudes à l'égard des immigrés en France. Nous prédisions que l'émotion de gratitude collective, suscitée par la mise en avant d'actes bienfaiteurs des immigrés envers la France et les Français, engendrerait une perception favorable et des attitudes positives envers les immigrés.

Afin de répondre à ces objectifs, nous avons mené trois études dans lesquelles la gratitude collective a été induite expérimentalement. Les participants étaient ensuite invités à remplir une échelle de gratitude collective envers les immigrés, diverses échelles répondant à la perception et aux attitudes adoptées à l'égard du groupe des immigrés, et enfin à indiquer leur orientation politique (études 2 & 3).

Dans la première étude, les participants (N = 114, étudiants) étaient invités à lire soit un texte décrivant de manière positive la contribution de l'immigration à la culture française, à l'économie, ou bien à la sécurité, soit un texte neutre. Les textes décrivant un des apports de l'immigration induisaient plus de gratitude collective et des niveaux de préjugés à l'égard des immigrés plus bas que le texte neutre.

Dans la seconde étude, les participants (N = 98, étudiants) étaient invités à visionner une vidéo montrant soit les apports positifs de l'immigration en France, soit des informations neutres sur l'immigration. Le visionnage des apports de l'immigration induit plus de gratitude collective que la vidéo neutre. De plus, il existe un effet d'interaction entre l'orientation politique et les conditions expérimentales sur l'attitude à l'égard des immigrés. Aucune influence significative n'apparaît entre les deux conditions pour les participants politiquement orientés à gauche. En revanche, les participants politiquement à droite, reportent tendanciellement moins de préjugés envers les immigrés dans la condition gratitude que dans la condition contrôle.

Dans la dernière étude, les participants (N = 164, tout-venants) étaient invités à décrire des événements pour lesquels les français ressentent de la gratitude envers les immigrés, soit de la colère envers les immigrés, soit de décrire les grandes vagues d'immigration en France (i.e. condition neutre). Dans la condition « gratitude », les participants rapportent plus de gratitude collective que dans les deux autres conditions (neutre et colère). De plus, dans la condition « gratitude », les participants perçoivent davantage l'immigration comme une opportunité et rapportent des niveaux de préjugés plus bas que dans les deux autres conditions. Aucune interaction significative entre l'orientation politique et les conditions expérimentales n'est pas à noter.

L'ensemble des résultats suggère que la gratitude collective a un effet bénéfique dans la perception et les attitudes envers le groupe des immigrés en France. La portée des inductions de gratitude et les implications pratiques seront discutées.

Bibliographie.

Algoe, S. B., & Haidt, J. (2009). Witnessing excellence in action: the “other-praising” emotions of elevation, gratitude, and admiration. *The Journal of Positive Psychology*, 4(2), 105–127.

McCullough, M. E., Kilpatrick, S. D., Emmons, R. A., & Larson, D. B. (2001). Is gratitude a moral affect? *Psychological Bulletin*, 127(2), 249–266

Wohl, M. J., & Branscombe, N. R. (2005). Forgiveness and collective guilt assignment to historical perpetrator groups depend on level of social category inclusiveness. *Journal of personality and social psychology*, 88(2), 288.

MOTS CLEFS : COMPÉTENCES POLITIQUES, COMPORTEMENT POLITIQUE, VALIDATION D'UNE ÉCHELLE, CONTEXTE ORGANISATIONNEL

Les compétences politiques sont définies comme l'aptitude à comprendre les autres au travail, et à utiliser ces connaissances pour influencer autrui à agir de manière à renforcer ses propres objectifs ou ceux de l'organisation (Mintzberg, 1985). Le modèle conceptualisé par Ferris, Treadway et al. (2005 : Political Skill Inventory, PSI) comporte quatre facteurs : intuition sociale, sincérité apparente, influence interpersonnelle, capacité de réseau. L'étude conduite par Dagot, Borteyrou, Grégoire, & Vallée (2014) a permis une version traduite en langue française du PSI dont la structure factorielle correspond à celle de l'échelle d'origine. Les auteurs ont cependant observé que la dimension influence interpersonnelle a expliqué 6.63% de la variance dans l'échelle initiale et 38.10% pour l'adaptation française. L'interprétation de Dagot et al. (2014) se fonde sur les travaux d'Hofstede (1980). En effet, en France, les relations professionnelles sont caractérisées par un flux vertical d'informations alors qu'aux Etats-Unis, les échanges sont plus directs entre managers et employé(e)s (Dagot et al., 2014). C'est à partir de cette interprétation que nous proposons un modèle de mesures des compétences politiques adapté au contexte organisationnel français, le French Political Skill Inventory, FPSI. Nos travaux prolongent ceux de Ferris et al. (2005) qui s'appuient essentiellement sur des compétences interpersonnelles. La génération des items se fonde sur les travaux de Mintzberg (1983), de Doise (1982) et de Crozier et Friedberg (1977) pour prendre en compte les niveaux positionnels et idéologiques, les dimensions formelle et informelle, individuelle et collective des organisations. Nous avons également ajouté les 18 items de l'échelle d'origine traduits en langue française par Dagot et al. (2014) aux 60 items que nous avons créés. Deux études réalisées auprès de salarié(e)s français(es) du secteur de la santé - sollicités via les réseaux sociaux à participer à une enquête sur le travail - ont révélé la structure factorielle ainsi que la validité de construit et la validité prédictive de l'échelle FPSI. Dans l'étude 1 (N=209), une analyse factorielle exploratoire avec rotation oblique a restitué une structure en quatre facteurs: intuition des relations, influence interpersonnelle, connaissance du formel, adaptation normative. L'analyse confirmatoire offre des indicateurs d'ajustement satisfaisants. Dans l'étude 2 (N=267), le FPSI était positivement et significativement corrélé à la gestion du stress ($r = .35$, $p < .01$), aux tactiques d'influence suivantes : coalition ($r = .16$, $p < .05$), persuasion rationnelle ($r = .20$, $p < .01$), appel ascendant ($r = .17$, $p < .01$), assertivité ($r = .17$, $p < .01$) et non significativement corrélé à la recherche de bonnes grâces ($r = .04$, n.s.) et à l'échange de faveurs ($r = .07$, n.s.). Nous avons observé une absence de corrélation entre le FPSI et la conscience ($r = .04$, n.s.), le FPSI et le self-monitoring ($r = .08$, n.s.). Le FPSI a prédit la performance adaptative mesurée avec l'échelle Charbonnier-Voirin et Roussel (2012). Les différences observées entre l'échelle d'origine et notre modèle adapté ainsi que les recherches futures seront discutées. Nous espérons avoir contribué à une meilleure compréhension des comportements politiques en contexte organisationnel français.

Références

- Charbonnier-Voirin, A., & Roussel, P. (2012). Adaptive performance: a new scale to measure individual performance in organizations. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 29(3), 280-293.
- Crozier, M., & Friedberg, E. (1977). *L'acteur et le système. Les contraintes de l'action collective*, Le Seuil, Paris.

- Dagot, L., Borteyrou, X., Grégoire, C., & Vallée, B. (2014). Le rôle modérateur des compétences politiques sur le burnout. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 2, 5-34.
- Doise, W. (1982). *L'explication en psychologie sociale*. Presses universitaires de France.
- Ferris, G. R. Treadway, D. C., Kolodinsky, R. W., Hochwarter, W. A., Kacmar, C. J., Douglas, C., & Frink, D. D. (2005). Development and validation of the political skill inventory. *Journal of Management*, 31: 126-152.
- Hofstede, G. (1980). Motivation, leadership, and organization: do American theories apply abroad? *Organizational dynamics*, 9(1), 42-63.
- Mintzberg, H. (1983). *Power in and around organizations* (Vol. 142). Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- Mintzberg, H. (1985). The organization as political arena. *Journal of management studies*, 22(2), 133-154.

L'IMPACT DES JEUX VIDÉO SUR LES ATTITUDES NÉGATIVES ENVERS LES FEMMES

ELISA SARDA
LABORATOIRE INTERUNIVERSITAIRE DE
PSYCHOLOGIE
UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPE
ELISA.SARDA@YAHOO.IT

MOTS CLEFS : JEUX VIDÉO, OBJECTIVATION DE LA FEMME, IDENTIFICATION, ASSOCIATION AU SOI

Les attitudes négatives envers les femmes sont très répandues dans notre société et l'objectivation des femmes est l'une des manifestations les plus fréquentes de ces attitudes. Elle consiste à voir et traiter les femmes comme des objets sexuels et à se focaliser sur leur apparence physique (Fredrickson & Roberts, 1997). L'objectivation des femmes est fortement véhiculée dans les médias et plus particulièrement dans les jeux vidéo. Plusieurs études montrent en effet que les personnages féminins et masculins ne sont pas représentés de la même manière dans le paysage vidéo-ludique : si les personnages féminins tendent à être représentés comme passifs, dépendantes des hommes et avec des corps hyper-sexualisés, les personnages masculins sont en revanche représentés comme forts, indépendants, et séducteurs (Down & Smith, 2010 ; Dill & Thill, 2007). Au-delà de fournir une représentation différente des deux sexes, certains jeux encouragent le joueur à adopter des comportements sexistes envers les femmes, en donnant par exemple des points en plus aux joueurs qui passent la nuit avec une prostituée. À partir de ces constats, nous nous sommes intéressés à comprendre si le fait de jouer à un jeu vidéo proposant d'incarner un personnage fort et viril et où les actions sexistes envers les femmes sont valorisées pouvait avoir un impact sur l'objectivation des femmes du joueur.

Nous avons ainsi fait l'hypothèse que les jeux vidéo auront un impact sur les attitudes du joueur en fonction de son identification avec le personnage principal du jeu : les joueurs qui s'identifient le plus avec le personnage masculin du jeu seront plus impactés par le contenu du jeu, par rapport à ceux qui s'identifient le moins. De plus, le fait de s'identifier à un personnage masculin qui traite les femmes comme des objets sexuels aura pour effet d'augmenter l'association entre le concept de soi du joueur et celui de masculinité, ce qui pour terminer, aura un impact sur la formulation d'attitudes négatives envers les femmes. Spécifiquement, nous prédisons que les participants qui ont joué avec un jeu vidéo sexiste en s'identifiant avec le personnage masculin du jeu associeront plus leur concept de soi avec la masculinité et que par conséquent ils adopteront des attitudes plus négatives envers les femmes, comparativement aux autres participants.

Les participants (N=128, dont 61 hommes) ont été répartis de façon aléatoire dans une condition où ils devaient jouer à une séquence de jeux vidéo sexiste vs. non-sexiste. Nous avons utilisé deux séquences extraites du jeu vidéo Grand Theft Auto (GTA) : dans la séquence sexiste, le personnage principal est un homme qui doit circuler dans un club de striptease et avoir une danse privée, alors que dans la séquence non sexiste, le même personnage principal doit marcher dans une rue. Les participants devaient ensuite réaliser une tâche mesurant de manière implicite l'association du concept de soi avec des mots faisant référence à la féminité ou masculinité (SC-IAT soi-masculinité) ainsi qu'un questionnaire d'identification évaluant l'identification au personnage masculin incarné lors de la séquence de jeu vidéo. Pour terminer, ils devaient remplir deux mesures explicites d'objectivation de la femme : un questionnaire demandant au participant d'évaluer la fréquence des comportements objectivants dans notre société et une mesure dans laquelle le participant devait choisir des objets (qui faisaient référence soit aux compétences soit à l'apparence physique de la femme) pour offrir à une femme. L'idée derrière cette deuxième tâche est que plus les participants choisissent des cadeaux faisant référence à l'apparence physique de la femme, plus ils se focalisent sur cette apparence et plus ils objectivent les femmes.

Les résultats indiquent que les participants qui jouent avec un jeu vidéo sexiste en s'identifiant avec le personnage principal du jeu offrent aux femmes davantage de cadeaux objectivants (faisant référence à l'apparence) que des cadeaux non objectivants (faisant référence aux compétences). De plus, le fait de jouer avec un personnage viril, qui traite les femmes comme des objets sexuels, augmente l'association du concept de soi du joueur avec la masculinité de façon tendancielle. De façon surprenante nous trouvons les mêmes résultats soit pour les participants hommes, que pour les femmes.

Ces résultats nous montrent que les jeux vidéo sexistes peuvent avoir un impact sur les attitudes négatives des joueurs envers les femmes. Ces effets sont plus importants pour les participants qui s'identifient davantage avec le personnage masculin du jeu et l'un des mécanismes qui pourraient expliquer cet effet est l'association du concept de soi avec la masculinité. Les implications de cette étude, notamment chez les adolescents, davantage susceptibles de s'identifier à des personnages de fiction faisant office de rôles modèles, seront discutées.

Bibliographie :

Dill, K. E., & Thill, K. P. (2007). Video game characters and the socialization of gender roles: Young people's perceptions mirror sexist media depictions. *Sex Roles*, 57, 851–865. doi:10.1007/s11199-007-9278-1

Downs, E., & Smith, S. L. (2010). Keeping abreast of hypersexuality: A video game character content analysis. *Sex roles*, 62(11-12), 721-733.

Fredrickson, B. L. & Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173–206. doi:10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x

MOTS CLEFS : MÉMOIRE COLLECTIVE, REPRÉSENTATION SOCIALE, IDENTITÉ SOCIALE, ASPECTS NORMATIFS

Bien qu'il n'existe pas de consensus, la plupart des définitions de la mémoire collective renvoient à l'idée qu'elle se compose d'un ensemble de représentations, de croyances, portant sur le passé. Cette mémoire serait alors partagée et émergerait de l'interaction sociale. La mémoire collective comporterait, en plus, une fonction identitaire (Licata, Klein, & Gely, 2007). Des études empiriques ont confirmé ce lien entre partage de représentation ou mémoire et identité. Ainsi, une cible partageant le même souvenir que les participants sera davantage catégorisée comme membre de l'endogroupe (ENDO) que lorsqu'elle n'en partage pas (Tavani, et al., 2017). De plus, il apparaît que lorsqu'une cible, membre de l'ENDO, met en cause un élément central de la représentation, celle-ci est dévaluée comparativement à une cible, membre de l'exogroupe (EXO), mettant en cause le même élément (Zouhri & Rateau, 2015). Ces derniers résultats mettent en évidence un effet brebis galeuse qui serait propice à mettre en évidence les enjeux normatifs (Lo Monaco, et al., 2011).

L'objectif de nos études est de vérifier si le partage de souvenir comporte des aspects normatifs. A travers le paradigme de la « brebis-galeuse », nous faisons l'hypothèse qu'une cible membre de l'ENDO ne partageant pas le même souvenir que les participants seraient dévalués par rapport à une cible membre de l'EXO. En revanche, un membre de l'ENDO partageant le même souvenir que les participants sera évalué plus positivement qu'un membre de l'EXO partageant celui-ci.

Nous nous sommes basés sur les résultats d'une enquête plaçant les USA comme la nation ayant le plus contribué, selon les français, à la défaite de l'Allemagne en 1945. Les participants, tous Français, prenaient connaissance d'un témoignage fictif d'une cible membre de l'ENDO (Français) ou d'une cible membre de l'EXO (Russe). Le témoignage variait : le souvenir était soit majoritaire (les USA ont contribué davantage à l'événement que les Russes) soit non majoritaire (les Russes ont contribué davantage à l'événement que les USA).

Dans l'étude 1, l'évènement utilisé demeure la défaite de l'Allemagne, dans l'étude 2 nous avons modifié l'évènement pour utiliser la fin de la Seconde Guerre Mondiale et dans l'étude 3 l'évènement est la libération de la France. Les participants jugeaient ensuite la cible sur des items reflétant sa compétence, sa sociabilité et la similarité perçue.

Étude 1 – Défaite de l'Allemagne (N=100 étudiants). La cible évoquant un souvenir majoritaire est jugée comme plus similaire aux participants que la cible évoquant un souvenir non-majoritaire. Elle est également jugée comme plus sociable qu'une cible évoquant un souvenir non-majoritaire. Aucun autre effet n'est significatif.

Étude 2 – Fin de la Seconde Guerre Mondiale (N=109, tout-venant). Les résultats mettent en évidence une interaction significative entre l'appartenance de la cible et du type de souvenir sur la similarité perçue. Conformément à nos hypothèses, la cible membre de l'ENDO produisant un souvenir non-majoritaire est perçue comme moins similaire que la cible membre de l'EXO produisant un souvenir majoritaire. Nous retrouvons ainsi partiellement l'effet brebis galeuse attendu.

Étude 3 – La libération de la France (N=175, tout venant). Seul l'effet du type de souvenir évoqué sur la similarité est significatif. Lorsque la cible évoque un souvenir non-majoritaire, les participants la perçoivent comme moins similaire que lorsqu'elle évoque un souvenir majoritaire.

Globalement, les résultats témoignent de l'impact du partage de souvenir sur le jugement de la cible qui les produits. En revanche, les aspects normatifs du partage du souvenir n'apparaissent que partiellement dans l'étude 2.

Ces résultats, ainsi que ceux d'autres études, seront discutés à la lumière des différents événements utilisés ici et des différences d'auto-catégorisation qu'ils peuvent susciter. De plus, en nous appuyant sur la distinction proposée par Moscovici entre représentations hégémoniques, polémiques et émancipées, nous proposerons des pistes de recherches pouvant venir éclairer les travaux sur la mémoire collective et l'identité sociale.

Références

Licata, L., Klein, O., & Gely, R. (2007). Mémoire des conflits, conflits de mémoires : une approche psychosociale et philosophique du rôle de la mémoire collective dans les processus de réconciliation intergroupe. *Social Science Information*, 46(4), 563–589.

Lo Monaco, G., Piermattéo, A., Guimelli, C., & Ernst-Vintila, A. (2011). Using the Black Sheep Effect to reveal normative stakes: The example of alcohol drinking contexts. *European Journal of Social Psychology*, 41(1), 1–5.

Tavani, J. L., Collange, J., Rateau, P., Rouquette, M.-L., & Sanitioso, B. R. (2017). Tell me what you remember and I will know who you are: The link between collective memory and social categorization. *Group Processes & Intergroup Relations*, 20(1), 91–108.

Zouhri, B., & Rateau, P. (2015). Social representation and social identity in the black sheep effect. *European Journal of Social Psychology*, 45(6), 669–677.

MOTS CLEFS : IDENTIFICATION DE L'ACTION, IDENTITÉ SOCIALE, CRÉATIVITÉ, BIEN ÊTRE SUBJECTIF

La théorie de l'identification de l'action suggère que toute action peut être perçue de plusieurs façons – depuis des niveaux très bas, qui se focalisent sur l'exécution d'une action simple sans plus d'élaboration, jusqu'à des niveaux très élevés qui intègrent les finalités les plus abstraites/inclusives de l'action réalisée. Etant relativement rare (e.g., Fointiat & Pelt, 2015), la recherche sur l'identification d'action s'intéresse principalement aux représentations individuelles et les conséquences de l'identification de l'action restent inexplorées en contexte de groupe. La présente recherche propose de mobiliser ces éléments pour l'étude du travail collaboratif en équipe. En particulier, son objectif est d'analyser l'influence du niveau d'identification de l'action sur la motivation et le bien-être des participants dans une tâche de créativité en groupe. Par ailleurs, un niveau d'identification de l'action élevé - définissant un objectif commun nécessitant l'investissement de tous les membres du groupe - pourrait contribuer à renforcer la saillance du groupe. Dans une perspective socio-identitaire (Tajfel & Turner, 1986), cette recherche vise donc également à évaluer l'effet potentiel de l'identification de l'action sur l'identification au groupe de travail.

Soixante-douze participants (âge $M=23,67$; $SD=1.69$), élèves ingénieurs, ont été répartis en 24 triades pour un atelier de créativité. Les membres de chaque triade devaient collaborer pour identifier des applications innovantes d'un objet connecté pour des groupes cibles représentés par des Personas. Pour la moitié des triades, la consigne induisait un objectif très élevé en termes d'identification de l'action (Changer la vie des utilisateurs). L'autre moitié recevait une consigne induisant un niveau d'identification de l'action plus bas (Améliorer le quotidien des utilisateurs). A l'issue de la séance de créativité, l'identification au groupe (SISI – Single-item Social Identification Scale ; Postmes, Haslam & Jans, 2013), la motivation (SIMS – Situational Motivation Scale ; Guay, Vallerand & Blanchard, 2000), l'humeur (BMIS – Brief Mood Introspection Scale ; Mayer & Gaschke, 1988) étaient mesurées.

Les coefficients intra-classe étant faibles (e.g., $ICC=-0.012$ pour l'identification au groupe, $ICC=-0.044$ pour la fluence), une ANOVA a été faite au niveau individuel. Les résultats révèlent que les participants s'identifient plus fortement à leur groupe de travail dans la condition niveau d'identification de l'action élevé ($F(1,69)=11,0121$; $p=0.001$). Dans cette condition, les participants obtiennent également des scores de motivation intrinsèque plus élevés ($F(1, 70)=4.185$; $p=0.045$). Il en va de même concernant les affects positifs (dynamique, énergique, heureux, content, excité) : l'analyse de médiation révèle que l'effet indirect par la motivation intrinsèque est significatif ($Z=1.96$ $p=.049$). L'identification de la tâche commune à un niveau élevé a pu augmenter l'engagement autotélique chez les membres des groupes et ainsi rendre leur travail plus positif en termes d'affects. La catégorisation sociale peut renforcer l'engagement de l'équipe (Ellemers et al., 2004) de telle sorte que les membres du groupe intériorisent davantage les objectifs collectifs. Une telle situation peut avoir renforcé la saillance du groupe à travers une tâche commune suffisamment pertinente et ambitieuse.

Bibliographie

Ellemers, N., de Gilder, D., & Haslam, A.S. (2004). Motivating Individuals and Groups at Work: A Social Identity Perspective on Leadership and Group Performance. *Academy of Management Review*, 28 (3), 459-478.

Fointiat, V., & Pelt, A. (2015). Do I know what I am doing? Cognitive dissonance and action identification theory. *The Spanish Journal of Psychology*, 18, E97.

Postmes, T., Haslam, S. A., & Jans, L. (2013). A single-item measure of social identification: Reliability, validity, and utility. *British Journal of Social Psychology*, 52(4), 597-617.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *The psychology of inter- group relations* (2nd ed., pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.

Vallacher, R. R., & Wegner, D. M. (1985). *A theory of action identification*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Vallacher, R. R., & Wegner, D. M. (1987). What Do People Think They're Doing? Action Identification and Human Behavior. *Psychological Review*, 94 (1), 3-15.

QUAND LES EFFETS DES BUTS DE PERFORMANCE DÉPENDENT DU FOCUS DE RÉGULATION : UNE APPROCHE MÉTA-ANALYTIQUE

WOJCIECH ŚWIĄTKOWSKI

LABORATOIRE DE PSYCHOLOGIE SOCIALE
UNIVERSITÉ DE LAUSANNE

WOJCIECH.SWIATKOWSKI@UNIL.CH

MOTS CLEFS : BUTS DE PERFORMANCE, FOCUS DE RÉGULATION, FIT MOTIVATIONNEL, MÉTA-ANALYSE

Les partisans de la théorie des buts d'accomplissement (Elliot & McGregor, 2001) ont traditionnellement étudié deux ensembles de buts que peuvent adopter les individus en situations d'apprentissage : les buts de maîtrise et les buts de performance. Alors que les premiers consistent à chercher à maîtriser une tâche et développer ses compétences, les seconds se réfèrent à la volonté de bien réussir à la tâche en comparaison avec autrui. Depuis une dizaine d'années, les buts de performance ont été étudiés en fonction de leur orientation motivationnelle : on a distingué entre les buts de performance-approche (i.e. chercher à réussir mieux que ses pairs) et les buts de performance-évitement (i.e. chercher à ne pas réussir moins bien que ses pairs).

Les résultats de ces recherches montrent de manière consistante que la poursuite des buts de performance-approche est associée à de bonnes performances académiques, tandis que la poursuite des buts de performance-évitement est associée à de faibles performances (e.g., Wirthwein, Sparfeldt, Pinquart, Wegerer, & Steinmayr, 2013).

En nous appuyant sur la théorie du focus de régulation (Higgins, 1997), nous proposons l'hypothèse selon laquelle ces effets des buts de performance (-approche et -évitement) sont la conséquence d'une orientation préférentielle par défaut vers le focus de promotion (i.e. focalisés sur l'obtention de résultats positifs) plutôt que vers le focus de prévention (i.e. focalisés sur l'évitement des résultats négatifs). Cette orientation dominante vers le focus de promotion serait en congruence avec les buts de performance-approche, créant ainsi un effet de fit de régulation (Higgins, 2000) et donnant lieu à des effets positifs associés à ces buts. D'autre part, l'orientation dominante vers le focus de promotion serait en divergence avec les buts de performance-évitement, créant un effet de « misfit » de régulation et donnant lieu à des effets néfastes associés à ces buts.

Sur la base de ce raisonnement, nous avons formulé trois prédictions. Tout d'abord, nous avons supposé que les étudiants s'engageant dans des tâches de performance devraient être davantage orientés vers le focus de promotion que vers le focus de prévention. Ensuite, nous avons postulé qu'une orientation dominante vers le focus de promotion devrait augmenter les effets positifs des buts de performance-approche et les effets négatifs des buts de performance-évitement sur les performances des étudiants. Enfin, nous avons postulé qu'une orientation dominante vers le focus de prévention devrait réduire les effets positifs des buts de performance-approche et les effets négatifs des buts de performance-évitement sur les performances des étudiants.

Ces prédictions ont été testées sur un ensemble de cinq études ($N_{\text{total}} = 572$) impliquant des tâches d'anagrammes (Études 1, 2 et 3) ou des examens universitaires (Études 4 et 5) comme mesures de performance. Les résultats méta-analytiques corroborent l'ensemble de nos hypothèses. Premièrement, les étudiants interrogés sont par défaut davantage orientés vers le focus de promotion que prévention. Ensuite, plus les étudiants déclarent être orientés vers la promotion plutôt que vers la prévention, plus les effets des buts de performance-approche et de performance-évitement sur la performance sont conformes à ceux reportés dans la littérature.

En revanche, plus les étudiants déclarent être orientés vers la prévention comparativement à la promotion, plus les effets de ces buts s'inversent, révélant ainsi la possibilité de l'existence de postulats cachés dans la théorie des buts d'accomplissement qui conditionnent la validité de ses prédictions (cf. Świątkowski & Dompnier, sous presse).

Références

Elliot, A. J., & McGregor, H. A. (2001). A 2 x 2 Achievement Goal Framework. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(3), 501–519.

Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52(12), 1280–1300.

Higgins, E. T. (2000). Making a good decision: Value from Fit. *American Psychologist*, 55, 1217-1230.

Świątkowski, W. & Dompnier, B. (sous presse). Replicability Crisis in Social Psychology: Looking at the Past to Find New Pathways for the Future. *International Review of Social Psychology*.

Wirthwein, L., Sparfeldt, J. R., Pinquart, M., Wegerer, J., & Steinmayr, R. (2013). Achievement goals and academic achievement: A closer look at moderating factors. *Educational Research Review*, 10, 66–89.

Introduction

Dans la continuité des travaux de Simons (2002), l'exemplarité managériale a été définie comme la capacité d'un responsable hiérarchique à mettre en œuvre, à titre personnel, les demandes qu'il formule aux employés placés directement sous sa responsabilité (Wang, Scrima, Finkelstein, & Didry, soumis).

La complexité croissante du monde économique, ses évolutions constantes et la diversité des modes de management qui le traversent (Abrahamson, 1996) ont fait du changement un enjeu crucial pour les organisations. Pendant ces changements, les employés sont confrontés aux sentiments d'incertitude et deviennent donc particulièrement sensibles aux actions et aux communications provenant leur hiérarchie directe (Van Dam, Oreg, & Schyns, 2008). Ainsi, la théorie de l'échange sociale (Blau, 1964) suggère que les salariés peuvent considérer l'exemplarité de leurs supérieurs directs comme une ressource psychologique, qui les conduirait à s'adapter aux nouvelles directives liées au changement. Dans cette étude, nous souhaitons tester l'impact de l'exemplarité managériale sur l'acceptation du changement chez les employés, en cherchant à expliquer les mécanismes psychologiques sous-jacents : la confiance envers les managers et le sentiment de cynisme envers l'organisation.

Les variables liées à la confiance sont souvent considérées comme étant des déterminants de la perception de l'intégrité du manager sur le niveau d'engagement des salariés (Simons, Leroy, Collewaert, & Masschelein, 2015). Cependant, aucune étude empirique n'a jamais testé l'effet médiateur de la confiance sur la relation exemplarité du manager – attitudes d'acceptation des employés au changement.

Notre faisons l'hypothèse que les managers qui alignent leurs propres comportements aux nouvelles directives, ou exigences, communiquées aux subordonnés lors de ces changements, faciliteront l'acceptation des employés. Celle-ci se traduirait par un meilleur engagement affectif vis-à-vis du changement et une plus forte responsabilité ressentie à l'égard changement.

Méthode et résultats

Nous avons testé nos hypothèses en menant une enquête en trois vagues auprès d'une entreprise chinoise de technologie qui débutait une fusion-acquisition s'accompagnant de changements organisationnels conséquents liés aux nouvelles stratégies de l'entreprise. L'échantillon comprend 45 managers et 114 salariés, 74,5% d'hommes, avec un âge moyen de 28,31 ($SD=4,63$). L'Exemplarité Managériale Perçue (EMP) a été mesurée par l'échelle développée et validée par Wang et al., (soumis). L'EMP d'un manager a été évalué par ses subordonnés dans la même équipe. Les résultats de l'évaluation ont ensuite été agrégés à un niveau groupal. En moyenne, 2.5 subordonnés évaluent un même supérieur hiérarchique. Les résultats pour les corrélations inter-groupes ($ICC(1)=0,22$; $ICC(2)=0,65$), le consensus interjuges ($r_{wg}=,75$) sont satisfaisants (Bliese, 2000) La confiance affective et cognitive (McAllister, 1995) envers la hiérarchie et le niveau de cynisme organisationnel envers l'organisation (Johnson & O'Leary-Kelly, 2003) ont été mesurés en temps 2, un mois après l'évaluation de l'EMP. Ces échelles mesurent les potentiels médiateurs du lien entre l'EMP sur l'acceptation du changement des salariés. Enfin, l'engagement affectif dans le changement (Herscovitch & Meyer, 2002), la responsabilité ressentie par rapport au changement (Morrison & Phelps, 1999) ainsi que le cynisme dispositionnel (Kanter & Mirvis, 1989) ont été mesurés en temps 3 (deux mois plus tard).

Toutes les échelles ont un niveau de consistance interne satisfaisant ($>.80$) et les analyses factorielles confirmatoires (CFA) montrent que notre modèle de mesure à sept facteurs correspond bien aux données recueillies. ($X^2 = 111.04$, $df = 5$, $p < .01$, $RMSEA = .05$, $CFI = .94$, $TLI = .93$, $SRMR = .05$). Les analyses ont été réalisées à l'aide d'une modélisation en équation structurale. Afin de tester plus finement l'impact de l'exemplarité managériale, celle-ci a été évaluée à un niveau groupal sur l'engagement affectif des employés dans le changement ($\beta = .26$, $p < .01$) et sur leurs niveaux de responsabilité ressentie ($\beta = .25$, $p < .01$). Les résultats montrent ainsi que l'impact de l'EMP sur l'engagement affectif dans le changement et la responsabilité ressentie par rapport au changement est médiatisé complètement par la confiance affective, cognitive ainsi que par le cynisme organisationnel ($X^2 = 33.11$, $df = 13$, $p < .01$, $RMSEA = .05$, $CFI = .92$, $TLI = .91$, $SRMR = .06$). Les détails des résultats seront présentés et discutés. Les résultats soulignent l'importance de l'exemplarité managériale qui facilite les réactions positives face au changement organisationnel. De plus, nous avons pu montrer que la relation entre l'exemplarité et la réaction au changement se manifeste par une augmentation de la confiance envers le manager et une diminution du cynisme envers l'organisation. Les organisations qui envisagent d'implémenter le changement de façon conséquente devraient ainsi accorder une attention particulière aux comportements des managers. Si ces derniers échouent à montrer l'exemple par rapport aux exigences liées au changement, les salariés peuvent développer de la méfiance et se dispenser des efforts qui soutiennent le changement.

Bibliographie

- Abrahamson, E. (1996). Management fashion. *Academy of Management Review*, 21(1), 254–285.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York, NY: Wiley.
- Bliese, P. D. (2000). Within-group agreement, non-independence, and reliability: Foundations, extensions and new directions. In K. J. Klein & S. W. J. Kozlowski (Eds.), *Multilevel theory, research, and methods in organizations* (pp. 349–381). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Herscovitch, L., & Meyer, J. P. (2002). Commitment to organizational change: Extension of a three-component model. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 474–487. <http://doi.org/10.1037//0021-9010.87.3.474>
- Johnson, J. L., & O'Leary-Kelly, A. M. (2003). The effects of psychological contract breach and organizational cynicism: Not all social exchange violations are created equal. *Journal of Organizational Behavior*, 24(5), 627–647. <http://doi.org/10.1002/job.207>
- Kanter, D. L., & Mirvis, P. H. (1989). *The cynical americans*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- McAllister, D. J. (1995). Affect- and cognition- based trust as foundations for interpersonal cooperation in organisations. *Academy of Management Journal*, 38(1), 24–59.
- Morrison, E. W., & Phelps, C. C. (1999). Taking charge at work : Extrarole efforts to initiate workplace change. *Academy of Management Journal*, 42(4), 403–419.
- Simons, T. (2002). Behavioral integrity : The perceived alignment between managers' words and deeds as a research focus. *Organizational Science*, 13(1), 18–35. <http://doi.org/10.1287/orsc.13.1.18.543>
- Simons, T., Leroy, H., Collewaert, V., & Masschelein, S. (2015). How Leader Alignment of Words and Deeds Affects Followers: A Meta-analysis of Behavioral Integrity Research. *Journal of Business Ethics*, 132(4), 831–844. <http://doi.org/10.1007/s10551-014-2332-3>
- Van Dam, K., Oreg, S., & Schyns, B. (2008). Daily work contexts and resistance to organisational change: The role of leader–member exchange, development climate, and change process characteristics. *Applied Psychology*, 57(2), 313–334. <http://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2007.00311.x>
- Wang, Z. L., Scrima, F., Finkelstein, R., & Didry, A. (soumis). Development, factor structure and discriminant validity of perceived managerial exemplarity scale. *Journal of Business Ethics*, Manuscrit soumis pour publication.