



HAL
open science

Passations papier/crayon et informatisées : quelle influence sur les stratégies d'autoprésentation ?

Ophélie Bigot

► **To cite this version:**

Ophélie Bigot. Passations papier/crayon et informatisées : quelle influence sur les stratégies d'autoprésentation ?. Ordinateur et société [cs.CY]. Université Rennes 2, 2011. Français. NNT : 2011REN20037 . tel-00651018

HAL Id: tel-00651018

<https://theses.hal.science/tel-00651018>

Submitted on 12 Dec 2011

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



THESE / Université Rennes 2

sous le sceau de l'Université Européenne de Bretagne

pour obtenir le titre de

DOCTEUR de l'Université Rennes 2

Mention : psychologie sociale

Ecole doctorale Sciences Humaines et Sociales (SHS)

Présentée par

Ophélie Bigot

Préparée au sein du CRPCC/LAUREPS (EA 1285)

Université Rennes 2

Centre de Recherche en Psychologie, Cognition et
Communication

**Passations
papier/crayon et
informatisées :
Quelle influence sur
les stratégies
d'autoprésentation ?**

Thèse soutenue en Novembre 2011

devant le jury composé de :

Jean-Philippe Gaudron

Professeur des universités, Université Toulouse 2

Le Mirail

Rapporteur

Nicolas Guéguen

Professeur des universités, Université Bretagne-Sud

Examineur

François Le Poulitier

Professeur des universités, Université Nancy 2

Examineur

Pierre Vrignaud

Professeur des universités, Université Paris Ouest Nanterre

La défense

Rapporteur

Nathalie Pichot

Co-directrice de thèse

Alain Somat

Co-directeur de thèse

Sous le sceau de l'Université Européenne de Bretagne

Université Rennes 2
Ecole Doctorale - Sciences Humaines et Sociales

Unité de recherche CPCC – EA 1285
Centre de Recherche en Psychologie, Cognition et Communication

Passations papier/crayon et informatisées : Quelle influence sur les stratégies d'autoprésentation ?

Thèse de doctorat
Psychologie sociale

Présentée par Ophélie BIGOT

Co-dirigée par **Nathalie Pichot** (MCF, Université Rennes 1)
et **Alain Somat** (Professeur des universités, Université Rennes 2)

Jury :

Jean-Philippe Gaudron

Professeur des universités, Université Toulouse II – Le Mirail

Nicolas Guéguen

Professeur des universités, Université Bretagne-Sud

François Le Poutier

Professeur des universités, Université Nancy 2

Pierre Vrignaud

Professeur des universités, Université Paris ouest Nanterre La Défense

Remerciements

Je tiens à remercier Jean-Philippe Gaudron, Nicolas Guéguen, François Le Poulthier et Pierre Vrignaud d'avoir accepté de lire et de porter un regard critique sur l'ensemble de ce travail.

Mes remerciements se portent également vers mes deux directeurs : Nathalie Pichot et Alain Somat. Je souhaite adresser mes sincères remerciements à Nathalie pour son soutien, sa disponibilité et son investissement. Merci d'avoir accordé tant de patience à chaque étape de ce travail. Je remercie Alain Somat pour son regard avisé, ses conseils et pour m'avoir permis de travailler dans de très bonnes conditions. Je tiens également à le remercier pour son sourire et sa bonne humeur qui ont participé à me transmettre un peu de sa passion pour la psychologie sociale.

Mes remerciements se portent aussi vers les membres permanents et associés du LAUREPS. Merci pour votre aide, votre présence, vos conseils!

J'ai eu la chance d'enseigner pendant deux ans au sein de l'IUT de Rennes 1 (département GEA). Merci à l'ensemble des enseignants et du personnel administratif pour son accueil convivial et chaleureux. Je tiens à remercier plus particulièrement Serge Loiseau, Jean-Christophe Chasle, Anne Laure Le Goff, Frédéric Salladaré et Laure Sugier.

Cette thèse ne serait pas la même sans les conseils, le soutien et l'aide des « Anciens » doctorants : merci à Stéphane, Rafaele, Yoann. J'adresse aussi de très grands merci aux doctorants et jeunes docteurs du LAUREPS : Célia, Fabien, Hélène, Juliette, Julien, Nolwenn, Nadia, Marine, Samantha, Stéphanie et Yvette. Sans votre aide, vos relectures, vos réflexions, vos conseils, votre solidarité mais aussi vos sourires, vos blagues, votre réconfort, *etc.*, ce travail de thèse n'aurait pas la même saveur ! Merci à vous tous !

Enfin, je remercie aussi, et surtout, mes proches pour avoir participé à tous « ces petits riens qui font tout ».

Sommaire

| | |
|---|----|
| Préalable..... | 1 |
| Chapitre 1 : La recherche d'objectivité et l'usage des tests psychométriques..... | 4 |
| 1. Un usage encadré et réglementé | 6 |
| 1.1. Les recommandations liées à l'usage des tests..... | 6 |
| 1.2. Les recommandations relatives aux personnes testées | 8 |
| 2. L'intégration des TIC en matière d'usage des tests et ses limites..... | 9 |
| 2.1. Les croyances liées à l'intégration des TIC dans les usages de tests et leur influence sur les travaux de recherche | 10 |
| 2.1.1. Les avantages relatifs à la passation informatisée | 11 |
| 2.1.2. Les limites des passations informatisées : une remise en cause de l'optimisation des conditions de passation et de la mesure objective..... | 12 |
| 2.2. Conclusion : Quelles recommandations vis-à-vis des limites soulevées ? | 14 |
| Conclusion du chapitre 1 | 16 |
| Chapitre 2 : De l'approche psychométrique à l'approche expérientielle de la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnels et informatisés | 18 |
| 1. L'équivalence psychométrique, une réponse classique aux évolutions observées en matière d'évaluation des caractéristiques individuelles | 19 |
| 1.1. L'équivalence psychométrique : éléments de définition..... | 20 |
| 1.1.1. L'équivalence scalaire, un niveau d'équivalence global | 20 |
| 1.1.2. L'équivalence conceptuelle, un niveau d'équivalence usuel | 22 |
| 1.2. L'équivalence psychométrique et les formats de passation traditionnels <i>versus</i> informatisés | 23 |
| 1.2.1. Une équivalence psychométrique acquise pour les tests d'aptitude..... | 23 |
| 1.2.1.1. Les tests d'aptitude dits de puissance..... | 23 |
| 1.2.1.2. Les tests d'aptitude dits de vitesse | 24 |
| 1.2.2. Des résultats contradictoires pour les tests d'attitude..... | 25 |
| 1.2.2.1. Les résultats concernant les tests portant sur la perception de caractéristiques d'ordre physique et médical | 26 |
| 1.2.2.2. Les résultats concernant les tests portant sur les comportements de santé..... | 26 |
| 1.2.2.3. Les résultats concernant les tests portant sur l'évaluation de la personnalité | 27 |

| | |
|--|----|
| 2. Des tentatives d'explication des résultats contradictoires observés en matière d'équivalence psychométrique | 28 |
| 2.1. Des facteurs méthodologiques non contrôlés | 29 |
| 2.2. Des limites propres aux formats informatisés | 29 |
| 2.3. Conclusion : L'équivalence psychométrique, une approche nécessaire mais insuffisante | 30 |
| 3. L'équivalence expérientielle : une approche complémentaire..... | 32 |
| 3.1. L'équivalence expérientielle ou la prise en considération du répondant | 32 |
| 3.1.1. L'équivalence expérientielle : éléments de définition..... | 33 |
| 3.1.2. Impact de la perception individuelle de la passation sur les comportements de réponse à un test d'attitude..... | 34 |
| 3.2. Les composantes dispositionnelles de l'équivalence expérientielle | 35 |
| 3.2.1. L'expérience informatique : une définition complexe..... | 35 |
| 3.2.1.1. Expérience informatique et familiarité informatique | 35 |
| 3.2.1.2. Expérience informatique objective et expérience informatique subjective | 36 |
| 3.2.1.3. La mesure de l'expérience informatique..... | 37 |
| 3.2.2. L'anxiété informatique : un concept très étudié | 38 |
| 3.2.2.1. Définition de l'anxiété informatique et approfondissements | 38 |
| 3.2.2.2. Modélisation du concept d'anxiété informatique | 40 |
| 3.2.2.3. Les principaux facteurs supposés influencer l'apparition de l'anxiété informatique | 41 |
| 3.2.3. L'attitude envers l'informatique | 42 |
| 3.2.3.1. Eléments de définition | 42 |
| 3.2.3.2. La mesure de l'attitude envers l'informatique | 43 |
| 3.2.4. Conclusion : L'acceptabilité sociale, une solution face à l'insuffisance des mesures d'attitude envers l'informatique | 45 |
| Conclusion du chapitre 2..... | 47 |
| Chapitre 3 : L'influence des facteurs contextuels sur l'équivalence des formats de passation traditionnels <i>versus</i> informatisés..... | 49 |
| 1. La désirabilité sociale : un concept inscrit dans le cadre théorique de la présentation de soi | 50 |
| 1.1. Le cadre théorique de l'autoprésentation ou la prise en considération de l'influence des facteurs contextuels sur le comportement | 51 |
| 1.1.1. La composante privée de l'autoprésentation..... | 51 |
| 1.1.2. La composante sociale de l'autoprésentation..... | 52 |
| 1.1.3. L'influence des facteurs normatifs sur les présentations de soi | 54 |
| 1.1.3.1. La perception des normes sociales | 54 |
| 1.1.3.2. Le sentiment d'anonymat..... | 55 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 1.2. | Les premiers développements du concept de désirabilité sociale | 56 |
| 1.2.1. | La structure unidimensionnelle du concept de désirabilité sociale | 57 |
| 1.2.2. | La structure bidimensionnelle du concept de désirabilité sociale | 57 |
| 1.2.3. | Les développements actuels du concept de désirabilité sociale | 58 |
| 2. | La désirabilité sociale, un concept permettant l'étude de la perception des formats informatisés de passation | 60 |
| 2.1. | Equivalence des formats de passation et désirabilité sociale | 60 |
| 2.1.1. | Equivalence psychométrique et désirabilité sociale | 61 |
| 2.1.2. | Equivalence expérientielle et désirabilité sociale | 62 |
| 2.2. | L'influence de facteurs contextuels sur la mise en place de stratégies d'autoprésentation lors des passations informatisées | 63 |
| 2.2.1. | L'effet de la perception de l'anonymat en condition de passation informatisée sur les conduites autoprésentationnelles | 63 |
| 2.2.2. | Les études portant sur les effets de l'anonymat en matière d'équivalence des formats de passation..... | 65 |
| 2.2.3. | Une perception spécifique des normes sociales en situation de passation informatisée | 67 |
| 2.3. | Conclusion : apports et limites des études sur l'équivalence se rapportant à la désirabilité sociale | 69 |
| | Conclusion du chapitre 3 | 71 |
| | Chapitre 4 : problématique générale de la thèse | 73 |
| | Etude comparative des formats de passation au regard des mécanismes autoprésentationnels intervenant pendant les passations | 73 |
| | Chapitre 5 : De l'approche classique de l'équivalence des formats de passation à la prise en considération du répondant | 78 |
| 1. | Expérimentation 1 : L'équivalence des formats de passation traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon) et informatisé (<i>i.e.</i> <i>offline</i>) au regard de l'approche expérientielle | 79 |
| 1.1. | Objectifs..... | 79 |
| 1.2. | Procédure expérimentale | 81 |
| 1.3. | Résultats | 88 |
| 1.4. | Discussion de l'expérimentation 1..... | 93 |
| 2. | Expérimentation 2 : La mise en place d'une méthode de comparaison innovante | 97 |
| 2.1. | Objectifs | 97 |
| 2.2. | Procédure expérimentale | 99 |
| 2.3. | Résultats | 107 |
| 2.4. | Discussion de l'expérimentation 2..... | 112 |
| | Discussion générale du chapitre 5 | 116 |

Chapitre 6 : La problématique de l'équivalence des formats de passations traditionnels *versus* informatisés et effets de contexte.... 121

| | |
|--|-----|
| 1. Expérimentation 3 : anonymat technique et expression de la désirabilité sociale..... | 123 |
| 1.1. Objectifs | 123 |
| 1.2. Procédure expérimentale | 125 |
| 1.3. Résultats | 126 |
| 1.4. Discussion de l'expérimentation 3 | 129 |
| 2. Expérimentation 4 : anonymat technique et social des formats de passation traditionnels <i>versus</i> informatisés..... | 131 |
| 2.1. Objectifs | 131 |
| 2.2. Procédure expérimentale | 132 |
| 2.3. Résultats | 136 |
| 2.4. Discussion de l'expérimentation 4..... | 145 |
| Discussion des expérimentations 3 et 4 | 150 |

| | |
|---|-----|
| 3. Expérimentation 5 : Acceptabilité sociale des dispositifs informatisés de passation de tests et équivalence expérientielle des formats de passation | 152 |
| 3.1. Objectifs | 152 |
| 3.2. Procédure expérimentale | 153 |
| 3.3. Résultats | 161 |
| 3.4. Discussion de l'expérimentation 5 : premiers constats | 173 |

Discussion générale du chapitre 5

178

Chapitre 7 : Discussion générale

181

| | |
|--|-----|
| 1. La problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon) <i>versus</i> informatisés (<i>i.e.</i> <i>offline</i> ou <i>online</i>)..... | 183 |
| 1.1. L'influence de facteurs dispositionnels sur l'expression de la désirabilité sociale en fonction des formats de passation (traditionnel <i>versus</i> informatisés) | 184 |
| 1.1.1. De l'attitude envers l'informatique à la perception des dispositifs informatisés de passation de tests..... | 184 |
| 1.1.2. La question de la pertinence des mesures de l'anxiété informatique et de l'expérience informatique | 187 |
| 1.2. L'influence de facteurs contextuels sur l'expression de la désirabilité sociale en fonction des formats de passation traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon) et informatisés (<i>i.e.</i> <i>offline</i> et <i>online</i>)..... | 188 |
| 1.2.1. L'anonymat technique et l'anonymat social, des variables situationnelles modulant l'expression de la désirabilité sociale ? | 188 |
| 1.2.2. L'enjeu perçu dans la situation de passation, un facteur contextuel conditionnant des comportements de réponse spécifiques ?..... | 190 |

| | |
|--|------------|
| 2. Hétéroduperie et autoduperie : une définition classique à revoir ?..... | 191 |
| 3. Conclusion | 193 |
| Bibliographie..... | 196 |
| Index des tableaux et des encadrés | 270 |
| 1. Index des tableaux..... | 270 |
| 2. Index des encadrés | 273 |

Préalable

Lors des procédures de recrutement, les professionnels font face à une prise de décision complexe. Ils sont confrontés à plusieurs candidats parmi lesquels ils devront faire un choix pouvant s'avérer déterminant pour l'entreprise. Pour améliorer et faciliter cette prise de décision, les recruteurs peuvent administrer des tests psychométriques aux candidats dans le but d'obtenir des informations supplémentaires quant à leurs compétences techniques (*e.g.* performance, aptitudes verbales, mathématiques, *etc.*) ou leur personnalité. Cependant, l'utilisation de tests autoreportés interroge quant à la fiabilité de leurs conclusions. En effet, ces dernières peuvent être soumises à un biais de désirabilité sociale : les répondants auraient alors tendance, pour des tests leur demandant de fournir des informations personnelles, à déformer leur réponse en se montrant, généralement, sous un jour favorable ou positif pour se faire bien voir d'autrui (Martin et Nagao, 1989).

L'application des TIC¹ aux méthodes d'administration des tests offre de nombreux avantages par rapport aux méthodes d'administration classiques (*i.e.* papier/crayon) tels que la facilité d'utilisation et de passation, l'obtention rapide de résultats ou un coût réduit (Booth-Kewley, Larson et Myoshi, 2007). Mais plus encore, l'informatisation des tests serait susceptible de réduire le biais de désirabilité sociale, mentionné auparavant, en participant à la perception d'un contexte de passation plus anonymant et plus impersonnel que celui induit par une passation effectuée selon un format papier/crayon (Kiesler et Sproull, 1986). Dans une revue de littérature traitant du développement des passations de tests informatisées, Honaker et Fowler (1990) remarquent que les nombreux tests construits pour évaluer la personnalité ne sont, pour la plupart, que de simples transpositions sur ordinateur (*i.e.* présentation des items sur l'écran et obtention des réponses via le clavier) des tests antérieurement conçus pour être passés selon un format traditionnel (*i.e.* papier/crayon). Ni les praticiens ni les chercheurs ne se sont posés la question de la validité des passations informatisées d'un questionnaire élaboré, à l'origine, pour être administré selon un format traditionnel (*i.e.* papier/crayon ; Vispoel, Boo et Bleiler, 2001). Ils supposent, *a priori* (et sans prendre en considération l'hypothèse de Kiesler et Sproull, *op. cit.*), que le format de passation informatisé n'engendre pas de différence dans les comportements de réponse : l'ordinateur est perçu comme un outil infaillible et objectif, que rien ne peut venir mettre en échec (Gaudron, 2006). Ne serait-ce qu'en raison d'une possible perception spécifique du format de passation informatisé (Kiesler

¹ TIC : Technologies de l'Information et de la Communication

et Sproull, *op. cit.*), l'équivalence des supports de passation d'un test doit être testé (Skinner et Pakula, 1986 ; Gaudron, 1999b, 2006). Comme dit précédemment, le format informatisé pourrait influencer la perception du contexte de passation en le rendant impersonnel et permettrait de diminuer l'expression du biais de désirabilité sociale. Cette modification dans les comportements de réponse constituerait un avantage substantiel pour les recruteurs qui auraient alors à leur disposition des réponses plus franches, voire exemptes d'autoprésentation. Le changement de format de passation : papier/crayon *versus* informatisé, interroge sur les conséquences relatives à la façon dont les individus répondent à un questionnaire.

Cette thèse a pour ambition de questionner l'expression de la désirabilité sociale en fonction des formats de passation : papier/crayon *versus* informatisé, et ainsi de mieux comprendre les stratégies de présentation de soi qui y sont adoptées. Pour se faire, les réponses fournies par les participants en fonction des formats de passation seront étudiées au regard de leurs réactions attitudinales et perceptuelles. Deux parties : l'une théorique (*i.e.* chapitres 1, 2 et 3) et l'autre expérimentale (*i.e.* chapitre 4 et 5), structurent le travail de thèse réalisé. La première partie de cette thèse s'articule autour de trois chapitres ayant pour objectif d'apporter les éléments théoriques nécessaires à la compréhension du questionnement qui y est développé. Le premier chapitre sera consacré à l'usage des tests psychométriques et aux recommandations conduisant les utilisateurs à respecter certains principes d'utilisation (*e.g.* psychométriques) nécessaires à l'adoption d'une démarche fiable et éthique. Ce premier chapitre rendra également compte de l'impact des TIC sur les pratiques en matière de tests. Le second chapitre présentera les deux principaux axes théoriques : psychométrie (*i.e.* lié à l'outil de mesure) et expérientiel (*i.e.* lié aux caractéristiques des répondants), ayant traités de l'équivalence des formats de passation en proposant une revue de littérature des principaux résultats obtenus par chacun d'eux. Le troisième chapitre proposera, quant à lui, une approche originale de l'équivalence des formats de passation au regard du cadre théorique de l'autoprésentation. Ces trois premiers chapitres permettront d'aboutir à la problématique et à l'élaboration d'un programme de recherche qui sera exposé dans la seconde partie.

La seconde partie de cette thèse comporte deux chapitres expérimentaux (*i.e.* chapitres 4 et 5). Le chapitre 4 visera à répliquer les travaux anglo-saxons classiquement mis en œuvre dans les études portant sur l'équivalence des formats de passation tout en tenant compte : 1) de certaines variables dispositionnelles (*e.g.* attitude envers l'informatique) susceptibles d'influencer les réponses des individus en condition informatisée et 2) de critiques méthodologiques liées à la mesure de l'équivalence (*i.e.* type de comparaison induit). Le

chapitre 5 apportera des éléments de compréhension complémentaires à la problématique de l'équivalence en tenant compte de variables contextuelles (*i.e.* anonymat, enjeu) propres au cadre théorique de l'autoprésentation. L'ensemble des effets observés sera discuté dans le cadre du chapitre 6. Des prolongements tant conceptuels que pragmatiques y seront aussi proposés.

Chapitre 1 : La recherche d'objectivité et l'usage des tests psychométriques

Que ce soit dans le cadre professionnel, scolaire, clinique *etc.*, les professionnels ont régulièrement recours aux tests psychométriques, considérés notamment en tant qu'outils d'aide à la prise de décision (*e.g.* recrutement, orientation scolaire, diagnostic). Ces évaluations peuvent être à l'origine de conséquences importantes pour la personne évaluée. Pour chaque évaluation des caractéristiques individuelles, se pose la question de la justesse, de la précision et de l'exactitude de cette mesure. Cette question a fait l'objet de nombreuses recherches ayant abouti à plusieurs modélisations théoriques (*e.g.* modèle de réponse à l'item, Lord et Novick, 1968 ; méthode fonctionnelle, Gendre, 1988) et dont la plus populaire est la théorie classique des tests (Gulliksen, 1950). Celle-ci traite du problème consistant à inférer la capacité « vraie » d'un individu à partir d'une mesure observée dite faillible (*i.e.* les scores) car comportant une marge d'erreur (Bartram, 1994). Elle se base sur trois postulats et constitue le cadre théorique de l'élaboration des tests psychométriques classiques. Tout d'abord, les individus possèdent des caractéristiques personnelles qui, bien que stables, sont difficilement mesurables (*i.e.* postulat 1). Celles-ci se constituent de construits hypothétiques non observables directement comme l'intelligence dont l'évaluation ne peut être faite que par l'intermédiaire d'épreuves standardisées (*i.e.* des tests psychométriques). Deuxièmement, ces mesures et les scores qui en découlent ne peuvent être considérés comme totalement fiables (*i.e.* postulat 2). En effet, les scores bruts se composent à la fois d'un score vrai (*i.e.* mesure correcte et objective de la caractéristique concernée à un moment donné et pour un individu donné) et d'une part d'erreur inévitable liée à l'instrument de mesure lui-même ou au contexte de la mesure. Enfin, les résultats obtenus doivent être standardisés de façon à créer des normes d'étalonnage permettant la comparaison des individus (*i.e.* postulat 3). L'étalonnage normatif des scores correspond à des graduations de l'échelle des résultats d'un test en fixant des échelons permettant la comparaison des résultats de différents individus (Laveault et Grégoire, 2002).

Si ce n'est à de rares exceptions (Capel et Rossé, 2006), la théorie classique des tests n'a jamais été critiquée ou remise en cause (Capel et Rossé, *op. cit.*). Le consensus autour de cette approche est justifié par ses avantages puisqu'elle permet : 1) une meilleure définition des tests et des dimensions évaluées par l'instrument au regard de notions statistiques (*i.e.* les

notions de validité² et de fidélité³), 2) un procédé strict et rigoureux de construction des tests et 3) une classification des outils de mesure (*i.e.* la différenciation entre les tests d'aptitude⁴ *versus* attitude⁵). Le pan de recherches issu de ce cadre théorique a proposé une méthodologie de construction et de passation des tests tout en garantissant l'objectivité de la mesure de caractéristiques individuelles. Cette approche classique impose effectivement le respect de conditions de passation homogènes et des modalités de correction. Ainsi, l'évaluation de l'individu en le situant par rapport à des scores étalons ou envers d'autres individus est possible. Cette opérationnalisation et cet encadrement ont participé à l'essor des tests psychométriques en matière d'évaluation des caractéristiques individuelles en leur accordant une crédibilité scientifique. Cependant, malgré ses conséquences sur des prises de décisions comportant plus ou moins d'enjeux pour les personnes (*e.g.* recrutement, orientation scolaire, diagnostic), la pratique des tests reste peu encadrée au niveau légal (CIT⁶, 2006 ; SFP⁷, 2003, 2007). Ce constat a amené à la création de groupes de travail réunissant des professionnels de l'évaluation. Ces derniers ont proposé un certain nombre de préconisations inhérentes tant à la procédure d'application des tests elle-même qu'au répondant.

Ces pratiques d'évaluation ont évolué en parallèle des progrès technologiques. Ceux-ci ont permis la mise en place de passations informatisées présentant un nombre d'avantages (*e.g.* technique, économique) plus important que les méthodes de passation traditionnelles (*i.e.* papier/crayon). Toutefois, des limites (*e.g.* difficulté d'homogénéisation des conditions de passation, CIT, 2006 ; SFP, 2003, 2007) ont également été démontrées par rapport à ces dernières et interrogent la justesse des résultats ainsi obtenus.

² La validité se définit comme étant l'assurance que le test psychométrique mesure ce qu'il est censé mesurer (*i.e.* construit théorique non observable directement). Elle conditionne ainsi la pertinence de l'interprétation qui sera effectuée à partir des scores obtenus au test. Regroupés sous le terme générique de validité critérielle (Capel, 2009), différents types de validité coexistent. Certains sont davantage liés à l'élaboration et à la validation du contenu (*e.g.* la validité de construit référant à la capacité d'un instrument à produire une mesure corrélée à différentes variables en accord avec les liens théoriques existant entre les concepts mesurés ; la validité de contenu qui renvoie au degré de représentativité des items par rapport au construit évalué ; la validité apparente correspondant à ce que le test semble mesurer aux yeux des répondants ; *etc.*), alors que d'autres se focalisent sur la comparaison d'un test psychométrique donné par rapport à d'autres tests.

³ La fidélité est définie comme étant le degré de confiance (*i.e.* pertinence accordée à la mesure obtenue) accordé aux résultats obtenus envers le construit évalué lors de la passation d'un test psychométrique. Un test est fidèle lorsqu'il évalue un construit tout en assurant une faible erreur de mesure. Elle correspond à la relation entre le score « vrai » et le score observé. Ce dernier est composé du score vrai associé à une erreur de mesure.

⁴ Les tests d'aptitude correspondent à l'évaluation d'une performance (*cf.* p.26, pour une définition plus complète).

⁵ Les tests d'attitude correspondent à l'évaluation de caractéristiques personnelles inhérentes à un comportement ou une manière d'être en société comme les inventaires de personnalité, par exemple (*cf.* p.26, pour une définition plus complète).

⁶ Commission Internationale des Tests.

⁷ Société Française de Psychologie.

1. Un usage encadré et réglementé

En France⁸, si la loi du 31 décembre 1992 réglemente l'usage des tests, elle ne couvre pas tous leurs champs d'action puisqu'aucune indication quant à la qualification ou au statut de l'utilisateur de ceux-ci n'est donnée. La loi insiste seulement sur la pertinence de la mesure par rapport à son objectif d'évaluation et sur la nécessité de réduire la marge d'erreur liée à cette évaluation. Ainsi, elle considère implicitement : 1) des critères psychométriques (*i.e.* la fidélité et la validité) comme garants d'une bonne évaluation et 2) une connaissance minimum de la psychométrie détenue par tout utilisateur de test. Pour palier cette faiblesse juridique, des commissions spécialisées réglementent l'utilisation des tests au niveau international (Commission Internationale des Tests, CIT) comme au niveau national (Société Française de Psychologie, SFP)⁹. Elles éditent des guides de bonnes pratiques ainsi que des recommandations à l'intention des différents acteurs participant tant à l'élaboration de tests (*i.e.* éditeurs et concepteurs de tests), qu'à leur diffusion (*i.e.* formateurs de praticiens) ou à leur passation (*i.e.* des praticiens et des personnes testées ; CIT, 2006 ; SFP, 2003, 2009). Deux constats sont à l'origine de cette réflexion : 1) les entreprises utilisent de plus en plus de tests, notamment comme aide à la décision lors d'un recrutement, sans avoir toujours recours à un psychologue habilité à ces passations et, 2) les maisons d'éditions peuvent refuser de vendre des tests à des personnes dépourvues du titre de psychologue. En conséquence, les entreprises mettent en place des techniques et méthodes d'évaluation alternatives qui peuvent être utilisées par des personnes non initiées à la pratique des tests (SFP). De plus, elles peuvent être exemptes de fondement scientifique ou psychométrique (*e.g.* graphologie¹⁰, astrologie¹¹, numérologie¹²) ou encore relever du plagiat (*e.g.* photocopie de tests existants).

1. 1. Les recommandations liées à l'usage des tests

Les recommandations issues de la réflexion des commissions internationales précitées encadrent l'usage des tests de façon à garantir l'homogénéisation des conditions de passation. L'uniformisation de ces procédés permet d'obtenir une évaluation équivalente pour tous les

⁸ Chaque pays possède un cadre légal concernant l'usage des tests. Cette loi ne vaut bien évidemment que pour la France.

⁹ Ces recommandations sont internationales mais doivent cependant être spécifiées en fonction des lois en vigueur au sein de chaque pays.

¹⁰ Interprétation de l'écriture considérée comme une expression de la personnalité (Larousse).

¹¹ Art chimérique prétendant prévoir l'avenir d'après l'inspection des astres (Littré).

¹² Divination au moyen des nombres (Larousse).

répondants et à chaque passation. Des écarts observés sur des facteurs contextuels ou ergonomiques peuvent entraîner des modifications lors du processus de passation et donc influencer les comportements de réponse (Bernier et Pietrulewicz, 1997). Ainsi, les conditions de passation doivent être identiques entre chaque session et respecter la procédure utilisée lors de la validation du test (*i.e.* protocole de validation collectif *vs.* individuel). Il est impossible de conduire une passation individuelle puis une passation collective et de comparer les résultats ainsi obtenus puisque ces procédures impliquent, de fait, des conditions de passation différentes. La présence ou l'absence de l'expérimentateur près du répondant doit aussi être contrôlée tout comme les conditions d'administration des consignes ou des items. Ces dernières doivent être présentées clairement, précisément et toujours de façon identique (*e.g.* consigne écrite ou orale, items groupés ou séquencés, présentation en livret, *etc.*). A ce propos, il a été démontré qu'une présentation séquencée des items induit une focalisation de l'attention individuelle plus importante sur chacun des items au contraire d'une présentation groupée des items (Vansickle, Kimmel et Kapes, 1989). De même, la quantité d'items proposée au répondant affecte le temps de réponse accordé à chaque question. Percevoir le nombre total d'items induit un comportement de réponse plus ou moins rapide chez le sujet. Or, une plus grande vitesse d'exécution peut amener à produire plus d'erreurs (Gaudron, 1999a), notamment pour des tests mesurant des performances. La standardisation du matériel est également importante pour les couleurs de police utilisées lors de la présentation des items. Par exemple, l'effet négatif de la couleur rouge sur les performances cognitives a été démontré (Gnambs, Appel et Batinic, 2010). Cette couleur influence la focalisation de l'attention : écrire les items en rouge engendre une diminution des performances cognitives à un test d'intelligence (Elliott, Maier, Moller, Friedman et Meinhardt, 2007).

Les recommandations relatives à l'usage des tests (CIT, 2006 ; SFP, 2003, 2007) précisent aussi que les praticiens doivent veiller à fournir des conditions de passation respectant la concentration du répondant (*e.g.* neutraliser toute source de distraction, de nuisance sonore comme le téléphone portable). Le lieu de passation doit être aussi neutre que possible et ne laisser aucune trace des passations précédentes (*e.g.* documents laissés par le répondant précédent). Les besoins et exigences en termes de matériels et de logiciels doivent, de surcroît, être explicites au sein du manuel du test et respectées par les praticiens (CIT, 2006 ; SFP, 2003, 2007). Il est, en effet, à charge des utilisateurs d'un test de vérifier et de contrôler ces aspects techniques et de les adapter au répondant si besoin (*e.g.* possibilité d'agrandir la taille de la police d'écriture).

Répondant à la théorie classique des tests (*cf.* chapitre 1, introduction, page 4), les qualités psychométriques du test sont obligatoirement présentées dans le manuel du test. Les utilisateurs de ce test doivent participer à leur évolution et fournir des mises à jour des données psychométriques. En effet, un test psychométrique n'est jamais réellement abouti. Il s'enrichira continuellement des données recueillies et ses normes d'étalonnage devront être réévaluées régulièrement. C'est, par exemple, le cas des normes d'étalonnage du test du QI¹³ continuellement actualisées de façon à refléter au mieux la distribution moyenne des aptitudes individuelles dans chaque culture (Beech et Harding, 1994 ; Laveault et Grégoire, 2002). Les modalités de comparaison des individus entre eux ou par rapport à une norme étant ainsi fixées, les praticiens s'engagent à respecter les modalités de correction appropriées du test en suivant les procédures nécessaires à la standardisation des scores issus de ce dernier. Les scores obtenus à un test sont appelés des scores bruts et doivent subir des transformations statistiques identiques à celles utilisées pour la création des normes d'étalonnage afin d'obtenir des scores dits normés (Capel, 2009). C'est dans l'élaboration, la compréhension et l'interprétation de ces scores normés que se révèle l'expertise des personnes habilitées aux passations de tests psychométriques. L'évaluation de la personne ainsi que la prise de décision qui peut en découler s'appuie sur cette correction des scores bruts permettant ainsi de juger les individus à partir de critères équivalents. En cas de coexistence de plusieurs versions papier/crayon d'un même test (*e.g.* différentes modalités d'administration des items, différentes adaptations culturelles, *etc.*), les recommandations (CIT, 2006 ; SFP, 2003, 2007) indiquent que c'est aux auteurs de fournir la preuve de leur équivalence en s'appuyant sur des critères psychométriques (*e.g.* moyenne, écart-type, corrélation).

1.2. Les recommandations relatives aux personnes testées

Les recommandations portant sur les répondants eux-mêmes (SFP, 2003, 2007) indiquent que le consentement éclairé de la personne testée doit être obtenu avant la passation effective d'un test. Le répondant peut, en effet, se réserver la possibilité de refuser la passation (SFP, 2003, 2007 ; Schulenberg et Yutrzenka, 2004). Il doit, de plus, connaître les raisons de la mise en place de l'évaluation psychométrique, les alternatives possibles ainsi que les conséquences d'une acceptation ou d'un refus de passation. Ses droits et responsabilités (*e.g.* utilisation des résultats et des interprétations, coûts financiers possibles, confidentialité des résultats, procédures liées à la contestation des résultats) doivent aussi lui être stipulés. De

¹³Quotient Intellectuel.

même, il est conseillé aux praticiens d'adapter la passation aux besoins du répondant. Ainsi, en cas de handicap (*e.g.* problèmes physiques, auditifs, oculaires, difficultés d'apprentissages telles que la dyslexie), les aménagements adéquats sur le support de passation du test doivent être effectués. Cependant, l'utilisation d'un instrument de mesure d'ores et déjà adapté au handicap du répondant est recommandée. Des modifications peuvent être réalisées s'il n'y a pas d'autres alternatives et si elles n'affectent pas la validité et la fidélité de la mesure (auquel cas, ces critères devront être réévalués). Ces adaptations doivent être supervisées par un expert si elles dépassent les compétences du praticien et/ou si elles sont très importantes. Le praticien doit aussi s'adapter au répondant en fonction de son âge, de sa culture ou de son niveau d'éducation.

Avant la passation, il est possible de faire parvenir des exercices d'entraînement, des échantillons du test ou des documents liés à celui-ci si ces derniers sont disponibles. Toutefois, ces entraînements doivent être cohérents avec les usages recommandés des tests concernés. Lors de la passation, les personnes testées doivent être accueillies dans un climat favorable et le praticien doit veiller à réduire et/ou à ne pas augmenter inutilement le degré d'anxiété du répondant. Si tel n'était pas le cas, une assistance adaptée peut être apportée au participant.

2. L'intégration des TIC en matière d'usage des tests et ses limites

L'usage des tests s'est modifié en intégrant au sein de ses méthodes d'administration les technologies informatiques. Les progrès informatiques ont permis d'optimiser les conditions de passation et l'évaluation de caractéristiques individuelles. Ainsi, des procédures plus complexes d'administration des items ont été élaborées afin d'obtenir une évaluation plus pertinente d'un construit donné (Capel, 2009 ; Epstein et Klinkenberg, 2001). De par l'intégration des TIC, les modes d'administration des tests se définissent à présent sous une forme simple et classique (*e.g.* entretien en face à face, test conventionnel¹⁴, *etc.*) ou sous une forme complexe (*e.g.* test adaptatif¹⁵, test fonctionnel¹⁶, *etc.*). Sans un système informatisé

¹⁴ Un test conventionnel correspond à la forme la plus simple du test psychométrique : les sujets répondent tous aux mêmes items (Mead et Drasgow, 1993).

¹⁵ Un test adaptatif permet d'adapter les items présentés au répondant en fonction de sa réponse précédente (Mead et Drasgow, *op. cit.*). La construction de ces tests s'appuie sur la théorie du modèle de réponse à l'item (Lord et Novick, 1968).

¹⁶ Un test fonctionnel (Gendre, 1988) est une méthode statistique permettant le calcul des scores obtenus aux tests de façon à prendre notamment en considération la stratégie de réponse du sujet.

sophistiqué, il serait difficile voire impossible de produire des tests complexes permettant une interprétation exempte de biais de réponses¹⁷ (Test « SOCRATE », Capel¹⁸, non publié) ou, encore, adaptant spontanément la difficulté au niveau du répondant (Mead et Drasgow, 1993). Une autre possibilité des passations informatisées est de faire apparaître des questions supplémentaires, pertinentes au regard des réponses précédemment données. Ce procédé permet de réduire les risques d'erreur associés aux réponses données à un item non pertinent (*a contrario* à une non réponse à un item pertinent) et à la surcharge cognitive due à la présence d'items inutiles.

Cependant, l'intégration des TIC dans l'usage des tests a été influencée par des croyances naïves relatives aux progrès et aux avantages inhérents à l'usage de nouvelles technologies (Joinson, 2003). Ces croyances ont permis une généralisation rapide de l'informatisation des modalités de passation donnant lieu à un nombre important de travaux focalisés sur les passations informatisées et plus précisément sur leurs avantages et, parfois, leurs inconvénients.

2. 1. Les croyances liées à l'intégration des TIC dans les usages de tests et leur influence sur les travaux de recherche

Deux types de croyances participent à l'essor des TIC dans les méthodes de passation. D'une part, lorsqu'elle apparaît, une nouvelle technologie est inévitablement accompagnée d'attentes positives vis-à-vis de ses performances (Joinsson, 2003). Cette croyance naïve reflète l'idée qu'une invention est forcément une innovation et participe donc d'un progrès bénéfique améliorant l'existant (Gaglio, 2011). D'autre part, si les technologies informatisées ont suscité un engouement important pour l'administration des tests, ce dernier est en partie la conséquence de la valeur positive attribuée à ces technologies (Beard, 1996). Par exemple, les premières entreprises possédant des technologies informatiques les mettaient volontairement en avant (notamment dans des salles de verre transparentes) de façon à ce que les clients y soient confrontés dès l'entrée dans les locaux (Beard, *op. cit.*). Cette valeur de prestige et de fiabilité attribuée à l'informatique a certainement influencé l'utilisation massive et le développement rapide des passations informatisées de tests. Ces deux formes d'optimisme sont comparées à du déterminisme technologique laissant penser que les progrès technologiques n'induisent que des bénéfices (Joinson, *op. cit.*). Elles ont contribué à focaliser

¹⁷ Un biais de réponse est un comportement de réponse affecté par des variables parasites.

¹⁸ Test proposant un inventaire de personnalité et permettant l'élaboration de scores exempts de désirabilité sociale, biais de réponse répandu dans ce type de tests (disponible sur le site de Roland Capel : <http://www.geca-psytest.com>).

les recherches sur les avantages relatifs à l'utilisation de passations informatisées. Ces derniers portent, entre autres, sur l'optimisation des conditions de passation et sur la garantie d'obtention d'une mesure plus pertinente.

2.1.1. Les avantages relatifs à la passation informatisée

Les passations informatisées répondent aux besoins d'homogénéisation (*cf.* chapitre 1 partie 1.1, page 6) en assurant des passations similaires en termes de délivrance des consignes et de temps de passation (Barak, 1999 ; Kline, 2000). Une telle homogénéisation est plus difficile à obtenir dans le cadre de passation traditionnelle (*i.e.* papier/crayon). Les conditions de passation informatisée proposent, en plus, un retour plus rapide des résultats au participant (Barak, *op. cit.* ; Kline, *op. cit.* ; Naus, Philipp et Samsi, 2008). L'interprétation du test, telle qu'elle est présentée au répondant, peut effectivement être automatisée et prendre la forme d'un compte rendu rédigé de façon quasi instantané (Mead et Drasgow, 1993 ; Vispoel, Boo et Bleiler, 2001). Cette optimisation des conditions de passations informatisées et de leur correction est produite à moindre coût (*e.g.* présence facultative du praticien, pas de frais d'expédition¹⁹, pas d'impression papier, *etc.*) (Naus, Philipp et Samsi, *op. cit.*). Elle peut ainsi être vue comme participant à une démarche écologique (Barak, *op. cit.*) et facilite la disponibilité et la distribution des tests informatisés (*i.e.* différentes versions linguistiques, Bartram, 2006).

L'amélioration apportée par les passations informatisées est également perçue par les répondants. Les passations informatisées suscitent davantage de réactions positives que les passations traditionnelles (*i.e.* papier/crayon). Par exemple, des taux de satisfaction plus importants sont émis à l'égard des passations informatisées perçues comme plus faciles et plus confortables (Anderson, 2003 ; French et Beaumont, 1987 ; Hile et Adskins, 1997 ; Huang, 2006 ; Naus, Philipp et Samsi, 2008 ; Pinsonneault, 1996 ; Rozensky et al., 1986 ; Salgado et Moscoso, 2003 ; Steiner et Gilliland, 2001 ; Vispoel, Boo et Bleiler, 2001). En effet, la version informatisée d'un test permet aux répondants de se sentir plus à l'aise et moins intimidés que face à une version papier (Salgado et Moscoso, *op. cit.*). Cette perception positive de l'ordinateur est associée aux croyances naïves précitées ainsi qu'aux caractéristiques propres à la passation informatisée (*e.g.* absence de l'expérimentateur, enregistrement « abstrait » des données, *etc.*). Ces caractéristiques spécifiques participent à la création d'une situation de passation ressentie comme impersonnelle (Bartram et Bayliss,

¹⁹ Pour les questionnaires papier/crayon expédiés par courrier.

1984). Un contexte social moins marqué sur informatique (Sproull et Kiesler, 1991) accentue la perception d'une situation de passation libérée des pressions sociales inhérentes aux interactions sociales (Smith, 1963).

L'intégration de l'informatique à l'usage des tests a également été vue comme le moyen de garantir l'obtention d'une mesure plus pertinente des caractéristiques individuelles. En effet, l'automatisation des passations de test (George, Lankford et Wilson, 1992 ; Vispoel, Boo et Bleiler, 2001 ; Naus, Philipp et Samsi, 2008) permet : 1) de diminuer les erreurs consécutives à une saisie manuelle des données et 2) de transférer ces données plus facilement et plus rapidement vers un logiciel de traitement statistique (Chuah, Drasgow et Roberts, 2006 ; Mead et Drasgow, *op. cit.* ; Meade, Michels et Lautenschlager, 2007). Une mise à jour immédiate des tests informatisés est, de surcroît, possible permettant l'accès à des versions identiques pour tous les utilisateurs (Bartram, 2006). Par ailleurs, ces passations informatisées sont supposées plus objectives en rendant la présence de l'expérimentateur facultative (Bartram et Bayliss, 1984) car cette dernière peut influencer et accentuer la présence de biais de réponse à un test psychométrique (*cf.* chapitre 1, partie 1.1., page 6). Les passations informatisées facilitent également l'accès à une population hétérogène (ou, *a contrario*, à une population très spécifique) puisque ce type de passation n'est pas limité géographiquement (Chuah, Drasgow et Roberts, 2006 ; Michels, Meade, Lautenschlager et Gentry, 2003). Cet avantage est notamment utile dans le cadre de la mise en place de protocoles expérimentaux ou de validations d'échelles en garantissant une mesure plus pertinente.

2.1.2. Les limites des passations informatisées : une remise en cause de l'optimisation des conditions de passation et de la mesure objective

Malgré les avantages précités, des inconvénients liés aux passations informatisées de tests doivent être relevés. Choisir les passations informatisées de tests impose certaines contraintes matérielles comme, par exemple, disposer d'un nombre important de postes informatiques. Ces derniers sont nécessaires au bon déroulement de passations collectives (Kline, 2000) mais se révèlent plus coûteux qu'un support papier. Le dispositif informatisé peut également être une contrainte pour certaines personnes (*e.g.* personnes âgées ou personnes handicapées ayant des difficultés visuelles ou physiques entraînant une mauvaise utilisation du clavier). Même si le matériel peut s'adapter de façon ergonomique aux particularités de chacun (*e.g.* clavier ergonomique), ces ressources techniques spécifiques ne sont pas toujours mises à disposition (Kline, *op. cit.* ; Naglieri, 2004). Par ailleurs, les passations à distance (*e.g. via* Internet) réduisent les interactions sociales possibles entre

l'expérimentateur et le répondant. La bonne compréhension des consignes ne peut donc être contrôlée et/ou des questions soulevées lors de la passation peuvent rester sans réponse (Reips, 2000). Un pré-test des consignes et des conditions de passation (Reips, *op. cit.*) peut palier ce biais. Cependant, cette solution n'est pas toujours efficace.

Les limites des passations informatisées concernent aussi la garantie de l'objectivité de la mesure. La fiabilité des données recueillies peut être questionnée dans le cas de passations à distance pour lesquelles il est impossible de connaître avec certitude l'identité du répondant (Naglieri, 2004). Ce dernier peut répondre plusieurs fois de suite (*i.e.* une multiple soumission) ou sous une identité volontairement erronée (Reips, 2000). Certains chercheurs (Buchanan et Smith, 1999a ; Buchanan et Smith, 1999b ; Reips, *op. cit.*) en concluent que les passations informatisées, plus particulièrement celles à distance, ne permettent pas une application rigoureuse des conditions d'administration. Cette limite peut, néanmoins, être contrôlée par la mise en place d'un accès unique (*i.e.* contrôle de l'adresse IP²⁰) et d'un mot de passe (Reips, *op. cit.*).

Enfin, une des principales limites aux passations informatisées est liée à l'utilisation des technologies informatiques en elle-même. Celle-ci peut, d'une part, ne pas être accessible à certaines populations ou à certaines cultures (Naus, Philipp et Samsi, 2008). La fracture numérique réduit effectivement, pour les populations les plus défavorisées, l'accès à distance à des passations informatisées de test (Naglieri, 2004). D'autre part, les résultats et interprétations issus des passations informatisées peuvent être parasités par l'apparition de facteurs dispositionnels tels que le manque de familiarité et/ou l'anxiété informatique (Hofer et Green, 1985). Les perceptions et les réactions des répondants envers les technologies informatisées peuvent alors interférer avec les évaluations effectuées durant les passations informatisées et participer à un constat de non équivalence avec les passations traditionnelles (*i.e.* papier/crayon). Un entraînement avant la passation effective peut se révéler nécessaire pour les personnes novices ou anxieuses vis-à-vis de l'informatique. Schulenberg et Yutrzenka (2004) estiment qu'il est important de prendre en considération les besoins du répondant et son confort lors de la passation. L'attitude et l'anxiété informatique sont, pour ces auteurs, deux facteurs susceptibles d'affecter les passations de tests informatisés et, par conséquent, de biaiser les interprétations obtenues. La motivation des participants doit également être interrogée (Buchanan et Smith, 1999b). Celle-ci peut être davantage assimilée à de la curiosité ou à de la fascination envers les TIC plutôt qu'à une réelle implication dans la

²⁰ Une adresse IP (*Internet Protocol*) est le numéro qui identifie chaque ordinateur connecté à Internet.

tâche demandée : répondre à des items. Cette curiosité ou fascination peut engendrer des comportements de réponses « irréfléchis » (Schmidt, 1997 ; Reips, 2000), conséquence d'un mode d'administration finalement trop libre et trop peu cadré (Huang, 2006). De tels comportements s'observent principalement pour des passations effectuées à distance, hors du cadre strict et rigoureux du laboratoire.

2.2. Conclusion : Quelles recommandations vis-à-vis des limites soulevées ?

Malgré les croyances positives associées aux TIC (*cf.* chapitre 1, partie 2.1, page 10), ces dernières ne possèdent pas uniquement des avantages : des limites relatives au contrôle des conditions de passation sont relevées. Le déterminisme technologique, associé à l'intégration des TIC dans les méthodes d'administration de tests, ne serait finalement qu'une utopie (Joinson, 2003). Les machines sont, en effet, des outils faillibles (Gaudron, 2006). Comme pour les passations traditionnelles (papier/crayon) de tests, les commissions internationales et nationales (CIT, 2006 ; SFP, 2007) ont élaboré des guides de bonnes pratiques apportant des préconisations quant à l'usage des tests informatisés. Ces recommandations visent à éviter les dérives liées à une mauvaise utilisation des passations informatisées de test ou à leur utilisation « sauvage », accentuée par la démocratisation des technologies informatiques. Elles portent à la fois sur le « contenant », c'est-à-dire sur le matériel, les modalités d'administration et la qualité du contenu (*cf.* chapitre 1, partie 1, page 6). Néanmoins, elles ne peuvent pas totalement palier les limites des passations informatisées précitées (*cf.* chapitre 1, partie 2.1.2, page 12). Malgré des solutions apportées pour les limites techniques (*e.g.* identification, *etc.*), le contrôle des conditions de passation et leur perception par la personne testée ne sont, en effet, pas pris en considération. .

Si les recommandations relatives au matériel s'intéressent principalement aux configurations techniques, celles liées aux conditions de passation informatisées ou au répondant ne sont pas spécifiques au format et reprennent les préconisations élaborées dans le cadre d'une passation traditionnelle (*cf.* chapitre 1, partie 1.1, page 6 et 1.2, page 8). Seules les préconisations concernant le recueil de données insistent sur les moyens nécessaires à la vérification de l'identité de la personne testée (*e.g.* nécessité de mettre en place un nom de connexion et un mot de passe). Elles mettent également en avant l'importance de la protection du matériel (*e.g.* impossibilité d'imprimer les items ou de procéder à des copier/coller) et des

données personnelles transmises par Internet par des moyens techniques (*e.g.* chiffrement et codage des données) (CIT, 2006 ; SFP, 2003, 2007).

Conclusion du chapitre 1

La demande du marché est croissante quant à l'utilisation de tests. Ce phénomène est amplifié par l'émergence et le développement des TIC qui : 1) facilitent la distribution des tests *via* des réseaux conventionnels ou non (d'où des possibilités de plagiat de tests psychométriques), 2) rendent plus accessible l'usage de tests sans fondement psychométrique (Bartram, 2006) et 3) attirent les entreprises qui les considèrent naïvement comme des progrès bénéfiques (pouvant rendre les outils d'évaluation ou d'aide à la décision plus performants). Les technologies informatisées, associées à une valorisation positive et à un déterminisme technologique (*cf.* chapitre 1, partie 2.1, page 9), ont suscité un réel engouement dans le domaine du *testing* et de l'évaluation de la personne (Beard, 1996). L'intégration des TIC dans l'administration des tests correspond à une évolution dans l'usage des tests. Les commissions internationales et nationales dédiées à la bonne pratique des tests ont adapté, dans la mesure du possible, leurs recommandations aux passations informatisées (*cf.* chapitre 1, partie 2.2, page 14). Cependant, plusieurs constats limitent l'impact de ces préconisations.

Elles se présentent, tout d'abord, sous la forme de conseils et sont susceptibles de ne pas être respectées. Ce non respect des recommandations apparaît probablement dans le cadre des passations informatisées qui, de part le déterminisme technologique qu'elles induisent, amène le praticien à les utiliser sans s'interroger sur son influence sur le comportement de réponse des individus (*cf.* chapitre 1, partie 2.2, page 14). Cet effet est d'autant plus fort que les personnes assurant les passations de tests dans les entreprises n'ont pas toujours les connaissances nécessaires. A ce titre, les commissions internationales et nationales plaident en faveur de la considération du *testing* comme un acte de psychologie à part entière ou relevant d'un domaine de compétence spécifique. Cependant, légalement, aucun titre ou formation n'est nécessaire pour mener des passations (*cf.* chapitre 1, partie 1, page 6). Une telle absence interroge la compréhension par des utilisateurs non compétents des manuels de tests expliquant les procédures psychométriques de validation menées ainsi que les modalités de passation. La pertinence de cette question est accrue par l'internationalisation de la distribution des tests et, par conséquent, leur démocratisation. Une personne non habilitée à mener des passations ou à acheter des tests chez les éditeurs d'un pays donné peut se fournir dans un autre Etat. Les recommandations formulées jusqu'à présent sont donc nécessaires mais *a priori* insuffisantes pour réellement réglementer l'usage des tests, notamment dans un contexte informatique. Elles omettent, en plus, de s'interroger réellement sur l'équivalence

des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé. Les différences (*e.g.* de perception du matériel) susceptibles d'exister entre les formats de passation sont éludées par des critères psychométriques (*cf.* chapitre 1, page 4). Or, si elles existent, ces différences pourraient constituer un facteur déterminant du comportement de réponse obtenu à un test. Les entraînements préconisés pour permettre au répondant de s'appropriier le format de passation informatisé (*cf.* chapitre 1, partie 1.2, page 8) ne constituent pas nécessairement une réponse appropriée dans la mesure où ils sont de courte durée et décidés par les répondants eux-mêmes. Si la personne est placée dans une situation évaluative (*e.g.* recrutement), elle pourrait être encline à refuser l'entraînement de peur de se faire mal voir. Il en est de même concernant la possibilité d'accepter ou non la passation informatisée d'un test (*cf.* chapitre 1, partie 1.2, page 8) : même si le consentement est exigé, le format de passation informatisé est le plus souvent imposé au répondant sans qu'aucune alternative ne lui soit proposée (Meade, Michels et Lautenschlager, 2007). Celui-ci n'a donc pas le choix et ce, quel que soit le contexte auquel il est confronté. Les recommandations tiennent très peu compte de ce dernier si ce n'est en termes d'enjeux pour l'individu et d'absence *versus* présence de pairs durant la passation. Ces facteurs sont simplement mentionnés comme devant être considérés lors de l'interprétation des résultats et ne sont pas davantage étudiés. Les répondants et leur perception du contexte sont pourtant des éléments primordiaux puisqu'ils émettent davantage de réactions positives (en termes de facilité d'utilisation et de confort) face aux passations informatisées par rapport aux passations traditionnelles (*i.e.* papier/crayon) (*cf.* chapitre 1, partie 2.1.1, page 11). Les premières induiraient donc une « représentation » de la situation de passation spécifique susceptible de changer en fonction : 1) du mode de gestion contrôlé (*i.e.* sans surveillance directe mais avec une authentification requise) ou libre (*i.e.* sans surveillance directe ni authentification) et 2) du fait de prendre en compte les demandes et les besoins de la personne testée en s'adaptant à son éventuel handicap, à son niveau de familiarité avec l'outil ou à son degré d'anxiété (*cf.* chapitre 1, partie 1.2, page 8). L'ensemble de ces pratiques et/ou recommandations peut engendrer des différences non négligeables entre chaque passation et influencer, de ce fait, le comportement de réponse des individus. Ces constats amènent à s'interroger davantage sur la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés que sur les bonnes pratiques.

Chapitre 2 : De l'approche psychométrique à l'approche expérientielle de la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnels et informatisés

Les passations informatisées sont encouragées par les commissions internationales régissant l'usage des tests dans la mesure où elles ne modifient pas la pertinence et l'exactitude de la mesure ainsi obtenue. Cependant, les usages observés en la matière ne garantissent pas l'équivalence des mesures obtenues lors de passations traditionnelles (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisées. En effet, une pratique courante est d'automatiser des tests existants sans recourir à un processus de validation psychométrique (Blanchet, Loranger et Pépin, 1998). Une telle pratique est contraire aux préconisations des commissions internationales et nationales (*cf.* chapitre 1, partie 1, page 6). Ces transpositions sur écran sans validation sont une conséquence des croyances positivistes relatives aux TIC. Celles-ci laissent penser aux praticiens que l'usage de passations informatisées de tests ne peut être que bénéfique (*cf.* chapitre 1, partie 2.1, page 10). Suite aux limites développées précédemment (*cf.* chapitre 1, partie 2.1.2, page 12), il semble que de nombreux facteurs affectent l'exactitude et l'objectivité de la mesure *via* une passation informatisée. La question de l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) et informatisés reste par conséquent posée. Certains travaux ont cherché à y répondre soit en considérant le cadre théorique commun des tests psychométriques : la théorie classique des tests (*cf.* chapitre 1, page 4), soit en prenant en compte la passation telle qu'elle est vécue par le répondant. La première approche de cette problématique de l'équivalence des formats de passation est dite psychométrique. La seconde est dite expérientielle et considère l'influence de réactions émotionnelles et/ou attitudinales sur les comportements de réponse obtenus.

Pour décrire les moyens, nouveaux ou anciens, nécessaires à la passation d'un test, des termes tels que format ou support de passation ont pu être recensés dans la littérature. Walkstein (1995) propose de distinguer ces deux termes pour une meilleure compréhension des enjeux relatifs aux modes de présentation d'un test. Le terme « format » sera privilégié car, dans le cadre des tests, il désigne l'ensemble de l'environnement physique et formel (*i.e.* crayon/papier, clavier/écran, mise en page, graphisme, *etc.*) et des modalités logiques (*i.e.* tâches, procédures, stratégies, *etc.*) en lien avec une version donnée d'un test (Walkstein, *op. cit.*). Le support a une définition plus limitée : il désigne uniquement le moyen apparent de la passation (*i.e.* le papier ou l'ordinateur). Ainsi, pour un même support « papier », le format de

réponse peut être différent (*e.g.* items groupés *versus* items isolés) et influencer le comportement de réponse des sujets (Walkstein, *op. cit.*). Au sein de cette thèse et en accord avec Walkstein (*op. cit.*), nous choisissons de parler uniquement de format de passation. Concernant les formats de passation coexistant, les plus traditionnels sont les formats papier/crayon ou les entretiens en face à face. Plus récemment, des formats informatisés ont été conçus. Parmi les plus courants, les formats *offline* et *online* sont à distinguer. Le format *offline* correspond au format informatisé classique, c'est-à-dire à une passation effectuée sur un ordinateur sans que ce dernier soit relié à Internet. Au contraire, le format *online* correspond à une passation à distance, médiatisée par ordinateur et nécessitant un accès à Internet.

La première partie de ce chapitre sera consacrée à une présentation du cadre théorique de l'équivalence psychométrique. Un bilan empirique des travaux portant sur l'équivalence psychométrique des tests sera effectué. La seconde partie visera à une meilleure compréhension de ces observations en prenant en considération le répondant et ses réactions attitudinales et perceptuelles en situation de passation (*i.e.* équivalence expérientielle).

1. L'équivalence psychométrique, une réponse classique aux évolutions observées en matière d'évaluation des caractéristiques individuelles

L'évaluation des personnes touche de nombreux domaines tels que l'orientation scolaire, le recrutement, l'évaluation ou le diagnostic de pathologies. Elle est réalisée dans des environnements variés (*e.g.* école, travail, hôpital, *etc.*) par des professionnels différents (*e.g.* psychologue, enseignant, médecin, *etc.*) et a pour objectif d'apporter une aide à la prise de décision. Ces dernières décennies, les méthodes d'évaluation ont évolué grâce aux progrès technologiques. Les modes d'administration des tests psychométriques et leurs formats de passation ont été modifiés engendrant un certain nombre d'avantages mais aussi des limites (*cf.* chapitre 1, partie 2.1, page 10).

Basée sur des critères purement statistiques, l'approche psychométrique s'inscrit dans le champ de la théorie classique des tests. Son bilan empirique est cependant inconsistant. Si l'équivalence des formats de passation semble acquise pour les tests dits d'aptitude, les conclusions ne sont pas consensuelles pour les tests dits d'attitude.

1.1. L'équivalence psychométrique : éléments de définition

Le concept d'équivalence psychométrique implique une méthode de comparaison de différents formats de passation d'un test ou de différentes versions d'un test (*i.e.* traduction et/ou adaptation d'un instrument de mesure existant ; Honaker, 1988). Le concept d'équivalence psychométrique basé sur les critères issus de la théorie classique des tests permet de mener des comparaisons entre les différentes versions d'un test (*i.e.* traduction et/ou adaptation d'un instrument de mesure existant). Comme définie précédemment (*cf.* chapitre 1, page 4), la théorie classique des tests propose une mesure fiable (*i.e.* en réduisant la marge liée à l'erreur de mesure) de caractéristiques individuelles reposant sur des construits hypothétiques. Les résultats obtenus *via* cette mesure doivent ensuite être standardisés afin de créer des normes d'étalonnage permettant la comparaison des individus (*cf.* chapitre 1, page 4). Deux niveaux d'équivalence psychométrique coexistent : l'équivalence scalaire et l'équivalence conceptuelle.

1.1.1. L'équivalence scalaire, un niveau d'équivalence global

L'équivalence scalaire est notamment utilisée lors de la validation transculturelle d'échelles, méthodologie qui servira d'exemple à la définition de ce concept. Le niveau d'équivalence scalaire est difficile à atteindre et à mettre en œuvre. Il nécessite la présence de conditions d'application spécifiques : 1) des items communs et 2) des populations représentatives. Pour accéder à ce niveau de comparaison, tous les biais possibles doivent être contrôlés qu'ils soient liés au contenu même du test ou à des facteurs extérieurs tels que la méthodologie utilisée pour appréhender ce niveau d'équivalence (Laveault et Grégoire, 2002). Pour valider l'adaptation d'un test, il est donc nécessaire de contrôler les biais portant entre autres : 1) sur les différences linguistiques/culturelles (*e.g.* longueur des items et, par conséquent, de la passation suite à la traduction) et 2) sur les facteurs techniques et méthodologiques (*i.e.* recours à des méthodes pertinentes²¹ pour assurer une traduction valide) (Laveault et Grégoire, *op. cit.*).

La plupart des échelles nécessaires à la mise en place de protocoles expérimentaux sont créées en langue anglaise. Les chercheurs s'adressant à des populations non anglophones (*e.g.* les français ou les québécois pour ce qui est des recherches francophones) doivent, de fait, les traduire dans leur langue d'origine. Après avoir constaté la diversité et la qualité

²¹ Des différences entre deux traducteurs peuvent apparaître, la méthode de la rétro-traduction permet de contrôler ce biais.

variable des procédures utilisées pour la validation des échelles traduites, Vallerand (1989) met au point une méthodologie systématique de validation transculturelle des tests psychométriques. Cela permet de certifier la qualité de la traduction produite et de standardiser les méthodes de validation. Cette méthodologie de validation requiert un niveau d'équivalence scalaire.

Concernant les différences linguistiques, la validation transculturelle d'une échelle nécessite le passage par une méthodologie de traduction rigoureuse. Après avoir sélectionné une échelle ou des items dont la traduction s'avère nécessaire, la première étape consiste en l'élaboration d'une version préliminaire à l'aide d'une traduction renversée. Cette dernière implique une première traduction de la version originale du test (*e.g.* en anglais) dans la langue choisie (*e.g.* en français) puis une traduction dans le sens inverse (*e.g.* de la version française vers version anglaise) : c'est la rétro-traduction. Les écarts entre les deux versions permettent de définir les items problématiques. Le recours à deux traducteurs distincts permet de vérifier la consistance et la cohérence de la traduction. Si les traductions diffèrent, une concertation doit avoir lieu de façon à sélectionner la traduction la plus adéquate. A la suite de cette rétro-traduction, la version préliminaire ainsi obtenue doit être évaluée par l'intermédiaire d'un comité pouvant être constitué par des chercheurs à l'origine de ce travail de validation, des traducteurs ou d'un expert linguistique (voire l'ensemble de ces personnes). Cette flexibilité dans la mise en œuvre du comité d'expertise permet de palier les difficultés de la mise en place d'une méthodologie de traduction rigoureuse mais coûteuse en temps. Une fois les items traduits, il convient de vérifier qu'ils restent compréhensibles et accessibles à une population la plus étendue possible ou à la population concernée le cas échéant (*e.g.* population âgée ou très jeune, personnes handicapées, *etc.*) : c'est la phase du pré-test.

Concernant la méthodologie de validation, il est nécessaire de recourir à la mise en place de traitements statistiques assurant la pertinence des critères psychométriques sous-jacents à la mesure. Cela correspond à une phase d'évaluation de la validité concomitante, de contenu et de construit ainsi qu'à une analyse de la fidélité permettant de baser la traduction de l'échelle sur des critères psychométriques rigoureux (*cf.* chapitre 1, page 4). Cette étape permet de valider la pertinence et la stabilité de la mesure. Enfin, les normes d'étalonnage (*cf.* chapitre 1, page 4) peuvent être établies dans une dernière étape. Cette méthode est aujourd'hui généralisée à la majorité des validations transculturelles publiées.

1.1.2. L'équivalence conceptuelle, un niveau d'équivalence usuel

Le niveau minimum requis pour comparer deux versions (*i.e.* langues et/ou supports de présentation différents) d'un même test est l'équivalence conceptuelle (Laveault et Grégoire, 2002). Il ne nécessite pas obligatoirement des instruments de mesure identiques²² mais permet d'assurer que ces deux versions mesurent effectivement les mêmes caractéristiques individuelles. Ce niveau d'équivalence est démontré au regard de l'erreur de mesure, de la validité de l'outil, de l'étude des corrélations²³ entre les passations et d'une analyse factorielle²⁴ démontrant des structures identiques entre les passations. Il rappelle ainsi les trois postulats de la théorie classique des tests précédemment cités (*cf.* chapitre 1, page 4). En effet, la méthodologie d'application de l'équivalence conceptuelle porte tout d'abord sur la mesure des caractéristiques individuelles non directement observables (*cf.* postulat 1 ; chapitre 1, page 4). Puis, les critères psychométriques utilisés dans cette comparaison mettent à l'épreuve l'exactitude et la fiabilité de la mesure au travers des indicateurs de validité et de fidélité (*cf.* postulat 2 ; chapitre 1, page 4). Enfin, la distribution des scores obtenus et les normes d'étalonnage sont également testées (*cf.* postulat 3 ; chapitre 1, page 4). Les critères utilisés pour la mesure de l'équivalence psychométrique sont proches, voire similaires, aux critères imposés lors de la construction d'un test psychométrique (*cf.* chapitre 1, page 4). Par conséquent, la similarité des mesures effectuées *via* les tests psychométriques proposés selon différentes versions (*e.g.* langues, supports de présentation) est garantie lorsque l'équivalence psychométrique est acquise.

En pratique, l'équivalence psychométrique de deux formats d'un test peut être évaluée à partir de trois critères psychométriques (Marco, 1981 cité par Gaudron, 1999b) : 1) la moyenne, 2) la variance et 3) le rang. Si ces trois critères sont identiques entre deux versions d'un test, l'équivalence psychométrique est acquise. Dans le cas où les deux premiers critères (*i.e.* la moyenne et la variance) diffèrent, ces derniers peuvent être ajustés par l'intermédiaire de calculs statistiques²⁵ de façon à faire disparaître leur écart. Cependant, si les changements portent sur le dernier critère (*i.e.* le rang), aucun traitement statistique ne peut être mis en place. Une différence de rangs signifie que les deux versions proposées à l'équivalence

²² Ce niveau d'équivalence est particulièrement intéressant dans le cas d'adaptation des instruments de mesure puisqu'il permet l'ajout, la suppression ou la modification d'items (Laveault et Grégoire, 2002).

²³ Une corrélation indique l'intensité d'une liaison existant entre deux variables.

²⁴ Une analyse factorielle cherche à établir et déceler des corrélations entre les facteurs communs de différentes variables.

²⁵ Un changement dans la moyenne implique une variation des scores suivant une constante qu'il faut additionner ou soustraire sur la version informatisée pour obtenir des versions équivalentes. Un changement de variance induit quant à lui un calcul statistique plus complexe dit « *equating* » ou étalonnage (Gaudron, 1999).

mesurent deux construits différents. Honaker (1988) reprend ces trois critères en y ajoutant que les deux formats de passation doivent être corrélés avec le même degré sur des variables identiques.

1.2. L'équivalence psychométrique et les formats de passation traditionnels *versus* informatisés

Les recherches sur l'équivalence psychométrique des formats de passation traditionnels et informatisés des tests ont, à notre connaissance, utilisé le principe de l'équivalence conceptuelle. Deux catégories de tests ont été évaluées : les tests d'aptitude et les tests d'attitude. Les premiers évaluent les performances individuelles dans les domaines d'acquisition des connaissances, d'efficacité d'une fonction cognitive telle que la mémoire ou le traitement de l'information, ou le développement d'une aptitude²⁶ participant au concept général d'intelligence (Capel, 2009). Ces capacités cognitives sont évaluées par des tests impliquant la résolution de problèmes plus ou moins complexes et ce, en temps limité (*i.e.* tests de vitesse) ou non (*i.e.* tests de puissance). Les seconds, autrement appelés tests non cognitifs, mesurent plus spécifiquement des caractéristiques personnelles en relation avec le comportement et la manière d'être en société (Capel, *op. cit.*). Leur objectif est d'évaluer, entre autres, des construits en lien avec la personnalité (*i.e.* normale ou pathologique), des intérêts ou des préférences, des valeurs ou des croyances. Contrairement aux tests d'aptitude, il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse dans les tests d'attitude.

Un bilan des études menées sur l'équivalence des formats de passation montre des résultats différenciés selon que l'on se réfère à un test d'aptitude ou d'attitude.

1.2.1. Une équivalence psychométrique acquise pour les tests d'aptitude

1.2.1.1. Les tests d'aptitude dits de puissance

Les études sur l'équivalence psychométrique des tests d'aptitude dits de puissance ont porté sur une large diversité d'instruments de mesure tels que des tests neuropsychologiques²⁷, des tests d'aptitudes spatiales²⁸ ou des tests d'intelligence²⁹ (Butcher,

²⁶ Caractéristique individuelle non directement observable (Grand Larousse de la psychologie).

²⁷ Les tests neuropsychologiques permettent l'évaluation des capacités mnésiques, langagières, *etc.* d'un individu.

²⁸ Les tests d'aptitude spatiale évaluent la capacité d'un individu à percevoir les formes dans l'espace et à comprendre les relations entre le lieu et les objets solides.

²⁹ Les tests d'intelligence mesurent la capacité, ou l'aptitude, actuelle générale de fonctionnement intellectuel.

2003 pour une revue). Les résultats obtenus ne sont pas consensuels, certains allant dans le sens d'une équivalence et d'autres non. Ainsi, French et Beaumont (1990) ont étudié l'équivalence des formats de passation papier/crayon et informatisés des matrices progressives de Raven³⁰ (Raven, 1936). Des scores plus faibles pour les passations informatisées sont observés. Cette différence est expliquée par un facteur ergonomique. En effet, la non équivalence des formats de passation des tests d'aptitude serait la conséquence d'une résolution³¹ insuffisante de l'écran. Les auteurs estiment que ce problème matériel sera résolu avec des technologies plus avancées. Ce constat a effectivement été récemment validé par Williams et McCord (2006). Ces derniers ne trouvent aucune différence entre les formats de passation papier/crayon et informatisés des matrices de Raven : les progrès technologiques permettent des résolutions d'écran suffisantes pour obtenir une équivalence entre les deux types de passation. Sur d'autres types de tests d'aptitude, les résultats sont plus consensuels. Par exemple, une méta-analyse (Wang, Jiao, Young, Brooks et Olson, 2008) valide l'équivalence des formats de passation papier/crayon et informatisés d'une évaluation de la lecture (*i.e.* K-12).

1.2.1.2. Les tests d'aptitude dits de vitesse

L'équivalence psychométrique des formats de passation des tests d'aptitude est étudiée de façon plus précise par Mead et Drasgow (1993) en différenciant et comparant les tests de puissance et de vitesse. Premièrement, l'équivalence des formats de passation traditionnels et informatisés est démontrée pour des tests de puissance mais pas pour des tests de vitesse. En effet, des processus cognitifs différents seraient en jeu dans ces deux catégories de tests d'aptitude. Les tests de vitesse seraient particulièrement sensibles au changement de format puisque cette modification entraînerait l'activation de processus cognitifs différents : lire sur une feuille de papier ou sur un écran d'ordinateur ne relève pas des mêmes activités cognitives. Deuxièmement, les résultats allant dans le sens d'une non équivalence des formats de passation sont justifiés par l'intermédiaire de facteurs techniques. Cette piste d'explication est argumentée lors d'une étude (Kveton, Jelinek, Voboril et Klimusova, 2007) qui compare trois formats de présentation d'un même test de concentration (*i.e.* test d'aptitude dit de vitesse) consistant en une épreuve de barrage de symboles en un temps limité. Deux variables

³⁰ Les matrices progressives de Raven sont un test d'intelligence à choix multiples où le répondant doit compléter des séries logiques.

³¹ La résolution correspond au nombre de points ou de lignes grâce auquel un écran ou tout autre périphérique de restitution (*e.g.* scanner, imprimante, *etc.*) affiche une image (Larousse).

indépendantes sont manipulées. La première variable renvoie au format de présentation (papier/crayon *versus* informatisé). La seconde renvoie au mode de présentation des items sur ordinateur : standard³² (*i.e.* symboles noirs sur fond blanc) ou inverse (*i.e.* symboles blancs sur fond noir). Quarante-deux étudiants étaient répartis selon trois groupes expérimentaux : un groupe de passation sur ordinateur avec un mode de présentation des items standards, un groupe de passation sur ordinateur avec un mode de présentation des items dit inverse et un groupe de passation *via* un format traditionnel (*i.e.* papier/crayon). Les résultats montrent un effet du mode de présentation ainsi qu'un effet du format de passation. En effet, Kveton et al. (*op. cit.*) remarquent que le nombre d'erreurs est plus important sur les formats informatisés de manière générale et, en particulier, pour le mode de présentation des items dit inverse. De la même façon, les répondants sont généralement plus rapides en condition informatisée et, plus particulièrement, pour le mode de présentation des items dit standard. Au niveau des qualités psychométriques de l'outil, un indice de consistance interne plus faible est relevé pour la version informatisée avec une présentation des items dite inverse. Les chercheurs recommandent donc l'utilisation du mode de présentation des items le plus proche de celui mis en place sur le format traditionnel (papier/crayon). Ils supposent que des facteurs dispositionnels (*e.g.* expérience informatique, anxiété informatique) pourraient être des explications pertinentes de cette non équivalence des formats de passation. Cependant, cette étude ne permet pas d'explorer cette piste de réflexion.

1.2.2. Des résultats contradictoires pour les tests d'attitude

Les tests d'attitude participent à l'évaluation de caractéristiques personnelles diverses (*cf.* chapitre 2, partie 1.2, page 23). Les études portant sur la recherche de l'équivalence psychométrique des formats de passation traditionnels et informatisés de ce type de tests peuvent être classées en fonction de l'objet de mesure du test. Les recherches concernant les tests d'attitude destinés à la mesure de caractéristiques physiques ou d'un état de santé seront tout d'abord présentées. Puis, un bilan des études focalisées sur l'évaluation des comportements à risque (*e.g.* abus d'alcool) et sur les inventaires de personnalité sera effectué.

³² Ce mode de présentation est dit standard car il est le plus proche de celui proposé dans le format de passation papier/crayon.

1.2.2.1. Les résultats concernant les tests portant sur la perception de caractéristiques d'ordre physique et médical

L'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisé semble acquise pour des questionnaires portant sur la qualité de vie (Naus, Philipp et Samsi, 2009), sur l'évaluation de la dépression (Naus, Philipp et Samsi, *op. cit.*), sur des questionnaires médicaux variés (Gwaltney, Shields et Shiffman, 2008 ; Schmitz, Hartkamp, Brinschwitz, Michalek et Tress, 2000) ou sur des indicateurs physiques³³ (Luce, Winzelberg, Das, Osborne, Bryson, & Taylor, 2007). Cela est confirmé dans une méta-analyse (Gwaltney et al., *op. cit.*) concernant l'analyse des formats de passation de plusieurs questionnaires médicaux relatifs à l'anxiété, la dépression, la déclaration de symptômes (ou de douleur) ou la qualité de vie met en évidence une équivalence psychométrique entre les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisé.

1.2.2.2. Les résultats concernant les tests portant sur les comportements de santé

A contrario des recherches précitées (*cf.* partie 1.2.2.1, ci-dessus), certaines études tendent à démontrer une non équivalence des formats de passation de tests d'attitude mesurant le report de comportements de santé. Une méta-analyse (Feigelson et Dwight, 2000) révèle un effet faible, mais significatif, du format de passation informatisé sur la franchise des réponses données à des questionnaires concernant les pratiques sexuelles et l'abus de substances illicites. Une étude plus récente de Booth-Kewley, Larson et Myoshi (2007) valide cette conclusion. S'adressant à 301 étudiants, cette dernière démontre l'influence du format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisé sur des questionnaires portant sur la consommation d'alcool et les comportements sexuels à risque. Les passations sont anonymes et collectives. Les réponses observées sur le format de passation informatisé rapportent des consommations d'alcool plus importantes ainsi que davantage de comportements sexuels à risque. Booth-Kewley et al. (*op. cit.*) supposent que le format de passation informatisé conduit à un sentiment de désinhibition qui permet une meilleure expression des comportements à risque.

³³ Par exemple : taille, poids, indice de masse corporelle

1.2.2.3. Les résultats concernant les tests portant sur l'évaluation de la personnalité

De nombreuses études portant sur l'équivalence des formats de passation traditionnels *versus* informatisés de l'évaluation de la personnalité³⁴ se sont intéressées à l'un des principaux outils de mesure de la personnalité : le *Minnesota Multiphasic Personality Inventory* (MMPI, Butcher, 2003). Ces études rapportent des résultats contradictoires (Honaker, 1988, pour revue). Dans un certain nombre d'études, des différences entre les deux formats de passation sont observées même si ces écarts sont généralement assez faibles (Lambert, Andrews et Skinner, 1987 ; Watson, Juba, Anderson, et Manifold, 1990) alors que pour Pinsonneault (1996), aucune différence de scores entre les formats de passation n'est démontrée. Hofer et Green (1985) expliquent cette inconsistance des résultats par la présence ou non d'un choix de réponse « ne sait pas » dans les différentes études. Plus récemment, Finger et Ones (1999) ont réalisé une méta-analyse à partir de 13 études portant sur les formats de passation papier/crayon et informatisés du MMPI confirmant à nouveau des résultats inconsistants. Selon eux, des erreurs d'échantillonnage ainsi que des variables situationnelles telles que des différences dans les populations étudiées (*i.e.* étudiants *versus* patients) ou dans les protocoles expérimentaux utilisés (*i.e.* intergroupe *versus* intra-individuel) peuvent expliquer la divergence de ces résultats.

Les travaux traitant de l'équivalence des formats de passation ont également porté sur d'autres échelles servant à l'évaluation de la personnalité (Ployhart, Weekley, Holtz et Kemp, 2003 ; Naus, Philipp et Samsi, 2009). Une recherche (Naus et al., 2009) s'adressant à 76 étudiants propose la passation d'un questionnaire de personnalité (*i.e.* NEO-FFI³⁵). La procédure expérimentale propose deux formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé, mis en place selon un protocole intra-individuel. Les participants débutent de façon aléatoire par le format de passation traditionnel ou informatisée. La passation traditionnelle est effectuée individuellement en présence d'un expérimentateur et la passation informatisée est réalisée individuellement à domicile. Cette procédure permet de rester le plus proche possible des réalités de chacun des modes de passation. Une équivalence des formats

³⁴ Élément stable de la conduite d'une personne ; ce qui la caractérise et la différencie d'autrui (Dictionnaire de psychologie, Larousse).

³⁵ NEO-FFI (Costa et McCrae, 1992) : inventaire permettant la mesure de cinq dimensions de la personnalité.

de passation est démontrée pour certaines échelles (*i.e.* extraversion, névrosisme³⁶) mais pas pour d'autres (*i.e.* ouverture, agréabilité et la conscience³⁷).

2. Des tentatives d'explication des résultats contradictoires observés en matière d'équivalence psychométrique

Les études sur l'équivalence psychométrique des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisé des tests d'aptitude et d'attitude rapportent des conclusions divergentes. Pour les tests d'aptitude dits de puissance, l'équivalence psychométrique semble acquise. En effet, la non équivalence de cette catégorie de tests est justifiée par des contraintes techniques (*e.g.* matériel informatique, logiciel, *etc.*) ou ergonomiques (*i.e.* les deux modes de présentation sont différents) pouvant être facilement contrôlées. Toutefois, ces explications ne peuvent pas être avancées pour les tests d'aptitude dits de vitesse ou sur les tests d'attitude pour lesquels les résultats ne sont pas consensuels. D'un côté, l'inconsistance des résultats relevée pour les tests de vitesse peut être expliquée par des différences cognitives dans le traitement de l'information. D'un autre côté, les résultats non consensuels rencontrés sur les tests d'attitude restent inexplicables. Il semble que ce soient les réactions des individus (perçues auparavant comme un avantage, *cf.* chapitre 1, partie 2.1.1, page 10) qui conduisent à l'inconsistance des données recueillies. Concernant les tests d'attitude, deux types de limites inhérents à ces résultats contradictoires sont relevés. Une première limite est d'ordre méthodologique alors que la seconde est propre aux formats de passation et au contenu des tests d'attitude. Ces interprétations remettent en cause l'approche classique de l'équivalence psychométrique en faveur d'une approche qui se focaliserait davantage sur la perception de la situation de passation par le répondant.

³⁶ L'extraversion caractéristique des personnes qui parviennent facilement à aller vers les autres et qui témoignent d'habiletés particulières pour se positionner en tant que leader dans les équipes au sein desquelles elles interviennent (Bernaud, 1998). Le névrosisme évalue la stabilité émotionnelle du candidat. Sa capacité à gérer le stress ainsi que son aptitude à rebondir après un échec (Bernaud, *op. cit.*).

³⁷ L'ouverture correspond à la souplesse intellectuelle, à la créativité ainsi qu'à la capacité à accueillir positivement la nouveauté et les changements (Bernaud, *op. cit.*). L'agréabilité regroupe les tendances à se rendre disponible, accessible, à faire preuve d'empathie vis-à-vis des problèmes que les autres (collègues et ou collaborateurs) peuvent rencontrer au quotidien (Bernaud, *op. cit.*). La conscience caractérise les personnes dotées d'un tempérament méticuleux et consciencieux, qui s'attachent à traiter chacune de leurs tâches avec attention et professionnalisme (Bernaud, *op. cit.*).

2.1. Des facteurs méthodologiques non contrôlés

Des considérations méthodologiques peuvent expliquer les résultats contradictoires obtenus sur l'équivalence psychométrique des tests d'attitude. En effet, les protocoles expérimentaux varient d'une étude à l'autre (*e.g.* protocole intra ou intergroupe, *etc.*) et sont, par conséquent, difficilement comparables. Cette diversité des méthodologies de recherche peut être due à la difficulté de mettre en place une méthode de comparaison adéquate pour mesurer l'équivalence des formats de passation. Cette méthode requiert le contrôle d'un certain nombre de facteurs tels que les conditions de passation. Or, les recherches portant sur l'équivalence psychométrique des formats de passation ne le font pas systématiquement et omettent ainsi de prendre en considération les préconisations développées par la CIT ou la SFP (*cf.* chapitre 1, partie 1, page 6). Ces commissions soulignent effectivement la nécessité de standardiser au mieux les conditions de passation.

Au niveau du protocole expérimental, plusieurs limites sont à soulever. Premièrement, l'ergonomie des formats de passation (*i.e.* présentation et mode d'administration des items) n'est pas toujours construite de façon identique ce qui peut entraîner des conclusions erronées. Deuxièmement, les échantillons utilisés pour mesurer l'équivalence psychométrique des formats de passation d'un test ne sont que très rarement similaires (Epstein & Klinkenberg, 2001). Une solution est de recourir à une comparaison intra-individuelle et non à une comparaison intergroupe (Withaker, 2007 ; Epstein et Klinkenberg, *op. cit.*). Ce type de procédure est plus coûteux, notamment dans sa mise en place et dans le contrôle des passations. Mais, il garantit l'homogénéité des échantillons utilisés et, de fait, le bien-fondé de la comparaison (Epstein et Klinkenberg, *op. cit.*). De plus, les passations des différents formats d'un test doivent être effectuées dans des contextes de passation (*e.g.* absence ou présence d'autrui) aussi similaires que possible (Epstein et Klinkenberg, *op. cit.*). Or, on ne peut en être certain car ces contextes ne sont pas toujours précisés de façon explicite dans les études portant sur l'équivalence psychométrique.

2.2. Des limites propres aux formats informatisés

Une autre piste d'explication des résultats contradictoires obtenus sur l'équivalence des formats de passation peut être trouvée au niveau même des formats qui sont comparés ou au niveau du contenu du test d'attitude. Tout d'abord, les formats de passation traditionnels et informatisés induisent obligatoirement un mode de réponse différent (*i.e.* crayon *versus*

souris/clavier/écran tactile, *etc.*). Cette différence est suffisamment notoire pour provoquer des comportements de réponse différents en fonction des supports de passation (Walkstein, 1995). Ensuite, la divergence des résultats observée peut également être en lien avec le contenu des items. En effet, il semble que la non équivalence des formats de passation soit davantage marquée pour des items dits sensibles, c'est-à-dire en lien avec des données et réponses personnelles (*e.g.* comportements de santé autodéclarés). Pour cette catégorie d'items, les individus ont tendance à être plus honnêtes lors de passations informatisées en comparaison des passations papier/crayon (*e.g.* Evan et Miller, 1969 ; Hofer, 1985).

La question de l'équivalence psychométrique des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisé devient chaque jour un peu plus négligeable. En effet, les tests sont aujourd'hui soit directement créés sur ordinateur, soit étalonnés par les chercheurs qui ont ainsi suivi les différentes recommandations des commissions internationales et nationales régissant l'utilisation des tests (*cf.* chapitre 1, partie 1, page 6). L'équivalence psychométrique est nécessaire pour valider le passage d'un support de passation à un autre mais elle ne permet pas d'expliquer la divergence des comportements de réponse obtenus entre les différents formats de passation. Elle notifie ces différences mais ne les explique pas. Elle ne propose ni préconisations permettant la prévention de l'apparition de ces différences, ni solutions permettant de les éliminer. Malgré ces remarques, l'équivalence psychométrique est un concept utile et pertinent dans le cas de validation transculturelle d'un outil à un autre. Ce nouvel instrument a obligatoirement besoin de nouvelles normes psychométriques.

2.3. Conclusion : L'équivalence psychométrique, une approche nécessaire mais insuffisante

Alors que l'équivalence des formats de passation est acquise pour certaines catégories de tests (*cf.* chapitre 2, partie 1.2.1, page 23), certaines incertitudes subsistent vis-à-vis des tests d'attitude et, plus particulièrement, de ceux liés à l'évaluation de la personnalité et des comportements à risque (*cf.* chapitre 2, partie 1.2.2, page 25). Compte tenu des interrogations soulevées précédemment (*cf.* chapitre 2, partie 2, page 28), l'équivalence psychométrique se révèle être une approche nécessaire mais insuffisante. Les formats de passation papier/crayon et informatisés sont, de fait, très différents notamment au niveau ergonomique ce qui pose la question de la pertinence d'une approche comparative purement psychométrique. Le concept d'équivalence psychométrique ne permet pas de comprendre et d'expliquer les processus

sous-tendant les comportements de réponse différents en condition traditionnelle (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*cf.* chapitre 2, partie 2, page 28). Ce concept ne propose aucune solution pour remédier à ces écarts. Alors qu'une méthode de validation rigoureuse existe pour les traductions d'échelles (*cf.* chapitre 2, partie 1, page 19), aucun effort de conceptualisation méthodologique n'a été fait en ce qui concerne l'équivalence des formats de passation. Cela peut, en partie, expliquer les conclusions contradictoires des recherches précitées. Par ailleurs, l'objet d'étude de l'équivalence des formats de passation apparaît comme étant plus complexe que la simple validation d'une traduction puisqu'il implique des modifications dans le contexte de passation du fait de l'interaction indispensable avec la machine. Ainsi, Walkstein (1995) introduit la question de l'équivalence des différents formats de passation d'un test psychométrique de façon originale : «*Qu'advient-il d'un sujet que l'on soumet à un test psychologique traditionnel mais qui ignore les modalités d'utilisation du crayon ?* ». A cette question, nous pouvons tous répondre qu'à part de rares exceptions, toute personne ayant eu la possibilité de suivre un parcours scolaire minimal sait utiliser un crayon, outil quotidien et banal. Il pose ensuite une deuxième question qui donne tout son sens à cette interrogation : «*Qu'advient-il d'un sujet que l'on soumet à un test psychologique administré par ordinateur mais qui ignore le fonctionnement intrinsèque et les modalités d'appropriation d'un ensemble clavier-écran ?* ». L'outil informatique ne peut pas être considéré de façon aussi usuelle et banale que le crayon. La compréhension de l'interaction homme-ordinateur devient dès lors primordiale.

Par conséquent, un nouvel angle de vue doit être apporté aux études sur l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé, d'un test. Selon Honaker (1988), l'approche expérimentale induite par l'équivalence psychométrique doit être complétée par celle de l'équivalence expérientielle. Ce concept permet de comparer deux formats d'un test en tenant compte des réactions émotionnelles (*i.e.* attitude des répondants) inhérente à la passation (Honaker, *op. cit.*). La perception du contexte de passation doit être prise en compte et ce, notamment pour les tests d'attitude sur lesquels aucun consensus n'est trouvé (*cf.* chapitre 2, partie 1.2.2, page 25). Pour ces derniers, les progrès techniques ne sont pas garants d'une future équivalence des formats de passation (au contraire des tests d'aptitude, *cf.* chapitre 2, partie 1.2.1, page 23). Une piste d'explication de ces résultats inconsistants du point de vue du répondant semble pertinente. Une perception négative de l'ordinateur pourrait amener un participant à répondre plus négativement, sur certaines dimensions, ce qui ne refléterait donc pas sa « vraie » personnalité (Georges, Lankford et

Wilson, 1992). Un tel effet a été démontré pour des participants anxieux à l'idée de répondre *via* une interface informatisée (*cf.* chapitre 1, partie 2.1.2, page 12).

Baser la problématique de l'équivalence des formats de passation sur la perception de la passation par le répondant serait alors une approche complémentaire à celle de l'équivalence psychométrique. Une des limites relevées dans le cadre des recommandations sur le bon usage des tests (*cf.* chapitre 1, partie 1, page 6) est effectivement le manque de considération pour le répondant lui-même. Un positionnement intégrant ce dernier permettrait d'apporter des préconisations et/ou des solutions au regard de l'outil mais aussi de la personne testée, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui car les chercheurs se préoccupent quasi exclusivement de l'équivalence psychométrique.

3. L'équivalence expérientielle : une approche complémentaire

Les conclusions portées sur l'équivalence psychométrique des formats de passation démontrent que cette approche est nécessaire mais insuffisante : les critères psychométriques ne peuvent, à eux seuls, rendre compte des résultats obtenus et ce, notamment pour les tests d'attitude ou, plus spécifiquement, les inventaires de personnalité (Salgado et Moscoso, 2003). Cette question de l'équivalence ne peut, en effet, être résolue par une simple comparaison des scores obtenus en fonction de deux formats de passation différents. Les travaux la concernant doivent se focaliser sur des facteurs dispositionnels (*e.g.* attitude envers l'informatique, anxiété informatique, *etc.*) supposés permettre une meilleure compréhension de la perception que le répondant a : 1) de la situation de passation (Whitener et Klein, 1995 ; Gaudron, 1999b), 2) de la technologie utilisée dans le cadre de cette dernière (*i.e.* passation *via* un ordinateur connecté ou non à Internet) et 3) de son interaction avec l'ordinateur. Ces facteurs dispositionnels se retrouvent au sein d'un même concept : l'équivalence expérientielle.

3. 1. L'équivalence expérientielle ou la prise en considération du répondant

Allport (1935) définit la psychologie sociale comme une discipline scientifique cherchant à explorer la manière dont les pensées, les sentiments et les comportements des individus sont influencés par la présence réelle ou imaginaire d'autrui. Dès lors, l'individu, considéré comme un être social et pensant, va agir en fonction du contexte auquel il est confronté. Au sein de ce

contexte, les attitudes constituées en partie par des croyances vont guider le comportement de l'individu. La passation d'un test constitue en soi un contexte particulier où l'individu va agir en fonction des variables précitées (*i.e.* attitude). Le format informatisé représente à la fois une présence réelle, en tant que machine ou interface et, une présence imaginaire de par l'attitude formée à l'égard de cet outil. Comparer deux formats de passation d'un test au regard de l'équivalence psychométrique n'est donc pas suffisant. Il est nécessaire de prendre en compte les caractéristiques de la situation ainsi que celles propres à l'individu. Ces dernières sont, en effet, susceptibles d'influencer la perception que le répondant a du contexte de passation. Ces caractéristiques dispositionnelles sont représentées au sein du concept d'équivalence expérientielle.

Une difficulté dans l'évaluation de l'équivalence expérientielle provient du fait que ce concept induit une mesure subjective et instable à la fois dans le temps et dans les situations. L'expérience de la passation telle qu'elle est ressentie par le répondant peut évoluer dans le temps en fonction, par exemple, des entraînements proposés ou de son appropriation de l'outil. Cette expérience est également fonction du contexte : la passation ne sera pas perçue de la même façon s'il s'agit d'un recrutement ou d'une passation de test sans enjeu particulier. Enfin, l'expérience que le répondant a de la passation n'est pas une mesure quantifiable de façon unidimensionnelle. Il est donc nécessaire de considérer un nombre important de facteurs propres à l'individu car ceux-ci sont susceptibles d'influencer son comportement de réponse.

3.1.1. L'équivalence expérientielle : éléments de définition

L'équivalence expérientielle permet la comparaison des formats de passation d'un test au regard des réactions émotionnelles, perceptuelles et attitudinales du répondant vis-à-vis de ces formats (Honaker, 1988). Au sein de cette approche, l'expérience subjective de la passation (*i.e.* telle qu'elle est ressentie par le sujet) est considérée comme influençant les propriétés psychométriques (*e.g.* moyenne, écart-type, *cf.* chapitre 1, page 6) ou pas (*e.g.* la volonté de répondre à un test) d'un test (Honaker, *op. cit.*). Les attitudes du répondant envers le format de passation d'un test, ou les « représentations » au sens large qu'il en a, permettront une meilleure compréhension de ses comportements de réponse.

3.1.2. Impact de la perception individuelle de la passation sur les comportements de réponse à un test d'attitude

L'équivalence expérientielle peut intervenir de façon complémentaire ou indépendante vis-à-vis de l'équivalence psychométrique (Honaker, 1988). Deux formats de passation d'un même test peuvent ainsi satisfaire des critères psychométriques (*e.g.* des moyennes, des rangs, *etc.*, validés comme étant équivalents) alors que l'expérience subjective développée à leur propos diffère et est susceptible d'affecter les comportements de réponse obtenus. Lors de l'administration en condition informatisée d'un test de personnalité, les réactions émotionnelles envers ce format de passation différeront probablement d'un individu à un autre et pourront, de ce fait, influencer leur comportement de réponse (Skinner et Pakula, 1986). Une recherche (Georges, Lankford et Wilson, 1992), s'adressant à 97 étudiant(e)s volontaires et recrutés sur le campus universitaire, démontre cet effet des réactions affectives. Une fois au sein du laboratoire, les participants ont remplis un questionnaire de mesure de l'anxiété informatique, le *Computer Anxiety Rating Scale* (CARS, Heinssen, Glass et Knight, 1987) *via* un format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon). Ils ont ensuite été répartis de façon aléatoire soit dans la condition de passation informatisée ($n = 48$), soit dans la condition de passation traditionnelle (*i.e.* papier/crayon) ($n = 49$). Deux questionnaires de mesure d'affects négatifs leur ont alors été proposés : le *Beck Depression Inventory* (BDI, Beck, 1967) et le *State-Trait Anxiety Inventory* (STAI, Spielberger, Gorsuch et Luschene, 1970). Les passations informatisées et traditionnelles ont été conçues pour être aussi similaires que possible (*e.g.* possibilité de correction sur ordinateur comme sur papier, standardisation des consignes, *etc.*). Les résultats obtenus montrent que les scores d'affects négatifs (*i.e.* scores obtenus *via* le BDI et le STAI) sont plus élevés lors de la passation informatisée que durant la passation papier/crayon. Concernant le STAI, les résultats sont significatifs uniquement pour la dimension de l'anxiété-état et non pour l'anxiété-trait³⁸. Georges et ses collaborateurs (*op. cit.*) observent également une corrélation significative entre le niveau d'anxiété informatique mesuré par le CARS et les scores du BDI obtenus *via* le format informatisé : plus le niveau d'anxiété informatique est élevé, plus les scores de dépression augmentent. Par conséquent, l'anxiété informatique peut artificiellement augmenter les scores d'affects négatifs obtenus sur un format informatisé de passation. Allant dans ce sens, Walkstein (1995) insiste sur l'importance d'insérer des variables psychosociales

³⁸ L'anxiété-état caractérise une disposition temporaire chez l'individu activée par un stimulus spécifique. A *contrario*, l'anxiété-trait définit une disposition stable chez l'individu pouvant être considérée comme un trait de personnalité.

dans l'étude de l'équivalence des formats de passation. En effet, il met en évidence des conclusions aboutissant à une non équivalence des formats de passation et montre l'existence de différences au niveau des attitudes envers l'informatique.

3.2. Les composantes dispositionnelles de l'équivalence expérientielle

Au regard de la littérature, plusieurs variables dispositionnelles exercent une influence sur les comportements de réponse des participants confrontés à une passation informatisée. Les principaux facteurs dispositionnels recensés sont l'expérience informatique et l'anxiété informatique³⁹. Ils participent à la formation d'une variable plus générale : l'attitude envers l'informatique.

3.2.1. L'expérience informatique : une définition complexe

3.2.1.1. Expérience informatique et familiarité informatique

La littérature sur l'équivalence expérientielle met en évidence l'influence de l'expérience informatique des répondants sur les comportements de réponse obtenus lors de passations informatisées. Cette variable a été introduite dans les recherches pour différencier les individus novices en informatique des experts, ceux-ci étant supposés réagir différemment en situation de passation de tests informatisés. Deux définitions de l'expérience informatique semblent s'opposer. La première est relative aux caractéristiques de l'utilisateur (*e.g.* fréquence d'utilisation, nombre de cours avec ordinateur, possession d'un ordinateur, *etc.*). Toutefois, cette définition de l'expérience informatique ne permet pas de savoir si l'utilisateur maîtrise ou non l'outil informatique ou s'il possède des connaissances sur ce dernier. Potosky et Bobko (1998) proposent une seconde définition et considèrent l'expérience informatique comme le degré avec lequel l'individu comprend l'utilisation même de l'ordinateur. Au regard de cette définition, un utilisateur expérimenté est ainsi considéré comme un individu possédant des savoirs et savoir-faire sur l'ordinateur en lui-même, sur les caractéristiques du matériel informatique qui s'y rattache, sur les logiciels nécessaires à son fonctionnement et sur les raisons de la mise en place de procédures informatisées spécifiques (*e.g.* programmation). Par ailleurs, le concept d'expérience informatique est souvent confondu, dans les recherches, avec celui de familiarité informatique. La frontière entre ces deux notions est mince puisqu'un entraînement réalisé sur un logiciel ou sur un outil informatique revient à

³⁹ De nombreux facteurs dispositionnels tels que le locus de contrôle ou le sentiment d'auto efficacité ont également été abordés dans la littérature.

familiariser l'individu avec ce dernier et à lui faire ainsi acquérir des compétences théoriques et pratiques. Le concept d'expérience informatique serait donc à considérer comme un facteur plus global dont la familiarité informatique serait une composante, une facette. Celle-ci est mesurée, dans la plupart des études portant sur l'équivalence expérientielle des formats de passation, par le biais de questionnaires évaluant le temps passé sur ordinateur et/ou la possession de ce dernier. Elle peut également être induite par le biais d'un entraînement (Gaudron, 1999b). Certains travaux traitant de l'expérience informatique ont effectivement supposé que la mise en place d'entraînements réduirait la surcharge consécutive à une activité de double tâche induite par la confrontation avec un outil non connu (Walkstein, 1995). Cette hypothèse est validée par une étude de Walkstein (non publiée) s'adressant à 22 stagiaires de l'AFPA⁴⁰. Ceux-ci répondent à une série de tests de concentration et à une épreuve de raisonnement soit en format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon), soit en format de passation informatisé. Ces passations sont précédées ou non d'un entraînement. Ce dernier permet la familiarisation des participants avec les deux supports de passation mais ne peut, selon Walkstein (*op. cit.*), être assimilé à un effet d'apprentissage des tests d'aptitude en eux-mêmes. En effet, les modes de résolution ainsi que les types de problème présentés durant l'entraînement diffèrent de ceux soumis durant la passation effective du test. Les résultats observés indiquent que, lors des passations informatisées, les performances des répondants sont meilleures après un entraînement que sans ce dernier.

L'expérience informatique dans sa globalité est peu manipulée car sa mesure est plus difficile à mettre en œuvre que la simple opérationnalisation de la familiarité informatique par le biais d'un entraînement. Il n'est pas aisé de mesurer des savoir et/ou du savoir-faire à propos de l'ordinateur ou d'une application donnée.

3.2.1.2. Expérience informatique objective et expérience informatique subjective

L'expérience informatique peut être décomposée en deux sous dimensions : l'expérience informatique objective et l'expérience informatique subjective (Smith, Caputi et Rawstorne, 2007).

L'expérience informatique objective se réfère à ce qui est observable durant l'interaction entre l'homme et l'ordinateur. Elle est, notamment, évaluée par des items mesurant le degré et le niveau d'expérience acquis sur ordinateur. Selon Jones et Clark

⁴⁰ AFPA : Association nationale pour la Formation Professionnelle des Adultes.

(1995), l'expérience informatique objective se compose de quatre dimensions : les opportunités d'utilisation de l'ordinateur, l'étendue de l'expérience acquise, le nombre d'expériences comprenant l'ordinateur et les sources d'information consultées sur l'utilisation des ordinateurs. Les trois premiers facteurs (*i.e.* opportunité d'utilisation, diversité et quantité de l'expérience) sont considérés comme de l'expérience informatique objective et directe (Smith, Caputi et Rawstorne, 2007). Les opportunités d'utilisation ainsi que la quantité d'expérience impliquent un accès facilité aux ressources informatiques et, de ce fait, leur utilisation répétée. La diversité de l'expérience prend en compte la variété des usages effectués *via* l'outil informatique. Le quatrième et dernier facteur (*i.e.* la source de l'information) se rapporte aux informations transmises sur l'usage des ordinateurs. Ce facteur est considéré comme de l'expérience objective indirecte puisqu'il ne nécessite pas une interaction physique de l'individu avec l'ordinateur. Ces informations peuvent être acquises par la lecture, par observation ou par écoute de l'expérience d'autrui.

L'expérience informatique subjective est, quant à elle, définie en tant que processus latent issu de l'expérience intime ou interne de l'individu avec l'ordinateur (Reber, 1985). Smith et al. (2007) définissent ces processus latents sur des dimensions tant psychologiques que physiologiques. Cette expérience informatique subjective est donc un état psychologique privé reflétant les sentiments et pensées d'un individu confronté à un ordinateur : elle se compose donc de processus affectifs (*i.e.* sentiment) et cognitifs (*i.e.* pensée).

3.2.1.3. La mesure de l'expérience informatique

De nombreuses variables sont utilisées pour rendre compte du concept d'expérience informatique. La fréquence d'utilisation, le nombre de cours scolaires incluant l'ordinateur, la possession d'un ordinateur ou l'accès à un ordinateur sont autant de moyens de cerner cette notion d'expérience (Taylor, Kirsch, Eignor et Jamieson, 1999, pour revue). La pluralité des définitions accordée au concept d'expérience informatique aboutit à une diversité des outils de mesure utilisés. Par ailleurs, les mesures de l'expérience informatique ne sont pas toujours précisées dans les protocoles expérimentaux (*e.g.* Lautenschlager et Flaherty, 1990 ; Schulberg, 1988), ce qui accentue la mauvaise compréhension du concept. De la même façon, les construits théoriques sous-jacents au concept d'expérience informatique sont la plupart du temps très vagues. En conséquence, la mesure de l'expérience informatique est inconsistante. Ainsi, le champ de recherche dédié à l'expérience informatique ne permet pas de statuer sur son influence durant les passations informatisées.

3.2.2. L'anxiété informatique : un concept très étudié

La notion d'anxiété informatique apparaît dans les années 1980. Elle provoque une littérature fournie sur sa définition, sa mesure, ses effets ainsi que sur les précautions à prendre ou les traitements recommandés pour pallier son influence négative sur les comportements de réponse des individus anxieux vis-à-vis de l'ordinateur. Elle a essentiellement été étudiée dans le domaine de l'éducation en supposant notamment que l'anxiété informatique aurait des conséquences négatives sur l'apprentissage (Gaudron, 1999a).

3.2.2.1. Définition de l'anxiété informatique et approfondissements

L'anxiété informatique est une réaction émotionnelle négative, proche de réactions plus connues comme la peur ou l'appréhension (Cambre et Cook, 1985). Elle se réfère plus précisément à des émotions et à des cognitions négatives évoquées dans le cadre d'une interaction réelle ou imaginaire avec les ordinateurs (Bozionelos, 2001). Elle peut se manifester alors que l'individu n'a pas à travailler sur ordinateur mais qu'il se trouve à proximité de ce dernier ou d'une salle informatique. Dans les cas les plus extrêmes, se trouver à proximité d'ordinateurs peut déclencher une crise d'angoisse. L'anxiété informatique induit des réactions comportementales typiques (Bozionelos, *op. cit.*) telles que l'évitement des lieux où se trouvent des ordinateurs ou de tâches nécessitant leur utilisation, une prudence excessive vis-à-vis du matériel informatique, des remarques négatives sur les technologies informatiques en général, *etc.* Ainsi, un sujet anxieux vis-à-vis de l'informatique produit davantage d'erreurs et/ou met plus de temps pour réaliser une tâche informatisée (Rosen et Maguire, 1990 ; Glass et Knight, 1988). Cependant, ces conclusions sont remises en cause par une étude de Gaudron (1998a) s'adressant à cent soixante-et-un étudiants qui étudie le lien entre le niveau d'anxiété et les résultats à un test automatisé d'intelligence présenté sur un format traditionnel (*i.e.* B-53⁴¹) ou informatisé (*i.e.* PMA⁴²). Les résultats montrent que, contrairement à ce qui a été montré dans les études précédentes, l'anxiété informatique ne semble pas affecter les scores obtenus à des tests d'intelligence (Gaudron, *op. cit.*). Des résultats similaires ont été obtenus pour des tests de performance (Gaudron, 1999a).

Beckers, Wicherts et Schmidt (2007) ont mené deux études ayant pour objectif de catégoriser l'anxiété informatique en tant qu'une forme d'anxiété-trait ou d'anxiété-état. Dans

⁴¹ B-53 (Bonnardel, 1977) : test de raisonnement non verbal.

⁴² PMA (Raven, 1990) : matrices progressives de Raven.

la première étude (Beckers et al., *op. cit.*), 459 étudiants en psychologie répondent, sur un format papier/crayon, à un questionnaire d'anxiété informatique, le *Beckers and Schmidt Computer Anxiety Scale* (BSCA, Beckers et Schmidt, 2001) ainsi qu'à une échelle d'évaluation des humeurs-états négatives, le *Profile Of Mood States* (POMS, Wald et Mellenbergh, 1990). Quatre semaines plus tard, ces mêmes étudiants doivent répondre à un questionnaire d'évaluation des humeurs-états négatives. Ils sont, dès lors, répartis selon deux conditions expérimentales : la première proposant un format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon), et la seconde un format de passation informatisé. Cette dernière permet d'introduire la cible de l'anxiété (*i.e.* l'ordinateur). Les résultats montrent que l'anxiété informatique relève d'une dualité entre les dimensions trait et état (*cf.* chapitre 2, partie 3.1.2, page 33). En effet, l'humeur-trait négative est corrélée positivement avec l'anxiété informatique et ce, indépendamment de la présence ou non de l'ordinateur. De plus, pour les participants en condition informatisée, l'anxiété informatique est positivement corrélée à l'anxiété-état. Les auteurs (Beckers, Wicherts et Schmidt, *op. cit.*) nuancent leurs conclusions au regard de deux limites : 1) la pertinence de la mesure de cette distinction trait/état et 2) la procédure intergroupe utilisée dans cette expérience. Beckers et al. (*op. cit.*) ont donc conduit une seconde étude ($n = 366$ étudiants en psychologie) pour répondre à ces limites en intégrant une nouvelle mesure de l'anxiété-état et trait (le STAI⁴³, Spielberger, Gorsuch et Lushene, 1983) et une comparaison intragroupe. Comme pour la précédente expérience, le protocole comprend deux étapes. La première permet la complétion du questionnaire d'anxiété informatique (le BSCA, Beckers et Schmidt, *op. cit.*) sur un format de passation papier/crayon. La seconde induit la complétion de la moitié des items du STAI (Spielberger, Gorsuch et Lushene, *op. cit.*) en condition papier/crayon et des items restants en condition informatisée. L'ordre des formats de passation du questionnaire est contrebalancé. Les résultats sont consistants avec ceux de la première étude. Beckers et al. (*op. cit.*) concluent que l'anxiété informatique est plus fortement corrélée avec l'anxiété-trait qu'avec l'anxiété état, cette dernière n'apparaissant qu'en présence de l'outil informatique. Par ailleurs, Gaudron et Vignoli (2002) montrent une augmentation du niveau de l'anxiété-état si un individu est exposé à une situation stressante (*e.g.* passation d'un test *via* un format de passation informatisé) et congruente avec sa dimension d'anxiété-trait (*e.g.* anxiété vis-à-vis des évaluations informatisées). En d'autres termes, si un participant assimile les passations informatisées à une évaluation et que celle-ci l'angoisse systématiquement (*i.e.* un degré élevé

⁴³ STAI : *State-Trait Anxiety Inventory*.

d'anxiété-trait par rapport à la dimension d'évaluation sociale) alors un haut niveau d'anxiété-état apparaît. S'il n'y a pas congruence entre la situation et la dimension sur laquelle l'individu est caractérisé comme anxieux (*i.e.* un haut degré d'anxiété-trait) alors aucun effet n'est observé sur le degré d'anxiété-état.

3.2.2.2. Modélisation du concept d'anxiété informatique

L'anxiété informatique est considérée comme un processus complexe et multidimensionnel (Chua, Chen & Wong, 1999) dont la définition n'apparaît pas comme consensuelle au sein de la littérature. Alors que Marcoulides et Wang (1990) distinguent deux dimensions de l'anxiété informatique : l'anxiété générale et l'anxiété liée à l'outil, d'autres chercheurs se focalisent, quant à eux, sur les manifestations de l'anxiété. En ce sens, Howard (1986) décrit l'anxiété informatique en fonction de sa durée (*i.e.* temporaire *versus* permanente) et de son intensité (*i.e.* normale *versus* pathologique). Les différentes approches de l'anxiété informatique ont ainsi donné lieu à la création de nombreux instruments de mesure (Gaudron, 1998b). Les échelles mesurant l'anxiété informatique présentent majoritairement les mêmes caractéristiques : une mesure auto-évaluative et des modalités de réponses *via* une échelle de type Likert (Gaudron, *op. cit.*). La principale limite de ces outils est qu'une minorité d'entre eux est basée sur des fondements théoriques approfondis et pertinents (Gaudron, *op. cit.*; Lalomia et Sidowski, 1993). Cependant, des analyses factorielles menées sur ces échelles d'anxiété font apparaître quasi systématiquement apparaître trois facteurs théoriques, comme par exemple pour la structure du CARS, (Heinssen, Glass et Knight, 1987 ; Torkzadeh et Angulo, 1992). Ceux-ci permettent de faire le lien entre l'anxiété informatique et le concept d'attitude. En effet, Ils correspondent aux composantes comportementales, affectives et cognitives du modèle tridimensionnel de l'attitude (Rosenberg et Hovland, 1960). Le premier facteur des échelles d'anxiété informatique : la composante comportementale de l'attitude, est constitué d'items relatifs aux attentes positives vis-à-vis des ordinateurs ou, *a contrario*, à leur évitement (qui se traduit le plus souvent par une absence d'utilisation de l'outil informatique). Le second facteur des échelles d'anxiété informatique : la composante affective de l'attitude, se caractérise par des items portant sur la confiance en soi, sur la sous-estimation de ses capacités ou sur l'appréhension devant l'utilisation de l'ordinateur. Le troisième facteur des échelles d'anxiété informatique : la composante cognitive, regroupe des items centrés sur les conséquences négatives (en termes de représentations) pour la société des usages de l'outil informatique.

Comme mentionné auparavant (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.2.1, page 38), l'anxiété informatique a pour conséquence effective un évitement de l'outil informatique en lui-même et des applications qu'il engendre d'où un non usage des ordinateurs. Cet évitement est justifié théoriquement à travers trois approches : psychologique, sociologique et opérationnelle. L'approche psychologique conçoit l'évitement comme une peur, chez l'individu, d'endommager l'outil informatique. L'approche sociologique le définit également comme une peur mais, cette fois-ci, des changements sociaux (*e.g.* peur que l'ordinateur contribue à la perte des emplois, *etc.*). Enfin, l'approche opérationnelle insiste sur la peur de mal réaliser une tâche sur l'outil informatique et, ainsi, d'être à l'origine de problèmes ou de dysfonctionnements au sein des organisations.

3.2.2.3. Les principaux facteurs supposés influencer l'apparition de l'anxiété informatique

Howard et Smith (1996) ont tout d'abord postulé que l'exposition croissante aux TIC tendrait à dissiper voire à faire totalement disparaître l'anxiété informatique. Or, Bozionelos (2001) réfute cette hypothèse et tend à être plus pessimiste. Dans une recherche, cet auteur s'intéresse à expliciter les liens existants entre l'anxiété informatique⁴⁴, le niveau d'expérience⁴⁵ et le niveau de précocité d'exposition à l'outil informatique⁴⁶. Cette étude s'adresse à trois échantillons indépendants. Les deux premiers échantillons regroupent des participants d'environ 30 ans ayant une expérience des TIC soit grande (Groupe 1, $n = 228$), soit faible (Groupe 2, $n = 67$). Le troisième groupe se compose d'étudiants plus jeune (âge moyen = 21,82 ans) mais expérimentés (Groupe 3, $n = 220$). Ainsi, la population expérimentale met en avant deux générations de participants qui se distinguent par leurs degrés d'exposition aux TIC et la précocité de celle-ci. En effet, les étudiants se démarquent des deux autres groupes car ils sont considérés comme ayant très tôt utilisé des applications informatiques. Ces trois groupes doivent répondre, *via* un format de passation papier/crayon, à une échelle d'anxiété informatique (inspirée du *Computer Anxiety Rating Scale*, Heinssen, Glass et Knight, 1987) ainsi qu'à un questionnaire d'expérience informatique conçu pour cette

⁴⁴ L'anxiété informatique est mesurée par une échelle, inspirée par celle de Heinssen, Glass et Knight (1987) et adaptée par Bozionelos (1996) à la population britannique. Il n'est pas précisé si les items renvoient à de l'anxiété état ou trait. Cependant, étant donné qu'ils sont très contextualisés, nous pouvons penser qu'ils réfèrent à de l'anxiété-état, c'est-à-dire un degré d'anxiété activée en présence de l'ordinateur (*cf.* chapitre 2, partie 3.1.2, page 33).

⁴⁵ La mesure de l'expérience informatique n'est pas précisée explicitement mais elle est constituée d'items relatifs à l'utilisation de certaines applications informatiques (expérimenté *versus* non expérimenté). Cela réfère à de l'expérience informatique objective (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.1.2, page 36).

⁴⁶ Ce niveau d'exposition aux TIC est uniquement mesuré par l'âge des participants.

étude. Les statistiques descriptives montrent que le troisième échantillon signale un score d'anxiété informatique plus élevé par rapport aux deux autres échantillons. Une corrélation négative entre l'âge et l'anxiété est ainsi démontrée : plus les individus sont jeunes, plus leur score d'anxiété informatique est élevé. De plus, Bozionelos (*op. cit.*) remarque que son échantillon constitué d'étudiants exprime davantage d'inconfort psychologique par rapport aux ordinateurs que les individus plus âgés composant les groupes expérimentaux.

Le second déterminant de l'anxiété informatique est lié au fait de se sentir incapable de contrôler ce qui nous arrive lorsque l'on est confronté à un ordinateur (*i.e.* le locus de contrôle, Charlton, 2005). Le *locus* de contrôle (Rotter, 1966) rend compte des attentes des individus concernant l'obtention de renforcements (*i.e.* sanctions positives ou négatives). Ces derniers peuvent être considérés comme résultant de ses propres efforts (*i.e.* causalité interne) ou comme résultant de facteurs contextuels tels que la chance ou le pouvoir d'autrui (*i.e.* causalité externe). Par conséquent, les internes seraient davantage motivées à maîtriser leur environnement que les externes puisque les premiers ont le sentiment que leurs efforts auront une influence sur les résultats obtenus (Phares, 1976). Ils seront ainsi moins anxieux vis-à-vis de l'outil informatique (Charlton, *op. cit.*). Cependant, les données expérimentales recueillies en la matière sont contradictoires. Le manque d'outils de mesure du locus de contrôle adaptés à l'outil informatique serait à l'origine de ces contradictions (Charlton, *op. cit.*).

3.2.3. L'attitude envers l'informatique

3.2.3.1. Eléments de définition

L'influence de l'attitude envers l'informatique a été étudiée dans de nombreux domaines dont celui de l'éducation et des tests d'aptitude (*e.g.* test de performance en mathématique, en langue, *etc.*, *cf.* chapitre 2, partie 1.2, page 23). Dans le domaine de l'éducation, les études portent principalement sur la compréhension de freins possibles aux méthodes d'apprentissage informatisées, considérées comme étant *a priori* plus performantes que les méthodes d'apprentissage traditionnelles (Teo, 2008). Des recherches similaires ont été menées dans le domaine de l'entreprise (*e.g.* Al-Khabri et Al-Jabri, 1998). Elles visent notamment à comprendre la relation attitude/comportement et à déterminer les facteurs d'utilisation de nouvelles technologies implantées dans les entreprises. Elles ont ainsi montré qu'une attitude positive envers l'informatique était un bon prédicteur de l'intention d'usage d'une technologie s'y rattachant (*e.g.* Huang et Liaw, 2005 ; Smith et Oosthuizen, 2006).

Cette attitude positive participerait également à une utilisation plus importante de cette dernière. Enfin, une corrélation positive entre l'attitude envers l'informatique et la réussite à des examens informatisés a été validée (Sankaran, Sankaran et Bui, 2000).

Comme l'anxiété informatique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.2, page 38), l'attitude envers l'informatique se définit par la prise en compte des trois dimensions affective, cognitive et conative (Rosenberg et Hovland, 1960). La dimension affective de l'attitude se caractérise par une évaluation de l'objet d'attitude (ici : le format de passation) négative ou positive (*i.e.* j'aime / je n'aime pas). La dimension cognitive est constituée de l'ensemble des éléments de connaissance (*i.e.* informations, croyances, *etc.*) en lien avec la cible. Enfin, la dimension conative renvoie à l'ensemble des comportements (*e.g.* comportement de réponse, comportement d'utilisation, *etc.*) passés, présents et futurs (*i.e.* intention comportementale) en lien avec l'objet cible. Le concept d'attitude envers l'informatique est très proche de l'anxiété informatique et ceux-ci peuvent parfois être confondus. Cependant, en plus de sa composante relative à l'anxiété informatique, l'attitude envers l'informatique inclut également des composantes liées à la satisfaction (*i.e.* plaisir lié à l'utilisation de l'ordinateur) et à l'utilité perçue (*i.e.* importance de l'ordinateur, Divine, Wilson et Daubek, 1997 ; Woodrow, 1991).

L'informatique constitue un objet, une cible spécifique de l'attitude. Par conséquent, l'attitude envers l'informatique n'est qu'une extension du concept général d'attitude. Comprendre le concept d'attitude envers l'informatique est un enjeu important. En effet, Huang et Liaw (2005) estiment qu'aussi puissante et sophistiquée que puisse être une technologie, la réussite de son implantation au sein d'une entreprise (donc sa bonne utilisation) n'est possible que si l'individu possède une attitude positive ou favorable vis-à-vis de celle-ci.

3.2.3.2. La mesure de l'attitude envers l'informatique

Shaft, Sharfman et Wu (2004) dénombrent *a minima* une trentaine d'instruments de mesure différents de l'attitude envers l'informatique dont les construits varient dans leur définition (Kay, 1998). En plus ou à la place de la mesure tridimensionnelle traditionnelle de l'attitude envers l'informatique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.3.1, page 42), de nombreuses échelles ont en commun une mesure de l'attitude envers l'informatique basée sur la satisfaction envers l'informatique (Teo, 2008, Woodrow, 1991), l'anxiété informatique (Teo, *op. cit.* Woodrow, *op. cit.*) et l'utilité perçue des technologies informatisées (Brock et Sulsky, 1994 ; Byrd et Koohang, 1989 ; Lee, 1970 ; Teo, *op. cit.* ; Woodrow, *op. cit.*). Par exemple,

Teo (*op. cit.*) propose d'évaluer l'attitude envers l'informatique de 183 étudiants à partir d'un questionnaire, le *Computer Attitude Questionnaire* (CAQ, Knezek, Christensen et Miyashiyta 1998), composé de sous échelles évaluant notamment l'utilité perçue de l'informatique, la satisfaction envers l'informatique et l'anxiété informatique⁴⁷. Cette étude démontre que l'anxiété est corrélée négativement avec l'attitude envers l'informatique au contraire de la satisfaction envers l'informatique et l'utilité perçue des technologies s'y rapportant.

Les échelles de mesure de l'attitude envers l'informatique ont évolué en même temps que les TIC. L'échelle de Nickell et Pinto (*i.e.* le *Computer Attitude Scale*, CAS, 1986) est un exemple de cette évolution. Plusieurs validations de cette échelle (Nickel et Pinto, *op. cit.* ; Harrison et Rainer, 1992 ; Rainer et Miller, 1992) ont ainsi été menées.. Elles confirment la pertinence de sa mesure et de sa structure tridimensionnelle. Ainsi, Durndell et Haag (2002) ont conservé la structure factorielle du CAS et ses items mais ont choisi dans le même temps d'en modifier l'objet d'attitude. Alors que son premier objet d'attitude est l'ordinateur à proprement dit, Durndell et Haag (*op. cit.*) orientent les items de cette échelle d'attitude envers l'informatique vers un objet plus actuel : Internet. Cependant, cette adaptation ne fait l'objet d'aucune validation et est simplement justifiée par le fait que ces deux objets ne sont en fait qu'un seul et même média (*i.e.* écran et clavier). Elle permet ainsi d'avoir deux outils basés sur une même structure pouvant à la fois mesurer des attitudes concernant l'informatique classique (*i.e.* non connecté à Internet) et des attitudes plus récemment formées portant sur les connexions à distance ou *online* (*i.e.* Internet).

La totalité des échelles destinée à mesurer l'attitude envers l'informatique a pour avantage de cerner ses différentes facettes. Cependant, comme pour l'anxiété informatique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.2, page 38), se pose la question de la comparabilité des résultats ainsi obtenus : comment comprendre et recenser l'impact d'un concept évalué à partir d'échelles différentes ?

De plus, des limites d'ordre méthodologiques et conceptuelles sont relevées. D'une part, les échelles d'attitude envers internet comportent des limites relatives à la méthodologie de validation employée : 1) la population de référence est le plus souvent constituée d'étudiants et rarement à partir d'autres types de populations et 2) les critères psychométriques liés à la validité manquent de rigueur (*i.e.* peu ou pas de test-retest ; validité de contenu assez faible, Morse, Gullekson, Morris et Popovich, 2011). D'autre part, les travaux manipulant le concept d'attitude se focalisent généralement sur l'une de ses facettes

⁴⁷ L'intégralité des sous échelles de ce questionnaire portent sur l'utilité perçue de l'ordinateur, le plaisir, la motivation, les habitudes scolaires, l'empathie, la créativité, l'anxiété et l'isolement.

(e.g. la satisfaction ou l'anxiété informatique ; Gaudron, 1999b). Il est, de ce fait, difficile de trouver une échelle permettant une mesure à la fois suffisamment précise (*i.e.* sur un objet d'attitude ne portant pas à quiproquo) et globale (*i.e.* permettant la prise en considération des différents aspects de l'attitude).

3.2.4. Conclusion : L'acceptabilité sociale, une solution face à l'insuffisance des mesures d'attitude envers l'informatique

L'originalité de l'approche expérientielle réside dans le fait qu'elle propose une comparaison des formats de passation au regard des réactions émotionnelles et/ou attitudinales des individus vis-à-vis du format de passation (et non pas uniquement des critères psychométriques). Parmi ces variables dispositionnelles, l'expérience et l'anxiété informatique semblent influencer la perception du contexte de passation. L'attitude envers l'informatique, en partie formée par les variables précitées : l'expérience informatique et l'anxiété informatique, influence aussi cette interaction. Des corrélations positives entre l'expérience informatique (*i.e.* la possession d'un ordinateur, la perception d'aptitudes liées à l'informatique ou la fréquence d'utilisation de l'ordinateur) et l'attitude envers l'informatique sont relevées (Korobili, Togia et Malliari, sous presse). Ces corrélations existent également entre certaines dimensions de l'attitude (*i.e.* l'utilité perçue d'une technologie) et la confiance relative en cette dernière⁴⁸ (Al-Khadi et Al-Jabri, 1998 ; Divine, Wilson et Daubek, 1997). Ces constats démontrent que les variables dispositionnelles ne peuvent être étudiées de façon isolée. *A contrario*, elles nécessitent donc une prise en compte globale. Cette nouvelle perspective d'étude est possible par le concept d'acceptabilité sociale et plus précisément par le modèle TAM⁴⁹ (Davis, 1989). Ce dernier permet effectivement une approche de l'acceptation d'une technologie au travers des perceptions individuelles portant sur l'utilité perçue, la facilité d'utilisation perçue ou sur le contrôle perçu⁵⁰. Son opérationnalisation est possible *via* une extension du modèle TAM⁵¹ (Davis, 1989) : le TAM 2 (Venkatesh et Davis, 2000). Celui-ci se situe dans les lignées des théories visant à expliquer le lien entre l'attitude

⁴⁸ La confiance envers une technologie est considérée comme la dimension contraire de l'anxiété informatique.

⁴⁹ Il est possible de relever l'existence d'autres modèles que le TAM. Cependant, une revue des différents modèles disponibles n'est pas le propos de cette thèse. L'acceptabilité sociale est ici présentée comme une alternative possible aux limites précitées portant sur l'approche expérientielle et les diverses mesures qui lui sont associées.

⁵⁰ Ces différentes perceptions étaient présentées lors de l'étude des variables d'expérience informatique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.1, page 35), d'anxiété informatique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.2, page 38) et d'attitude envers l'informatique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.3, page 42).

⁵¹ TAM : *Technologie Acceptance Model*.

et le comportement (TAR⁵², Fishbein et Ajzen, 1975 ; TCP⁵³, Ajzen, 1985 ; Terrade et al., 2010 pour une revue). Il possède l'avantage d'être plus spécifique et adapté à l'étude des TIC. Utilisé dans de nombreuses études et faisant l'objet de plusieurs méta analyses (*e.g.* Legris, Ingham et Colerette, 2003), le TAM 2 est un modèle reconnu pour la fiabilité et la pertinence de la mesure qu'il induit ainsi que pour la part de variance expliquée par l'intégration de déterminants psychosociaux tels que la norme sociale (Deconde, 2009). Par ailleurs, utiliser une mesure d'acceptabilité sociale permet également de focaliser l'équivalence expérientielle au regard de l'usage d'un format de passation. Cette notion d'usage, d'ores et déjà sous jacente dans les mesures relatives à l'expérience ou à l'attitude envers l'informatique, est rendue plus explicite par l'utilisation du questionnaire issu du TAM 2, outil permettant de les appréhender de façon plus précises.

⁵² TAR : *Théorie de l'Action Raisonnée*.

⁵³ TCP : *Théorie du Comportement Planifié*.

Conclusion du chapitre 2

Le bilan des recherches portant sur l'équivalence psychométrique des tests d'aptitude montre une équivalence acquise pour les tests de performance. Des résultats contradictoires sont justifiés par des facteurs techniques et/ou ergonomiques voire un traitement de l'information spécifique pour ce qui concerne les tests de vitesse (*cf.* chapitre 2, partie 1.2.1.2, page 24). Cependant, rien ne laisse penser que l'équivalence des formats de passation est acquise pour les tests d'attitude. Valider les différents formats de passation d'un test est une étape nécessaire à son utilisation. Cette validation doit, bien entendu, passer par des critères psychométriques mais certaines limites relevées tendent à démontrer qu'ils ne sont pas suffisants pour statuer sur l'équivalence des différents formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé d'un test d'attitude.

Certains chercheurs (Meade, Michels et Lautenschlager, 2007) ont effectivement posé les limites de la notion d'équivalence psychométrique en démontrant que des conclusions psychométriques, satisfaisant les critères nécessaires à la validation de l'équivalence de deux formats de passation d'un test, ne peuvent certifier l'obtention de conclusions, d'interprétations et de construits similaires, notamment pour certaines échelles de personnalité. D'autres (Buchanan, 2000) vont plus loin en montrant que des caractéristiques propres aux individus, tel qu'un manque de familiarité avec l'outil informatique, peut interférer avec les construits mesurés dans cette condition et remettre en cause l'équivalence des formats de passation d'un test. Ces résultats recourent les préconisations apportées par Schulenberg et Yutrzenka (2004, *cf.* chapitre 1, partie 2.1.2, 12). Il paraît important de prendre en considération les besoins et les ressentis du répondant pour mieux comprendre la problématique de l'équivalence des passations traditionnelles (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisées. L'influence des réactions individuelles et subjectives de chaque répondant peut être étudiée par la prise en compte de l'équivalence expérientielle (*cf.* chapitre 2, partie 3, page 32). Cette perspective théorique propose de concevoir les facteurs dispositionnels comme étant susceptibles d'influencer les comportements de réponse obtenus lors de passations informatisées. Ainsi, le bilan des recherches sur les tests d'attitude supportant soit le concept d'équivalence psychométrique, soit celui d'expérientielle montre que cette catégorie de tests est influencée par les dispositions des répondants vis-à-vis des formats de passation informatisés (*cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 35). Les tests d'attitude évaluent effectivement des données dites sensibles pour le répondant et peuvent être perçus comme un

jugement sur la personne. Le répondant a alors tendance à protéger l'image qu'il revoit *via* ses réponses, c'est-à-dire à les falsifier (de manière consciente ou non) de façon « à faire bonne impression ». L'individu tend, en conséquence, à se présenter sous un jour favorable, comme pour se défendre d'un mauvais jugement susceptible d'être réalisé sur sa personne.

Deux limites à ces bilans empiriques doivent être relevées. Premièrement, l'approche expérientielle est desservie par la pluralité des mesures (*i.e.* nombreux facteurs dispositionnels à prendre en compte) qui lui sont associée. Utiliser une mesure plus globale pourra être un avantage permettant de répondre aux conclusions divergentes sur l'équivalence des tests d'attitude. Pour ce faire, le modèle du TAM 2 semble adapté à l'étude de cette problématique. Deuxièmement, bien que l'approche expérientielle permette de ne pas se focaliser uniquement sur la problématique de l'équivalence de l'objet de mesure, elle ne permet toutefois pas une étude du contexte de passation. Ce dernier paraît, en effet, susceptible d'être un facteur influençant la problématique de l'équivalence des formats de passation des tests d'attitude car ceux-ci sont définis comme étant sensibles aux modifications contextuelles (*cf.* chapitre 2, partie 1.2.2, page 25). Il sera donc nécessaire de le prendre en considération.

Chapitre 3 : L'influence des facteurs contextuels sur l'équivalence des formats de passation traditionnels *versus* informatisés

Comme souligné dans le chapitre précédent, l'approche psychométrique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé est nécessaire mais insuffisante car elle n'explique pas les différences observées selon les conditions d'administration. La prise en considération, dans ce cadre théorique, des réactions émotionnelles du répondant (*i.e.* l'approche expérientielle) telles que l'expérience informatique ou l'anxiété informatique apparaît comme une avancée notoire (Salgado et Moscoso, 2003 ; *cf.* chapitre 2, partie 3, page 32). Toutefois, les résultats obtenus à partir de tests dits d'attitude sont inconsistants et soulignent la nécessité de considérer des variables contextuelles. Ces tests d'attitude mesurent des caractéristiques personnelles en relation avec le comportement et la manière d'être en société (Capel, 2009 ; *cf.* chapitre 2, partie 1.2, page 23). Leur objectif est d'évaluer, entre autres, des construits en lien avec la personnalité (*i.e.* normale ou pathologique), des intérêts ou des préférences, des valeurs ou des croyances. Ces tests d'attitude peuvent être catégorisés en fonction de leur type de stimuli : global ou analytique. Le premier induit des items permettant d'impliquer le sujet au sein de son vécu (Capel, *op. cit.*) en favorisant l'autodescription. Ce sont, par exemple, des adjectifs descriptifs de la personnalité, des énoncés de professions ou des verbes décrivant des activités professionnelles. Le second type de stimuli : l'analytique, implique des items contextualisés, c'est-à-dire plaçant le répondant dans une situation spécifique. Ils correspondent à des affirmations telles que « je suis toujours poli(e) quand je suis à table », « quand je sors avec des ami(e)s, j'aime me faire remarquer ».

De par leur contenu, les tests d'attitude n'engendrent pas de bonnes ou de mauvaises réponses (*i.e.* comme les tests d'aptitude, *cf.* chapitre 2, partie 1.2, page 23) mais des réponses propres à chaque individu car supposées rendre compte de ce qu'il est. Dans cette situation, le répondant a tendance à se protéger, c'est-à-dire à falsifier ses réponses (de manière consciente ou non) de façon à être jugé positivement. L'exactitude des données ainsi recueillies est remise en cause, notamment dans les inventaires de personnalité (Rolland, 2004). C'est pourquoi, nombre d'entre eux (*e.g.* le MMPI) contiennent, en sus des items évaluant concrètement une caractéristique individuelle donnée, des échelles dont le score est supposé corriger le niveau d'exactitude des réponses fournies par les répondants (Noyes et Garland, 2006). Autrement dit, ces échelles permettent de déterminer la capacité des personnes à

falsifier leurs réponses pour être évaluées positivement et sont dites de désirabilité sociale. Son expression est considérée comme sensible aux facteurs contextuels et apparaît ainsi comme un moyen probant pour traiter de la problématique de l'équivalence des formats de passation (Martin et Nagao, 1989). Le concept de désirabilité sociale sera, dans un premier temps, défini théoriquement. Puis, la façon dont il est abordé dans le cadre théorique de l'équivalence (*i.e.* psychométrique et expérientielle) sera développée. Cette revue de la littérature permettra de mettre en exergue les facteurs dispositionnels et situationnels supposés influencer l'expression de conduites autoprésentationnelles.

1. La désirabilité sociale : un concept inscrit dans le cadre théorique de la présentation de soi

Dans notre société, les individus portent un grand intérêt à la façon dont ils sont perçus par autrui et ce, que cet intérêt concerne leur apparence physique ou le jugement émis sur la définition qu'ils donnent d'eux-mêmes ou des appartenances groupales qu'ils revendiquent. A l'heure d'Internet, cette identité sociale se retrouve notamment dans l'utilisation des réseaux sociaux (*e.g.* Facebook⁵⁴). Par peur d'être jugés négativement par autrui, les individus cherchent à se valoriser, à donner une image positive d'eux-mêmes et s'autoprésentent. Le cadre théorique de l'autoprésentation permet de comprendre les processus par lesquels les individus tentent de contrôler ou de gérer les impressions qu'ils suscitent chez autrui ou la représentation qu'ils ont d'eux-mêmes (Leary et Kowalsky, 1990 ; Schlenker, 1980). Le fait de falsifier volontairement ou pas les réponses à un test d'attitude renvoie à ces processus et, plus spécifiquement, au concept de désirabilité sociale.

Comme définis précédemment (*cf.* chapitre 2, partie 1 .2, page 23), les tests d'attitude demandent aux répondants de fournir des informations personnelles, ce qui peut être perçu comme un moyen de les juger. Pour éviter un jugement négatif, ils ont alors tendance à donner des réponses allant dans le sens de ce qui est admis et attendu dans la société d'appartenance de la personne : c'est le concept de désirabilité sociale. Son origine est attribuée à Edwards (1953). Celui-ci a remarqué que plus un trait était jugé favorablement, plus les gens avaient tendance à se l'attribuer. La question de la pertinence des résultats obtenus à partir de mesures autoreportées (*i.e.* échelles permettant au sujet de répondre lui-même aux questions posées) était par conséquent soulevée.

⁵⁴ Facebook : www.facebook.com

1.1. Le cadre théorique de l'autoprésentation ou la prise en considération de l'influence des facteurs contextuels sur le comportement

Le cadre théorique de l'autoprésentation propose la définition des stratégies de présentation de soi en fonction de deux composantes. La première, dite la composante privée de l'autoprésentation, concerne la façon dont l'individu se représente les informations qui lui sont propres (*e.g.* caractéristiques individuelles). La seconde, appelée composante publique, concerne la façon avec laquelle il va transmettre ces informations à autrui.

1.1.1. La composante privée de l'autoprésentation

Les stratégies d'autoprésentation sont influencées par la façon dont l'individu se représente ses attributs propres, ses rôles sociaux, ses expériences passées, ses objectifs, *etc.* (*e.g.* Fiske et Taylor, 1991). Ces différentes caractéristiques sont représentées par le concept de soi. Celui-ci participe aux motivations sous-jacentes à l'autoprésentation. En effet, les individus sont particulièrement motivés à se présenter de façon consistante avec leur concept de soi et à maintenir une estime de soi⁵⁵ élevée. Que ce soit pour autrui ou pour soi, ces stratégies d'autoprésentation peuvent être activées de façon automatique ou contrôlée.

La dimension privée de l'autoprésentation correspond au déni de soi. Ce dernier, également appelé illusion de soi ou « *self-deception* », est une évaluation optimiste de soi. L'individu croit alors sincèrement en l'évaluation favorable qu'il fait de lui-même et va émettre des comportements verbaux (*i.e.* vocabulaire usité, intonation, *etc.*) et non verbaux (*i.e.* gestuelle, habillement, *etc.*) en adéquation avec cette perception de soi (Paulhus, 1984). Ces comportements constituent des stratégies d'autoprésentation considérées comme honnêtes quoique trop positives et vont, même s'ils peuvent apparaître comme étant une véritable tromperie de soi, participer au maintien et à l'amélioration d'une image de soi positive (Paulhus et John, 1998). Le déni de soi se caractérise par deux aspects : la valorisation de soi (« *Self-deceptive enhancement* ») et la négation de soi (« *Self-deceptive denial* ») (Paulhus et Reid, 1991). La valorisation de soi permet la mise en avant de qualités positives alors que la négation de soi permet de renier ses défauts. Ce deuxième aspect peut se résumer au fait de se mentir pour ne pas affronter la vérité en face (Paulhus, 2002). Ainsi, une personne consommant quotidiennement, et au-delà du raisonnable, de l'alcool niera cette réalité pour ne pas admettre sa dépendance : elle s'autodupera (Paulhus, *op.cit.*).

⁵⁵ L'estime de soi réfère à la valeur positive ou négative que les individus s'accordent (*e.g.* Rosenberg, 1979 ; Martinot, 2001).

Le déni de soi (*i.e.* la valorisation et la négation de soi) est considéré comme un processus non contrôlé par l'individu et, par conséquent, non sensible au contexte. Il est, de ce fait, souvent mis quasi spontanément en avant (Paulhus et Levitt, 1987). Cette activation automatique est aussi observée lorsque les individus sont placés en situation de doubles tâches. Ainsi, lors d'une rencontre avec un inconnu, les gens doivent donner une image de soi positive et cohérente vis-à-vis des normes sociales en vigueur mais doivent également porter un jugement, se former une impression sur la personne avec laquelle ils interagissent (Baumeister, Hutton et Tice, 1989). Ces situations demandent un effort cognitif important. Pour diminuer cette surcharge cognitive, des stratégies d'autoprésentation non contrôlées et automatiques sont adoptées (Schlenker, 1986). Celles-ci sont généralement routinières, c'est-à-dire utilisées à plusieurs reprises dans des contextes similaires. L'allègement des ressources cognitives est également permis par la mise en place de patterns de réponse identiques à ceux entendus auparavant. Baumeister et ses collègues (1986) montrent que lorsqu'un ensemble de personnes est amené à s'autoprésenter, un phénomène de mimétisme se met en place : si la première personne s'autoprésente de façon modeste alors les personnes suivantes s'autoprésenteront de la même façon. Cette influence n'est apparemment pas consciente chez les participants.

Les stratégies d'autoprésentation activées de façon automatique sont plus flatteuses que les stratégies d'autoprésentation contrôlées (Paulhus et Levitt, 1987). Ainsi, Holtgreaves (2004) démontre que si l'on demande à un individu de se présenter en se faisant mal voir, le temps de réponse est plus long. En effet, dès lors que l'individu contrôle ses stratégies d'autoprésentation, il a tendance à être plus prudent et à réfléchir sur la crédibilité et sur les conséquences de sa présentation de soi. De la même façon, si des personnes sont confrontées à des situations nouvelles et/ou demandant une charge cognitive importante, elles se référeront plus facilement à des pensées schématiques et donc à des stratégies d'autoprésentation automatiques (Fiske et Taylor, 1991).

1.1.2. La composante sociale de l'autoprésentation

Le cadre théorique de l'autoprésentation postule que le statut du destinataire de la présentation de soi influence la manière avec laquelle un individu va s'autoprésenter. En fonction du contexte social, une personne sera plus ou moins motivée à contrôler son image (Leary et Kowalsky, 1990). Des stratégies d'autoprésentation particulières se mettent en place vis-à-vis de personnes possédant un statut induisant une évaluation de la personne et ayant un

pouvoir sur la distribution de sanctions sociales (*e.g.* les recruteurs, les responsables hiérarchiques). Dans un contexte d'évaluation formelle (*e.g.* entretien de recrutement), l'individu sera fortement motivé pour exercer un contrôle sur l'image qu'il renvoie (Baumeister et Jones, 1978) et il mettra consciemment en œuvre des stratégies de valorisation de soi. La mise en place de stratégies d'autoprésentation sera également influencée par le degré d'intimité avec autrui. Elles seront différentes selon que l'on se présente à une personne faisant partie de nos connaissances ou non : davantage de stratégies d'autoprésentation seront déployées pour se faire apprécier d'un inconnu (Tesser et Smith, 1980). Enfin, ces stratégies sont influencées par la possibilité ou non de rencontrer à nouveau autrui. En effet, l'autoprésentation doit paraître crédible aux yeux d'autrui. Par conséquent, si l'individu est amené à revoir une personne, une cohérence entre la présentation de soi fournie au premier rendez-vous et les informations, les comportements verbaux et non verbaux émis lors d'une rencontre ultérieure devra être conservée (Goffman, 1959).

Les présentations de soi destinées à autrui et adoptées volontairement en fonction des éléments perçus du contexte (*e.g.* statut de la cible, degré d'intimité avec cette dernière, anticipation d'une nouvelle rencontre), renvoient au concept de gestion des impressions (« *impression management* », Paulhus, 1984). Ce dernier implique un processus, activé de façon consciente, dans le but de protéger ses intérêts publics. Il se caractérise par une tendance délibérée à essentiellement adopter des comportements socialement désirables (mais correspondant à des qualités improbables⁵⁶) et à cacher la plupart des comportements socialement indésirables aux yeux d'autrui. La gestion des impressions apparaît principalement dans des contextes formels, incitant particulièrement à la valorisation du soi (*e.g.* un recrutement). Afin d'opérationnaliser ce concept et de pallier l'utilisation de l'échelle de mensonge du MMPI (réservée à une population atteinte de pathologies), Crowne et Marlowe (1960) élaborent leur propre échelle : le M-C SDS⁵⁷.

L'activation de ce type de stratégies d'autoprésentation peut évoluer. Elles peuvent devenir involontaires ou non contrôlées dans la mesure où elles sont très fréquemment mises en place et deviennent ainsi routinières : l'individu n'a plus conscience des comportements verbaux ou non verbaux utilisés de façon à maîtriser l'image de soi qu'il donne à autrui (*e.g.* avant de rentrer dans le bureau d'un supérieur, on vérifie sa tenue, sa coiffure, *etc.*, Leary et Kowalsky, 1990). On parle alors de comportements d'autoprésentation sur-appris (Schlenker,

⁵⁶ Exemple d'item issu de l'échelle de Marlowe-Crowne (1960) traduit par Valla et al. (1997) : « peu importe la personne qui me parle, j'écoute toujours très bien »

⁵⁷ M-C SDS : *Marlowe - Crowne Social Desirable Scale*

1986). Comme pour les comportements d'autoprésentation automatiques (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.1, page 51), ceux-ci ont également pour utilité de diminuer les éventuelles surcharges cognitives.

1.1.3. L'influence des facteurs normatifs sur les présentations de soi

Comme dit précédemment (*cf.* chapitre 3, partie 1.1, page 51), des facteurs situationnels ou contextuels sont susceptibles d'influencer l'expression de conduites autoprésentationnelles contrôlées. Pour correspondre aux attentes d'autrui, les stratégies d'autoprésentation seront, de fait, conformes aux normes en vigueur dans un contexte donné et leur expression dépendra de l'identification ou pas des individus dans ce dernier.

1.1.3.1. La perception des normes sociales

Pour satisfaire les objectifs de la mise en place des stratégies d'autoprésentation (*cf.* chapitre 3, partie 1, page 50), celles-ci doivent correspondre aux attentes du groupe et à ses valeurs (Baumeister, 1982). C'est pourquoi, lorsque l'individu est confronté à une présentation de soi publique, il doit respecter les règles et les normes en vigueur au sein de cette interaction (Reis et Gruzen, 1976). Ce sont ces normes sociales qui vont déterminer les types de comportements valorisés (Nederhof, 1985). Pour un groupe social particulier, les comportements violents ou illégaux peuvent être valorisés (Nederhof, *op. cit.*; Toch, 1969) et donc faire l'objet d'une présentation de soi alors que ces mêmes comportements seront dévalorisés dans un autre environnement social. Goffman (1959) estime que les stratégies d'autoprésentation sont importantes pour définir la place de chaque individu dans l'ordre social. Ainsi, la contrainte du rôle attribué à un individu (*e.g. via* son genre masculin ou féminin) oriente ses présentations de soi (Leary, 1989 ; Leary et Kowalski, 1990). De la même façon, la culture affectera la manière dont il va s'autoprésenter. Certains auteurs (Schlenker, 1980 ; Baumeister et Jones, 1978 ; Jones et Wortman, 1973) estiment que les normes issues de la culture nord-américaine favorisent des présentations de soi plus positives alors que d'autres, plus orientales, induisent des présentations de soi plus modestes. Les stratégies d'autoprésentation adoptées dans un contexte donné dépendent donc des valeurs qui y sont véhiculées et des idéologies dont elles dépendent. Les chercheurs (Schlenker, *op. cit.*; Baumeister et Jones, *op.cit.*; Jones et Wortman, *op.cit.*) ont ainsi différencié les sociétés régies par des valeurs individualistes de celles régies par des valeurs collectivistes. Les premières

tendent à faciliter l'aboutissement des buts individuels ainsi que des valeurs liées à l'autonomie, la responsabilité, *etc.* Les secondes sont orientées vers la communauté et favorisent des conduites liées au partage, à la conformité, *etc.* Ces deux types distincts d'idéologie sont acceptés comme étant à la base de la construction des normes sociales dirigeant les attentes vis-à-vis de comportements jugés socialement désirables.

1.1.3.2. Le sentiment d'anonymat

L'anonymat se définit comme l'incapacité à identifier un individu. Deux catégories d'anonymat existent : l'anonymat technique et l'anonymat social (Christopherson, 2007, pour une revue). Le premier se caractérise par une suppression des informations dédiées à l'identification de la personne, le second par le manque de signes permettant son identification. L'anonymat social n'est pas forcément véridique (*i.e.* l'identification peut être effective) mais l'individu se perçoit comme n'étant pas identifié dans la situation. En général, l'anonymat influence la mise en place de stratégies d'autoprésentation car en faisant disparaître toutes possibilités pour l'individu d'être identifié, il annule l'intérêt porté à une valorisation de soi (Baumeister, 1982). Si l'identité d'un individu n'est pas visible, son comportement (*i.e.* la façon dont il se présente) ne peut influencer l'opinion d'autrui. Rappelons que les objectifs de la mise en place de stratégies d'autoprésentation sont de valoriser l'image de soi mais aussi de plaire à autrui dans l'optique d'obtenir des récompenses et de minimiser les sanctions (Schlenker, 1980). *A contrario*, si l'individu est identifié, il respectera davantage les normes sociales en vigueur (Reis et Gruzen, 1976). Dans une revue de littérature, Baumeister (*op. cit.*) tentent d'expliquer certains phénomènes psychosociaux par la présence ou l'absence d'anonymat et, de fait, par la théorie de l'autoprésentation. Par exemple, il remarque que les dons publics sont plus importants que les dons privés (Satow, 1975) car ils sont un moyen pour l'individu d'être considéré comme une personne généreuse et par conséquent de se faire bien voir. Ces effets relèvent également de la paresse sociale (Schlenker et Weigold, 1992) : les individus font généralement moins d'efforts lorsqu'ils savent qu'ils ne seront pas identifiés par le groupe.

Cependant, si des recherches montrent que les présentations de soi sont influencées par le degré de visibilité du répondant (*i.e.* anonymat *versus* identification), elles indiquent aussi que cet effet est limité aux stratégies d'autoprésentation contrôlées relevant de la gestion des impressions. Paulhus (1984) a comparé les scores de cent étudiants à un panel de

questionnaires de désirabilité sociale⁵⁸, recueillis en condition d'anonymat *versus* de visibilité. Lors de la condition « anonymat », les passations sont collectives mais les consignes précisent aux participants qu'il n'y a aucun moyen de savoir qui répond au questionnaire. Il leur est également demandé de déposer leurs réponses dans une boîte à leur sortie. Lors de la condition « visibilité », les passations sont collectives et en présence de deux expérimentateurs. Les consignes précisent aux répondants d'indiquer leur nom, leur adresse et leur numéro de téléphone. Il leur est également indiqué que les expérimentateurs peuvent venir à tout moment vérifier leurs réponses. Le questionnaire doit enfin être directement rendu à l'expérimentateur afin, selon la consigne, que ce dernier puisse les identifier plus aisément. Les résultats montrent que, quelle que soit l'échelle de désirabilité sociale utilisée, les scores sont toujours plus faibles en condition « anonymat » qu'en condition « visibilité ». Parmi ces échelles, celles mesurant la dimension de gestion des impressions sont plus sensibles aux consignes que celles représentant le déni de soi. Par exemple, l'échelle de déni de soi d'Edwards n'est pas affectée par la consigne.

1.2. Les premiers développements du concept de désirabilité sociale

La structure du concept de désirabilité sociale est soumise à un débat toujours d'actualité (*e.g.* Juhel et Rouxel, 2005). Certains chercheurs prônent une structure unidimensionnelle de ce concept (*e.g.* Edwards, 1953, Crowne et Marlowe, 1960) alors que d'autres défendent plutôt une structure bidimensionnelle (*e.g.* Damarian et Messick, 1965 ; Sackheim et Gur, 1978). Ce débat influence la définition donnée au concept de désirabilité sociale et, par conséquent, sa mesure et ses développements. Plusieurs échelles de désirabilité sociale coexistent et reposent chacune sur des conceptions théoriques différentes qui ne peuvent être considérées comme équivalentes. Cette opposition théorique entre la structure uni et bidimensionnelle pose la question de la comparabilité des études portant sur le concept de désirabilité sociale. Il paraît nécessaire de vérifier que les construits effectivement mesurés dans les études sont identiques avant de généraliser leurs résultats (Rolland, 1994 ; Tournois, Mesnil et Kop, 2000).

⁵⁸ Ces échelles (*i.e.* le *Self-Deception Questionnaire*, l'échelle de désirabilité sociale d'Edwards, l'échelle de Marlowe-Crowne, l'échelle de mensonge du MMPI et l'*Other-deception Questionnaire*) permettent des mesures diverses des deux dimensions de la désirabilité sociale : la gestion des impressions et le déni de soi.

1.2.1. La structure unidimensionnelle du concept de désirabilité sociale

Historiquement, le concept de désirabilité sociale est représenté par une structure unidimensionnelle. Tout d'abord évalué par Edwards (1953) comme un biais dû au contenu désirable de l'item (*cf.* chapitre 3, partie 1, page 50), Crowne et Marlowe (1960) reviennent sur cette définition pour la réexaminer au regard des théories de l'autoprésentation. La désirabilité sociale est alors définie comme le besoin, pour les individus d'obtenir l'approbation des autres en répondant d'une manière culturellement appropriée et acceptable. Cette définition répond aux objectifs de l'autoprésentation (*i.e.* plaire à autrui et obtenir des récompenses) et renvoie à une stratégie de présentation de soi appelée la gestion des impressions (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.2, page 52). Des traitements statistiques récents (*i.e.* analyse factorielle à information complète, TESTFACT®⁵⁹) valident cette structure unidimensionnelle du concept de désirabilité sociale (Juhel et Rouxel, 2005). Cependant, cette conception unidimensionnelle de la désirabilité sociale a longtemps été délaissée au profit d'une conception bidimensionnelle. Cette dernière a été considérée comme rendant mieux compte de la complexité de son expression car elle représente tant la composante privée que la composante sociale de l'autoprésentation.

1.2.2. La structure bidimensionnelle du concept de désirabilité sociale

Certains travaux (Wiggins, 1964) démontrent, par l'intermédiaire d'analyses factorielles, l'existence d'une structure de la désirabilité sociale en fonction de deux facteurs appelés *Alpha* et *Gamma*. Cette structure de la désirabilité sociale en deux dimensions est validée par deux autres approches théoriques (Damarian et Messick, 1965 ; Sackheim et Gur, 1978). L'une (Damarian et Messick, *op. cit.*) conçoit la désirabilité sociale comme constituée de deux facettes : un biais défensif et un biais propagandiste. Le premier est relatif à l'image de soi et est en lien avec la notion d'estime de soi. Il est aussi appelé le biais autistique. Le second rend compte d'une tendance naïve engendrant la mise en avant d'une image de soi publiquement désirable. La deuxième approche théorique de la désirabilité sociale est mise en évidence par Sackheim et Gur (*op. cit.*). Ils valident la conception bidimensionnelle en parlant de dimensions relatives au déni de soi (*i.e.* image de soi positive mais surréaliste) et au déni d'autrui (*i.e.* image de soi consciemment et délibérément biaisée pour duper le public). Tenant compte de ces deux approches théoriques, Paulhus (1984) propose une conception de la désirabilité sociale constituée d'un facteur relatif au déni de soi et d'un second facteur relatif à

⁵⁹ Logiciel permettant de juger l'uni ou la multidimensionnalité des données.

la gestion des impressions. Le déni de soi est la réunion du biais autistique de Damarian et Messick (*op. cit.*) et du déni de soi de Sackheim et Gur (*op. cit.*). La seconde dimension est, quant à elle, constituée du biais propagandiste (Damarian et Messick, *op. cit.*) et du déni d'autrui (Sackheim et Gur, *op. cit.*). Paulhus (*op. cit.*) choisit d'appeler cette dimension : la gestion des impressions. Par ailleurs, Paulhus (*op. cit.*) justifie cette bidimensionnalité par l'influence de facteurs situationnels sur la gestion des impressions et non sur le déni de soi. De la même façon, ces deux processus se différencient sur la base de leur activation consciente (pour la gestion des impressions) et non consciente (pour le déni de soi).

De façon à mesurer les stratégies de gestion des impressions et de déni de soi, Paulhus (1986) élabore le BIDR⁶⁰. Cet instrument de mesure, composé de deux sous-échelles, permet l'évaluation des deux composantes de la désirabilité sociale précitées. Une adaptation française de cette échelle : le DS36, est proposée par Tournois, Mesnil et Kop (2000). Celle-ci reprend la structure bidimensionnelle du BIDR (Paulhus, *op. cit.*) avec deux composantes appelées : l'hétéroduperie (*i.e.* la gestion des impressions) et l'autoduperie (*i.e.* le déni de soi).

1.2.3. Les développements actuels du concept de désirabilité sociale

Le BIDR (Paulhus, 1986) est un outil populaire et largement utilisé par les chercheurs car sa structure bidimensionnelle paraît pertinente au regard de la théorie de la présentation de soi. Cette échelle distingue effectivement des processus conscients (ou non conscients) et dépendants (ou indépendants) du contexte. Cependant, seule la conception de la gestion des impressions en tant que stratégie de présentation consciente, destinée à autrui et dépendante du contexte, semble validée. Celle-ci s'avère sensible aux changements situationnels (*e.g.* des consignes stipulant une autoprésentation particulière ou induisant un anonymat ou pas des réponses). Celle du déni de soi (considérée comme une stratégie de présentation non consciente, pour soi et indépendante du contexte) est remise en cause (Pauls et Crost, 2004). Des études relativement récentes (Paulhus, 2002 ; Pauls et Crost, *op. cit.*) démontrent qu'en manipulant différents types de consignes d'autoprésentation⁶¹, le déni de soi peut y être aussi sensible que la gestion des impressions. Cette sensibilité aux consignes données remet en question (Paul et Crost, *op. cit.*) la distinction entre processus supposés conscients (*i.e.* gestion des impressions) et processus supposés non conscients (*i.e.* déni de soi). Elle conduit Paulhus (*op.cit.*) à enrichir et complexifier la définition de la désirabilité sociale. Ainsi, il conserve la

⁶⁰ BIDR : *Balanced Inventory Desirable Responding*.

⁶¹ Ces consignes sont de trois types : « présentez vous de manière socialement désirable/ comme une personne intelligente / comme une personne agréable ».

distinction entre les actes de présentation de soi privés (*i.e.* déni de soi) et les actes de présentation de soi publics (*i.e.* gestion des impressions) mais la considère au regard de deux dimensions : l'agentisme et la communalité⁶² (Bakan, 1966). Ces dernières correspondent, respectivement, aux valeurs d'individualisme et de collectivisme véhiculées dans les groupes sociaux.

La distinction entre agentisme et communalité est apparue dès 1998 (Paulhus et John) et rend compte des différences observées entre des présentations de soi orientées vers une tendance égoïste (*i.e.* le fait de se percevoir comme possédant des qualités exceptionnelles) ou vers une tendance moraliste (*i.e.* le fait de se percevoir comme un « bon » membre de la société). L'agentisme implique une focalisation sur soi (Lonnqvist, Verkasalo et Bezmenova, 2007). Cette dimension valorise des qualités telles que l'affirmation de soi, l'autonomie et la poursuite de buts personnels. *A contrario*, la communalité insiste sur l'importance des relations interpersonnelles (Lonnqvist et al., *op. cit.*). Cette dimension considère l'individu comme intégré au sein d'un groupe où la participation, la coopération ou l'affection pour autrui sont des principes valorisés. L'agentisme associé à une présentation de soi dite égoïste permet de se décrire comme un « super héros » alors que la communalité, associée à une présentation dite moraliste, permet de se décrire comme un « saint » ou comme un bon citoyen.

Ces deux niveaux de définition (*i.e.* public/privé et agentisme/communalité) aboutissent à une structuration en quatre sous-dimensions de la désirabilité sociale (Paulhus, 2002). En ce qui concerne la présentation de soi publique, la gestion des impressions peut être agentique (« *agentic management* ») et correspond alors à une présentation de soi prétentieuse, hâbleuse. Elle induit des caractéristiques telles que la compétence, le courage ou la créativité qui se retrouvent, par exemple, dans les situations de recrutement ou de rendez-vous galant (Paulhus, *op. cit.*). La gestion des impressions peut aussi être communale (« *communal management* ») et apparaît alors comme une stratégie d'autoprésentation consistant à se trouver des excuses et à minimiser ses fautes. Elle peut être adoptée par des employés désireux de se montrer intègres ou par des avocats durant des plaidoiries visant à éviter les sanctions à l'égard de leur client (Paulhus, *op. cit.*).

En ce qui concerne la présentation de soi privée, le déni de soi peut également être exprimé dans une optique agentique ou communale. Dans le premier cas, le déni de soi implique une exagération de ses qualités personnelles (« *asset exaggeration* »). Cette tendance

⁶² Cette distinction est inspirée des travaux de Bakan (1966). La traduction est issue de Cambon (2006).

renvoie à des perceptions de soi positives mais irréalistes sur des traits de personnalité tels que le courage, la stabilité émotionnelle ou l'intelligence. Paulhus (*op. cit.*) considère que ce type de déni de soi revient à se présenter comme un « super-héros » et qu'il correspond à un biais égocentrique, individualiste. Le déni de soi exprimé dans une perspective communale correspond, quant à lui, à une adhésion excessive aux valeurs émises par le groupe ou la société. Paulhus (*op. cit.*) nomme cette dimension, relative à un biais moraliste, le déni de déviance (« *deviance denial* »). Ce dernier suppose une tendance à s'autoproclamer comme possédant les qualités d'un saint ou d'un ange. Ce type de présentation de soi se retrouve sur des traits tels que la politesse, la sympathie ou la sobriété et la réserve (Paulhus, *op. cit.*).

2. La désirabilité sociale, un concept permettant l'étude de la perception des formats informatisés de passation

L'autoprésentation fournit un cadre théorique pertinent pour l'étude de la désirabilité sociale. En effet, la désirabilité sociale y est considérée comme une stratégie d'autoprésentation à part entière. Même si sa définition tend à évoluer et à se complexifier (*cf.* chapitre 3, partie 1.2.3, page 58), la désirabilité sociale reste constituée de processus automatiques *versus* contrôlés sensibles aux perceptions du contexte (*e.g.* l'anonymat induit ou pas par ce dernier). Sensible aux facteurs situationnels, l'expression de la désirabilité sociale est donc supposée varier selon qu'elle est évaluée de manière traditionnelle ou *via* un ordinateur (*e.g.* Lautenschlager et Flaherty, 1990). Les recherches traitant de l'équivalence des formats de passation (traditionnels *versus* informatisés) au regard de la désirabilité sociale (*e.g.* Lautenschlager et Flaherty, *op. cit.* ; Martin et Nagao, 1989) considèrent cette dernière comme étant l'expression d'un biais de réponse. Le concept de désirabilité sociale y a, en effet, uniquement le statut de variable dépendante censée rendre compte de l'influence (ou pas) d'un support de passation par rapport à un autre. Seule une description des hausses et/ou des baisses de scores par l'intermédiaire d'analyses factorielles est effectuée. La définition de la désirabilité sociale en tant que stratégie de présentation n'y est pas retenue et les données recueillies ne sont pas interprétées comme résultant de processus spécifiques.

2.1. Equivalence des formats de passation et désirabilité sociale

De façon à approfondir l'étude de l'influence des formats de passation informatisés, des études sur la comparaison des scores de désirabilité sociale obtenus en fonction du format

de passation (papier/crayon *versus* informatisé) sont menées. Deux approches conceptuelles sont utilisées : l'équivalence psychométrique et l'équivalence expérientielle (*cf.* chapitre 2, partie 1, page 19 et partie 2, page 28).

2.1.1. Equivalence psychométrique et désirabilité sociale

Les études portant sur la comparaison de la mesure (*i.e.* critère psychométrique) de la désirabilité sociale en fonction des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier) *versus* informatisé, aboutissent à des conclusions divergentes (*cf.* tableau 1, page suivante). Certaines indiquent une baisse significative des scores de désirabilité sociale en condition de passation informatisée par rapport à la condition de passation papier/crayon (King et Miles, 1995; Martin et Nagao, 1989). D'autres montrent des scores de désirabilité sociale plus élevés sur ordinateur que sur papier (Lautenschlager et Flaherty, 1990). Ces dernières années, la tendance principale est de ne trouver aucune différence dans les réponses socialement désirables qu'elles soient reportées sur papier ou données *via* le clavier d'un ordinateur (Booth-Kewley, Edwards et Rosenfeld, 1992; Davis et Cowles, 1989; Finegan et Allen, 1994; Rosenfeld, Booth-Kewley, Edwards et Thomas, 1996; Wilkerson, Nagao et Martin, 2002; Withener et Klein, 1994).

Deux méta analyses (Dwight et Feigelson, 2000 ; Richman, Kiesler, Weisband et Drasgow, 1999), réalisées respectivement à partir de 20 et 61 études, confirment la non équivalence des formats de passation papier/crayon et informatisés. Les scores de désirabilité sociale sont moins importants en format de passation informatisé. Leurs auteurs (Dwight et Feigelson, *op.cit.* ; Richman, Kiesler, Weisband et Drasgow, *op. cit.*) considèrent, néanmoins, que la prise en compte de la diversité des échelles utilisées et de l'influence de facteurs dispositionnels et situationnels peut expliquer : 1) l'inconsistance des résultats dans cet axe de recherche et 2) la non équivalence des formats de passation. Par exemple, au niveau de facteurs situationnels, Hettich et Walker (1970) ont démontré, durant des passations papier/crayon, que les scores de désirabilité sociale sont plus faibles en l'absence de l'expérimentateur. Richman et ses collaborateurs (*op. cit.*) valident également l'influence de facteurs contextuels (*i.e.* la présence ou pas de pairs) sur les scores obtenus *via* le format de passation informatisé : si les passations informatisées sont individuelles, alors les scores de désirabilité sociale obtenus sont plus faibles qu'en condition de passations collectives.

Tableau 1 : Récapitulatif des principales études (utilisant le même protocole expérimental) sur l'équivalence psychométrique d'une échelle de désirabilité sociale

| AUTEURS | MATERIEL UTILISE | PLAN EXPERIMENTAL | RESULTATS |
|---|------------------|--|---|
| Martin et Nagao (1989), King et Miles (1995) | BIDR | intergroupe (papier/crayon et ordinateur) | scores de gestion des impressions <u>plus faibles</u> sur ordinateur que sur papier |
| Lautenschlager et Flaherty (1990), Finegan et Allen (1994) | Idem | Idem | <u>plus de réponses</u> socialement désirables sur les deux sous échelles (<i>i.e.</i> gestion des impressions et déni de soi) |
| Booth-Kewley, Edwards et Rosenfeld (1992), Booth-Kewley, Edwards et Thomas (1996); Withener et Klein (1994) | Idem | Idem | <u>aucun effet</u> du mode d'administration sur les deux sous échelles (<i>i.e.</i> gestion des impressions et déni de soi) |

2.1.2. Equivalence expérientielle et désirabilité sociale

L'approche expérientielle (*cf.* chapitre 2, partie 3, page 32) apparaît comme étant complémentaire de l'approche psychométrique et se propose de comprendre les processus mis en place lors de la passation informatisée d'un test au travers de variables dispositionnelles telles que l'expérience, l'anxiété ou l'attitude informatique. A notre connaissance, seules deux études abordent la question de l'équivalence des formats de passation au regard de cette approche théorique. La première (Finegan et Allen, 1994) a démontré que l'expérience de l'informatique avait une influence sur l'expression de stratégies de gestion des impressions. Celles-ci sont plus présentes lorsque les répondants ont peu d'expérience de l'outil informatique. Finegan et Allen (*op. cit.*) expliquent ce résultat en supposant que l'inexpérience d'une personne vis-à-vis de l'outil informatique peut l'amener à développer des croyances naïves (*e.g.* concernant la vérification des réponses) pouvant influencer une perception inappropriée de la façon dont les chercheurs utilisent l'ordinateur. Ces répondants supposent alors que leurs réponses sont contrôlées, en temps réel, durant la passation.

La seconde étude (Fox et Schwartz, 2002) a étudié le lien entre le contrôle perçu et l'expression de la désirabilité sociale. Le contrôle perçu est défini comme le sentiment de pouvoir totalement réguler les réponses données et d'avoir ainsi une influence sur l'évaluation dont on est l'objet. Fox et Schwartz (*op. cit.*) démontrent un effet du contrôle perçu sur l'expression de la désirabilité sociale : plus le sentiment de contrôle perçu est fort, plus les scores de gestion des impressions sont élevés. *A contrario*, un sentiment de contrôle perçu faible (induit par un temps de réponse limité) conduit les répondants à moins gérer les

impressions qu'ils génèrent. Le fait, pour les personnes, de croire qu'elles peuvent contrôler ce qui leur arrive implique une croyance en la manipulation possible de leurs présentations de soi sans que cela ne leur porte préjudice (Fox et Schwartz, *op. cit.*).

2.2. L'influence de facteurs contextuels sur la mise en place de stratégies d'autoprésentation lors des passations informatisées

Deux types de facteurs contextuels sont supposés influencer l'expression de comportements socialement désirables : le niveau de visibilité du répondant et les normes en vigueur durant l'interaction (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3, page 54). La perception de l'anonymat est considérée comme un déterminant de la mise en place de stratégies d'autoprésentation (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 55). En effet, les individus sont plus prompts à s'autoprésenter de façon positive lorsqu'ils sont identifiés. Les stratégies d'autoprésentation mises en place seront alors conformes aux normes perçues par le répondant. Certains plaident en faveur de l'idée que la situation d'interaction avec l'ordinateur participerait à une perception particulière du contexte de passation et, plus particulièrement, de l'anonymat qu'il induit ou pas (Kiesler et Sproull, 1986) et des normes sociales qui le régissent (Joinson, 2003). Cette perception spécifique est appréhendée comme étant susceptible d'expliquer l'inconsistance des bilans empiriques obtenus en matière d'équivalence des formats de passation.

2.2.1. L'effet de la perception de l'anonymat en condition de passation informatisée sur les conduites autoprésentationnelles

La dimension subjective de l'anonymat (*i.e.* anonymat social, *cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 55) est supposée amplifiée en condition de passation informatisée (Joinson, 1999). Un individu peut effectivement ne pas se percevoir comme étant identifié dans une situation de communication médiatisée par ordinateur (notamment quand il n'a entré aucun mot de passe pour parcourir un site Internet donné) alors que plusieurs moyens techniques peuvent être utilisés pour le reconnaître (*e.g.* l'adresse IP⁶³). Cet anonymat social latent serait essentiellement lié au manque d'identification physique de l'individu. Celui-ci serait « caché » derrière son ordinateur. L'hypothèse du caractère anonymant des passations informatisées a été démontrée par Joinson (*op. cit.*). Ce chercheur étudie l'équivalence des

⁶³ Adresse IP (*Internet Protocol*) : Adresse numérique utilisée pour identifier de manière unique un ordinateur ou autre appareil connecté à Internet.

formats de passation papier/crayon et *online* d'échelles de conscience de soi⁶⁴, d'estime de soi⁶⁵ et de désirabilité sociale⁶⁶. Chacun de ces formats est accompagné d'une consigne d'anonymat (*i.e.* « les données recueillies sont anonymes et aucun lien ne peut être fait avec vous ») *versus* d'une consigne de visibilité (*i.e.* « assurez vous d'inscrire votre nom dans la case prévue à cet effet »). Des effets de l'anonymat sont constatés durant les passations électroniques. Les scores sont plus élevés en condition « anonymat » et informatisée pour l'estime de soi alors que ceux relatifs aux échelles d'anxiété sociale et de désirabilité sociale sont plus faibles. Ces résultats seraient dus à une perception de l'anonymat plus importante durant les passations informatisées et ce même si des informations liées à l'identification d'un individu sont demandées en début de passation (*i.e.* visibilité technique). Selon Joinson (*op. cit.*), la disparition de ces marques de reconnaissance sur l'écran de réponse ferait oublier aux répondants leur identification de départ (*i.e.* anonymat social). Deux arguments vont dans le sens de cette hypothèse. Le premier est d'ordre ergonomique. Le format informatisé peut prendre en compte l'intégralité de la passation, consigne comprise (Feigelson et Dwight, 2001). Les réponses données par le répondant disparaissent au fur et à mesure de la passation et ne sont plus visibles pour le répondant comme pour toute autre personne. Ce n'est pas le cas durant une passation papier/crayon où les réponses données restent inscrites et sont, de fait, visibles de tous. En condition informatisée, le répondant aurait donc le sentiment que ses réponses sont moins identifiables, plus anonymes que dans les passations traditionnelles (*i.e.* papier/crayon) où il remet directement sa feuille de réponses à un recruteur ou à un psychologue. Ceux-ci sont susceptibles d'évaluer immédiatement le répondant tout en l'identifiant (même si les réponses ont été données sous couvert d'anonymat). Le format informatisé participerait ainsi à la création d'un sentiment d'anonymat social plus important que le format de passation papier/crayon. Le mode de passation informatisé serait perçu comme plus confidentiel : les répondants se sentiraient plus libres de se livrer, de se confier même sur des comportements dits sensibles ou tabous (Feigelson et Dwight, *op. cit.*).

Le deuxième argument est lié à un contexte social peu marqué lors des passations informatisées. La communication médiatisée par ordinateur est effectivement connue pour véhiculer peu, voire aucunes, communications non verbales (Riordan et Kreuz, sous presse) dans la mesure où elle n'implique aucun contact physique et visuel (Derks, Fischer et Bos, 2008). *A contrario*, lors d'une interaction en face à face, une personne émettra,

⁶⁴ Trois dimensions de l'échelle de Fenigstein et al. (1975) sont utilisées : la conscience de soi publique, la conscience de soi privée et l'anxiété sociale.

⁶⁵ Echelle de Rosenberg (1979).

⁶⁶ BIDR (Paulhus, 1991).

volontairement ou non, des comportements verbaux et/ou non verbaux relatifs à son jugement ou à ses réactions vis-à-vis des réponses données par le répondant. Dans cette même situation, l'ordinateur n'engendre pas d'interactions avec autrui dans la mesure où le répondant est seul durant la passation et induit un contexte plus neutre quelles que soient les réponses données (Sproull et Kiesler, 1991). Pour résumer, les communications médiatisées par ordinateur permettent au répondant de se sentir moins concerné par le regard d'autrui, ce qui a pour conséquence une expression moindre des stratégies d'autoprésentation (Joinson, 1999) et une baisse des scores de désirabilité sociale. L'individu peut alors exprimer des comportements plus hostiles (Kiesler, Siegal et McGuire, 1984), plus désinhibés (Joinson, *op. cit.*) qui seraient dus à un sentiment de désindividuation (Zimbardo, 1969).

Un point de vue différent est donné par Rezmovic (1977). Pour cet auteur, les individus répondent plus franchement sur ordinateur car ils croient que, *via* ce dernier, des informations d'ordre privé et les concernant sont stockées, disponibles et vérifiables, ce qui les effraie. Cette croyance est appelée le syndrome « *Big Brother* ». Cette dénomination est inspirée du roman *1984* de Georges Orwell où l'on retrouve une figure, appelée « *Big Brother* » représentant le pouvoir et contrôlant la liberté d'expression des individus. En matière de passations informatisées de tests, le syndrome « *Big Brother* » réfère à des croyances selon lesquelles l'ordinateur permet de collecter des informations sur les individus et autorise, de ce fait, une vérification quasi instantanée de la véracité des réponses fournies (Rosenfeld, Booth-Kewley, Edwards et Thomas, 1996⁶⁷). Ceci dit, les individus ne seront francs que dans le cas où ils sont sûrs que cela ne leur causera aucun préjudice (Rosenfeld et al., *op. cit.*). Cette interprétation peut être rapprochée du paradigme du « *Bogus Pipeline* » (Jones et Sigall, 1971) puisque l'ordinateur est dès lors perçu comme étant une sorte de détecteur de mensonge.

2.2.2. Les études portant sur les effets de l'anonymat en matière d'équivalence des formats de passation

Plusieurs résultats attestent d'un effet de l'anonymat sur les réponses des individus. Le premier (Paulhus, 1984) démontre qu'en condition de passation traditionnelle (*i.e.* papier/crayon), l'anonymat permet de diminuer les scores de désirabilité sociale et, plus particulièrement, ceux d'hétéroduperie. Le second (Gergen, Gergen et Barton, 1973) met en évidence une influence de l'anonymat en montrant que les individus se confient davantage lorsqu'ils sont placés dans une salle obscure. Ces résultats ont laissé croire que le format

⁶⁷ Cette étude sera détaillée dans le paragraphe suivant

informatisé de passation, en accentuant le sentiment d'anonymat (Kiesler et Sproull, 1986), permettrait de diminuer l'expression de comportements socialement désirables. Cet axe de recherche a présidé à la réalisation d'un grand nombre d'études, sans qu'une réponse consensuelle ne puisse être apportée. Certaines études ont ainsi validé cette idée en indiquant que l'expression de la désirabilité sociale en format de passation informatisé est plus faible en condition anonymat qu'en condition identifiée (Booth-Kewley et al., 1992 ; Evan et Miller, 1969; Kiesler et Sproull, *op. cit.*). D'autres aboutissent aux résultats inverses ou ne voient aucune différence entre les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (Hancock et Flowers, 2001). Pour répondre à ces contradictions, Rosenfeld, Booth-Kewley, Edwards et Thomas (1996) adoptent un autre point de vue en considérant l'influence du syndrome « *Big Brother* ». Ils mettent en place une expérience où le principal objectif est l'étude de l'influence de la situation et de la vérifiabilité des réponses sur l'expression de la désirabilité sociale observée lors de passations traditionnelles (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisées. Cette étude s'adresse à deux cent quarante-sept recrues, exclusivement masculines, de la marine. Trois variables indépendantes sont manipulées : une première à deux modalités concernant le niveau d'identification (anonymat *versus* identifié⁶⁸), une deuxième à trois modalités concernant le format de passation (papier/crayon *versus* ordinateur non connecté dit *offline* *versus* ordinateur connecté dit *online*) et une troisième à deux modalités portant sur le caractère vérifiable *versus* non vérifiable des réponses. Le format de passation *online* est présenté aux répondants comme étant relié à une base de données permettant de vérifier quasi instantanément leurs réponses et de les analyser statistiquement. Cette condition est inspirée du paradigme expérimental dit du « *Bogus Pipeline* » (Jones et Sigall, 1971).

Répartis aléatoirement dans l'une des six conditions expérimentales, les sujets doivent répondre au BIDR-6 (Paulhus, 1991) ainsi qu'à des items concernant leurs résultats scolaires (*i.e.* questions vérifiables). Trois hypothèses sont formulées. La première suppose un effet du format de passation « ordinateur connecté » (*i.e.* format de passation *online*) sur l'expression de la désirabilité sociale. Des scores de désirabilité sociale plus élevés sont attendus en format *online* pour des items non vérifiables (*i.e.* BIDR) et moins élevés pour des items vérifiables (*i.e.* résultats scolaires). La seconde hypothèse suppose que ces effets seront uniquement démontrés en matière de gestion des impressions, l'autoduperie étant supposée stable et peu sensible au contexte. Enfin, les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *offline*

⁶⁸ La condition « anonymat » ne requiert aucune information personnelle sur le sujet alors que le nom et le numéro de sécurité sociale de ce dernier sont demandés dans la condition identification.

(*i.e.* non connecté) sont supposés équivalents. Rosenfeld et ses collaborateurs (1996) montrent que : 1) les scores de gestion des impressions les plus importants sont relevés en condition identifiée durant la passation *online* et 2) une équivalence des scores de désirabilité sociale obtenus en format de passation papier/crayon et *offline* quand les réponses sont données sous couvert d'anonymat. Ces résultats sont interprétés au regard du syndrome « *Big Brother* ». Si ce dernier est activé chez le répondant, davantage de stratégies d'autoprésentation sont mises en place car les individus ont peur d'être jugés négativement. Aucun effet n'est remarqué en ce qui concerne le déni de soi ou la distinction entre le caractère vérifiable ou pas des réponses. Le rejet de l'hypothèse concernant la distinction entre réponses vérifiables et réponses non vérifiables est expliqué par la particularité de l'échantillon expérimental (*i.e.* des militaires sanctionnés en cas de mensonge).

Les divergences de résultats observées peuvent être expliquées par la difficulté à mettre en place des procédures expérimentales manipulant l'anonymat. Les participants se méfient des procédures expérimentales telles qu'elles leur sont présentées en laboratoire et, surtout, de leur caractère anonymant (Baumeister, 1982). De plus, si l'expérimentateur est présent dans la salle, durant une passation réalisée sous couvert d'anonymat, le participant est confronté à un public réel possédant un statut particulier (Baumeister, *op. cit.*). Le fait de croire que l'on sera évalué au travers des réponses données à un test annule donc les effets de la manipulation d'un anonymat technique (Baumeister, *op. cit.*) et, de fait, l'induction d'un anonymat social (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 55). En effet, s'il est aisé de mettre en place des moyens techniques favorisant un anonymat technique, l'anonymat social est tout à fait relatif car totalement lié à la subjectivité de chaque individu.

2.2.3. Une perception spécifique des normes sociales en situation de passation informatisée

La perception d'un contexte social *via* ses normes est considérée comme un déterminant de la mise en place de stratégies d'autoprésentation (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.1, page 54). Les individus tendent ainsi à se présenter de façon conforme aux attentes et aux valeurs véhiculées dans un contexte donné. La situation de communication médiatisée par ordinateur est considérée comme une situation libre de pressions sociales ou décontextualisée (Joinson, 2003). Elle implique, en effet, un individu « isolé » interagissant avec une machine et ce, sans que des éléments contextuels ne puissent l'influencer. La situation de communication médiatisée par ordinateur est, de ce fait, supposée influencer l'expression de la désirabilité sociale.

Les normes en vigueur dans le contexte des communications médiatisées par ordinateur sont mal connues et mal définies. Elles sont peu évidentes pour la plupart des utilisateurs et peuvent être spécifiques à chaque groupe de discussion, à chaque activité, *etc.* (Joinson, 2003). Or, les codes de conduites sont très présents au sein des forums de discussion où ils sont souvent exprimés de façon explicite en indiquant, par exemple, concrètement les comportements à adopter pour participer aux discussions, les styles d'écriture à utiliser (*e.g.* pas de langage abrégé ou dit *SMS*⁶⁹, éviter les fautes d'orthographe, *etc.*). Leur violation (la plupart du temps par des utilisateurs inexpérimentés) est sanctionnée par de nombreux reproches de la part des membres du groupe (Joinson, *op. cit.*). Malgré tout, certains auteurs (*e.g.* Daft et Lengel, 1986) pensent que les communications médiatisées par ordinateur se caractérisent par une absence relative de normes sociales et de contrôle social. Plus récemment, Joinson (*op. cit.*) estiment que ces normes sociales se créent au fur et à mesure des interactions produites dans le cadre de communications médiatisées par ordinateur. Il semble donc que la communication médiatisée par ordinateur ne fonctionne pas selon les mêmes codes que la communication traditionnelle (*e.g.* face à face). Elle permet ainsi de mettre en avant des facettes du concept de soi que l'on ne divulguerait pas dans une situation de face-à-face (Joinson, *op. cit.*). Les moyens de communication médiatisés par ordinateur (*e.g.* espaces communautaires du type *Myspace*⁷⁰ ou *Facebook*⁷¹) permettent également d'exercer un contrôle plus important sur les présentations de soi que lors de situations de face à face (*e.g.* contrôle de ce qui est dit, de la façon dont c'est dit, de la durée d'exposition, *etc.*). La gestion de son autoprésentation en situation de communication médiatisée par ordinateur deviendrait donc plus stratégique (Ellingson, Heino et Gibbs, 2006 ; Joinson, *op. cit.* ; Kramer et Winter, 2008).

Même si plusieurs études portent sur les comportements observés en situation de communication médiatisée par ordinateur (*e.g.* forum, discussion instantanée, *etc.*), peu de recherches se sont concrètement intéressées aux comportements autoprésentationnels mis en place au sein de ces situations (Gardner, Martinko et Peluchette, 1996). Des différences de comportements sont toutefois relevées entre les communications médiatisées par ordinateur et les plus classiques (*i.e.* communications en situation de face à face). Internet apparaît ainsi comme le moyen d'accéder à une nouvelle identité et de s'autoprésenter autrement à autrui.

⁶⁹ *Short Message Service*. Le langage *SMS*, notamment utilisé sur des médias limitant le nombre de caractères associé à un message (*e.g.* téléphone portable) permet aux individus d'exprimer le plus de mots possibles avec le moins de signes grâce aux abréviations, symboles, acronymes, *etc.*

⁷⁰ www.myspace.com

⁷¹ www.facebook.com

La gestion des présentations de soi *via* les ordinateurs ou Internet relèverait alors des « soi possibles » (Markus et Nurius, 1986). Ceux-ci caractérisent ce que nous sommes, ce que nous aimerions devenir et ce que nous avons peur de devenir (Joinson, 2003).

2.3. Conclusion : apports et limites des études sur l'équivalence se rapportant à la désirabilité sociale

Les stratégies d'autoprésentation permettent aux individus de se présenter à autrui de façon à correspondre aux attentes de ce dernier, en fonction des normes en vigueur dans un contexte donné ou de façon à se faire bien voir. Ces stratégies de présentation de soi sont quotidiennement mises en place par les individus lors des interactions sociales, y compris durant des communications médiatisées par ordinateur. Le concept de désirabilité sociale, permettant d'évaluer les stratégies d'autoprésentation mises en place dans une situation donnée, et le format de passation informatisé sont liés par certaines caractéristiques. L'expression de la désirabilité sociale est déterminée par des variables situationnelles (*i.e.* la perception de l'anonymat et de normes sociales) dont certaines semblent spécifiques à la communication médiatisée par ordinateur. Cependant, ces facteurs contextuels ne sont pas encore totalement définis ni compris par les chercheurs. De nombreux points sont à approfondir tels que la création et/ou l'existence des normes dirigeant l'élaboration des techniques de présentation de soi pendant la passation d'un test sur ordinateur. L'inconsistance des résultats observés entre les différents formats de passation d'un test de désirabilité sociale peut ainsi être perçue comme la conséquence de l'existence de normes propres à chacune des situations de passation (*i.e.* papier/crayon ou informatisée).

De nombreuses études ont permis de comparer les propriétés psychométriques (principalement les moyennes) du BIDR (Paulhus, 1986) observées entre les formats traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés. Les résultats obtenus sont contradictoires. Ils témoignent, selon les études, de scores moyens de désirabilité sociale similaires ou non en condition de passation papier/crayon *versus* informatisée (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.1, page 61). Les premiers sont interprétés comme rendant compte d'une équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés, les seconds de leur non équivalence. Cette dernière implique soit des scores de désirabilité sociale plus élevés en condition informatisée par rapport à la condition papier, soit des scores plus faibles en situation de passation informatisée par rapport à la traditionnelle (*i.e.* papier/crayon). L'approche psychométrique permet donc seulement de pointer des divergences de résultats mais pas de les expliquer. L'approche expérientielle est censée apporter des pistes

d'explications (en termes de facteurs dispositionnels tels que l'expérience informatique ou l'attitude envers l'informatique) à ces résultats contradictoires (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.2, page 62). Cependant, peu de recherches sur l'équivalence des formats de présentation d'un questionnaire de désirabilité sociale s'inscrivent dans ce champ théorique (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.2, page 62).

Conclusion du chapitre 3

L'étude de l'équivalence psychométrique des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé des échelles de désirabilité sociale, a mis en avant des résultats contradictoires. Certaines recherches démontrent l'équivalence de ces formats alors que d'autres démontrent soit une hausse, soit une baisse des scores de désirabilité sociale obtenus en condition informatisée (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.1, page 61). Cette incohérence des conclusions observées a suscité peu de questionnement et, seules quelques études s'inscrivent dans un cadre théorique différent : l'approche expérientielle (*cf.* chapitre 2, partie 3, page 32). Celle-ci suppose que les caractéristiques individuelles telles que l'expérience informatique ou le contrôle perçu, influencent les comportements de réponse socialement désirables en situation de passation informatisée (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.2, page 62). Les données recueillies vont dans ce sens. Les scores de gestion des impressions obtenus en format de passation informatisé sont plus élevés quand les répondants ont une faible expérience de l'outil informatique ou un faible contrôle perçu sur les réponses qu'ils apportent (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.2, page 62). Ces résultats sont interprétés en fonction de croyances naïves (*e.g.* syndrome « *Big Brother* ») que peuvent développer les répondants à l'égard d'un outil méconnu.

Des limites d'ordre méthodologique et conceptuel peuvent également rendre compte du manque de consistance observé dans les conclusions obtenues en ce qui concerne l'équivalence psychométrique. Premièrement, la question de l'opérationnalisation de la mesure se pose. Le bilan empirique de l'équivalence psychométrique des formats de passation d'une échelle de désirabilité sociale : traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés, met en évidence le recours quasi systématique à un protocole expérimental impliquant une comparaison intergroupe. Les individus sont aléatoirement répartis dans l'une des conditions de passation : traditionnelle (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisée, et les scores obtenus sont comparés puis interprétés comme étant dus à des perceptions similaires ou différentes du format. Cette méthodologie est remise en cause par plusieurs auteurs (Withaker, 1994) car elle est susceptible d'engendrer une erreur de mesure liée aux différences entre les individus. Pour la diminuer, le recours à une comparaison intra-individuelle est prôné tout en soulignant le caractère contraignant de sa mise en application. Les individus doivent alors effectivement répondre à un même questionnaire en formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé et ce, à un même moment. Deuxièmement, les procédures employées dans

les études portant sur l'équivalence des formats de passation : traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés, sont peu explicitées. Il est, par exemple, difficile de savoir si les expériences ont été menées en présence (ou en l'absence) d'autrui ou quelles étaient les caractéristiques ergonomiques de chacun des supports de passation. Or, la preuve de l'influence de ces facteurs a déjà été apportée (*cf.* chapitre 2, partie 2, page 28). En effet, les aspects liés à l'ergonomie des modalités d'administration (*i.e.* la possibilité de revenir en arrière, de voir les items à venir, de les corriger, *etc.*) affectent l'expression de la désirabilité sociale. Withener et Klein (1995) montrent ainsi que, dans le cas où les modes d'administration offrent les mêmes possibilités aux répondants, l'équivalence est avérée. Quand le format informatisé se différencie du format traditionnel et ne permet pas aux participants de voir l'ensemble des items, de corriger leur réponse, *etc.*, les scores de désirabilité sociale sont plus élevés (Lautenschlager et Flaherty, 1989 ; Withener et Klein, *op. cit.*). En n'ayant pas la possibilité de revenir en arrière, de passer les items *et/ou* de les corriger, le répondant n'aura pas la possibilité de créer de la cohérence entre ses réponses et donc de mieux les contrôler. Cette hypothèse est également défendue par Richman et ses collaborateurs (1999, pour une méta-analyse). Cependant, des résultats contraires sont obtenus par Booth-Kewley, Edwards et Rosenfeld (1992). Ces auteurs déduisent que d'autres facteurs liés aux caractéristiques des populations expérimentales ou à celles du matériel utilisé (*i.e.* diverses versions du BIDR) peuvent être à l'origine de ces divergences. Enfin, le statut théorique de la désirabilité sociale dans les travaux sur l'équivalence des formats de passation : traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés, n'est pas considéré à part entière. Ces recherches conçoivent la désirabilité sociale uniquement comme rendant compte d'une sensibilité au regard d'autrui (*i.e.* approbation sociale) et non en fonction de ses récents développements théoriques dans le cadre conceptuel de la présentation de soi (*cf.* chapitre 3, partie 1.2.3, page 58). Le concept de désirabilité sociale y représente juste une mesure des variations de réponse des participants en fonction des formats de passation (*i.e.* une variable dépendante) et paraît appropriée pour valider le postulat selon lequel la situation de communication médiatisée par ordinateur serait impersonnelle et anonymante (Kiesler et Sproull, 1986).

Chapitre 4 : problématique générale de la thèse

Etude comparative des formats de passation au regard des mécanismes autoprésentationnels intervenant pendant les passations

Les tests psychométriques sont des instruments de mesure des caractéristiques individuelles utilisés dans le cadre de l'évaluation de la personne (*e.g.* diagnostic clinique, orientation scolaire, recrutement). Le cadre légal régissant leur pratique ne permet pas d'en assurer une utilisation rigoureuse (*e.g.* statut de la personne habilitée aux passations de tests), pouvant être néfaste tant pour les personnes testées que pour la crédibilité de la profession (*cf.* chapitre 1, partie 1, page 6). De ce constat, des groupes de réflexions internationaux ont été mis en place avec pour objectif l'élaboration de recommandations régissant 1) un usage éthique des tests (visant notamment la protection de la personne testée et le statut de l'utilisateur des tests) et 2) les fondements psychométriques permettant l'obtention de mesures pertinentes (*e.g.* mise en avant des critères de fidélité et de validité). Ces recommandations sont d'autant plus nécessaires que les pratiques d'évaluation de la personne ont évolué depuis la démocratisation des TIC. Celles-ci facilitent notamment l'accessibilité des tests et leur diffusion à un niveau international (*e.g.* pouvant favoriser un usage « sauvage », le « photocopillage », *etc.*).

Les TIC étant naïvement perçues comme porteuses de progrès et, de ce fait, garantes de fiabilité, peu de chercheurs se sont intéressés à la pertinence de la mesure obtenue *via* des passations informatisées (*e.g.* Gaudron, 2006). Les recherches sur les formats de passation informatisés se sont principalement focalisées sur la mise en évidence de leurs avantages techniques et/ou économiques. Cet optimisme technologique ne doit toutefois pas en masquer les limites (*cf.* chapitre 1, partie 2.1.2, page 12) L'une d'entre elles a trait au manque de contrôle des conditions de passation. Celles-ci peuvent être très différentes d'une passation à une autre et ce, en raison de caractéristiques techniques et matérielles différentes (*e.g.* vitesse d'apparition des items, *etc.*) ou de difficultés liées à l'identification des individus évalués comme à celle des lieux de passation. Les recherches les concernant ont effectivement démontré leur influence sur les comportements de réponse (pour exemple, *cf.* chapitre 2, partie 1.2.1.2, page 24). Ces données expérimentales posent la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés considérée de

façon insuffisante par les recommandations internationales (*cf.* chapitre 1, partie 2.2, page 29). La question de l'équivalence doit être étudiée à un niveau psychométrique (*i.e.* deux formats de passation permettent-ils d'obtenir deux mesures possédant des critères psychométriques équivalents ?) mais aussi à un niveau expérientiel (*i.e.* les réactions émotionnelles, attitudinales et perceptuelles émises par le répondant lors de la passation influencent-elles les comportements de réponse ?).

Les travaux ayant pour objectif de répondre à la problématique de l'équivalence dans le cadre de l'approche psychométrique, tendent à la démontrer uniquement pour les tests d'aptitude mesurant essentiellement des performances individuelles. En ce qui concerne les tests d'attitude (*cf.* chapitre 2, partie 1.2.2, page 25), les résultats observés ne sont pas consensuels. Ils sont particulièrement contradictoires lorsqu'ils se réfèrent à des caractéristiques personnelles en relation avec le comportement et la manière d'être en société ou des données dites « sensibles » telles que les comportements à risque et les inventaires de personnalité (Capel, 2009). Le bilan empirique de l'approche expérientielle permet une meilleure compréhension de ces résultats et met en évidence l'influence de facteurs dispositionnels tels que l'anxiété, l'expérience et/ou l'attitude informatique sur les comportements de réponse en condition informatisée. Ainsi, pour les inventaires de personnalité, des travaux indiquent que le comportement de réponse est influencé par l'état émotionnel de l'individu (Georges, Lankford et Wilson, 1992). Du bilan empirique des études issues des approches psychométrique et expérientielle, aucune conclusion consensuelle n'apparaît.

Partant de cette observation, plusieurs auteurs (*e.g.* Rosenfeld, Booth-Kewley, Edwards et Thomas, 1996 ; Booth-Kewley, Larson et Miyoshi, 2007) appellent à la prise en compte de facteurs contextuels susceptibles d'apporter une réponse à l'incohérence des résultats obtenus et permettant de mieux comprendre ce qui incite l'individu à s'exprimer différemment en fonction du format de passation. Autrement dit, l'inconsistance de ces données expérimentales (recueillies tant au sein de l'approche psychométrique que de l'approche expérientielle) serait due à la spécificité de la perception individuelle d'une situation de passation impliquant une interaction entre le répondant et le média informatisé. Le comportement de réponse informatisé ne s'explique pas par le média informatique en lui-même (*i.e.* le matériel) mais « *par les modalités relationnelles et psychosociales induites par le format de passation* » (Lemoine, 1994). Ces modalités concernent tant la perception de facteurs contextuels (*e.g.* passation individuelle *versus* collective, visibilité du répondant, *etc.*) que les facteurs dispositionnels mis en avant dans le cadre de l'approche expérientielle. Bien

plus qu'une simple interface de réponse (*i.e.* écran/clavier), le média informatisé intervient en tant que relais médiatisant la relation entre le répondant et l'évaluateur (Lemoine, *op. cit.*). Il participe ainsi à la création d'une situation spécifique de passation influençant les comportements de réponse. Le cadre théorique de l'autoprésentation propose la prise en compte des effets de ces facteurs contextuels et dispositionnels sur la présentation que l'individu fait de lui-même (*cf.* chapitre 3, partie 1, page 50). Selon Fiske (2008), la présentation de soi varie selon des facteurs relatifs au contexte (*i.e.* présence d'un public, la situation interpersonnelle et les valeurs véhiculées au sein de la société) et au soi (*i.e.* les buts personnels). L'une des stratégies d'autoprésentation identifiée dans ce cadre théorique est la désirabilité sociale (Paulhus, 1984). Celle-ci se définit comme étant la propension d'un individu à s'auto-valoriser et/ou à déformer des informations sur lui-même dans le but de donner à voir à autrui une image positive de sa personne. Considéré à l'origine comme une échelle de mensonge, le concept de désirabilité sociale a largement été utilisé dans le cadre de la problématique de l'équivalence des formats de passation dans le but de vérifier si les individus étaient plus honnêtes dans les réponses données à un questionnaire informatisé par rapport à un questionnaire papier/crayon (*cf.* chapitre 3, partie 2, page 60). Cependant, ce champ d'étude ne permet pas d'aboutir à une conclusion consensuelle (Feigelson et Dwight, 2000, pour une méta-analyse). Composée d'une dimension sensible au contexte (*i.e.* gestion des impressions) et d'une dimension non sensible (*i.e.* déni de soi), la désirabilité sociale constitue effectivement un moyen pertinent d'étudier les effets du contexte. Cependant, l'absence de prise en considération du statut de la désirabilité sociale en tant que stratégie d'autoprésentation limite l'interprétation de ces données expérimentales contradictoires (*cf.* chapitre 3, conclusion, page 71).

Cette thèse se donne pour ambition la compréhension des mécanismes autoprésentationnels et, plus particulièrement, l'expression de la désirabilité sociale en tant que stratégie de présentation de soi, mis en place en fonction du format de passation (*i.e.* papier/crayon *versus* informatisé). Nous distinguerons les formats de passation les plus traditionnels (*i.e.* papier/crayon) des plus récents (*i.e.* formats *offline*⁷² et *online*⁷³) puisque chacun d'entre eux est susceptible d'engendrer un contexte de passation différent pouvant affecter les comportements de réponse. En ce sens, nous supposons que, comparativement au format traditionnel, les formats de passation informatisés entraîneraient une situation de

⁷² Le format *offline* correspond au format informatisé classique, c'est-à-dire à une passation effectuée sur un ordinateur, sans que ce dernier soit relié à Internet.

⁷³ Le format *online* correspond à une passation médiatisée par ordinateur mais nécessitant obligatoirement l'accès à Internet.

passation spécifique. La spécificité de chaque situation de passation pourrait être induite par certaines caractéristiques propres aux formats de passation informatisés (*e.g.* absence de feedback et de contrôle sur les réponses précédemment données, nature éphémère des réponses, *etc.*). Le participant percevrait alors cette situation de passation comme impersonnelle et anonymante et réduirait ainsi la mise en place des stratégies d'autoprésentation et notamment l'expression de comportements socialement désirables (Evan et Miller, 1969 ; Kiesler et Sproull, 1986). Cette hypothèse pose également la question de l'équivalence des formats de passation informatisés utilisés indifféremment en *offline* ou *online*, chacun de ces formats ayant ses propres caractéristiques (*e.g.* mise en réseau ou non des données, *etc.*)

Les recherches proposées dans cette thèse soutiendront des hypothèses relatives à l'influence de facteurs dispositionnels et contextuels sur la mise en place de stratégies d'autoprésentation et, plus particulièrement, sur l'expression de la désirabilité sociale. Une première hypothèse suppose un effet de variables dispositionnelles (*i.e.* anxiété informatique, expérience informatique et attitude envers l'informatique ; *cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 35) sur l'expression de stratégies d'autoprésentation lors de passations informatisées. Pour répondre à cette hypothèse, une analyse exploratoire de l'impact de ces facteurs dispositionnels sur les comportements de réponse informatisés sera effectuée. L'anxiété et l'expérience informatique sont considérées en tant que déterminant de l'attitude envers l'informatique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 35). Alors que leur influence a déjà été démontrée pour certaines échelles (*e.g.* inventaire de personnalité), un manque est relevé concernant leur influence sur l'expression de la désirabilité sociale (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.2, page 62). L'étude de ces trois variables dispositionnelles sera approfondie par celle de la perception individuelle de l'usage des formats de passation, supposée influencer la mise en place de stratégies d'autoprésentation. En ce sens, le concept d'attitude envers l'informatique peut alors être compris au regard de l'acceptabilité sociale. Celle-ci propose les dimensions d'utilité perçue et de facilité d'utilisation perçue en tant que déterminants de l'attitude informatique. Le concept d'acceptabilité sociale relève par nature des informations perçues par le répondant et est, dans ces conditions, central et actuel dans l'analyse de l'interaction de l'homme à la machine. En raison de l'importance du média dans la compréhension et dans la perception d'un message, comprendre comment ce média est perçu est dès lors fondamental. Nous supposons que l'étude de l'acceptabilité sociale d'un format de passation nous permettra de mieux appréhender les déterminants dispositionnels inhérents à la mise en place de stratégies d'autoprésentation lors de passations informatisées.

Une seconde hypothèse suppose l'influence de facteurs contextuels tels que la visibilité du répondant et l'enjeu perçu sur la mise en place de stratégies d'autoprésentation en fonction du format de passation (*cf.* chapitre 3, partie 1.1, page 51). D'une part, il a été démontré qu'un individu placé dans une situation d'anonymat, comparativement à une personne en situation de visibilité, exprimera moins de stratégies d'autoprésentation (Baumeister, 1982 ; Paulhus, 1984). Deux formes d'anonymat sont différenciées (Christopherson, 2007) : l'anonymat technique, manipulé à partir de consignes de visibilité, et l'anonymat social, plus implicite, manipulé à partir de l'induction des caractéristiques relatives à trois formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline* et *online*). Nous supposons que ces deux formes d'anonymat influencent l'expression de la désirabilité sociale. D'autre part, sachant que les stratégies d'autoprésentation sont particulièrement dépendantes de l'enjeu perçu dans un contexte donné (Baumeister et Jones, 1978 ; Baumeister, 1982), on peut s'attendre à ce que l'individu s'autoprésente davantage dès lors qu'il percevra un contexte comme étant évaluatif (*e.g.* situation de recrutement). Ainsi, la personne protégera son image publique et se donnera les moyens de se faire bien voir d'autrui en s'adaptant aux attentes situationnelles et aux valeurs sociales. L'enjeu perçu au sein d'une situation de passation est supposé être différent en fonction du format de passation proposé. A notre connaissance, même si certaines études rendent saillantes l'enjeu issu de la passation d'un test (*e.g.* Salgado et Moscoso, 2003), aucune ne l'a réellement manipulé dans le cadre de la passation d'un test *via* des formats traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*).

Chapitre 5 : De l'approche classique de l'équivalence des formats de passation à la prise en considération du répondant

Cette thèse a pour ambition la compréhension des processus autoprésentationnels (*e.g.* la désirabilité sociale) mis en place en fonction du format de passation (*i.e.* papier/crayon *versus* informatisé) en analysant l'influence de facteurs dispositionnels ou contextuels. Ce premier chapitre expérimental vise, dans une première expérimentation, à répliquer le protocole expérimental classiquement utilisé dans ce champ de recherche (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.1, page 61). Il propose d'y ajouter l'étude de l'expérience informatique (expérimentations 1 et 2), l'anxiété informatique (expérimentation 1) et l'attitude envers l'informatique (expérimentations 1 et 2), trois variables dispositionnelles reconnues dans la littérature comme influençant les comportements de réponse obtenus *via* un format de passation informatisé (*cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 35). La seconde expérimentation de ce chapitre vise à faire évoluer le protocole expérimental classique (*i.e.* comparaison intergroupe) vers une méthodologie jugée comme plus adaptée (*i.e.* comparaison intra-individuelle) à l'étude de la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés.

La problématique de l'équivalence des formats de passation des échelles de désirabilité sociale a fait l'objet de nombreuses études (*cf.* chapitre 3, partie 2, page 60). Cependant, plusieurs limites ont été relevées. Ces travaux aboutissent à des résultats contradictoires et ce malgré des protocoles expérimentaux similaires (*i.e.* une comparaison intergroupe et une même échelle : le BIDR, Paulhus, 1986). Ainsi, une partie de ces recherches valident l'équivalence des formats de passation traditionnels et informatisés du BIDR (Paulhus, *op. cit.*) alors que d'autres constatent parfois une hausse parfois une baisse des scores de désirabilité sociale obtenus durant les passations informatisées. L'inconsistance de ces résultats peut tout d'abord être expliquée au regard de limites conceptuelles. Ce champ empirique s'est principalement focalisé sur des critères psychométriques (*e.g.* rang, moyenne, *etc.*) en délaissant une approche prenant en compte les réactions individuelles inhérentes à la perception de la situation de passation : l'équivalence expérientielle. Or, les conclusions des études traitant de l'influence des facteurs dispositionnels sur le comportement de réponse à des tests d'attitude ont démontré leur importance dans la compréhension de cette problématique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 35). Les caractéristiques individuelles sont donc

susceptibles d'apporter des pistes d'explication quant à l'inconsistance des résultats issus des recherches portant sur l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés d'un test d'attitude. Les expérimentations 1 et 2 de ce chapitre s'inscrivent dans ce champ théorique et ont pour objectif d'étudier la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés du DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000) au regard de l'approche expérientielle et ce en vérifiant l'influence de facteurs dispositionnels sur la mise en place de processus autoprésentationnels lors de passations informatisées.

Ce chapitre propose ensuite la prise en considération de quelques limites méthodologiques. Premièrement, les recherches précitées n'ont jamais, à notre connaissance, porté sur le DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000), version francophone du BIDR proposé par Paulhus en 1986 (*cf.* chapitre 3, partie 1.2.2). Or, vérifier l'influence des formats de passation sur chaque nouvelle version d'un test est préconisé par les commissions internationales régissant l'usage des tests (*cf.* chapitre 1, partie 1, page 6). Deuxièmement, une méthodologie orientée vers l'individu : la comparaison intra-individuelle, doit être mise en place (Withaker, 1994). Cet auteur propose le recours à une méthode permettant de diminuer les erreurs de mesure dues aux différences interindividuelles.

1. Expérimentation 1 : L'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisé (*i.e.* *offline*) au regard de l'approche expérientielle

1. 1. Objectifs

Cette expérimentation a deux objectifs principaux. Le premier se réfère à l'approche classique de l'équivalence des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*) et se propose de la tester avec la version française du BIDR : le DS 36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000). Dans ce cadre conceptuel, la confrontation au média informatisé est supposée créer une situation de passation impersonnelle dans laquelle l'individu se perçoit comme davantage anonyme (*cf.* chapitre 3, partie 2.2.2, page 65). Cette perception particulière de la situation de passation est connue pour influencer l'expression de conduites autoprésentationnelles, représentées ici par l'expression de comportements

socialement désirables. En effet, dans la perspective théorique de la présentation de soi, un individu placé dans une situation d'anonymat est supposé adopter moins de stratégies de présentation de soi destinées à autrui (*e.g.* hétéroduperie). En ce sens, des scores moyens de désirabilité sociale, et plus particulièrement d'hétéroduperie, plus faibles sont attendus sur le format de passation informatisé par rapport au format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon). L'autoduperie est, quant à elle, définie comme non consciente et, en conséquence, plus stable car non sensible aux arguments situationnels. Pour répondre à ce premier objectif, le protocole expérimental classiquement utilisé dans les travaux anglo-saxons pour étudier l'équivalence des passations de deux formats d'une échelle de désirabilité sociale (*i.e.* le BIDR, Paulhus, 1986): la comparaison intergroupe, est reproduit. Cette procédure consiste à répartir aléatoirement les passations entre les formats de passation traditionnelle (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*) et ainsi à constituer deux groupes de répondants distincts.

Le second objectif est de déterminer l'influence de facteurs dispositionnels sur les réponses fournies lors de passations informatisées. Les principaux facteurs dispositionnels conditionnant les comportements de réponse sont : l'expérience informatique, l'anxiété informatique et l'attitude envers l'informatique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 35). Ces facteurs dispositionnels sont supposés influencer la perception de la situation de passation. Ainsi, l'attitude est définie comme conditionnant la perception individuelle d'une situation en participant à la focalisation de l'attention sur certaines propriétés de ce contexte. Il faut toutefois remarquer que les chercheurs se sont peu attardés sur l'influence de l'attitude vis-à-vis des passations informatisées (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.3, page 42). Ses effets sur l'autoprésentation obtenue *via* un format de passation informatisé restent à démontrer. Les déterminants de l'attitude envers l'informatique (*i.e.* l'expérience informatique et l'anxiété informatique) ont quant à eux fait l'objet d'une littérature plus abondante et leur impact sur la mise en place de stratégies de présentation de soi a déjà pu être démontré (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.2, page 62).

1.2. Procédure expérimentale

Caractéristiques des participants

Deux-cent trente étudiants (IUT⁷⁴ de Rennes, département GEA⁷⁵, Licence 1 et 2 et Université Rennes 2, Licence 1) ont pris part volontairement à cette expérimentation. Aucune donnée démographique (*e.g.* âge, sexe) ne leur a été demandée⁷⁶. Les participants sont répartis en deux conditions. La première correspond à une passation traditionnelle, c'est-à-dire papier/crayon ($n= 104$) et la seconde à une passation informatisée ($n = 126$).

Matériel expérimental

Le matériel expérimental se compose de quatre échelles.

Une échelle de désirabilité sociale : le DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000)

Le DS36 regroupe trente-six items répartis équitablement entre deux facteurs : l'autoduperie (*e.g.* « *J'ai toujours confiance en mes jugements* ») et l'hétéroduperie (*e.g.* « *Si je me suis engagé(e) à faire quelque chose, je tiens toujours ma promesse* »). Les mesures s'effectuent *via* une échelle de type Likert en sept points allant de 1 « *cette affirmation est totalement fausse* » à 7 « *cette affirmation est totalement vraie* » (*cf.* annexe 3). Cette échelle correspond à la version francophone la plus proche conceptuellement du BIDR (Paulhus, 1986), outil classiquement utilisé pour l'étude de l'équivalence des formats de passation (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.1, page 61).

Une échelle d'expérience informatique

Ce questionnaire, créé pour les besoins de cette recherche, répond aux différentes définitions de l'expérience informatique données précédemment (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.1, page 35) : l'expérience informatique objective et subjective. L'expérience informatique objective est représentée par deux dimensions (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.1.2, page 36). La première porte sur la composante quantitative de l'expérience informatique opérationnalisée en termes de fréquence d'utilisation (*i.e.* opportunité d'utilisation, diversité et quantité

⁷⁴ Institut Universitaire de Technologie.

⁷⁵ Gestion des Entreprises et des Administrations.

⁷⁶ Aucune hypothèse n'est émise concernant le genre des participants. Ces participants ayant tous un niveau universitaire équivalent, aucune différence liée à l'âge n'est attendue.

d'utilisation). Deux items portent sur la fréquence d'utilisation de ce média (e.g. A quel rythme utilisez-vous un ordinateur ?). La seconde porte sur la composante qualitative inhérente aux caractéristiques propres à l'utilisateur de l'ordinateur et à sa compréhension de cet usage (Potosky et Bobko, 1998). Selon cette définition, un utilisateur expérimenté possède des savoirs et des savoir-faire relatifs à l'informatique (e.g. logiciel, procédure informatisée). Cette composante est mesurée *via* dix items portant sur les connaissances théoriques, techniques et la compréhension de l'usage de l'ordinateur en faisant référence notamment à des pratiques de dépannage ou d'aide à l'utilisation. Ces douze items sont traités de manière unidimensionnelle et participent à l'obtention d'un score, calculé à partir d'une grille de correction, pouvant s'étendre de 0 (i.e. utilisateur non expérimenté) à 30 (i.e. utilisateur très expérimenté). L'expérience informatique subjective, c'est-à-dire propre à l'expérience intime de l'utilisateur (Reber, 1985) est mesurée par un item d'auto-évaluation du niveau en informatique (i.e. échelle de type Likert en sept points allant de 1 « *Je suis totalement débutant en informatique* » à 7 « *Je suis un spécialiste en informatique* », cf. annexe 1).

Une échelle d'anxiété informatique : le CARS⁷⁷ (Heinssen, Glass et Knight, 1987)

Le CARS, outil largement utilisé dans les études anglo-saxonnes (cf. chapitre 2, partie 3.2.2.2, page 40), a fait l'objet d'une traduction pour les besoins de l'expérimentation. Il se compose de dix-neuf items mesurant le niveau individuel d'anxiété informatique (e.g. « *J'ai des difficultés à comprendre les aspects techniques des ordinateurs* », « *Tout le monde peut apprendre à utiliser un ordinateur si on est patient et motivé* »). Le CARS propose une mesure unidimensionnelle de l'anxiété informatique. Les mesures s'effectuent *via* une échelle de type Likert en cinq points allant de 1 « *pas du tout d'accord* » à 5 « *tout à fait d'accord* ». Un niveau d'anxiété élevé est représenté par un score élevé à cette échelle (cf. annexe 2).

Une échelle d'attitude envers l'informatique : le CAS⁷⁸ (Nickell et Pinto, 1986)

Le CAS, outil largement utilisé dans les études anglo-saxonnes (cf. chapitre 2, partie 3.2.3.2, page 43), a fait l'objet d'une traduction pour les besoins de l'expérimentation. Il se compose de vingt items (e.g. « *L'ordinateur ne remplacera jamais la vie humaine* », « *L'utilisation de l'ordinateur améliore notre niveau de vie* », « *L'ordinateur est déshumanisant pour la société* ») évalués *via* une échelle de type Likert en cinq points allant

⁷⁷CARS: *Computer Anxiety Rating Scale*.

⁷⁸CAS : *Computer Attitude Scale*.

de 1 « *pas du tout d'accord* » à 5 « *tout à fait d'accord* » (cf. annexe 2). Un degré d'attitude positive vis-à-vis de l'informatique est représenté par un score élevé. Le CAS propose une mesure unidimensionnelle de l'attitude envers l'informatique.

Procédure expérimentale

L'expérimentateur intervenait à la fin d'un cours et proposait aux étudiants de participer à une étude. Celle-ci était simplement présentée comme permettant d'aider un étudiant en psychologie. Les participants volontaires étaient répartis aléatoirement selon deux conditions. La première consistait en la passation du DS36 *via* un format traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et la seconde en la passation de ce même questionnaire *via* un format informatisé (*i.e. offline*). Les participants étaient rencontrés collectivement. Les passations étaient anonymes mais un pseudonyme était demandé à tous les participants et pour tous les questionnaires de façon à faciliter le traitement des données. Les participants soumis au format de passation traditionnel répondaient uniquement au DS36 dont les consignes étaient données par écrit au début du questionnaire (cf. annexe 3). Un débriefing post-expérimental était assuré à la fin de la passation.

Les participants soumis au format de passation informatisé répondaient, en sus du DS36, aux échelles d'expérience informatique, d'anxiété informatique et d'attitude envers l'informatique. Ces dernières étaient présentées avant la passation de l'échelle de désirabilité sociale. Pour procéder à la passation informatisée, le DS36 était retranscrit dans une version *offline* créée à partir du logiciel DELPHI (version 2005, cf. annexe 4)⁷⁹. Sur cette version, les consignes du DS36 étaient présentées à l'écran en début de passation. Suivant les recommandations des commissions régissant l'usage des tests (cf. chapitre 1, partie 1, page 6), un entraînement était mis en place (avant la passation réelle) pour palier des problèmes de compréhension du logiciel. Il était précisé de façon explicite que les premières questions étaient factices et qu'elles n'avaient pour utilité que de se familiariser avec le format de réponse. Cet entraînement était composé d'items neutres (*e.g.* « Aimez-vous les haricots verts ? »). Il permettait de familiariser le participant avec les modalités de réponse sans pour autant induire de comportements de réponse spécifiques. Un message précisait le début réel de l'expérimentation. La version informatisée du DS36 tenait compte des limites méthodologiques mises en évidence dans ce champ de recherche (cf. chapitre 2, partie 2.1,

⁷⁹ Ce logiciel fonctionne à partir du langage « orienté objet » dérivé du langage PASCAL.

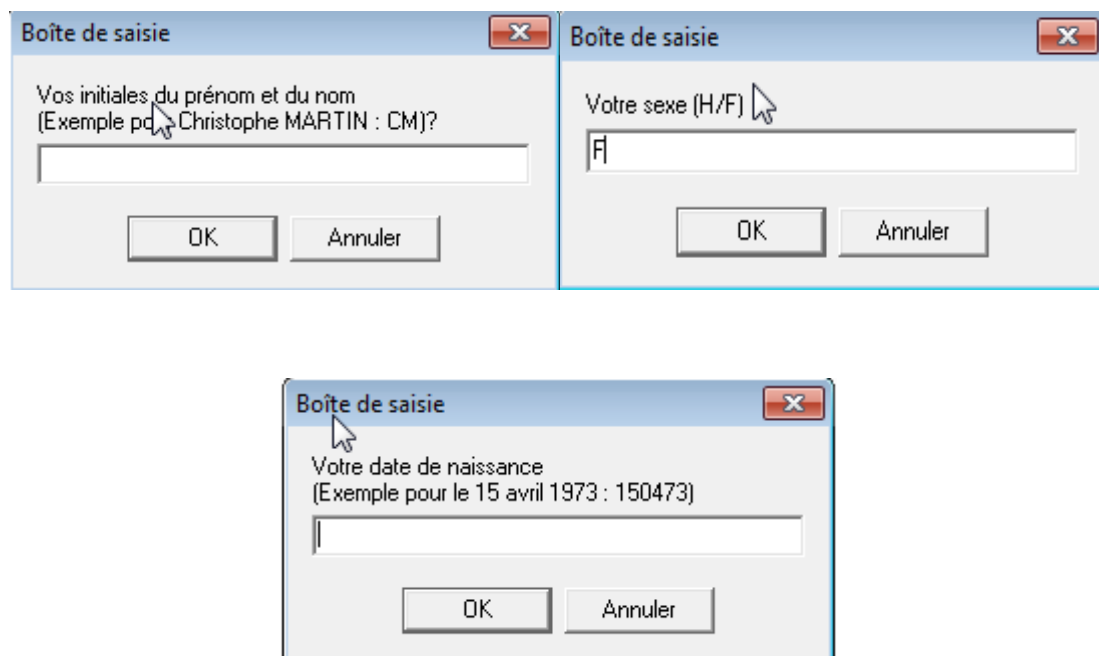
page 29). Le format informatisé était conçu de façon à donner les mêmes possibilités de réponse aux sujets que le format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon). Un retour sur les questions précédentes et une correction des réponses apportées, étaient possibles. Toutefois, les contraintes techniques du logiciel utilisé imposaient une réponse à l'intégralité des items. Par ailleurs, pour rester le plus proche possible ergonomiquement parlant de la version traditionnelle, aucune couleur ou animation particulière n'apparaissait à l'écran. Le design de la version informatisée restait ainsi aussi neutre que celui de la version traditionnelle (*cf.* encadré 1, ci-dessous).

Les données étaient récupérées, à la fin de l'expérimentation, sur chacun des postes informatiques par l'expérimentateur qui les enregistrait sur une disquette. Comme pour le format de passation traditionnel, un débriefing post-expérimental était assuré à la fin de la passation.

Encadré 1 : Présentation de la version informatisée du DS36

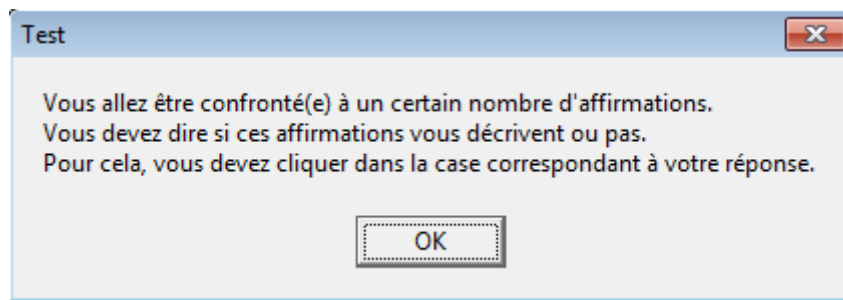
Différentes fenêtres se succèdent dans le but de demander un pseudonyme au répondant et de lui indiquer les consignes.

Etape 1 : la demande de pseudonyme est constituée par la demande des initiales, du sexe et de la date de naissance du répondant

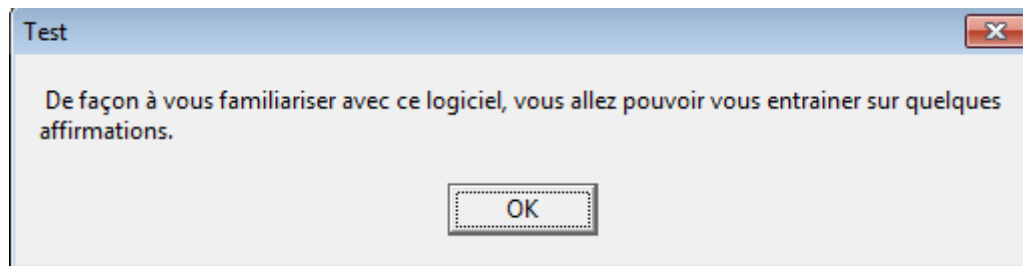


Un récapitulatif des données est présenté au répondant.

Etape 2 : la présentation des consignes



Etape 3 : la mise en place de l'entraînement



Il faut remarquer que cette image n'est qu'une partie de l'entraînement tel qu'il est proposé au répondant puisqu'il se constitue normalement de six items.

Etape 4 : la passation effective du DS36 débute.

Hypothèses opérationnelles

Pour répondre aux objectifs de cette recherche expérimentale, deux hypothèses opérationnelles sont posées. La première concerne l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*), du DS36. La seconde concerne l'influence de facteurs dispositionnels (*i.e.* expérience informatique, anxiété

informatique et attitude envers l'informatique) sur la mise en place de processus autopréésentationnels *via* un format de passation informatisé.

H1⁸⁰ concernant l'équivalence des formats de passation (i.e. papier/crayon versus informatisé) du DS36

Partant du postulat émis par Kiesler et Sproull (1986) selon lequel l'ordinateur crée une situation impersonnelle peu propice à la mise en œuvre de stratégies de présentation de soi, une baisse des scores de désirabilité sociale est supposée en condition de passation informatisée. Autrement dit, les scores moyens de désirabilité sociale observés avec la version informatisée seront plus faibles que ceux recueillis *via* le format de passation traditionnel. De plus, en fonction de la définition accordée à chacune des dimensions du concept de désirabilité sociale (*cf.* chapitre 3, partie 1.2.2, page 57), des résultats différenciés sont escomptés pour chacune d'entre elles.

H1 : Une baisse des scores obtenus *via* le format de passation informatisé est attendue pour la désirabilité sociale et sa dimension consciente (i.e. l'hétéroduperie) et non pour la dimension autoduperie, définie comme moins sensible au contexte et donc plus stable.

H2 concernant l'influence de facteurs dispositionnels (i.e. expérience informatique, anxiété informatique et attitude envers l'informatique) sur la mise en place de processus autopréésentationnels en condition informatisée

Une influence de facteurs dispositionnels (*i.e.* l'expérience informatique, l'anxiété informatique et l'attitude envers l'informatique) est supposée durant l'interaction avec le format informatisé. Trois sous-hypothèses sont formulées.

H2a concernant l'influence de l'expérience informatique sur la mise en place de processus autopréésentationnels en condition informatisée

Il est démontré qu'un manque d'expérience informatique peut avoir une influence sur la façon de répondre à un test informatisé (Chuah, Drasgow et Roberts, 2006). Plus précisément, Finegan et Allen (1994) ont observé que des participants peu expérimentés en informatique expriment davantage de désirabilité sociale en condition informatisée. Ces comportements de

⁸⁰ Note : H est l'abréviation pour « hypothèse ».

réponse seraient expliqués par les croyances des individus peu expérimentés en informatique. Ceux-ci seraient plus enclins à penser que l'expérimentateur examine leur réponse à distance *via* un autre ordinateur (*e.g.* syndrome « *Big Brother* »). Cette surveillance supposée les inciterait à valoriser leur image publique (Finegan et Allen, *op. cit.*).

H2a : Nous supposons que moins un individu sera expérimenté en informatique (*i.e.* faible score au questionnaire), plus il exprimera de désirabilité sociale et particulièrement d'hétéroduperie.

H2b concernant l'influence de l'anxiété informatique sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée

A notre connaissance, aucune recherche n'a étudié l'influence de l'anxiété informatique sur la mise en place de stratégies d'autoprésentation lors de passations informatisées. Cependant, l'anxiété informatique peut être définie au regard du concept d'anxiété sociale dont elle ne serait qu'un aspect. Si peu de résultats empiriques existent pour l'anxiété informatique, l'anxiété sociale a largement été étudiée dans le cadre théorique de l'autoprésentation (Schlenker et Leary, 1982). La mise en place de processus autoprésentationnels peut effectivement y être associée à un mécanisme défensif relatif à la protection de l'image de soi.

H2b : Des résultats similaires à ceux prédits pour l'expérience informatique sont attendus. Plus un individu sera anxieux (*i.e.* scores d'anxiété informatique élevés), plus les scores de désirabilité sociale, particulièrement l'hétéroduperie, seront élevés.

H2c concernant l'influence de l'attitude envers l'informatique sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée

Les processus autoprésentationnels sont, en partie, activés en fonction des caractéristiques inhérentes à la situation. La perception de cette dernière influence l'expression de stratégies autoprésentationnelles (*cf.* chapitre 3, partie 2.2, page 63). Selon le MODE⁸¹ (Fazio, 1990), l'attitude envers un objet peut être considérée comme un filtre influençant la perception de l'environnement, de l'objet et/ou de la situation elle-même. Ainsi, une attitude positive vis-à-vis d'un objet participe d'une focalisation de l'attention sur ses propriétés positives. *A contrario*, une attitude négative contribuerait à une focalisation accentuée sur ses propriétés

⁸¹ Notre ambition n'est pas de valider le modèle MODE vis-à-vis des processus autoprésentationnels. Ce modèle est utilisé ici dans le but d'illustrer nos propos mais il n'en sera pas fait de présentation détaillée.

négatives. Cette modélisation peut tout à fait s'appliquer aux processus autoprésentationnels et à leur expression durant les passations informatisées. De fait, un individu possédant une attitude négative vis-à-vis de l'ordinateur focaliserait son attention sur les propriétés négatives de celui-ci (*e.g.* syndrome « *Big Brother* »). A l'inverse, un individu développant une attitude positive vis-à-vis de l'ordinateur repèrerait davantage les propriétés positives de ce dernier (*e.g.* situation impersonnelle et anonymante) et pourrait être amené à adopter moins des conduites autoprésentationnelles.

H2c : plus un individu possède une attitude envers l'informatique négative (*i.e.* faible score sur l'échelle d'attitude envers l'informatique), plus l'expression de la désirabilité sociale et de l'hétéroduperie seront fortes.

1.3.Résultats

Tableau 2: matrice des corrélations

| | Expérience informatique | Anxiété informatique | Attitude envers l'informatique | Désirabilité sociale | Hétéroduperie | Autoduperie |
|--------------------------------|-------------------------|----------------------|--------------------------------|----------------------|---------------|-------------|
| Expérience informatique | | -.120 | -.058 | .147 | .159 | .091 |
| Anxiété informatique | | | .445*** | .153 | .138 | .119 |
| Attitude envers l'informatique | | | | .105 | .096 | .081 |
| Désirabilité sociale | | | | | .834*** | .825*** |
| Hétéroduperie | | | | | | .376*** |

Note : *** corrélation significative à $p < .001$

La matrice de corrélation indique que les échelles d'anxiété informatique et d'attitude envers l'informatique sont corrélées (*cf.* tableau 2, ci-dessus). Comme habituellement constaté, les échelles de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie sont également corrélées.

Les indices de consistance interne (*i.e.* α de Cronbach) relevés pour le DS36 sont satisfaisants ($\alpha = .81$ pour l'échelle globale) et permettent le calcul de scores relatifs à l'hétéroduperie ($\alpha = .79$) et à l'autoduperie ($\alpha = .79$). La consistance interne (*i.e.* α de Cronbach) observée pour le CARS est satisfaisante ($\alpha = .80$).

Equivalence des formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisé (i.e. offline) du DS36

Tableau 3: Scores moyens de désirabilité sociale obtenus via les formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisé (i.e. offline)

| | Format de passation traditionnel | | Format de passation informatisé | |
|----------------------|----------------------------------|-----------|---------------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 3.91 | .53 | 4.12 | .54 |

Tableau 4 : Anova à un facteur (i.e. format de passation) concernant les scores moyens de désirabilité sociale

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Inter groupe | 2.435 | 1 | 2.435 | 8.03 | .005 | .04 |
| Intra groupe | 69.177 | 228 | .303 | | | |
| Total | 71.612 | 229 | | | | |

L'expression de la désirabilité sociale diffèrent selon les formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisé (i.e. offline ; cf. tableau 4, ci-dessus). Les scores moyens de désirabilité sociale obtenus en condition papier/crayon (cf. tableau 3, ci-dessus) sont significativement plus faibles que ceux recueillis en condition informatisée ($F(1,228) = 8.03 ; p < .006, \eta^2 = .04$). L'adoption de stratégies d'autoprésentation est moins importante durant les passations traditionnelles (i.e. papier/crayon) que durant les passations informatisées (i.e. offline). Ces résultats témoignent donc d'une non équivalence des formats de passation du DS36. Le postulat (Kiesler et Sproull, 1986) régissant la perception individuelle des formats de passation informatisé comme impersonnels est, ici, invalidé.

Tableau 5: Scores moyens d'hétéroduperie obtenus via les formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisé (i.e. offline)

| | Format de passation traditionnel | | Format de passation informatisé | |
|---------------|----------------------------------|-----------|---------------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Hétéroduperie | 3.94 | .72 | 4.30 | .74 |

Tableau 6 : Anova à un facteur (*i.e.* format de passation) concernant les scores moyens d'hétéroduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | 7.624 | 1 | 7.624 | 14.27 | .000 | .06 |
| Intragroupe | 121.782 | 228 | .534 | | | |
| Total | 129.406 | 229 | | | | |

Des patterns de réponse similaires (*cf.* tableau 6, ci-dessus) sont observés pour la dimension d'hétéroduperie ($F(1,228) = 14.27, p < .001, \eta^2 = .06$). Lors de la passation informatisée, les scores moyens d'hétéroduperie sont plus élevés que lors de la passation papier/crayon (*cf.* tableau 5, page précédente).

Tableau 7: Scores moyens d'autoduperie obtenus *via* les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*)

| | Format de passation traditionnel | | Format de passation informatisé | |
|-------------|----------------------------------|-----------|---------------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Autoduperie | 3.90 | .61 | 3.94 | .63 |

Tableau 8 : Anova à un facteur (*i.e.* format de passation) concernant les scores moyens d'autoduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | .120 | 1 | .120 | .31 | .579 | .001 |
| Intragroupe | 88.335 | 228 | .387 | | | |
| Total | 88.454 | 229 | | | | |

Aucune différence entre les scores d'autoduperie (*cf.* tableaux 7 et 8, ci-dessus) observés en fonction des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*) n'est relevée ($F(1,228) = .31, p = .58, \eta^2 = .001$). Ces résultats sont conformes à ceux attendus dans le cadre de l'hypothèse H1 selon laquelle l'autoduperie (*i.e.* une dimension de la présentation de soi non consciente et fonction du concept de soi) n'est pas sensible au contexte de passation et donc stable.

Influence des facteurs dispositionnels (i.e. expérience informatique, anxiété informatique et attitude envers l'informatique) sur la mise en œuvre de processus autopréésentationnels en condition de passation informatisée

Pour le format de passation informatisé (i.e. *offline*), un effet de facteurs dispositionnels est supposé (i.e. expérience informatique, anxiété informatique et attitude envers l'informatique) sur l'adoption de comportements visant une valorisation de soi (i.e. désirabilité sociale et hétéroduperie).

a) *Influence de l'expérience informatique (i.e. expérience subjective et expérience objective) sur la mise en place de processus autopréésentationnels en condition de passation informatisée*

Tableau 9 : Analyse de régression de l'expérience subjective sur les scores moyens obtenus au DS36 en condition informatisée

| | <i>B</i> | <i>F</i> | <i>p</i> |
|----------------------|----------|----------|----------|
| Désirabilité sociale | .13 | 2.10 | .15 |
| Hétéroduperie | .10 | 1.33 | .25 |
| Autoduperie | .11 | 1.59 | .21 |

Tableau 10 : Analyse de régression de l'expérience objective sur les scores moyens obtenus au DS36 en condition informatisée

| | β | <i>F</i> | <i>p</i> |
|----------------------|---------|----------|----------|
| Désirabilité sociale | .72 | .65 | .43 |
| Hétéroduperie | .09 | .96 | .33 |
| Autoduperie | .03 | .10 | .76 |

Les facteurs dispositionnels (cf. les tableaux 9 et 10, ci-dessus) relatifs à l'expérience informatique (i.e. expérience objective et expérience subjective) n'influencent pas significativement l'expression de la désirabilité sociale ou de ses dimensions (i.e. l'hétéroduperie et de l'autoduperie) et ce, que ce soit en termes de fréquence d'utilisation ou d'auto-évaluation). Ces résultats vont à l'encontre de l'hypothèse H2a selon laquelle le niveau d'expérience informatique, tant objective que subjective, influencerait l'expression de la désirabilité sociale et de l'hétéroduperie. Ils paraissent, néanmoins, conformes à ce qui est attendu par rapport à l'autoduperie.

b) Influence de l'anxiété informatique sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition de passation informatisée

La consistance interne (*i.e.* α de Cronbach) observée pour le CARS est satisfaisante ($\alpha = .80$).

Tableau 11 : Analyse de régression simple de l'anxiété envers l'informatique sur les scores moyens obtenus au DS36 lors de la passation informatisée

| | β | F | P |
|----------------------|---------|-----|-----|
| Désirabilité sociale | -.01 | .01 | .91 |
| Hétéroduperie | -.03 | .06 | .81 |
| Autoduperie | -.01 | .01 | .94 |

Le facteur dispositionnel relatif à l'anxiété informatique n'influence pas significativement l'expression de conduites autoprésentationnelles qu'elles soient relatives à la désirabilité sociale ($\beta = -.01$, $F(1,124) = .01$, $p = .91$), à l'hétéroduperie ($\beta = -.03$, $F(1,124) = .06$, $p = .81$) ou à l'autoduperie ($\beta = -.01$, $F(1,124) = .01$, $p = .94$). Quel que soit le niveau d'anxiété des individus, les comportements autoprésentationnels ne varient pas (*cf.* tableau 11, ci-dessus). Ces résultats vont à l'encontre de l'hypothèse H2b selon laquelle le degré d'anxiété informatique influencerait l'expression de la désirabilité sociale et de l'hétéroduperie. Ils paraissent, néanmoins, conformes à ce qui était attendu en matière d'autoduperie.

c) Influence de l'attitude envers l'informatique sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition de passation informatisée

La consistance interne (*i.e.* α de Cronbach) observée pour le CAS est satisfaisante ($\alpha = .69$).

Tableau 12 : Analyse de régression simple de l'attitude envers l'informatique sur les scores moyens obtenus au DS36 lors de la passation informatisée

| | β | F | p |
|----------------------|---------|------|------|
| Désirabilité sociale | -.26 | 8.60 | .004 |
| Hétéroduperie | -.27 | 9.99 | .002 |
| Autoduperie | -.14 | 2.51 | .116 |

Les résultats obtenus (*cf.* le tableau 12, page précédente) montrent que plus un individu possède des attitudes négatives envers l'outil informatique, plus ses scores de désirabilité sociale et d'hétéroduperie sont importants (respectivement, $\beta = -.26$, $F(1,124) = 8.60$, $p < .005$ et $\beta = -.27$, $F(1,124) = 9.99$, $p < .003$). Aucun effet n'est démontré pour la dimension autoduperie de l'échelle de désirabilité sociale ($\beta = -.14$, $F(1,124) = 2.51$, $p = .116$). Les conduites autopréésentationnelles destinées à autrui sont donc influencées par les attitudes individuelles envers l'outil informatique. Ces attitudes orienteraient la perception de la situation et, de fait, l'adoption de comportements socialement désirables relatifs à la gestion des impressions. La mise en place de ce type de processus autopréésentationnels (*i.e.* gestion des impressions) est une réponse classique à la perception d'un contexte supposant une évaluation de soi par autrui (*cf.* chapitre 3, partie 2.2, page 63). Ces résultats confirment l'hypothèse H2c selon laquelle la connotation négative de l'attitude envers l'informatique influence l'adoption de certains comportements de réponse socialement désirables (*i.e.* tels que ceux liés à la gestion des impressions et visant l'approbation d'autrui). Ce ne serait pas le cas de l'autoduperie (*i.e.* dimension de la désirabilité sociale adopté de façon non consciente et pour soi).

1.4. Discussion de l'expérimentation 1

Cette première recherche visait à comprendre la mise en place de comportements autopréésentationnels en fonction du format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*) en adoptant une approche expérimentale prenant en compte le répondant (*i.e.* approche expérientielle de l'équivalence des formats de passation). Nous proposons, pour se faire, de répliquer le protocole expérimental classiquement utilisé (*i.e.* comparaison intergroupe) dans le champ de recherche de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*), tout en incluant l'étude de variables dispositionnelles (*i.e.* expérience informatique, anxiété informatique et attitude envers l'informatique). Nous avons deux objectifs portant sur l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*) du DS36 ainsi que sur la mise en évidence de facteurs dispositionnels influençant l'expression de conduites autopréésentationnelles lors de passations informatisées. Cette première expérimentation permet de démontrer : 1) la non équivalence des formats de passation du DS36 et 2) l'influence de l'attitude envers l'informatique sur l'expression de comportements socialement désirables relevant notamment de l'hétéroduperie.

La non équivalence des formats de passation

Les résultats observés en matière d'équivalence des formats de passation montrent que les scores moyens de désirabilité sociale (ainsi que ceux d'hétéroduperie) recueillis *via* le format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) sont plus faibles que ceux recueillis *via* le format de passation informatisé (*i.e.* *offline*).

Ces résultats remettent en cause le postulat de Kiesler et Sproull (1986) selon lequel la situation de passation informatisée serait perçue par les individus comme plus impersonnelle qu'une situation de passation traditionnelle (*i.e.* papier/crayon) et qu'elle engendrerait, par conséquent, une expression plus faible de la désirabilité sociale. En effet, dans cette première expérimentation, les participants exprimaient davantage de conduites autoprésentationnelles lorsqu'ils répondaient sur ordinateur. Ces observations confirment, néanmoins, que la situation de passation informatique est perçue différemment de la situation de passation traditionnelle et qu'elle les incite à produire davantage de processus autoprésentationnels. Conformément à la définition accordée aux sous-dimensions du DS36, seule la gestion des impressions (*i.e.* hétéroduperie) est influencée par ce changement de format de passation. Nous remarquons effectivement une expression stable de l'autoduperie quel que soit le format de passation. Confronté au média informatisé, l'individu tend uniquement à valoriser son image publique (*i.e.* en protégeant ses intérêts publics).

Deux limites méthodologiques questionnent ces premiers résultats. Premièrement, nous avons choisi de répliquer la méthodologie classiquement mise en place dans l'étude de l'équivalence des formats de passation traditionnels *versus* informatisé : la comparaison intergroupe. Or cette dernière, en confrontant les comportements de réponse de deux groupes de participants indépendants, peut induire une erreur de mesure significative relative aux différences individuelles (Withaker, 1994). Un mode de comparaison plus pertinent et palliant ce problème de mesure est proposé : la comparaison intra-individuelle (Withaker, *op. cit.*). Cette procédure permet de comparer les comportements de réponse émis par un seul groupe de répondants sur les deux supports de passation. Deuxièmement, nous avons proposé aux participants (placés dans la situation de passation informatisée) de répondre, avant la passation de l'échelle de désirabilité sociale, à trois échelles d'expérience informatique, d'anxiété informatique et d'attitude envers l'informatique. Ces passations en condition papier/crayon ont pu influencer les comportements de réponse en condition informatisée en amorçant des croyances ou des attitudes particulières chez les participants. Cette limite

méthodologique est susceptible d'être à l'origine de l'adoption importante de conduites autopréésentationnelles dans le cadre des passations informatisées.

L'équivalence expérientielle ou l'influence de variables dispositionnelles sur l'expression de comportements autopréésentationnels

Pour une meilleure compréhension de la mise en place de comportements de réponse spécifiques au format de passation informatisé (*i.e. offline*), nous avons proposé d'aborder la question de l'équivalence des formats de passation à un niveau expérientiel. Ce point de vue propose de comparer les comportements de réponse au regard de variables dispositionnelles telle que l'attitude envers l'informatique, susceptibles d'influencer la perception de la situation de passation.

Dans cette première expérimentation, les résultats ont montré que seule l'attitude envers l'informatique semblait influencer la mise en place de conduites autopréésentationnelles lors de passations informatisées. Plus précisément, cette expérimentation a mis en évidence l'importance de l'attitude envers l'informatique sur les réponses données à l'échelle de désirabilité sociale : plus l'attitude envers l'informatique est négative, plus les scores de désirabilité sociale, et particulièrement d'hétéroduperie, augmentent. Une interprétation en termes d'influence de l'attitude envers l'informatique sur la perception de la situation de passation informatique est proposée. Selon que les participants aient une attitude envers l'informatique plus ou moins négative, ils percevront différemment la situation de passation informatisée. Ces résultats laissent penser qu'une attitude envers l'informatique négative conduit l'individu à percevoir la situation de passation informatique comme nécessitant la mise en place de processus autopréésentationnels. Au regard du cadre théorique de l'autopréésentation, cette situation de passation, provoquant l'expression importante de comportements autopréésentationnels, est donc susceptible d'être perçue comme moins anonymante, moins impersonnelle, voire comme plus évaluative que les situations de passation traditionnelles (*i.e. papier/crayon*). Un modèle de l'attitude : le MODE (Fazio, 1990) permet de mieux comprendre ce phénomène. Selon ce dernier, une attitude négative envers l'informatique amène l'individu à focaliser son attention sur les propriétés négatives de l'outil informatique et, par conséquent, à adopter des stratégies d'autopréésentation destinées à autrui et ayant pour objectif la protection des intérêts publics de l'individu. Ce type de mécanisme autopréésentationnel (*i.e. hétéroduperie*) est principalement mis en œuvre dans un

contexte d'évaluation formel, ce qui laisse penser que le contexte de passation informatisé est perçu comme tel.

Deux limites méthodologiques posent question et nuancent les données expérimentales recueillies. Nous remarquons l'absence de résultats significatifs pour les deux autres facteurs dispositionnels : l'expérience informatique et l'anxiété informatique. Ce résultat va à l'encontre de ceux habituellement observés (*cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 35). Concernant l'expérience informatique, nous pouvons nous interroger sur son opérationnalisation. En effet, le questionnaire traduit pour cette expérimentation n'en propose qu'une mesure unidimensionnelle (*i.e.* sous la forme d'un score unique) regroupant les différents aspects. Il paraît donc nécessaire de réaliser une mesure plus précise et plus pertinente de l'expérience informatique qui différencierait ses aspects quantitatifs (*e.g.* fréquence) et qualitatifs (*i.e.* connaissances théoriques et techniques acquises sur l'outil informatique) de la perception, en termes de vécu par exemple, qu'ont les individus des situations impliquant l'utilisation d'un ordinateur (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.1, page 35). L'influence significative de l'attitude envers l'informatique sur les comportements de réponse en condition informatisée souligne, en effet, l'importance de la perception de la situation de passation et de son impact sur l'adoption de stratégies d'autoprésentation. La mesure de l'anxiété informatique est, quant à elle, susceptible de se confondre avec celle de l'attitude envers l'informatique. La revue de littérature (*cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 35) a démontré la proximité théorique de ces deux concepts et nos résultats permettent d'observer une corrélation entre les échelles d'anxiété informatique et d'attitude envers l'informatique ($r = .445, p < .001$). L'échelle d'attitude envers l'informatique, sélectionnée pour notre recherche, mesure des dimensions quasi similaires à celle de l'échelle d'anxiété informatique. Nous pouvons nous interroger quant à la validité de résultats issus de mesures traduites mais non validées théoriquement. L'absence de validation transculturelle de ces échelles est susceptible de fragiliser les conclusions que l'on peut tirer de nos résultats.

Ces résultats ainsi que les questions qu'ils suscitent nous conduisent à engager une nouvelle expérimentation. Nous nous interrogerons sur le problème de la mesure soulevé par la procédure expérimentale mise en place dans cette première expérience. Nous devons remplacer la méthodologie de comparaison intergroupe par une méthodologie de comparaison intra-individuelle dans le but de diminuer l'erreur de mesure associée aux différences individuelles et ainsi d'obtenir une mesure plus fiable (Withaker, 1994). Nous continuerons d'explorer l'approche expérientielle de la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*) tout en nous

appuyant sur les résultats issus de cette première expérimentation. D'une part, la mesure de l'attitude envers l'informatique devra faire l'objet d'une validation transculturelle rigoureuse dans le but de répliquer et de confirmer les résultats obtenus précédemment. D'autre part, l'approche expérientielle de la question de l'équivalence des formats de passation devra être abordée au regard de l'expérience informatique en elle-même (*i.e.* fréquence d'utilisation de l'outil informatique et connaissances développées à propos de ce dernier) mais aussi de la perception qu'ont les usagers des ordinateurs et des applications qui en découlent. L'opérationnalisation de l'expérience informatique devra ainsi être améliorée conformément à ce qui est développé dans la littérature (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.1.2, page 36). Nous souhaitons également proposer une mesure exploratoire de la perception de l'usage par l'intermédiaire de deux concepts classiquement utilisés dans le cadre de l'étude des TIC (*i.e.* au niveau de leur acceptabilité sociale, *cf.* chapitre 2, partie 3.2.4, page 45) : l'utilité perçue⁸² et la facilité d'utilisation perçue⁸³. Ces derniers sont susceptibles de nous renseigner davantage sur la façon dont l'individu perçoit et interprète l'environnement d'une passation informatisée.

2. Expérimentation 2 : La mise en place d'une méthode de comparaison innovante

2.1. Objectifs

Ce chapitre se propose de comprendre la mise en place de comportements autoprésentationnels en fonction du format de passation (*i.e.* traditionnel *versus* informatisé) en adoptant une approche théorique prenant en compte le répondant : l'équivalence expérientielle. La première expérimentation a démontré la pertinence d'une approche expérientielle de l'équivalence des formats de passation en mettant en évidence l'influence significative de l'attitude envers l'informatique sur l'expression de la désirabilité sociale (*i.e.* gestion des impressions). La seconde recherche, développée ici, a deux principaux objectifs : 1) répondre aux interrogations méthodologiques relevées précédemment (*i.e.* sur la pertinence du protocole expérimental mis en place pour mesurer l'équivalence des formats de passation et sur l'opérationnalisation des variables dispositionnelles) et 2) explorer le résultat significatif relatif à l'attitude envers l'informatique en approfondissant son étude ainsi que

⁸² Degré à partir duquel un individu croit que l'utilisation d'un système particulier pourra augmenter sa performance (Davis, 1989).

⁸³ Degré à partir duquel une personne croit qu'utiliser un système va la libérer d'un effort (Davis, 1989).

celle de ses déterminants (*i.e.* expérience objective et subjective de l'informatique ; perception de l'utilité et de la facilité d'usage).

La seconde expérience réalisée dans le cadre de cette thèse constitue donc un prolongement de la première. Elle se propose d'apporter quelques réponses aux limites méthodologiques évoquées durant cette première expérience tant en ce qui concerne la mesure de l'équivalence des formats de passation du DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000) que celle des facteurs dispositionnels influençant l'adoption de présentation de soi. Concernant la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e. offline*) du DS36, la procédure expérimentale a été améliorée de façon à palier les biais de passation dus à la comparaison intergroupe (*cf.* expérimentation 1). Cette expérimentation propose ainsi la mise en place d'un protocole de passation plus adapté à la problématique de l'équivalence de divers formats de passation d'un test : la comparaison intra-individuelle (Withaker, 1994). Cette méthodologie permet effectivement de réduire l'erreur de mesure associée aux différences individuelles. Elle implique la comparaison des réponses données par un même individu *via* un format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisé (*i.e. offline*).

Concernant la mesure des facteurs dispositionnels, plusieurs modifications ont été envisagées. Tout d'abord, un travail de validation francophone de l'échelle d'attitude envers l'informatique a été réalisé. Ce travail de validation permettra, d'une part, le recours à un outil valide pour les recherches francophones futures et d'autre part, de ne pas voir leurs résultats remis en cause. Ce travail de validation a, de plus, fait évoluer cette échelle d'attitude en l'appliquant à un objet plus actuel : Internet. Ce dernier est *a priori* indissociable de l'outil informatique et est supposé en rendre pleinement compte (Durndell et Haag, 2002). Cette mesure de l'attitude envers Internet (et l'informatique) est, de surcroît, enrichie par la mesure de deux de ses déterminants supposés : l'utilité perçue et la facilité d'utilisation perçue (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.3, page 42). Ces mesures supplémentaires devraient autoriser une meilleure compréhension de l'influence de l'attitude envers l'informatique sur l'adoption de stratégies de présentation de soi. Il est à noter que la mesure de l'anxiété informatique n'est plus envisagée en raison de sa proximité théorique observée, dans les résultats précédents (*i.e.* expérimentation 1), avec le concept d'attitude envers l'informatique et par rapport à l'absence de résultats significatifs à propos de son influence sur les comportements de réponse informatisés. Le questionnaire d'expérience informatique a également été modifié de façon à

intégrer ses aspects quantitatifs (*i.e.* expérience objective) et qualitatifs (*i.e.* expérience subjective, *cf.* chapitre 2, partie 3.2.1.2, page 36).

2.2. Procédure expérimentale

Caractéristiques des participants

Quarante-trois étudiants (Université Rennes 2, Licence 2 et 3) ont pris part volontairement à cette expérimentation. Les participants, trente-cinq femmes (soit 81% de la population) et huit hommes (soit 19% de la population), sont âgés de 19 à 47 ans ($M = 21,88$ ans ; $ET = 4.153$).

Matériel expérimental

Trois échelles principales sont proposées aux participants : une échelle de désirabilité sociale, une échelle d'expérience informatique et une échelle d'attitude envers l'informatique.

La mesure de la désirabilité sociale

Un matériel identique (*i.e.* DS36, Tournois, Mesnil et Kop, 2000) à l'expérimentation 1 est utilisé. Il se compose de trente-six items répartis équitablement en deux facteurs : l'autoduperie et l'hétéroduperie (*cf.* chapitre 5, expérimentation 1).

Une échelle d'expérience informatique

Ayant pour objectif de cibler de façon plus précise la mesure de l'expérience informatique, un nouveau questionnaire est élaboré (*cf.* annexe 5). Ce dernier mesure à la fois la dimension qualitative de l'expérience informatique (*i.e.* expérience objective) et sa dimension subjective (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.1.2, page 36). De fait, elle se compose de douze items relatifs à la fréquence d'utilisation de l'ordinateur en général ou de ses applications *offline* et *online* en particulier ($\alpha = .75$) ainsi que de neuf items relatifs à l'expérience subjective ($\alpha = .80$) du type : « *Quand je travaille sur ordinateur, je ne vois pas le temps passer* ». Les échelles utilisées sont continues dans le but d'obtenir une mesure plus précise que celles obtenues *via* des échelles de type Likert. Comme dans l'expérimentation précédente, ce questionnaire est complété par un item d'auto-évaluation du niveau en informatique (échelle de type Likert en sept points allant de 1 « *Je suis totalement débutant en*

informatique » à 7 « Je suis un spécialiste en informatique »). De cette échelle, trois moyennes sont obtenues : la première concernant les fréquences d'utilisation, la seconde concernant l'expérience subjective et la troisième constituée par l'autoévaluation.

Une échelle d'attitude envers Internet (et l'informatique) : l'EAI⁸⁴ (adaptée du CAS, Nickell et Pinto, 1986)

Cette échelle est adaptée de la version validée en langue française du CAS (Nickell et Pinto, 1986 ; cf. encadré 3, ci-dessous) pour réaliser un outil de mesure intégrant Internet (cf. annexe 5). Cette évolution correspond à celle effectuée par Durndell et Haag (2002) sur la version originelle du CAS. Elle constitue la version la plus récente de cette échelle d'attitude envers l'informatique. Durndell et Haag (*op. cit.*) estiment que ce changement d'objet n'implique pas un changement de mesure car, selon eux, l'informatique et Internet sont très proches, voir indissociables pour les usagers (*e.g.* des interfaces identiques). Cette nouvelle version du CAS, composée de 17 items, permet une analyse tridimensionnelle de l'attitude envers Internet (cf. encadré 2, ci-dessous) en proposant des facteurs relatifs à l'attitude négative et positive vis-à-vis d'Internet et au sentiment d'intimidation vis-à-vis de ce média.

Encadré 2 : procédure de validation transculturelle de l'EAI

Procédure et échantillon

La procédure de traduction a suivi les préconisations méthodologiques de Vallerand (1989). Une première étape consistait en une rétro traduction impliquant une première traduction de la version originale du test (en anglais) en français et inversement, de la version française vers la version anglaise. Deux traducteurs devaient confronter leur travail et vérifier ensemble les items problématiques (s'il y a lieu). Ici, leurs deux traductions étaient consistantes. Une fois les items traduits, leur compréhension a été vérifiée auprès d'une population la plus large possible. Des membres du LAUREPS⁸⁵ en ont fait une relecture. A travers cette validation, une adaptation de cette échelle d'attitude envers l'informatique à un objet plus actuel : Internet, a été proposée. La procédure de validation de l'EAI reposait sur un échantillon de quatre cent vingt-cinq personnes, dites « *tout-venant* ». Cette population était répartie de la façon suivante : deux cent quarante hommes et cent quatre-vingt-cinq femmes, toutes catégories socioprofessionnelles confondues, âgés de 16 à 82 ans pour les hommes ($M = 32.02$; $ET = 15.88$) et de 14 à 81 ans pour les femmes ($M = 33.03$; $ET = 15.37$). Les passations étaient anonymes et collectives. Un débriefing post-

⁸⁴ Echelle d'attitude envers Internet.

⁸⁵ Laboratoire Armoricaire Universitaire de Recherches En Psychologie Sociale – Université Rennes 2.

expérimental était assuré à la fin de la passation.

Traitements statistiques

Pour valider la structure de cette échelle (cf. tableau 15 pour l'intégralité des items, page suivante), une analyse factorielle a été réalisée. Celle-ci a fait apparaître des facteurs dont les trois premiers expliquaient ensemble plus de 40% de la variance (les facteurs suivants expliquant chacun moins de 6% de la variance, ils ne seront pas pris en compte pour la suite des analyses). Trois items ne saturaient aucun des trois facteurs retenus. Le premier facteur (F1), expliquant 20.25% de la variance, corrélait avec douze items et renvoyait à l'attitude négative vis-à-vis d'Internet. Le second facteur (F2) corrélait avec six items et expliquait 11.74% de la variance. Il portait sur l'attitude positive envers Internet. Seul, l'item 16 saturait à la fois avec F1 (.405) et avec F2 (-.312). Enfin, le troisième facteur (F3) expliquant 9.17% de la variance corrélait avec cinq items portant sur le sentiment d'intimidation envers Internet. Chacun de ces cinq items corrélait avec le premier facteur.

Tableau 13 : Corrélations des items 1 à 20 aux cinq premiers facteurs issus de l'analyse.

| | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 |
|---------|------|-------|-------|-------|------|
| Item 1 | | | | | |
| Item 2 | .652 | | -.439 | | |
| Item 3 | .498 | | | | |
| Item 4 | | .417 | | | |
| Item 5 | .596 | | .386 | .360 | |
| Item 6 | .528 | | -.426 | | |
| Item 7 | | | | | .328 |
| Item 8 | .442 | | | | |
| Item 9 | .524 | | | -.334 | |
| Item 10 | | .309 | | .326 | |
| Item 11 | | .567 | | | |
| Item 12 | .557 | | | | |
| Item 13 | .509 | | | | |
| Item 14 | | | | | |
| Item 15 | .556 | | -.508 | | |
| Item 16 | .405 | -.312 | | | .305 |
| Item 17 | | .673 | | | |
| Item 18 | .504 | | | .333 | |
| Item 19 | | .557 | | | |
| Item 20 | .562 | | -.410 | | |

Note : Seules les corrélations supérieures à .30 sont indiquées ici.

Puisque trois des vingt items ne saturaient aucun des trois facteurs retenus, les mêmes analyses ont été reproduites en ne retenant que les dix-sept autres items afin d'affiner nos résultats. L'indice statistique de Kaiser-Meyer-Olkin et le test de sphéricité de Bartlett restaient toujours très convenables, respectivement $KMO = .82$ et $Khi^2 = 1770.6$, $ddl = 136$, $p < .001$. Les trois premiers facteurs émergeant de l'analyse expliquaient alors plus de 47% de la variance au

lieu de 40%. Le premier facteur de cette nouvelle analyse (F1') corrélait avec les mêmes items que ceux associés avec le F1. Ce nouveau facteur expliquait 23.6% de la variance (au lieu de 20.25% pour F1). De son côté, le second facteur (F2') corrélait avec quatre des six items correspondant au facteur F2. L'item initialement associé aux facteurs F1 et F2 ne corrélait plus qu'avec F1'. Ce nouveau facteur (F2') expliquait 13.28% de variance (au lieu de 11.74% pour F2). Le troisième facteur de cette seconde analyse corrélait avec les cinq mêmes items que ceux associés à F3' et expliquait 10.67% de variance au lieu de 9.17% pour F3.

Tableau 14: Corrélations de la nouvelle analyse factorielle de 17 items retenus aux quatre premiers facteurs issus de l'analyse.

| | F1 | F2 | F3 | F4 |
|---------|------|------|-------|-------|
| Item 2 | .661 | | -.431 | |
| Item 3 | .491 | | | |
| Item 4 | | .419 | | |
| Item 5 | .573 | | .364 | |
| Item 6 | .533 | | -.406 | |
| Item 8 | .436 | | | |
| Item 9 | .522 | | | -.355 |
| Item 10 | | | | |
| Item 11 | | .555 | | |
| Item 12 | .561 | | | |
| Item 13 | .501 | | | |
| Item 15 | .571 | | -.503 | |
| Item 16 | .399 | | | |
| Item 17 | | .682 | | |
| Item 18 | .510 | | | .356 |
| Item 19 | | .566 | | |
| Item 20 | .560 | | -.401 | |

Note : Seules les corrélations supérieures à .30 sont indiquées ici.

En définitive, la version française du CAS se compose de dix-sept items répartis selon trois facteurs : l'attitude positive, l'attitude négative et le sentiment d'intimidation envers Internet. Ces items sont évalués par une échelle de type Likert en cinq points allant de 1 « pas du tout d'accord » à 5 « tout à fait d'accord ». Les scores ainsi obtenus s'étendent de 17 jusqu'à 85 pour une attitude extrêmement positive envers l'Internet.

Tableau 15 : liste des items

| Item | Items originaux | Items traduits |
|------|---|--|
| 1 | The Internet will never replace human life | Internet ne remplacera jamais la vie humaine |
| 2 R | The Internet makes me uncomfortable because I don't understand it | Internet me met mal à l'aise car je ne le comprends pas |
| 3 R | People are becoming slaves to Internet | Les gens deviennent esclaves d'Internet |
| 4 | The Internet is responsible for many of the good things we enjoy | Internet est à l'origine de bon nombre de choses que l'on apprécie |

| | | |
|-------------|--|--|
| 5 R | Soon our lives will be controlled by the Internet | Nos vies seront bientôt contrôlées par Internet |
| 6 R | I feel intimidated by the Internet | Je me sens intimidé par Internet |
| 7 | There are unlimited possibilities of Internet applications that have not been thought of yet | Il existe des possibilités d'applications illimitées dans le cadre d'Internet qui n'ont pas encore été conçues |
| 8 R | The overuse of the Internet may be harmful and damaging to humans | La sur-utilisation d'Internet peut être nuisible et mauvaise pour l'Homme |
| 9 R | The Internet is dehumanizing to society | Internet est déshumanisant pour la société |
| 10 | The Internet can eliminate a lot of tedious work | Internet peut éliminer beaucoup d'emplois ennuyeux |
| 11 | The use of the Internet is enhancing our standard of living | L'utilisation d'Internet améliore notre niveau de vie |
| 12 R | The Internet turns people into just another number | Internet transforme les gens en numéro |
| 13 R | The Internet is lessening the importance of too many jobs done now by humans | Internet diminue l'importance de trop d'emplois actuellement occupés par l'Homme |
| 14 | The Internet is a fast and efficient means of gaining information | Internet est un moyen efficace et rapide de trouver des informations |
| 15 R | The Internet's complexity intimidates me | La complexité d'Internet m'intimide |
| 16 R | The Internet will replace the working human | Internet remplacera le travail humain |
| 17 | The Internet is bringing us into a bright new area | Internet nous mène vers une nouvelle ère radieuse |
| 18 R | Soon our world will be run by the Internet | Le monde sera bientôt dirigé par Internet |
| 19 | Life will be easier and faster with the Internet | La vie sera plus facile et plus rapide avec Internet |
| 20 R | The Internet is difficult to understand and frustrating to work with | Internet est difficile à comprendre et frustrant à utiliser |

Notes : R désigne les items dont les scores sont à inverser

Des items relatifs à l'utilité perçue et de la facilité d'usage perçue

La mesure de l'attitude envers Internet (et de fait l'informatique) est complétée par deux items relatifs à l'utilité et à la facilité d'utilisation perçue (*cf.* encadré 3, ci-dessous). En effet, des recherches antérieures montrent que l'utilité et la facilité d'usage perçues contribuent à la mesure de l'attitude envers l'informatique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.3, page 42). Leur prise en considération dans cette seconde étude permettra de déterminer leur

influence ou pas sur l'expression de processus autoprésentationnels. Les réponses aux items proposés sont données *via* une échelle continue (10 cm). La mesure de l'utilité perçue est polarisée (*i.e.* utile / inutile) ainsi que celle de la facilité perçue (*i.e.* facile / difficile).

Encadré 3 : Items de facilité et d'utilité perçue de l'utilisation d'un dispositif informatisé de passation

| | | |
|---|----------------------|-------------|
| A votre avis, répondre à un questionnaire par l'intermédiaire d'un ordinateur, c'est : | | |
| Très difficile | <input type="text"/> | Très facile |
| Très inutile | <input type="text"/> | Très utile |

Procédure expérimentale

Les participants étaient recrutés sur le campus de l'Université Rennes 2. Un rendez-vous était alors pris au laboratoire de psychologie sociale (situé sur le campus) pour participer à l'expérimentation. Les participants étaient reçus individuellement dans une salle réservée aux expérimentations (*i.e.* box individuel) en présence de l'expérimentateur. Les passations étaient anonymes mais, un code chiffré était attribué à chaque participant pour permettre le traitement statistique des données. Le DS36 leur était distribué pour une passation mixte *via* un format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisé (*i.e.* *offline*). Plus précisément, ils devaient répondre à la moitié de l'échelle de désirabilité sociale *via* le format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et à l'autre moitié de l'échelle *via* le format de passation informatisé (*i.e.* *offline*). Ces deux formats de passation possédaient des caractéristiques similaires à celles énoncées dans l'expérimentation précédente (*cf.* expérimentation 1). Les consignes données aux participants précisait qu'ils devaient répondre à un questionnaire présenté selon deux formats différents : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisé (*i.e.* *offline*), avant qu'un dernier formulaire ne leur soit présenté sur un format traditionnel. Ces précisions ont été apportées pour que les participants ne remettent pas en cause la crédibilité de l'expérimentation et/ou pour ne pas amorcer d'attitudes particulières envers le format informatisé. L'ordre de passation de ces supports ainsi que l'ordre de présentation des items étaient contrebalancés pour éviter les biais méthodologiques (*cf.* tableau 16, page suivante). Les passations débutaient soit par le format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon), soit par le format de passation informatisé (*i.e.* *offline*). Pour satisfaire la comparaison intra-individuelle, le logiciel (dont les caractéristiques

ergonomiques étaient identiques à celles mises en place dans l'expérimentation 1) a été conçu de façon à être cohérent avec le format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) : chacun des deux formats proposait la moitié des items. Un nombre d'items identique était présenté sur une page d'écran et sur une feuille du format de passation traditionnel. Un seul poste informatique était utilisé pour les passations informatisées. Les données de chaque participant étaient directement enregistrées sur le poste informatique dans un fichier dédié à cet usage. Le protocole expérimental se terminait par les passations des échelles d'expérience informatique et d'attitude envers l'informatique ainsi que des items relatifs à l'utilité et à la facilité d'utilisation perçues pour éviter un éventuel biais lié à l'amorçage de croyances ou de comportements de réponse. Ces différentes échelles ainsi que les items d'utilité et de facilité d'utilisation perçues étaient proposés uniquement *via* un format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon). Un débriefing post-expérimental était assuré à la fin de chaque passation.

Tableau 16: Récapitulatif des contrebalancements proposés

| | Format de passation proposé en premier | Format de passation proposé en second |
|---------------|--|---------------------------------------|
| | Papier/crayon OU <i>offline</i> | <i>Offline</i> OU papier/crayon |
| Items du DS36 | Du n°1 au n°18 | Du n°19 au n°36 |
| | Du n°1 au n°18 | Du n°36 au n°19 |
| | Du n° 18 au n°1 | Du n°19 au n°36 |
| | Du n° 18 au n°1 | Du n°36 au n°19 |
| | Du n°19 au n°36 | Du n°1 au n°18 |
| | Du n°19 au n°36 | Du n° 18 au n°1 |
| | Du n°36 au n°19 | Du n°1 au n°18 |
| | Du n°36 au n°19 | Du n° 18 au n°1 |

Hypothèses opérationnelles

Deux hypothèses opérationnelles principales sont formulées. La première concerne l'équivalence des formats de passation du DS36. La seconde concerne l'influence de facteurs dispositionnels (*i.e.* expérience informatique et attitude envers l'informatique) sur la mise en place de processus autoprésentationnels lors de la passation informatisée.

H1 concernant l'équivalence des formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisé (i.e. offline) du DS36

Premièrement, un effet du format de passation sur les comportements de réponse obtenus avec le DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000) est attendu. Le format de passation informatisé (*i.e. offline*) est effectivement susceptible d'être perçu comme plus impersonnel que le format de passation traditionnel (*i.e. papier/crayon*, Kiesler et Sproull, 1986). La première expérimentation a démontré que l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e. papier/crayon*) versus informatisé (*i.e. offline*) du DS36 n'est pas acquise et a invalidé le postulat d'une perception accentuée de l'anonymat en condition informatisée (Kiesler et Sproull, *op. cit.*). Une nouvelle méthode de comparaison (*i.e. intra-individuelle*, Withaker, 1994) est mise en place avec pour objectif de mettre à nouveau à l'épreuve le postulat de Kiesler et Sproull (*op. cit.*).

H1 : Une baisse des scores de désirabilité sociale et, plus précisément du score relatif à la gestion des impressions (*i.e. hétéroduperie*), est attendue en condition informatisée. Aucun effet n'est escompté pour la dimension autoduperie, définie comme moins sensible au contexte et donc plus stable.

H2 concernant l'influence de facteurs dispositionnels (i.e. expérience informatique, attitude envers Internet et critères relatifs à l'utilité perçue ou à la facilité d'utilisation perçue) sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée

Une influence de facteurs dispositionnels (*i.e. l'expérience informatique, l'attitude envers Internet et l'utilité perçue ou à la facilité d'utilisation perçue*) est supposée en condition informatisée. Cette hypothèse principale doit être énoncée en recourant à trois hypothèses sous-jacentes.

L'influence de l'expérience informatique sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée

a) L'influence de l'expérience informatique objective (i.e. fréquence d'utilisation) sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée

H2aa : S'appuyant sur les conclusions observées dans la littérature (Finegan et Allen, 1994 ; cf. chapitre 3, partie 2.1.2, page 62), nous supposons que moins un individu utilisera l'outil informatique (*i.e. faible fréquence d'utilisation*), plus il exprimera de la désirabilité sociale et, plus particulièrement, de l'hétéroduperie.

b) L'influence de l'expérience informatique subjective sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée

L'expérience informatique subjective étant considérée comme un déterminant de l'attitude envers l'informatique, une hypothèse similaire est posée :

H2ab : Plus un individu aura une expérience subjective de l'informatique négative, plus il exprimera de désirabilité sociale et, plus particulièrement, d'hétéroduperie.

L'influence de l'attitude envers Internet sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée

Les processus autoprésentationnels sont en partie activés en fonction des caractéristiques perçues de la situation (*cf.* chapitre 3, partie 2.2, page 63). La première expérimentation a confirmé qu'un individu possédant une attitude négative envers l'outil informatique focalise son attention sur les propriétés négatives de celui-ci (*e.g.* syndrome « *Big Brother* », croyances de vérifiabilité des réponses). *A contrario*, un individu possédant une attitude positive envers l'outil informatique focalise son attention sur les propriétés positives de celui-ci (*e.g.* situation impersonnelle et anonymante) et sera amené à exprimer moins de conduites autoprésentationnelles.

Ainsi, une hypothèse similaire est posée concernant l'attitude envers Internet :

H2b : Plus un individu possède une attitude envers Internet négative (*i.e.* faible score), plus il se portera vers de l'hétéroduperie pour exprimer de la désirabilité sociale.

L'influence de critères relatifs à l'utilité perçue et à la facilité d'utilisation perçue sur la mise en place de processus autoprésentationnels lors de la passation informatisée

Ces critères relatifs à l'utilité perçue et à la facilité d'utilisation perçue sont considérés comme les déterminants possibles de l'attitude envers l'informatique (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.3, page 42). Ils devraient donc également contribuer à l'expression de la désirabilité sociale.

H2c : Moins un individu percevra l'utilité des passations informatisées et les trouvera faciles d'utilisation, plus il gèrera les impressions faites à autrui (*i.e.* hétéroduperie).

2.3. Résultats

Tableau 17 : Matrice de corrélation

| | Désirabilité sociale | Hétéroduperie | Autoduperie | Expérience subjective | Expérience objective | Attitude envers l'informatique | Utilité perçue | Facilité perçue |
|--------------------------------|----------------------|---------------|-------------|-----------------------|----------------------|--------------------------------|----------------|-----------------|
| Désirabilité sociale | | .740** | .782** | .274 | -.086 | -.038 | .220 | .024 |
| Hétéroduperie | | | .159 | .356* | -.115 | -.003 | .287 | .086 |
| Autoduperie | | | | .075 | -.021 | .052 | .060 | -.041 |
| Expérience subjective | | | | | -.005 | .172 | .534** | .636** |
| Expérience objective | | | | | | .101 | .011 | -.224 |
| Attitude envers l'informatique | | | | | | | -.035 | .183 |
| Utilité perçue | | | | | | | | .346* |
| Facilité perçue | | | | | | | | |

Note : * corrélation significative à $p > .05$; ** corrélation significative à $p > .01$

La matrice de corrélation (*cf.* tableau 17, page précédente) indique, conformément à ce qui est classiquement observé, une corrélation entre l'échelle de désirabilité sociale et ses sous échelles (*i.e.* hétéroduperie et autoduperie). Les variables relatives à la perception du média (*i.e.* expérience subjective, utilité perçue et de facilité d'utilisation perçue) sont également corrélées. L'une d'entre elles : l'expérience subjective, est également corrélée avec l'hétéroduperie.

Les indices de consistance interne sont satisfaisants ($\alpha = .77$ pour l'intégralité du DS36 ; $\alpha = .72$ pour l'hétéroduperie et $\alpha = .75$ pour l'autoduperie) et permettent la production de trois scores distincts.

Équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) versus informatisé (*i.e.* offline) du DS36

Tableau 18: Moyennes obtenues au DS36 en fonction du format de passation

| | Format de passation traditionnel | | Format de passation <i>offline</i> | |
|----------------------|----------------------------------|-----------|------------------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 4.01 | .66 | 4.02 | .63 |
| Hétéroduperie | 4.28 | .77 | 4.32 | .75 |
| Autoduperie | 3.73 | .96 | 3.72 | .81 |

Tableau 19 : Résultat du test *t* pour échantillon apparié

| | Test <i>t</i> | Degré de liberté | <i>p</i> |
|----------------------|---------------|------------------|----------|
| Désirabilité sociale | .118 | 42 | .91 |
| Hétéroduperie | .286 | 42 | .78 |
| Autoduperie | -.040 | 42 | .97 |

Note : *N* = 43

Aucun effet dû à l'ordre de passation de chacun des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*), n'est observé. Les scores moyens de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie (*cf.* tableaux 18 et 19, ci-dessus) ne diffèrent pas en fonction du format de passation (respectivement $p = .91$, $p = .78$ et $p = .97$).

Ces résultats vont à l'encontre de l'hypothèse H1 (pour les scores de désirabilité sociale et d'hétéroduperie) selon laquelle l'ordinateur participerait à la création d'une situation de passation spécifique : impersonnelle et anonymante, influençant les comportements de

réponse socialement désirables. Ils sont conformes à ce qui était attendu pour la dimension autoduperie.

Influence de facteurs dispositionnels (i.e. expérience informatique, attitude envers Internet et utilité perçue ou facilité d'utilisation perçue) sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée

a) *Influence de l'expérience informatique objective (i.e. fréquence d'utilisation) sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée*

Tableau 20 : Analyse de régression simple de l'expérience objective (i.e. fréquence) sur les scores du DS36 (passation débutant par le format traditionnel)

| | <i>B</i> | <i>F</i> | <i>P</i> |
|----------------------|----------|----------|----------|
| Désirabilité sociale | .27 | 1.26 | .278 |
| Hétéroduperie | .01 | .001 | .971 |
| Autoduperie | .37 | 2.56 | .129 |

Tableau 21 : Analyse de régression simple de l'expérience objective (i.e. fréquence) sur les scores du DS36 obtenus (passation débutant par le format informatisé)

| | β | <i>F</i> | <i>p</i> |
|----------------------|---------|----------|----------|
| Désirabilité sociale | -.30 | 4.32 | .049 |
| Hétéroduperie | -.33 | 2.87 | .103 |
| Autoduperie | -.29 | 2.19 | .152 |

Concernant l'expérience objective relative à l'usage de l'outil informatique, un effet des fréquences d'utilisation auto-déclarées est observé sur les scores obtenus à l'échelle de désirabilité sociale. Cet effet est, cependant, uniquement observé quand les passations débutent par la condition informatisée ($\beta = -.30$, $F(1,23) = 4,32$, $p < .05$). Dans ce cas de figure, plus la fréquence d'utilisation auto-déclarée est faible, plus le score global de désirabilité sociale augmente (cf. tableaux 20 et 21, ci-dessus). Autrement dit, les individus exprimeraient davantage de désirabilité sociale lorsqu'ils déclarent peu pratiquer l'informatique. Aucune influence de l'expérience objective n'est constatée sur les dimensions d'hétéroduperie et d'autoduperie et ce, contrairement à ce qui était attendu pour la première.

Les données recueillies valident donc partiellement l'hypothèse H2aa selon laquelle moins un individu déclare utiliser l'outil informatique, plus il aura tendance à s'autoprésenter positivement. Il est, de plus, important de souligner qu'aucun effet d'ordre n'était supposé *a priori*.

b) Influence de l'expérience informatique subjective sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée

Tableau 22 : Analyse de régression simple de l'expérience subjective (*i.e.* perception) sur les scores du DS36 obtenus

| | β | F | p |
|----------------------|---------|-------|------|
| Désirabilité sociale | .190 | 1.529 | .223 |
| Hétéroduperie | .339 | 5.327 | .026 |
| Autoduperie | -.018 | .014 | .908 |

Concernant les données relatives à l'expérience subjective, aucun effet d'ordre des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*), n'est observé. L'analyse des résultats indique que les scores globaux de désirabilité sociale ne varient pas en fonction de l'expérience subjective que les participants disent avoir de l'outil informatique (*cf.* tableau 22, ci-dessus). Celle-ci influence, néanmoins, significativement les scores moyens obtenus, en condition informatisée, avec l'échelle d'hétéroduperie ($\beta = .339$, $F(1 ; 41) = 3.881$, $p < .03$). Plus précisément, plus un individu développe une expérience subjective positive de l'informatique, plus il exprime des stratégies d'autoprésentation relatives à l'hétéroduperie. Aucun résultat n'est significatif pour les scores obtenus avec l'échelle d'autoduperie.

Ces résultats invalident l'hypothèse H2ab en ce qui concerne les scores de désirabilité sociale et d'hétéroduperie. Seuls, les résultats obtenus avec l'échelle d'autoduperie sont conformes à nos attentes.

c) Influence de l'attitude envers Internet sur la mise en place de processus autoprésentationnels en condition informatisée

L'indice de consistance interne de l'EAI est satisfaisant pour la globalité de l'échelle ($\alpha = .70$) ainsi que pour chacune de ses dimensions ($\alpha = .77$ pour le premier facteur ; $\alpha = .74$ pour le second facteur et $\alpha = .49$ pour le troisième facteur). Ces indices nous permettent de procéder au calcul de trois scores distincts.

Tableau 23 : Analyse de régression simple de l'attitude envers l'Internet sur les scores du DS36 obtenus

| | β | F | p |
|----------------------|---------|-----|------|
| Désirabilité sociale | .04 | .05 | .821 |
| Hétéroduperie | .03 | .05 | .831 |
| Autoduperie | .37 | .02 | .876 |

Concernant les scores de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie, aucun effet d'ordre des passations n'est relevé. De plus, les résultats de l'analyse de régression linéaire ne mettent en évidence aucun effet significatif de l'attitude sur les scores obtenus au DS36 (respectivement $\beta = .04$, $F(1,41) = .05$, $p = .821$, $\beta = .03$, $F(1,41) = .05$, $p = .831$ et $\beta = .02$, $F(1,41) = .02$, $p = .876$). Des patterns de réponse similaires sont obtenus pour les trois dimensions de l'échelle d'attitude. L'influence de l'attitude envers Internet sur les différents scores obtenus en fonction des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*) n'est pas avérée (*cf.* tableau 23, ci-dessus).

Ces résultats infirment l'hypothèse H2b selon laquelle les comportements de réponse informatisés seraient influencés par l'attitude des individus envers Internet.

Effet de l'utilité perçue et de la facilité d'utilisation perçue sur les comportements de réponse au DS36 en condition informatisée

L'item relatif à l'utilité perçue de l'informatique a un effet significatif sur les moyennes de désirabilité sociale ($\beta = .11$, $F(1,41) = 5.23$, $p < .03$) et d'hétéroduperie ($\beta = .12$, $F(1,41) = 4.57$, $p < .04$) obtenues en condition informatisée. Plus les individus perçoivent l'utilité des passations informatisées (*i.e.* comme pouvant servir leurs intérêts personnels), plus ils gèrent les impressions faites à autrui (*i.e.* scores de désirabilité sociale et d'hétéroduperie élevés). Il n'en est pas de même pour l'item de facilité d'usage perçue pour lequel aucun effet n'est démontré. Ces données valident partiellement (*i.e.* uniquement pour l'utilité perçue) l'hypothèse H2c.

2.4. Discussion de l'expérimentation 2

Ce premier chapitre expérimental vise à comprendre la mise en place de comportements autopréésentationnels en fonction du format de passation (*i.e.* traditionnel *versus* informatisé)

en adoptant une approche expérimentale prenant en compte le répondant (*i.e.* équivalence expérientielle). En se situant dans la continuité des résultats recueillis précédemment (*cf.* l'expérimentation 1), cette seconde recherche visait à les répliquer tout en répondant aux limites méthodologiques posées (*i.e.* comparaison intergroupe, mesure des facteurs dispositionnels). Cette deuxième étude a donc induit la mise en place d'une comparaison intra-individuelle des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*), tout en proposant d'affiner l'opérationnalisation des variables dispositionnelles. Pour cela, l'expérimentation 2 met en avant : 1) une mesure de l'attitude envers Internet à partir d'une échelle ayant fait l'objet d'une validation transculturelle (*cf.* encadré 2), 2) une mesure plus complète et précise de l'expérience informatique et 3) l'ajout de variables complémentaires à l'attitude envers Internet : l'utilité perçue et la facilité d'utilisation perçue. Des hypothèses identiques à celles de la première étude ont été posées.

Les résultats obtenus montrent : 1) l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline*) du DS36 et 2) l'influence de facteurs dispositionnels (*i.e.* expérience objective et subjective ; utilité perçue) sur la mise en place de processus autoprésentationnels.

L'équivalence des formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) et informatisé (i.e. offline)

Les données recueillies dans cette seconde expérimentation n'indiquent aucune différence entre les scores moyens de désirabilité sociale obtenus en condition papier/crayon et ceux obtenus en condition informatisée. Une première explication méthodologique de cette indifférenciation des formats de passation est proposée. Elle concerne la façon dont les passations étaient présentées aux participants. Nous avons choisi de ne pas insister sur la spécificité de chacun des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*). Les consignes précisaient simplement que deux questionnaires très proches seraient présentés sur papier et sur un ordinateur et ce, sans que ce changement de format soit justifié ou séparé par une pause. Cette homogénéisation des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*) est un choix délibéré. Plusieurs protocoles expérimentaux avaient été imaginés pour justifier le changement de formats de passation (*e.g.* problème de photocopieuse justifiant le recours à l'ordinateur *versus* bug informatique nécessitant le recours au papier/crayon, *etc.*). Cependant, ces « mises en scène » étaient susceptibles d'amorcer des croyances négatives vis-à-vis de l'expérience en elle-même

ou de l'outil informatique qui auraient pu influencer l'expression de comportements autoprésentationnels et parasiter les effets propres aux formats de passation. Ceci dit, cette volonté d'homogénéisation a aussi pu conduire le répondant à adopter des stratégies d'autoprésentation spécifiques et ce dès le début de la passation et quel que soit le format par lequel elle débute. Le changement de format n'impliquerait donc pas les modifications de comportements de réponse attendus car, comme démontré dans le cadre théorique de l'autoprésentation, les individus tendent à rester consistants entre leurs différentes présentations de soi. Cette consistance apparaît effectivement comme un gage de crédibilité face à un interlocuteur (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.2, page 52). Il est à noter que cette volonté de cohérence a pu être amplifiée par le caractère individuel des passations et la présence de l'expérimentateur (*i.e.* contraintes techniques inhérentes à la mise en place d'une comparaison intra-individuelle).

L'influence des facteurs dispositionnels

Cette seconde expérimentation souligne l'influence de facteurs dispositionnels telles que l'expérience objective et subjective ou l'utilité perçue sur les comportements de réponse fournis *via* le format de passation informatisé. Ces effets nuancent l'équivalence expérientielle des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline*) observée car, bien que les scores moyens de désirabilité sociale obtenus selon ces formats ne diffèrent pas significativement, ils peuvent varier d'un individu à l'autre en format informatisé et ce, en fonction de la perception qu'ils ont de ce dernier (expérience informatique objective et subjective, utilité perçue). Cette perception est tout d'abord mesurée par les données liées à l'expérience informatique objective. Celles-ci montrent que, quand les participants commencent à répondre au questionnaire de désirabilité sociale en format informatisé, la fréquence d'utilisation de l'outil informatique qu'ils revendiquent influence la façon dont ils vont gérer les impressions qu'ils suscitent. En ce cas, moins un individu dit utiliser le média informatique, plus il exprime de désirabilité sociale. Ce résultat peut être interprété comme un mécanisme défensif mis en place dans une situation peu connue et donc potentiellement évaluative ou susceptible de menacer l'intégrité de l'image de soi renvoyée à autrui (*i.e.* hétéroduperie). La mise en place d'un entraînement, censé familiariser le répondant au format informatisé de passation, est insuffisante pour changer la perception qu'il induit. Cette interprétation corrobore celle de Finegan et Allen (1994) qui supposent qu'un

manque d'expérience entraînerait l'activation de croyances propres aux passations informatisées et, en conséquence, la mise en œuvre de stratégies de présentation de soi.

La perception du format informatisé inclut également, dans la seconde expérimentation, deux autres dimensions considérées comme des déterminants de l'attitude envers l'informatique (*i.e.* l'expérience subjective et l'utilité perçue). Les effets observés par rapport à ces facteurs, tendent à confirmer que l'équivalence expérientielle n'est pas acquise entre les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisé (*i.e.* *offline*). Il est ainsi démontré que plus un individu a une expérience subjective positive de l'informatique, plus il mettra en place de stratégies d'autoprésentation relatives à l'hétéroduperie. Ce résultat peut paraître contradictoire à celui observé en matière d'expérience informatique objective mais ce n'est pas le cas car les dimensions supposées de l'expérience informatique mesurées ici réfèrent à des conceptions différentes et à des mesures distinctes (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.1.3, page 37). L'expérience informatique objective renvoie concrètement à la pratique revendiquée du format informatisé (*i.e.* fréquence d'utilisation) et l'expérience informatique subjective s'avère proche de l'attitude envers l'informatique en impliquant une mesure affective. Chacune de ces deux dimensions de l'expérience informatique est susceptible de créer des croyances et/ou une perception différente de la situation de passation.

La perception du format informatisé renvoie aussi à celle de son utilité perçue. Celle-ci a une influence sur les comportements de réponse adoptés. Plus le format informatisé est perçu comme utile, plus l'individu adopte des stratégies de présentation de soi. Une interprétation de cet effet en termes de jugement de performance est possible. Le format informatisé peut effectivement être appréhendé comme permettant d'augmenter la probabilité d'obtention d'un résultat positif pour soi et implique, de fait, de percevoir cet outil comme un moyen pertinent de donner à voir à autrui une image de soi des plus favorables.

Cette expérimentation n'apporte pas d'effet significatif de l'attitude envers l'informatique. Cette absence de résultats peut être interrogée en termes d'objet cible de la mesure. En effet, l'échelle utilisée dans ce protocole expérimental vise à évaluer l'attitude envers Internet alors que la passation est réalisée *via* un format de passation *offline*. Rien ne laissait supposer ce manque de pertinence *a priori* puisque des auteurs comme Durndell et Haag (2002) postulent qu'utilisant les mêmes interfaces (*i.e.* écran/clavier), il est tout à fait possible d'extrapoler les items relatifs à l'ordinateur vers Internet sans que cela ne pose véritablement de problème.

Discussion générale du chapitre 5

Cette thèse a pour ambition la compréhension des processus autopréésentationnels (*e.g.* la désirabilité sociale), mis en place en fonction du format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé, en analysant l'influence de facteurs dispositionnels et contextuels. Ce premier chapitre expérimental visait à répliquer les protocoles expérimentaux classiquement utilisés dans ce champ de recherche (*cf.* chapitre 3, partie 2.1.1, page 60). Il proposait également de centrer ces recherches sur le répondant en introduisant l'étude de variables dispositionnelles telles que l'expérience informatique (expérimentations 1 et 2), l'anxiété informatique (expérimentation 1) et l'attitude envers l'informatique (expérimentations 1 et 2). Ces dernières sont reconnues, dans la littérature, comme influençant les comportements de réponse obtenus *via* un format de passation informatisé (*cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 35). La seconde expérimentation de ce chapitre visait (comme préconisé par Withaker, 1994) à faire évoluer le protocole expérimental classiquement adopté (*i.e.* comparaison intergroupe) vers une méthodologie plus adaptée à l'étude de la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnels *versus* informatisé (*i.e.* comparaison intra-individuelle).

Une réponse non consensuelle quant à l'équivalence psychométrique des formats de passation traditionnels versus informatisés

Les résultats observés dans les deux premières expérimentations sont apparemment contradictoires. La première démontre une non équivalence des scores moyens de désirabilité sociale obtenus en fonction des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e. offline*), alors que la seconde met en évidence des comportements identiques de réponse selon ces mêmes formats. Par conséquent, ces deux expérimentations ne permettent pas de statuer quant à l'équivalence psychométrique des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e. offline*) du DS36. Cette absence de consensus peut être expliquée par l'adoption de méthodes de comparaison différentes dans les expérimentations 1 et 2. La première est basée sur une comparaison intergroupe, la seconde sur une comparaison intra-individuelle. Or, la comparaison intra-individuelle produit plusieurs difficultés inhérentes à son opérationnalisation. Elle implique notamment des contraintes temporelles (*i.e.* difficulté de proposer deux passations à un même participant sur deux temps

différents) et matérielles (*i.e.* complexité à mettre en place des passations collectives). Ces difficultés ajoutent des facteurs contextuels ayant eu, *a priori*, un impact sur les comportements de réponse des participants et sur leurs stratégies de présentation de soi. Alors que la première expérimentation permet une passation collective au sein des salles de cours, les contraintes techniques relatives à la comparaison intra-individuelle (*i.e.* expérimentation 2) induisent des passations individuelles en laboratoire et en présence de l'expérimentateur. S'il est avéré que les participants placés en situation de passation individuelle (en comparaison à une situation de passation collective) sont supposés exprimer moins de stratégies d'autoprésentation (Richman, Kiesler, Weisband et Drasgow, 1999, pour une méta analyse), la présence d'un expérimentateur contrecarre cet effet relatif à l'absence de pairs. L'influence de la présence *versus* absence de l'expérimentateur a été précédemment démontrée par Hettich et Walker (1970). Ces derniers ont mis en évidence une plus faible expression de comportements socialement désirables en l'absence d'un expérimentateur lors d'une passation papier/crayon. La présence d'un expérimentateur a donc un impact sur la perception du contexte de passation : celui-ci n'en devient que plus évaluatif. Cette perception est susceptible d'annuler le caractère anonymant et impersonnel sous jacent au format de passation informatisé (*i.e. offline* ; Kiesler et Sproull, 1986). En ce sens, Baumeister (1982) critique les protocoles expérimentaux menés en laboratoire. Si l'expérimentateur est présent dans la salle, l'individu est alors confronté à un public réel et possédant un statut particulier. Cela remet en cause tant l'anonymat (qu'il soit exprimé clairement dans les consignes du questionnaire et/ou qu'il soit implicitement induit par le format de passation informatisé) que l'enjeu perçu dans une situation de passation. Baumeister et Jones (1978) ont ainsi prouvé qu'un individu sera d'autant plus fortement motivé à exercer un contrôle sur l'image publique qu'il renvoie à autrui qu'il percevra la situation comme étant évaluative. Des résultats similaires sont observés dans le cas où l'individu est identifié. Les éléments du contexte expérimental sont en conséquence importants car ils impliquent des perceptions différentes. Si le répondant ressent ce contexte comme destiné à l'évaluer ou comme comportant un enjeu, des stratégies d'autoprésentation particulières (*i.e.* destinées à autrui) seront adoptées. Le cadre théorique de l'autoprésentation a démontré l'impact d'un contexte évaluatif sur la façon dont les individus gèrent leur image de soi (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.2, page 52). Cette optique de recherche devra être approfondie en ce qui concerne le format de passation et la dimension évaluative qu'il peut implicitement induire chez le répondant (Salgado et Moscoso, 2003).

Un consensus autour de la non équivalence expérientielle des formats de passation traditionnels et informatisés

Les expérimentations 1 et 2 proposées dans ce chapitre mettent aussi en avant des résultats consensuels quant à la non équivalence expérientielle des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline*). Des facteurs dispositionnels liés à l'attitude envers l'informatique et à ses déterminants (*i.e.* expérience informatique objective et subjective, utilité perçue) influencent les comportements de réponse obtenus *via* le format de passation informatisé (*i.e.* *offline*).

Bien que les deux premières expérimentations proposent une mesure de l'attitude envers l'informatique, l'influence de ce facteur dispositionnel est apparue de manière contradictoire. Alors que cette attitude apparaît comme influente dans la première recherche, aucun effet n'est remarqué dans la seconde recherche. Une piste d'explication en termes d'objet de mesure est proposée. En effet, la première recherche mesure l'attitude envers l'ordinateur (*i.e.* non connecté) et la seconde évalue l'attitude envers Internet (*i.e.* outil connecté, avec mise en réseau possible des données). Cette procédure est inspirée de celle préconisée par Durndell et Haag (2002) qui ont adapté leur échelle d'attitude envers le format informatisé en remplaçant le terme ordinateur par celui d'Internet et en supposant qu'ils renvoyaient à un même objet. Ce rapprochement est remis en cause par des études récentes tendant à démontrer que les objets d'attitude « Internet » et « ordinateur » renvoient à deux construits distincts (Morris, Gullekson, Morse et Popovich, 2009). En effet, plusieurs caractéristiques techniques les différencient dont certaines, telle que la mise en réseau des données, sont susceptibles d'activer des croyances spécifiques chez les répondants (*e.g.* syndrome « *Big Brother* », *cf.* chapitre 3, partie 2.2.2, page 65). Par ailleurs, les travaux sur la mesure de l'attitude ont d'ores et déjà démontré que les résultats obtenus sur un objet d'attitude ne peuvent s'extrapoler à un autre objet (Perrissol, 2004). Un individu peut développer une attitude positive envers l'outil informatique (*i.e.* non connecté ou *offline*) et non envers Internet (*i.e.* *online*), ou inversement. Ce constat doit être approfondi puisque de nombreuses recherches postulent *a priori* que les formats *offline* et *online* sont des entités semblables (*e.g.* Durndell et Haag, *op. cit.*). Cette indifférenciation des formats de passation informatisés se retrouve aussi sur le terrain et dans les recommandations internationales relatives à l'usage des tests (*cf.* chapitre 1, partie 2.2, page 14).

Les résultats expérimentaux observés dans ce chapitre attestent de l'importance et de la nécessité de distinguer les formats *offline* (*i.e.* non connecté) et *online* (*i.e.* connecté) qui ne

seraient pas à confondre ou à utiliser de façon interchangeable. Leurs propriétés, leurs usages et leurs perceptions paraissent différentes pour les répondants. Cette piste d'explication serait confirmée, dans l'expérimentation 2 notamment, par l'influence de facteurs dispositionnels (*i.e.* expérience subjective et objective, utilité perçue) considérés comme des déterminants de l'attitude envers le format informatisé. Ces variables dispositionnelles rendent compte des différentes dimensions relatives à la perception de l'usage de l'outil informatique tant à un niveau quantitatif (*i.e.* fréquence d'usage) qu'à un niveau qualitatif (*i.e.* expérience intime de la confrontation au média informatisé et perception de l'utilité de ce média). Elles sont donc à approfondir tout comme le concept d'utilité perçue. Celui-ci peut être rapproché des modèles d'acceptabilité sociale des technologies (*e.g.* *Technology Acceptance Model*, Davis, 1989 ; *cf.* chapitre 2, partie 3.2.4, page 45). Ceux-ci considèrent l'attitude envers une technologie en tenant compte de la perception de ses déterminants (*e.g.* utilité perçue et facilité d'utilisation perçue) et de ses aboutissants (*i.e.* intention d'usage). Utiliser un modèle d'acceptabilité sociale dans le cadre des recherches sur l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline* et *online*) permettra : 1) la mise en place d'une mesure pertinente et adaptée à cette problématique, 2) une meilleure prise en considération de la perception des formats de passation informatisés et de l'usage de ces formats, notion sous-jacente aux résultats inhérents à l'expérience informatique.

Conclusion

Dans le but de comprendre la mise en place de processus autoprésentationnels (*e.g.* la désirabilité sociale) en fonction du format de passation (*i.e.* traditionnel *versus* informatisé), ce premier chapitre expérimental se proposait de répliquer les travaux anglo-saxons tout en analysant l'influence de facteurs dispositionnels sur les réponses émises *via* un format de passation informatisé.

Deux recherches expérimentales ont été menées et avaient pour finalité de répondre à deux objectifs principaux. Le premier avait pour projet d'éprouver l'hypothèse de l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline*) du DS36. Le second portait sur l'influence de facteurs dispositionnels sur la mise en place de processus d'autoprésentation durant des passations informatisées. Les résultats mis en évidence ont démontré que l'approche expérientielle de l'équivalence des formats de passation permettait une meilleure compréhension de l'expression de comportements

autoprésentationnels en condition informatisée. En effet, elle serait perçue différemment par les individus. Bien qu'importante, l'étude de facteurs dispositionnels paraît insuffisante pour répondre à la problématique de l'équivalence des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline* et *online*). Il semble important de prendre également en considération des facteurs contextuels car les « *modalités relationnelles et psychosociales induites par le format de passation* » (Lemoine, 1994) peuvent engendrer des perceptions différenciées des situations de passation traditionnelles (*i.e.* papier/crayon) et informatisées (*i.e.* *offline* et *online*). Ces perceptions spécifiques impliqueraient des comportements de réponse distincts selon les caractéristiques propres à chacune de ces situations de passation (*cf.* chapitre 4, page 73). Ce premier chapitre expérimental permet donc des avancées en insistant sur la nécessité : 1) d'étudier les facteurs contextuels (*i.e.* anonymat, contexte évaluatif) supposés influencer l'équivalence des formats de passation ainsi que l'expression de conduites autoprésentationnelles, 2) de distinguer les formats de passation *offline* et *online* et 3) de mieux cerner les facteurs dispositionnels (*i.e.* attitude envers l'informatique).

Il convient de mener d'autres expérimentations qui devront, premièrement, se focaliser sur la manipulation de facteurs contextuels (*e.g.* anonymat, enjeu). Ces derniers ont été peu étudiés dans le champ de recherche portant sur la problématique de l'équivalence des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e.* *offline* et *online*). Cependant, le cadre théorique de l'autoprésentation apporte des preuves quant à leur influence sur l'expression de stratégies de présentation de soi (*cf.* chapitre 3, partie 2.2, page 63). Deuxièmement, les recherches sur les formats de passation traditionnels *versus* informatisés devront être affinées en différenciant les différentes modalités de présentation des questionnaires sur ordinateur. Il est, en effet, possible d'effectuer ces passations *via* un ordinateur connecté (*i.e.* *online*) ou non connecté (*i.e.* *offline*). Bien que certains auteurs (*e.g.* Durndell et Haag, 2002) tendent à indifférencier ces deux formats de passation, les preuves empiriques fournies dans ce premier chapitre laissent penser qu'ils seront perçus par les participants comme deux situations de passation distinctes. Enfin, ce premier chapitre interroge succinctement la notion d'usage de l'outil informatique et sa perception. Une prochaine expérimentation s'attachera à mieux la définir en s'appuyant sur un modèle d'acceptabilité sociale (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.4, page 45).

Chapitre 6 : La problématique de l'équivalence des formats de passations traditionnels *versus* informatisés et effets de contexte

Cette thèse propose d'étudier les facteurs dispositionnels et contextuels susceptibles d'affecter la mise en place de processus autoprésentationnels (*e.g.* la désirabilité sociale) en fonction du format de passation (*i.e.* papier/crayon *versus* informatisé). Le chapitre précédent a permis d'apporter des pistes de réflexion concernant la problématique de l'équivalence des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e. offline*) du DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000). Il souligne aussi l'influence de facteurs dispositionnels tels que l'expérience informatique ou l'attitude envers l'informatique ou Internet sur l'expression de stratégies de présentation de soi. Les résultats observés ne sont pas consensuels. Les facteurs dispositionnels paraissent donc ne pas rendre compte, à eux seuls, de la problématique de l'équivalence expérientielle des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e. offline*). Plusieurs auteurs proposent d'élargir les explications de l'équivalence des formats de passation aux variables contextuelles (*e.g.* anonymat, contexte présentant un enjeu) liées à la perception que les individus ont des applications technologiques et à leur usage (*e.g.* Rosenfeld, Booth-Kewley, Edwards et Thomas, 1996 ; Booth-Kewley, Larson et Miyoshi, 2007). Nous avons précédemment mis en évidence que la façon dont la situation de passation était perçue par le répondant influençait l'expression de stratégies de présentation de soi (*cf.* chapitre 3, partie 2.2, page 63). Nous supposons que cette perception spécifique de la situation de passation informatisée (en comparaison avec la situation de passation traditionnelle) n'est pas uniquement influencée par les caractéristiques individuelles. Les éléments déterminants du contexte de passation (*e.g.* anonymat, contexte comportant un enjeu) conditionneraient également la perception de ce dernier et, de fait, l'expression de conduites autoprésentationnelles.

Ce cinquième chapitre propose, tout d'abord, l'étude de deux facteurs contextuels : l'anonymat et l'enjeu présent dans le contexte de passation. Ils ont été choisis en référence au cadre théorique de l'autoprésentation qui les présente comme des variables influençant l'expression de stratégies de présentation de soi (*cf.* chapitre 3, partie 2.2, page 63). Ce cinquième chapitre vise ensuite à approfondir les résultats antérieurement obtenus dans le cadre de l'équivalence expérientielle (*i.e.* expérience subjective, utilité perçue) en orientant les recherches sur l'acceptabilité sociale des technologies (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.4, page

45). Ce modèle vise généralement à prédire la valeur que l'individu accorde aux objets technologiques en fonction du rapport spécifique qu'il entretient avec eux. Il permet une approche de l'acceptation d'une technologie au travers des perceptions individuelles telles que l'utilité perçue ou la facilité d'utilisation perçue (*cf.* expérimentation 2).

L'anonymat

Conformément au postulat de Kiesler et Sproull (1986), la situation de passation réalisée *via* un format informatisé (*i.e. offline*) est souvent définie comme étant plus impersonnelle et comme impliquant une perception amplifiée de l'anonymat (*cf.* chapitre 3, partie 2.2.2, page 65). A notre connaissance, ce postulat n'a jamais été mis à l'épreuve. Pour le valider, nous nous interrogerons sur l'influence de l'anonymat sur l'expression de conduites autoprésentationnelles lors de passations traditionnelles et informatisées. Ce chapitre propose l'étude de deux formes d'anonymat (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 55) : l'anonymat technique (*i.e. explicite*) et social (*i.e. implicite*). L'anonymat technique se définit par l'absence de marque de l'identité du répondant alors que l'anonymat social correspond à la perception subjective d'un manque d'identification (Christopherson, 2007). Il s'agit, en premier lieu, de vérifier l'influence de l'anonymat technique sur les réponses données au DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000) proposé selon un format de passation traditionnel (*i.e. papier/crayon*) et de répliquer l'étude de Paulhus (1991 ; *cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 55). L'anonymat social sera, en second lieu, testé en fonction des formats de passation informatisés. Une différenciation des formats de passation *offline* et *online* sera alors effectuée pour tenir compte des résultats et conclusions précédemment observés (*cf.* chapitre 5, expérimentations 1 et 2) et mieux cerner la perception qu'en ont les usagers et leur influence sur les comportements de réponse de ces derniers. Cette distinction entre les formats de passation informatisés *offline* et *online* permettra, par ailleurs, de répondre à une limite conceptuelle relevée antérieurement (*cf.* chapitre 5, expérimentations 1 et 2). En effet, les deux premières expérimentations ont abouti à des résultats contradictoires en ce qui concerne l'influence de l'attitude envers l'informatique ou Internet sur la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e. papier/crayon*) *versus* informatisé (*i.e. offline*). Une explication en termes d'objet d'attitude a été proposée. Pour des formats de passation identiques (*i.e. offline*), la première recherche proposait une mesure de l'attitude envers le média *offline* et la seconde étude induisait une mesure de l'attitude envers le média *online*. Le fait que l'attitude envers Internet n'influence pas l'expression de la désirabilité

sociale en condition *offline* serait justifié par une incohérence entre l'objet d'attitude mesuré et l'objet réellement manipulé.

L'enjeu

A notre connaissance, aucune étude n'a vraiment manipulé un contexte de passation présentant ou non un enjeu spécifique pour le répondant (Salgado et Moscoso, 2003). Cependant, le cadre conceptuel de la présentation de soi a permis de démontrer son influence sur l'adoption de stratégies comportementales spécifiques (Baumeister et Jones, 1978, Baumeister, 1982, *cf.* chapitre 3, partie 1.1.2, page 51). Un contexte évaluatif motive effectivement les individus à valoriser leur image de soi publique (Baumeister, *op. cit.*) et/ou à contrôler l'image d'eux-mêmes qu'ils laissent paraître (Leary et Kowalsky, 1990).

L'acceptabilité sociale

Ce chapitre se situant dans la continuité des résultats obtenus précédemment (*cf.* chapitre 5, expérimentations 1 et 2), nous proposons aussi d'enrichir la mesure de l'attitude envers l'informatique. Le chapitre précédent a brièvement mis en évidence l'influence de déterminants de l'attitude informatique tels que l'utilité perçue sur les comportements de réponse au DS36 en condition *offline*. Ce facteur dispositionnel se retrouve principalement au cœur de modèles d'acceptabilité sociale (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.4, page 45). Le recours à ces derniers permettra d'apporter des pistes de réponse quant à la relation entre usage et perception des formats de passation informatisés (*i.e.* *offline* et *online*).

1. Expérimentation 3 : anonymat technique et expression de la désirabilité sociale

1.1. Objectifs

Ce chapitre expérimental se propose d'étudier l'influence de variables contextuelles telles que l'anonymat ou l'enjeu sur l'adoption de stratégies de présentation de soi durant des passations traditionnelles (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisées (*i.e.* *offline* et *online*). Cette troisième expérimentation a pour objectif de vérifier l'influence de l'anonymat technique sur

la mise en place de stratégies d'autoprésentation durant une passation traditionnelle (*i.e.* papier/crayon).

Le principal biais entraînant l'inexactitude des réponses des participants à un test d'attitude autoreporté est le biais de désirabilité sociale défini comme étant une tendance à déformer la réalité pour se présenter sous un jour favorable (Paulhus, 1984). Cette stratégie d'autoprésentation est composée de deux dimensions (*cf.* chapitre 3, partie 1.1, page 51). L'une est volontaire (*i.e.* hétéroduperie) et implique une valorisation de l'image publique des individus. L'autre est non consciente (*i.e.* l'autoduperie) et induit une présentation de soi orientée en fonction de la perception que les personnes ont d'elles-mêmes. Paulhus (1991) justifie cette bidimensionnalité par un argument situationnel relatif à l'anonymat ou, *a contrario*, à l'identification (*cf.* chapitre 3, partie 1.2.2, page 57). Il a ainsi démontré que l'hétéroduperie était sensible aux consignes. Quand les participants reçoivent des instructions insistant sur l'anonymat des passations, ils avancent peu de réponses socialement désirables relevant de l'hétéroduperie. Celles relatives à l'autoduperie (*i.e.* dimension non volontaire de la désirabilité sociale) sont, par contre, stables, quelle que soit la consigne donnée (*i.e.* d'anonymat *versus* de visibilité). Paulhus (*op. cit.*) rend compte de ces effets par une explication motivationnelle. Lorsque les participants sont dans une situation où l'anonymat est rendu saillant, les réponses qu'ils avancent ne peuvent pas les aider à réaliser leurs buts et ils ne seraient alors pas ou peu motivés à s'autoprésenter (Booth-Kewley, Edwards et Rosenfeld, 1992). Les participants ne percevraient pas d'enjeu fort dans la situation puisqu'ils n'y sont pas identifiés. Ils y exprimeront moins de désirabilité sociale que lorsqu'ils sont placés en condition identifiée (Booth-Kewley et al., *op. cit.*). En effet, un contexte d'anonymat ne renvoie aux participants aucun signal particulier et n'implique pas le regard d'autrui (Kiesler et Sproull, 1991). Ces résultats sont consistants avec ceux obtenus dans le champ théorique de l'autoprésentation (Baumeister, 1982). Ceci dit, toutes les études impliquant un anonymat technique ne reproduisent pas les effets obtenus notamment en matière d'autoduperie (Christopherson, 2007). Certaines (*e.g.* Bruère et Marcot, 2001) montrent ainsi que l'autoduperie serait elle aussi influencée par des facteurs contextuels. L'objectif principal de cette expérimentation est de répliquer l'expérimentation originale de Paulhus (1984) et de déterminer si les dimensions de la désirabilité sociale (*i.e.* l'hétéroduperie et l'autoduperie) sont influencées par la manipulation de l'anonymat technique. Ces résultats pourront apporter des éléments de réponse quant aux résultats antérieurs (*cf.* chapitre 5, expérimentations 1 et 2) et à venir.

1.2. Procédure expérimentale

Caractéristiques des participants

Quarante étudiants (Licence 2 psychologie, université Rennes 2) ont été recrutés pour cette étude. Pour opérationnaliser et renforcer la perception de l'anonymat, aucune donnée d'ordre descriptive (sexe et âge) n'est demandée dans cette condition expérimentale.

Matériel expérimental

La mesure de la désirabilité sociale

Un matériel identique (*i.e.* DS36, Tournois, Mesnil et Kop, 2000) aux expérimentations 1 et 2 est utilisé. Il se compose de trente-six items répartis équitablement en deux facteurs : l'autoduperie et l'hétéroduperie (*cf.* chapitre 5, expérimentation 1).

Procédure expérimentale

Les passations étaient collectives. Les participants avaient été répartis aléatoirement dans l'une des deux conditions expérimentales (*i.e.* anonymat technique *versus* visibilité) en fonction de leur groupe de Travaux Dirigés. Cette expérimentation était présentée comme une validation d'échelle : celle du DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000). En condition « anonymat », aucune donnée relative à l'état civil des participants n'était demandée (*cf.* annexe 6). En condition « visibilité », les participants devaient indiquer leur nom et prénom, leur date de naissance et leur adresse électronique universitaire (composée du nom et prénom des étudiants ce qui est supposé renforcer leur identification ; *cf.* annexe 7). L'ordre de présentation des items du DS36 (*op.cit.*) a été contrebalancé pour pallier tout biais méthodologique. Les objectifs réels de cette expérimentation étaient présentés en fin de passation lors du débriefing post-expérimental.

Hypothèses opérationnelles

L'influence des consignes d'anonymat technique sur les scores obtenus au DS36 en format traditionnel (i.e. papier/crayon)

Conformément aux résultats obtenus dans le champ théorique de l'autoprésentation (cf. chapitre 3, partie 2.2.2, page 65), les répondants sont supposés contrôler davantage leur présentation de soi lors de la passation d'un questionnaire en condition « *visibilité* ».

H1 : les scores moyens de désirabilité sociale obtenus en condition «visibilité» seront plus élevés que ceux obtenus dans la condition « *anonymat* ».

L'influence des consignes d'anonymat technique sur les scores d'hétéroduperie en format traditionnel (i.e. papier/crayon)

Conformément aux résultats obtenus par Paulhus (1984), la dimension hétéroduperie serait sensible aux consignes d'anonymat ou de visibilité. Le répondant est supposé adopter davantage de stratégies d'autoprésentation dans le cas d'une consigne de visibilité.

H1a : les scores moyens d'hétéroduperie seront plus élevés en condition « visibilité » qu'en condition « *anonymat* ».

L'influence des consignes d'anonymat technique sur les scores d'autoduperie en format traditionnel (i.e. papier/crayon)

Conformément aux résultats obtenus par Paulhus (1984) et à ceux observés dans le cadre théorique de l'autoprésentation, la dimension autoduperie ne serait pas sensible aux consignes d'anonymat ou de visibilité. Par conséquent, aucune différence des scores de désirabilité sociale n'est attendue pour cette dimension et ce, quelle que soit la consigne proposée.

H1b : L'autoduperie étant une dimension non consciente et indépendante du contexte, les consignes d'anonymat technique n'influenceront pas son expression.

1.3. Résultats

Les indices de consistance interne (*i.e.* *Alpha* de Cronbach) de chacune des dimensions du questionnaire de désirabilité sociale ($\alpha = .81$, pour l'hétéroduperie et $\alpha = .78$ pour

l'autoduperie) ainsi que pour l'échelle dans sa globalité ($\alpha = .84$) sont satisfaisants et autorisent le calcul des différents scores moyens qui en sont issus.

Influence des consignes d'anonymat et de visibilité sur les scores obtenus au DS36

Tableau 24: résumé des scores moyens obtenus au DS36

| | Condition « anonymat » | | Condition « visibilité » | |
|----------------------|------------------------|-----------|--------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 3.96 | .56 | 3.89 | .71 |

Tableau 25 : Anova à un facteur (*i.e.* anonymat technique) pour les scores moyens de désirabilité sociale

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Éta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | .049 | 1 | .049 | .12 | .729 | .00 |
| Intragroupe | 15.242 | 38 | .401 | | | |
| Total | 15.292 | 39 | | | | |

Une comparaison de moyennes pour échantillons indépendants *via* le logiciel statistique SPSS⁸⁶ est réalisée. La différence entre les scores moyens de désirabilité sociale n'est pas significative ($p=.729$). Les participants s'autoprésentent autant qu'ils soient visibles ou non (*cf.* tableaux 24 et 25, ci-dessus).

L'hypothèse H1 selon laquelle les individus contrôleraient davantage leur image de soi lorsqu'ils sont visibles ou identifiés n'est pas validée.

Influence des consignes d'anonymat et de visibilité sur les scores d'hétéroduperie

Tableau 26: résumé des scores moyens d'hétéroduperie

| | Condition « anonymat » | | Condition « visibilité » | |
|---------------|------------------------|-----------|--------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Hétéroduperie | 4.22 | .74 | 4.19 | .92 |

⁸⁶ *Statistical Package for the Social Sciences*

Tableau 27 : Anova à un facteur (i.e. anonymat technique) pour les scores moyens d'hétéroduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|-----|------|-----------|
| Inter groupe | .007 | 1 | .007 | .01 | .918 | .00 |
| Intra groupe | 25.815 | 38 | .679 | | | |
| Total | 25.822 | 39 | | | | |

Des patterns de réponse similaires à ceux obtenus pour les scores moyens de désirabilité sociale sont observés pour l'hétéroduperie (cf. tableaux 26 et 27, ci-dessus). Aucune différence significative n'est relevée entre les comportements de réponse obtenus *via* les consignes d'anonymat et de visibilité (p=.918).

L'hypothèse H1a selon laquelle les individus mettraient en œuvre davantage de stratégies de présentation de soi destinées à autrui lorsqu'ils sont visibles est invalidée.

Influence des consignes d'anonymat et de visibilité sur les scores d'autoduperie

Tableau 28: résumé des scores moyens d'autoduperie

| | Condition « anonymat » | | Condition « visibilité » | |
|-------------|------------------------|-----|--------------------------|-----|
| | M | ET | M | ET |
| Autoduperie | 3.71 | .84 | 3.60 | .62 |

Tableau 29 : Anova à un facteur (i.e. anonymat technique) pour les scores moyens d'autoduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|-----|------|-----------|
| Inter groupe | .122 | 1 | .122 | .22 | .643 | .01 |
| Intra groupe | 21.219 | 38 | .558 | | | |
| Total | 21.341 | 39 | | | | |

Les scores moyens d'autoduperie ne varient pas en fonction des consignes (p=.643). L'autoduperie semble donc bien insensible aux modifications des consignes (cf. tableaux 28 et 29, ci-dessus).

L'hypothèse H1b selon laquelle les stratégies d'autoprésentation pour soi adoptées ne varieraient pas en fonction du contexte induit *via* les instructions données (i.e. anonymat technique ou visibilité) est validée.

1.4. Discussion de l'expérimentation 3

Ce chapitre expérimental se propose d'analyser l'influence de facteurs contextuels tels que l'anonymat ou l'enjeu induits par la situation de passation (*i.e.* format traditionnel papier/crayon *versus* format informatisé *offline* et *online*) sur l'expression de stratégies de présentation de soi comme la désirabilité sociale. Les recherches traitant de cette problématique (*cf.* chapitre 3, partie 2.2.2, page 65) mettent en avant des résultats contradictoires à propos de l'influence des consignes d'anonymat sur l'expression de la désirabilité sociale et, notamment, de l'hétéroduperie et de l'autoduperie. Pour statuer sur cet effet de l'anonymat sur l'expression de la désirabilité sociale, cette expérimentation proposait de répliquer l'étude de Paulhus (1984). Le protocole expérimental mis en place visait à comparer l'expression de la désirabilité sociale exprimée en format traditionnel (*i.e.* papier/crayon) en fonction de la visibilité ou pas du répondant.

Les données recueillies indiquent que les scores moyens de désirabilité sociale et, plus particulièrement d'hétéroduperie, obtenus en condition « anonymat » et en condition « visibilité » sont équivalents. Cette absence d'effet des consignes n'est pas logique au regard des définitions de la désirabilité sociale et de l'hétéroduperie (Paulhus, 1984). Toutes deux sont supposées relever de stratégies de présentation de soi destinées à autrui et dépendantes du contexte. Trois interprétations peuvent rendre compte des résultats obtenus.

Premièrement, il est possible que les consignes d'anonymat technique n'aient pas été perçues correctement par la population expérimentale. Celle-ci se compose d'étudiants en psychologie, habitués à répondre à des questionnaires dans le cadre d'expériences ou d'enquêtes. Il faut également préciser que ces participants se connaissaient avant la passation puisqu'ils font partie du même groupe de Travaux Dirigés et que, par conséquent, ils sont amenés à se côtoyer régulièrement. Ces caractéristiques peuvent, en partie, expliquer les comportements de réponse obtenus. La consigne de visibilité n'augmentant pas leur degré d'identification vis-à-vis d'autrui puisqu'ils sont par avance connus et repérables, les participants n'ont pas ressenti la nécessité de valoriser leur image publique. Le contexte a ainsi réduit toute motivation à s'autoprésenter et plus spécifiquement à exprimer des comportements socialement désirables (Fox et Schwartz, 2002). La situation expérimentale ne permettait pas la réalisation de buts personnels particuliers.

Deuxièmement, les consignes expérimentales ne sont liées à aucun enjeu, implicite ou non, car les réponses individuelles ne sont pas censées, dans le cadre d'une validation d'échelle (*i.e.* le motif de l'expérience), aboutir à une évaluation personnalisée. Les

participants n'ont donc aucune raison d'adopter plus ou moins de stratégies d'autoprésentation. Nous pouvons ainsi interroger l'influence de facteurs externes complémentaires (*i.e.* contexte de passation évaluatif) sur l'expression de la désirabilité sociale. Ces résultats remettent en cause le protocole expérimental et les effets observés par Paulhus (1984 ; *cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 55). Celui-ci manipule une consigne d'anonymat technique et démontre son influence sur les comportements de réponse à différentes échelles de désirabilité sociale. Or, la manipulation de l'anonymat technique qu'il propose, implique des biais liés au contexte. Les différentes stratégies d'autoprésentation observées ne seraient pas uniquement liées aux consignes d'anonymat ou de visibilité. En effet, la procédure expérimentale de Paulhus (*op. cit.*) implique non seulement une consigne d'anonymat (*i.e.* aucune information sur l'identité du répondant n'est demandée) *versus* visibilité (*i.e.* les nom, prénom et numéro de téléphone du participant sont requis) mais, en sus de cette identification et seulement dans ce cas, la présence de deux expérimentateurs. Leur présence est voulue et a pour objectif de renforcer la visibilité induite par la consigne elle-même. Les participants sont alors avertis que les expérimentateurs peuvent, à tout moment, regarder leurs réponses et qu'ils doivent leur remettre le questionnaire rempli en mains propres afin d'être plus facilement reconnus lors du dépouillement. Ce protocole expérimental participe, bien entendu, à une meilleure visibilité du répondant mais il pourrait aussi induire un enjeu évaluatif prompt à influencer les comportements de réponse de chaque participant.

Troisièmement, l'influence de l'anonymat sur l'expression de conduites autoprésentationnelles (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 55) est supposée en lien avec la possibilité ou pas pour un individu de contrôler les réponses qu'une autre personne lui donne (Lautenschlager et Flaherty, 1991). Les individus sont, par conséquent, supposés avancer moins de réponses socialement désirables quand celles-ci concernent des informations facilement vérifiables (*e.g.* notes à un examen) que quand elles portent sur des contenus difficilement contrôlables (*e.g.* sur la personnalité). Les items du DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000) induisent des réponses peu vérifiables et propices à la falsification, d'où des scores de désirabilité sociale importants et ce, indépendamment des consignes d'anonymat ou de visibilité.

Conclusion

Les résultats obtenus en format traditionnel (*i.e.* papier/crayon) interrogent essentiellement sur : 1) l'impact réel de l'anonymat durant une passation et 2) sur la

perception de cet anonymat technique par les individus. Kiesler et Sproull (1986) postulent que l'ordinateur créerait une situation de passation impersonnelle sans qu'il soit nécessaire de recourir à une consigne d'anonymat technique. Une prochaine expérimentation sera proposée pour déterminer si les passations traditionnelles (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisées (*i.e.* *offline* ou *online*) sont influencées par des consignes d'anonymat technique et/ou social. Elle sera prolongée par la prise en considération de l'influence d'un enjeu perçu (*e.g.* vérification possible des réponses données par les participants) sur l'expression de la désirabilité sociale.

2. Expérimentation 4 : anonymat technique et social des formats de passation traditionnels *versus* informatisés

2.1. Objectifs

L'objectif de ce chapitre expérimental est de vérifier l'influence de facteurs situationnels (*i.e.* anonymat, enjeu) sur l'expression de processus autoprésentationnels et plus précisément sur l'expression de la désirabilité sociale tout en différenciant les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* ou *online*). Cette expérimentation se propose tout d'abord de déterminer l'impact de l'anonymat technique et de l'anonymat social (Christopherson, 2007 ; *cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 55) sur les différents formats de passation d'une échelle de désirabilité sociale traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Les résultats obtenus précédemment (*cf.* discussion générale chapitre 4) démontrent que ces deux formes d'anonymat sont susceptibles de participer à des perceptions différentes chez les répondants.

Les expérimentations précédentes (*cf.* expérimentations 1 et 2) menées au regard d'une approche expérientielle n'aboutissent à aucune conclusion consensuelle mais semblent souligner la nécessité de distinguer deux types de formats informatisés : les formats *offline* (*i.e.* applications informatiques directement accessibles sur l'ordinateur et non connectées à Internet) et *online* (*i.e.* applications informatiques accessibles uniquement à distance). Le support *online* est *a priori* considéré comme une extension naturelle du support *offline* (Durdell et Haag, 2002). Ces formats impliquent effectivement le recours à une même interface : un écran et un clavier, des commandes similaires, *etc.* Cependant, le format *online* suppose obligatoirement une connexion à un site distant. Comme le supposent Rosenfeld, Booth-Kewley, Edwards et Thomas (1996), la mise en réseau des participants aurait un impact sur les comportements de réponse au DS36 car elle rendrait saillantes des croyances en

lien avec le syndrome « *Big Brother* » (cf. chapitre 3, partie 2.2.2, page 65). Les moyennes obtenues à une échelle de désirabilité sociale seraient ainsi plus élevées en condition *online* qu'en condition papier/crayon ou *offline* (lorsque les participants sont identifiés). Des travaux récents (Morse, Gullekson, Morris et Popovich, 2011) tendent à valider cette idée en montrant que les formats *offline* et *online* suscitent des attitudes différentes.

Comme défini précédemment (cf. chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 55), l'anonymat peut se caractériser par deux aspects : l'un technique et l'autre social. L'anonymat technique est obtenu par la manipulation de consignes (*i.e.* anonymat *versus* visibilité) alors que l'anonymat social correspond à une perception subjective d'un manque d'identification. L'étude de l'influence des formats de passation informatisés a démontré que ce média participait à la perception d'un anonymat social (Christopherson, 2007). Le recours à la dimension technique de l'anonymat ne serait, par conséquent, pas nécessaire pour diminuer la mise en place de stratégies de présentation de soi. L'anonymat technique pourrait toutefois amplifier cette perception d'anonymat social sous-jacente aux formats informatisés (*i.e.* *offline* et *online*).

2.2. Procédure expérimentale

Caractéristiques des participants

Pour cette expérimentation, cent quarante-neuf étudiants (en Licence 1 à l'IUT de Rennes, département GEA) ont été recrutés. Pour opérationnaliser et renforcer la perception de l'anonymat, aucune donnée d'ordre descriptive (sexe et âge) n'est demandée dans cette condition expérimentale.

Matériel expérimental

La mesure de la désirabilité sociale

Un matériel identique (*i.e.* DS36, Tournois, Mesnil et Kop, 2000) aux expérimentations 1 et 2 est utilisé. Il se compose de trente-six items répartis équitablement en deux facteurs : l'autoduperie et l'hétéroduperie (cf. chapitre 5, expérimentation 1).

Procédure expérimentale

Chaque groupe de Travaux Dirigés était réparti de façon aléatoire dans une des six conditions expérimentales combinant la manipulation du format de passation (*i.e.* formats de passation traditionnel, *offline* ou *online*) et le type de consigne (*i.e.* anonymat ou visibilité). Les passations étaient collectives et les items du DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000) étaient contrebalancés. Cette expérimentation était présentée aux répondants comme un travail universitaire nécessitant leur aide pour l'élaboration d'un questionnaire. Cette affabulation était proche de celle donnée dans l'expérimentation 3, cependant, ce nouvel échantillon expérimental n'était pas familier de ce type de procédure. Il est à noter que l'originalité de la procédure expérimentale était de ne pas recourir réellement aux formats informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) *via* des passations utilisant des ordinateurs mais de les induire sur papier (*i.e.* le format traditionnel) en reproduisant leurs caractéristiques spécifiques (cf. annexes 15, 16 et 17). Ce procédé est certes moins écologique mais il est moins coûteux en temps et plus facilement réalisable que la création effective d'une interface de passation *offline* et *online*. Ainsi, le format *offline* était construit en reprenant la barre d'outils d'un logiciel de traitement de texte. Le format *online* était, quant à lui, caractérisé par la présence d'une barre d'outils spécifique à des navigateurs Internet⁸⁷ tels que *Mozilla Firefox*⁸⁸, comprenant notamment le signalement de l'adresse d'un site Web (*i.e.* www.questionnaire.fr; cf. annexe 16). Pour chacun des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*), le nombre d'items du DS36 proposés sur une feuille ou un écran supposé était identique. Un débriefing post-expérimental était assuré après chaque passation.

Une consigne d'anonymat technique était également mise en place. Les participants devaient répondre au DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000) soit de façon anonyme, soit de façon visible. En condition « anonymat », aucune marque d'identification n'était requise. En condition « visibilité », les participants devaient préciser leur âge, leur sexe et leur adresse électronique universitaire (composée de leur nom et prénom). Les consignes sont adaptées en fonction de chacun des formats de passation proposés (cf. annexes 9, 10, 11, 12, 13 et 14).

⁸⁷Logiciel permettant de rechercher, de consulter des documents et d'exploiter des liens hypertextes.

⁸⁸www.mozilla.com

Hypothèses opérationnelles

Trois hypothèses sont formulées.

H1 concernant l'équivalence des scores moyens de désirabilité sociale obtenus via les formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisés (i.e. offline et online)

Conformément au postulat émis par Kiesler et Sproull (1986), les formats de passation informatisés (*i.e. offline et online*) sont supposés induire la perception d'une situation de passation anonymante (*i.e. anonymat social ; cf. chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 55*). Nous supposons que la perception du caractère anonymant de la situation de passation informatisée ne nécessite pas la présence effective de l'ordinateur mais simplement celle des caractéristiques ergonomiques qui lui sont associées (*e.g. barre d'adresse d'un site Internet*). La présentation de ces caractéristiques ergonomiques devrait permettre d'activer, chez le répondant, la mise en place de processus autoprésentationnels spécifiques.

H1 : Les scores moyens de désirabilité sociale devraient être plus faibles lors de l'induction des formats informatisés (*i.e. offline et online*) car ceux-ci sont supposés engendrer une perception plus impersonnelle et plus anonyme du contexte de passation (Kiesler et Sproull, 1986) que celle engendrée par le format traditionnel (*i.e. papier/crayon*).

H1a concernant l'équivalence des scores moyens d'hétéroduperie obtenus via les formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisés (i.e. offline et online)

L'expression de l'hétéroduperie (*i.e. gestion consciente des impressions faites à autrui*) est perçue comme sensible aux modifications situationnelles (*cf. chapitre 3, partie 1.2.2, page 57*). Or, les formats de passation informatisés (*i.e. offline et online*) induits sur papier à partir de leurs caractéristiques ergonomiques sont supposés instancier un contexte de passation anonymant dans lequel l'adoption de stratégies de présentation de soi serait plus faible.

H1a : Les scores d'hétéroduperie obtenus en formats informatisés et induits (*i.e. offline et online*) devraient être moins élevés que ceux obtenus *via* le format de passation traditionnel (*i.e. papier/crayon*).

H1B concernant l'équivalence des scores moyens d'autoduperie obtenus via les formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisés (i.e. offline et online)

Contrairement à l'expression de l'hétéroduperie, celle de l'autoduperie (*i.e.* gestion non consciente de son image en fonction de la perception que l'on a de soi) est considérée comme stable et indépendante des contextes. L'induction des caractéristiques ergonomiques spécifiques aux formats de passation informatisés (*i.e. offline et online*) ne devrait pas influencer son expression.

H1b : l'expression de l'autoduperie n'est pas supposée varier quel que soit le format de passation induit (*i.e. papier/crayon, offline ou online*).

H2 concernant l'influence de l'anonymat technique sur les réponses faites au DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000)

Un effet de la consigne d'anonymat technique est attendu sur les réponses données au DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, *op. cit.*). Conformément à la littérature (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.2, page 52), les individus sont davantage motivés à s'autoprésenter lorsqu'ils sont visibles et reconnaissables par l'expérimentateur que lorsqu'ils ne le sont pas.

H2 : les scores moyens de désirabilité sociale seront plus élevés en condition « visibilité » qu'en condition « anonymat ».

H2a concernant l'influence de l'anonymat technique sur l'expression de l'hétéroduperie

L'expression de l'hétéroduperie est considérée comme sensible aux modifications situationnelles et, plus particulièrement, aux consignes de visibilité (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.2 page 52) pour lesquelles les scores d'hétéroduperie sont plus élevés. En effet, les personnes se savent alors identifiables et sont donc motivées pour se présenter sous un jour favorable à autrui en valorisant leur image publique.

H2a : les scores moyens d'hétéroduperie seront plus élevés en condition « visibilité » qu'en condition « anonymat ».

H2b concernant l'influence de l'anonymat technique sur l'expression de l'autoduperie

L'autoduperie est considérée comme peu sensible aux modifications situationnelles car elle est le reflet d'une présentation non consciente orientée en fonction de la perception que

l'on a de soi (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.2, page 52). L'expression de l'autoduperie est donc considérée comme stable, quelle que soit la consigne.

H2b : aucune différence en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat n'est attendue en ce qui concerne l'expression de l'autoduperie.

H2c concernant l'influence de l'anonymat technique sur les scores de désirabilité sociale en fonction des formats de passation induits (i.e. papier/crayon, offline et online)

Si on se réfère au postulat de Kiesler et Sproull (1986), les formats de passation informatisés (*i.e. offline et online*) participeraient davantage à la perception d'un anonymat social et seraient, de ce fait, peu sensibles aux modifications du contexte. Nous pouvons donc supposer que leur induction engendrera peu ou pas d'expression de la désirabilité sociale différenciée en fonction des consignes d'anonymat technique, ce qui ne serait pas le cas du format traditionnel (*i.e. papier/crayon*).

H2c : Un effet des consignes de visibilité *versus* d'anonymat est attendu en format traditionnel (i.e. papier/crayon) en ce qui concerne les scores de désirabilité sociale et d'hétéroduperie. Cet effet ne serait pas ou quasiment pas observé pour les formats de passation informatisés induits (i.e. offline et online). Aucune influence des consignes en conditions « visibilité » et « anonymat » n'est attendue pour la dimension autoduperie et ce, quel que soit le format de présentation du DS36 induit (i.e. traditionnel, offline et online), car elle est définie comme non sensible aux facteurs contextuels (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.2., page 52).

2.3. Résultats

Les indices de consistance interne observés (*i.e. alpha* de Cronbach) sont satisfaisants pour les moyennes de désirabilité sociale (.71), d'hétéroduperie (.61) et d'autoduperie (.65). Ils autorisent le calcul de trois scores moyens à partir du DS36.

Equivalence des scores moyens de désirabilité sociale obtenus via les formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisés et induits (i.e. offline ou online)

Tableau 30: scores moyens obtenus au DS36 en fonction des formats de présentation

| | Formats de passation | | | | | |
|----------------------|----------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | Traditionnel | | Offline | | Online | |
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 3.95 | .45 | 3.95 | .43 | 3.90 | .50 |

Tableau 31 : Anova à un facteur (i.e. format de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | .107 | 2 | .053 | .25 | .783 | .00 |
| Intragroupe | 31.694 | 146 | .217 | | | |
| Total | 31.801 | 148 | | | | |

Aucun effet du format de présentation (i.e. papier/crayon, *offline* ou *online*) n'est démontré pour les scores moyens de désirabilité sociale ($F(2,146) = .25, p = .783, \eta^2 = .00$) et ce, indépendamment des consignes d'anonymat ou de visibilité données. En d'autres termes, les scores moyens de désirabilité sociale observés en fonction du format de passation sont équivalents (cf. tableaux 30 et 31, ci-dessus).

Ces résultats invalident l'hypothèse H1 selon laquelle les scores de désirabilité sociale seraient moins élevés lors des passations informatisées induites (i.e. *offline* et *online*).

Equivalence des scores moyens d'hétéroduperie obtenus via les formats de passation induits traditionnels (i.e. papier/crayon) et informatisés (i.e. offline et online)

Tableau 32: scores moyens d'hétéroduperie en fonction des formats de présentation

| | Formats de passation | | | | | |
|---------------|----------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | Traditionnel | | Offline | | Online | |
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Hétéroduperie | 4.25 | .55 | 4.26 | .60 | 4.25 | .64 |

Tableau 33 : Anova à un facteur (i.e. format de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | P | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|-----|------|-----------|
| Intergroupe | .006 | 2 | .003 | .01 | .992 | .00 |
| Intragroupe | 53.515 | 146 | .369 | | | |
| Total | 53.920 | 148 | | | | |

Des patterns de réponse identiques à ceux observés pour les scores de désirabilité sociale sont observés pour la dimension hétéroduperie ($F(2,146) = .01, p = .992, \eta^2 = .00$). L'expression de l'hétéroduperie ne varie pas en fonction des formats de passation traditionnel, *offline* et *online* (cf. tableaux 32 et 33, ci-dessus).

Ces résultats infirment l'hypothèse H1a selon laquelle les scores d'hétéroduperie seraient moins élevés pour les passations informatisées et induites (i.e. *offline* et *online*).

Equivalence des scores moyens d'autoduperie obtenus via les formats de passation induits traditionnels (i.e. papier/crayon) et informatisés (i.e. offline et online)

Tableau 34: scores moyens d'autoduperie en fonction des formats de présentation

| | Formats de passation | | | | | |
|-------------|----------------------|-----|---------|-----|--------|-----|
| | Traditionnel | | Offline | | Online | |
| | M | ET | M | ET | M | ET |
| Autoduperie | 3.66 | .53 | 3.64 | .58 | 3.55 | .53 |

Tableau 35 : Anova à un facteur (i.e. format de passation) pour les scores moyens d'autoduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|-----|------|-----------|
| Intergroupe | .346 | 2 | .173 | .58 | .563 | .01 |
| Intragroupe | 43.810 | 146 | .300 | | | |
| Total | 44.156 | 148 | | | | |

Comme le montre les tableaux 34 et 35 (ci-dessus), les scores moyens d'autoduperie ne sont pas significativement différents ($F(2,146) = .58, p = .563, \eta^2 = .01$) quel que soit le format de passation.

Ces résultats valident l'hypothèse H1b selon laquelle l'autoduperie serait une stratégie de présentation de soi dont l'expression ne varie pas selon les formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés et induits (*i.e.* *offline* et *online*).

Influence d'une consigne de visibilité versus d'anonymat sur les réponses fournies au DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000)

Tableau 36 : scores moyens obtenus au DS36 en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat

| | Condition « visibilité » | | Condition « anonymat » | |
|----------------------|--------------------------|-----------|------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 3.98 | .46 | 3.86 | .46 |

Tableau 37 : Anova à un facteur (*i.e.* anonymat technique) pour les scores moyens de désirabilité sociale

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | .586 | 1 | .586 | 2.76 | .099 | .02 |
| Intragroupe | 31.215 | 147 | .212 | | | |
| Total | 31.801 | 148 | | | | |

Une ANOVA à un facteur (*i.e.* anonymat technique) est menée. Les traitements statistiques ne démontrent aucun effet significatif (*cf.* tableau 37, ci-dessus) de la consigne d'anonymat technique sur le comportement de réponse aux 36 items de l'échelle de désirabilité sociale ($p=.099$). Les scores moyens de désirabilité sociale obtenus en condition de visibilité ne diffèrent pas de ceux obtenus en condition d'anonymat (*cf.* le tableau 36, ci-dessus).

Ces données expérimentales vont à l'encontre de l'hypothèse H2 selon laquelle une consigne d'anonymat technique atténuerait la mise en place d'autoprésentation et ainsi l'expression de la désirabilité sociale.

Influence d'une consigne de visibilité versus d'anonymat sur les réponses fournies à l'échelle d'hétéroduperie

Tableau 38 : scores moyens obtenus en hétéroduperie en fonction des consignes de visibilité

| | Condition « visibilité » | | Condition « anonymat » | |
|---------------|--------------------------|-----------|------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Hétéroduperie | 4.29 | .62 | 4.20 | .58 |

Tableau 39 : Anova à un facteur (*i.e.* format de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|-----|------|-----------|
| Intergroupe | .263 | 1 | .263 | .72 | .397 | .01 |
| Intragroupe | 53.657 | 147 | .365 | | | |
| Total | 53.920 | 148 | | | | |

Aucun effet significatif (*cf.* le tableau 39, ci-dessus) n'est relevé pour la dimension hétéroduperie ($p=.397$). Quel que soit le type de consigne, les scores moyens d'hétéroduperie ne diffèrent pas (*cf.* tableau 38, page précédente).

Ces résultats invalident l'hypothèse H2a selon laquelle l'anonymat technique influencerait l'expression de l'hétéroduperie.

Influence d'une consigne de visibilité versus d'anonymat sur les réponses obtenues à une échelle d'autoduperie

Tableau 40 : scores moyens obtenus au DS36 en fonction des consignes de visibilité

| | Condition « visibilité » | | Condition « anonymat » | |
|-------------|--------------------------|-----|------------------------|-----|
| | M | ET | M | ET |
| Autoduperie | 3.68 | .54 | 3.51 | .54 |

Tableau 41 : Anova à un facteur (*i.e.* format de passation) pour les scores moyens d'autoduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|------|------|-----------|
| Intergroupe | 1.036 | 1 | 1.036 | 3.53 | .062 | .02 |
| Intragroupe | 43.120 | 147 | .293 | | | |
| Total | 44.156 | 148 | | | | |

Des différences entre les scores moyens d'autoduperie obtenus selon les consignes de visibilité et d'anonymat sont démontrées ($F(1,147) = 3,53, p < .06, \eta^2 = .02$). Ces résultats révèlent que les scores moyens d'autoduperie observés en condition « anonymat » sont plus faibles que ceux obtenus en condition « visibilité » (respectivement 3,51 et 3,68 ; *cf.* tableaux 40 et 41).

Ces résultats infirment l'hypothèse H2b selon laquelle les réponses liées à la dimension autoduperie ne seraient pas influencées par un contexte où la visibilité *versus* l'anonymat serait rendu(e) saillant(e).

Influence d'une consigne de visibilité versus d'anonymat sur les scores de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie en fonction du format de passation induit (i.e. papier/crayon, offline ou online)

Concernant le format de passation traditionnel (i.e. papier/crayon)

Tableau 42 : scores moyens de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie obtenus en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat sur le format de passation traditionnel (i.e. papier/crayon)

| | Condition « visibilité » | | Condition « anonymat » | |
|----------------------|--------------------------|-----------|------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 4.05 | .41 | 3.73 | .46 |
| Hétéroduperie | 4.26 | .56 | 4.15 | .53 |
| Autoduperie | 3.79 | .49 | 3.32 | .48 |

Tableau 43 : Anova à un facteur (i.e. anonymat technique) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus via le format de passation traditionnel

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | .696 | 1 | .696 | 3.82 | .059 | .11 |
| Intragroupe | 5.829 | 32 | .182 | | | |
| Total | 6.526 | 33 | | | | |

Les scores moyens de désirabilité sociale ($F(1,32) = 3.82, p < .06, \eta^2 = .11$) obtenus en format de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) varient en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat (cf. tableau 43, ci-dessus). Les scores moyens obtenus en condition « visibilité » sont ainsi plus élevés que ceux obtenus en condition « anonymat » (cf. tableau 42, page précédente). L'hypothèse H2c selon laquelle l'expression de la désirabilité sociale varierait, en format traditionnel (i.e. papier/crayon), en fonction de l'anonymat technique, est validée.

Tableau 44 : Anova à un facteur (i.e. anonymat technique) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus via le format de passation traditionnel

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | .156 | 1 | .156 | .51 | .480 | .02 |
| Intragroupe | 9.772 | 32 | .305 | | | |
| Total | 9.928 | 33 | | | | |

Aucune différence significative n'est observée entre les scores moyens d'hétéroduperie obtenus en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat ($F(1,32) = .51$, $p = .48$, $\eta^2 = .02$; cf. tableau 44, page précédente). L'hypothèse H2c selon laquelle les présentations de soi orientées en fonction d'un public seraient sensibles aux contextes (instanciés ici par les consignes de visibilité et d'anonymat), est, en conséquence, invalidée en format traditionnel (*i.e.* papier/crayon).

Tableau 45 : Anova à un facteur (*i.e.* anonymat technique) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus via le format de passation traditionnel

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | 1.624 | 1 | 1.624 | 6.99 | .013 | .18 |
| Intragroupe | 7.511 | 32 | .235 | | | |
| Total | 9.134 | 33 | | | | |

Les scores moyens d'autoduperie (cf. le tableau 42, page 141) obtenus *via* le format de passation traditionnel sont influencés par les consignes de visibilité et d'anonymat ($F(1,32) = 6.99$, $p < .013$, $\eta^2 = .18$; cf. le tableau 45, ci-dessus). Les scores moyens obtenus en condition « visibilité » sont plus élevés que ceux obtenus en condition « anonymat ». L'hypothèse H2c selon laquelle les présentations de soi non conscientes et orientée en fonction du soi ne seraient pas influencées par les éléments de la situation (ici les degrés de visibilité et d'anonymat mis en place), est infirmée.

Concernant le format induit de passation offline

Tableau 46 : scores moyens de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie obtenus en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat en format de passation induit (*i.e.* offline)

| | Condition « visibilité » | | Condition « anonymat » | |
|----------------------|--------------------------|-----------|------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 3.96 | .48 | 3.94 | .40 |
| Hétéroduperie | 4.34 | .61 | 4.19 | .59 |
| Autoduperie | 3.58 | .63 | 3.70 | .54 |

Tableau 47 : Anova à un facteur (i.e. anonymat technique) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus via le format de passation *offline* induit

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|-----|------|-----------|
| Intergroupe | .005 | 1 | .005 | .03 | .876 | .00 |
| Intragroupe | 9.133 | 47 | .194 | | | |
| Total | 9.138 | 48 | | | | |

Les consignes de visibilité et d'anonymat n'influencent pas les scores moyens de désirabilité sociale obtenus *via* le format *offline* induit ($F(1,47) = .025, p = .876, \eta^2 = .00$; cf. tableaux 46 et 47, ci-dessus).

L'hypothèse H2c selon laquelle l'expression de la désirabilité sociale en format *offline* serait réduite du fait de l'anonymat social associé à ce support, serait validée.

Tableau 48 : Anova à un facteur (i.e. anonymat technique) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus via le format de passation *offline* induit

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | P | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|-----|------|-----------|
| Intergroupe | .311 | 1 | .311 | .86 | .359 | .02 |
| Intragroupe | 17.038 | 47 | .363 | | | |
| Total | 17.349 | 48 | | | | |

Comme pour la désirabilité sociale, les scores d'hétéroduperie ne varient pas, en format *offline* induit, en fonction des consignes de visibilité ou d'anonymat données aux participants ($F(1,47) = .859, p = .359, \eta^2 = .02$; cf. tableau 48, ci-dessus). L'hypothèse H2c est donc confirmée dans la mesure où la gestion des impressions observée en condition *offline* ne semble pas régie par des éléments du contexte (i.e. ici les instructions liées à la visibilité et à l'anonymat).

Tableau 49 : Anova à un facteur (i.e. anonymat technique) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus via le format de passation *offline* induit

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|-----|------|-----------|
| Intergroupe | .176 | 1 | .176 | .82 | .476 | .01 |
| Intragroupe | 16.036 | 47 | .341 | | | |
| Total | 16.213 | 48 | | | | |

Aucune influence des consignes de visibilité et d'anonymat n'est constatée pour les scores moyens d'autoduperie ($F(1,47) = .82, p = .476, \eta^2 = .01$; cf. le tableau 49, ci-dessus), ce qui conforte l'hypothèse H2c selon laquelle, les comportements de réponse liés à une présentation de soi non consciente ne seraient pas adoptés en fonction de la perception que les individus ont du contexte et seraient donc stables.

Concernant le format induit de passation online

Tableau 49 : scores moyens de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie obtenus en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat en format *online* induit

| | Condition « visibilité » | | Condition « anonymat » | |
|----------------------|-----------------------------|-----------|---------------------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 3.95 | .48 | 3.81 | .51 |
| Hétéroduperie | 4.25 | .67 | 4.24 | .61 |
| Autoduperie | 3.95 | .48 | 3.38 | .51 |

Tableau 50 : Anova à un facteur (*i.e.* anonymat technique) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus via le format de passation *online* induit

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>P</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | .321 | 1 | .321 | 1.31 | .257 | .02 |
| Intragroupe | 15.709 | 64 | .245 | | | |
| Total | 16.030 | 65 | | | | |

Aucune différence significative n'est relevée entre les scores moyens de désirabilité sociale observés en consigne de visibilité et en consigne d'anonymat ($F(1,64) = 1.31, p = .25, \eta^2 = .02$; cf. tableaux 49 et 50). L'hypothèse H2c est, de ce fait, validée car la façon dont les participants répondent au DS36, en format *online* induit, n'est pas influencée par les éléments de la situation de passation manipulés (*i.e.* les consignes de visibilité et d'anonymat).

Tableau 51 : Anova à un facteur (*i.e.* anonymat technique) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus via le format de passation *online* induit

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | .002 | 1 | .002 | .00 | .950 | .00 |
| Intragroupe | 26.636 | 64 | .416 | | | |
| Total | 26.638 | 65 | | | | |

Aucune différence significative n'est relevée pour les scores moyens d'hétéroduperie ($F(1,64) = .00, p = .950, \eta^2 = .00$; cf. tableau 51, ci-dessus) quelle que soit la consigne (*i.e.* de visibilité ou d'anonymat) manipulée. L'hypothèse H2c est donc ici aussi confirmée.

Tableau 52 : Anova à un facteur (*i.e.* anonymat technique) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus via le format de passation *online* induit

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Inter groupe | 1.194 | 1 | 1.194 | 4.42 | .039 | .07 |
| Intra groupe | 17.270 | 64 | .270 | | | |
| Total | 18.463 | 65 | | | | |

Les scores moyens d'autoduperie obtenus *via* le format de passation *online* induit sont influencés par la consigne d'anonymat technique ($F(1,64) = 4.42, p < .039, \eta^2 = .07$; cf. tableau 52, ci-dessus). Ces scores sont plus importants dans la condition identifiée que dans la condition anonymat.

Ces résultats vont à l'encontre de ce qui est classiquement mis en évidence dans la littérature par rapport à l'autoduperie (cf. chapitre 3, partie 1.1.1, page 55) et infirment l'hypothèse H2c.

2.4. Discussion de l'expérimentation 4

L'objectif de ce chapitre expérimental est de vérifier l'influence de facteurs situationnels (*i.e.* anonymat technique, enjeu) sur l'expression de processus autoprésentationnels et, plus précisément, sur l'expression de la désirabilité sociale tout en différenciant les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Cette expérimentation visait à vérifier 1) l'équivalence de formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) et 2) l'influence de facteurs situationnels (*i.e.* visibilité *versus* anonymat) sur l'expression de désirabilité sociale. Nous avons eu recours à un protocole de comparaison intergroupe dans lequel sont comparées les réponses à une échelle de désirabilité sociale (le DS36, Tournois, Mesnil et Kop, 2000) en fonction des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) et des consignes données aux participants (visibilité *versus* anonymat). Pour faciliter l'opérationnalisation de ce protocole, les formats de passation

informatisés *offline* et *online* n'ont pas été réellement utilisés mais ont été induits sur papier *via* des caractéristiques ergonomiques spécifiques (*e.g.* barre d'adresse pour le format *online*).

L'équivalence des formats induits de passation et anonymat social

Les résultats montrent une équivalence des scores moyens de désirabilité sociale obtenus *via* les trois formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés induits (*i.e.* *offline* et *online*). Les participants s'autoprésentent autant sur l'un ou l'autre de ces formats. Une explication en termes d'anonymat social peut être explorée. Elle suppose d'accepter *a priori* que le simple fait de percevoir les caractéristiques propres des formats de passation informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) influencerait l'expression de conduites autoprésentationnelles. Les formats de passation informatisés sont effectivement supposés créer une situation de passation impersonnelle (Kiesler et Sproull, 1986) sans que le recours à l'anonymat technique *via* des consignes explicites ne soit nécessaire. L'équivalence des scores moyens de désirabilité sociale et d'hétéroduperie mise ici en évidence invalide cette hypothèse. Les formats de passation seraient perçus de façon quasi identique par les participants. Ces conclusions interrogent sur le protocole expérimental utilisé. Le fait de ne pas manipuler réellement les formats de passation informatisés mais de les induire sur papier n'a peut-être pas fonctionné correctement. La mise en page de ces formats n'était peut-être pas suffisamment explicite pour activer des attitudes ou croyances inhérentes à la perception d'une situation de passation sur ordinateur connecté ou pas. Ces conclusions sont néanmoins à relativiser au regard des données recueillies en ce qui concerne l'anonymat technique.

L'anonymat technique

Un effet de la consigne de visibilité *versus* anonymat est démontré mais il n'est pas conforme à ce qui est classiquement observé en matière d'autoprésentation (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 59). Habituellement, seules les stratégies de présentation de soi dédiées à la gestion des impressions telles que l'hétéroduperie sont supposées être influencées par des consignes d'anonymat technique. Les résultats obtenus durant cette étude montrent que ce n'est pas le cas. Seuls les scores moyens d'autoduperie (*i.e.* présentation de soi supposée non consciente et indépendante des contextes) augmentent quand les participants sont identifiés. Ceux relatifs à l'hétéroduperie restent stables. Les répondants ne sont pas plus enclins à

valoriser leur image publique en condition de visibilité. Plusieurs éléments de réponse peuvent expliquer le caractère inhabituel de ces effets.

L'absence de résultats observée sur l'hétéroduperie peut, tout d'abord, être expliquée par un effet « plafond » des moyennes obtenues sur cette dimension. Celles-ci sont, quel que soit le format proposé, plus importantes que les scores moyens d'autoduperie. Cet effet « plafond » est justifié, dans le cadre théorique de l'autoprésentation en termes de crédibilité. Les individus se valorisant excessivement ne susciteraient pas une impression favorable mais une impression défavorable. Pour rester crédible, la solution est ici d'adopter davantage de stratégies d'autoprésentation relatives au soi (*i.e.* autoduperie).

Le caractère inhabituel des résultats observés en ce qui concerne l'hétéroduperie peut ensuite être expliqué au regard de la compréhension de la consigne de visibilité. Celle-ci a principalement été manipulée à partir du courriel universitaire du répondant, composé de son nom et prénom (*cf.* la procédure). Ce type d'identification peut être insuffisant pour provoquer un changement de comportement car il est exclusivement associé, pour la population expérimentale, à une communication « de masse » au sein de leur établissement (*e.g.* message à l'intention de tous les étudiants contenant des informations sur leurs enseignements, leurs emplois du temps, *etc.*). Le courriel universitaire est donc principalement associé à un usage collectif et anonyme et n'engendrerait que peu, voire aucune, communication personnelle. Les résultats obtenus dans cette expérimentation seront donc à répliquer au regard d'une consigne de visibilité plus adaptée.

Enfin, les résultats obtenus en matière d'autoduperie peuvent être expliqués par la perception d'un enjeu en condition de visibilité. Une fois nominative, la passation peut être perçue comme évaluative. Le répondant aurait alors tendance à s'autoprésenter de façon non consciente, ses capacités cognitives étant mobilisées par le traitement des informations relatives au contexte. En ce sens, Juhel et Rouxel (2005) démontrent que l'autoduperie serait exprimée de manière préférentielle dans une situation présentant un enjeu, c'est-à-dire dans une situation étant perçue par le répondant comme étant évaluative⁸⁹. Celle-ci placerait l'individu en surcharge cognitive impliquant le recours à des stratégies de présentation de soi sur-apprises demandant moins d'efforts de la part du répondant et automatiques telle que l'autoduperie (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.1, page 55).

⁸⁹ Ainsi, Juhel et Rouxel (2005) opposent une situation de recrutement (*i.e.* contexte évaluatif) à une situation de bilan de compétence (*i.e.* contexte non évaluatif).

Ces explications sont toutefois limitées car elles ne sont pas en lien avec le format de passation. Or, les scores d'autoduperie varient en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat uniquement pour les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online*. En condition « visibilité », les individus s'autoprésentent alors davantage de façon non consciente (*i.e.* sur la dimension autoduperie) qu'en condition « anonymat ». En ce qui concerne les passations *offline*, le pattern de résultats obtenus est différent. Les scores moyens d'autoduperie ne se différencient pas. La perception du format *offline* semble par conséquent spécifique sur cette dimension de la désirabilité sociale bien qu'aucun effet simple de ce dernier n'ait été mis en évidence. Une analyse complémentaire (*i.e.* analyse d'interaction anonymat technique*format de passation) tend à confirmer la spécificité du format *offline* (*e.g.* mode de communication asynchrone, n'implique aucune interaction avec autrui) tel qu'il a été induit ($F(2,149) = 3,279, p < .04, \eta^2 = .044$). Les participants s'autoprésentent davantage, en format de passation *offline* et en condition « anonymat », de façon non consciente. Les caractéristiques du format *offline* telles qu'elles sont supposées perçues auraient un impact sur l'expression de stratégies de présentation de soi. Johnsen (2007) met ainsi en évidence que le degré d'interaction associé à chaque média permet d'accéder plus ou moins facilement à la conscience de soi. Cet auteur montre que moins un format de passation permet des interactions avec autrui, plus la conscience de soi⁹⁰ sera accessible. Le format de passation *offline* est un média n'incluant aucune interaction avec autrui. Il permettrait aux individus d'accéder plus facilement à la mise en place de processus autopréésentationnels relatifs au soi (*i.e.* autoduperie).

Conclusion

L'objectif de ce chapitre expérimental était de vérifier l'influence de facteurs situationnels (*i.e.* anonymat technique, enjeu perçu) sur l'expression de processus autopréésentationnels tels que la désirabilité sociale tout en différenciant les formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Cette expérimentation a démontré 1) l'équivalence de formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) et 2) une influence de l'anonymat technique sur l'expression de la désirabilité sociale selon les formats de passation.

⁹⁰ La conscience de soi renvoie aux informations dont l'individu peut disposer à propos de sa personne. Celles-ci seront plus accessibles lorsque l'attention de l'individu est portée sur sa propre personne et non sur le monde extérieur (Rimé et Le Bon, 1984, pour une revue).

Ces résultats insistent sur la nécessité de différencier les formats de passation *offline* et *online*. Ils démontrent que ceux-ci n'induisent pas la même perception des situations de passation, ce que tendraient à confirmer les travaux sur l'attitude envers l'informatique et Internet (Morse, Gullekson, Morris et Popovich, 2011). Cependant, cette expérimentation doit être répliquée en manipulant concrètement les formats de passation et pas seulement en les induisant. La prochaine recherche devra également s'interroger sur l'influence d'un contexte réellement évaluatif sur l'expression de conduites autoprésentationnelles. En effet, les résultats recueillis laissent penser qu'une distinction entre la perception de l'anonymat et celle d'une évaluation sous-jacente à la situation de passation traditionnelle *versus* informatisée pourrait être pertinente.

Discussion des expérimentations 3 et 4

Les expérimentations présentées dans ce chapitre visaient à répondre à la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) sur l'expression de la désirabilité sociale tout en déterminant l'influence de facteurs contextuels (*i.e.* anonymat technique) sur ces comportements de réponses. Les résultats aboutissent à une équivalence des scores moyens de désirabilité sociale obtenus *via* les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés induits (*i.e.* *offline* et *online*) mais, ils ne permettent pas de statuer quant à l'influence de l'anonymat technique sur la mise en place de comportements autoprésentationnels. Les effets constatés durant les expériences 3 et 4 sont, en effet, contradictoires. La première ne démontre aucun effet des consignes de visibilité et d'anonymat alors que la seconde montre que, contrairement à ce qui est classiquement observé en matière d'autoprésentation (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 59), l'hétéroduperie n'est pas affectée par les modifications contextuelles alors que l'autoduperie y semble sensible.

Une interprétation en termes de contexte de passation peut être proposée. Ces deux expérimentations soulignent l'importance du contexte de passation et plus spécifiquement de l'enjeu qui peut y être perçu. La perception d'un enjeu peut, d'une part, inciter l'individu à exprimer davantage d'autoprésentation en lien avec l'hétéroduperie et/ou l'autoduperie (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 59) et, d'autre part, augmenter la charge cognitive nécessaire au traitement des données contextuelles diminuant ainsi la possibilité de recourir à des stratégies de présentation destinées à autrui (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 59). La perception de ce contexte de passation n'a, à notre connaissance, jamais été réellement étudiée. Si certains auteurs ont tenté de la manipuler (*e.g.* Juhel et Rouxel, 2005 ; Salgado et Moscoso, 2003), son opérationnalisation reste complexe.

Les résultats précédemment observés (*cf.* expérimentation 4) conduisent à penser qu'il est nécessaire de distinguer les différents formats de passation informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Ceux-ci, bien que possédant de nombreuses caractéristiques communes (*e.g.* interface, modalités de réponse), n'influenceraient pas de façon similaire la mise en œuvre de processus autoprésentationnels et seraient à l'origine de perceptions distinctes de la situation de passation informatisée. Ces perceptions seraient dépendantes de la perception du degré d'interaction avec autrui associé aux formats informatisés (Johnsen, 2007). Ainsi, un individu

confronté à un format de passation *offline* (*i.e.* non connecté) percevrait cette situation comme ne permettant pas ou peu d'interactions avec autrui et se focaliserait davantage sur lui-même durant sa présentation de soi. Le même individu placé en situation de passation *online* (*i.e.* connectée) percevrait cette situation comme permettant des interactions et focaliserait davantage sur autrui sa présentation de soi. Cet autrui apparaîtrait dans ce contexte comme susceptible de voir les réponses émises et de porter un jugement sur ces dernières tout comme en format traditionnel (*i.e.* papier/crayon).

Ces explications possibles impliquent une prise en considération de l'usage des formats de passation et de sa perception en termes d'interaction ou d'enjeu implicite. Les premières expériences réalisées dans le cadre de cette thèse tendent d'ores et déjà à démontrer que des facteurs relatifs à l'usage de la technologie (*i.e.* expérience objective et subjective de l'informatique, utilité sociale perçue) seraient déterminants dans la perception de la situation de passation informatisée (*cf.* expérimentation 2). Des modèles d'acceptabilité sociale des technologies (*e.g.* TAM 2, Venkatesh et Davis, 2000), rendant compte de la valeur que les individus accordent à une technologie au regard du rapport qu'il entretient à cette dernière, devraient autoriser une mise à l'épreuve des variables dispositionnelles préalablement démontrées comme influentes (*e.g.* attitude) et en lien avec l'usage et sa perception (*i.e.* utilité et facilité d'utilisation perçue ; *cf.* chapitre 2, partie 3.2.4, page 49). Ces modèles d'acceptabilité sociale pourraient alors être considérés comme un moyen pertinent de comprendre l'influence des dispositions individuelles sur l'usage d'une application technologique et sur sa perception. Contrairement à une mesure d'attitude classique (*i.e.* visant à évaluer un objet en particulier), l'adaptabilité des items à un objet général tel que les dispositifs informatisés de passation de test, permettra de palier une limite méthodologique concernant la mesure de l'attitude envers l'informatique (*cf.* chapitre 4) et, ainsi, d'avoir la possibilité d'utiliser un seul et même outil pour les formats de passation *offline* et *online*.

3. Expérimentation 5 : Acceptabilité sociale des dispositifs informatisés de passation de tests et équivalence expérientielle des formats de passation

3.1. Objectifs

Ce chapitre expérimental propose d'étudier l'influence de facteurs contextuels et dispositionnels sur l'expression de conduites autoprésentationnelles recueillies *via* des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Cette expérimentation se place dans la continuité des études portant sur l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) du DS36 (*cf.* chapitre 3, partie 2.1, page 64). Elle se propose d'étudier simultanément les facteurs dispositionnels en lien avec l'usage des TIC (*i.e.* acceptabilité sociale) et les facteurs situationnels propres à la situation de passation (*i.e.* présence/absence d'un enjeu).

Les résultats obtenus dans la quatrième expérimentation soulignent la non équivalence des formats de passation informatisés induits (*i.e.* *offline* et *online*) et confirment la pertinence de leur différenciation. Nous proposons ici de les manipuler réellement. Ce recours à une manipulation réelle des formats de passation informatisés *offline* et *online* vise à montrer qu'ils ne seraient pas perçus de façon similaire et seraient, par conséquent, à l'origine de présentation de soi différenciée.

Les conclusions émises dans le chapitre expérimental précédent ont mis en évidence l'importance de la perception de chacun de formats de passation informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Cette perception serait la conséquence de l'attitude développée à l'égard des médias traditionnels et informatisés. Conformément à la revue de littérature (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.3, page 47) et aux résultats observés précédemment (*cf.* expérimentations 1 et 2), cette expérimentation propose une nouvelle opérationnalisation de la mesure de l'attitude envers les formats de passation informatisés en recourant à un modèle d'acceptabilité sociale particulier (*i.e.* TAM 2) et en l'analysant en fonction des usages qui en sont faits. Plusieurs raisons justifient le choix de ce modèle d'acceptabilité sociale. Tout d'abord, le TAM 2 a été soumis à de nombreuses validations et a fait l'objet de nombreuses études permettant de le juger comme un modèle stable et robuste (Legris, Ingham et Collerette, 2003). Il propose ensuite une mesure de l'attitude envers le média informatisé différente de celle réalisée dans les expérimentations précédentes (*cf.* expérimentation 1 et 2). Cette mesure permet, en effet,

d'adapter l'objet d'attitude sur une application technologique particulière et de dépasser la distinction *offline / online*. Enfin, elle permet l'étude de facteurs dispositionnels présents en amont (*e.g.* l'utilité sociale perçue, la facilité d'utilisation perçue) et en aval (*e.g.* l'intention d'utilisation) de la formation du concept d'attitude envers une application technologique.

Le dernier objectif de cette expérimentation est d'étudier l'influence de la présence ou non d'un enjeu durant la passation (*i.e.* contexte évaluatif ou pas). Conformément aux résultats antérieurement obtenus (*cf.* expérimentation 2), le contexte apparaît comme un facteur situationnel influent dans la relation homme-ordinateur. A notre connaissance, ce facteur n'a jamais été étudié de façon explicite (Salgado et Moscoso, 2003). Or, le cadre théorique de l'autoprésentation démontre que la présence d'un enjeu influence significativement l'adoption de stratégies de présentation de soi en incitant les individus à valoriser leur image de soi publique (Baumeister, 1982). Les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) sont supposés ne pas contribuer aux mêmes perceptions du caractère évaluatif d'un contexte de passation. Lorsque les situations de passation sont perçues comme évaluatives, elles peuvent, d'une part, inciter l'individu à exprimer davantage d'autoprésentation en lien avec l'hétéroduperie et/ou l'autoduperie (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.2, page 55). Elles peuvent, d'autre part, augmenter la charge cognitive liée au traitement des informations contextuelles et diminuer la possibilité de recourir à des stratégies de présentation destinées à autrui (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.2, page 55).

3.2. Procédure expérimentale

Caractéristiques des participants

Pour cette expérimentation, cent trente-et-un étudiants (en Licence 2 à IUT de Rennes, Département GEA) ont été sollicités. Les passations s'effectuaient en deux temps, sans possibilité de contrôler l'absentéisme des étudiants. L'effectif final, de fait un peu moins important, se composait de cent quatorze participants dont trente-six hommes (soit 31,6% de la population) et soixante-seize femmes (soit 66,7 % de la population). Deux participants n'ont pas indiqué leur sexe. Les répondants sont âgés de 20 à 22 ans ($M = 20.28$ ans ; $ET = .52$).

Matériel expérimental

Une échelle de désirabilité sociale : le DS36

Un matériel identique (*i.e.* DS36, Tournois, Mesnil et Kop, 2000) aux expérimentations 1 et 2 est utilisé. Il se compose de trente-six items répartis équitablement en deux facteurs : l'autoduperie et l'hétéroduperie (*cf.* chapitre 5, expérimentation 1).

Une échelle d'acceptabilité sociale adaptée aux dispositifs informatisés de recrutement

Cette échelle, largement inspirée du TAM 2 (Venkatesh et Davis, 2000), se compose de vingt-cinq items répartis selon six dimensions (*cf.* tableau 53, ci-dessous) et adaptés, pour les besoins de l'expérimentation, aux technologies informatiques présentes dans le recrutement.

Tableau 53 : définition des dimensions du TAM 2 et exemples d'items

| | Définition | Exemple d'item |
|-------------------------------|---|---|
| Utilité perçue | Degré à partir duquel un individu croit que l'utilisation d'un système particulier pourra augmenter sa performance (Davis, 1989). | Utiliser un dispositif informatisé de passation de test pourrait améliorer la qualité de ma prestation dans le cadre d'un recrutement |
| Facilité d'utilisation perçue | Degré à partir duquel une personne croit qu'utiliser un système va la libérer d'un effort (Davis, 1989). | Apprendre à utiliser un dispositif informatisé de passation d'un test de recrutement serait facile pour moi |
| Contrôle comportemental perçu | Perception des conditions facilitant l'usage de certaines ressources (<i>e.g.</i> TIC) et de leurs capacités | Je possède les compétences, les connaissances et les capacités nécessaires pour utiliser un dispositif informatisé de passation de test |
| Norme sociale perçue | Degré à partir duquel les facteurs sociaux influencent la volonté d'un individu de recourir à une technologie | Les gens importants à mes yeux pensent que je devrais utiliser un dispositif informatisé de passation de test de recrutement |
| Attitude envers les TIC | Sentiment et/ou croyance vis-à-vis d'une technologie (Davis, 1989) | Utiliser un dispositif informatisé de passation de test pour répondre à un questionnaire est une (bonne/mauvaise) idée |
| Intention d'utilisation | Degré à partir duquel un individu déclare avoir l'intention d'utiliser une technologie (Davis, 1989) | A l'avenir, j'ai l'intention d'utiliser plus fréquemment un dispositif informatisé de passation de test de recrutement |

Plus précisément, l'expression « *dispositif informatisé de passation de tests de recrutement* » a permis l'adaptation des items à notre propre objet d'étude. Cette expression a été choisie car elle recouvre aussi bien les passations de tests *offline* que les *online*. Elle

permet également la contextualisation de ces passations dans le cadre du recrutement. Un pré-test portant sur la compréhension de cette expression (*i.e.* « dispositif informatisé de passation de tests de recrutement ») a démontré que celle-ci était généralement mal comprise. Une définition simple et détaillée de cette expression a donc été rajoutée au début du questionnaire d'acceptabilité sociale (*cf.* annexe 18). Celle-ci indique que les dispositifs informatisés de recrutement sont un moyen de faire passer des tests de recrutement *via* un ordinateur.

Procédure expérimentale

L'expérimentation était intégrée dans le cadre d'un cours sur le recrutement et les projets professionnels personnalisés comme partie intégrante de ce dernier. L'expérimentateur était l'enseignant de ce module. Deux phases expérimentales étaient mises en place. Elles étaient séparées par un laps de temps d'une semaine. Cet intervalle de temps était nécessaire pour éviter l'influence réciproque de l'un ou l'autre des questionnaires utilisés (*cf.* la partie matériel expérimental, ci-dessus).

1^{ère} étape : la passation de l'échelle d'acceptabilité sociale

La première étape consistait en la passation de la version adaptée du TAM 2 (*cf.* annexe 18). Cette passation était proposée à l'ensemble des groupes de Travaux Dirigés sous un format traditionnel (*i.e.* papier/crayon). Les passations étaient collectives. Au début du questionnaire, il était demandé aux participants de donner leurs initiales et leur date de naissance. Cette codification était nécessaire au traitement conjoint des réponses données à l'échelle d'acceptabilité sociale ainsi qu'au DS36 (*i.e.* la deuxième étape).

2^{ème} étape : la passation du DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000)

La seconde étape consistait en la passation du DS36 répartie selon trois formats de passation du DS36 : un format traditionnel (*i.e.* papier/crayon), un format *offline*⁹¹ (*i.e.* logiciel non connecté à Internet) et un format *online* (*i.e.* version mise en ligne) créée sur un site *opensource* « Limesurvey »⁹². La répartition des participants en fonction du format de passation a été effectuée de façon aléatoire selon les groupes de Travaux Dirigés (*cf.* le tableau 54, ci-dessous).

⁹¹ Cette version a été créée avec l'aide d'un docteur en psychologie sociale spécialisé en informatique.

⁹² Limesurvey est une plateforme libre permettant la création de questionnaires variés, leur passation ainsi que le transfert des données vers un logiciel statistique (Adresse URL : www.limesurvey.fr).

Tableau 54: Répartition de la population expérimentale en fonction du format de passation

| | Formats de passation | | |
|----------------|----------------------|------------------|------------------|
| | Traditionnel | Offline | Online |
| Population (N) | 42 (soit 36.8%) | 46 (soit 40.4 %) | 26 (soit 22.8 %) |

Les passations étaient collectives. Un contre-balancement de l'ordre de présentation des items était intégré à chacun des formats de passation pour palier les biais méthodologiques. Le format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) reprenait les caractéristiques mentionnées dans les études précédentes (*cf.* chapitre 4, expérimentation 1). Pour le format *offline*, le logiciel permettant la passation du DS36 était installé sur l'ordinateur de chaque étudiant. Celui-ci possédait des caractéristiques similaires au logiciel utilisé dans l'expérimentation 1 (*cf.* chapitre 4). Il a été conçu pour être le plus proche possible de la version papier/crayon. A la fin de la passation, chaque participant avait pour consigne d'envoyer son fichier de réponse par courriel à l'expérimentateur⁹³. Il était précisé aux participants que, pour des raisons de confidentialité, les pièces jointes comprenant les fichiers de réponse seraient détachées du message envoyé et que les courriels d'envoi seraient supprimés. Concernant le format de passation *online* (*cf.* annexe 19), l'expérimentateur indiquait l'adresse URL⁹⁴ dirigeant le répondant vers le DS36. La passation débutait par la demande d'un mot de passe collectif fourni par l'expérimentateur et permettant l'accès au questionnaire. Aucun entraînement n'a été mis en place sur cette version⁹⁵. Les consignes étaient présentées à l'écran et les réponses des participants étaient automatiquement enregistrées sur la plateforme *online*. Les deux formats de passation informatisés du DS36 : *offline* et *online*, possédaient des fonctions similaires au format papier/crayon (*i.e.* retour sur les questions précédentes, possibilité de correction des réponses) mais ils ne se terminaient que si tous les items avaient été complétés. De même, un nombre identique d'items était présenté sur une page d'écran et sur une feuille de réponse.

Un contexte spécifique (*i.e.* avec et sans enjeu) était aléatoirement assigné aux groupes de participants (*cf.* le tableau 55, ci-dessous).

⁹³ Ce transfert de fichier n'est précisé qu'en fin de passation pour éviter tous biais méthodologique, induction de contexte ou perte du sentiment d'anonymat.

⁹⁴ *Uniform resource locator* (*i.e.* localisateur universel de ressources) : Une URL est une adresse électronique qui permet de localiser un site ou un document sur Internet et qui indique la méthode pour y accéder, le chemin d'accès et le nom du fichier (Larousse).

⁹⁵ Aucun problème de compréhension de l'interface n'a été signalé durant les passations.

Tableau 55 : répartition de la population expérimentale en fonction du type de contexte et des formats de passation

| | Type de contexte | |
|---------------|---|--|
| | Avec enjeu (n = 61) (53.5% des sujets) | Sans enjeu (n = 53) (46.5 % des sujets) |
| Papier/crayon | 25 | 17 |
| Offline | 23 | 23 |
| Online | 13 | 13 |

La mise en place de ces deux contextes (*i.e.* « avec enjeu » et « sans enjeu ») se faisait lors de la présentation des consignes de passation du DS36. S'inspirant du protocole utilisé par Paulhus (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3.2, page 59), la condition « avec enjeu » était caractérisée par la mise en saillance de : 1) l'importance des réponses données au DS36 durant un recrutement, 2) l'utilisation des réponses données par chacun des étudiant(e)s au DS36 dans la suite du cours et 3) par une présence forte de l'expérimentateur (ce dernier circulait entre les étudiants, *etc.*). Au contraire, dans le contexte « sans enjeu », la présence de l'expérimentateur était faible (*i.e.* il ne se déplaçait pas dans la salle, ne faisait aucune remarque, *etc.*) et aucune allusion particulière n'était faite à propos de l'importance des réponses ou de leur possible utilisation et discussion durant les cours.

A la fin de la passation de l'expérience (*i.e.* une fois que toutes les passations avaient été assurées), un débriefing post-expérimental collectif était réalisé.

Hypothèses opérationnelles

Trois hypothèses sont formulées.

H1 concernant l'équivalence des formats de passation : traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisés (i.e. offline et online) du DS36

Partant du postulat (Kiesler et Sproull, 1986) selon lequel l'ordinateur crée une situation impersonnelle qui favoriserait des réponses plus sincères, les scores moyens obtenus au DS36 devraient être plus faibles en condition informatisée (*i.e. offline et online*) qu'en condition de passation traditionnelle (*i.e. papier/crayon*). Les individus sont supposés adopter moins de stratégies de présentation de soi s'ils perçoivent la situation de passation comme impersonnelle et anonymante. Cette hypothèse doit néanmoins être nuancée au regard des résultats obtenus antérieurement (*cf.* expérimentation 4). Les formats *offline* et *online* sont

effectivement à distinguer dans la mesure où ils n'induiraient pas les mêmes perceptions. Le format de passation *offline* apparaît ainsi comme étant celui qui suscite le plus d'autoprésentation centrée sur soi (*i.e.* autoduperie) et qui serait ainsi le moins sensible au contexte. *A contrario*, le format *online* est marqué par un degré d'interaction plus important qui réduirait l'accessibilité à la conscience de soi (Johnsen, 2007 ; *cf.* chapitre 5, conclusion, page 184).

Conformément à la définition initiale de l'hétéroduperie (*cf.* chapitre 3, partie 1.2.2, page 61), cette dimension est considérée comme sensible aux modifications situationnelles. Nous supposons que l'individu sera motivé à mettre en place de processus autoprésentationnels destinés à autrui de manière différente en fonction des formats de passation. Au regard des résultats obtenus précédemment, ces scores d'hétéroduperie devront être plus élevés pour les formats de passation traditionnel et *online*. Conformément à la définition initiale de l'autoduperie (*cf.* chapitre 3, partie 1.2.2, page 61), cette dimension est considérée comme insensible aux modifications situationnelles. Les individus sont supposés mettre en place autant de stratégies de présentation de soi destinés à protéger leur image privée quel que soit le format de passation proposé. Cependant, cette hypothèse devra être nuancée au regard du degré d'interaction associé à chaque format de passation et permettant de réguler l'accessibilité à la conscience de soi (Johnsen, 2007). Le format de passation *offline* est supposé permettre un accès favorisé au soi en comparaison des formats traditionnel et *online*.

H1 : Les scores moyens de désirabilité sociale et d'hétéroduperie seront plus élevés sur les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online*, comparativement à ceux obtenus *via* le format de passation *offline*. Ce dernier est, en effet, supposé susciter davantage de présentations centrées sur soi et non sur le contexte. Des scores d'autoduperie plus élevés sont donc attendus dans cette condition.

H2 concernant l'influence du facteur contextuel relatif à la présence versus absence d'un enjeu dans la situation de passation du DS36

Le cadre théorique de l'autoprésentation a mis en évidence que le contexte perçu par le répondant influence l'adoption de stratégies de présentation de soi (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3, page 58). Les individus sont supposés davantage s'autoprésenter lorsqu'ils sont placés dans une situation de passation présentant un enjeu (*e.g.* recrutement). Plus précisément, l'individu serait, dans un contexte évaluatif, particulièrement motivé pour valoriser son image publique.

Une augmentation des scores moyens de désirabilité sociale et d'hétéroduperie (*i.e.* dimension consciente de la désirabilité sociale) est ainsi attendue dans le cadre des passations impliquant un enjeu.

H2 : Les scores de désirabilité sociale et d'hétéroduperie seront plus élevés quand les passations seront présentées comme comportant un enjeu en comparaison de passations ne comportant pas d'enjeu. Ceux d'autoduperie sont supposés ne pas varier en fonction de la manipulation du contexte (*i.e.* avec ou sans enjeu).

*H2a concernant l'influence du facteur contextuel relatif à la présence versus absence d'un enjeu via le format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon)*

Les comportements de réponse obtenus *via* le format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) devraient être influencés par la présence ou non d'un enjeu et plus spécifiquement, ceux liés à la désirabilité sociale et à l'hétéroduperie. L'expression de l'autoduperie ne devrait pas être influencée par les contextes manipulés (*i.e.* avec ou sans enjeu).

H2a : Lors de la passation traditionnelle (*i.e.* papier/crayon), les scores moyens de désirabilité sociale et d'hétéroduperie seront plus élevés dans la condition expérimentale présentant un enjeu. Aucune différence n'est supposée en matière d'autoduperie.

H2b concernant l'influence du facteur contextuel relatif à la présence versus absence d'un enjeu via le format de passation offline

Considérant le postulat selon lequel le format de passation informatisé serait perçu comme plus anonymant (Kiesler et Sproull, 1986) que le format traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et les résultats de l'expérience 4 montrant que le format *offline* serait celui qui inciterait le plus à l'expression de l'autoduperie, les participants devraient moins percevoir l'enjeu manipulé dans cette condition expérimentale (*i.e.* *offline*). En d'autres termes, aucune différence ne devrait être observée en situation de passation *offline* entre les scores d'autoduperie obtenus en condition « avec enjeu » et ceux obtenus en condition « sans enjeu ».

H2b : le format *offline* pouvant être considéré comme plus anonymant, la présence d'un enjeu n'affectera pas les comportements de réponse liés à l'expression de la désirabilité sociale, de l'hétéroduperie et de l'autoduperie.

H2c concernant l'influence du facteur contextuel relatif à la présence versus absence d'un enjeu via le format de passation online

Le format de passation *online* étant perçu comme induisant une interaction (*i.e.* en autorisant un contrôle des réponses, une identification plus facile des individus, *etc.*, Johnsen, 2007) est, de ce fait, très proche des conditions de passation traditionnelles (*i.e.* papier/crayon). Nous supposons que le média *online* suscitera des comportements de réponse tenant compte du contexte manipulé (*i.e.* avec ou sans enjeu). Un pattern de réponse identique à celui attendu en condition papier/crayon est donc attendu. Plus précisément, les scores moyens de désirabilité sociale et d'hétéroduperie devraient être plus élevés dans la condition expérimentale présentant un enjeu.

H2c : Durant les passations *online*, les scores de désirabilité sociale et d'hétéroduperie seront plus élevés quand les passations seront présentées comme comportant un enjeu que quand elles seront présentées comme ne comportant pas d'enjeu. Ceux d'autoduperie ne varieront pas en fonction de la manipulation du contexte (*i.e.* avec ou sans enjeu).

*H3 concernant l'Influence du facteur dispositionnel relatif à l'acceptabilité sociale d'un dispositif informatisé de passation de test sur le DS36 en condition informatisée (*i.e.* offline et online)*

La perception subjective de la situation de passation influence la mise en place de processus autoprésentationnels (*cf.* chapitre 3, partie 1.1.3, page 58). Ce contexte est perçu *via* l'attitude développée à son égard (*cf.* expérimentation 1). Un effet de l'attitude envers les dispositifs informatisés de passation de tests sur le comportement de réponse au DS36, est donc attendu en condition informatique (*i.e.* les formats de passation *offline* et *online*). Plus l'attitude envers ces dispositifs sera positive, moins l'individu sera disposé à mettre en place des stratégies d'autoprésentation pour autrui et pour soi. Un effet identique est escompté pour les autres dimensions de l'acceptabilité sociale : l'utilité perçue, la facilité d'utilisation perçue, le contrôle perçu, la norme sociale perçue ainsi que l'intention d'utilisation (*cf.* tableau 53, page 154).

H3 : plus l'attitude envers les dispositifs informatisés de passation de tests de recrutement sera positive, moins les stratégies d'autoprésentation en termes de désirabilité sociale pour autrui (*i.e.* hétéroduperie) et pour soi (*i.e.* autoduperie) seront exprimées en condition informatisée (*i.e.* *offline* et *online*). La même hypothèse est

formulée pour les tenants de l'attitude (*i.e.* utilité perçue, facilité d'utilisation perçue, contrôle perçu et norme sociale perçue) ou ses aboutissants (*i.e.* intention d'utilisation).

3.3. Résultats

Les indices de consistance interne (*i.e.* *alpha* de Cronbach) sont satisfaisants pour la totalité de l'échelle ($\alpha = .79$) ainsi que pour ses deux dimensions ($\alpha = .71$ pour l'hétéroduperie et $\alpha = .60$ pour l'autoduperie). Ils permettent le calcul de chacun de scores propres au DS36.

| | Désirabilité sociale | Hétéroduperie | Autoduperie | TAM 2 (global) | Facilité perçue | Utilité perçue | Contrôle perçu | Norme sociale | Attitude envers l'informatique | Intention d'usage |
|----------------------------|----------------------|---------------|-------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|---------------|--------------------------------|-------------------|
| Désirabilité sociale | | .911** | .874** | .163 | .074 | .248 | .153 | -.008 | .065 | .125 |
| Hétéroduperie | | | .596** | .094 | .084 | .166 | .117 | -.088 | .030 | .111 |
| Autoduperie | | | | .206* | .080 | .288** | .161 | .088 | .091 | .110 |
| Tam 2 (global) | | | | | .494** | .659** | .557** | .759** | .752** | .749** |
| Facilité perçue | | | | | | .089 | .551** | .208* | .272** | .209* |
| Utilité perçue | | | | | | | .126 | .459** | .405** | .391 |
| Contrôle perçu | | | | | | | | .322** | .185* | .215* |
| Norme sociale | | | | | | | | | .460** | .430** |
| Attitude en l'informatique | | | | | | | | | | .662* |
| Intention d'usage | | | | | | | | | | |

Tableau 56: matrice de corrélation

Notes : ** corrélations significatives à $p < .001$; * corrélations significatives à $p < .01$

La matrice (page précédente) met en évidence une corrélation entre les dimensions du DS36 : la désirabilité sociale, l'hétéroduperie et l'autoduperie. Il en est de même pour les dimensions de l'acceptabilité sociale : l'utilité perçue, la facilité d'utilisation perçue, le contrôle perçu et norme sociale perçue ainsi que l'intention d'usage. On peut remarquer que les dimensions autoduperie et utilité perçue pour soi sont corrélées ($r = .288, p < .01$).

Equivalence des formats de passation traditionnels versus informatisés du DS36

Tableau 57: Scores moyens de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie obtenus en fonction du format de passation : traditionnel (i.e. papier/crayon) versus offline (i.e. non connecté) versus online (i.e. connecté)

| | Format de passation | | | | | |
|----------------------|---------------------|-----|---------|-----|--------|-----|
| | Traditionnel | | Offline | | Online | |
| | M | ET | M | ET | M | ET |
| Désirabilité sociale | 4.54 | .29 | 4.02 | .53 | 4.27 | .67 |
| Hétéroduperie | 4.61 | .41 | 4.17 | .65 | 4.32 | .86 |
| Autoduperie | 4.47 | .31 | 3.87 | .58 | 4.21 | .56 |

Tableau 58 : Anova à un facteur (i.e. format de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|-------|------|-----------|
| Inter groupe | 5.876 | 2 | 2.938 | 11.94 | .000 | .18 |
| Intra groupe | 27.310 | 111 | .246 | | | |
| Total | 33.186 | 113 | | | | |

Tableau 59 : Anova à un facteur (i.e. format de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|------|------|-----------|
| Inter groupe | 4.334 | 2 | 2.167 | 5.45 | .006 | .22 |
| Intra groupe | 44.159 | 111 | .398 | | | |
| Total | 48.493 | 113 | | | | |

Tableau 60 : Anova à un facteur (i.e. format de passation) pour les scores moyens d'autoduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|-------|------|-----------|
| Inter groupe | 7.805 | 2 | 3.903 | 15.88 | .000 | .09 |
| Intra groupe | 27.278 | 111 | .246 | | | |
| Total | 35.084 | 113 | | | | |

Pour mettre à l'épreuve l'hypothèse H1 selon laquelle les formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online*, devraient susciter davantage de désirabilité sociale et d'hétéroduperie que le format *offline*, une ANOVA à un facteur (*i.e.* format de passation) a été réalisée. Les résultats mettent en évidence un effet du format de passation sur les scores moyens de désirabilité sociale ($F(2,111) = 11,94, p < .001, \eta^2 = .18$), d'hétéroduperie ($F(2, 111) = 5,45, p < .007, \eta^2 = .09$) et d'autoduperie ($F(2, 111) = 15,88, p < .001, \eta^2 = .22$; cf. tableaux 58, 59 et 60, page précédente). En fonction du format de passation proposé, les individus sont donc plus ou moins motivés pour valoriser leur image publique et privée.

Le test *post hoc* effectué (test de *Tukey*⁹⁶) autorise une comparaison multiple entre les trois formats de passation manipulés traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Les résultats observés indiquent que : 1) les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online* ne se différencient jamais car les patterns de réponse ou les présentations de soi observés sont similaires ; 2) les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *offline* se distinguent toujours que ce soit pour les scores moyens de désirabilité sociale, d'hétéroduperie ou d'autoduperie (*i.e.* les scores moyens obtenus *via* le format traditionnel sont plus élevés que ceux obtenus *via* le format *offline*) ; 3) les formats *offline* et *online* se différencient uniquement en ce qui concerne l'échelle d'autoduperie car les scores moyens obtenus *via* le format de passation *online* sont plus élevés que ceux obtenus *via* le format *offline*. L'analyse des scores de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie en fonction des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon), *offline* et *online* (cf. tableau 57, page précédente), tend à valider l'hypothèse H1 selon laquelle l'expression de la désirabilité sociale est plus importante en condition traditionnelle (*i.e.* papier/crayon) et *online* qu'en condition *offline*.

Influence du facteur contextuel relatif à la présence versus absence d'un enjeu durant la passation du DS36

Tableau 59 : résumé des moyennes obtenues au DS36 en fonction du type de contexte (*i.e.* avec enjeu et sans enjeu)

| | Avec enjeu | | Sans enjeu | |
|----------------------|------------|-----------|------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 4.39 | .53 | 4.12 | .53 |
| Hétéroduperie | 4.46 | .73 | 4.26 | .55 |
| Autoduperie | 4.34 | .47 | 3.98 | .60 |

⁹⁶ Nous choisissons ce test en raison de ses vertus conservatrices par rapport à d'autres tests *post hoc* qui, eux, sont plus libéraux (*e.g.* test LSD) (Howell, 2008 ; Dancey, 2007).

Tableau 60 : Anova à un facteur (i.e. contexte de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|------|------|-----------|
| Inter groupe | 2.161 | 1 | 2.161 | 7.80 | .006 | .07 |
| Intra groupe | 31.025 | 112 | .277 | | | |
| Total | 33.186 | 113 | | | | |

Tableau 61 : Anova à un facteur (i.e. contexte de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|------|-----|-----------|
| Inter groupe | 1.092 | 1 | 1.092 | 2.58 | .11 | .023 |
| Intra groupe | 47.401 | 112 | .423 | | | |
| Total | 48.493 | 113 | | | | |

Tableau 62 : Anova à un facteur (i.e. contexte de passation) pour les scores moyens d'autoduperie

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|-------|------|-----------|
| Inter groupe | 3.591 | 1 | 3.591 | 12.77 | .001 | .10 |
| Intra groupe | 31.493 | 112 | .281 | | | |
| Total | 35.186 | 113 | | | | |

Un effet du contexte (i.e. avec ou sans enjeu) est observé sur les scores moyens de désirabilité sociale ($F(1,112) = 7,80, p < .007, \eta^2 = .07$) et d'autoduperie ($F(1,112) = 12.77, p < .002, \eta^2 = .10$). Ces scores sont plus élevés dans un contexte présentant un enjeu que dans un contexte n'en présentant pas (cf. le tableau 61, page précédente). *A contrario*, aucun effet n'est démontré pour la dimension hétéroduperie ($F(1,112) = 2.58, p = .111, \eta^2 = .02$).

Ces résultats valident l'hypothèse H2 selon laquelle le contexte de passation avec enjeu induirait la mise en œuvre de présentations de soi orientées en fonction d'autrui, uniquement pour la dimension désirabilité sociale (cf. tableau 60, page précédente). Aucune influence du contexte (i.e. avec enjeu et sans enjeu) n'est démontrée en matière d'hétéroduperie (cf. tableau 61, page précédente) et celle observée en matière d'autoduperie va à l'encontre des éléments de définition de cette dimension et des effets supposés (cf. tableau 62, page précédente).

Influence du facteur contextuel relatif à la présence versus absence d'un enjeu en format de passation traditionnel (i.e. papier/crayon)

Tableau 63 : scores moyens de désirabilité sociale obtenus en format traditionnel en fonction de l'enjeu

| | Avec enjeu | | Sans enjeu | |
|----------------------|------------|-----------|------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 4.55 | .33 | 4.52 | .24 |
| Hétéroduperie | 4.63 | .46 | 4.59 | .33 |
| Autoduperie | 4.48 | .35 | 4.46 | .26 |

Tableau 64 : Anova à un facteur (i.e. contexte de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus en format de passation traditionnel (i.e. papier/crayon)

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Inter groupe | .010 | 1 | .010 | .11 | .741 | .00 |
| Intra groupe | 3.494 | 40 | .087 | | | |
| Total | 3.503 | 41 | | | | |

Tableau 65 : Anova à un facteur (i.e. contexte de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus en format de passation traditionnel (i.e. papier/crayon)

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Inter groupe | .018 | 1 | .018 | .10 | .750 | .00 |
| Intra groupe | 6.862 | 40 | .172 | | | |
| Total | 6.880 | 41 | | | | |

Tableau 66 : Anova à un facteur (i.e. contexte de passation) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus en format de passation traditionnel (i.e. papier/crayon)

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Inter groupe | .004 | 1 | .004 | .04 | .839 | .00 |
| Intra groupe | 3.985 | 40 | .100 | | | |
| Total | 3.989 | 41 | | | | |

La présence d'un enjeu ou non ne semble pas influencer l'expression de la désirabilité sociale ($F(1,40) = .111, p = .741, \eta^2 = .00$), de l'hétéroduperie ($F(1,40) = .10, p = .750, \eta^2 = .00$) et de l'autoduperie ($F(1,40) = .04, p = .84, \eta^2 = .00$) en format de passation traditionnel (i.e. papier/crayon). Que le contexte de passation soit porteur d'un enjeu ou pas, les scores moyens obtenus au DS36 ne diffèrent pas (cf. tableau 65, ci-dessus).

Ces résultats vont à l'encontre de l'hypothèse H2a selon laquelle le contexte (*i.e.* avec enjeu *versus* sans enjeu) influencerait l'expression des présentations de soi liées à la désirabilité sociale et à l'hétéroduperie en format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon). Seule l'absence escomptée d'un effet du contexte (*i.e.* avec enjeu *versus* sans enjeu) en matière d'autoprésentations non conscientes et orientées par rapport à soi (*i.e.* autoduperie) est montrée. L'hypothèse H2a est donc partiellement validée.

Influence du facteur contextuel relatif à la présence versus absence d'un enjeu en format de passation offline

Tableau 69: scores moyens de désirabilité sociale obtenus en fonction du contexte (*i.e.* avec enjeu/sans enjeu) en format *offline*

| | Avec enjeu | | Sans Enjeu | |
|----------------------|------------|-----------|------------|-----------|
| | <i>M</i> | <i>ET</i> | <i>M</i> | <i>ET</i> |
| Désirabilité sociale | 4.19 | .52 | 3.90 | .49 |
| Hétéroduperie | 4.24 | .79 | 4.10 | .47 |
| Autoduperie | 4.15 | .43 | 3.60 | .60 |

Tableau 67 : Anova à un facteur (*i.e.* contexte de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus en format de passation *offline*

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | 1.382 | 1 | 1.382 | 5.38 | .025 | .11 |
| Intragroupe | 11.289 | 44 | .257 | | | |
| Total | 12.671 | 45 | | | | |

Tableau 71 : Anova à un facteur (*i.e.* contexte de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus en format de passation *offline*

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | <i>F</i> | <i>p</i> | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|----------|----------|-----------|
| Intergroupe | .242 | 1 | .242 | .57 | .453 | .01 |
| Intragroupe | 18.554 | 44 | .422 | | | |
| Total | 18.796 | 45 | | | | |

Tableau 68 : Anova à un facteur (i.e. contexte de passation) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus via le format de passation *offline*

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|-------------|------------------|------------------|--------------------|-------|------|-----------|
| Intergroupe | 3.457 | 1 | 3.457 | 12.72 | .001 | .22 |
| Intragroupe | 11.957 | 44 | .272 | | | |
| Total | 15.415 | 45 | | | | |

Un effet significatif du contexte (i.e. avec un enjeu *versus* sans enjeu) sur l'expression de la désirabilité sociale ($F(1,44) = 5.38, p < .03, \eta^2 = .11$) est observé en format de passation *offline* (cf. tableau 70, ci-dessus). Les scores moyens de désirabilité sociale sont significativement plus élevés quand il y a un enjeu que quand il n'y en a pas. Un même pattern de résultats (cf. le tableau 72, ci-dessus) est obtenu pour les scores moyen d'autoduperie ($F(1,44) = 12.72, p < .002, \eta^2 = .22$). Seule, la dimension hétéroduperie (cf. le tableau 71, ci-dessus) n'est pas sensible à la présence d'un contexte avec enjeu ou sans enjeu ($F(1,44) = .57, p = .45, \eta^2 = .01$).

L'hypothèse H2b selon laquelle le format *offline* induirait une perception moindre des éléments du contexte est infirmée en ce qui concerne la production de réponses socialement désirables ou relevant de l'autoduperie. L'hypothèse H2b paraît néanmoins validée pour la dimension hétéroduperie dont l'expression n'est pas influencée par la présence *versus* l'absence d'un enjeu.

Influence du facteur contextuel relatif à la présence versus absence d'un enjeu via le format de passation online

Tableau 69 : scores moyens de désirabilité sociale obtenus en fonction du contexte (i.e. avec enjeu/sans enjeu) en format de passation *online*

| | Avec enjeu | | Sans enjeu | |
|----------------------|------------|-----|------------|-----|
| | M | ET | M | ET |
| Désirabilité sociale | 4.46 | .74 | 4.08 | .55 |
| Hétéroduperie | 4.51 | .96 | 4.13 | .74 |
| Autoduperie | 4.40 | .63 | 4.03 | .43 |

Tableau 70 : Anova à un facteur (i.e. contexte de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus en format de passation *online*

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|------|------|-----------|
| Inter groupe | .919 | 1 | .919 | 2.16 | .155 | .08 |
| Intra groupe | 10.217 | 24 | .426 | | | |
| Total | 11.136 | 25 | | | | |

Tableau 71 : Anova à un facteur (i.e. contexte de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus en format de passation *online*

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|------|------|-----------|
| Inter groupe | .962 | 1 | .962 | 1.32 | .262 | .05 |
| Intra groupe | 17.522 | 24 | .730 | | | |
| Total | 18.483 | 25 | | | | |

Tableau 72 : Anova à un facteur (i.e. contexte de passation) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus en format de passation *online*

| | Somme des carrés | Degré de liberté | Moyenne des carrés | F | p | Eta-carré |
|--------------|------------------|------------------|--------------------|------|------|-----------|
| Inter groupe | .878 | 1 | .878 | 3.01 | .095 | .11 |
| Intra groupe | 6.997 | 24 | .292 | | | |
| Total | 7.875 | 25 | | | | |

Les scores moyens de désirabilité sociale obtenus *via* le format de passation *online* (cf. tableau 69, page précédente) ne sont pas influencés par le contexte : avec enjeu *versus* sans enjeu ($F(1,24) = 2.16$, $p = .155$, $\eta^2 = .08$). Il en est de même pour les scores moyens d'hétéroduperie ($F(1,24) = 1.32$, $p = .262$, $\eta^2 = .05$) et d'autoduperie ($F(1,24) = 3.01$, $p = .10$, $\eta^2 = .11$; cf. tableaux 70, 71 et 72, ci-dessus). L'hypothèse H2c selon laquelle le contexte (i.e. avec enjeu *versus* sans enjeu) influencerait l'expression de la désirabilité sociale et de l'hétéroduperie (i.e. gestion des impressions faites à autrui) est invalidée. Seule l'absence d'un effet du contexte (i.e. avec enjeu *versus* sans enjeu) en matière d'autoduperie était anticipée. L'hypothèse H2c ne serait confirmée que pour cette dimension.

Le test *post hoc* (i.e. test de *Tukey*) réalisé a permis de comparer les formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) et informatisés (i.e. *offline* et *online*) entre eux et en

fonction de la manipulation du contexte (*i.e.* avec enjeu *versus* sans enjeu). Ces traitements statistiques indiquent que les comportements de réponse varient davantage en l'absence d'enjeu. En ce cas, les répondants expriment moins de désirabilité sociale et moins d'autoduperie en format de passation non connecté (*i.e. offline*, moyennes respectives de 3.90 et 3.60) qu'en format traditionnel (*i.e.* papier/crayon, moyennes respectives de 4.52 et 4.46) ou *online* (moyennes respectives de 4.08 et 4.03). *A contrario*, en présence d'un enjeu, les scores de désirabilité sociale observés en format traditionnel (*i.e.* papier/crayon, $M = 4.55$) sont plus importants que ceux observés en passation *offline* ($M = 4.19$). Un pattern de résultats identiques est obtenu en ce qui concerne la dimension autoduperie (les moyennes observées en conditions papier/crayon et *offline* sont respectivement de 4.48 et de 4.15). Le format de passation *online* ne se différencie, quant à lui, ni du format traditionnel (*i.e.* papier/crayon), ni du format *offline*.

Influence du facteur dispositionnel relatif à l'acceptabilité sociale d'un dispositif informatisé de passation de test de recrutement sur le DS36

Tableau 73 : indices de consistance interne des dimensions de l'échelle d'acceptabilité sociale

| | Nombre d'items | Coefficient de consistance interne |
|-------------------------------|----------------|------------------------------------|
| Acceptabilité sociale | 25 | $\alpha = .84$ |
| Facilité d'utilisation perçue | 3 | $\alpha = .60$ |
| Utilité perçue | 4 | $\alpha = .78$ |
| Contrôle perçu | 4 | $\alpha = .71$ |
| Norme sociale perçue | 5 | $\alpha = .66$ |
| Attitude | 4 | $\alpha = .75$ |
| Intention comportementale | 4 | $\alpha = .78$ |

Les indices de consistance interne (*i.e.* *Alpha* de Cronbach) sont satisfaisants pour l'ensemble des dimensions de l'échelle d'acceptabilité sociale (*cf.* tableau 73, ci-dessus). Ces indices autorisent ainsi le calcul d'un score moyen pour chacune de ces dimensions et pour l'ensemble de l'échelle (*cf.* le tableau 74, ci-dessous).

Tableau 74 : résumé des scores moyens obtenus à l'échelle d'acceptabilité sociale et pour chacune de ses dimensions

| | <i>M</i> | <i>ET</i> |
|-------------------------|----------|-----------|
| Acceptabilité sociale | 4.45 | .68 |
| Facilité perçue | 4.76 | .88 |
| Utilité perçue | 4.45 | 1.18 |
| Contrôle perçu | 4.50 | 1.03 |
| Norme sociale perçue | 3.85 | .99 |
| Attitude | 4.53 | .99 |
| Intention d'utilisation | 4.75 | .94 |

Avant de présenter les résultats relatifs à l'acceptabilité sociale des dispositifs informatisés de passation de tests et à l'influence de cette variable sur les réponses fournies au DS36 en format de passation *offline* et *online* (*i.e.* hypothèse 3), les relations pouvant exister entre les différentes dimensions de l'outil de mesure utilisé (*i.e.* l'échelle d'acceptabilité sociale) et ainsi du modèle la sous-tendant (*i.e.* le TAM 2, Venkatesh et Davis, 2000), doivent être vérifiées⁹⁷. Les analyses de régression réalisées indiquent que l'utilité sociale perçue ($\beta = .32$, $t(2,111) = 4.56$, $p < .001$) et la facilité d'utilisation perçue ($\beta = .268$, $t(2,111) = 2.83$, $p < .006$) prédisent l'attitude des participants envers des dispositifs informatisés de passation de test. Ainsi, plus les individus jugent utiles et/ou faciles d'utilisation ces dispositifs informatisés de passation, plus ils développeront une attitude positive à leur égard. Ces traitements statistiques linéaires montrent aussi que cette attitude prédit l'intention d'usage des applications informatisées liées aux tests ($\beta = .63$, $t(1,112) = 9.35$, $p < .001$) : plus l'attitude des individus envers le dispositif informatisé de passation de tests est positive, plus ils ont l'intention d'y avoir recours dans l'avenir.

Influence du facteur dispositionnel relatif à l'acceptabilité sociale d'un dispositif informatisé de passation de test sur les réponses au DS36 en condition offline

Tableau 75 : analyse de régression simple de l'utilité perçue sur les scores du DS36 obtenus en format de passation *offline*

| | β | F | p |
|----------------------|---------|------|------|
| Désirabilité sociale | .36 | 6.47 | .015 |
| Hétéroduperie | .30 | 4.46 | .040 |
| Autoduperie | .31 | 4.82 | .033 |

Concernant le format de présentation *offline*, aucun effet du degré général d'acceptabilité sociale d'un dispositif informatisé de passation de test n'est démontré sur l'expression de présentation de soi (*i.e.* la désirabilité sociale, l'hétéroduperie ou l'autoduperie). Seul un effet significatif de l'utilité perçue (*cf.* le tableau 75, ci-dessus) est constaté et ce, que ce soit en matière de désirabilité sociale ($\beta = .154$, $t(1,44) = 2,54$, $p < .016$), d'hétéroduperie ($\beta = .16$, $t(1,44) = 2,21$, $p < .041$) ou d'autoduperie ($\beta = .15$, $t(1,44) = 2,20$, $p < .034$). Il signifie que plus les participants perçoivent les dispositifs informatisés de passation

⁹⁷ L'objectif de cette étude n'est pas de tester l'intégralité du modèle.

de tests comme étant utiles pour eux (*e.g.* en termes de performances), plus ils valoriseront leur image publique (*i.e.* l'hétéroduperie) ou leur image privée (*i.e.* l'autoduperie).

L'hypothèse H3 selon laquelle la perception de l'acceptabilité sociale des dispositifs informatisés de tests influencerait les comportements de réponse au DS36 en format de passation *offline* n'est que très partiellement validée (*i.e.* pour une dimension du modèle d'acceptabilité sociale : l'utilité perçue).

Influence du facteur dispositionnel relatif à l'acceptabilité sociale d'un dispositif informatisé de passation de test sur les réponses au DS36 en condition online

Tableau 76: analyse de régression simple de la norme sociale perçue sur les scores du DS36 obtenus sur le format de passation *online*

| | β | F | P |
|----------------------|---------|------|------|
| Désirabilité sociale | -.42 | 5.27 | .031 |
| Hétéroduperie | -.52 | 9.06 | .006 |
| Autoduperie | -.21 | 1.08 | .309 |

Concernant le format de passation *online*, deux effets sont démontrés. Le premier (*cf.* le tableau 76, ci-dessous) est celui de la norme perçue sur l'expression de désirabilité sociale ($\beta = -.42$, $F(1,24) = 5.27$, $p < .032$) et de l'hétéroduperie ($\beta = -.52$, $F(1,24) = 9.06$, $p < .007$). Plus les individus pensent qu'autrui approuve l'usage des dispositifs informatisés de passation de tests, moins ils sont enclins à valoriser leur image publique. Aucun effet n'est démontré en ce qui concerne l'autoduperie ($\beta = -.207$, $F(1,24) = 1.08$, $p = .31$).

Tableau 77: analyse de régression simple du contrôle perçu sur les scores du DS36 obtenus sur le format de passation *online*

| | β | F | p |
|----------------------|---------|------|------|
| Désirabilité sociale | .26 | 1.70 | .205 |
| Hétéroduperie | .14 | .45 | .511 |
| Autoduperie | .41 | 4.72 | .040 |

Le second effet observé (*cf.* le tableau 77, ci-dessous) est celui du contrôle perçu sur l'expression de l'autoduperie ($\beta = .41$, $F(1,24) = 4.72$, $p < .041$). Il indique que plus les individus pensent pouvoir contrôler l'usage qu'ils ont des dispositifs informatisés de passation de tests, plus ils se présenteront en fonction de la perception qu'ils ont d'eux-mêmes et non de celle qu'ils ont de la situation. Aucun effet du contrôle perçu sur l'expression de la désirabilité sociale ($\beta = .26$, $F(1,24) = 1.70$, $p = .21$) et de l'hétéroduperie ($\beta = .14$, $F(1,24) = .45$, $p = .52$), n'est mis en évidence.

3.4. Discussion de l'expérimentation 5 : premiers constats

Ce chapitre se propose d'étudier l'influence de facteurs contextuels et dispositionnels sur l'expression de stratégies de présentation de soi exprimées *via* des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Cette expérimentation avait trois principaux objectifs relatifs à l'étude de : 1) l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) du DS36 ; 2) l'influence des facteurs situationnels (*i.e.* présence/absence d'un enjeu) et 3) l'influence des facteurs dispositionnels en lien avec l'usage des TIC (*i.e.* acceptabilité sociale des dispositifs informatisés de passation de tests). Une comparaison intergroupe a été réalisée. Elle implique le contexte de passation (*i.e.* avec ou sans enjeu), les formats de passation (*i.e.* traditionnels, *offline* et *online*) et la perception des médias informatisés (*i.e.* une mesure d'acceptabilité sociale).

L'équivalence des formats de passation

Les données observées vont dans le sens d'une non équivalence des formats de passations traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Les formats de passation traditionnel et *online* semblent susciter la mise en place de comportements de réponse au DS36 relevant de processus autoprésentationnels similaires alors que le format *offline* tend à se distinguer. Les participants confrontés au format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) ont ainsi davantage tendance à adopter des stratégies d'autoprésentation inhérentes à la valorisation de leurs images publique (*i.e.* gestion des impressions) et privée (*i.e.* déni de soi) que les participants confrontés à la passation *offline*. De même, les participants répondant au DS36 en condition *online* expriment plus d'autoduperie que ceux répondant en condition *offline*. Une piste d'explication en termes de perception du contexte de passation est proposée. Les formats de passation traditionnels et *online* participent à une perception quasi identique du contexte de passation et des normes sociales qui les régissent, ce qui inciterait les répondants à exprimer davantage de désirabilité sociale. *A contrario*, le format de passation *offline* tend, quant à lui, à valider le postulat (Kiesler et Sproull, 1986) selon lequel l'ordinateur participe à la perception d'une situation de passation plus impersonnelle et anonyme. Ces conclusions paraissent consistantes avec celles de l'expérience précédente (*i.e.* l'expérimentation 4). En effet, les patterns de réponse étaient

quasi similaires pour les formats induits traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online*. Ces formats, même induits, impliquaient plus de comportements de réponse relatifs au déni de soi si l'individu était identifié. Le format *offline* se distinguait en engendrant moins de comportements de réponse liés à l'autoduperie dans la même condition.

L'influence de l'enjeu perçu dans le contexte de passation

Concernant la manipulation du contexte (*i.e.* présence ou non d'un enjeu), les résultats obtenus en format *offline* sont consistants avec ceux classiquement observés dans le cadre théorique de l'autoprésentation. Ils tendent à confirmer l'hypothèse selon laquelle le format *offline* participerait à une centration sur soi plus importante (*cf.* expérimentation 4). *A contrario*, les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online* fournissent à nouveau des patterns de réponse quasi similaires qui ne semblent pas influencés par l'enjeu mis en évidence au sein du contexte de passation. Ces données ne correspondent pas à celles attendues en matière d'autoprésentation. Une réponse possible, en termes de crédibilité des processus autoprésentationnels mis en œuvre, est proposée. Si les individus ont pour objectif de rester consistants par rapport à la façon dont ils se perçoivent et crédibles pour autrui, ils ne peuvent recourir à outrance à des stratégies de présentation de soi impliquant une valorisation de soi sans prendre le risque de ne pas être crus (Baumeister, 1982). Les formats traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online* inciteraient les individus à exprimer davantage d'autoprésentation car ils participeraient tous deux à une perception de la situation de passation comprenant un enjeu implicite lié à des croyances en termes d'évaluation (*i.e.* vérification des réponses en cours de passation, identification facilitée). *A contrario*, seul un enjeu explicite peut influencer les comportements de réponse obtenus en format *offline*, celui-ci étant *a priori* implicitement perçu comme étant plus anonymant. Ce constat implique la nécessité : 1) de distinguer les formats informatisés (*i.e.* *offline versus online*) et 2) de connaître les usages et habitudes relatifs aux formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline versus online*) et ce, pour mieux appréhender la perception que les répondants en développent.

La perception des médias informatisés

L'étude de l'acceptabilité sociale des dispositifs informatisés de passation de tests est supposée autoriser une meilleure compréhension de la perception de chacun des formats de passation informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Au regard des résultats obtenus concernant le

format de passation *offline*, la dimension d'utilité perçue apparaît comme un élément central dans la modélisation de son acceptabilité sociale. Elle est opérationnalisée par des items du type « utiliser un dispositif informatisé de recrutement pourrait améliorer la qualité de ma prestation / rendre ma prestation plus efficace / augmenter mes chances d'être perçu positivement dans un entretien de recrutement ». Les données recueillies montrent que plus les individus jugent le dispositif informatisé utile, plus ils expriment de comportements socialement désirables en format de passation *offline*. Celui-ci est perçu comme augmentant *a priori* la performance individuelle et permettant la mise en œuvre de stratégies de présentation de soi pour soi et pour autrui.

Concernant le format de passation *online*, la norme sociale et le contrôle perçu apparaissent comme des facteurs dispositionnels déterminants dans la mise en place des stratégies de présentation de soi. Pour la gestion des impressions, le rôle de la norme sociale caractérisée par la pression d'autrui, est significatif. Plus l'influence des autres est perçue par les participants comme étant prégnante quant à l'utilisation des dispositifs informatisés de passation de tests, moins les stratégies de présentation de soi ayant pour but de valoriser l'image publique sont adoptées. La perception d'une pression sociale inciterait donc les individus à exprimer moins d'hétéroduperie. *A contrario*, l'expression du déni de soi semble prédite par un sentiment de contrôle accru par rapport à l'utilisation des dispositifs informatisés de passation de tests. Plus les participants pensent maîtriser l'usage de ces dispositifs, plus ils adopteront des stratégies de présentation destinées à préserver leur estime de soi.

Ces observations tendent à confirmer les conclusions émises antérieurement (Johnsen, 2007 ; cf. expérimentation 4). Le format de passation *offline* n'impliquerait pas d'interaction avec autrui et n'auraient une utilité que par rapport aux performances individuelles. Le format de passation *online* engendrerait non seulement une interaction avec autrui en rendant saillante son influence (*i.e.* importance de la norme sociale) mais renverrait aussi à la notion de performance individuelle (*i.e.* le contrôle perçu). Ces caractéristiques tendent à se rapprocher de celles inhérentes aux interactions classiques de type face à face (Johnsen, *op. cit.*).

L'absence d'effet de l'attitude envers les dispositifs informatisés de passation de tests est inattendue car sa mesure est en lien avec l'objet : le format de passation, manipulé (cf. les expériences 1 et 2). Ceci dit, l'attitude telle qu'elle est opérationnalisée dans le cadre des modélisations de l'acceptabilité sociale renvoie uniquement à sa dimension affective. Or, Yang et Yoo (2004) supposent qu'une opérationnalisation visant une mesure de sa dimension

cognitive rendrait davantage compte de l'acceptabilité sociale des applications liées aux TIC. Cette préconisation serait confirmée par les données expérimentales observées dans le cadre de l'expérimentation 1. L'influence de l'attitude sur l'expression de conduites autopréésentationnelles en condition de passation informatisée y est démontrée. L'attitude informatique est opérationnalisée *via* une mesure cognitive basée sur les croyances développées à l'égard de l'informatique.

Cette recherche met en évidence l'importance de distinguer les formats de passation informatisés (*offline versus online*) en démontrant notamment que leur degré d'acceptabilité sociale est influencé par des dimensions différentes. Cette étude ne permet pas, néanmoins, d'identifier les facteurs susceptibles d'orienter ces perceptions spécifiques des formats informatisés chez les répondants. Des éléments de réponse peuvent être proposés au regard de l'usage de ces formats (*i.e. offline* ou non connecté à Internet *versus online* et connecté). Une meilleure connaissance de l'usage des formats informatisés (*i.e. offline* et *online*) pourra également autoriser une meilleure compréhension de leur proximité ou pas (*cf.* l'encadré 8, ci-dessous) avec le format traditionnel (*i.e.* papier/crayon).

Encadré 4 : Etude 6 relative aux usages des formats traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e. offline* et *online*) d'une population similaires à celle des expérimentations réalisées dans le cadre de cette thèse.

Cette étude exploratoire ($N = 177$ étudiants) consiste en l'élaboration d'un inventaire et d'une classification des usages relatifs à trois formats : le papier, l'ordinateur non connecté (*i.e. offline*) et l'ordinateur connecté à Internet (*i.e. online*). Nous avons mis en place un protocole de comparaison intergroupe comportant deux phases: 1) un rappel libre des usages inhérents au papier et à l'ordinateur connecté ou non (*cf.* annexes 20, 21 et 22) et 2) une classification *a posteriori* des usages ainsi recueillis (*cf.* annexe 23).

Les résultats observés démontrent que les répondants rappellent un nombre d'usages plus ou moins important selon le format ($F(3,173) = 67,349, p < .001$). Ils rappellent en moyenne 7.18 usages pour le format *online*, 4.96 pour le format papier et 1.78 pour le format *offline*.

La catégorisation *a posteriori* de cet inventaire des usages met en évidence que le format papier renvoie à des usages sous-jacents à son utilité au quotidien (*e.g.* mouchoir, essuie-tout) et à sa dimension matérielle (*e.g.* brouillon). Concernant le format *offline*, les usages sont principalement en lien avec l'utilisation de logiciels (*e.g.* traitements de texte, tableur)

ainsi qu'avec leur utilité dans un cadre universitaire (*e.g.* préparer un exposé). Enfin, concernant le format *online*, la plupart des usages sont relatifs à la recherche d'informations usuelles (*e.g.* itinéraire, météo) ainsi qu'aux loisirs (*e.g.* regarder des vidéos, utiliser les réseaux sociaux). Une petite partie des usages recensés par rapport au format *online* font référence au travail scolaire (*e.g.* recherche d'informations spécifiques aux cours).

Les usages relatifs à chacun de ces formats sont supposés influencer la perception de la situation de passation par le répondant. Ainsi, le format papier est associé à des usages classiques, banals, ne comportant aucune dimension évaluative au contraire des médias informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) révélant pour chacun d'entre eux des usages relatifs au monde universitaire, voire professionnel. Il faut toutefois remarquer que le média *offline* est clairement ancré dans une dimension universitaire en comparaison au format *online* qui reflète, en complément d'un usage universitaire, un large usage pratique, quotidien et de loisir. Ces types d'utilisation du format *online* tendent à confirmer son rapprochement du format papier (*cf.* expérimentations 4 et 5). En effet, les formats traditionnel et *online* sont ici marqués par des usages associés à l'interaction avec autrui ainsi qu'avec le quotidien. Ces résultats vont dans le sens de ceux de l'expérimentation 5 montrant que la norme sociale (*i.e.* l'influence d'autrui) est une dimension déterminante des comportements de réponse émis en format de passation *online*. Le média *offline*, quant à lui, se différencie nettement. Il est principalement lié à des usages universitaires dans le cas de notre population. Les résultats de l'expérimentation 5 mettent en évidence l'importance de la dimension d'utilité perçue dans les comportements de réponse émis sur le format de passation *offline*. Ces distinctions apportent des éléments permettant d'expliquer la perception des formats papier, *offline* et *online* et, par conséquent, son influence sur leur équivalence. Si un média est perçu comme étant associé à un contexte universitaire, voire professionnel, une dimension évaluative peut lui être rattachée. Celle-ci pourrait conduire l'individu à mettre en place des stratégies de présentation de soi adaptées à ce type de contexte.

Nous devons nous interroger sur la généralisation et l'extrapolation des résultats de l'étude 6. Ces derniers sont observés sur une population d'étudiants ayant un rapport quotidien avec les technologies informatiques. Nous pouvons penser que ces résultats évolueront en même temps que notre population : ils ne sont donc représentatifs que d'une catégorie de personnes et de l'instant T. Des travaux futurs devront s'attacher à vérifier ces données sur une population plus représentative.

Discussion générale du chapitre 5

Cette thèse avait pour ambition la compréhension de la mise en place de processus autoprésentationnels (*i.e.* désirabilité sociale) en fonction des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Cette problématique est étudiée au regard de l'influence supposée de facteurs dispositionnels (*e.g.* expérience informatique, attitude envers l'informatique) et contextuels (*i.e.* anonymat technique et social, enjeu induit). Ce chapitre se place dans la continuité du chapitre expérimental précédent tout en répondant à ses limites. Ce dernier avait suggéré de manipuler des facteurs contextuels (*i.e.* anonymat, enjeu), d'approfondir la relation entre usage et perception des formats de passation et enfin de prendre pleinement en considération la différenciation entre les formats de passation *offline* et *online*. A ce titre, le chapitre 5 a proposé d'apporter des éléments de réponse, quant à la problématique de l'équivalence des formats de passation et de leur influence sur la mise en place de processus autoprésentationnels, en termes de facteurs contextuels (*i.e.* anonymat, enjeu) et dispositionnels (*e.g.* acceptabilité sociale). Il a permis une meilleure compréhension de la perception des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) et de son influence sur les comportements de réponse émis par les répondants.

Une réponse non consensuelle à l'équivalence psychométrique des formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisés (i.e. offline et online)

Concernant la problématique de l'équivalence des formats de passation, des résultats contradictoires apparaissent. Alors que l'expérimentation 4 démontre une équivalence des scores moyens de désirabilité sociale obtenus sur les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*), l'expérimentation 5 tend quant à elle à mettre en évidence une non équivalence de ces mêmes scores. Ces résultats contradictoires ne permettent pas de statuer quant à l'équivalence psychométrique des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Une limite relative à la mise en place du protocole expérimental est relevée puisque l'expérimentation 4 ne manipule pas réellement les formats de passation : elles les induit. L'expérimentation 5 propose la manipulation effective de ces formats et montrent des patterns de réponse similaires pour les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online* alors que le format *offline* se

distingue, notamment en ce qui concerne l'expression de l'autoduperie. Par conséquent, les expérimentations 4 et 5 confirment la pertinence de la différenciation des formats de passation *offline* et *online* alors que cette distinction n'est pas automatique dans la littérature spécialisée ou au sein des recommandations internationales dédiées à l'usage des tests (*cf.* chapitre 1).

Un consensus autour de l'influence de facteurs contextuels sur la mise en place de stratégies de présentation de soi obtenus via les formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) versus informatisés (i.e. offline et online)

La similarité dans les stratégies de présentation de soi émises *via* les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online* se retrouve de façon consistante dans l'étude de l'influence de facteurs contextuels. En effet, que ce soit en manipulant l'anonymat (*cf.* expérimentations 3 et 4) ou l'enjeu (*cf.* expérimentation 5), les résultats démontrent des patterns de réponse similaires entre les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online* en contradiction avec les stratégies de présentation de soi mises en place sur le format *offline*.

Une piste de réponse en termes d'usage des médias est apportée (*cf.* étude 6, encadré 4). Les formats de passation *offline* et *online* ne se constituent pas de modalités de fonctionnement identiques. Alors que le format de passation *offline* se caractérise par un mode de communication ne nécessitant aucun contact avec autrui, le format *online* est principalement orienté vers un usage impliquant des interactions. Que ce soit dans la sphère privée (*i.e.* quotidien) ou publique (*i.e.* scolaire ou professionnel), le média *online* est principalement utilisé pour communiquer et partager avec autrui (*e.g.* réseau communautaire). L'étude des usages de chacun de ces média démontre effectivement que notre population expérimentale (*i.e.* étudiants en gestion des entreprises et des administrations) ne les perçoit, ni ne les utilise de façon similaire. D'un côté, le format de passation *offline* semble ainsi être perçu comme un moyen d'être performant pour soi. Il amplifie le phénomène de centration sur soi tout en favorisant la perception d'un contexte de passation impersonnel. D'un autre côté, le format de passation *online* accentue la présence (*i.e.* explicite ou implicite) d'autrui et incite l'individu à s'autoprésenter davantage. Si les formats de passation traditionnel et *online* se comportent de façon similaire, cela peut être expliqué par l'interaction induite par ces deux formats. Cette piste de réponse est toutefois limitée à notre population (*i.e.* étudiants en gestion des entreprises et des administrations) et ne peut être généralisée. Par ailleurs, les

usages évoluent rapidement ce qui ne permet pas d'assurer la validité de ces observations sur le long terme.

Les différences relevées sur les comportements de réponse émis *via* les formats de passation *offline* et *online* ne s'expliquent pas par le média informatique en lui-même (*i.e.* le matériel) mais « *par les modalités relationnelles et psychosociales induites par le format de passation* » (Lemoine, 1994). Ces modalités correspondraient aux perceptions spécifiques d'un contexte de passation (*e.g.* évaluatif ou non, *etc.*). Ces perceptions seraient influencées par des facteurs dispositionnels mis en avant dans le cadre de l'approche expérientielle (*e.g.* attitude envers l'informatique) ainsi que par les usages produits à l'égard de ces trois médias (*i.e.* papier, *offline* et *online* ; *cf.* étude 6, encadré 4). Le média informatisé ne doit plus être considéré uniquement comme une interface matérielle mais il doit également être compris au regard des perceptions qu'il implique. Celles-ci agissent effectivement comme un relais médiatisant la relation entre le répondant et l'évaluateur (Lemoine, *op. cit.*).

Conclusion

Ayant pour objectif d'améliorer la compréhension de l'expression de stratégies de présentation de soi mises en place en fonction des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*), les expérimentations présentées dans ce chapitre visaient à répondre à l'insuffisance des explications fournies par les facteurs dispositionnels. Elles proposaient de manipuler des facteurs contextuels (*i.e.* anonymat, enjeu) et de compléter l'étude de facteurs dispositionnels au regard de l'usage des formats de passation (*i.e.* acceptabilité sociale). Les conclusions émises dans ce chapitre ont permis de mettre en évidence : 1) l'importance de l'approche expérientielle pour la compréhension des processus autoprésentationnels mis en place en fonction des formats de passation proposés, 2) la pertinence d'une distinction entre les formats de passation informatisés *offline* et *online* et, 3) un rapprochement entre les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online*, justifié notamment par des usages proches. Ces usages impliquent une perception spécifique de chaque contexte de passation (*e.g.* interactivité avec autrui implicite ou non, *etc.*) susceptible d'influencer les comportements de réponse et, plus précisément, l'expression de stratégies de présentation de soi.

Chapitre 7 : Discussion générale

Les formats de passation informatisés (*i.e. offline* et *online*) sont généralement perçus comme des outils infaillibles et objectifs, que rien ne peut mettre en échec. Ces formats sont ainsi censés permettre une évaluation plus fiable des personnes (Gaudron, 2006). Ils sont perçus *a priori* et naïvement comme n'ayant aucune conséquence sur les comportements de réponse (*cf.* chapitre 1, partie 2.1, page 13). L'équivalence des scores obtenus *via* les formats de passation traditionnel (*i.e. papier/crayon*) *versus* informatisés (*i.e. offline* et *online*) devrait donc être facilement démontrée (Gaudron, *op. cit.*).

L'approche psychométrique a été largement privilégiée pour vérifier l'équivalence des formats de passation papier/crayon et informatisés des tests. Alors que l'équivalence semble acquise pour les tests d'aptitude, des résultats contradictoires apparaissent pour les tests d'attitude (*e.g.* inventaire de personnalité). La prise en considération de facteurs dispositionnels tels que l'anxiété informatique ou l'attitude envers l'informatique (*i.e.* approche expérientielle) a apporté des réponses à la problématique de l'équivalence des formats de passation : traditionnel (*i.e. papier/crayon*) *versus* informatisés (*i.e. offline* ou *online*) mais toutes ne sont pas consensuelles (*cf.* chapitre 2). Elles paraissent donc insuffisantes pour rendre compte de l'ensemble des résultats obtenus en matière d'équivalence et ce, pour deux raisons. Premièrement, l'approche expérientielle s'est principalement focalisée sur les scores eux-mêmes (*i.e.* hausse, baisse ou équivalence en fonction du format de passation) et ne s'interroge pas sur ce qu'ils impliquent en tant que comportements de réponse pour les individus. Deuxièmement, plusieurs auteurs (Rosenfeld, Booth-Kewley, Edwards et Thomas, 1996 ; Booth-Kewley, Larson, Miyoshi, 2007) constatent un manque de prise en considération des facteurs contextuels liés à la situation de passation de tests (*e.g.* présence *versus* absence de l'examineur) et susceptibles d'expliquer pour partie les données recueillies en matière d'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e. papier/crayon*) *versus* informatisés (*i.e. offline* ou *online*). Cette orientation théorique est d'autant plus importante que le format de passation informatisé (*i.e. offline* ou *online*) est susceptible de créer une perception de la situation de passation comme étant plus impersonnelle et anonymante qu'une situation de passation traditionnelle (*i.e. papier/crayon* ; Kiesler et Sproull, 1986).

Constatant ce manque de prise en considération : 1) des conséquences du format de passation sur les comportements de réponse des individus et 2) des facteurs contextuels, nous avons choisi d'étudier la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel

(*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* ou *online*) au regard du cadre conceptuel de l'autoprésentation. Celui-ci comprend l'étude de facteurs dispositionnels et contextuels influençant la présentation que l'individu fait de lui-même. Le projet de cette thèse a pour ambition de comprendre la mise en œuvre de processus autoprésentationnels, et, plus spécifiquement, des comportements de réponse à un test de désirabilité sociale (*i.e.* le DS36, Tournois, Mesnil et Kop, 2000) en fonction des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) d'un test. La désirabilité sociale est une stratégie d'autoprésentation visant à créer une impression favorable (Paulhus, 1984). Elle peut être volontaire et destinée à autrui (*i.e.* hétéroduperie) ou involontaire et pour soi (*i.e.* autoduperie).

Outre la question de l'équivalence psychométrique des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*), cette thèse met à l'épreuve deux hypothèses axées sur leur équivalence expérientielle. La première suppose un effet des variables dispositionnelles (*e.g.* anxiété informatique, expérience informatique et attitude envers l'informatique) sur l'expression de stratégies d'autoprésentation lors de passations informatisées. La seconde suppose l'influence de facteurs contextuels tels que la visibilité du répondant et l'enjeu perçu de la situation sur la mise en place de stratégies d'autoprésentation en fonction du support de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Pour tester ces deux hypothèses, un programme de recherches composé de cinq expérimentations a été élaboré. Il implique principalement une méthodologie de mesure de l'équivalence des formats de passation basée sur une comparaison intergroupe (*i.e.* pour les expérimentations 1, 3, 4 et 5).

Ce septième et dernier chapitre permettra de revenir sur les apports théoriques et méthodologiques mis en évidence au regard des deux hypothèses formulées et de prolonger la réflexion sur la problématique de l'équivalence des formats de passation tant d'un point de vue conceptuel (*i.e.* dans une perspective de recherche) que d'un point de vue plus pragmatique au regard des pratiques professionnelles.

1. La problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* ou *online*)

Les résultats obtenus dans le cadre des cinq expériences réalisées et les conclusions auxquelles ils aboutissent ne permettent pas de statuer sur l'équivalence des comportements de réponse observés en fonction des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Alors que les expérimentations 2 et 4 démontrent une équivalence des scores moyens de désirabilité sociale en fonction des formats de passation, des scores de désirabilité sociale plus élevés (*i.e.* expérimentation 1) ou plus faibles (*i.e.* expérimentation 5) sont observés en condition *offline* par rapport au format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon). Ces divergences pourraient être expliquées par la méthodologie de mesure de l'équivalence utilisée : comparaison intergroupe (*i.e.* expérimentations 1, 4 et 5) *versus* intra-individuelle (*i.e.* expérimentation 2). La comparaison intra-individuelle était supposée apporter une réponse pertinente aux résultats contradictoires observés en ce qui concerne l'équivalence des formats de passation : traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*, Withaker, 1994). La comparaison intra-individuelle nous apparaissait, en référence à des auteurs tels que Withaker (*op. cit.*), comme un moyen de réduire l'erreur de mesure associée aux différences interindividuelles. Ce type de comparaison n'a toutefois pas permis, dans le cadre de cette thèse (*i.e.* expérimentation 2), de statuer sur l'équivalence des formats de passation. En effet, elle engendre des changements méthodologiques tels que le passage de passations collectives à des passations individuelles nécessitant, pour des contraintes techniques liées au changement de support de passation, la présence de l'expérimentateur. Celle-ci a pu influencer l'expression de stratégies de présentation de soi car elle peut être assimilée à la présence d'un public et de surcroît, d'un public ayant un statut particulier. La présence de l'expérimentateur laisse ainsi penser que des facteurs contextuels peuvent jouer sur l'adoption de comportements de réponse précis liés à l'expression de la désirabilité sociale.

Ces premiers résultats concernant l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* essentiellement) attestent également de la pertinence de l'approche expérientielle.

1. 1. **L'influence de facteurs dispositionnels sur l'expression de la désirabilité sociale en fonction des formats de passation (traditionnel versus informatisés)**

L'approche expérientielle de la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* ou *online*) implique la prise en considération des réactions attitudinales, émotionnelles et perceptuelles des individus vis-à-vis des formats de passation informatisés. La revue de littérature a permis de mettre en évidence les principaux facteurs dispositionnels susceptibles d'influencer les comportements de réponse obtenus lors de passations *offline* et *online* (*cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 39). L'attitude envers l'informatique paraît en être un facteur déterminant (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.3, page 47). Selon Fazio (1990, le modèle MODE), l'attitude agirait comme un filtre et influencerait la perception de la situation dans laquelle l'individu se trouve. On peut donc supposer qu'en fonction de la connotation positive ou négative de l'attitude envers l'informatique la situation de passation informatisée sera perçue différemment ce qui est censé engendrer des comportements de réponse distincts. L'attitude envers l'informatique n'est pas le seul facteur à pouvoir influencer les comportements de réponse des participants en condition informatique. L'expérience informatique et l'anxiété informatique sont également parmi les facteurs les plus étudiés dans le champ de recherche de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*cf.* chapitre 2, parties 3.2.1, page 39 et partie 3.2.2, page 42). L'introduction de ces variables dispositionnelles dans les expériences de cette thèse a nécessité la passation de questionnaires avant (*i.e.* expérimentation 1) ou après la passation de l'échelle de désirabilité sociale (*i.e.* expérimentations 2 et 5). Les principaux résultats observés ont permis de démontrer l'influence significative de certains facteurs dispositionnels (*e.g.* attitude envers l'informatique, expérience informatique, utilité perçue des formats de passation informatisés, *etc.*) mais aussi de s'interroger sur leur opérationnalisation.

1.1.1. **De l'attitude envers l'informatique à la perception des dispositifs informatisés de passation de tests**

Les expérimentations 1 et 2 (*cf.* chapitre 5) proposaient de vérifier l'influence de l'attitude envers l'informatique sur les comportements de réponse obtenus en matière de désirabilité sociale *via* un format de passation informatisé (*i.e.* *offline*). Les résultats issus de la première expérimentation ont démontré que l'attitude envers l'informatique influence les scores de

désirabilité sociale observés en condition informatisée. Plus l'attitude envers l'informatique est négative, plus les scores de désirabilité sociale et particulièrement d'hétéroduperie, augmentent. Un changement de méthodologie de mesure de l'équivalence des formats de passation papier/crayon et *offline* (*i.e.* le passage d'une comparaison intergroupe à une comparaison intra-individuelle) et un changement d'objet d'attitude (*i.e.* passage de la cible « ordinateur » par celle d' « Internet ») n'ont pas permis de répliquer ces résultats dans la seconde expérimentation. Deux explications peuvent être proposées.

La première concerne la différenciation des formats de passation informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). La plupart des auteurs (*e.g.* Durndell et Haag, 2002) estiment qu'il est possible d'extrapoler les résultats obtenus à partir d'un format de passation *offline* sur un format de passation *online*. Constitués d'une interface matérielle identique, ces deux formats ne sont pas supposés engendrer des comportements de réponse différents (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.3.2, page 41). Les conclusions émises dans le premier chapitre expérimental (*i.e.* chapitre 4) ont contredit cette idée et sont confirmées par des publications récentes (Morris, Gullekson, Morse et Popovich, 2011). La mesure de l'attitude serait donc sensible au changement d'objet : le remplacement du *offline* par le *online*. Ces deux formats informatisés feraient l'objet de formation d'attitudes différentes chez les répondants. Leur distinction paraît ainsi nécessaire et impose une réflexion sur la mesure de ces attitudes. Le champ théorique de l'acceptabilité sociale des TIC (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.4, page 49) est apparu comme un apport possible car les modèles qui en sont issus étudient le lien entre l'attitude et le comportement d'utilisation d'une innovation. Sa mobilisation a permis : 1) de mesurer une attitude envers un objet indifférenciant les formats de passation *online* et *offline* (*i.e.* les dispositifs informatisés de passation de tests) et 2) d'affiner la mesure de cette attitude par celles de ses déterminants (*i.e.* utilité et facilité d'utilisation perçue ; *cf.* expérimentations 2 et 5) ou de ses aboutissants (*i.e.* intention d'usage ; *cf.* expérimentation 5). L'étude de l'acceptabilité sociale des dispositifs informatisés de tests a de plus permis de s'interroger sur le rôle joué par l'usage des formats de passation *offline* et *online* sur les réponses des participants.

La seconde explication proposée concerne effectivement l'usage des formats *offline* et *online* car, même si ces deux médias paraissent proches voire identiques *a priori* (*i.e.* même support technique), leur utilisation effective peut cependant varier. L'un ne permet aucune interaction avec autrui (*i.e.* média *offline*) alors que l'autre oui. L'étude des usages des formats *offline* et *online* (*cf.* étude 6 ; encadré 4) confirme des perceptions différentes à propos de ces deux formats de passation. Plus précisément, le média *offline* est associé à un usage

principalement professionnel et/ou universitaire. Les comportements de réponse adoptés en condition *offline* sont influencés par l'utilité perçue de ce format. Il serait considéré comme un moyen efficace de s'autoprésenter (notamment lors d'un recrutement).

Le format de passation *online* est, quant à lui, perçu comme socialement normatif et contrôlable⁹⁸. La norme sociale apparaît comme déterminante pour l'expression de stratégies de présentation de soi *via* un format de passation *online*. Elle influencerait l'expression de l'hétéroduperie ce qui est cohérent avec des travaux récents montrant qu'Internet est considéré comme un média pertinent pour la mise en place stratégique d'une présentation de soi (*e.g.* Kramer et Winter, 2008). Ainsi, les réseaux sociaux et les modalités des profils individuels qu'ils imposent (*i.e.* asynchrones) donnent aux individus l'opportunité de réfléchir à la façon dont ils veulent être perçus par autrui. Le média *online* (en lien avec une utilisation fréquente de cet outil) serait susceptible d'induire de façon quasi automatique une norme d'autoprésentation (Johnsen, 2007). Cette explication en termes de perception d'une normativité des présentations de soi rendrait compte des résultats obtenus au sein de la dernière expérimentation (*cf.* chapitre 6, expérimentation 5). Ces derniers ont mis en évidence une expression de la désirabilité sociale plus élevée sur le format de passation *online* quels que soient les éléments du contexte (*i.e.* présence ou non d'un enjeu). Si le format *online* est perçu, de fait, comme nécessitant l'expression de stratégies de présentation de soi, il est cohérent, vis-à-vis du cadre théorique de l'autoprésentation, d'y constater des scores de désirabilité sociale élevés.

Le contrôle perçu semble, au même titre que la norme sociale, influencer l'adoption de stratégies de présentation de soi. Plus un individu pense pouvoir gérer l'utilisation d'un dispositif informatisé de passation de tests, plus il se présentera tel qu'il se perçoit. Une interprétation de cet effet en lien avec le sentiment d'auto-efficacité⁹⁹ peut être avancée. Kramer et Winter (2008) démontrent, en effet, un lien entre l'auto-efficacité et les stratégies de présentation de soi exprimées en ligne. Les individus ayant un fort sentiment d'auto-efficacité s'autoprésentent de façon plus élaborée et plus risquée que ceux ayant un faible sentiment d'auto-efficacité car ils auraient développé un sentiment de compétence important à l'égard d'Internet et plus particulièrement à l'égard des réseaux sociaux (Kramer et Winter, *op. cit.*). Ces derniers favorisent l'adoption de stratégies de présentations de soi dans la

⁹⁸ Le contrôle perçu se définit, au sein du TAM 2, comme la perception de ses propres capacités et des conditions facilitant l'usage de certaines ressources (*e.g.* TIC)

⁹⁹ Un sentiment d'auto-efficacité correspond à la conviction qu'a un individu d'être capable d'organiser et de réaliser les actions nécessaires à l'accomplissement d'une tâche (Bandura, 1997)

mesure où ils nécessitent la constitution d'un profil individuel à partir des informations que les personnes choisissent ou pas de rendre visibles à autrui.

1.1.2. La question de la pertinence des mesures de l'anxiété informatique et de l'expérience informatique

L'approche expérientielle de l'équivalence des formats de passation d'une échelle de désirabilité sociale a étudié l'influence de l'anxiété informatique et de l'expérience informatique sur les comportements de réponse des individus en format informatisé (*cf.* chapitre 2, partie 3.2, page 39). Contrairement aux résultats relevés dans la littérature (*cf.* chapitre 2, partie 3.2.2, page 42), l'anxiété informatique n'apparaît pas comme un facteur influençant l'expression de stratégies de présentation de soi sur informatique. Cette absence d'effet incite à s'interroger sur la méthodologie mise en place pour mesurer cette variable. Les conclusions de la première expérimentation (*cf.* chapitre 5, expérimentation 1) ont abouti à une corrélation entre la mesure de l'anxiété informatique et celle de l'attitude envers l'informatique. L'anxiété informatique peut donc être acceptée comme une composante particulière de l'attitude envers informatique dont la mesure peut être suffisante et satisfaisante pour étudier l'influence des facteurs dispositionnels en matière d'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Une limite peut toutefois être soulevée concernant l'opérationnalisation de l'anxiété informatique au sein de la première recherche présentée dans le cadre de cette thèse (*cf.* chapitre 5, expérimentation 1). Elle ne concerne que le format *offline* et non le *online*. Il aurait été intéressant d'étudier l'influence de l'anxiété envers le format *online* sur les scores de désirabilité sociale observés dans cette condition. Hertel, Schroer, Batinic et Naumann (2008) démontrent effectivement un effet de l'anxiété sociale sur le choix des moyens de communication permettant de s'autoprésenter. Les individus anxieux auraient tendance à préférer des moyens de communication asynchrones sur lesquels ils ressentent davantage de contrôle quant à la présentation de soi qu'ils peuvent fournir, ce qui pose la question de leur autoprésentation en format de passation *online*. On peut aussi s'interroger sur la proximité conceptuelle de l'anxiété ressentie à l'égard du format *offline* et celle à l'égard du format *online*, la formation de l'attitude étant différente pour ces deux formats de passation (*cf.* chapitre 5, conclusion). Il est donc probable qu'une conclusion similaire puisse être faite en ce qui concerne l'anxiété informatique.

Concernant l'expérience informatique, les résultats obtenus au sein des deux premières recherches (*cf.* chapitre 5, expérimentations 1 et 2) mettaient en évidence la nécessité d'une

mesure plus précise et différenciant les deux dimensions du concept d'expérience informatique : l'expérience objective et l'expérience subjective. L'utilité de la mesure de l'expérience subjective reste, cependant, à démontrer puisque ce type d'expérience peut être considéré (au même titre que l'anxiété informatique) comme une composante de l'attitude envers l'informatique (*cf.* chapitre 5, conclusion). Les résultats obtenus dans le cadre des expérimentations 1 et 2 montrent que plus les individus ont une attitude envers l'informatique négative ou une expérience subjective négative de l'informatique, plus ils ont tendance à se valoriser.

1.2. L'influence de facteurs contextuels sur l'expression de la désirabilité sociale en fonction des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*)

La seconde hypothèse formulée dans le cadre de la thèse suppose que des facteurs contextuels (*e.g.* anonymat) influenceraient la perception de la situation de passation et auraient, par conséquent, un effet sur la mise en œuvre de stratégies de présentation de soi. Le cadre théorique de l'autoprésentation indique que les stratégies adoptées par les individus pour se présenter dépendent de la situation dans laquelle ils sont insérés. Si la situation permet d'identifier le répondant (ou a pour objectif de l'évaluer), celui-ci sera incité à davantage gérer les impressions qu'il crée chez autrui qu'à développer une présentation de soi correspondant à la façon dont il se perçoit. Cette influence des facteurs contextuels, sur les réponses données en fonction des formats de passation, est supposée par plusieurs auteurs (Rosenfeld, Booth-Kewley, Edwards et Thomas, 1996 ; Booth-Kewley, Larson, Miyoshi, 2007) car elle apparaît complémentaire à celle des facteurs dispositionnels. Deux facteurs contextuels ont ainsi été manipulés : l'anonymat (*cf.* expérimentation 4) et l'enjeu induit dans une situation de passation (*cf.* expérimentation 5).

1.2.1. L'anonymat technique et l'anonymat social, des variables situationnelles modulant l'expression de la désirabilité sociale ?

Plusieurs auteurs (Evan et Miller, 1969 ; Kiesler et Sproull, 1986) soutiennent l'idée que le format de passation informatisé participerait à la perception d'un anonymat social. Selon les résultats classiquement observés dans le cadre théorique de l'autoprésentation, le sentiment d'anonymat *a priori* perçu au travers des passations informatisées (*i.e.* *offline* et *online*) supposerait une expression moindre de la désirabilité sociale par rapport à celle

observée durant les passations traditionnelles (*i.e.* papier/crayon). Si ce postulat est vérifié, la perception d'un anonymat social *via* les formats de passation informatisés sera amplifiée par des marques d'anonymat technique (*cf.* chapitre 3, partie 2.2.1, page 68). Les résultats observés (*i.e.* expérimentation 4) valident partiellement ce postulat puisqu'une équivalence des scores moyens de désirabilité sociale est trouvée en format de passation *offline*. Cependant, un pattern de réponse quasi similaire est obtenu en format *online* et en format traditionnel, c'est-à-dire papier/crayon. Ces résultats tendent, dans un premier temps, à valider l'hypothèse d'un anonymat social des passations informatisées puisqu'ils définissent le contexte de passation *offline* comme permettant un accès à la conscience de soi. Toutefois, ils tendent également à l'invalider en soulignant la proximité des effets observés en format traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et en format *online*. La spécificité du format *offline* est retrouvée dans les travaux de Johnsen (2007). Celui-ci démontre que moins un média permet l'interactivité avec autrui, plus il permettra d'avoir accès à la conscience de soi. Le format de passation *offline* est de ce fait susceptible d'avoir joué le rôle du miroir (Carver et Scheier, 1978) renvoyant l'individu à sa conscience de soi et le conduisant ainsi à privilégier l'expression de stratégies de présentation pour soi. *A contrario*, le format *online* est perçu comme induisant une interaction, ponctuelle ou pas, avec autrui. Des travaux concernant des sites de rencontres amoureuses ont montré que si l'autoprésentation diffère en fonction des formats de passation informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) c'est parce qu'elle a des chances de se répéter en format *online* (Ellison, Heino et Gibbs, 2006). Cet effet est à vérifier en ce qui concerne le recrutement et la passation de tests mais peut être interprété dans le cadre d'une recherche récente (Medizadeh, 2010). Celle-ci laisse penser que l'évolution des pratiques et des perceptions des TIC marque le passage d'un monde informatisé anonymant et impersonnel à un monde informatisé accentuant la visibilité des individus (*e.g.* réseaux sociaux). Internet serait aujourd'hui utilisé comme un média dont les applications apparaissent comme un moyen de s'autoprésenter tant pour soi que pour autrui (Jonhsen, 2007).

L'expérimentation 3 (*cf.* chapitre 6) avait pour objectif de répliquer l'expérience de Paulhus (1991) en démontrant l'influence de l'anonymat technique sur l'expression de la désirabilité sociale en condition papier/crayon. Les résultats obtenus sont contraires à ceux classiquement observés dans le cadre théorique de l'autoprésentation. Ils mettent néanmoins en avant l'importance du contexte de passation et notamment de l'enjeu perçu par le répondant (*cf.* chapitre 6, expérimentation 5). La perception d'un enjeu (ou d'un contexte évaluatif) serait plus influent que l'anonymat sur l'adoption de stratégies de présentation de

soi mais cette conclusion est à relativiser au regard de la consigne d'anonymat technique donnée. Cette dernière n'aurait pas forcément eu l'impact escompté dans la mesure où la population expérimentale était composée d'étudiants qui se connaissaient les uns les autres et qui connaissaient l'expérimentateur. Celui-ci était un de leur professeur et pouvait, par conséquent, les identifier.

1.2.2. L'enjeu perçu dans la situation de passation, un facteur contextuel conditionnant des comportements de réponse spécifiques ?

La cinquième expérimentation (*cf.* chapitre 6) manipulait la présence ou non d'un enjeu pour le répondant. Même si certaines études rendent saillantes l'enjeu issu de la passation d'un test (*e.g.* Salgado et Moscoso, 2003), aucune ne l'a réellement opérationnalisé pour étudier l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). L'enjeu est manipulé, conformément à la procédure de Paulhus (1991), par des consignes précises (*i.e.* « vos réponses seront réutilisées dans la suite du cours ») et par la présence accentuée de l'expérimentateur (*e.g.* déplacement dans la salle, coup d'œil aux réponses données, *etc.*). Les résultats observés mettent en évidence un effet de cet enjeu perçu sur les comportements de réponse autoprésentationnels obtenus *via* le format de passation *offline* : les individus expriment davantage de désirabilité sociale et d'autoduperie lorsqu'ils répondent sur ce format de passation et en présence d'un enjeu. *A contrario*, la présence d'un enjeu n'influence pas les réponses données sur les formats de passation traditionnels et *online*. Une fois encore, ces deux formats fournissent des patterns de réponse similaires et seul le format de passation *offline* se distingue en incitant le répondant à s'autoprésenter *via* le déni de soi. Par ailleurs, nous remarquons également que, de manière générale, les scores de désirabilité sociale sont assez élevés sur les formats de passation *online* et traditionnels qu'il y ait ou non un enjeu induit. Il semblerait que ces derniers aient été perçus *de facto* comme porteurs d'un enjeu. A nouveau, une explication en termes d'interaction associée au média est proposée. De par ses usages, les formats traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *online* sont fortement ancrés dans la communication avec autrui (*cf.* étude 6 ; encadré 4). Le format *offline* est davantage marqué par des activités pour soi (*e.g.* révision, préparation d'exercice, *etc.*). Ces usages spécifiques à chacun des formats de passation sont susceptibles de participer à la formation d'attitudes ou de croyances particulières influençant le comportement des individus qui y sont confrontés (*cf.* étude 6 ; encadré 4). En ce sens, en format *online*, le répondant présuppose une interaction possible avec autrui et donc un enjeu *a*

priori alors que le format *offline* paraît moins lié à une interactivité. L'enjeu doit y être explicite pour être perçu.

2. Hétéroduperie et autoduperie : une définition classique à revoir ?

Les expérimentations mises en place dans les chapitres 4 et 5 interrogent la définition des dimensions associées au concept de désirabilité sociale (*i.e.* hétéroduperie et autoduperie). En effet, des résultats contradictoires à ceux habituellement relevés sont observés. Ils montrent que l'expression supposée volontaire et stratégique de la désirabilité sociale (*i.e.* l'hétéroduperie) n'est pas influencée par les éléments du contexte alors que sa dimension non consciente l'est (*i.e.* autoduperie). Ces effets peu conformes à ceux classiquement mis en évidence posent plusieurs questions : la désirabilité sociale doit-elle être définie de façon uni- ou bidimensionnelle ? Peut-on parler de processus volontaire ou pas en matière d'hétéroduperie ou d'autoduperie ?

La structure unidimensionnelle ou bidimensionnelle de la désirabilité sociale fait depuis longtemps débat (*cf.* chapitre 3, partie 1.2, page 60). Les résultats issus de l'expérimentation 3 remettent en cause un des arguments en faveur d'une structure bidimensionnelle de la désirabilité sociale et concernant la sensibilité au contexte (*i.e.* visibilité ou pas) de sa dimension volontaire : l'hétéroduperie (*cf.* chapitre 3, partie 1.2.2, page 61). L'expression de stratégies d'autoprésentation vis-à-vis d'autrui (*i.e.* hétéroduperie) et/ou pour soi (*i.e.* autoduperie) semble davantage affectée par la perception de la situation de passation comme étant évaluative (et non comme étant anonymante lui-même).

Sans contester les buts inhérents à ces deux types de stratégies autoprésentationnelles, ces résultats tendent davantage à mener le débat vers l'automatisation ou non de ces processus et la prise en considération des buts individuels. Peut-on être totalement dichotomique en parlant de stratégie uniquement consciente ou contrôlée en ce qui concerne l'hétéroduperie et de stratégie non consciente ou non contrôlée en ce qui concerne l'autoduperie ? Peut-on nier les motivations de chacun à se présenter ? Des travaux (Paulhus, 2002 ; Pauls et Crost, 2004) apportent des éléments de réponse à ces questions. Ils font notamment évoluer les définitions associées au concept de désirabilité sociale en démontrant que le déni de soi serait un mécanisme autoprésentationnel sensible aux modifications de consigne (*cf.* chapitre 3, partie 1.2.3, page 62) et/ou du contexte (Juhel et Rouxel, 2005). Ces recherches conservent la distinction entre des stratégies de présentation de soi publiques et privées mais considèrent

également des dimensions relatives à l'agentisme¹⁰⁰ et à la communalité¹⁰¹. La désirabilité sociale n'est dès lors plus considérée comme bidimensionnelle mais comme quadridimensionnelle (*cf.* chapitre 3, partie 1.2.3, page 62). Chacune des deux dimensions originelles de la désirabilité sociale : l'hétéroduperie et l'autoduperie, est ainsi associée à une composante agentique (*i.e.* les présentations sont faites indépendamment du contexte et d'autrui et pour soi) et à une composante communale (*i.e.* les présentations sont faites en fonction du contexte et d'autrui pour pérenniser des interactions). Cet apport devra être approfondi par des recherches ultérieures qui ne seront possibles qu'après l'élaboration d'un questionnaire francophone mesurant ces quatre dimensions de la désirabilité sociale (traduction et validation du BIDR-7, Paulhus, 1998 ou adaptation du DS36).

¹⁰⁰ L'agentisme réfère à une focalisation sur le soi tout en négligeant autrui (Lonnqvist, Verkasalo et Bezmenova, 2007, *cf.* chapitre 3, partie 1.2.3, page 62).

¹⁰¹ La communalité insiste sur la considération de l'individu pour les autres ainsi que sur l'importance des relations interpersonnelles (Lonnqvist, Verkasalo et Bezmenova, *op. cit.*, *cf.* chapitre 3, partie 1.2.3, page 62).

3. Conclusion

Le projet de recherche présenté dans le cadre de cette thèse, visait à comprendre la mise en place des processus autoprésentationnels en fonction des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* ou *online*) d'une échelle de désirabilité sociale (*i.e.* le DS36, Tournois, Mesnil et Kop, 2000). Pour répondre à cette problématique, l'approche expérientielle de l'équivalence des formats de passation a été mobilisée (*cf.* chapitre 2, partie 3, page 36). Ainsi, deux hypothèses, portant à la fois sur des facteurs dispositionnels (*e.g.* attitude envers l'informatique) et sur des facteurs situationnels (*i.e.* anonymat technique, présence d'un enjeu), ont été formulées et cinq expériences ont été réalisées.

Concernant l'équivalence psychométrique des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*), les différentes études ont abouti à des résultats divergents. Certaines concluent à l'équivalence des scores de désirabilité sociale ainsi obtenus alors que d'autres aboutissent à des scores distincts selon les formats de passation proposés. Ces différences sont, en partie, expliquées par l'approche expérientielle (*cf.* chapitre 2, partie 3, page 36) supposant l'existence de perceptions propres à chacun des formats informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Les conclusions des études réalisées démontrent effectivement des différences de perceptions entre les formats *offline* et *online* mais indiquent également la proximité des présentations de soi observées en condition papier/crayon et *online*. Ces résultats seraient expliqués par les habitudes d'usage (*cf.* étude 6, encadré 4) des participants (*i.e.* des étudiants) et par les perceptions qui en découlent (*i.e.* davantage centrées sur la situation de passation informatisée et le degré d'interaction qu'elle induit en format *online* et davantage centrées sur soi en format *offline*). Ce ne serait donc pas l'interface matérielle (*i.e.* écran ou clavier) qui influencerait les comportements de réponse durant les passations informatisées mais la perception du contexte qu'elles suscitent.

Les résultats observés soulignent donc l'importance de l'étude de l'équivalence des formats de passation. Qu'il y ait ou pas équivalence psychométrique (*i.e.* des scores obtenus), l'attitude des individus envers l'informatique ou la perception du contexte de passation peut influencer l'expression de la désirabilité sociale. Ces résultats interrogent donc sur les apports des approches psychométrique et expérientielle. La première paraît insuffisante pour répondre à la problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) et ne peut, de plus, être maîtrisée par des personnes

non expertes en ce qui concerne les fondements statistiques sous-tendant la construction et la validation des tests (*cf.* chapitre 1, page 4). La seconde, l'approche expérimentelle, apporte des éléments d'information sur la façon dont les individus perçoivent la situation de passation mais la pluralité des facteurs à contrôler et/ou à mesurer (*e.g.* anxiété informatique, attitude envers l'informatique) rend sa mise en œuvre difficile sur le terrain

Les résultats obtenus dans le cadre de cette thèse tendent également à montrer les insuffisances des recommandations concernant l'usage des tests (*cf.* chapitre 1, partie 1, page 6) et interrogent sur les pistes pouvant aider à les améliorer. Premièrement, ces recommandations ne pointent pas la distinction nécessaire des formats de passation *offline* et *online*. Ceux-ci n'induisent pas seulement des conditions de passation différentes en termes de protocoles (*e.g.* collectif/individuel, présence/absence de l'expérimentateur) ou de contraintes matérielles (*e.g.* vitesse de connexion), ils impliquent surtout l'expression de comportements de réponse autopréésentationnels différents que les praticiens doivent prendre en considération. Deuxièmement, ces recommandations n'insistent pas suffisamment sur l'importance des facteurs contextuels, jugés ici comme pouvant avoir une influence sur les réponses données à un test d'attitude. Cette remarque est d'autant plus pertinente pour les formats de passation *online* (*i.e.* passations à distance sans la présence et le contrôle du praticien). Il faudrait donc davantage insister sur ces aspects auprès des professionnels et trouver les moyens de les contrecarrer. En effet, comment prendre en compte la pluralité des facteurs dispositionnels et leur influence sur les comportements de réponse ? Comment rendre équitables les passations pour chaque individu ? La problématique de l'équivalence des formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) reste ainsi très actuelle car la démocratisation d'Internet, surtout l'usage croissant des réseaux sociaux, interroge sur la façon dont les gens perçoivent ce moyen de communication et s'y comportent. Les effets observés dans le cadre de cette thèse nécessitent des travaux supplémentaires pour affiner leur compréhension.

Le premier aspect à approfondir concerne les stratégies de présentation de soi en elles-mêmes et leur compréhension. Il semble nécessaire de compléter les résultats obtenus en répliquant les procédures expérimentales avec un matériel différent (*e.g.* inventaires de personnalité ou des tests de recrutement). Le second aspect à approfondir concerne la comparaison entre les formats de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*). Ces derniers ne peuvent être réduits à la simple distinction entre le *offline* et le *online* mais peuvent impliquer le recours à des discussions instantanées, à des forums, *etc.* Certains auteurs ont déjà commencé à les explorer en proposant une

comparaison entre des passations d'un test ou d'un entretien en situation de face à face classique (*i.e.* en présentiel) *versus* à distance (*e.g.* Bauer et al., 2004 ; Epstein et Klinkenberg, 2001). D'autres montrent que, pour un même format de passation (*i.e.* *online*), l'autoprésentation sera différente en fonction de certaines caractéristiques techniques telles que le nombre de caractères autorisés pour s'exprimer (*e.g.* Hancock, Thom-Santelli et Ritchie, 2004 ; Johnsen, 2007).

Enfin, certaines procédures expérimentales devront être améliorées dans l'objectif de disposer d'une démarche plus écologique et plus proche de la réalité du terrain. En effet, par souci d'homogénéisation des protocoles expérimentaux, certains d'entre eux se retrouvent éloignés de la pratique effective des tests notamment dans le secteur du recrutement. Nous avons principalement mis en place des passations collectives et en présence de l'expérimentateur pour tous les formats de passation (*i.e.* traditionnel et informatisés). Or, l'un des avantages revendiqués du format de passation *online* est la possibilité d'effectuer des passations à distance sans recourir à la présence d'une tierce personne. Le contexte étant différent, nous pouvons supposer que les comportements de réponse en seront affectés. Les recherches ultérieures auront pour objectifs de répondre à ces limites et interrogations dans le but d'appréhender au mieux la façon dont les individus s'autoprésentent selon les contextes dans lesquels ils se trouvent.

Bibliographie

Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: a theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), *Actions-control: from cognition to behavior* (11-39). Heidelberg: Springer.

Al-Khadi, A. & Al-Jabri, I. (1998). The relationship of attitudes to computer utilization: new evidence from a developing nation. *Computers in Human Behavior*, 14 (1), 23-42.

Allport, G.W. (1935). Attitudes. In G. Murchidison (Eds.). *Handbook of social psychology*. Worcester, M.A.: Clark university press.

Anderson, N. (2003). Applicant and recruiter reactions to new technology in selection: a critical review and agenda for future research. *International Journal of Selection and Assessment*, 11 (2), 121-136.

Bakan, D. (1966). The duality of human existence. An essay on psychology and religion. Chicago : Rand McNally.

Barak, A. (1999). Psychological applications on the Internet: A discipline on the threshold of a new millennium. *Applied and Preventive Psychology*, 8, 231-245.

Bartram, D. & Bayliss, R. (1984). Automated testing: past, present and future. *Journal of Occupational Psychology*, 57, 221-237.

Bartram, D. (2006). The internationalization of testing and new models of test delivery on the Internet. *International Journal of Testing*, 6(2), 121-131.

Baumeister, R.F., Hutton, D.G. & Tice, D.M. (1989). Cognitive process during deliberate self-presentation: how self presenters alter and misinterpret the behavior of their interaction partners. *Journal of Experimental Social Psychology*, 25, 59-78.

Baumeister, R.F. & Tice, D.M. (1986). For selves, two motives, and a substitute process self-regulation model. In R.F. Baumeister (Ed.), *public self and private self* (3, 63-74). New-York: Springer-Verlag.

Baumeister, R.F. & Jones, E.E. (1978). When self-presentation is constrained by the target's knowledge. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 608-618.

Baumeister, R.F. (1982). A self presentational view of social phenomena. *Psychological Bulletin*, 91, 3-26.

Baumeister, R.F. (1982). Self-esteem, self-presentation, and future interaction: a dilemma of reputation. *Journal of Personality*, 50, 29-45.

Beard, J.W. (1996). Impression management and information technology. Westport, Connecticut: Quorum books.

Beck, A.T. (1967). *Depression: clinical, experimental and theoretical aspects*. New York : Harper and Row.

Beckers, J.J. & Schmidt, H.G. (2003). Computer experience and computer anxiety. *Computers in Human Behavior*, 19, 785-797.

Beckers, J.J. & Schmidt, H.G. (2001). The structure of computer anxiety: a six factor model. *Computers in Human Behavior*, 17 (1), 35-49.

Beckers, J.J., Wicherts, J.M. & Schmidt, H.G. (2007). Computer anxiety: "trait" or "state"? *Computers in Human Behavior*, 23, 2851-2862.

Beech, J.R. & Harding, L. (1994). *Tests, mode d'emploi. Guide de psychométrie*. Paris : Centre de psychologie appliquée (Les éditions du centre de Psychologie Appliquée).

Bernaudo, J-L. (1998). *Les méthodes d'évaluation de la personnalité*. Dunod, coll. Les Topos.

Bernier, J-J. & Pietrulewicz, B. (1997). *La psychométrie. Traité de mesure appliquée*. Montréal : Gaétan Morin Editeur.

Blanchet, L., Pépin, M. & Loranger, M. (1998). Evaluation intellectuelle et informatique. *Revue québécoise de psychologie*, 19, 183-205.

Bonnardel, R. (1977). *Test de compréhension verbale*. (Editions Scientifiques et Psychotechniques des Etablissements d'Applications Psychotechniques). E.A.P.

Booth-Kewley, S., Larson, G.E. & Miyoshi, D.K. (2007). Social desirability effects on computerized and paper-and-pencil questionnaires. *Computers in Human Behavior*, 23, 463-477.

Booth-Kewley, S., Edwards, J.E. & Rosenfeld, P. (1992). Impression management, social desirability and computer administration of attitude questionnaires: does the computer make a difference? *Journal of Applied Psychology*, 77, 562-566.

Bozionelos, N. (2001). Computer anxiety: relationship with computer experience and prevalence. *Computers in Human Behavior*, 17, 213-224.

Bozionelos, N. (1996). Prevalence of computer anxiety in British managers and professionals? *Psychological Reports*, 78, 995-1002.

Brock, D. & Sulsky, L. (1994). Attitudes to computers: construct validation and relation to computer use. *Journal of Organizational Behavior*, 15, 17-35.

Buchanan, T. (2000). Potential of the Internet for personality research. In M.H. Birnbaum, (Ed.). *Psychological Experiments on the Internet* (121-138), San Diego, California: Academic Press.

Buchanan, T. & Smith, J.L. (1999a). Using the Internet for psychological research: Personality testing on the World Wide Web. *British Journal of Psychology*, 90, 125-144.

Buchanan, T. & Smith, J.L. (1999b). Research on the Internet: validation of a World Wide Web mediated personality scale. *Behavior Research Methods, Instruments and Computers*, 31 (4), 565-571.

Butcher, J.N. (2003) Computerized Psychological Assessment. In I.B. Weiner, J.R. Graham & J.A. Naglieri (Eds.). *Handbook of Psychology* (10, 141-164). New Jersey: Hoboken.

Byrd, D.M. & Koohang, A.A. (1989). A professional development question: is computer experience associate with subjects' attitude toward the perceived usefulness of computers? *Journal of Research on Computing in Education*, 21 (4), 401-410.

Cambon, L. (2006). La fonction évaluative de la psychologie, vers la mise en évidence de deux dimensions de la valeur : la désirabilité sociale et l'utilité sociale. *Psychologie Française*, 51, 285-305.

Cambre, M. & Cook, M. (1985). Computer anxiety: definition, measurement, and correlates. *Journal of Educational Computing Research*, 53, 37-53.

Capel, R. & Rossé, R. (2006). Pour une psychométrie spécifique des attitudes. *Pratiques Psychologiques*, 12, 85-96.

Capel, R. (2009). L'évaluation des personnes : théories et techniques. Genève : Slatkine.

Charlton, J.P. (2005). Measuring perceptual and motivational facets of computer control: the development and validation of the computing control scale. *Computers in Human Behavior*, 21, 791-815.

Christopherson, K.M. (2007). The positive and negative implications of anonymity in Internet social interactions: "On the Internet, Nobody's knows you're a dog". *Computers in Human Behavior*, 23,6, 3058-3056.

Chuah, C.S., Drasgow, F. & Roberts, B.W. (2006). Personality Assessment: Does the medium matter? No. *Journal of Research in Personality*, 40, 358-376.

Chuah, S.L., Chen, D.T. & Wong, A.F.L. (1999). Computer anxiety and its correlates: a meta analysis. *Computers in Human Behavior*, 15, 609-623.

Costa, P.T. & McCrae, R.R. (1992). NEO PI-R. Professional manual. Odessa, FL: Psychological Assessment resources, INC.

Crowne, D.P. & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of Consulting Psychology*, 24 (4), 349-354.

Daft, R.L. & Lengel, R.H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554-571.

Damarin, F. & Messick, S. (1965). Response styles as personality variables: a theoretical integration. Princeton, NJ: Educational testing service.

Davis, C. & Cowles, M. (1989). Automated Psychological Testing: methods of administration need for approval, and measure of anxiety. *Educational and Psychological Measurement*, 49, 311-321.

Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Mis Quartely*, 13(3), 319-340

Deconde, G. (2009). *Etude Itérative des liens entre utilisabilité et acceptabilité d'un dispositif de saisie et de reconnaissance de l'écriture manuscrite* (Thèse de doctorat inédite). Université Rennes 2.

Derks, D., Fisher, A.H. & Bos A.E.R. (2008). The role of emotion in computer-mediated communication: A review. *Computers in Human Behavior*, 24, 766-785.

Divine, R.L., Wilson, J.H. & Daubek, H.G. (1997). Antecedents of student attitude toward computers. *Journal of Marketing Education*, 19, 54-65.

Durand, C. (2003). L'analyse factorielle et l'analyse de fidélité. Notes de cours, manuscrit inédit. Université de Montréal.

Durndell, A. & Haag, Z. (2002). Computer self efficacy, computer anxiety, attitudes towards the Internet and reported experience with the Internet, by gender, in an east European sample. *Computers in Human Behavior*, 18, 521-535.

Dwight, S.A. & Feigelson, M.E. (2000). A quantitative review of the effect of computerized testing on the measurement of social desirability. *Educational and Psychological Measurement*, 60 (3), 340-360.

Edwards, A.L. (1953). The relationship between the judged desirability of a trait and the probability that the will be endorsed. *Journal of Applied Psychology*, 37, 90-93.

Elliott, A.J., Maier, M.A., Moller, A.C., Friedman, R. & Meinhardt, J. (2007). Color and psychological functioning: the effect of red on performance attainment. *Journal of Experimental Psychology : General*, 136, 154-168.

Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (2), 415-441

Epstein, J. & Klinkenberg, W.D. (2001). From Eliza to Internet: A brief history of computerized assessment. *Computers in Human Behavior*, 17, 295-314.

Evan, W.M. & Miller, J.R. (1969). Differential effects on response bias of computer .vs. Conventional administration of social science questionnaire: an exploratory methodological experiment. *Behavioral Science*, 14, 3, 216-227.

Fazio, R.H. (1990). Multiple processes by which attitudes guide behavior: the MODE model as an integrative framework. In M.P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (23, 75-110). San Diego: Academic Press.

Feigelson, M.E. & Dwight, S.A. (2000). Can asking questions by computer improve the candidness of responding? A meta-analytic Perspective. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 52 (4), 248-255.

Fenigstein, A., Scheier, M.F. & Buss, A.H. (1975). Public and private self-consciousness: assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43, 522-527.

Finegan, J.E. & Allen, N.J. (1994). Computerized and written questionnaires: are they equivalent? *Computers in Human Behavior*, 10, 483-496.

Finger, M.S. & Ones, D.S. (1999). Psychometric equivalence of the computer and booklet forms of the MMPI: a meta-analysis. *Psychological Assessment*, 11 (1), 58-66.

Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research. Reading : Addison-Wesley.

Fiske, S.T. (2008). Psychologie sociale. De Boeck, coll. "Ouvertures Psychologiques".

Fiske, S.T. & Taylor, S.E. (1991). Social cognition (2nd Ed.). New York: McGraw-Hill.

Fox, S. & Schwartz, D. (2002). Social desirability and controllability in computerized and paper-and-pencil personality questionnaires. *Computers in Human Behavior*, 18, 389-410.

French, C.C. & Beaumont, J.G. (1987). The reactions of psychiatric patients to computerized assessment. *British Journal of clinical psychology*, 26 (4), 267-278.

Gaglio, G. (2011). *Sociologie de l'innovation*. Que sais-je ? Paris : PUF.

Gardner, W.L., Martinko, M.J. & Peluchette, J.V.E. (1996). A self-presentational perspective of computer mediated communication. In J.W. Beard (Ed.). *Impression management and information technology* (chapitre 2, 7-21). Westport, Connecticut : Quorum Books.

Gaudron, J-P. (1998a). Les effets de l'anxiété informatique et de la pratique de l'ordinateur sur les performances à un test automatisé d'intelligence. *Le Travail Humain*, 61, 263-280.

Gaudron, J-P. (1998b). Le développement et la validation de l'échelle de mesure de l'anxiété informatique. *Psychologie et Psychométrie*, 19 (4), 21-42.

Gaudron, J-P. (1999a). Les effets de l'anxiété informatique sur les performances et les styles de comportement pendant un testing en situation stressante. Dans M. Huteau et J. Lautrey (Eds.), *Approches différentielles en Psychologie* (pp. 321-324). Rennes: PUR.

Gaudron, J-P. (1999b). La psychométrie assistée par ordinateur: problématique en question et perspectives de recherche. *L'Orientation scolaire et professionnelle*, 28, 31-62.

Gaudron, J.P. & Vignoli, E. (2002). Assessing computer anxiety with the interaction model of anxiety: development and validation of the computer anxiety trait subscale. *Computers in Human Behavior*, 18, 315-325.

Gaudron, J-P. (2006). La psychométrie assistée par ordinateur: quelles applications, quels avantages et quelles limites? In C. Lévy-Leboyer, C. Louche et J.P. Rolland (Eds.), *RH: les apports de la psychologie du travail. 1. Management des personnels* (pp. 227-245). Paris: Editions d'Organisation.

Gendre, F. (1988). L'orientation rationnelle unifiée synthétisée (ORUS) : un modèle d'aide à la décision professionnelle assistée par ordinateur. *Revue de Psychologie Appliquée*, 38 (1), 5-30.

Georges, E.C., Lankford, J.C. & Wilson, S.E. (1992). The effects of computerized versus paper-and-pencil administration on measure of negatives effects. *Computers in Human Behavior*, 8, 203-209.

Gergen, K.J., Gergen, M. & Barton, W. (1973). Deviance in the dark. *Psychology Today*, 7, 129-130.

Glass, C. & Knight, L. (1988). Cognitive factors in computer anxiety. *Cognitive therapy and research*, 12, 351-366.

Gnambs, T., Appel, M. & Batinic, B. (2010). Color red in web-based knowledge testing. *Computers in Human Behavior*, 26 (6), 1625-1631.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New-York, Doubleday Anchor.

Gulliksen, H. (1950). *Theory of Mental Tests*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Gwaltney, C.J., Shields, A.L. & Shiffman, S. (2008). Equivalence of electronic and paper-and-pencil administration of patient reported outcomes measures: a meta-analysis review. *International Society for pharmaeconomics and outcomes Research*, 11 (2), 322-333.

Hancock, D.R. & Flowers, C.P. (2001). Comparing Social Desirability responding on World Wide Web and paper-administrated surveys. *Educational technology research and development*, 49 (1), 5-13.

Hancock, J.T., Thom-Santelli, J. & Ritchie, T. (2004). Deception and design: the impact of communication technologies on lying behavior. *Proceedings of the 2004 Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI 2004)*, 6, 130-136, New-York: ACM.

Harrison, A.W. & Rainer, K., Jr. (1992). An examination of the factor structures and concurrent validities for the computer attitude scale, the computer anxiety rating scale, and the computer self-efficacy scale. *Educational and Psychological Measurement*, 52, 735-745.

Heinssen, A.K., Glass, C.R. & Knight, L.A. (1987). Assessing computer anxiety: development and validation of computer anxiety rating scale. *Computers in Human Behavior*, 3 (1), 49-59.

Hertel, G., Schroer, J., Batinic, B. & Naumann, S. (2008). Do shy people prefer to send e-mail? Personality effects on communication media preferences in threatening and nonthreatening situations? *Social Psychology*, 39 (4), 231-243.

Hettich, P.I. & Walther, R.E. (1970). Effects of experimenter absence and subject briefing on social desirability scale scores. *Journal of consulting and clinical Psychology*, 35(3), 372-375.

Hile, M. G., & Adkins, R. E. (1997). Do substance abuse and mental health clients prefer automated assessments? *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 29,146-150.

Hofer, P.J. & Green, B.F. (1985). The challenge of competence and creativity in computerized psychological testing. *Journal of consulting and clinical Psychology*, 53(6), 826-838.

Hofer, P.J. (1985). Developing Standards for computerized psychological testing. *Computers in Human Behavior*, 1, 301-315.

Holtgraves, T. (2004). Social desirability and self-reports: Testing models of socially desirable responding. *Personality and social Psychological bulletin*, 30, 161-172.

Honaker, L.M. (1988). The equivalency of computerized and conventional MMPI administration: a critical review. *Clinical Psychology review*, 8, 561-577.

Honaker, L.M. & Fowler, R.D. (1990). Computer-assisted psychological assessment. In G. Goldstein & M. Hersen (Eds.), *Handbook of psychological assessment* (pp 521-545), New-York: Pergamon Press.

Howard, G.S. (1986). Computer anxiety and management use of microcomputer. Ann Arbor : Umi Research press.

Howard, G.S. & Smith, R.D. (1986). Computer anxiety in management: myth or reality? *Communications of the ACM*, 29, 611-615.

Huang, H-M. (2006). Do print and web surveys provide the same results? *Computers in Human Behavior*, 22, 334-350.

Huang, H. M., & Liaw, S. S. (2005). Exploring users' attitudes and intentions toward the Web as a survey tool. *Computers in Human Behavior*, 21(5), 729-743

Joinson, A.N. (1999). Social desirability, anonymity, and Internet-based questionnaires. *Behavior Research Methods, Instruments & Computers*, 31 (3), 433-438.

Joinson, A.N. (2003). Understanding the psychology of Internet Behavior: virtual worlds, real lives. New-York: Palgrave Macmillan.

Jones, E.E. & Sigall, H. (1971). The Bogus Pipeline: A new paradigm for measuring affect and attitude. *Psychological Bulletin*, 76 (5), 349-364.

Jones, E.E. & Wortman, C. (1973). Ingratiation: an attributional approach. Morristown, N.J.: General Learning Press.

Jones, T. & Clarks, V.A. (1995). Diversity as a determinant of attitudes: a possible explanation of the apparent advantage of single-sex settings. *Journal of Educational Computing Research*, 12, 51-64.

Juhel, J. & Rouxel, G. (2005). Effets du contexte d'évaluation sur les dimensions de la désirabilité sociale. *Psychologie du travail et des organisations*, 11, 59-68.

Kay, R.H. (1989). A practical and theoretical approach to assessing computer attitudes: the computer attitudes measure. *Journal of Research on Computing in Education*, 21 (4), 456-463.

Kiesler, S. & Sproull, L.S. (1986). Response effects in the electronic survey. *Public Opinion Quarterly*, 50, 402-413.

Kiesler, S., Siegel, J. & McGuire, T.W. (1984). Social psychological aspects of Computer-mediated communication. *American Psychologist*, 39 (10), 1123-1134.

King, W. C. & Miles, E.W. (1995). A quasi-experimental assessment of the effect of computerizing non cognitive paper-and-pencil measurements: a test of measurement equivalence. *Journal of Applied Psychology*, 80, 643 - 51.

Kline, P. (2000). Handbook of psychological testing. London : Routledge.

Kline, P. (1994). An essay guide to factor analysis. London: Routledge.

Korobili, S., Togia, A. & Malliari, A. (2010). Computer anxiety and attitude among undergraduate students in Greece. *Computers in Human Behavior*, 26 (3), 399-405.

Kramer, N.C. & Winter, S. (2008). Impression Management 2.0. The relationship of self esteem, extraversion, self efficacy, and self presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 106-116.

Kveton, P., Jelinek, M., Voboril, D. & Klimusova, H. (2007). Computer-based tests: the impact of test design and problem of equivalency. *Computers in Human Behavior*, 23, 32-51.

Lalomia, M.J. & Sidowski, J.B. (1993). Measurement of computer anxiety: a review. *International Journal of Human-Computer interactions*, 5 (3), 239-266.

Lambert, M.E., Andrews, R.H., Ryler, K. & Skinner, J.R. (1987). Equivalence of computerized and traditional MMPI administration with substance abusers. *Computers in Human Behavior*, 3, 139-143.

Lautenschlager, G.J. & Flaherty, V.L. (1990). Computer administration of questions: More desirable or more social desirability? *Journal of Applied Psychology*, 75 (3), 310-314.

Laveault, D. & Grégoire, J. (2002). Introduction aux théories des tests en psychologie et en sciences de l'éducation. (2ème édition). De Boeck.

Leary, M.R. & Kowalski, R.M. (1990). Impression Management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107, 34-47.

Leary, M.R. (1989). Self presentational processes in leadership emergence and effectiveness. In R. Giacalone & P. Rosenfeld (Eds.), *Impression management in the organization* (363-375). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Lee, R.S. (1970). Social attitudes and the computer revolution. *Public Opinion Quarterly*, 34, 53-59.

Legris, P., Ingham, J. & Collette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of Technology acceptance model. *Information & Management*, 40, 191-204.

Lemoine, C. (1994). Connaissance d'autrui et enjeu psycho-social. Publication de l'Université de Rouen.

Levine, T., & Donista-Schmidt, S. (1998). Computer use, confidence, attitudes, and knowledge: A causal analysis. *Computers in Human Behavior*, 14(1), 125-146.

Loonqvist, J-E., Verkasalo, M. & Bezmenova, I. (2007). Agentic and communal bias in socially desirable responding. *European Journal of Personality*, 21, 853-868.

Lord, F.M. & Novick, M.R. (1968). Statistical theories of mental test scores. Reading, M.A. : Addison-Wesley.

Luce, K.H., Winzelberg, A.J., Das, S., Osborne, M.L., Bryson, S.W. & Taylor, C.B. (2007). Reliability of self-report: paper versus online administration. *Computers in Human Behavior*, 23, 1384-1389.

Marcoulides, G.A. & Wang, X.B. (1990). A cross-cultural comparison of computer anxiety in college students. *Journal of educational*, 6(3), 251-263.

Markus, H. & Nurius, P. (1986). Possibles selves. *American Psychologist*, 51, 858-866.

Martin, C.L. & Nagao, D.H. (1989). Some effects of computerized Interviewing on job applicant responses. *Journal of Applied Psychology*, 74(1), 72-80.

Martinot, D. (2001). Connaissance de soi et estime de soi : ingrédients pour la réussite scolaire. *Revue des sciences de l'éducation*, 27(3), 483-502.

Mead, A.D. & Drasgow, F. (1993). Equivalence of computerized and paper-and-pencil cognitive ability tests: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 114 (3), 449-458.

Meade, A.W., Michels, L.C. & Lautenschlager, G.J. (2007). Are Internet and paper-and-pencil personality tests truly comparable? *Organizational Research Methods*, 10 (2), 322-345.

Morse, B.J., Gullekson, N.L., Morris, S.A. & Popovich, P.M. (2011). The development of a general Internet attitude scale. *Computer in Human Behavior*, 27 (1), 480-489.

Naglieri, J.A., Drasgow, F., Schmidt, M., Handler, L., Prifitera, A., Margolis, A. & Velasquez, R. (2004). Psychological Testing on the Internet: new problems, Old Issues. Report of the Internet Task Force.

Naus, M.J., Philipp, L.M. & Samsi, M. (2009). From paper to pixels: A comparison of paper and computer formats in psychological assessment. *Computers in Human Behavior*, 25 (1), 1-7.

Nederhof, A.J. (1984). Visibility of response as mediating factor in equity research. *The Journal of Social Psychology*, 122, 211-215

Nederhof, A.J. (1985). Methods of coping with social desirability bias: a review. *European Journal of social*, 15, 263-280.

Nickell, G.S. & Pinto, J.N. (1986). The computer attitude scale. *Computers in Human Behavior*, 2, 301-306.

Noyes, J. & Garland, K. (2006). Explaining students' attitudes toward books and computers. *Computers in Human Behavior*, 22, 351-363.

Orwell, G. (1972). 1984. Gallimard, 438 p.

Paulhus, D.L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 3, 598-609.

Paulhus, D.L. & Reid, D.B. (1991). Enhancement and Denial in Socially Desirable Responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 301-317.

Paulhus, D.L. & Levitt, K. (1987). Desirable responding triggered by affect: automatic egotism? *Journal of Personality and Social Psychology*, 52 (2), 245-259.

Paulhus, D.L. (1998). The balanced inventory of desirable responding (BIDR-7). Toronto/Buffalo: Multi-Health Systems.

Paulhus, D.L. & John, O.P. (1998). Egoistic and moralistic biases in self-perception: the interplay of self-deceptive styles with basic traits and motives. *Journal of Personality*, 66(6), 1025-1060.

Paulhus, D.L. (2002). Socially desirable responding: The evolution of a construct. In H. Braun, D.N. Jackson, & D.E. Wiley (Eds.), *The role of constructs in psychological and educational measurement* (67-88). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Pauls, C.A. & Crost, N.W. (2004). Effects of faking on self-deception and impression management scales. *Personality and Individual Differences*, 37, 1137-1151.

Perrissol, S. (2004). *Exposition sélective appliquée aux objets alcool et tabac: influence de la structure et de la mesure de l'attitude*. (Thèse de doctorat inédite). Université Rennes 2.

Phares, E.J. (1976). Locus of control in personality. Morrison, General Learning Press.

Pinsonneault, T.B. (1996). Equivalency of computer-assisted and paper-and-pencil administered versions of the Minnesota Multiphasic Personality Inventory-2. *Computers in Human Behavior*, 12 (2), 291-300.

Ployhart, R.E., Weekley, J.A., Holtz, B.C. & Kemp, C. (2003). Web-based and paper-and-pencil testing of applicants in a proctored setting: are personality, biodata, and situational judgment tests comparable? *Personnel Psychology*, 56, 733-752.

Potosky, D. & Bobko, P. (1998). The computer understanding and experience scale: a self report measure of computer experience. *Computers in Human Behavior*, 14 (2), 337-348.

Rainer, R.K. & Miller, M.D. (1996). An assessment of the psychometric properties of the computer attitude scale. *Computers in Human Behavior*, 12 (1), 93-105.

Raven, J. C. (1936). Mental tests used in genetic studies: The performances of related individuals in tests mainly educative and mainly reproductive. Document non publié, University of London.

Raven, J. (1990). Progressive Matrices - Manuel. Issy-les-Moulineaux : Editions Scientifiques et Psychotechniques.

Reber, A.S. (1985). Dictionary of psychology (Expérience informatique subjective). London: Penguin Books.

Reips, U.D. (2000). The Web experiments method: advantages, disadvantages and solutions. In M.H. Birnbaum (Ed.). *Psychological Experiments on the Internet* (89-114). San Diego, California: Academic Press.

Reis, H. & Gruzen, J. (1976). On mediating equity, equality and self-interest: the role of self presentation in social exchange. *Journal of Experimental and Social Psychology*, 12, 487-503.

Richman, W.L., Kiesler, S., Weisband, S. & Drasgow, F. (1999). A meta-analytic study of social desirability distortion in computer-administered questionnaires, traditional questionnaires, and interview. *Journal of Applied Psychology*, 84 (5), 754-775.

Riordan, M.A. & Kreuz, R.J. (2010). Cues in computer-mediated communication: a corpus analysis. *Computers in Human Behavior*, 26 (6), 1806-1817.

Rolland, J.P. (2004). L'évaluation de la personnalité. Le modèle en cinq facteurs. Edition Mardaga.

Rolland, J.P. (1994). Désirabilité sociale de "marqueurs" des dimensions de personnalité du modèle en cinq dimensions: le rôle de l'enjeu. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 44, 65-71.

Rosen, L.D. & Maguire, P. (1990). Myths and realities of computerphobia: a meta analysis. *Anxiety Research*, 3, 175-191.

Rosenberg, M.J. (1979). *Conceiving the self*. New-York : Basics.

Rosenberg, M.J. & Hovland, C.I. (1960). Cognitive, affective and behavioral components of attitude. In C.I. Hovland & M.J. Rosenberg (Eds.). *Attitude, organization and change: an analysis of consistency among attitude component* (1-14). New Haven CT: Yale university press.

Rosenfeld, P., Booth-Kewley, S., Edwards, J.E. & Thomas, M.D. (1996). Responses on Computer Surveys: Impression Management, Social Desirability, and the Big Brother Syndrome. *Computers in Human Behavior*, 12 (2), 263-274.

Rotter, J.B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological monographs : general and applied*, 80, 1-28.

Rozensky, R.H., Honor, L.F., Rasinski, K., Tavian, S.M. and Herz, G. (1986). Paper-and-pencil versus computer administered MMPI: A comparison of patient's attitudes. *Computers in Human Behavior*, 2, 111-116.

Sackeim, H.A. & Gur, R.C. (1978). Self-deception, self confrontation and consciousness. In G.E. Schwartz & D. Shapiro (Eds). *Consciousness and self regulation: Advances in research* (vol. 2, pp 139-197). New York: plenum press.

Salgado, J.F. & Moscoso, S. (2003). Internet-based personality testing: Equivalence of measures and assesses' perceptions and reactions. *International Journal of Selection and Assessment*, 11 (2), 194-205.

Sankaran, S.R., Sankaran, D. & Bui, T.K. (2000). Effect of student attitude to course format on learning performance: an empirical study in web vs. Lecture instruction. *Journal of instructional*, 27 (1), 66-73.

Satow, K.L. (1975). Social Approval and Helping. *Journal of experimental social*, 11 (6), 501-509.

Schlenker, B. (1980). Impression management: the self-concept, social identity and interpersonal relations. Monterey, C.A., Brooks/Cole.

Schlenker, B. (1986). Self-identification: toward an integration of the private and the public self. In R. Baumeister (Ed.), *Public self and private self* (21-62). New-York: Springer-Verlag.

Schlenker, B. & Weigold, M.F. (1992). Interpersonal processes involving impression regulation and management. *Annual Review of Psychology*, 43, 133-168.

Schmidt, W.C. (1997). World-Wide Web survey Research: Benefits, potential problems, and solutions. *Behavior Research Methods, Instruments & Computers*, 29 (2), 274-279.

Schmitz, N., Hartkamp, N., Brinshwitz, C., Michalek, S. & Tress, W. (2000). Comparison of the standard and the computerized versions of the symptom check list (SCL-90-R): a randomized trial. *Acta Scandinavia*, 102, 147-152.

Schuldberg, D. (1988). The MMPI is less sensitive to the automated testing format than it is to repeat testing: item and scale effects. *Computers in Human Behavior*, 4, 285-298.

Schulenberg, S.E. & Yutrzenka, B.A. (2004). Ethical issues in the use of computerized assessment. *Computers in Human Behavior*, 20, 477-490.

SFP (Société Française de Psychologie). La problématique de l'utilisation des tests. Repéré à l'URL : <http://www.sfpsy.org/spip.php?article9>.

SFP (Société Française de Psychologie, 2003). Recommandations internationales sur l'utilisation des tests. Adaptées par P. Vrignaud, D. Castro & J-L. Mogenet. Téléchargeable sur le site de la SFP : <http://www.sfpsy.org>.

SFP (Société Française de Psychologie, 2007). Recommandations de la commission internationale des tests sur les tests informatisés ou distribués par Internet. Adaptées par P. Vrignaud, A. Chevalier & A. Paineau. Téléchargeable sur le site de la SFP : <http://www.sfpsy.org>.

Shaft, T.M., Sharfman, M.P. & Wu, W.W. (2004). Reliability assessment of the attitude towards computers instrument (ATCI). *Computers in Human Behavior*, 20, 661-689.

Skinner, H.A. & Pakula, A. (1986). Challenge of computers in psychological assessment. *Professional Psychology : Research and Practice*, 17 (1), 44-50.

Smith, B., Caputi, P. & Rawstorne, P. (2007). The development of a measure of subjective computer experience. *Computers in Human Behavior*, 23 (1), 127-145.

Smith, B. & Caputi, P. (2007). Cognitive interference model of computer anxiety: implications for computer-based assessment. *Computers in Human Behavior*, 23, 1481-1498.

Smith, E. & Oosthuizen, H.J. (2006). Attitudes of entry-level University students towards computers: a comparative study. *Computers & Education*, 47 (3), 352-371.

Smith, R.E. (1963). Examination by computer. *Computer in Behavioral Science*, 8(1), 76-77.

Spielberger, C.D., Gorsuch, R.L. & Lushene, R.E. (1970). STAI manual (Palo Alto). CA: Psychologist press.

Sproull, L.S. & Kiesler, S.B. (1991). Connections: new ways of working in the networked organization. Cambridge, M.A.: MIT press.

Steiner, D. D., & Gilliland, S. W. (2001). Procedural justice in personnel selection: International and cross-cultural perspectives. *International Journal of Selection and Assessment*, 9, 124-137.

Taylor, C., Kirsch, I., Jamieson, J. & Eignor, D. (1999). Examining the relationship between computer familiarity and performance on computer based language tasks. *Language Learning*, 49 (2), 219-274.

Teo, T. (2008). Assessing the computer attitudes of students: An Asian perspective. *Computers In Human Behavior*, 24, 1634-1642.

Terrade, F., Pasquier, H., Reerink-Boulanger, J., Gingouain, G. et Somat, A. (2009). L'acceptabilité sociale : la prise en compte des déterminants sociaux dans l'analyse de l'acceptabilité des systèmes technologiques. *Le Travail Humain*, 72 (4), 383-395.

Tesser, A. & Smith, J. (1980). Some effects of friendship and task relevance on helping: you don't always help the one you like. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16, 582-590.

The International Test Commission. (2006). International guidelines on computer-based and Internet-delivered testing. *Journal of International Testing*, 6(2), 143-172.

Toch, H. (1969). The violent man: an inquiry into the psychology of violence. Penguin Books.

Torkzadeh, G. and Angulo, I. (1992). The concept and correlates of computer anxiety. *Behavior & Information Technology*, 11 (2), 99-108.

Tournois, J., Mesnil, F. & Kop J-L. (2000). Autoduperie et Hétéroduperie: un instrument de mesure de la désirabilité sociale. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 50 (1), 219-232.

Valla, J.-P., Bergeron, L., Breton, J.J., Gaudet, N., Berthiaume, C., St Georges, M., Daveluy, C., Tremblay, V., Lambert, J., Houde, L. , Lépine, S. & Smolla, N. (1997). Enquête québécoise sur la santé mentale des jeunes de 6 à 14 ans : 1992-Volume 1 : Méthodologie. Montréal, Hôpital Rivière-des-Prairies et Santé Québec en collaboration avec le Ministère de la Santé et des Services Sociaux.

Vallerand, R.J. (1989). Vers une méthodologie de validation transculturelle de questionnaires psychologiques : implications pour la recherche en langue française. *Canadian Psychology*, 30 (4), 662-680.

Van de Vijver, F. & Tanzer, N.K. (1997). Bias and equivalence in cross-cultural assessment: an overview. *European Review of Applied Psychology*, 47 (4), 263-279.

Vansickle, T.R., Kimmel, C., & Kapes, J.T. (1989) Test-Retest Equivalency of the Computer-Based and Paper-Based Versions of the Strong-Campbell Interest Inventory. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 22, 88-93.

Venkatesh, V. & Davis, F.D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46 (2), 186–204.

Vispoel, W.P., Boo, J. & Bleiler, T. (2001). Computerized and paper-and-pencil versions of the Rosenberg self esteem scale: a comparison of psychometrics features and respondent preferences. *Educational and Psychological Measurement*, 61 (3), 461-474.

Wald, F.D.M. & Mellenbergh, G. (1990). De verkonte versie van de nederlandse vertaling van de profile of mood states (POM). *Miscellaneous Papers*, 45, 86-90.

Walkstein, C-M. (1995). L'évaluation psychologique pilotée par ordinateur : problèmes de format et considérations méthodologiques. *Le Travail Humain*, 58 (1), 47-69.

Wang, S., Jiao, H., Young, M.J., Brooks, T. & Olson, J. (2008). Comparability of Computer-based and Paper-and-Pencil Testing in K-12 Reading Assessments. *Educational and Psychological Measurement*, 68 (1), 5-24.

Watson, C.G., Juba, M., Anderson, P.E. & Manifold, V. (1990). What does the Keane and al. PTSD scale for the MMPI measure? *Journal of clinical psychology*, 46, 600-606.

Whitaker, B.G. (2007). Internet-based attitude assessment: does gender affect measurement equivalence? *Computers in Human Behavior*, 23 (3), 1183-1194.

Withener, E.M. & Klein, H.J. (1995). Equivalence of computerized and traditional research methods: the role of scanning, social environment, and social desirability. *Computers in Human Behavior*, 11 (1), 65-75.

Wiggins, J.S. (1964). Convergences among stylistic response measures from objective personality test. *Educational and Psychological Measurement*, 24, 551-562.

Wilkerson, J.M., Nagao, D.H. & Martin, C.L. (2002). Socially desirable responding in computerized questionnaires: when questionnaires purpose matters more than the mode. *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (3), 544-559.

Williams, J.E. & McCord, D.M. (2006). Equivalence of standard and computerized versions of Raven Progressive Matrices test. *Computers in Human Behavior*, 22, 791-800.

Woodrow, J.E. (1991). A comparison of four computer attitude scale. *Journal of Educational Computing Research*, 7 (2), 165-187.

Zimbardo, P.G. (1969). The human choice: individuation, reason and order vs. Deindividuation, impulse and chaos. In W.J. Arnold and D. Levine (Eds.), *Nebraska symposium on motivation* (237-307). Lincoln: university of Nebraska press.

Annexes

| | |
|---|-----|
| Annexe 1 : mesure de l'expérience informatique (Expérimentation 1) | 215 |
| Annexe 2 : mesures de l'anxiété et de l'attitude envers informatique (Expérimentation 1) ... | 218 |
| Annexe 3 : items issus du DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000)..... | 222 |
| Annexe 4: Exemple d'items du DS36 présentés <i>via</i> le format de passation informatisé | 226 |
| Annexe 5 : mesures de l'expérience informatique subjective et objective et de l'attitude envers Internet (Expérimentation 2)..... | 228 |
| Annexe 6 : consigne du DS36 pour la condition "anonymat" (expérimentation 3) | 237 |
| Annexe 7 : consigne du DS36 pour la condition "identification" (expérimentation 3)..... | 238 |
| Annexe 8 : Exemple des modalités de présentation du DS36 (expérimentation 3) | 239 |
| Annexe 9 : consigne du DS36 pour la condition "anonymat" et pour le format de passation induit informatisé (expérimentation 4)..... | 241 |
| Annexe 10 : consigne du DS36 pour la condition "identification" et pour le format de passation induit informatisé (expérimentation 4) | 242 |
| Annexe 11 : consigne du DS36 pour la condition "anonymat" et pour le format de passation induit online (expérimentation 4)..... | 243 |
| Annexe 12 : consigne du DS36 pour la condition "identification" et pour le format de passation induit online (expérimentation 4) | 244 |
| Annexe 13 : consigne du DS36 pour la condition "anonymat" et pour le format de passation traditionnel (expérimentation 4) | 245 |
| Annexe 14 : consigne du DS36 pour la condition "identification" et pour le format de passation traditionnel (expérimentation 4) | 246 |
| Annexe 15 : exemple des modalités de présentation des items du DS36 pour le format de passation induit <i>offline</i> | 247 |
| Annexe 16 : Exemple des modalités de présentation des items du DS36 pour le format de passation induit <i>online</i> | 248 |
| Annexe 17 : exemple des modalités de présentation des items du DS36 pour le format de passation traditionnel | 249 |
| Annexe 18 : mesure de l'acceptabilité sociale des dispositifs informatisés de recrutement (expérimentation 5) | 251 |

Annexe 19 : Modalités de présentation des items du DS36 *via* le format de passation *online*258

Annexe 20 : inventaire des usages relatifs au média papier263

Annexe 21 : inventaire des usages relatifs au média *offline*263

Annexe 22 : inventaire des usages relatifs au média *online*264

Annexe 23 : catégorisation des différents usages.....264

1. Expérimentation 1

1.1. Présentation de l'expérimentation 1 : l'équivalence des formats de passation traditionnel (i.e. papier/crayon) et informatisé (i.e. offline) dans le cadre de l'approche expérientielle

Cette première expérimentation vise à comprendre la mise en place de comportements autoprésentationnels en fonction du format de passation (*i.e.* traditionnel *versus* informatisé) en adoptant une approche expérimentale prenant en compte le répondant (*i.e.* équivalence expérientielle). Nous nous proposons de répliquer le protocole expérimental classiquement utilisé (*i.e.* comparaison intergroupe) dans le champ de recherche de l'équivalence des formats de passation, traditionnel *versus* informatisé, tout en incluant l'étude de variables dispositionnelles (*i.e.* expérience informatique, anxiété informatique et attitude envers l'informatique). Nous avons deux objectifs portant 1) sur l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisé (*i.e. offline*) du DS36 et 2) sur la mise en évidence de facteurs dispositionnels influençant l'expression de conduites autoprésentationnelles lors de passations informatisées. Cette première expérimentation démontre 1) la non équivalence des formats de passation du DS36 et 2) l'influence de l'attitude envers l'informatique sur l'expression de comportements socialement désirables.

1.2. Matériel expérimental

Annexe 1 : mesure de l'expérience informatique (Expérimentation 1)

Note : Pour cette expérimentation, le score a été calculé à partir d'un nombre de points prédéfinis pour chaque item. Ces points sont indiqués, ici, en grisé mais les répondants n'en n'avait pas connaissance.

Ce questionnaire porte sur votre utilisation de l'informatique.
Vous devrez y répondre en entourant la lettre qui correspond à la réponse la plus proche de vos habitudes.
Il n'y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses.

Merci de votre participation.

Age : Sexe : F M Date : .. / .. / 2005 Prénom :
Code :

- 1- De manière générale, à quel rythme utilisez-vous un ordinateur ?
 - a. Tous les jours (3 points)
 - b. Deux à trois fois par semaine (2 points)
 - c. Deux à trois fois par mois (0 point)

- 2- Depuis combien de temps utilisez-vous un ordinateur ?
 - a. Moins d'un an (0 point)
 - b. Entre un et deux ans (2 points)
 - c. Plus de deux ans (3 points)

- 3- Pour quelles raisons utilisez-vous un ordinateur ?
 - a. Raisons personnelles (divertissements, gestion du quotidien, ...) (1 point)
 - b. Raisons professionnelles (1 point)
 - c. Les deux (3 points)

- 4- Avez-vous suivi une ou plusieurs formations en informatique (professionnelle ou universitaire) ?
 - a. Oui (2 points)
 - b. Non (0 point)

Si oui, quand a-t-elle eu lieu ? Quel était son contenu et sa durée ?

.....

5- Vous intéressez-vous à la littérature spécialisée dans le domaine de l'informatique ?

- a. Oui (3 points)
- b. Non (0 point)

Si oui, pouvez-vous donner un ou plusieurs exemples de vos lectures ainsi que de leurs fréquences d'achat ?

.....

.....

.....

.....

6- Pourquoi lisez-vous ces magazines ? (plusieurs réponses possibles)

- a. Par curiosité (1 point)
- b. Par nécessité (besoin d'être tenu informé des progrès de l'informatique, approfondissement de l'apprentissage informatique, ...) (3 points)
- c. Autres (précisez) : (1 point)

7- Utilisez-vous : (plusieurs réponses possibles)

- a. Appel hotline (aide par téléphone) (0 point)
- b. Aide en ligne ou aide inclus dans les logiciels (0 point)
- c. Conseils présentés dans les magazines spécialisés (3 points)
- d. Autres (précisez) :

8- Vous arrive-t-il de dépanner vous-même votre ordinateur ?

- a. Oui (2 points)
- b. Non (0 point)

Si oui, quel genre de panne vous arrive-t-il de réparer seul ?

.....

9- Quelle est votre utilisation la plus fréquente de l'ordinateur ? Vous devez classer vos réponses de la plus fréquente à la plus rare en les numérotant de 1 à 5 (1 sera la

réponse la plus fréquente et 5 la plus rare). Notez le numéro correspondant à votre classement à coté de la lettre correspondant à votre réponse.

- a. Logiciels de jeux et de divertissement
- b. Logiciels créatifs (retouches photo, dessin, architecture...) (1 point si placé en premier)
- c. Logiciels de gestion (comptabilité, agenda, courrier, traitement de texte,...) (1 point si placé en premier)
- d. Logiciels propres à votre profession et/ou votre entreprise
- e. Internet

10-Pouvez-vous citer les noms des logiciels que vous utilisez ? Pouvez-vous également noter leurs fréquences d'utilisation ? (1 point)

.....

.....

.....

.....

11-Pour quelles raisons utilisez-vous Internet ? (plusieurs réponses possibles)

- a. Consultation de mails (1 point)
- b. Recherche d'informations sur des thèmes divers (1 point)
- c. Créations de sites (3 points)
- d. Dialogues (chat, forum,...) (1 point)
- e. Autres : ... (0 point si aucune réponse)

12-D'après vous, existe-t-il un système de surveillance sur internet ?

- a. Oui (0 point)
- b. Non (2 points)

Si oui, pouvez-vous préciser votre réponse ? (où, quand, comment, ...)

.....

.....

.....

Pour terminer, pouvez-vous vous placer sur cette échelle qui va de 1 « Je suis totalement débutant en informatique » à 7 « je suis un spécialiste de l'informatique » ?

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Totalement débutant

Spécialiste en informatique

Annexe 2 : mesures de l'anxiété et de l'attitude envers informatique (Expérimentation 1)

Note : Ce questionnaire est une traduction libre des échelles d'anxiété informatique (*i.e.* le CARS, Heinssen, Glass et Knight, 1987 ; items 1 à 18) et d'attitude envers l'informatique (*i.e.* le CAS, Nickell et Pinto, 1986 ; items 18 à 38). Plusieurs ordres de présentation des items ont été proposés aux participants.

Vous devez répondre à ces affirmations en vous positionnant sur l'échelle qui va de 1 « pas du tout d'accord » à 5 « tout à fait d'accord ». Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, vous devez répondre selon ce que vous pensez.

Merci de votre participation.

Age : Sexe : F M Date : .. / .. / 2005 Prénom :
Code :

1- Avec du temps et de la pratique, il peut devenir aussi aisé de travailler sur ordinateur que sur papier

1 5

2- L'usage répété de l'informatique peut entraîner une certaine dépendance

1 5

3- Plus on pratique l'informatique, plus on devient compétent

1 5

4- L'apprentissage de l'informatique est une question de patience et de motivation

1 5

5- Je suis certain de pouvoir apprendre à utiliser des logiciels informatiques

1 5

6- L'apprentissage de l'informatique est un défi passionnant

1 5

7- Je ne pense pas être capable d'apprendre un langage informatique

1 5

8- J'ai hâte d'avoir la possibilité d'utiliser un ordinateur pour mon travail

1 5

9- Je ne suis pas certaine de savoir utiliser du matériel informatique

1 5

10- Les ordinateurs sont nécessaires tant dans le milieu professionnel que dans celui de l'éducation

1 5

11- Les ordinateurs ne me sont pas familiers et m'intimident

1 5

12- Si on m'en donnait l'opportunité, je voudrais en savoir plus sur l'utilisation et le fonctionnement des ordinateurs

1 5

13- Il faut être un génie pour comprendre l'utilisation de toutes les touches d'un clavier

1 5

14- En travaillant sur ordinateur, j'ai peur de faire une erreur que je ne pourrai pas corriger

1 5

15- J'ai des difficultés à comprendre les aspects techniques de l'informatique

1 5

16- Je suis stressé à l'idée de travailler avec du matériel informatique

1 5

17- Je déteste l'idée de travailler avec des machines qui peuvent apparaître comme plus intelligente que moi

1 5

18- Je pense pouvoir m'informer sur les progrès de l'informatique

1 5

19- L'utilisation des ordinateurs améliore notre niveau de vie

1 5

20- Les ordinateurs permettent d'éliminer beaucoup de tâches ennuyeuses

1 5

21- Les ordinateurs sont déshumanisants pour la société

1 5

22- Une sur-utilisation de l'ordinateur peut devenir nuisible et causer du tort aux hommes

1 5

23- Les ordinateurs possèdent des ressources illimitées dont nous ne soupçonnons pas encore l'existence

1 5

24- Je me sens intimidé par les ordinateurs

1 5

25- Bientôt, notre vie sera contrôlée par les ordinateurs

1 5

26- Les ordinateurs sont responsables de bon nombre de choses que l'on apprécie

1 5

27- Les ordinateurs me rendent mal à l'aise car je ne les comprends pas

1 5

28- Les gens sont devenus esclaves des ordinateurs

1 5

29- L'ordinateur ne remplacera jamais la vie humaine

1 5

30- Les ordinateurs sont difficiles à comprendre et ils sont frustrants pour le travail

1 5

31- La vie est bien plus facile et plus rapide avec les ordinateurs

1 5

32- Bientôt, le monde sera dirigé par les ordinateurs

1 5

33- Les ordinateurs remplaceront le travail humain

1 5

34- L'ordinateur est un moyen efficace et rapide d'obtenir des informations

1 5

35- Les ordinateurs diminuent l'importance de trop de tâches effectuées par l'homme

1 5

36- Les ordinateurs nous mènent vers une nouvelle ère

1

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|

 5

37- La complexité des ordinateurs m'intimide

1

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|

 5

38- Les ordinateurs nous donnent à tous une seule et même étiquette

1

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|

 5

Annexe 3 : items issus du DS36 (Tournois, Mesnil et Kop, 2000)

Notes : Les items du DS36 sont utilisés dans les expérimentations 1, 2, 3, 4 et 5. Les changements portent uniquement sur la façon de présenter le test et/ou sur la consigne. Le mode de présentation ci-contre a été utilisé dans les deux premières expérimentations 1 et 2. Toutefois, seul le matériel de l'expérimentation 2 propose un nombre d'items identiques sur un page papier et sur un écran d'ordinateur. Plusieurs ordres de présentation des items ont été proposés aux participants.

Ce questionnaire contient un certain nombre d'affirmations. Vous devez dire si ces dernières vous décrivent ou non. Pour cela, vous devez entourer le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse. Votre réponse doit se situer sur une échelle qui va de 1 à 7. 1 signifie que l'affirmation est totalement fausse ou qu'elle ne vous décrit pas du tout. 7 signifie que l'affirmation est tout à fait vraie ou qu'elle vous décrit entièrement.

Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, donnez uniquement la réponse qui traduit au mieux votre point de vue.

Les données sont confidentielles et anonymes. Je vous remercie de votre participation.

Date : .. / .. / 20.. Pseudonyme : _____ Age : _____ Sexe : M F

1- Si je me suis engagé à faire quelque chose, je tiens toujours ma promesse

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

2- Il peut m'arriver de douter de mes capacités

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

3- Parfois, je « joue la comédie » pour échapper à quelque chose

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

4- Je dis toujours des choses favorables sur les autres

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

5- J'apprécie rarement la critique

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

6- Il m'arrive d'être triste

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

7- J'ai toujours confiance en mes jugements

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

8- J'ai parfois l'impression qu'il y a une barrière entre moi et les autres

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

9- Je dis parfois des jurons

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

10- Je proteste quelques fois quand j'ai un service à rendre

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

11- J'obéis toujours aux lois

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

12- Quelquefois, je déforme la vérité

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

13- J'accepte toujours que des gens puissent ne pas m'aimer

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

14- Il peut m'arriver de me décourager

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

15- Quand je joue un peu, j'obéis toujours aux règles

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

16- Je suis toujours optimiste

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

17- Je me tiens toujours bien à table

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

18- Il m'arrive de dire du mal d'une personne derrière son dos

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

19- Je me moque quelquefois des autres

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

20- Je suis parfois inquiet

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

21- Quelquefois, j'aimerais être quelqu'un d'autre

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

22- J'ai parfois des idées reçues sur les gens

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

23- Je suis toujours poli

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

24- J'ai parfois envie de me venger plutôt que de pardonner

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

25- Il peut m'arriver d'enfreindre la loi

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

26- J'écoute toujours attentivement quand les autres me parlent

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

27- Je suis toujours courtois même avec les gens désagréables

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

28- J'ai quelques habitudes assez épouvantables

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

29- Je suis parfois jaloux de la réussite d'autrui

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

30- Je suis toujours prêt à déclarer tous mes revenus, même en sachant que je ne serai pas contrôlé

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

31- Quelquefois, je me sens seul quand je suis avec un groupe de gens

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

32- Je m'adapte toujours aux nouvelles situations

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

33- Quand on me critique, je l'accepte toujours

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

34- Il m'arrive de regretter mes décisions

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

35- Je contrôle entièrement mon propre destin

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

36- Je suis toujours honnête avec moi-même

1__2__3__4__5__6__7

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

Annexe 4: Exemple d'items du DS36 présentés *via* le format de passation informatisé

The screenshot shows a window titled "Questionnaire" with a blue header. It contains six items, each with a 7-point Likert scale. The items are:

- Je contrôle entièrement mon propre destin**: Scale from 1 (Tout à fait faux) to 7 (Tout à fait vrai).
- J'apprécie rarement la critique**: Scale from 1 (Tout à fait faux) to 7 (Tout à fait vrai).
- Je suis parfois inquiet**: Scale from 1 (Tout à fait faux) to 7 (Tout à fait vrai).
- Je suis toujours honnête avec moi-même**: Scale from 1 (Tout à fait faux) to 7 (Tout à fait vrai).
- Il m'arrive de regretter des décisions**: Scale from 1 (Tout à fait faux) to 7 (Tout à fait vrai).
- Il m'arrive d'être triste**: Scale from 1 (Tout à fait faux) to 7 (Tout à fait vrai).

At the bottom, there are three buttons: "<==== (PAGE PRECEDENTE)", "TERMINER", and "(PAGE SUIVANTE) =====>".

2. Expérimentation 2

2.1. Présentation de l'expérimentation

En se situant dans la continuité des résultats recueillis précédemment (*cf.* expérimentation 1), cette seconde recherche vise à répliquer l'expérimentation précédente en répondant à ses interrogations et en faisant évoluer le protocole expérimental. Elle consiste en la mise en place d'une comparaison intra-individuelle, permettant de recueillir les comportements de réponse papier/crayon et informatisé d'un même individu. Elle propose également d'affiner l'étude de variables dispositionnelles en proposant 1) une mesure de l'attitude envers l'informatique à partir d'une échelle ayant fait l'objet d'une validation transculturelle, 2) une mesure plus complète et précise de l'expérience informatique et 3) l'ajout de variables complémentaires à l'attitude envers l'informatique : l'utilité perçue et la facilité d'utilisation perçue. Des hypothèses identiques à celles de la première étude ont été posées. Les résultats obtenus montrent 1) l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e. offline*) du DS36 et 2) l'influence de facteurs dispositionnels (*i.e.* expérience objective et subjective ; utilité perçue) sur la mise en place de processus autopréésentationnels.

2.2. Matériel expérimental

Annexe 5 : mesures de l'expérience informatique subjective et objective et de l'attitude envers Internet (Expérimentation 2)

Note : L'échelle d'expérience informatique subjective et objective est présentée de l'item 1 à 10. L'échelle d'attitude envers Internet débute à l'item 11. Cette dernière est le résultat d'un travail de validation transculturelle de l'échelle de Nickell et Pinto (1986 ; cf. chapitre 5). Différents ordres de présentation des items ont été proposés aux participants.

Ce questionnaire porte sur votre utilisation de l'informatique.

Vous devrez y répondre en donnant la réponse correspondant le plus à vos habitudes.

Il n'y a ni bonnes ni mauvaises réponses.

La feuille sur laquelle vous reporterez vos réponses sera exploitée par un lecteur optique qui n'est pas sensible à toutes les couleurs. C'est pourquoi il est impératif que vous utilisiez une encre noire ou bleue (stylo encre, stylo bille, feutre,...). Si vous utilisez un crayon de papier, vous devez laisser une trace suffisamment marquée pour qu'elle soit visible.

Merci de votre participation.

Sexe: F M **Date de naissance :**/..../.....

Initiales Nom et prénom :

1. Sur une période d'un mois, combien de fois utilisez-vous, en moyenne, un ordinateur dans les endroits suivants :

- A votre domicile :
.....fois par mois
- A l'université :
.....fois par mois
- Autre ; Précisez :
.....fois par mois

2. Sur une période d'un mois, combien de fois utilisez-vous, en moyenne, les applications suivantes :

- Recherche d'information sur Internet
..... fois par mois
- Courrier électronique
.....fois par mois

- Messagerie instantanée (par exemple : MSN)
.....fois par mois
- Traitement de texte, tableur, ...
.....fois par mois
- Mise à jour d'un site Internet, d'une page personnelle, d'un blog, ...
.....fois par mois
- Programmation informatique
.....fois par mois
- Logiciel spécialisé (création, statistique, ...)
.....fois par mois
Pouvez-vous préciser le nom des logiciels utilisés ?.....
.....
.....
- Téléchargement légal
.....fois par mois
- Achat en ligne
.....fois par mois
- Jeux informatiques
.....fois par mois

3. Donnez votre opinion sur chacune des affirmations en plaçant un trait vertical sur la ligne allant de « pas du tout à l'aise » à « tout à fait à l'aise ».

Par exemple :

- ***Pour utiliser un logiciel de traitement de texte***

Pas du tout à l'aise Tout à fait à l'aise

➤ **Vous sentez-vous à l'aise :**

- **Pour utiliser un ordinateur**
Pas du tout à l'aise Tout à fait à l'aise

- **Pour rédiger un document sur ordinateur**

Pas du tout à l'aise Tout à fait à l'aise

- **Pour utiliser Internet**

Pas du tout à l'aise Tout à fait à l'aise

- **Pour répondre à un questionnaire sur ordinateur**

Pas du tout à l'aise Tout à fait à l'aise

4. Donnez votre opinion sur chacune des affirmations en plaçant un trait vertical sur la ligne allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord »

- **Travailler sur un ordinateur est important pour moi**

Pas du tout d'accord Tout à fait d'accord

- **Travailler sur un ordinateur est agréable**

Pas du tout d'accord Tout à fait d'accord

- **Je me sers de l'ordinateur car cela m'intéresse beaucoup**

Pas du tout d'accord Tout à fait d'accord

- **Quand je travaille sur ordinateur, je ne vois pas le temps passer**

Pas du tout d'accord Tout à fait d'accord

5. A votre avis, répondre à un questionnaire par l'intermédiaire d'un ordinateur, c'est :

Très désagréable Très agréable

Très difficile Très facile

Très inutile Très utile

6. A votre avis, être aujourd'hui confronté à un dispositif informatisé durant un recrutement (répondre à un questionnaire par l'intermédiaire d'un ordinateur...), c'est :

Pas du tout probable Tout à fait probable

7. Avez-vous suivi une ou plusieurs formations en informatique durant les deux dernières années ?

Oui Non

Si oui, quand a-t-elle eu lieu ? Quels étaient son contenu et sa durée ?

.....
.....
.....

8. Vous intéressez-vous à la littérature spécialisée dans le domaine de l'informatique ?

Oui Non

Si oui, pouvez-vous donner un ou plusieurs exemples de vos lectures ainsi que leurs fréquences d'achat (ou de prêt)?.....

.....
.....
.....

9. Vous arrive-t-il de dépanner vous-même votre ordinateur ?

Oui Non

Si oui, quel genre de panne vous arrive-t-il de réparer seul ?

.....

10. Pouvez-vous estimer votre niveau en informatique à l'aide d'un trait vertical sur la ligne allant de « je suis totalement débutant en informatique » à « je suis un spécialiste de l'informatique » ?

Totalement débutant

Spécialiste en informatique

11. Donnez votre avis sur les affirmations suivantes en cochant la réponse qui vous correspond le mieux

• **Internet ne remplacera jamais la vie humaine**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

• **Internet me met mal à l'aise car je ne le comprends pas**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

• **Les gens deviennent esclaves d'Internet**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

• **Internet est à l'origine de bon nombre de choses que l'on apprécie**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

• **Nos vies seront bientôt contrôlées par Internet**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Je me sens intimidé(e) par Internet**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Il existe des possibilités d'applications illimitées dans le cadre d'Internet qui n'ont pas encore été conçues**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **La sur-utilisation d'Internet peut être nuisible et mauvaise pour l'Homme**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Internet est déshumanisant pour la société**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Internet peut éliminer beaucoup d'emplois ennuyeux**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **L'utilisation d'Internet améliore notre niveau de vie**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Internet transforme les gens en numéro**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Internet diminue l'importance de trop d'emplois actuellement occupés par l'Homme**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Internet est un moyen efficace et rapide de trouver des informations**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **La complexité d'Internet m'intimide**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Internet remplacera le travail humain**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Internet nous mène vers une nouvelle ère radieuse**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Le monde sera bientôt dirigé par Internet**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **La vie sera plus facile et plus rapide avec Internet**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- **Internet est difficile à comprendre et frustrant à utiliser**

| Pas du tout d'accord | | | | Tout à fait d'accord |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

3. Expérimentation 3

3.1. Présentation de l'expérimentation

Cette expérimentation propose de répliquer l'expérimentation de Paulhus (1984) et de vérifier l'impact des consignes d'anonymat technique sur l'expression de la désirabilité sociale et de ses sous dimensions (*i.e.* hétéroduperie et autoduperie). Nous avons mis en place un protocole expérimental destiné à comparer l'expression de la désirabilité sociale, sur un format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon), en fonction de l'identification ou non du répondant. Les résultats observés montrent des scores moyens de désirabilité sociale et, plus particulièrement, d'hétéroduperie, équivalents que l'individu soit ou non identifié. Ces conclusions sont en contradiction avec les définitions données à la désirabilité sociale et à l'hétéroduperie (Paulhus, 1984).

3.2. Matériel expérimental

Annexe 6 : consigne du DS36 pour la condition "anonymat" (expérimentation 3)

Vous allez lire différentes affirmations. Vous devrez dire si ces affirmations vous décrivent ou pas.

Pour cela, vous devez entourer le chiffre correspondant à votre réponse.

1 signifie que l'affirmation est tout à fait fausse et qu'elle ne vous décrit pas du tout.

7 signifie que cette affirmation est tout à fait vraie et qu'elle vous décrit totalement.

Vous pouvez utiliser n'importe quel chiffre situé entre 1 et 7 pour nuancer votre réponse.

Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Vous devez simplement répondre au plus près de vos opinions.

Toutes les données recueillies sont confidentielles et anonymes.

Merci d'avance pour votre participation.

Annexe 7 : consigne du DS36 pour la condition "identification" (expérimentation 3)

Vous allez lire différentes affirmations. Vous devrez dire si ces affirmations vous décrivent ou pas.

Pour cela, vous devez entourer le chiffre correspondant à votre réponse.

1 signifie que l'affirmation est tout à fait fausse et qu'elle ne vous décrit pas du tout.

7 signifie que cette affirmation est tout à fait vraie et qu'elle vous décrit totalement.

Vous pouvez utiliser n'importe quel chiffre situé entre 1 et 7 pour nuancer votre réponse.

Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse. Vous devez simplement répondre au plus près de vos opinions.

Toutes les données recueillies sont confidentielles.

Merci d'avance pour votre participation.

Initiales :

Sexe : M F

Date de naissance :

Date :

Adresse électronique :

Annexe 8 : Exemple des modalités de présentation du DS36 (expérimentation 3)

Note : Pour la liste complète des items, se référer à l'annexe 3. Des contre-balancements des items ont été proposés aux participants.

- Si je me suis engagé(e) à faire quelque chose, je tiens toujours ma promesse

| | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|
| Tout à fait faux 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Tout à fait vrai 7 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|

- Il peut m'arriver de douter de mes capacités

| | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|
| Tout à fait faux 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Tout à fait vrai 7 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|

- Parfois, je "joue la comédie" pour échapper à quelque chose

| | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|
| Tout à fait faux 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Tout à fait vrai 7 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|

- Je dis toujours des choses favorables sur les autres

| | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|
| Tout à fait faux 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Tout à fait vrai 7 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|

- J'apprécie rarement la critique

| | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|
| Tout à fait faux 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Tout à fait vrai 7 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|

- Il m'arrive d'être triste

| | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|
| Tout à fait faux 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Tout à fait vrai 7 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|

- J'ai toujours confiance en mes jugements

| | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|
| Tout à fait faux 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Tout à fait vrai 7 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|-----------------------|

4. Expérimentation 4

4.1. Présentation de l'expérimentation

Cette expérimentation vise à vérifier 1) l'équivalence de formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) et 2) l'influence de facteurs situationnels (*i.e.* anonymat) sur la mise en place de processus autoprésentationnels et plus précisément, sur l'expression de désirabilité sociale. Nous avons mis en place un protocole de comparaison intergroupe dans lequel sont comparés les formats de passation informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) *versus* traditionnels ainsi que l'anonymat technique. Pour faciliter la réalisation de ce dernier, nous n'avons pas manipulé de formats de passation réels mais ces derniers étaient représentés par des caractéristiques spécifiques (*e.g.* barre d'URL pour le format *online*).

4.2. Matériel expérimental

Annexe 9 : consigne du DS36 pour la condition "anonymat" et pour le format de passation induit informatisé (expérimentation 4)

Dans le cadre d'un rapport d'étude, **j'ai besoin de votre aide** pour construire un questionnaire qui servira à réaliser une enquête sur la façon dont les gens se comportent au quotidien.

Durant cette enquête, le questionnaire, une fois terminé, sera présenté sur un écran d'ordinateur. Pour des raisons pratiques, nous vous proposons de répondre sur des copies d'écran de ce questionnaire normalement présenté sur un écran d'ordinateur.

Ce questionnaire se présente sous la forme d'affirmations. Vous devrez, si vous acceptez de m'aider, **dire dans quelle mesure ces affirmations vous décrivent ou pas**. Pour cela, vous devez cocher la case correspondant à ce que vous pensez.

Le chiffre 1 signifie que l'affirmation est tout à fait fausse et qu'elle ne vous décrit pas du tout.

Le chiffre 7 signifie que cette affirmation est tout à fait vraie et qu'elle vous décrit totalement. Vous pouvez, bien sûr, utiliser n'importe quel chiffre situé entre 1 et 7 pour nuancer votre réponse.

Toutes les données recueillies sont confidentielles et participeront à une phase de prétest du questionnaire.

Merci pour votre participation.

Annexe 10 : consigne du DS36 pour la condition "identification" et pour le format de passation induit informatisé (expérimentation 4)

Dans le cadre d'un rapport d'étude, **j'ai besoin de votre aide** pour construire un questionnaire qui servira à réaliser une enquête sur la façon dont les gens se comportent au quotidien.

Durant cette enquête, le questionnaire, une fois terminé, sera présenté sur un écran d'ordinateur. Pour des raisons pratiques, nous vous proposons de répondre sur des copies d'écran de ce questionnaire normalement présenté sur un écran d'ordinateur.

Ce questionnaire se présente sous la forme d'affirmations. Vous devrez, si vous acceptez de m'aider, **dire dans quelle mesure ces affirmations vous décrivent ou pas**. Pour cela, vous devez cocher la case correspondant à ce que vous pensez.

Le chiffre 1 signifie que l'affirmation est tout à fait fausse et qu'elle ne vous décrit pas du tout.

Le chiffre 7 signifie que cette affirmation est tout à fait vraie et qu'elle vous décrit totalement. Vous pouvez, bien sûr, utiliser n'importe quel chiffre situé entre 1 et 7 pour nuancer votre réponse.

Toutes les données recueillies sont confidentielles et participeront à une phase de prétest du questionnaire. Cependant, dans le but de vous faire un retour sur les conclusions de ce rapport d'étude, nous vous demandons quelques renseignements personnels.

Age :

Sexe : F M

Adresse électronique universitaire :

Merci pour votre participation.

Annexe 11 : consigne du DS36 pour la condition "anonymat" et pour le format de passation induit online (expérimentation 4)

Dans le cadre d'un rapport d'étude, **j'ai besoin de votre aide** pour construire un questionnaire qui servira à réaliser une enquête sur la façon dont les gens se comportent au quotidien.

Durant cette enquête, le questionnaire, une fois terminé, sera présenté sur un site Internet. Pour des raisons pratiques, nous vous proposons de répondre sur des copies d'écran de ce questionnaire normalement présenté mis en ligne sur un site Internet.

Ce questionnaire se présente sous la forme d'affirmations. Vous devrez, si vous acceptez de m'aider, **dire dans quelle mesure ces affirmations vous décrivent ou pas**. Pour cela, vous devez cocher la case correspondant à ce que vous pensez.

Le chiffre 1 signifie que l'affirmation est tout à fait fausse et qu'elle ne vous décrit pas du tout.

Le chiffre 7 signifie que cette affirmation est tout à fait vraie et qu'elle vous décrit totalement. Vous pouvez, bien sûr, utiliser n'importe quel chiffre situé entre 1 et 7 pour nuancer votre réponse.

Toutes les données recueillies sont confidentielles et participeront à une phase de prétest du questionnaire.

Merci pour votre participation.

Annexe 12 : consigne du DS36 pour la condition "identification" et pour le format de passation induit online (expérimentation 4)

Dans le cadre d'un rapport d'étude, **j'ai besoin de votre aide** pour construire un questionnaire qui servira à réaliser une enquête sur la façon dont les gens se comportent au quotidien.

Durant cette enquête, le questionnaire, une fois terminé, sera présenté sur un site Internet. Pour des raisons pratiques, nous vous proposons de répondre sur des copies d'écran de ce questionnaire normalement présenté mis en ligne sur un site Internet.

Ce questionnaire se présente sous la forme d'affirmations. Vous devrez, si vous acceptez de m'aider, **dire dans quelle mesure ces affirmations vous décrivent ou pas**. Pour cela, vous devez cocher la case correspondant à ce que vous pensez.

Le chiffre 1 signifie que l'affirmation est tout à fait fausse et qu'elle ne vous décrit pas du tout.

Le chiffre 7 signifie que cette affirmation est tout à fait vraie et qu'elle vous décrit totalement. Vous pouvez, bien sûr, utiliser n'importe quel chiffre situé entre 1 et 7 pour nuancer votre réponse.

Toutes les données recueillies sont confidentielles et participeront à une phase de prétest du questionnaire. Cependant, dans le but de vous faire un retour sur les conclusions de ce rapport d'étude, nous vous demandons quelques renseignements personnels.

Age :

Sexe : F M

Adresse électronique universitaire :

Merci pour votre participation.

Annexe 13 : consigne du DS36 pour la condition "anonymat" et pour le format de passation traditionnel (expérimentation 4)

Dans le cadre d'un rapport d'étude, **j'ai besoin de votre aide** pour construire un questionnaire qui servira à réaliser une enquête sur la façon dont les gens se comportent au quotidien. Durant cette enquête, le questionnaire, une fois terminé, sera présenté de la même façon qu'aujourd'hui.

Ce questionnaire se présente sous la forme d'affirmations.

Vous devrez, si vous acceptez de m'aider, **dire dans quelle mesure ces affirmations vous décrivent ou pas**. Pour cela, vous devez cocher la case correspondant à ce que vous pensez.

Le chiffre 1 signifie que l'affirmation est tout à fait fausse et qu'elle ne vous décrit pas du tout.

Le chiffre 7 signifie que cette affirmation est tout à fait vraie et qu'elle vous décrit totalement. Vous pouvez, bien sûr, utiliser n'importe quel chiffre situé entre 1 et 7 pour nuancer votre réponse.

Toutes les données recueillies sont confidentielles et participeront à une phase de prétest du questionnaire.

Merci pour votre participation.

Annexe 14 : consigne du DS36 pour la condition "identification" et pour le format de passation traditionnel (expérimentation 4)

Dans le cadre d'un rapport d'étude, **j'ai besoin de votre aide** pour construire un questionnaire qui servira à réaliser une enquête sur la façon dont les gens se comportent au quotidien. Durant cette enquête, le questionnaire, une fois terminé, sera présenté de la même façon qu'aujourd'hui.

Ce questionnaire se présente sous la forme d'affirmations.

Vous devrez, si vous acceptez de m'aider, **dire dans quelle mesure ces affirmations vous décrivent ou pas**. Pour cela, vous devez cocher la case correspondant à ce que vous pensez.

Le chiffre 1 signifie que l'affirmation est tout à fait fausse et qu'elle ne vous décrit pas du tout.

Le chiffre 7 signifie que cette affirmation est tout à fait vraie et qu'elle vous décrit totalement. Vous pouvez, bien sûr, utiliser n'importe quel chiffre situé entre 1 et 7 pour nuancer votre réponse.

Toutes les données recueillies sont confidentielles et participeront à une phase de prétest du questionnaire. Cependant, dans le but de vous faire un retour sur les conclusions de ce rapport d'étude, nous vous demandons quelques renseignements personnels.

Age :

Sexe : F M

Adresse électronique universitaire :

Merci pour votre participation.

Annexe 15 : exemple des modalités de présentation des items du DS36 pour le format de passation induit *offline*

Notes : l'intégralité des items du DS36 est présentée en annexe 3. Pour tous les formats de passation induits, neuf items sont présentés sur chaque page.

Document1 - Microsoft Word

Fichier Edition Affichage Insertion Format Outils Tableau Fenêtre ? Tapez une question

100% Times New Roman 12 G I S

J'accepte toujours que des gens puissent ne pas m'aimer

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux Tout à fait vrai

Je suis parfois inquiet

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux Tout à fait vrai

J'ai toujours confiance en mes jugements

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux Tout à fait vrai

Je suis toujours optimiste

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux Tout à fait vrai

Il m'arrive d'être triste

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux Tout à fait vrai

Je m'adapte toujours aux nouvelles situations

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux Tout à fait vrai

Quelquefois, je déforme la vérité

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux Tout à fait vrai

Je suis toujours poli

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux Tout à fait vrai

Si je me suis engagée à faire quelque chose, je tiens toujours ma promesse

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux Tout à fait vrai

<==== (PAGE PRECEDENTE) TERMINER (PAGE SUIVANTE) =====>

Annexe 16 : Exemple des modalités de présentation des items du DS36 pour le format de passation induit *online*

Notes : l'intégralité des items du DS36 est présentée en annexe 3. Pour tous les formats de passation induits, neuf items sont présentés sur chaque page.

The screenshot shows a web browser window titled "questionnaire-Mozilla Firefox" with the URL "http://www.questionnaire.fr". The page displays nine items from the DS36 questionnaire, each with a 7-point Likert scale. The items are:

- J'accepte toujours que des gens puissent ne pas m'aimer
- Je suis parfois inquiet
- J'ai toujours confiance en mes jugements
- Je suis toujours optimiste
- Il m'arrive d'être triste
- Je m'adapte toujours aux nouvelles situations
- Quelquefois, je déforme la vérité
- Je suis toujours poli
- Si je me suis engagée à faire quelque chose, je liens toujours ma promesse

Each item is followed by a horizontal row of seven boxes, numbered 1 to 7, representing the Likert scale. Below each row, the text "Tout à fait faux" is on the left and "Tout à fait vrai" is on the right. At the bottom of the page, there are three buttons: "(PAGE PRECEDENTE)", "TERMINER", and "(PAGE SUIVANTE)".

Annexe 17 : exemple des modalités de présentation des items du DS36 pour le format de passation traditionnel

J'ai parfois envie de me venger plutôt que de pardonner

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

Je suis toujours courtois même avec les gens désagréables

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

J'obéis toujours aux lois

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

J'écoute toujours attentivement quand les autres me parlent

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

Je dis parfois des jurons

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

Quand je joue un peu, j'obéis toujours aux règles

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

J'apprécie rarement la critique

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

J'ai parfois l'impression qu'il y a une barrière entre moi et les autres

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

Quelquefois, j'aimerais être quelqu'un d'autre

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Tout à fait faux

Tout à fait vrai

5. Expérimentation 5

5.1. Présentation de l'expérimentation

Cette expérimentation a trois principaux objectifs relatifs à l'étude de : 1) l'équivalence des formats de passation traditionnels (*i.e.* papier/crayon) et informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) du DS36, 2) l'influence des facteurs situationnels (*i.e.* présence/absence d'un enjeu dans la situation de passation) et, 3) l'influence des facteurs dispositionnels en lien avec l'usage des TIC. Nous avons réalisé une comparaison intergroupe manipulant le contexte de passation (*i.e.* avec ou sans enjeu), les formats de passation (*i.e.* traditionnels, *offline* et *online*) et la perception des médias informatisés *via* une mesure d'acceptabilité sociale.

5.2. Matériel expérimental

Annexe 18 : mesure de l'acceptabilité sociale des dispositifs informatisés de recrutement (expérimentation 5)

Note : différents contre-balancements des items sont proposés.

Vous devez répondre à ces affirmations en vous positionnant sur l'échelle. Vous devez placer un trait vertical à l'endroit de l'échelle qui correspond au mieux à votre opinion.

Ces affirmations concernent ce que l'on nomme « les dispositifs informatisés de passation de test ». Cela signifie simplement que l'on utilise un ordinateur (écran et clavier) pour répondre à un questionnaire.

Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, vous devez répondre selon ce que vous pensez. Les réponses données sont confidentielles.

Les réponses que vous donnerez dans ce questionnaire vont vous permettre de réfléchir sur la perception que vous avez des technologies de l'informatique et de la communication.

Merci de votre participation.

Initiales :

Sexe : M F

Date de naissance :

Date :

Adresse électronique :

- Apprendre à utiliser un dispositif informatisé de passation d'un test de recrutement serait facile pour moi

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Je trouve facile de faire faire à un dispositif informatisé de passation de test ce que je veux qu'il fasse

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Je trouverais facile d'utiliser un dispositif informatisé de passation de test dans le cadre d'un recrutement

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Utiliser un dispositif informatisé de passation de test pourrait améliorer la qualité de ma prestation dans le cadre d'un recrutement

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Utiliser un dispositif informatisé de passation de test rendrait ma prestation lors d'un entretien de recrutement plus efficace

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Utiliser un dispositif informatisé de passation de test pourrait augmenter mes chances d'être évaluée positivement lors d'un entretien de recrutement

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Je trouverais avantageux d'utiliser un dispositif informatisé de passation de test lors d'un entretien de recrutement

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Il me serait facile de devenir compétent dans l'utilisation d'un dispositif informatisé de passation d'un test de recrutement

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- L'utilisation d'un dispositif de passation de test de recrutement est entièrement sous mon contrôle

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Je serais capable d'utiliser un dispositif informatisé de passation de test de recrutement

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Je possède les compétences, les connaissances, et les capacités nécessaires pour utiliser un dispositif informatisé de passation de test

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Les gens influençant mon comportement pensent que je devrais utiliser un dispositif informatisé de passation de test de recrutement

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Les gens importants à mes yeux pensent que je devrais utiliser un dispositif informatisé de passation de test de recrutement

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Si j'utilise un dispositif informatisé de passation de test de recrutement, je pense que je serais perçu(e) comme quelqu'un de bien

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Si j'utilise un dispositif informatisé de passation de test de recrutement, je pense que je serais perçu(e) comme quelqu'un de professionnel

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Si j'utilise un dispositif informatisé de passation de test, je serais perçu(e) comme quelqu'un de perfectionniste

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Utiliser un dispositif informatisé de passation de test pour répondre à un questionnaire est une idée

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Très bonne | | | | | | | Très mauvaise |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Utiliser un dispositif informatisé de passation de test serait une idée

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Très judicieuse | | | | | | | Pas du tout judicieuse |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- J'ai l'intention d'utiliser un dispositif informatisé de passation de test de recrutement pendant ma recherche d'emploi

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Utiliser un dispositif informatisé de passation de test serait

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Extrêmement Plaisant | | | | | | | Extrêmement déplaisant |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- J(e) l'idée d'utiliser un dispositif informatisé de passation de test

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Aime fortement | | | | | | | N'aime pas du tout |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- A l'avenir, j'ai l'intention d'utiliser plus fréquemment un dispositif informatisé de passation de test de recrutement

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- J'ai l'intention d'accepter l'utilisation d'un dispositif informatisé de passation de test de recrutement si on me le propose durant ma recherche d'emploi

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Accepteriez-vous, durant votre recherche d'emploi, d'utiliser un dispositif informatisé de passation de test de recrutement?

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Avez-vous l'intention d'utiliser un dispositif informatisé de passation de test de recrutement lors d'une recherche d'emploi ?

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Extrêmement Probable | | | | | | | Extrêmement improbable |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- A votre avis, quelle est aujourd'hui la probabilité d'être confronté à un dispositif informatisé de recrutement lors d'une recherche d'emploi ?

Réponse (entre 0 et 100) :%

- Dans quelle mesure, pensez-vous que l'utilisation de dispositif informatisée de passation de tests soit (placer une croix pour signifier votre opinion) :

Très positive Très négative

Annexe 19 : Modalités de présentation des items du DS36 *via* le format de passation *online*

Vous allez être confronté à un certain nombre d'affirmations.
 Vous devez dire si ces affirmations vous décrivent ou pas.
 Pour cela, vous devez cliquer dans la case correspondant à votre réponse.

"1" signifie que ce qui est dit dans la phrase est tout à fait faux.
 "7" signifie que cette affirmation est tout à fait vraie.

Vous pouvez utiliser n'importe quel chiffre situé entre ces deux valeurs.
 Il n'y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses, répondez seulement au plus près de votre opinion.

Merci pour votre participation!

Il y a 10 questions dans ce questionnaire.

Note sur la vie privée

Ce questionnaire est anonyme.

L'enregistrement de vos réponses ne contient aucune information d'identification sur vous, à moins qu'une question ne vous ait été posée dans ce sens. Si vous avez répondu à un questionnaire utilisant des invitations, vous pouvez être assuré(e) que le code de l'invitation n'est pas enregistré avec votre réponse. Les invitations sont gérées dans une base de données séparée qui n'est mise à jour que pour indiquer si vous avez ou non utilisé votre invitation pour remplir le questionnaire. Il n'y a aucun moyen de faire le lien entre les invitations et les réponses enregistrées pour ce questionnaire.

introduction

***Veillez entrer le mot de passe remis par l'expérimentateur**

***Veillez indiquer les initiales de vos nom et prénom**

***Veillez indiquer votre date de naissance**

Seuls les chiffres sont autorisés pour ce champ

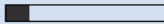
? Indiquez votre date de naissance sous la forme suivante : jjmmaa
 Il ne faut pas utiliser d'espace ou de barre de séparation (exemple : /)

***Veillez indiquer votre sexe**

Femme

Homme

<< Précédent
Suivant >>
[Sortir et effacer le questionnaire]

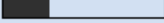
0%  100%

veuillez donner votre avis sur ces affirmations - page 1

*

| | 1 Pas du tout d'accord | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 Tout à fait d'accord |
|---|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|
| Si je me suis engagé à faire quelque chose, je tiens toujours mes promesses | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Il peut m'arriver de douter de mes capacités | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Parfois, je "joue la comédie" pour échapper à quelque chose | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je dis toujours des choses favorables sur les autres | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| J'apprécie rarement la critique | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Il m'arrive d'être triste | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

[\[Sortir et effacer le questionnaire\]](#)


0%  100%

veuillez donner votre avis sur ces affirmations - page 2

*

| | 1 Pas du tout d'accord | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 Tout à fait d'accord |
|--|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|
| J'ai toujours confiance en mes jugements | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| J'ai parfois l'impression qu'il y a une barrière entre moi et les autres | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je dis parfois des jurons | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je proteste quelques fois quand j'ai un service à rendre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| J'obéis toujours aux lois | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Quelques fois je déforme la vérité | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

[\[Sortir et effacer le questionnaire\]](#)

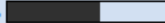
0%  100%

veuillez donner votre avis sur ces affirmations - page 3

*

| | 1 Pas du tout d'accord | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 Tout à fait d'accord |
|--|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|
| J'accepte toujours que des gens puissent ne pas m'aimer | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Il peut m'arriver de me décourager | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Quand je joue un peu, j'obéis toujours aux règles | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je suis toujours optimiste | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je me tiens toujours bien à table | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Il m'arrive de dire du mal d'une personne derrière son dos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

[Sortir et effacer le questionnaire]

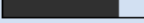
0%  100%

veuillez donner votre avis sur ces affirmations - page 4

*

| | 1 Pas du tout d'accord | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 Tout à fait d'accord |
|---|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|
| Je me moque quelque fois des autres | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je suis parfois inquiet | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Quelquefois, j'aimerais être quelqu'un d'autre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| J'ai parfois des idées reçues sur les gens | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je suis toujours poli | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| J'ai parfois envie de me venger plutôt que de pardonner | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

[Sortir et effacer le questionnaire]

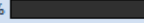
0%  100%

veuillez donner votre avis sur ces affirmations - page 5

*

| | 1 Pas du tout d'accord | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 Tout à fait d'accord |
|---|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|
| Il peut m'arriver d'enfreindre la loi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| J'écoute toujours attentivement quand les autres me parlent | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je suis toujours courtois même avec les gens désagréables | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| J'ai quelques habitudes assez épouvantables | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je suis parfois jaloux de la réussite d'autrui | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je suis toujours prêt à déclarer tous mes revenus, même en sachant que je ne serai pas contrôlé | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

[\[Sortir et effacer le questionnaire\]](#)

0%  100%

veuillez donner votre avis sur ces affirmations - page 6

*

| | 1 Pas du tout d'accord | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 Tout à fait d'accord |
|---|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|
| Quelquefois, je me sens seul quand je suis avec un groupe de gens | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je m'adapte toujours aux nouvelles situations | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Quand on me critique, je l'accepte toujours | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Il m'arrive de regretter des décisions | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je contrôle entièrement mon propre destin | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je suis toujours honnête avec moi-même | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

[\[Sortir et effacer le questionnaire\]](#)

Notes : Concernant le format de passation traditionnel (*i.e.* papier/crayon) et *offline*, les modalités de présentation des items du DS36 sont identiques à celles de l'expérimentation 1.

6. Etude 6

6.1. *Présentation de l'étude*

Cette étude exploratoire consiste en l'élaboration d'un inventaire et d'une classification des usages relatifs à trois médias : 1) le papier ; 2) l'ordinateur non connecté (*i.e. offline*) et 3) l'ordinateur connecté à Internet (*i.e. online*). Nous avons mis en place un protocole intergroupe en deux temps constitué d'un rappel libre des usages inhérents au papier et à l'ordinateur connecté ou non et d'une classification *a posteriori* des usages recueillis.

6.2. Matériel expérimental

Annexe 20 : inventaire des usages relatifs au média papier

Nous avons besoin de votre aide pour réaliser *une étude portant sur l'utilisation des documents « papier »*. Pour cela, vous devez répondre aux questions suivantes. Les données recueillies sont confidentielles dans la mesure où elles seront traitées de façon quantitative (statistiquement).

Utilisez-vous des documents papier ?

Oui Non

Si oui, listez TOUTES les utilisations que vous faites du papier et précisez leur fréquence moyenne d'utilisation :

| Type d'utilisation | Fréquence moyenne d'utilisation sur une semaine |
|--------------------|---|
| | |

Annexe 21 : inventaire des usages relatifs au média offline

Nous avons besoin de votre aide pour réaliser *une étude portant sur l'utilisation des outils informatiques*. Pour cela, vous devez répondre aux questions suivantes. Les données recueillies sont confidentielles dans la mesure où elles seront traitées de façon quantitative (statistiquement).

Utilisez-vous le « Pack Office » ?

Oui Non

Si oui, listez TOUTES les utilisations que vous faites du « Pack Office » et précisez leur fréquence moyenne d'utilisation :

| Type d'utilisation | Fréquence moyenne d'utilisation sur une semaine |
|--------------------|---|
| | |

Annexe 22 : inventaire des usages relatifs au média *online*

Nous avons besoin de votre aide pour réaliser *une étude portant sur l'utilisation d'Internet*. Pour cela, vous devez répondre aux questions suivantes. Les données recueillies sont confidentielles dans la mesure où elles seront traitées de façon quantitative (statistiquement).

Utilisez-vous Internet ?

Oui Non

Si oui, listez TOUTES les utilisations que vous faites d'Internet et précisez leur fréquence moyenne d'utilisation :

| Type d'utilisation | Fréquence moyenne d'utilisation sur une semaine |
|---------------------------|--|
| | |

Annexe 23 : catégorisation des différents usages

Notes : La catégorisation de chaque média était répartie de façon aléatoire entre les participants. Chaque participant avait uniquement les usages d'un seul média à catégoriser.

Vous trouverez ci-dessous une liste d'usages des documents papier.

Vous devez regrouper les usages qui, selon vous, vont bien ensemble et donner un nom à la catégorie d'usages que vous aurez ainsi formée.

Pour cela, regroupez les usages qui, selon vous, vont bien ensemble **en reportant leurs numéros au sein d'une même case dans le tableau fourni**. Après avoir regroupé les usages qui vont bien ensemble, **donnez un nom à chacune des catégories d'usages que vous aurez créées**.

Vous pouvez faire autant de catégories d'usages que vous le souhaitez, il n'y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses. Si le nombre de colonnes proposé dans le tableau n'est pas suffisant, vous pouvez en rajouter d'autres au verso de la feuille.

Liste

- | | | |
|---|--------------------------|-------------------------------|
| 1. Photocopiés de cours | 10. Livres | 19. Revues magazines |
| 2. Journaux | 11. Photocopies de cours | 20. Papier toilette |
| 3. Feuilles blanches | 12. Mouchoirs | 21. Prise de notes |
| 4. Argent | 13. Copie double (cours) | 22. Relevé de compte bancaire |
| 5. Essuie tout | 14. Courrier | 23. Prospectus |
| 6. Dossier d'inscription pour une école | 15. Factures | 24. Tickets de caisse |
| 7. Cahier | 16. Liste de course | 25. Enquête / sondage |
| 8. Administratif | 17. Dessin | |
| 9. Horaire (bus, train, ...) | 18. Programme TV | |

Vous trouverez ci-dessous une liste d'usages de l'ordinateur (sans connexion à Internet).

Vous devez regrouper les usages qui, selon vous, vont bien ensemble et donner un nom à la catégorie d'usages que vous aurez ainsi formée.

Pour cela, regroupez les usages qui, selon vous, vont bien ensemble **en reportant leurs numéros au sein d'une même case dans le tableau fourni**. Après avoir regroupé les usages qui vont bien ensemble, **donnez un nom à chacune des catégories d'usages que vous aurez créées**.

Vous pouvez faire autant de catégories d'usages que vous le souhaitez, il n'y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses. Si le nombre de colonnes proposé dans le tableau n'est pas suffisant, vous pouvez en rajouter d'autres au verso de la feuille.

Liste

- | | | |
|---|--|---|
| 1. Powerpoint | 8. Tableur | 14. Entourage (logiciel de messagerie) |
| 2. Jeux | 9. Photos | 15. Access (logiciel de base de données) |
| 3. Excel (logiciel : tableur) | 10. Musique | 16. Publisher (logiciel d'aide à la création) |
| 4. Film/série | 11. Open office writer (logiciel de traitement de texte) | 17. Gestion bancaire |
| 5. Retouche photo | 12. Travail scolaire, universitaire | 18. Création d'invitation |
| 6. Word (logiciel de traitement de texte) | 13. Montage photo | 19. Works (logiciel de traitement de texte) |
| 7. Photoshop (logiciel de retouche d'image) | | 20. Visual basic (logiciel de programmation) |

Vous trouverez ci-dessous une liste d'usages d'Internet.

Vous devez regrouper les usages qui, selon vous, vont bien ensemble et donner un nom à la catégorie d'usages que vous aurez ainsi formée.

Pour cela, regroupez les usages qui, selon vous, vont bien ensemble **en reportant leurs numéros au sein d'une même case dans le tableau fourni**. Après avoir regroupé les usages qui vont bien ensemble, **donnez un nom à chacune des catégories d'usages que vous aurez créées**.

Vous pouvez faire autant de catégories d'usages que vous le souhaitez, il n'y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses. Si le nombre de colonnes proposé dans le tableau n'est pas suffisant, vous pouvez en rajouter d'autres au verso de la feuille.

Liste

- | | | |
|--|---|--|
| 1. Facebook | 13. Google | 25. Streaming |
| 2. Youtube/daylimotion | 14. Magazine sur le web | 26. Rediffusion TV |
| 3. Recherche d'informations | 15. Musique et site de musique (ex : deezer) | 27. Mail |
| 4. Actualités (mondiales, sport...) | 16. Achats | 28. Téléchargement |
| 5. Communication (msn, skype...) | 17. Jeux | 29. Gestion des comptes bancaires |
| 6. Traduction | 18. Météo | 30. Transport / renseignement horaire (trains, bus) / |
| 7. Myspace | 19. Itinéraire | 31. Wikipedia |
| 8. Environnement numérique de travail (ENT) | 20. Cours, aide scolaire | 32. Sites web sur la mode |
| 9. Films, séries | 21. Allociné | 33. Adsl TV |
| 10. Programme TV | 22. Radio | 34. Blogs |
| 11. Regarder le site de la BBC | 23. Dictionnaire | |
| 12. Meetic | 24. Forums | |

Vous trouverez ci-dessous une liste d'usages du papier.

Vous devez regrouper les usages qui, selon vous, vont bien ensemble et donner un nom à la catégorie d'usages que vous aurez ainsi formée.

Pour cela, regroupez les usages qui, selon vous, vont bien ensemble **en reportant leurs numéros au sein d'une même case dans le tableau fourni**. Après avoir regroupé les usages qui vont bien ensemble, **donnez un nom à chacune des catégories d'usages que vous aurez créées**.

Vous pouvez faire autant de catégories d'usages que vous le souhaitez, il n'y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses. Si le nombre de colonnes proposé dans le tableau n'est pas suffisant, vous pouvez en rajouter d'autres au verso de la feuille.

Liste

- | | | |
|--|-------------------------------|---|
| 1. Pour les cours (écrire, Réviser) | 12. Imprimer/photocopier | 23. Payer |
| 2. Dessin | 13. Lecture | 24. Liste course |
| 3. Mémoriser | 14. Recycler / poubelle | 25. Communiquer |
| 4. Papier toilette | 15. Essuie tout | 26. Mouchoirs |
| 5. Prise de note rapide (pour de petites informations) | 16. Brouillon | 27. Gestion des comptes bancaires |
| 6. Allumer un feu | 17. Enquête / sondage | 28. Avion papier |
| 7. Calendrier | 18. Ranger/classer | 29. Ecrire (hors travail universitaire) |
| 8. Caler une table | 19. Papier cigarette | 30. Jeux (ex : Mots fléchés) |
| 9. Ecrire un journal | 20. Lire un journal | 31. Boucher une aération |
| 10. Papier cadeau | 21. Papier cuisson | 32. Papier peint |
| 11. Origami | 22. CV / Lettre de motivation | 33. Faire des schémas, des plans |

| | | | |
|--|--|--|--|
| Nom de la catégorie d'usage(s): | Nom de la catégorie d'usage(s): | Nom de la catégorie d'usage(s): | Nom de la catégorie d'usage(s): |
| Liste des usages (numéros) regroupés dans cette catégorie - - - - - - - - - - | Liste des usages (numéros) regroupés dans cette catégorie - - - - - - - - - - | Liste des usages (numéros) regroupés dans cette catégorie - - - - - - - - - - | Liste des usages (numéros) regroupés dans cette catégorie - - - - - - - - - - |
| Nom de la catégorie d'usage(s): | Nom de la catégorie d'usage(s): | Nom de la catégorie d'usage(s): | Nom de la catégorie d'usage(s): |
| Liste des usages (numéros) regroupés dans cette catégorie - - - - - - - - - - | Liste des usages (numéros) regroupés dans cette catégorie - - - - - - - - - - | Liste des usages (numéros) regroupés dans cette catégorie - - - - - - - - - - | Liste des usages (numéros) regroupés dans cette catégorie - - - - - - - - - - |

Index des tableaux et des encadrés

1. Index des tableaux

| | |
|---|-----|
| Tableau 1 : Récapitulatif des principales études (utilisant le même protocole expérimental) sur l'équivalence psychométrique d'une échelle de désirabilité sociale | 62 |
| Tableau 2: matrice des corrélations | 88 |
| Tableau 3: Scores moyens de désirabilité sociale obtenus <i>via</i> les formats de passation traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon) <i>versus</i> informatisé (<i>i.e. offline</i>)..... | 89 |
| Tableau 4 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> format de passation) concernant les scores moyens de désirabilité sociale..... | 89 |
| Tableau 5: Scores moyens d'hétéroduperie obtenus <i>via</i> les formats de passation traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon) <i>versus</i> informatisé (<i>i.e. offline</i>)..... | 89 |
| Tableau 6 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> format de passation) concernant les scores moyens d'hétéroduperie | 90 |
| Tableau 7: Scores moyens d'autoduperie obtenus <i>via</i> les formats de passation traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon) <i>versus</i> informatisé (<i>i.e. offline</i>)..... | 90 |
| Tableau 8 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> format de passation) concernant les scores moyens d'autoduperie | 90 |
| Tableau 9 : Analyse de régression de l'expérience subjective sur les scores moyens obtenus au DS36 en condition informatisée..... | 91 |
| Tableau 10 : Analyse de régression de l'expérience objective sur les scores moyens obtenus au DS36 en condition informatisée..... | 91 |
| Tableau 11 : Analyse de régression simple de l'anxiété envers l'informatique sur les scores moyens obtenus au DS36 lors de la passation informatisée | 92 |
| Tableau 12 : Analyse de régression simple de l'attitude envers l'informatique sur les scores moyens obtenus au DS36 lors de la passation informatisée | 92 |
| Tableau 13 : Corrélations des items 1 à 20 aux cinq premiers facteurs issus de l'analyse. | 101 |
| Tableau 14: Corrélations de la nouvelle analyse factorielle de 17 items retenus aux quatre premiers facteurs issus de l'analyse..... | 102 |
| Tableau 15 : liste des items | 102 |
| Tableau 16: Récapitulatif des contrebalancements proposés..... | 105 |
| Tableau 17 : Matrice de corrélation..... | 108 |
| Tableau 18: Moyennes obtenues au DS36 en fonction du format de passation..... | 109 |
| Tableau 19 : Résultat du test <i>t</i> pour échantillon apparié..... | 109 |
| Tableau 20 : Analyse de régression simple de l'expérience objective (<i>i.e.</i> fréquence) sur les scores du DS36 (passation débutant par le format traditionnel) | 110 |
| Tableau 21 : Analyse de régression simple de l'expérience objective (<i>i.e.</i> fréquence) sur les scores du DS36 obtenus (passation débutant par le format informatisé)..... | 110 |
| Tableau 22 : Analyse de régression simple de l'expérience subjective (<i>i.e.</i> perception) sur les scores du DS36 obtenus | 111 |
| Tableau 23 : Analyse de régression simple de l'attitude envers l'Internet sur les scores du DS36 obtenus..... | 112 |
| Tableau 24: résumé des scores moyens obtenus au DS36..... | 127 |

| | |
|--|-----|
| Tableau 25 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens de désirabilité sociale..... | 127 |
| Tableau 26: résumé des scores moyens d'hétéroduperie..... | 127 |
| Tableau 27 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens d'hétéroduperie..... | 128 |
| Tableau 28: résumé des scores moyens d'autoduperie..... | 128 |
| Tableau 29 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens d'autoduperie..... | 128 |
| Tableau 30: scores moyens obtenus au DS36 en fonction des formats de présentation . | 137 |
| Tableau 31 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> format de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale..... | 137 |
| Tableau 32: scores moyens d'hétéroduperie en fonction des formats de présentation ... | 137 |
| Tableau 33 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> format de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie..... | 138 |
| Tableau 34: scores moyens d'autoduperie en fonction des formats de présentation | 138 |
| Tableau 35 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> format de passation) pour les scores moyens d'autoduperie..... | 138 |
| Tableau 36 : scores moyens obtenus au DS36 en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat..... | 139 |
| Tableau 37 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens de désirabilité sociale..... | 139 |
| Tableau 38 : scores moyens obtenus en hétéroduperie en fonction des consignes de visibilité..... | 139 |
| Tableau 39 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> format de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie..... | 140 |
| Tableau 40 : scores moyens obtenus au DS36 en fonction des consignes de visibilité .. | 140 |
| Tableau 41 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> format de passation) pour les scores moyens d'autoduperie..... | 140 |
| Tableau 42 : scores moyens de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie obtenus en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat sur le format de passation traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon)..... | 141 |
| Tableau 43 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus via le format de passation traditionnel | 141 |
| Tableau 44 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus via le format de passation traditionnel..... | 141 |
| Tableau 45 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus via le format de passation traditionnel..... | 142 |
| Tableau 46 : scores moyens de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie obtenus en fonction des consignes de visibilité et d'anonymat en format de passation induit (<i>i.e.</i> <i>offline</i>)..... | 142 |
| Tableau 47 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus via le format de passation <i>offline</i> induit | 143 |
| Tableau 48 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus via le format de passation <i>offline</i> induit..... | 143 |
| Tableau 49 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus via le format de passation <i>offline</i> induit..... | 143 |
| Tableau 50 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus via le format de passation <i>online</i> induit..... | 144 |
| Tableau 51 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus via le format de passation <i>online</i> induit | 144 |

| | |
|--|-----|
| Tableau 52 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> anonymat technique) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus via le format de passation <i>online</i> induit | 145 |
| Tableau 53 : définition des dimensions du TAM 2 et exemples d'items | 154 |
| Tableau 54: Répartition de la population expérimentale en fonction du format de passation..... | 156 |
| Tableau 55 : répartition de la population expérimentale en fonction du type de contexte et des formats de passation..... | 157 |
| Tableau 56: matrice de corrélation | 162 |
| Tableau 57: Scores moyens de désirabilité sociale, d'hétéroduperie et d'autoduperie obtenus en fonction du format de passation : traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon) <i>versus offline</i> (<i>i.e.</i> non connecté) <i>versus online</i> (<i>i.e.</i> connecté)..... | 163 |
| Tableau 58 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> format de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale..... | 163 |
| Tableau 59 : résumé des moyennes obtenues au DS36 en fonction du type de contexte (<i>i.e.</i> avec enjeu et sans enjeu) | 164 |
| Tableau 60 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale..... | 165 |
| Tableau 61 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie..... | 165 |
| Tableau 62 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens d'autoduperie..... | 165 |
| Tableau 63 : scores moyens de désirabilité sociale obtenus en format traditionnel en fonction de l'enjeu..... | 166 |
| Tableau 64 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus en format de passation traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon) | 166 |
| Tableau 65 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus en format de passation traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon) ... | 166 |
| Tableau 66 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus en format de passation traditionnel (<i>i.e.</i> papier/crayon) | 166 |
| Tableau 67 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus en format de passation <i>offline</i> | 167 |
| Tableau 68 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus <i>via</i> le format de passation <i>offline</i> | 168 |
| Tableau 69 : scores moyens de désirabilité sociale obtenus en fonction du contexte (<i>i.e.</i> avec enjeu/sans enjeu) en format de passation <i>online</i> | 168 |
| Tableau 70 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens de désirabilité sociale obtenus en format de passation <i>online</i> | 169 |
| Tableau 71 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens d'hétéroduperie obtenus en format de passation <i>online</i> | 169 |
| Tableau 72 : Anova à un facteur (<i>i.e.</i> contexte de passation) pour les scores moyens d'autoduperie obtenus en format de passation <i>online</i> | 169 |
| Tableau 73 : indices de consistance interne des dimensions de l'échelle d'acceptabilité sociale..... | 170 |
| Tableau 74 : résumé des scores moyens obtenus à l'échelle d'acceptabilité sociale et pour chacune de ses dimensions | 170 |
| Tableau 75 : analyse de régression simple de l'utilité perçue sur les scores du DS36 obtenus en format de passation <i>offline</i> | 171 |
| Tableau 76: analyse de régression simple de la norme sociale perçue sur les scores du DS36 obtenus sur le format de passation <i>online</i> | 172 |

Tableau 77: analyse de régression simple du contrôle perçu sur les scores du DS36 obtenus sur le format de passation *online* 172

2. Index des encadrés

Encadré 1 : Présentation de la version informatisée du DS36 84

Encadré 2 : procédure de validation transculturelle de l'EAI 100

Encadré 3 : Items de facilité et d'utilité perçue de l'utilisation d'un dispositif informatisé de passation 104

Encadré 4 : Etude 6 relative aux usages des formats traditionnel (*i.e.* papier/crayon) *versus* informatisés (*i.e.* *offline* et *online*) d'une population similaires à celle des expérimentations réalisées dans le cadre de cette thèse 176

Cette thèse se donne pour ambition la compréhension des mécanismes autoprésentationnels et plus particulièrement ceux liés à l'expression de la désirabilité sociale en tant que stratégie de présentation de soi, mis en place en fonction du format de passation (*i.e.* papier/crayon *vs.* informatisé). Le format de passation informatisé est, en effet, susceptible d'affecter la manière dont les individus s'autoprésentent en participant à une perception spécifique du contexte de passation : celui-ci serait perçu comme plus anonymant que le format de passation traditionnel (Kiesler et Sproull, 1986). Alors que la plupart des études ont choisi d'aborder la question de l'équivalence des formats de passation traditionnels *versus* informatisés d'un point de vue psychométrique, nous tenterons d'y répondre en interrogeant tant des facteurs dispositionnels tels que l'attitude envers l'informatique (expérimentations 1, 2 et 5) que contextuels comme, par exemple, l'anonymat (expérimentations 3,4 et 5). Deux études se focaliseront sur l'usage des formats traditionnels et informatisés (expérimentations 5 et 6). Au sein de ce programme de recherche, nous distinguerons également les formats de passation les plus traditionnels (*i.e.* papier/crayon) des plus récents (*i.e.* formats *offline* et *online*). De manière générale, les résultats valident l'intérêt d'une approche psychosociale de l'équivalence des formats de passation traditionnels *versus* informatisés. Indépendamment du format de passation auquel les individus sont confrontés (*i.e.* traditionnel, *offline* ou *online*), les stratégies d'autoprésentation sont influencées par la manière dont les individus perçoivent la situation de passation.

Mots clés : passation papier/crayon – passation informatisée – désirabilité sociale – autoprésentation

The purpose of this thesis is to understand self-presentation processes and, in particular, the expression of social desirability depending on presentation paper-and-pencil *versus* computer-based test. Computer-based tests could affect the way respondents express self-presentation because this specific context may be perceived as more impersonal than a paper-and-pencil test (Kiesler et Sproull, 1986). While most studies choose to approach the question of the equivalence of traditional versus computer-based test through a psychometric view, we answer this problematic by questioning dispositional variables such as computer attitude (experimentations 1, 2 and 5) and contextual variables such as anonymity (experimentations 3, 4 and 5). Participants' use of these test formats is also studied (experimentations 5 and 6). Within this research program, we distinguish the most traditional (*i.e.* paper-and-pencil) from the most recent (*i.e.* offline and online) administration mode. The results validate the interest of a psychosocial approach for the field of equivalence of traditional *versus* computer-based tests. Regardless of the test version itself (*i.e.* paper-and-pencil, offline or online), self-presentation strategies depends of individuals' perception of the testing context.

Key words : paper-and-pencil administration test – computer-based test – social desirability – self-presentation