



HAL
open science

La technique du porte-au-nez : vers une interprétation en termes d'éveil d'une dissonance

Nicolas Mauny

► **To cite this version:**

Nicolas Mauny. La technique du porte-au-nez : vers une interprétation en termes d'éveil d'une dissonance. Psychologie. Normandie Université, 2020. Français. NNT : 2020NORMC015 . tel-03043966

HAL Id: tel-03043966

<https://theses.hal.science/tel-03043966v1>

Submitted on 7 Dec 2020

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.



Normandie Université

THÈSE

Pour obtenir le diplôme de doctorat

Spécialité PSYCHOLOGIE

Préparée au sein de l'Université de Caen Normandie

La technique du porte-au-nez : Vers une interprétation en termes d'éveil d'une dissonance

**Présentée et soutenue par
Nicolas MAUNY**

**Thèse soutenue publiquement le 16/01/2020
devant le jury composé de**

Mme MARIE-AMELIE MARTINIE	Maître de conférences HDR, Université de Poitiers	Rapporteur du jury
M. DANIEL PRIOLO	Maître de conférences HDR, Université Montpellier 3 Paul Valéry	Rapporteur du jury
Mme VERONIQUE CHRISTOPHE	Professeur des universités, Université Lille 3 Charles de Gaulle	Membre du jury
Mme VALÉRIE FOINTIAT	Professeur des universités, Aix-Marseille Université	Membre du jury
M. ALAIN SOMAT	Professeur des universités, Université Rennes 2	Président du jury
Mme CECILE SENEMEAUD	Professeur des universités, Université Caen Normandie	Directeur de thèse

Thèse dirigée par CECILE SENEMEAUD, Laboratoire de Psychologie de Caen Normandie



UNIVERSITÉ
CAEN
NORMANDIE



LABORATOIRE
DE PSYCHOLOGIE
CAEN NORMANDIE

« Ex nihilo nihil fit »

Lucrece

REMERCIEMENTS

J'ai eu la chance de faire mes études de psychologie au moment où Cécile est arrivée à l'Université de Caen. Elle a su me communiquer sa passion pour la recherche et cette rencontre m'a ouvert des perspectives que je n'imaginai pas. C'est vrai qu'il m'aura fallu attendre 9 ans pour me lancer dans ce travail de thèse¹ mais elle a accepté sans aucune hésitation de me prendre sous son aile. Je te remercie d'avoir cru en moi et de t'être engagé à mes côtés durant ces quatre années. Ton dynamisme, ta spontanéité et ton soutien sans faille m'ont permis de progresser et de mener à bien ce travail.

Je tiens à remercier les membres de mon jury Véronique Christophe, Valérie Fointiat, Marie-Amélie Martinie, Daniel Priolo et Alain Somat de m'avoir fait l'honneur d'accepter d'évaluer ce travail.

Je remercie particulièrement Jessica et Alain pour leurs précieux conseils tout au long de cette thèse. Sans oublier Marc qui s'est toujours rendu disponible dès que j'avais besoin de lui.

J'ai une pensée également pour mes compères qu'ils soient étudiants ou collègues : Sandrine, Jérôme, Marie, Pauline T., Laureleen, Thomas et Caroline pour leur

¹ Si vous êtes curieux de savoir pourquoi je n'ai pas fait directement mon doctorat à la fin de mon master... demandez à Cécile !

collaboration, ainsi que mon chasseur préféré, Aurélien, sans qui certaines de mes expériences n'auraient pu aboutir.

Merci à la Team 403, en commençant par Camille, Pauline A. et Victoria. Vous avez été bien plus que des collègues de bureau en me soutenant durant une période difficile. Merci également à Maxime : Que ce soit pour se défouler², discuter de discussion, papoter ou simplement être là, je sais que je peux toujours compter sur toi. J'en profite aussi pour remettre officiellement à Pauline R., le flambeau du doyen des doctorants.

Un grand merci à mes relecteurs Mickey, Ju, Geo et Popotwo, sans qui la lecture de ce manuscrit aurait fait grincer des dents !

Je n'oublie pas l'aide de mes proches qui m'ont accompagné tout au long de cette thèse. D'abord mes parents, pour les encouragements et le soutien qu'ils ont l'un comme l'autre toujours su me donner. Mon petit frère Mickaël, qui a toujours été derrière moi du début jusqu'à la fin. Je souhaite remercier tout particulièrement ma femme Sylvie qui a accepté il y a quatre ans que je me lance dans cette aventure, sans finalement se rendre compte à quel point elle allait me partager avec ma thèse. Je n'oublie pas bien entendu mes enfants, Enzo et Lana. C'est vrai que vous n'avez pas toujours compris ce que je faisais³ et vous avez eu l'impression de me voir tout le temps devant mon ordinateur mais au final, j'espère que vous serez aussi fiers que moi je le suis de vous.

² Il est clair que tu me fais bien galoper au bad et au tennis !

³ Mais c'est quoi ton travail ?

RÉSUMÉ

Les recherches menées dans le champ de l'influence sociale et permettant d'amener les individus au changement sont classiques en psychologie sociale. Le changement de comportement peut être obtenu par le biais de différentes techniques, comme celle de la porte-au-nez. Son mode opératoire est assez simple : obtenir un refus à une première demande trop coûteuse pour être acceptée dans le but de faciliter l'acceptation d'une seconde demande qui l'est moins, celle visée dès le début. Différentes interprétations ont été testées mais aucune d'entre elles ne fait l'unanimité à ce jour. L'objectif de cette thèse est d'une part, d'étudier le rôle de la position du participant vis-à-vis de l'objet des requêtes dans le paradigme de porte-au-nez et d'autre part, de proposer une nouvelle modélisation de l'effet porte-au-nez basée sur une inconsistance. Nous faisons l'hypothèse que l'efficacité de la technique de porte-au-nez repose sur la difficulté des personnes à tolérer l'inconsistance entre leur comportement de refus et leurs positions mesurées au travers de l'attitude, l'importance pour le Soi et les croyances normatives vis-à-vis de l'objet. Dans cette logique, l'acceptation de la seconde requête aurait lieu pour réduire cette inconsistance en adoptant un comportement cohérent avec leurs positions. Six expériences ont été menées pour répondre à cet objectif. Les deux premières ont permis de tester le rôle de la position initiale et elles montrent que seule l'importance du Soi peut influencer l'effet de porte-au-nez. Les deux suivantes ont permis de mettre en évidence le rôle de l'écart entre la position des individus et le comportement de refus sur l'intention. La cinquième expérience montre que les participants ressentent de la culpabilité lors du refus de la requête extrême surtout lorsque leur position est favorable à la cause des requêtes. Les résultats de la dernière confirment une interprétation en termes de gestion d'une inconsistance par rapport à une interprétation classique.

ABSTRACT

Research conducted in the field of social influence and leading individuals to change are classic in social psychology. Behavior change can be achieved through different techniques, such as the door-in-the-face. Its operating procedure is simple: get a refusal on a first request too costly to be accepted in order to facilitate the acceptance of a second request less costly, the one targeted from the beginning. Different interpretations were tested based on contextual variables to argue their approaches, but none of them is unanimously approved to date. The objective of this thesis is to study the influence of interpersonal variables, such as attitude, self-importance and normative beliefs, in the door-in-the-face paradigm and to propose a new modelling of the door-in-the-face effect based on inconsistency. We hypothesize that the effectiveness of the door-in-the-face technique is based on the difficulty people have in tolerating the inconsistency between their refusal behavior and their measured positions through attitude, Self-importance and normative beliefs about the object. In this logic, the acceptance of the second request would take place to reduce this inconsistency by adopting a behavior consistent with their positions. Six experiments were conducted to achieve this objective. The first two have tested the role of the initial position and show that only the Self-importance can influence the door-in-the-face effect. The following two have highlighted the role of the difference between the position of individuals and the refusal behavior on the intention. The fifth experiment shows that the participants feel guilty when the extreme request is refused, especially when their position is favorable to the cause of the requests. The results of the last one confirm an interpretation in terms of inconsistency compared to a classical interpretation.

SOMMAIRE

Introduction	1
Chapitre 1. La technique d'influence de la porte-au-nez : phénomène, variables modératrices et explications	5
1 Les premières démonstrations de la technique d'influence.....	6
1.1 Comment amener des personnes à accepter d'accompagner de jeunes délinquants au zoo ?.....	6
1.2 Comment amener des personnes à réaliser un don de sang et à revenir ?.....	7
2 Les variables modératrices de l'effet de porte-au-nez	8
2.1 Les variables contextuelles : l'effet du délai et de la forme de l'interaction.	9
2.2 Les variables liées à la source d'influence : l'effet du changement d'interlocuteur entre les requêtes et le rôle de son statut	9
2.3 Les variables liées aux requêtes : l'effet du coût et de la nature des requêtes... ..	10
2.4 Les variables liées aux personnes cibles : l'effet des différences interindividuelles.....	12
2.5 Les variables modératrices : une synthèse de la meilleure façon de réaliser une porte-au-nez.....	15
3 Les interprétations de l'effet de porte-au-nez basées sur la confrontation entre les deux requêtes.....	16
3.1 Accepter la requête cible pour répondre à la concession du demandeur.....	16
3.2 Accepter la requête cible par effet de contraste à la requête extrême	20
4 Les interprétations de l'effet porte-au-nez basées sur la conséquence du refus de la requête extrême chez les participants.....	25
4.1 Accepter la requête cible pour sauver les apparences. Le point de vue de l'auto-présentation.....	25

4.2	Accepter la requête cible en fonction de l'activation de la norme de responsabilité sociale.....	29
4.3	Accepter la requête cible pour réduire la culpabilité d'avoir refusé la requête extrême.....	31
4.3.1	La culpabilité : une émotion particulière.....	31
4.3.2	La culpabilité : une émotion qui engage à l'action.....	33
4.3.3	La culpabilité dans la procédure de porte-au-nez	34
4.4	Accepter la requête cible pour réduire un inconfort psychologique.....	36
5	L'apport des recherches sur la technique de porte-au-nez et leurs limites	37
Chapitre 2. L'inconsistance dans différents paradigmes d'influence sociale ..		40
1	Les paradigmes classiques d'inconsistance.....	42
1.1	Le paradigme du libre choix	42
1.2	Le paradigme de la soumission forcée ou induite	43
1.2.1	La situation de l'essai contre-attitudinal	43
1.2.2	La situation de la tâche fastidieuse	44
1.3	Le paradigme de la justification de l'effort	45
1.4	Le paradigme du désaccord avec autrui	45
1.5	Le paradigme de l'exposition à une information inconsistante	46
2	Le développement de nouvelles situations d'inconsistance.....	47
2.1	Le paradigme de l'hypocrisie induite	47
2.2	Le paradigme de la dissonance vicariante	49
2.3	Le paradigme de la dissonance émotionnelle.....	50
3	Conclusion : la porte-au-nez est-elle affaire d'inconsistance ?	51
Chapitre 3. Les différents types d'inconsistance à l'origine de l'inconfort psychologique		53
1	La théorie de la dissonance cognitive ou la difficulté de tolérer l'inconsistance entre un comportement et une attitude	54
2	Les versions contemporaines de la théorie de la dissonance cognitive	56
2.1	La théorie de l'autoconsistance (ou consistance du Soi) : l'inconsistance entre un comportement et des standards de conduites personnelles	56
2.2	La théorie de l'affirmation de Soi : l'inconsistance entre un comportement et le concept de Soi.....	58
2.3	La théorie du New-Look : l'inconsistance entre un comportement et des normes sociales.....	59
3	Conclusion sur les différents types d'inconsistance.....	60
Chapitre 4. Problématique		
L'effet de porte-au-nez : vers une interprétation en termes d'inconsistance ..		63
1	L'hétérogénéité de l'attitude, de l'importance et des croyances normatives face aux objets pro-sociaux : le cas du don de sang	65

2	L'effet modérateur de l'attitude, de l'importance et des croyances normatives sur l'efficacité de la porte-au-nez.....	66
Chapitre 5. L'effet de porte-au-nez : Le rôle de la position initiale		69
1	Position à l'égard du don de sang et intention comportementale : des liens déjà avérés	70
2	Expérience 1 : Effet de l'attitude, de l'importance et des croyances normatives sur l'efficacité de la porte-au-nez.....	72
2.1	Présentation	72
2.2	Hypothèses	72
2.3	Méthode	73
2.3.1	Participants	73
2.3.2	Procédure et matériel	73
2.3.3	Mesures	74
2.4	Résultats	75
2.5	Discussion	77
3	Expérience 2 : Effet de l'activation de l'attitude, de l'importance et des croyances normatives sur l'efficacité de la porte-au-nez.....	79
3.1	Détermination de la méthode d'activation.....	79
3.2	Présentation de l'expérience.....	81
3.3	Hypothèses	81
3.4	Méthode	81
3.4.1	Participants	81
3.4.2	Procédure et matériel	82
3.4.3	Mesures	84
3.5	Résultats	84
3.5.1	Analyses de la soumission verbale en situation de porte-au-nez....	84
3.5.2	Analyse de la soumission comportementale en situation porte-au-nez	86
3.6	Discussion	86
4	Conclusion.....	88
Chapitre 6. L'inconsistance à l'origine de l'effet de porte-au-nez : le rôle de l'écart entre la position et le comportement de refus		89
1	Expérience 3 : Effet de la manipulation de l'importance sur l'efficacité de la porte-au-nez.....	90
1.1	Détermination d'une méthode qui permet de manipuler une variable dispositionnelle	90
1.2	Présentation	92
1.3	Hypothèses	93
1.4	Méthode	93
1.4.1	Participants	93
1.4.2	Matériel	94
1.4.3	Procédure.....	96
1.4.4	Variables dépendantes.....	98
1.5	Résultats	99
1.5.1	Analyses préliminaires.....	99

1.5.2	Analyses principales.....	101
1.6	Discussion.....	102
2	Expérience 4 : Effet de la position initiale et du coût de la requête extrême sur l'efficacité de la technique de porte-au-nez.....	104
2.1	Présentation.....	104
2.2	Hypothèses.....	105
2.3	Méthode.....	106
2.3.1	Participants.....	106
2.3.2	Procédure et matériel.....	107
2.3.3	Mesures.....	109
2.4	Résultats.....	109
2.4.1	Modèle d'analyse avec les contrastes testant le type de requête et l'attitude.....	110
2.4.2	Modèle d'analyse avec les contrastes testant le type de requête et l'importance accordée au don de sang.....	112
2.4.3	Modèle d'analyse avec les contrastes testant le type de requête et les croyances normatives.....	113
2.5	Discussion.....	115
3	Conclusion.....	117

Chapitre 7. L'inconsistance à l'origine de l'effet de porte-au-nez : L'influence de l'écart entre la position et le comportement de refus sur les émotions ressenties.... 119

1	Les différentes échelles d'émotions utilisées dans le cadre de la mesure de la dissonance.....	120
1.1	L'échelle bipolaire de Zanna et Cooper.....	120
1.2	L'échelle d'anxiété : MAACL.....	121
1.3	L'échelle d'affects positifs et négatifs : le PANAS.....	121
1.4	Le « thermomètre » de mesure de la dissonance.....	121
2	Présentation de l'expérience 5.....	124
3	Hypothèses.....	124
4	Méthode.....	126
4.1	Participants.....	126
4.2	Procédure et matériel.....	126
4.2.1	Phase 1 : Remplissage du questionnaire.....	126
4.2.2	Phase 2 : Effet des requêtes extrêmes.....	126
4.2.3	Phase 3 : Mesure des émotions.....	127
4.3	Mesures.....	128
5	Résultats.....	128
5.1	Analyses préliminaires du questionnaire d'émotions.....	128
5.2	Analyses des effets des requêtes et de la position des participants vis-à-vis du don de sang sur l'éveil émotionnel.....	129
5.2.1	Effets des requêtes et de l'attitude sur la culpabilité.....	130
5.2.2	Effets des requêtes et de l'importance sur la culpabilité.....	131
5.2.3	Effets des requêtes et du degré de croyances normatives sur la culpabilité.....	132

5.2.4 Résultats complémentaires.....	133
6 Discussion	134
7 Conclusion.....	135
Chapitre 8. L'effet de porte-au-nez : distinction entre l'ampleur de l'écart et l'ampleur de la concession	137
1 Présentation de l'expérience 6.....	138
2 Hypothèses.....	139
3 Méthode.....	140
3.1 Participants	140
3.2 Procédure et matériel	140
3.2.1 Phase 1 : Remplissage du questionnaire.....	140
3.2.2 Phase 2 : Effet des requêtes extrême et cible.....	141
3.3 Mesures	142
4 Résultats	142
4.1 Effet du coût de la requête cible et de l'attitude sur l'acceptation de faire un don.....	143
4.2 Effet du coût de la requête cible et de l'importance sur l'acceptation de faire un don.....	145
4.3 Effet du coût de la requête cible et des croyances normatives sur l'acceptation de faire un don.....	147
5 Discussion	147
Discussion générale	149
1 L'origine de l'efficacité de la porte-au-nez : un besoin de consistance jusqu'alors ignoré ?.....	149
2 Le concept de Soi en situation de porte-au-nez	151
3 L'éveil émotionnel lié au refus de la requête extrême	152
4 Quels sont les apports pour la promotion du don de sang ?.....	155
Conclusion	157
Références bibliographiques	161
Index des auteurs	179
Liste des figures	186
Liste des tableaux	189
Sommaire des annexes	191

INTRODUCTION

Imaginez que vous rencontrez dans la rue un jeune garçon qui vous explique participer à un projet d'étude concernant le climat et la biodiversité. Il vous propose d'acheter un billet d'entrée au prix de 20 euros pour participer à la fête de fin d'année de son collègue dont les fonds récoltés serviront à mettre en place des ruches, des nichoirs à oiseaux, des parcelles de fleurs et un potager bio. Malgré que vous soyez très favorable à ce type d'initiative, vous ne vous sentez pas particulièrement intéressé à participer à cet événement un samedi soir et qui plus est à ce prix. Vous déclinez gentiment et à ce moment, ce même garçon vous montre des barres aux chocolats qu'il vend au prix de 1 euro et 50 centimes l'unité. Que feriez-vous ? Robert Cialdini (1990) raconte que dans une situation à peu près similaire, il en a acheté deux sans se rendre compte de ce qui s'était passé. Avec ses collaborateurs, ils ont alors réfléchi à cette situation et à comment elle a pu le conduire à acheter deux barres chocolatées après avoir refusé d'acheter, à la même personne, un billet à 20 euros en faveur de la même cause. C'est après cette expérience de vie quotidienne qu'est apparue la volonté de vérifier et de comprendre la propension à se « rabattre » sur la véritable requête après qu'une première requête plus importante ait été proposée et refusée. La technique d'influence de la porte-au-nez, initialement appelée technique de « *rejet-retrait* » (Cialdini, 1990; Cialdini & Ascani, 1976), fut alors testée et elle est devenue depuis l'une

des techniques d'influence les plus classiques de la psychologie sociale (Feeley, Anker, & Aloe, 2012).

Dès ses premiers écrits qui présentent en détails la technique de porte-au-nez, Cialdini insista sur l'originalité de la procédure comparée aux recherches réalisées à la même période sur le changement de comportement. En effet, l'objectif de la porte-au-nez n'est pas d'obtenir une acceptation à une première proposition attractive (cf. la technique du Low-Ball, Cialdini, Cacioppo, Bassett, & Miller, 1978) ou d'accepter de réaliser un premier comportement peu coûteux (cf. la technique du pied-dans-la-porte, Freedman & Fraser, 1966). Son objet est précisément d'obtenir que la personne interrogée refuse la première requête. Cette spécificité amena alors Cialdini à présenter sa technique comme différentes des autres techniques de persuasion de l'époque car opposée à un principe qui était considéré à cette période comme le moteur essentiel des comportements : le besoin de consistance (*e.g.* Festinger, 1957; Heider, 1946, 1958). En vertu de ce principe, si des personnes refusent la première requête, nous devrions alors nous attendre à ce qu'elles refusent la seconde proposée par la suite pour faire preuve de cohérence. Cialdini et al. (1975) ayant posé l'hypothèse que l'acceptation d'un comportement pouvait être favorisé par le refus d'un premier pourtant sur la même lignée, la référence à un éventuel besoin de consistance fut alors évacuée dès le premier écrit sur la technique par son concepteur et pratiquement jamais reproposé depuis. Pourtant, d'après la lecture que nous proposons dans ce travail de thèse du paradigme de la porte-au-nez, ce serait bien de « consistance » dont il s'agirait également, un besoin de consistance assouvi par l'acceptation de la requête cible.

Parmi les théories se basant sur ce besoin de consistance (Heider, 1946, 1958), la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957) postule que lorsque les circonstances conduisent une personne à agir en désaccord avec ses attitudes, cette personne ressentira un état de tension inconfortable. Cette dissonance pour être réduite amènera la personne soit à modifier ses attitudes dans le sens de l'acte réalisé soit à adopter de nouveaux comportements (Beauvois, Joule, & Brunetti, 1993; Joule, 1996). L'intérêt du changement obtenu dans un contexte d'inconsistance serait que la personne retrouve un état d'équilibre cognitif. Seulement, d'autres explications ont été apportées quant à l'origine de cette inconsistance. Certains estiment qu'il est nécessaire d'inclure le concept de Soi (*e.g.* Aronson, 1968; Steele, 1988) alors que d'autres

postulent que l'inconsistance provient initialement de la transgression d'une norme qui conduit à des conséquences aversives (Cooper & Fazio, 1984).

Le travail de thèse présenté a pour objectif de développer et de tester une nouvelle modélisation de l'effet de porte-au-nez basée sur l'inconsistance qui existerait entre une position favorable à l'égard de la cause plaidée, mesurée au travers de l'attitude, l'importance du Soi et des croyances normatives, et le fait de refuser de faire quelque chose allant dans le sens de cette cause (Sénémeaud, Somat, Terrier, & Noël, 2008).

Les trois premiers chapitres de cette thèse correspondent à la partie théorique de ce travail et permettent de tisser les liens dont nous avons besoin pour argumenter en faveur de l'existence d'une inconsistance au cœur du phénomène de la porte-au-nez. Dans le premier chapitre, après avoir détaillé les expériences princeps, une revue des variables modératrices sera proposée. Le but de cet exposé est, tout d'abord, de comprendre les conditions optimales à l'utilisation de la technique, et d'alimenter les arguments qui seront présentés ensuite pour chacune des interprétations de la technique. Nous exposerons, dans un second chapitre, l'idée selon laquelle la technique de porte-au-nez repose sur un comportement problématique (*i.e.* un comportement qui va à l'encontre des convictions et des motivations) et nous présenterons de ce fait différents paradigmes classiques d'inconsistance (Abraham, 1998; Aronson, Fried, & Stone, 1991; Festinger, 1957; Norton, Monin, Cooper, & Hogg, 2003). Puis dans un troisième chapitre, nous aborderons les différentes propositions qui ont été avancées pour déterminer l'origine de l'inconsistance dans le but de les considérer comme de potentielles interprétations de l'effet de porte-au-nez.

À l'issue de ces chapitres théoriques, nous argumenterons notre hypothèse selon laquelle l'efficacité de la technique de porte-au-nez repose sur la difficulté des personnes à tolérer l'inconsistance entre leur comportement de refus et une position (favorable) à l'égard de la cause des requêtes.

Les chapitres suivants seront consacrés à la présentation du travail expérimental que nous avons réalisé pour valider notre hypothèse générale. Les deux premières expériences (chapitre 5) testent le rôle de l'attitude, de l'importance du Soi et des croyances normatives sur l'efficacité de la technique de porte-au-nez. Les deux suivantes (chapitre 6) permettent de tester l'effet d'un écart entre la position et le comportement de refus sur l'acceptation de la requête cible. La cinquième expérience (chapitre 7) teste les émotions éveillées après le refus de la requête extrême et la

dernière (chapitre 8) permet d'assoir notre interprétation en termes de gestion d'une inconsistance par rapport à une interprétation classique.

LA TECHNIQUE D'INFLUENCE DE LA PORTE-AU-NEZ : PHÉNOMÈNE, VARIABLES MODÉRATRICES ET EXPLICATIONS

Le principe de la porte-au-nez est une technique d'influence séquentielle qui nécessite deux temps. Le premier a pour but d'obtenir le refus à une requête trop importante pour être acceptée et le second temps correspond à la proposition de la requête cible, celle visée dès le départ. Nous observons alors que le refus de cette demande très coûteuse suivi d'une autre dont le coût est plus accessible suffit à augmenter l'acceptation de cette dernière. De nombreuses recherches ont été entreprises depuis la première publication sur la porte-au-nez (Cialdini et al., 1975). Certaines se sont focalisées sur la reproduction de l'effet porte-au-nez (e.g. Cialdini & Ascani, 1976; Foss & Dempsey, 1979; Millar, 2001) en la comparant à la technique du pied-dans-la-porte (e.g. Cann, Sherman, & Elkes, 1975; Reingen & Kernan, 1977) et de l'amorçage (Brownstein & Katzev, 1985; Wang, Brownstein, & Katzev, 1989) ou à la technique de « even-a-penny » (Reingen, 1977). D'autres études quant à elles se sont consacrées à la compréhension de la technique de porte-au-nez (Feeley et al., 2012; Feeley, Fico, Shaw, Lee, & Griffin, 2016; Fern, Monroe, & Avila, 1986; O'Keefe & Hale, 1998, 2001). Certains travaux vont dans le sens de la première interprétation en terme de concession réciproque (Cialdini et al., 1975) et d'autres, en soulignant les limites de cette explication, proposent de nouvelles manières de concevoir l'effet de cette

technique. Afin de montrer la prévalence d'un modèle explicatif par rapport aux autres, les chercheurs se sont également intéressés aux conditions dans lesquelles la technique permettait d'augmenter l'acceptation de la requête cible. Dans ce premier chapitre, nous revenons sur ces variables qui permettent d'optimiser les effets de porte-au-nez puis nous présentons les différentes interprétations classiquement évoquées pour expliquer cet effet. Au préalable, nous présentons les deux premières expériences que Cialdini a dirigées.

1 Les premières démonstrations de la technique d'influence

1.1 Comment amener des personnes à accepter d'accompagner de jeunes délinquants au zoo ?

La toute première expérience réalisée sur la porte-au-nez (Cialdini et al., 1975) comprenait plusieurs conditions. Dans une première condition, la situation contrôle, Cialdini et al. (1975) demandaient à des étudiants qui étaient seuls sur le campus s'ils seraient intéressés pour accompagner bénévolement un groupe de jeunes du centre de détention juvénile lors d'une visite de deux heures au zoo. Seuls 4 étudiants sur les 24 interrogés (16,7%) dans cette condition contrôle ont accepté de participer à cette excursion. Dans le but de faire progresser ce taux d'acceptation, Cialdini et al. (1975) ont, dans une seconde condition, testé l'effet de la proposition d'une requête coûteuse suivie d'une requête moins coûteuse. Le but de cette condition est de vérifier si la présentation simultanée de deux requêtes aux coûts différents permettait de favoriser, par un effet de comparaison, celle au coût plus faible. Ils ont donc proposé à des étudiants deux programmes. Dans le premier, il s'agissait d'être conseillers bénévoles pour travailler au centre de détention juvénile pendant deux heures par semaine tandis que le second programme correspondait à celui de la visite au zoo de la condition contrôle. Ces deux propositions étaient formulées l'une après l'autre pour laisser le choix aux étudiants de se positionner sur l'une d'entre elles. Évidemment, le premier programme n'a rencontré aucun succès mais le second n'a été accepté que par 6 personnes sur les 24 interrogés (25%). Nous en comprenons que la simple comparaison entre une demande très coûteuse et une autre dont le coût est plus accessible ne suffit pas à augmenter l'acceptation de la requête cible. Ainsi, dans une troisième condition,

ces chercheurs ont proposé de formuler dans un premier temps la requête coûteuse et de proposer la requête cible uniquement après le refus de la première. De cette manière, 12 étudiants sur 24 (50%) ont accepté d'accompagner des jeunes délinquants lors d'une sortie au zoo.

Nous pouvons voir dans cette première expérience que le refus de la première demande semble indispensable puisque la simple exposition aux deux requêtes l'une après l'autre, pour donner un effet de contraste, n'affecte pas la conformité à la requête cible.

1.2 Comment amener des personnes à réaliser un don de sang et à revenir ?

Une seconde expérience a été menée par la suite dans le but de reproduire la soumission verbale (*i.e.* acceptation du comportement) obtenue dans Cialdini et al. (1975) mais également de mesurer la soumission comportementale (*i.e.* réalisation du comportement). Pour cela, Cialdini et Ascani (1976) ont abordé des étudiants sur le campus universitaire en leur proposant de réaliser un don de sang lors de la collecte de sang mobile qui se déroule sur le campus le lendemain matin. Dans cette condition contrôle, 20 étudiants sur les 63 (32%) ont accepté de s'engager à venir donner leur sang et ils ont rempli un formulaire en indiquant leur nom et leur numéro de téléphone. Dans la condition de porte-au-nez, les expérimentateurs proposaient dans un premier temps aux étudiants d'adhérer à un programme de dons à long terme qui nécessite la réalisation d'un don de sang tous les deux mois pendant trois ans. Après le refus des étudiants, la même requête cible que la condition contrôle était proposée. Dans cette condition, 31 personnes sur les 63 interrogés (49%) ont accepté la seconde requête. L'augmentation de l'accord verbal entre la condition contrôle et la condition porte-au-nez souligne à nouveau l'efficacité de cette technique. Cependant, les étudiants qui ont accepté de réaliser un don de sang le lendemain sont autant à se déplacer en condition contrôle qu'en condition porte-au-nez (respectivement 7/20 et 12/31). La soumission comportementale ne semble donc pas plus importante chez les personnes qui ont accepté de réaliser un don de sang après avoir refusé dans un premier temps une requête extrême comparé à ceux à qui la requête cible a été proposée directement. Par contre, les résultats montrent que lorsqu'il est demandé aux étudiants au moment où ils arrivent pour réaliser leur don de sang s'ils accepteraient de venir également une

prochaine fois pour réaliser un autre don de sang, seules les personnes de la condition porte-au-nez acceptent de se soumettre à nouveau.

Cette seconde expérience permet de confirmer l'efficacité de la technique de porte-au-nez sur l'intention comportementale. De plus, ce procédé semble pertinent dans la mesure où il permet d'améliorer la fidélisation des donateurs en augmentant le renouvellement des dons en les inscrivant à une prochaine collecte de sang. Ces premières recherches concernant cette nouvelle manière d'amener du changement ont été reproduites un grand nombre de fois. Pas moins de 78 expériences réparties parmi 40 articles publiés ont été utilisées dans la méta-analyse de Feeley, Anker et Aloe (2012). L'ensemble de ces travaux de recherche ont permis de prouver que l'utilisation de la technique de porte-au-nez procure un avantage global concernant l'acceptation d'un comportement (Feeley et al., 2012, 2016). De plus, ces résultats empiriques ont permis de délimiter les conditions optimales à l'emploi de cette technique, c'est-à-dire à préciser les variables qui modèrent l'effet de la technique d'influence.

2 Les variables modératrices de l'effet de porte-au-nez

Les travaux de recherche qui ont été réalisés pendant les quarante ans qui séparent l'expérience princeps (Cialdini et al., 1975) de la dernière méta-analyse (Feeley et al., 2016) ont le mérite de participer à la compréhension des conditions optimales de son application. Certaines situations permettent d'augmenter l'acceptation de la seconde requête alors que d'autres ont l'effet inverse en diminuant le nombre de personnes qui se conforment à cette stratégie d'influence. Dans les deux cas, les études ont permis de mieux comprendre les conditions de l'obtention de l'effet de porte-au-nez. Ces variables modératrices peuvent être classées en fonction qu'elles concernent le contexte de la demande, la source à l'origine de l'influence, les caractéristiques des requêtes ou encore celles des personnes cibles.

2.1 Les variables contextuelles : l'effet du délai et de la forme de l'interaction

Une première variable qui influe directement sur l'efficacité de la technique de porte-au-nez correspond à l'intervalle de temps qui sépare la formulation de la requête extrême de la requête cible. La recherche de Cann et al. (1975, exp. 1) a permis de manipuler ce délai soit en proposant directement la requête cible après le refus de la requête extrême, soit 7 à 10 jours plus tard. Dans le groupe contrôle, une personne sur deux accepte de distribuer une quinzaine de dépliants à ses voisins de quartier concernant la sécurité routière. Lorsque cette demande est faite juste après le refus de la requête extrême, ils sont 90% (19 acceptations sur 21) à accepter tandis qu'avec un délai d'une semaine, seuls 29% se conforment (6 acceptations sur 21). Ce résultat, qui a été reproduit dans d'autres recherches avec des délais allant de 5 minutes à 14 jours (Crano & Sivacek, 1982; Foss & Dempsey, 1979; Rogers, 1976, exp. 3; Shanab & Isonio, 1980; Snyder & Cunningham, 1975), montre l'intérêt de formuler les requêtes l'une après l'autre pour maintenir l'efficacité de la technique.

Lors de la proposition des requêtes extrêmes et cibles, différents moyens de communication ont pu être employés soit par écrit sur un support papier (Cantrill & Seibold, 1986), où en ligne par le biais d'un site internet (Guéguen, 2003), soit par téléphone (*e.g.* Dillard & Hale, 1992; Goldman & Creason, 1981; Reingen & Kernan, 1977, 1979; Rodafinos, Vucevic, & Sideridis, 2005) ou directement lors d'une interaction de face à face (*e.g.* Abrahams & Bell, 1994; Cialdini et al., 1975; Lecat, Hilton, & Crano, 2009; Mowen & Cialdini, 1980). L'effet de la technique est efficace quel que soit le moyen de communication employé pour formuler les sollicitations (Feeley et al., 2012).

2.2 Les variables liées à la source d'influence : l'effet du changement d'interlocuteur entre les requêtes et le rôle de son statut

Dans la plupart des situations de porte-au-nez, nous constatons que la personne qui formule la requête extrême est la même que celle qui propose ensuite la requête cible. Cialdini et al (1975, exp. 2) se sont rendu compte qu'en changeant d'interlocuteur l'effet de porte-au-nez disparaissait. D'autres recherches en ont également fait le constat lorsque la requête cible n'est pas demandée par la même personne qui a proposé la requête extrême (Crano & Sivacek, 1982; Foss & Dempsey, 1979; Snyder &

Cunningham, 1975). Cependant, les chercheurs dans ces trois études ont également espacé leurs demandes de 2 à 5 jours, ce qui nous empêche de déterminer si la non reproduction de la conformité est due aux demandeurs différents ou bien au délai. De manière générale, la stratégie amène davantage de conformité lorsque le même demandeur présente la première et seconde requête (Feeley et al., 2012; Fern et al., 1986; O'Keefe & Hale, 1998, 2001) ou du moins lorsque le premier demandeur est encore présent lorsque la seconde demande est faite par une tierce personne (Terrier, Marfaing, & Boldi, 2013).

Une forme d'influence peut également s'opérer grâce au lien ou tout du moins grâce à la perception du lien que peut avoir la personne sollicitée avec le demandeur. Lorsque la demande provient d'un ami, nous pouvons nous sentir davantage influencé, comparativement à une demande faite par un inconnu et de cette manière accepter encore plus facilement la requête cible en condition de porte-au-nez (Millar, 2002b). Si le demandeur porte un costume (Williams & Williams, 1989), sa légitimité peut s'accroître également et favoriser l'effet de la technique.

En termes de source d'influence, il ne faut pas confondre le demandeur (*i.e.* celui qui formule la requête) et le bénéficiaire qu'il représente (*e.g.* EFS). O'Keefe et Figgé (1997) affirment que le refus de la requête extrême peut léser aussi bien la personne qui en a fait la demande que le bénéficiaire de celle-ci. Malgré tout, certains résultats montrent que la technique est efficace quand les deux requêtes concernent deux bénéficiaires différents à condition que ce soit le même demandeur qui les propose (Cialdini et al., 1975, exp. 2), alors que pour d'autres l'effet n'est pas reproduit (Snyder & Cunningham, 1975).

2.3 Les variables liées aux requêtes : l'effet du coût et de la nature des requêtes

Les requêtes formulées lors de l'interaction peuvent aussi être source d'influence dans cette stratégie de persuasion à demandes séquentielles. L'attention des chercheurs s'est avant tout focalisée sur l'importance de la concession qui est représentée par le rapport entre la taille de la requête initiale et celle de la requête cible (Fern et al., 1986). Plus le ratio est élevé, plus la concession peut paraître importante pour les personnes sollicitées. La première méta-analyse (Fern et al., 1986) ne montre pas d'effet de la taille

de la concession sur l'acceptation. Seulement, s'il est possible de calculer aisément ce ratio pour les demandes qui concernent de l'argent ou du temps, il l'est moins pour les requêtes qui portent sur des tâches comme par exemple tenir un journal de toutes les émissions de télévision visionnées pendant deux semaines avant d'en discuter avec un représentant (Dillard & Hale, 1992). Ainsi, pour comprendre l'effet de la diminution du coût initial, certaines recherches ont manipulé l'ampleur du coût de la première demande (O'Keefe & Hale, 1998, 2001). Par exemple, dans leurs deux études, Even-Chen et al. (1978) ont distingué la première requête dite « large » qui correspond à devenir bénévole pour faire de la prévention routière deux heures par semaine pendant deux ans (exp. 1), de celle qualifiée de « modérée » avec un coût plus faible puisque l'engagement renvoie à l'observation de la circulation pendant deux heures. O'Keefe et Hale (1998, 2001) ont comparé les quinze études qui ont manipulé le coût de la requête extrême. Sept d'entre elles indiquent un effet de porte-au-nez plus important lorsque le coût de la première demande est élevé et les huit autres montrent l'inverse puisque l'effet est plus fort lorsque l'ampleur de la requête initiale est modérée. Les derniers à avoir travaillé sur l'effet du coût des requêtes sont Feeley et al. (2016) et ils ont séparé les recherches qui concernent des requêtes quantifiables de celles qui ne le sont pas. Les requêtes quantifiables correspondent aux études où la requête cible est une diminution du coût de la requête initiale, comme se voir proposer de participer à une étude qui nécessite de répondre à des questions pendant une heure avant de demander de compléter un questionnaire d'un quart heure (Mowen & Cialdini, 1980). Les requêtes non quantifiables sont celles dont la requête cible ne correspond pas à l'action minimisée de la requête extrême comme accompagner des jeunes aux zoo pendant deux heures après avoir refusé de devenir bénévole dans un centre de détention deux heures par semaine pendant deux ans (Cialdini et al., 1975). Dans ce dernier cas, les chercheurs ont utilisé la méthode des juges pour évaluer entre autres le caractère légitime et raisonnable ainsi que le coût perçu des demandes. Leurs résultats confirment dans leurs deux études la présence d'une corrélation positive entre la taille de la concession et la taille de l'effet de la technique. Autrement dit, plus l'écart entre la requête initiale et la requête cible est important et plus la probabilité d'acceptation de cette seconde demande est importante. Néanmoins, il ne faut pas négliger que la formulation d'une requête extrême trop coûteuse peut être qualifiée d'illégitime et de ce fait inhiber totalement les effets escomptés (Schwarzwald, Raz, & Zvibel, 1979).

Les travaux de recherche se sont également intéressés à la nature des requêtes proposées lors de la technique. D'un côté, les requêtes peuvent concerner des demandes de dons pour des organismes de bienfaisance (*e.g.* Abrahams & Bell, 1994; Guéguen, 2003), du bénévolat (*e.g.* Cann et al., 1975; Cialdini et al., 1975) ou des comportements qui profitent à l'ensemble de la société (*e.g.* Cialdini & Ascani, 1976; Foehl & Goldman, 1983). Ces demandes sont qualifiées de pro-sociales contrairement aux requêtes qui visent des comportements pour les intérêts d'un organisme à but lucratif comme participer à une étude de marché pour améliorer la vente de boisson gazeuse (*e.g.* Reingen & Kernan, 1979) ou répondre à un sondage pour une compagnie d'assurance (*e.g.* Mowen & Cialdini, 1980). Certaines études ont comparé les effets de porte-au-nez en manipulant la nature des requêtes (Dillard & Hale, 1992; Goldman, McVeigh, & Richter-Kessing, 1984, exp.2 ; Patch, 1986) et elles ont montré que l'acceptation de la requête cible était liée au caractère pro-social. Dans le même sens, les méta-analyses permettent de constater que l'effet de porte-au-nez est principalement reproduit quand les requêtes sont légitimées par une cause noble et louable (Feeley et al., 2012; O'Keefe & Hale, 1998, 2001).

2.4 Les variables liées aux personnes cibles : l'effet des différences interindividuelles

Toujours dans le but de mieux comprendre les processus qui sous-tendent l'efficacité de la technique de porte-au-nez, certains chercheurs se sont concentrés sur les différences interindividuelles dans ce paradigme. La première étude (Abrahams & Bell, 1994) a porté sur le degré d'orientation à l'échange des personnes cibles pour changer l'angle d'approche habituellement emprunté pour expliquer la réussite de cette technique d'influence. Murstein (1999) explique qu'en fonction de nos propres expériences, si nous avons déjà eu le sentiment d'avoir été exploité, une certaine méfiance et une certaine crainte peuvent naître lors de nos relations avec d'autres individus. Pour éviter de se retrouver à nouveau dans ce type de situation désagréable, nous pourrions nous appuyer sur un ensemble de règles qui ont pour seul objectif un partage équitable des coûts et des responsabilités dans une relation. Lors d'une étude sur les effets que pourrait avoir ce genre d'orientation sur la qualité des relations interpersonnelles, il est montré qu'un individu très orienté vers l'échange sera attentif au remboursement des faveurs reçues afin de maintenir une équité dans l'interaction

tandis qu'une personne qui n'est pas orientée vers l'échange ne s'en soucie pas (Murstein, Cerreto, & Mac Donald, 1977). Associé à la technique de porte-au-nez, les personnes fortement orientées vers l'échange acceptent plus volontiers la demande cible (Bell, Abrahams, Clark, & Schlatter, 1996) dans le but de maintenir un certain équilibre par rapport aux efforts fournis par le demandeur qui vient de réduire ses exigences.

Une seconde variable interindividuelle a été étudiée dans le contexte de cette technique séquentielle et concerne la préférence pour la consistance. Cialdini, Trost et Newsom (1995) ont montré que cette préférence, en plus d'être mesurable, permet de distinguer deux profils de personnalité. Tout d'abord, les personnes à forte préférence pour la consistance harmonisent leurs attitudes et leurs comportements entre elles. Les personnes à faible préférence pour la consistance sont davantage ouvertes au changement et à la nouveauté. Cette différence interindividuelle aurait une influence dans des paradigmes qui sont basés habituellement sur la cohérence entre attitude et comportement (Guadagno & Cialdini, 2010; Sénémeaud & Somat, 2013). Par exemple, dans le cadre de la soumission forcée Cialdini et al. (1995; voir aussi Sénémeaud & Somat, 2013) mettent en évidence que les personnes à forte préférence pour la consistance changent d'attitude uniquement lorsqu'ils sont placés en situation de choix et ceci conformément aux résultats classiquement obtenus dans ce paradigme. À l'inverse, les personnes à faible préférence pour la consistance, plus ouvertes selon les chercheurs à la nouveauté (p.325), auront moins de difficulté à accorder leurs attitudes aux comportements contre-attitudinal réalisés aussi bien en situation de choix que de non-choix. En situation de soumission sans pression, Cialdini et al. (1995) montrent également que cette variable vient modérer les effets de la technique du pied-dans-la-porte (Freedman & Fraser, 1966). Dans un but de cohérence comportementale, ce sont les personnes accordant de l'importance à la consistance qui acceptent la requête cible après avoir accepté le comportement préparatoire tandis que les personnes à faible préférence pour la consistance acceptent aussi bien la requête cible en condition pied-dans-la-porte que contrôle. C'est dans cette continuité de recherche sur les effets des déterminants interindividuels que cette variable a été étudiée dans le paradigme de la porte-au-nez (Sénémeaud et al., 2008). Dans une première condition, après avoir rempli le questionnaire de mesure de préférence pour la consistance (Channouf & Mangard, 1997, pour la version française; Cialdini et al., 1995) les participants étaient confrontés soit directement à la requête cible, soit à la requête extrême avant la requête cible. Les

résultats de cette recherche (reproduit par Cantarero, Gamian-Wilk, & Dolinski, 2016) montrent que seuls les participants qui accordent peu d'importance à la consistance acceptent la demande cible après avoir refusé la demande extrême. À l'inverse et conformément à leurs attentes, les personnes à forte préférence pour la consistance sont plus résistantes à la technique.

Gamian-Wilk & Lachowicz-Tabaczek (2009) ont également travaillé sur le profil des participants pour tenter d'optimiser l'effet de porte-au-nez en se concentrant sur les théories implicites de l'intelligence. Dweck (2000) distingue deux formes d'intelligence qui n'ont pas les mêmes effets sur les comportements : la théorie des entités et la théorie incrémentielle. Dans le premier cas, les personnes croient que leur intelligence est un élément figé qui ne peut pas évoluer (Dweck & Leggett, 1988). Pour se sentir intelligent, ce sont des personnes qui vont privilégier les tâches faciles dont la réussite est garantie sans occasionner trop d'effort. De cette manière, elles réduisent le risque d'échec et préservent ainsi leur estime d'elles-mêmes. À l'inverse, certaines personnes pensent que l'intelligence n'est pas une caractéristique immuable et peut au contraire se cultiver par l'apprentissage (Dweck, 2000). Cette perception de l'intelligence comme une capacité que nous pouvons accroître par nos efforts correspond à la théorie incrémentielle de l'intelligence. Ces personnes sont axées sur la réussite et cherchent des occasions d'améliorer leurs compétences. Les tâches qualifiées de difficiles ne sont que des occasions stimulantes pour surmonter un obstacle supplémentaire et de cette manière pour améliorer leurs propres capacités (Dweck & Leggett, 1988). Si les personnes ne perçoivent pas leurs capacités de performance de la même manière, alors cette variable interindividuelle devrait influencer leurs choix lorsqu'on leur présente un message d'influence séquentiel. Les premières recherches sur la technique du pied-dans-la-porte (Gamian-Wilk & Lachowicz-Tabaczek, 2007) ont montré que les personnes orientées vers les théories incrémentielles ont plus de tendances à se conformer. Lorsque les participants acceptent la première demande, le fait d'accepter la demande plus coûteuse par la suite leur permet de démontrer leur capacité à évoluer en adoptant un comportement plus difficile. C'est donc dans le prolongement de cette étude que Gamian-Wilk et Lachowicz-Tabaczek (2009) ont testé ce trait de personnalité avec la technique de la porte-au-nez. Étant donné que le refus de la première demande amène la formulation d'une requête moins coûteuse, mais également plus facile à réaliser, les attentes de ces chercheurs sont à l'opposé des résultats obtenus avec la technique du pied-dans-la-porte. Leurs résultats confirment que refuser une demande

extrême permet de percevoir la demande cible comme plus accessible et plus facile à réaliser pour les théoriciens de l'entité. Les théoriciens de l'incrémentation, quant à eux, n'acceptent pas la requête cible parce qu'ils ne perçoivent aucun avantage à se conformer à une demande qui ne leur permet ni d'évoluer ni d'acquérir de nouvelles compétences.

2.5 Les variables modératrices : une synthèse de la meilleure façon de réaliser une porte-au-nez

L'ensemble de ces résultats nous permettent de retenir quelques éléments importants. Même si nous pouvons utiliser différents moyens de communication pour utiliser la technique de porte-au-nez, elle est tout de même optimisée lorsque les deux requêtes sont proposées l'une après l'autre par une seule et même personne. Nous pouvons constater que le coût des requêtes est une variable importante à prendre également en compte car le coût de la requête extrême doit être très élevé sans pour autant dépasser un certain seuil de légitimité. La requête cible doit être quant à elle, suffisamment coûteuse pour éviter qu'elle soit acceptée par un trop grand nombre de personnes lors de la demande directe (Feeley et al., 2012). En effet, l'efficacité de la technique repose sur une différence de taux d'acceptation entre la condition de demande directe et la condition de porte-au-nez, qui est difficile à obtenir si, dès le départ, le taux d'acceptation de la requête cible est très élevée (e.g. Rogers, 1976). De plus, il n'y a aucun intérêt à utiliser la moindre technique d'influence si initialement le comportement que nous souhaitons faire accepter est déjà facilement acceptable. Ensuite, la technique de porte-au-nez ne semble fonctionner qu'avec des causes pro-sociales même s'il existe une grande variabilité avec ce critère (Feeley et al., 2012). Il semblerait que la technique de porte-au-nez ne permette pas d'obtenir la même efficacité pour toutes les causes nobles et louables qui ont été utilisées dans l'ensemble des recherches. Pour terminer, nous nous rendons compte que dans l'ensemble des articles qui portent sur cette technique, seulement quatre recherches concernent l'étude des variables interindividuelles. Ce constat souligne les préférences des chercheurs en psychologie sociale pour les variables situationnelles au détriment des différences interindividuelles (Blass, 1984). Contrairement aux recherches concernant la dissonance cognitive qui se sont intéressées rapidement aux effets des différences interindividuelles (pour une revue voir Sénémeaud & Somat, 2013), les chercheurs

intéressés par la technique de porte-au-nez se sont quant à eux principalement orientés vers l'observation des différences d'acceptation en créant des situations différentes.

Un autre intérêt des recherches effectuées sur le phénomène de la porte-au-nez consiste à apporter une explication à cette technique qui permet d'augmenter la propension à accepter une requête cible. D'ailleurs, nombreuses sont celles dont les variables situationnelles ont été manipulées dans le but d'argumenter en faveur de l'interprétation défendue. Nous verrons que certaines interprétations se basent sur l'effet du refus de la requête extrême, tandis que d'autres portent sur l'effet de la confrontation entre une requête peu coûteuse après le refus d'une requête au coût plus élevé.

3 Les interprétations de l'effet de porte-au-nez basées sur la confrontation entre les deux requêtes

La première génération d'interprétations, formulée à la création du phénomène de porte-au-nez, prend en compte essentiellement l'effet de la confrontation d'une requête peu coûteuse après le refus d'une requête au coût extrême. La première que nous abordons porte sur l'effet d'une norme de réciprocité tandis que la seconde concerne l'application d'un effet de contraste perceptif.

3.1 Accepter la requête cible pour répondre à la concession du demandeur

L'approche que propose Cialdini et al. (1975) pour expliquer l'augmentation de l'acceptation de la requête cible en condition de porte-au-nez se base sur les travaux de Gouldner (1960). Ce dernier est sociologue et il fait partie de la mouvance fonctionnaliste qui part du principe que toute chose a une fonction au regard de son ensemble (Dortier, 2013). Appliquée au système social, la sociologie fonctionnaliste explique que toute institution a une fonction et que les acteurs ont tous un rôle à jouer pour permettre la pérennité du système social (Parsons, 1991). Les individus sont donc des acteurs sociaux et leurs actions sont le résultat de choix individuels dont Parsons précise que la satisfaction des dispositions de l'égo dépend de la réaction de l'alter et

vice versa (p. 121). Dans un tel système, les échanges et les interactions se fondent sur des valeurs et des normes qui sont intégrées par les individus, dont la réciprocité fait partie. Cette notion de réciprocité est définie par l'échange de produits dont la valeur est socialement estimée de manière équivalente (Racine, 1986). Gouldner, en reprochant à Parsons de confondre réciprocité et complémentarité, a la volonté de faire progresser la sociologie fonctionnaliste en clarifiant la genèse des systèmes sociaux (Lacam, 1992). Pour cela, il fait l'hypothèse que la norme de réciprocité est une norme morale et suggère que « dans sa forme universelle, elle rend deux exigences minimales interdépendantes : 1° les gens doivent aider ceux qui les ont aidés et, 2° ils ne doivent pas nuire à ceux qui les ont aidés » (Gouldner, 1960, p. 171). Bien plus qu'un rendu pour un donné, la norme de réciprocité explique pourquoi le système est fonctionnel. Cette norme est à l'origine de ce que Gouldner appelle un « mécanisme initiateur » qui permet d'engager l'échange sans craindre de ne pas avoir de retour. De cette manière, les deux parties d'une interaction seront moins hésitantes à réaliser le premier pas ce qui facilitera la relation sociale.

C'est sur cette base que Cialdini et al. (1975) élargissent la norme de réciprocité à d'autres échanges sociaux sans la restreindre uniquement aux profits et aux services. De cette façon, ils postulent que les concessions réciproques seraient une conséquence de la norme de réciprocité et amèneraient les personnes à réaliser une concession en retour d'une concession reçue. Pour appuyer leur propos, ils évoquent les travaux de Chertkoff et Conley (1967), Komorita et Brenner (1968) ainsi que ceux de Benton, Kelley et Liebling (1972) qui portent sur des comportements de négociation. Nous en retiendrons qu'il est inutile de proposer initialement une offre équitable en la maintenant tout au long d'une négociation car le fait de réduire des exigences initiales élevées permet d'obtenir plus facilement un accord. Ainsi, la probabilité qu'une personne réalise une concession est positivement corrélée au nombre de concessions effectuées par l'autre personne lors d'une négociation. Si ce principe est adapté à la technique de porte-au-nez, le fait de proposer dans un premier temps une demande extrême qui sera refusée, puis de formuler une demande moins importante, laisserait comprendre à la personne la concession réalisée. Par le principe de réciprocité, cette personne ressentirait une pression normative pour répondre à la concession réalisée par une autre et de ce fait se conformer à la demande cible. C'est dans ces termes que Cialdini et al. (1975) ont proposé d'expliquer l'augmentation de l'acceptation de la requête cible en précisant deux prérequis : i) la première demande doit être rejetée par

la personne visée et ii), la taille de la deuxième demande doit sans ambiguïté être plus petite que celle de la première (p. 207). Leur première expérience, comme expliquée précédemment, a permis de confirmer le rôle déterminant du refus de la première requête puisque la simple proposition des deux requêtes dans la même présentation ne permet pas d'augmenter la conformité. Concernant la différence de taille entre les deux requêtes, leur troisième expérience a également mis en évidence l'efficacité de proposer une requête extrême suivie de la requête cible en comparaison à la formulation de deux requêtes de taille identique. Ces deux requêtes correspondaient à deux requêtes cibles de coût équivalent et le refus de la première n'a pas permis d'augmenter l'acceptation de la seconde. D'autres chercheurs ont également manipulé le coût de la requête extrême (Even-Chen et al., 1978; Reeves, Baker, Boyd, & Cialdini, 1991; Turner, Tamborini, Limon, & Zuckerman-Hyman, 2007) afin d'apporter des justifications à l'interprétation par les concessions. Dans cette optique, ils proposaient avant la requête cible soit une requête au coût extrême, soit une requête au coût plus modérée. En faisant varier la différence de coût entre la première et la deuxième demande, ils manipulent de cette manière l'ampleur de la concession réalisée par le demandeur et formulent l'hypothèse que l'acceptation de la requête cible augmentera à mesure que l'ampleur de la concession sera importante. Les résultats obtenus vont dans ce sens mais la conclusion se trouve limitée par les travaux de Schwarzwald, Raz et Zvibel (1979) qui montrent que lorsqu'une première requête est trop extrême, l'effet de porte-au-nez s'en trouve inhibé. Ces chercheurs ont souligné que jusqu'à présent, seul l'écart entre la demande initiale et la demande visée avait été jugé comme essentiel au bon fonctionnement de la technique sans prendre en compte l'ampleur de la requête extrême. Leurs résultats « confirment la nécessité d'un écart notable entre la demande initiale et les demandes ultérieures pour que la technique soit efficace » (p. 584), à condition que les demandes initiales soient « perçues comme légitimes et non désavantageuses » (p. 585). La dernière méta-analyse (Feeley et al., 2016) qui s'est intéressée à cette technique confirme l'existence d'une corrélation positive entre la taille de la concession et la conformité à la requête cible (étude 1 et 2), ainsi qu'entre la taille de la concession et la légitimité de la demande (étude 3). La conclusion de cette méta-analyse indique que l'efficacité de la technique de porte-au-nez progresse à mesure que la taille de la concession augmente ce qui signifie que plus la requête extrême est coûteuse, plus sa comparaison avec la requête cible permet de rendre évidente la concession réalisée et ceci tant que la requête extrême est jugée légitime.

Toujours dans le but d'appuyer l'approche par les concessions, d'autres variables ont été manipulées dans diverses recherches. Les résultats montrent que les participants concèdent davantage lorsque les deux requêtes sont formulées par la même personne (Cialdini et al., 1975 étude 3; Fern et al., 1986; O'Keefe & Hale, 1998, 2001). Ceci nous indique que les participants se conforment à la requête cible uniquement s'ils ont la possibilité d'interpréter la formulation de celle-ci comme une concession de la première demande. Si les deux requêtes sont formulées par deux personnes différentes, alors les participants ne peuvent pas comprendre que la seconde requête soit une concession réalisée suite au refus de la première. Néanmoins, il ne faut pas confondre le demandeur et le bénéficiaire de la requête (O'Keefe & Figgé, 1997). O'Keefe et Hale (1998), dans leur méta-analyse, ont distingué par leur codage le fait que les requêtes concernent le demandeur lui-même ou un autre bénéficiaire.

Cette analyse nous montre qu'une même personne peut aussi bien formuler des requêtes pour le compte d'un même bénéficiaire que pour deux bénéficiaires différents et ceci sans que la technique de porte-au-nez ne perde de son efficacité. Par contre, dans le cas où les requêtes sont proposées par deux personnes différentes, la première et la deuxième demande ne concernent plus un seul et même bénéficiaire. Dans ce cas, l'effet de porte-au-nez n'est plus reproduit mais nous ne pouvons pas savoir s'il est dû au changement de demandeur ou au changement de bénéficiaire. De cette distinction, entre demandeur et bénéficiaire, ressort qu'il est préférable que les deux requêtes soient pour le même bénéficiaire (Mowen & Cialdini, 1980, étude 2) permettant d'appuyer l'effort de concession du demandeur en diminuant simplement le coût de la première demande.

Le délai qui sépare la formulation de la première requête de la seconde a également été étudié (Cann et al., 1975; Shanab & Isonio, 1980). Les recherches ont de cette manière permis de tester l'effet de l'intervalle de temps entre la présentation de la requête extrême et la requête cible en le faisant varier de 7 à 10 jours pour la première étude ou de 5 à 14 jours pour la seconde étude. Leurs résultats montrent qu'au-delà d'un certain délai, l'effet de porte-au-nez disparaît. Ceci renforce l'idée qu'il est nécessaire que la demande cible soit formulée dans la foulée pour que le participant puisse envisager cette seconde proposition comme une concession de la première qu'il vient à peine de refuser.

En résumé, l'interprétation de la technique de porte-au-nez par les concessions réciproques permet de comprendre certaines conditions indispensables à son efficacité. Seul le rejet d'une première requête permet de proposer une deuxième demande sous forme de compromis, à condition que le coût de la requête cible soit véritablement inférieur au coût de la requête extrême. « Renvoyer l'ascenseur » ne peut être possible que si la concession est réalisée par la même personne qui a formulé la première demande et que les deux requêtes concernent le même bénéficiaire. De même, les personnes rendent les faveurs reçues à condition que la deuxième demande puisse être interprétée comme représentant une concession de la part de l'expérimentateur, ce que le temps entre les deux demandes ne permet plus de mettre en évidence. Cependant l'explication de l'effet de porte-au-nez par les concessions réciproques ne fait pas l'unanimité. D'ailleurs, dans le but d'argumenter leur approche par les concessions, Cialdini et al. (1975) ont proposé dès le départ que l'effet de porte-au-nez pouvait également être considéré comme l'action d'un effet de contraste. L'idée, selon ces chercheurs, est que la présentation de la requête extrême permet de percevoir la requête cible comme moins contraignante et, de cette manière, de faciliter son acceptation. Cette possibilité, rapidement réfutée, avait été testée dans leurs deux premières études soit en proposant les deux demandes directement pour laisser les personnes cibles choisir, soit en changeant d'expérimentateur entre la formulation de la requête extrême et de la requête cible. Néanmoins, les défenseurs de l'effet de contraste n'ont pas cessé de tenter de montrer la validité de leur théorie par rapport à celles des concessions réciproques, en se basant sur les limites de certaines manipulations.

3.2 Accepter la requête cible par effet de contraste à la requête extrême

Ce sont des psycho-physiciens qui se sont intéressés en premier à l'ancrage perceptif avant que ce concept soit rendu pertinent par les travaux de Sherif, Taub et Hovland (1958). Ces derniers reprennent le principe de l'ancrage qui correspond à l'introduction d'un point de référence (*e.g.* Hunt, 1941; Hunt & Volkman, 1937) mais cette fois-ci adapté à des situations de jugements et émettent l'hypothèse que les effets d'assimilation et de contraste sont dépendants de la position de l'ancre. En se basant sur les travaux de Rogers (1941, cité dans Sherif et al., 1958), Sherif et al. (1958) ont demandé à des personnes d'évaluer le poids de certains stimuli avec ou sans point d'ancrage. D'un côté, lorsque le poids de l'ancre est proche de la série à évaluer, alors

par un effet d'assimilation, les évaluations se rapprochent du point de référence. À l'inverse, si le poids de l'ancre est trop éloigné de la série à estimer, l'effet de contraste aura dans ce cas pour conséquence de donner des estimations très distantes de ce point de référence. C'est sur cette base que Miller (1974) a proposé d'utiliser le contraste perceptif pour interpréter l'effet de porte-au-nez. Selon ce chercheur, le succès de la technique reposerait sur l'établissement d'un point d'ancrage perceptuel qui prend son origine dans la proposition de la requête extrême, auquel les demandes qui suivent sont forcément comparées. Cialdini et al. (1975) avaient envisagé cette possibilité mais Miller (1974) pense qu'ils ne se sont pas mis dans les meilleures conditions pour réaliser la comparaison entre effet des concessions réciproques et effet de contraste perceptif. En effet, dans le but de montrer que l'effet de porte-au-nez se base sur le principe des concessions réciproques et non sur le principe du contraste perceptif, Cialdini et al. (1975) ont ajouté une troisième condition dans leur expérience 1 qui consiste à formuler les deux requêtes l'une après l'autre. Ils postulaient qu'un effet de contraste n'avait pas besoin de l'étape du refus pour avoir lieu et que la simple exposition aux deux requêtes devrait être suffisante pour permettre aux participants de réaliser une comparaison. Miller (1974), quant à lui, estime qu'il est possible de comparer les deux approches sans pour autant modifier la procédure de la technique de porte-au-nez dont le principe de base repose sur l'émission d'un premier comportement de refus. C'est dans cette perspective qu'il propose une situation expérimentale dans le but de séparer les deux approches, dans laquelle la concession a été maintenue constante dans toutes les conditions tandis que la perception de la baisse des coûts était manipulée. Dans la condition dite « ancrée » de son expérience, les requêtes concernent soit une demande d'argent (10\$ vs 2\$) pour un programme de tutorat pour une école de malentendants, soit du temps de bénévolat (2 fois par semaine pendant 6 mois vs 2 heures une seule fois) pour ce programme. Dans sa condition « non-ancrée », les mêmes requêtes étaient formulées à la différence que si la requête extrême concernait une demande d'argent alors la requête cible proposée portait sur du temps de bénévolat et inversement. Les résultats montrent un effet de porte-au-nez en condition dite « ancrée » et révèlent l'intérêt que les deux demandes soient sur les mêmes types de comportement pour que la première requête serve de point de référence lors de la formulation de la seconde proposition.

Une autre manière de mettre en évidence cet effet de contraste a été proposé peu de temps après par Miller, Seligman Clark et Bush (1976). Ils expliquent que le passage de

la première à la seconde requête n'a pas la même signification lorsque nous nous basons soit sur le demandeur soit sur le participant. D'un côté, lorsque le demandeur propose la seconde requête, le participant pourrait penser que le demandeur renonce à une partie de sa première demande. Le fait de donner l'impression que le demandeur est en train de céder quelque chose en proposant une demande plus petite est entièrement compatible avec l'approche des concessions réciproques qui stipule que la seconde demande souligne une concession de la part du demandeur. D'un autre côté, lorsque le demandeur propose la seconde requête, le participant pourrait avoir le sentiment de gagner quelque chose c'est-à-dire qu'il pourrait percevoir cette nouvelle situation proposée comme plus avantageuse. De cette manière, si le participant a l'impression d'être gagnant par cette réduction de coût par rapport à la première requête proposée, alors l'interprétation de l'effet de porte-au-nez est liée à un effet de contraste. Pour tester cette idée, Miller, Seligman Clark et Bush (1976) ont réalisé une expérience comportant quatre conditions dans laquelle ils ont manipulé le fait de donner l'impression de céder ou de gagner quelque chose. Dans une première condition (« yielding condition »), l'expérimentateur met l'accent sur le fait que la seconde proposition n'est pas aussi avantageuse pour lui. Dans une seconde condition (« gaining condition »), l'expérimentateur précise que la deuxième requête est aussi importante pour lui mais qu'elle est plus facile à réaliser pour le participant. Dans une troisième condition (« yielding plus gaining condition »), ils reproduisent la condition de porte-au-nez classique. Enfin, dans une quatrième condition dite contrôle, seule la seconde demande identique à celles des trois autres conditions est proposée. Les résultats montrent que l'effet de porte-au-nez est reproduit dans la condition de porte-au-nez classique et également lorsque la formulation des requêtes présente un gain pour le participant, ce qui appuie à nouveau l'interprétation en termes de contraste perceptif.

Cette recherche a donné lieu à une série de répliques dans lesquelles certaines variables ont été manipulées. D'abord, Shanab et O'Neill (1979) ont trouvé les mêmes résultats que Miller et al. (1976), mais cette fois-ci avec des requêtes qui avaient pour but d'infliger des punitions à des rats. Puis, toujours en proposant des requêtes aux conséquences aversives, Shanab et Isonio (1980) ont montré que l'effet de porte-au-nez s'estompait au moment où les participants n'avaient plus le moyen de contraster les deux requêtes lorsqu'un délai séparait leur formulation. Enfin, une dernière variante a été réalisée (Shanab & O'Neill, 1982) pour tester l'effet de l'ancrage en proposant soit

une requête extrême de très grande taille, soit de taille plus modérée et ceci toujours dans un contexte non pro-social. Dans cette dernière expérience, les résultats montrent que la proposition de la requête modérée ne permet pas d'obtenir l'effet de porte-au-nez. Les chercheurs expliquent que, dans cette situation, le point de référence qui correspond à une première requête au coût modéré n'est pas assez éloigné du coût de la requête cible et empêche les participants de percevoir cette seconde requête comme plus petite. À l'inverse, dans le cas d'une requête au coût extrême, le point d'ancrage est suffisamment distant pour permettre de contraster avec le coût de la requête cible et, de cette manière, d'augmenter l'acceptation de cette dernière. L'ensemble de ces trois recherches (Shanab & Isonio, 1980; Shanab & O'Neill, 1979, 1982), suggèrent que l'effet de contraste est une condition suffisante pour obtenir la conformité dans le paradigme de la porte-au-nez. En effet, chaque fois qu'il est permis aux participants de comparer les deux demandes, le taux d'acceptation augmente, peu importe si la demande initiale était socialement souhaitable ou non.

Cependant, d'autres travaux ont soulevé les limites de cette approche. Par exemple, Cantrill et Seibold (1986) estiment que pour conclure à un effet de contraste, il est nécessaire de prouver que le point d'ancrage vient modifier la perception du coût de la requête cible. Malgré un effet de porte-au-nez avéré, leur étude ne montre aucune différence entre l'évaluation du groupe contrôle et celle du groupe porte-au-nez en ce qui concerne l'estimation du coût de la requête cible. Autrement dit, les personnes du groupe contrôle ont jugé la demande cible aussi coûteuse que ceux ayant un point de référence suffisamment éloigné pour, en théorie, les amener à amoindrir leurs estimations. Également, les travaux de Goldman, Mc Veigh et Richterkessing (1984) ne distinguent aucune différence entre leurs conditions de porte-au-nez. Dans le but de distinguer quelle approche correspond le mieux pour expliquer les effets de la technique de porte-au-nez, ils ont formulé mot pour mot dans une des conditions que la requête cible était une concession de leur première demande car ils avaient vraiment besoin de personnes pour les aider au minimum pendant deux heures. Dans la seconde condition, ils ont précisé que la requête extrême était finalement trop coûteuse et que par contraste ils pouvaient proposer un autre programme qui ne nécessite quant à lui que deux heures de temps. Dans les deux cas, l'effet de porte-au-nez est présent mais ne leur permet pas de favoriser une explication plus qu'une autre.

Ces résultats viennent limiter une interprétation unique en termes de contraste perceptif et ne permettent pas non plus de comprendre la raison de l'effet de porte-au-nez seulement lorsque les deux demandes sont formulées par la même personne. En théorie, peu importe l'origine du point d'ancrage, c'est-à-dire qu'il provienne de la requête d'une personne ou d'une autre, le but est d'être en capacité de comparer la requête cible à un point de référence. Seule l'expérience 2 de Cialdini et al. (1975) permet de tester cette variante mais ne retrouve pas l'effet escompté de la technique.

Que ce soit l'approche par les concessions réciproques ou par un effet de contraste perceptif, ces deux premières interprétations ont essayé d'apporter une explication à la technique de porte-au-nez en se focalisant sur l'effet de la confrontation de la requête extrême à la requête cible. Bien que ces deux interprétations partagent certains points communs, comme par exemple l'effet du délai et de la taille de l'écart entre les deux requêtes, la base de leur explication est fondamentalement différente. La première repose sur une norme sociale qui correspond à une pression interne et implicite nous conduisant à accorder quelque chose aux personnes qui nous ont elles-mêmes concédé quelque chose auparavant et ceci dans le but de maintenir des échanges sociaux mutuels (Cialdini, 1990). Comme le dit Cialdini, « s'il n'existait aucune obligation de rendre, qui voudrait faire le premier sacrifice ? » (p.42). La seconde interprétation correspond à un principe de la perception humaine qui affecte la manière dont nous voyons la différence entre deux choses. Si nous plongeons notre main dans de l'eau froide, puis dans de l'eau chaude, nous aurons tendance à surestimer la chaleur de l'eau chaude par un effet de comparaison. Ce principe de perception contrastée peut tout à fait s'adapter à la situation de porte-au-nez permettant aux personnes de minimiser l'ampleur du coût de la requête cible, et surtout de donner l'illusion d'un gain personnel. Néanmoins, certains chercheurs ont tenté des approches différentes pour interpréter l'augmentation de la conformité en situation de porte-au-nez. Celles-ci peuvent être regroupées non plus sur la base d'un effet provenant de la comparaison de la requête extrême à la requête cible mais cette fois-ci sur l'effet résultant du refus de la requête initiale.

Les interprétations en termes de concessions réciproques et de contrastes perceptifs sont toutes les deux basées sur la nécessité de la formulation de la requête cible pour asseoir leurs explications. Si la requête extrême n'était pas suivie de la requête cible,

nous ne pourrions pas évoquer la concession réalisée par le demandeur et cette première requête ne deviendrait pas non plus un point de comparaison. En opposition à ces deux explications, d'autres se basent sur l'effet du refus de la requête extrême, ce qui signifie que la technique de porte-au-nez est envisagée non plus à partir de la proposition de la requête cible, mais dès le comportement de refus de la personne interrogée.

4 Les interprétations de l'effet porte-au-nez basées sur la conséquence du refus de la requête extrême chez les participants

Une autre manière d'envisager l'explication de l'augmentation de l'acceptation de la seconde requête en condition de porte-au-nez serait de se concentrer sur la conséquence du comportement de refus après la proposition de la première requête. En effet, au lieu de s'intéresser à l'effet que suscite le passage d'une requête à l'autre, certains chercheurs se sont focalisés sur l'effet du refus de la requête extrême chez les participants, ce qui a donné lieu à trois nouvelles approches interprétatives. La première porte sur l'image que nous renvoyons lorsque nous refusons la requête initiale. La deuxième approche défend que ce refus rend saillante une norme de responsabilité sociale qui pousse à l'acceptation de la requête cible. La troisième se focalise sur une émotion spécifique éveillée également par le refus de la requête initiale, à savoir la culpabilité, qui conduirait alors à accepter la seconde demande. La dernière approche, quant à elle, propose que le refus susciterait un inconfort psychologique.

4.1 Accepter la requête cible pour sauver les apparences. Le point de vue de l'auto-présentation

Tandis que les deux précédentes interprétations reposent sur le lien entre la requête extrême et la requête cible, Pendleton et Batson (1979) postulent que les résultats obtenus en situation de porte-au-nez sont cohérents avec une autre explication alternative, celle de l'auto-présentation. Pour argumenter leurs propos, ils s'appuient

sur Goffman (1956) ainsi que sur Tedeschi, Schlenker et Bonoma (1971). Le premier est un sociologue de renom dont l'ouvrage *la mise en scène de la vie quotidienne* décrit les interactions humaines. Dans les situations où nous sommes en présence d'autres personnes, Goffman (1956) distingue les informations que les autres personnes autour de nous vont chercher à déceler de celles que nous souhaitons leur présenter. Il explique que nous avons la possibilité de contrôler le rapport que nous avons avec autrui en influençant l'impression que nous renvoyons de manière à ce que les individus agissent ou nous perçoivent conformément à nos propres attentes. Goffman (1956) précise que cette gestion de l'impression peut aussi bien être volontaire qu'inconsciente et que nous gérons différemment les impressions que nous renvoyons à autrui en fonction de nos groupes d'appartenance ou de notre statut social. Dans un cas, les normes de fonctionnement de notre groupe d'appartenance nous ont permis d'enraciner un mode de présentation qui est propre à ce groupe et nous guide lors de nos interactions avec autrui. D'un autre côté, notre statut social peut nous amener parallèlement à fonctionner différemment car ce statut peut exiger certains types d'expression qui seront spécifiques à un rôle que nous avons dans une situation donnée. De son côté, Tedeschi (1981) explique qu'il existe plusieurs raisons au fait que les personnes gèrent les impressions qu'ils donnent d'eux-mêmes, comme par exemple vouloir éviter un blâme, gagner du crédit, maintenir une estime de soi favorable ou encore souhaiter se présenter de manière stratégique. N'oublions pas que ce qui importe le plus aux personnes n'est pas la façon dont ils perçoivent leurs propres comportements, mais plutôt la façon dont les autres les perçoivent. Ainsi, dans certaines situations et avec l'objectif de tenter d'améliorer leur image en gagnant du crédit social, ils souhaitent s'assurer que leurs comportements leur permettent de récolter de l'approbation sociale ou encore de la reconnaissance.

Pendleton et Batson (1979) supposent que l'augmentation de l'acceptation de la requête cible après le refus de la requête extrême pourrait être « le résultat d'un désir du participant d'éviter d'être perçu comme une personne peu serviable et indifférente » (p. 77). Ce désir serait accentué par la nature des causes proposées en situation de porte-au-nez, à savoir des causes pro-sociales comme être bénévole dans une école de sourd (Miller, 1974), dans un centre de jeunes délinquants (Cialdini et al., 1975), dans un organisme de santé mentale (Miller et al., 1976) ou encore donner son sang (Cialdini & Ascani, 1976), agir pour la sécurité routière (Cann et al., 1975; Even-Chen et al., 1978) ou pour une association de cardiologie (Reingen, 1977). Ainsi, refuser

une demande d'aide pour une cause noble et louable serait incompatible avec l'image que nous souhaitons renvoyer aux autres personnes. C'est à partir de cette incompatibilité que, selon la théorie de l'auto-présentation, lorsque le demandeur propose une requête moins coûteuse, les personnes se verraient dans l'obligation de l'accepter pour être de nouveau perçus comme quelqu'un de bien et de serviable. Dans le but d'évaluer si le refus de la requête extrême suscite une inquiétude quant à l'image qui est renvoyée au demandeur, Pendleton et Batson (1979) ont mené une recherche dans laquelle ils ont fait varier le coût de la demande initiale et ont mesuré comment un observateur allait se percevoir après son comportement de refus. L'objectif, en faisant varier le coût de la requête extrême, était de manipuler la justification que les individus peuvent apporter au refus de cette première demande. Selon Pendleton et Batson (1979), les personnes qui refusent la première requête devraient avoir l'impression de se présenter de manière plus négative après le refus de la requête modérée comparée au refus de la requête extrême. En effet, s'engager 10 heures par semaine pendant 6 mois peut être qualifié d'extrêmement coûteux et surtout très difficile à réaliser et de cette manière permettre aux personnes de refuser cette demande en toute légitimité. En revanche, un engagement d'une heure par semaine pendant 6 mois, même s'il reste coûteux, est plus facilement réalisable et son refus serait plus facilement attribuable à la personne elle-même. Il est à noter que dans leur procédure, aucune requête cible n'était proposée, seul le questionnaire d'évaluation de l'auto-présentation était donné. Les résultats ont montré que les participants imaginaient être perçus comme moins serviables, moins amicaux et moins concernés par la cause après le refus d'une requête modérée plutôt qu'une requête extrême.

Cependant, même s'ils concluent que l'acceptation de la requête cible pourrait provenir d'un besoin des participants de maintenir une image positive d'eux-mêmes, ce besoin n'avait jamais été évalué après le refus ou l'acceptation de la requête cible. C'est avec cet objectif que Reeves, Baker, Boyd et Cialdini (1991) ont reproduit la procédure de Pendleton et Batson (1979), c'est-à-dire en faisant compléter par les participants un questionnaire évaluant les hypothèses d'auto-présentation, mais en ajoutant des conditions dans lesquelles la requête cible est proposée après le refus de la requête extrême. Les résultats de leur recherche ne permettent pas de différencier les participants qui ont rempli le questionnaire d'auto-perception juste après le refus de la requête extrême, des participants qui l'ont complété juste après avoir accepté la requête cible en condition de porte-au-nez. Contrairement à ce que pensaient Pendleton et

Batson (1979), l'acceptation de la requête cible ne permet pas aux participants de maintenir une image positive d'eux-mêmes lorsque dans un premier temps ils refusent une requête extrême. Parmi les quatre expériences menées (Reeves et al., 1991), aucune d'entre-elles n'a permis de retrouver les résultats de l'expérience initiale dans laquelle les participants supposaient qu'un observateur les percevrait moins positivement après avoir refusé une requête modérée par opposition à une requête extrême.

Même constat pour Abrahams et Bell (1994) ainsi que Bell, Abrahams, Clark et Schlatter (1996) qui ont tenté de comparer les explications en terme de concessions et d'auto-présentation. Les premiers résultats (Abrahams & Bell, 1994) ne montrent aucune relation entre la perception que les participants ont d'eux-mêmes et le fait qu'ils acceptent davantage la requête cible après avoir refusé la requête extrême. Plus particulièrement, les participants ne ressentent aucun sentiment d'obligation au moment où le demandeur propose la seconde requête, et ils ne se montrent pas non plus très inquiets de l'image qu'ils vont renvoyer en refusant la requête extrême. D'un autre côté, Bell, Abrahams, Clark et Schlatter (1996), en faisant le constat que certaines variables modératrices n'avaient que peu attiré l'attention, proposent de mesurer l'orientation à l'échange (Murstein, Wadlin, & Bond Jr, 1987) et le besoin d'approbation sociale (Martin, 1984). Selon eux, les personnes qui ont un haut niveau d'orientation à l'échange auraient tendance à s'assurer qu'un équilibre soit maintenu lors d'échanges et à accepter plus facilement la requête cible en condition de porte-au-nez pour maintenir une certaine réciprocité. Les personnes qui ont un besoin élevé d'approbation sociale, quant à elles, seraient plus attentives à vouloir faire bonne impression et ainsi accepter la seconde requête dans le but de maintenir une bonne image d'eux-mêmes. Les résultats ne vont à nouveau pas confirmer l'approche par l'auto-présentation car seules les personnes qui ont obtenu un score élevé à l'échelle d'orientation à l'échange sont sensibles à la technique de porte-au-nez.

Ainsi, l'explication de l'augmentation de l'acceptation de la requête cible dans les situations de porte-au-nez par le fait que les participants souhaitent éviter de donner une image négative d'eux-mêmes semble difficile à appuyer empiriquement. À notre connaissance, une seule recherche (Millar, 2002b) en dehors de celle de Pendleton et Batson (1979) va dans le sens d'une interprétation en terme d'auto-présentation. Cependant, la crainte d'une évaluation négative suite au refus de la requête extrême n'est trouvée qu'à condition que les participants soient les amis des demandeurs. Nous

pouvons tout à fait comprendre que dans ces conditions, l'implication du lien d'amitié puisse influencer l'image que nous souhaitons faire valoir et de ce fait nous amener plus facilement à accepter la seconde demande.

Aux vues des difficultés à trouver une explication consensuelle, une autre piste d'interprétation a été proposée en se basant cette fois-ci sur l'éveil d'une norme de responsabilité sociale.

4.2 Accepter la requête cible en fonction de l'activation de la norme de responsabilité sociale

Au lieu d'orienter l'interprétation de l'effet de porte-au-nez sur la base de l'image qu'il serait la plus adéquate de renvoyer au moment de l'interaction avec les autres personnes, une autre voie a été proposée en prenant en compte cette fois-ci le fait que nos comportements soient parfois liés à des obligations que nous aurions envers les autres. Comme nous l'avons vu précédemment, certaines personnes peuvent être amenées à réaliser certaines actions, même si ces comportements ne sont pas prévus initialement, et ceci uniquement parce que ces personnes sont censées le faire. C'est ce que nous décrivions comme l'obligation de rendre la pareille (Gouldner, 1960) dont l'intérêt repose aussi sur l'attente que nous avons des autres personnes à nous rendre à leur tour ce qu'elles ont reçu. Lorsque nous précisons l'attente que nous avons des autres, il ne faut pas comprendre ici le fait que nous rendons les autres personnes redevables mais uniquement l'idée que nous avons conscience que nous recevrons également un jour ou l'autre le rendu pour notre donné. Même si le principe de réciprocité est probablement important dans la formation de modèles de comportement coopératif, une personne peut également accomplir une action sans forcément attendre le moindre retour. Berkowitz (1968) suggère qu'une norme existe dans notre société et prescrit que les personnes devraient aider les autres qui dépendent d'elles. Autrement dit, si nous apprenons que quelqu'un a besoin de notre aide, l'éveil d'une norme morale (Berkowitz & Daniels, 1963, 1964) provoquerait en nous un sentiment de responsabilité et nous inciterait à aider cette personne même lorsqu'aucun avantage direct n'est prévu en retour. Ce raisonnement est éprouvé dans une expérience, (Berkowitz, 1957), qui teste les effets motivationnels dans une situation où seule l'une des deux personnes aura le bénéfice du travail réalisé. Nous aurions pu nous attendre à ce que l'unique bénéficiaire soit motivé mais au contraire, les résultats

montrent que les participants ont travaillé aussi sérieusement et avec autant de motivation, non plus pour s'assurer d'un quelconque avantage à eux-mêmes, mais pour s'assurer de la réussite de leur partenaire. De cette manière, nous pouvons en déduire qu'un sentiment de responsabilité, ou plus exactement une norme de responsabilité (Schwartz, 1973) peut orienter les comportements des personnes et les conduire à agir dans l'intérêt d'autrui.

Tusing et Dillard (2000) ont proposé de faire le lien entre cette approche en termes de responsabilité sociale et l'explication de l'efficacité de la technique de porte-au-nez. Ils s'appuient sur les résultats des méta-analyses qui montrent que la technique est optimisée dans des contextes pro-sociaux (Dillard, Hunter, & Burgoon, 1984; O'Keefe & Hale, 1998, 2001), ce qui signifie que les requêtes portent sur des causes nobles qui font l'objet d'une demande d'aide. Dans ce contexte, lors de la proposition de la première requête, le refus des participants ne signifie pas qu'ils n'adhèrent pas à la cause présentée ou qu'ils n'ont pas envie d'aider, mais que son coût ne leur permet pas de l'accepter. Néanmoins, il ne faut pas voir la réponse à cette première demande comme un échec car elle a l'intérêt de rendre saillante cette norme de responsabilité chez les individus. Une fois accessible, cette norme va servir de guide chez les personnes qui y adhèrent lorsque la proposition de la seconde requête sera faite et de cette manière, faciliter son acceptation. Dans le but d'argumenter leur interprétation, Tusing et Dillard (2000) ont utilisé la méthode des juges pour vérifier que l'interaction de porte-au-nez était perçue davantage comme une situation d'aide et non comme une situation de négociation. Pour cela, ils ont utilisé les quatre recherches qui produisaient les effets les plus importants de la technique (Dillard et al., 1984) et ils ont demandé à leurs participants d'évaluer les interactions sur différentes échelles relevant des dimensions d'aide et de négociation. Leurs résultats montrent que les séquences de la porte-au-nez sont perçues comme des situations d'aide, confirmant de cette manière l'hypothèse de la norme de responsabilité sociale, et non comme des interactions de négociation relevant d'une approche par les concessions réciproques (Cialdini et al., 1975).

Néanmoins, cette nouvelle explication de l'effet porte-au-nez en termes d'activation de la norme de responsabilité sociale n'est pas suffisante pour rendre compte de tous les effets obtenus. En effet, dans le but d'éprouver la validité de cette approche et surtout de la distinguer de celles des concessions réciproques, Turner, Tamborini,

Limon et Zuckerman-Hyman (2007) ont fait varier l'ampleur de la concession par le coût de la requête extrême et la familiarité du demandeur avec les participants. Ils s'attendaient à ce que, conformément à ce que prédisent les concessions réciproques (Cialdini et al., 1975), plus grande sera la concession et plus grande sera l'acceptation de la requête cible en condition de porte-au-nez, peu importe si le participant est un ami ou un inconnu. À l'inverse, selon l'approche de la responsabilité sociale, ils prévoyaient une plus grande conformité en porte-au-nez avec des amis et ceci sans effet particulier de la grandeur de la requête extrême. Leurs résultats ne permettent pas d'appuyer plus une approche que l'autre car l'effet de porte-au-nez a été obtenu aussi bien avec des amis que des inconnus, et aussi bien avec une requête extrême large que plus modérée. Par ailleurs, si nous tentons d'appliquer cette interprétation aux résultats déjà obtenus, nous nous rendons compte qu'il est assez difficile de comprendre, comme pour l'approche par le contraste perceptif, que la technique perde toute son efficacité lorsque les deux requêtes sont présentées par deux expérimentateurs différents. Si le refus de la requête extrême a pour intérêt d'éveiller la norme de responsabilité sociale, ce n'est pas pour venir en aide à une personne en particulier. Au contraire, cette personne devrait être motivée à aider d'autres personnes qui dépendent d'elle parce que cette aide est prescrite par une norme de responsabilité sociale (Berkowitz, 1957, 1968; Berkowitz & Daniels, 1963, 1964).

L'explication basée sur la responsabilité sociale ressentie, si elle n'a finalement fait l'objet que de deux recherches à notre connaissance, a permis d'alimenter d'autres pistes d'interprétation de la porte-au-nez. En effet, en plus des mesures d'aide, de négociation ou d'obligation, des mesures de culpabilité ont été réalisées (Turner et al., 2007) pour en tester les effets médiateurs sur l'acceptation des participants.

4.3 Accepter la requête cible pour réduire la culpabilité d'avoir refusé la requête extrême

4.3.1 La culpabilité : une émotion particulière

La culpabilité fait partie des émotions qui de manière générale correspondent à « des réactions psychophysiologiques organisées aux rapports continus avec l'environnement » (Lazarus, 1991, p. 38). Cette notion de lien avec l'environnement est importante car nous la retrouvons dans d'autres définitions des émotions telles que

celle de Fridja et Mesquita qui précisent que les émotions sont « des états de préparation à s'engager, ou à ne pas s'engager, dans une interaction avec cet environnement » (1994, p. 51). Ekman (1992) a démontré que six émotions pouvaient être considérées comme innées et universelles et les a appelées « émotions de base » ou « émotions primaires » : la joie, la tristesse, la colère, la peur, la surprise et le dégoût. Il considère ces émotions comme appartenant à des familles distinctes d'états affectifs et il précise que chaque émotion ressentie amène à des changements physiologiques différents dans le but de préparer l'organisme à répondre de manière appropriée à la situation (Ekman, 1999). Néanmoins, les émotions permettent également d'informer « les congénères, sans choix ni considération, de ce qui se passe : à l'intérieur de la personne (plan, souvenirs, changements physiologiques), et de ce qui est le plus susceptible de se produire ensuite (conséquences immédiates, essais réglementaires, adaptation) » (p.47). De cette manière, quand nous voyons une personne avec une expression de dégoût par exemple, nous savons que cette personne répond à quelque chose qui a offensé son goût ou son odorat.

Parallèlement à ces émotions de bases qualifiées également « d'universelles » parce que leurs expressions sont compréhensibles même par des personnes de cultures différentes (Ekman et al., 1987), d'autres types d'émotions font quant à elles l'objet d'une grande variabilité culturelle aussi bien dans leur ressenti que dans leur expression (Goetz & Keltner, 2007). Elles sont aussi bien appelées « émotions à conscience de Soi » (Tangney & Fischer, 1995), « émotions réflexives » (Tangney, 1999) ou encore « émotions sociales » (Damasio, 2010). Elles nécessitent que la personne soit en capacité de se représenter elle-même comme une entité séparée des autres pour que puissent apparaître des processus tels que l'évaluation de soi et de comparaison sociale (Niedenthal, Krauth-Gruber, & Ric, 2009). Une première catégorie d'émotions comparatives renvoie à la comparaison entre le concept de Soi et celui d'autrui dont le résultat de cette évaluation peut faire émerger des émotions spécifiques comme l'envie et la jalousie. Une seconde catégorie correspond aux émotions réflexives qui impliquent cette fois-ci une évaluation de soi avec ses propres standards, objectifs personnels et valeurs morales. Lorsque le résultat de cette comparaison est positif, des émotions de fierté et d'orgueil sont ressenties et amènent les personnes à valoriser leurs propres efforts (Tracy & Robins, 2007). A l'inverse, des émotions de type culpabilité, honte et embarras surviennent quand l'évaluation est négative. Néanmoins, ces trois dernières émotions n'ont pas la même valeur, ni la même

fonction. La honte serait considérée comme l'émotion la plus douloureuse parce qu'il en va de l'intérêt de la personne c'est-à-dire que c'est le Soi qui est directement touché et pas seulement le comportement (Tangney, 1995; Tangney, Stuewig, & Mashek, 2007) alors que la culpabilité provient de l'évaluation négative suite à un comportement sans pour autant remettre totalement en question son Soi (Tangney, Miller, Flicker, & Barlow, 1996). Autrement dit, la culpabilité survient lorsque l'individu s'attribue ses actions, ce qui entraîne des émotions négatives dirigées vers ses propres comportements, alors que la honte survient lorsque la personne attribue globalement des émotions négatives à l'égard de soi uniquement (Cohen, Wolf, Panter, & Insko, 2011). Ce qui signifie plus simplement que cette émotion de honte renvoie à la question de « qui suis-je ? » tandis que la culpabilité fait plus référence à « qu'est-ce que j'ai fait ? » (Tangney & Dearing, 2002). Nous comprenons par les nuances entre honte et culpabilité que cette dernière est une émotion interpersonnelle car ce qui est ressenti provient généralement du tort réalisé à d'autres personnes (Baumeister, Stillwell, & Heatherton, 1994; Tangney, 1992; Tangney & Dearing, 2002).

4.3.2 La culpabilité : une émotion qui engage à l'action

Sachant que les émotions sont des états émotionnels s'accompagnant de comportements en réactions à l'évaluation de la situation (Frijda, 1989), la culpabilité vise à remédier aux relations qui ont été lésées par le comportement de transgression (Boster, Cruz, Manata, DeAngelis, & Zhuang, 2016). En effet, il a été démontré que lorsqu'une personne ressent de la culpabilité à cause de son comportement, cette personne accepte plus facilement de venir en aide à la personne offensée (Carlsmith & Gross, 1969; Freedman, Wallington, & Bless, 1967) mais uniquement si le comportement réparateur peut être reconnu par la personne offensée (Cryder, Springer, & Morewedge, 2012). Par exemple, que ce soit suite à un mensonge ou après avoir déclassé des fiches soigneusement rangées, Freedman et al. (1967) ont constaté que dans tous les cas leurs participants ont davantage accepté de venir à une autre expérience.

4.3.3 La culpabilité dans la procédure de porte-au-nez

Dans le cadre de la procédure de porte-au-nez, Foehl et Goldman (1983) ont remarqué que les requêtes pro-sociales ont permis jusqu'à maintenant d'obtenir de meilleurs résultats. En prenant en compte que la requête extrême amène les individus à la refuser à cause de son coût, refuser la demande d'une personne qui cherche à venir en aide aux autres pourraient éveiller de la culpabilité et conduire les participants à se sentir désolés et de ce fait les faire plus facilement accepter la seconde demande. De leur côté, Goldman, McVeigh et Richterkeessing (1984) mettent en doute les interprétations en terme de concession et de contraste en faveur de celle de la culpabilité sans toutefois mesurer explicitement cet éveil émotionnel. L'intérêt de ces deux recherches réside en leurs conclusions qui ont permis d'ouvrir la voie vers une approche en terme d'éveil et de réduction de la culpabilité (O'Keefe & Figgé, 1997). Des premiers résultats concluant ont mis en évidence que les personnes qui refusent une requête pro-sociale ressentent davantage de culpabilité que ceux qui refusent une requête qui ne l'est pas (O'Keefe & Figgé, 1999). Une mesure d'affects a également mis en évidence que les demandes extrêmes faites par des amis produisaient plus de réactions négatives que lorsque ces demandes sont présentées par des étrangers (Millar, 2002a). C'est dans une seconde recherche que Millar (2002b) a pu tester plus directement les suggestions de O'Keefe et Figgé (1997) en manipulant le degré de culpabilité produit par le refus de la demande initiale mais aussi en manipulant le degré de réduction de culpabilité que peut fournir l'acceptation de la requête cible. Ainsi, dans une condition les participants sont amenés à ressentir un haut niveau de culpabilité (« votre refus va causer des dommages à nos efforts ») et dans l'autre un faible niveau (« votre refus ne nuira pas à nos efforts »). Également, la moitié des participants se voit proposer une requête cible qui permet soit une forte réduction de la culpabilité (« vous pouvez faire quelque chose de tout aussi utile »), soit une faible réduction de la culpabilité (« vous pouvez faire quelque chose même si ce n'est pas aussi utile »). Tous les participants ont ensuite rempli un questionnaire destiné à évaluer la situation expérimentale mais également à mesurer le niveau de culpabilité, colère, agacement et rancœur ressentis. Les résultats révèlent que les participants acceptent davantage la requête cible lorsqu'ils sont en condition de haute culpabilité, mais à condition que leur acceptation puisse leur permettre de réduire suffisamment leur émotion. Cette recherche est également la première à montrer l'effet médiateur de

la culpabilité aussi bien sur l'intention comportementale que sur la réalisation du comportement.

Concernant l'application de cette interprétation à l'ensemble des résultats obtenus en situation de porte-au-nez, l'approche par l'éveil de la culpabilité s'applique à de nombreuses situations observées (O'Keefe & Figgé, 1997). Si l'effet de porte-au-nez disparaît au fur et à mesure que l'intervalle de temps qui sépare la formulation des deux requêtes augmente, c'est parce que la culpabilité est susceptible de se dissiper avec le temps. Le rejet d'une demande initiale qui concerne une cause pro-sociale est susceptible d'éveiller davantage de culpabilité qu'une demande pour un organisme à but lucratif. Dans le même sens, accepter la seconde requête peut permettre une plus grande réduction de la culpabilité si elle concerne une cause noble. L'interprétation en termes d'éveil de culpabilité apporte également une explication concernant les effets de porte-au-nez obtenus uniquement dans des situations où les demandes sont proposées par la même personne. Nous avons évoqué précédemment que suite à un comportement de transgression, la culpabilité éveillée guidera la personne vers des comportements réparateurs uniquement à destination de la personne lésée ou du moins de manière à ce qu'elle puisse se rendre compte de l'effort de correction qui aura été réalisé (Carlsmith & Gross, 1969; Cryder et al., 2012; Freedman et al., 1967). C'est d'ailleurs dans ce sens que vont les résultats de Terrier, Marfaing et Boldi (2013) puisque l'effet de porte-au-nez est obtenu même si les requêtes sont formulées par deux personnes différentes mais à condition que le premier expérimentateur soit toujours présent. Pour les cas où l'effet de la technique n'est pas obtenu, O'Keefe et Figgé (1997) ont suggéré deux raisons afin de continuer à argumenter dans le sens de cette approche. La première repose sur le fait que le refus de la première demande n'aurait pas suffisamment éveillé de culpabilité. La seconde renvoie au fait que l'acceptation de la requête cible ne permettrait pas de réduire raisonnablement la culpabilité éveillée. Néanmoins, ces deux arguments n'expliquent pas en quoi un éveil de culpabilité puisse justifier la raison de l'augmentation de l'efficacité de la technique à mesure de l'ampleur de l'écart entre la requête extrême et requête cible (Feeley et al., 2016).

Tout comme l'approche de la culpabilité, une dernière interprétation a été envisagée et va particulièrement nous intéresser. Elle repose non pas sur l'éveil et la

réduction d'une émotion mais sur l'éveil et la réduction d'un état de tension motivationnel.

4.4 Accepter la requête cible pour réduire un inconfort psychologique

Cann et al. (1975) sont les premiers à considérer que leurs résultats peuvent aussi bien être interprétés en termes de concessions réciproques, d'effet de contraste que par la réduction d'une dissonance. Selon ces chercheurs, refuser une demande d'aide va éveiller un conflit chez les personnes qu'ils vont résoudre en acceptant la deuxième demande. Rogers (1976) rebondit sur cette ouverture et tente de faire le lien entre la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957) et la technique de porte-au-nez. Il considère également que refuser la première requête pro-sociale éveille une dissonance chez la personne. Cette dissonance correspondrait au conflit entre le comportement idéal et le comportement réel et l'acceptation de la seconde requête pro-sociale permettrait de restaurer un état de consonance. Malgré trois études réalisées, les résultats ne valident pas son hypothèse⁴.

C'est Terrier (2007) qui relance les recherches sur le lien entre l'efficacité de la technique d'influence et la théorie de la dissonance. Il se base sur la norme de responsabilité sociale pour expliquer pourquoi l'acceptation de la requête cible en condition de porte-au-nez serait liée à un éveil motivationnel. Dans la même logique que Tusing et Dillard (2000), la proposition de la requête extrême va activer la norme de responsabilité sociale mais son coût va amener la personne à la refuser et de cette manière à réaliser un comportement contre-normatif. De plus, selon Terrier (2007), ce comportement de refus va être considéré comme inacceptable pour le demandeur qui représente le bénéficiaire de la requête. C'est dans cette condition de refus inacceptable qu'un état de tension va être généré et dont la personne sera motivée à réduire en acceptant la seconde requête. Dans le but d'éprouver l'approche de l'existence d'un état de tension qui aurait pour origine la transgression d'une norme, plusieurs recherches ont été entreprises. Dans l'une d'entre elles, Terrier et Joule (2008) ont fait réaliser à différents stades de la procédure de porte-au-nez des exercices dérivés des

⁴ Retenons que Rogers (1976) n'a pas réussi à reproduire l'effet classique de porte-au-nez. Le taux d'acceptation de la condition contrôle était trop important (70%) pour permettre à la technique de se distinguer avec une acceptation significativement supérieure.

tâches de barrage et de double barrage (Zazzo, 1960). Ces exercices consistent à discriminer le plus rapidement possible en barrant certains signes mêlés à d'autres avec lesquels ils peuvent être confondus. L'intérêt de cet outil réside dans le fait que l'apprentissage impliqué par le premier exercice (barrer un seul signe) va venir parasiter la réalisation du second exercice qui consiste à barrer deux signes qui sont cette fois-ci différents du premier test. Sur la base des travaux concernant l'apprentissage (Hull, 1943; Spence & Spence, 1966), ils ont émis l'hypothèse que l'état de tension éveillé par le refus de la requête extrême perturberait la performance des participants lors de la réalisation de la seconde tâche. Leurs résultats confirment l'éveil motivationnel suite au refus de la requête extrême car les participants ont commis plus d'erreurs dans la condition où ils sont uniquement confrontés à la requête extrême comparé à ceux de la condition contrôle. De même, le fait que les participants qui acceptent la requête cible après avoir refusés la requête extrême font moins d'erreurs que ceux qui ont uniquement refusé la requête extrême permet de montrer que l'acceptation de la requête cible réduit la tension motivationnelle éveillée par le comportement de refus. Dans une autre recherche, le caractère acceptable *vs* inacceptable du refus a été manipulé et les résultats montrent que l'effet de porte-au-nez n'est reproduit qu'en situation où le demandeur précise qu'il a des difficultés à comprendre que certaines personnes sont incapables d'accepter sa demande (Terrier, Joule, & Marfaing, 2011). Ces recherches permettent de montrer que le refus de la requête extrême provoquerait un éveil physiologique, qualifié par les auteurs de tension motivationnelle, qui disparaîtrait avec l'acceptation de la requête cible à moins que le refus de la première requête soit rendu acceptable.

5 L'apport des recherches sur la technique de porte-au-nez et leurs limites

L'expérience princeps de Cialdini et al. (1975) a donné lieu à de nombreuses recherches dans le but de mieux comprendre les conditions d'application de la technique de porte-au-nez mais également pour tenter d'apporter une explication à l'augmentation du taux d'acceptation de la requête cible après le refus d'une requête extrême. Leurs résultats, étudiés dans pas moins de six méta-analyses (Dillard et al.,

1984; Feeley et al., 2012, 2016; Fern et al., 1986; O'Keefe & Hale, 1998, 2001), soulignent une efficacité générale relativement faible mais dans les normes comparativement à d'autres techniques d'influence (Sénémeaud et al., 2008). Les effets moyens qui sont reportés semblent similaires et varient entre 8% (Dillard et al., 1984), 10% (O'Keefe & Hale, 1998) et 13% (Feeley et al., 2012) pour la soumission verbale mais avec des écarts assez importants. En effet, les tailles d'effet vont de .038 (Tybout, Sternthal, & Calder, 1983) à .589 (Reeves et al., 1991) et ces différences sont principalement dues aux manipulations des variables modératrices. L'étude de ces variables modératrices a tout de même le mérite d'avoir permis de délimiter les conditions optimales à l'application de la technique.

Les différentes explications que nous avons présentées montrent que l'effet de porte-au-nez se base soit sur la présentation successive des deux requêtes, l'élément déclencheur de l'effet se situant au moment de la présentation de la seconde requête, soit sur ce que suscite le refus de la première. Dans cette deuxième explication, le refus a été envisagé comme suscitant soit une menace à l'image de Soi (Pendleton & Batson, 1979), soit la violation d'une norme de responsabilité sociale (Tusing & Dillard, 2000), soit une émotion particulière qui correspond à la culpabilité (Foehl & Goldman, 1983) ou enfin, comme éveillant une tension motivationnelle (Terrier & Joule, 2008). Ces quatre explications, si elles ont comme point commun de considérer la nature pro-sociale des requêtes comme un prérequis à la production de l'effet de porte-au-nez, laissent en suspend plusieurs points.

La première limite concerne les variables modératrices qui ont été étudiées parmi les quatre interprétations qui se basent sur la conséquence du refus de la requête extrême. Ces interprétations ont clairement une orientation dispositionnelle, dans la mesure où elles prennent en compte des justifications qui proviennent de la personne. Seulement, les chercheurs à l'origine de ces explications n'ont à aucun moment manipulé ou contrôlé la variable qui selon eux justifie soit le fait de vouloir donner une bonne image de soi soit le niveau d'adhésion à la norme de responsabilité sociale. Pourtant, en manipulant uniquement des variables situationnelles, ils en arrivent à conclure que l'acceptation de la requête cible provient soit de la volonté de paraître pour une personne serviable, soit de se comporter comme le prescrit une norme sociale, soit pour réduire une tension motivationnelle.

La deuxième limite renvoie à la nature pro-sociale des requêtes qui semblent indispensables à son efficacité. L'étude de Dillard et Hale (1992) montre qu'il existe une variabilité de la pro-socialité dont les quatre interprétations qui se basent sur ce critère n'ont jamais pris en compte. Plus particulièrement, ces chercheurs ont distingué trois niveaux de pro-socialité (faible, moyen et élevé) qui se fondent sur quatre critères d'évaluation correspondant à : « *aide la société (vs. nuit à la société)* », « *pro-social (vs. non pro-social)* », « *bon (vs. mauvais)* » et « *bien (vs. mal)* ». Aux vues des résultats de Patch (1988), ces niveaux de pro-socialité ont une incidence sur l'acceptation de la requête cible en condition de porte-au-nez car un niveau qualifié de moyen ne permet pas de reproduire les effets contrairement à un niveau qualifié d'élevé. De plus, les deux derniers items qui permettent d'évaluer ce critère sont couramment utilisés dans les mesures d'attitude (Hale & Laliker, 1999). Sachant que plus les mesures de la perception sociale augmentent et plus les mesures de l'attitude sont favorables, sommes-nous face à un effet pro-social comme défendu ou plutôt face à un effet pro-attitudinal ? Aucun élément de réponse n'a été apporté par les quatre interprétations qui pourtant se fondent sur cette variable pour amorcer leurs explications.

Finalement, si nous considérons comme nous l'indiquent les résultats de Dillard et Hale (1992) que les attitudes des personnes sont favorables lorsque la cause présentée est hautement pro-sociale, alors nous pourrions nous attendre à ce que les personnes acceptent la première demande. Seulement, le coût extrême de celle-ci force les personnes à la refuser, c'est-à-dire à refuser un comportement qui serait en accord avec leur attitude (Sénémeaud et al., 2008). Ce type de situation n'est rien d'autre que de l'inconsistance, inconsistance qui a été étudiée dans un autre champ de la psychologie sociale et plus particulièrement dans différents paradigmes relevant de la dissonance cognitive (Festinger, 1957).

L'INCONSISTANCE DANS DIFFÉRENTS PARADIGMES D'INFLUENCE SOCIALE

Entre les années 60 et 80, de nombreuses études ont été menées sur les stratégies d'influence qui visaient à changer les comportements. Parmi ces stratégies, nous trouvons la technique du pied-dans-la-porte (Freedman & Fraser, 1966) qui consiste à obtenir un premier comportement peu coûteux de façon à en obtenir un second qui l'est davantage. La technique d'amorçage (Cialdini et al., 1978) comprend également deux phases dont la première amène les personnes interrogées à prendre une décision sur la base d'avantages fictifs ou sans avoir entièrement connaissance de son coût réel. Une fois la décision prise, la vérité est rétablie et on observe que les personnes maintiennent leur première décision. Sur le même principe, la technique du leurre (Joule, Guilloix, & Weber, 1989) consiste à inciter à prendre une décision intéressante qui ne pourra finalement pas aboutir. Ensuite, on propose en guise de substitution une autre possibilité qui sera par contre moins intéressante, mais qui se retrouve en conséquence acceptée par les personnes. L'interprétation de ces techniques repose principalement sur la théorie de l'engagement (Kiesler, 1971; Kiesler & Sakumura, 1966), définit comme le lien qui unit l'individu à ses actes comportementaux. Les effets de cet engagement auront pour conséquence de déboucher sur un phénomène de persévération décisionnelle. Autrement dit, réaliser un premier comportement ou

prendre une première décision rend plus difficile le fait de dire simplement « non » ou de se rétracter, comme on l'observe dans le cadre de ces trois techniques d'influence.

Même s'il n'est pas possible de concevoir une explication de la technique de porte-au-nez en terme d'engagement (Joule & Beauvois, 1987), elle a toujours été considérée comme faisant partie de cette catégorie de techniques, dite de soumission sans pression. Cette notion d'influence sans pression a été introduit initialement par Freedman et Fraser en 1966 et signifie simplement que les comportements sont réalisés en toute liberté. Néanmoins, une vingtaine d'année plus tard, une distinction a été réalisée entre deux types d'actes qui peuvent nous engager (Joule & Beauvois, 1998). Les premiers correspondent à des comportements appelés non problématiques parce qu'ils ne vont pas à l'encontre des attitudes ou des motivations de la personne. C'est le cas lorsque nous signons une pétition pour une bonne cause ou que nous acceptons de répondre à une courte enquête téléphonique ou de participer à une étude de psychologie. C'est précisément ce type de comportement dont il s'agit dans les trois techniques d'influence précédemment citées. Les seconds concernent des comportements problématiques dans la mesure où ils vont à l'encontre des attitudes ou des motivations de la personne. C'est le cas lorsque nous réalisons une tâche rébarbative, nous défendons une cause pour laquelle nous n'adhérons pas où nous ne faisons pas ce à quoi nous adhérons.

Au regard de cette distinction, nous pensons que la technique de porte-au-nez fait plutôt partie de la seconde catégorie, c'est-à-dire de celles qui reposent sur un comportement problématique. Ces comportements qui vont à l'encontre de nos attitudes ou de nos motivations ont fait l'objet d'étude dans un domaine bien connu, celui de la théorie de la dissonance, en mettant en place des situations caractéristiques d'inconsistance. Dans le but de montrer que la technique de porte-au-nez n'est pas si différente des paradigmes issus des situations d'inconsistance, nous allons dans ce chapitre les présenter en nous référant dans un premier temps aux paradigmes qui sont issus de l'ouvrage de Festinger (1957).

1 Les paradigmes classiques d'inconsistance

Parmi les situations classiques qui ont permis le développement de la théorie de la dissonance, nous aborderons dans un premier temps le paradigme de la décision qui a étudié les effets du choix sur les préférences individuelles. Puis nous développerons les paradigmes classiques de la soumission forcée sans oublier ceux qui ont également contribué à mettre à l'épreuve les hypothèses de la théorie. Nous évoquerons les paradigmes de la justification de l'effort, du désaccord avec autrui et de l'exposition à une information inconsistante.

1.1 Le paradigme du libre choix

De nombreuses situations de la vie quotidienne sont le reflet de moments où s'opèrent une décision particulière. Par exemple, choisir entre deux emplois auxquels nous serions retenus, entre deux logements qui remplissent toutes nos exigences ou encore choisir entre deux prénoms pour un nouveau-né sont des situations dans lesquelles la décision finale ne sera pas sans conséquences. Faire un choix éveille une inconsistance entre accepter les inconvénients de la décision prise et rejeter les avantages de l'autre possibilité. L'étude des processus en œuvre après la réalisation d'un choix a été l'objet de la thèse de Brehm et a donné lieu à la toute première publication concernant la dissonance cognitive.

Dans son expérience princeps, Brehm (1956) a demandé à des étudiantes d'évaluer la désirabilité de huit objets sur des échelles allant de 1 (pas du tout désirable) à 8 (totalement désirable). Il s'agissait d'une cafetière, d'un grill à sandwich électrique, d'un tableau sur soie, d'un grille-pain, d'une lampe de bureau, d'un livre d'art, d'un chronomètre et d'une radio portable. Pour remercier les étudiantes d'avoir participé, Brehm offrait un de ces objets en leurs laissant le soin de choisir parmi deux propositions. L'enjeu de cette expérience reposait justement sur la manipulation du choix proposé. Dans une situation à forte dissonance, l'alternative offerte portait sur deux objets évalués comme fortement désirables. Dans une situation de faible dissonance, le choix proposé concernait cette fois-ci un objet jugé comme fortement désirable et un second évalué comme peu désirable. Dans les deux conditions, une fois le choix des étudiantes réalisé, il leur était demandé d'évaluer à nouveau les huit

objets. Les résultats indiquent que dans la condition de forte dissonance, l'objet qui n'a pas été choisi a été significativement dévalué. Tandis que dans la condition de faible dissonance, la désirabilité de l'objet qui a été choisi a significativement augmentée.

Ces résultats ont été reproduits auprès d'enfants qui, après avoir classé des jouets se sont retrouvés à réaliser un choix entre deux d'entre eux en guise de récompense à leur participation (Brehm & Cohen, 1959). D'autres ont également montré que la réalisation d'un choix conduisait les participants à modifier leurs positions vis-à-vis de l'une des alternatives dans le but de les rendre consistantes avec leur décision (*e.g.* Brehm & Wicklund, 1970; Gerard, 1967; Shultz & Lepper, 1996).

1.2 Le paradigme de la soumission forcée ou induite

Le paradigme de la soumission forcée (ou soumission induite) prend appui sur des situations dans lesquelles les personnes réalisent sans contrainte un comportement qui pourtant ne s'accorde pas avec leurs convictions. Nous retrouvons ce type de situation aussi bien dans le plaidoyer contre-attitudinal que dans la réalisation d'une tâche fastidieuse.

1.2.1 La situation de l'essai contre-attitudinal

Initialement issu du champ de la communication persuasive, l'objectif est de montrer que mettre des personnes en position de défendre une idée opposée à ce qu'ils pensent, dans le cadre d'un jeu de rôle, facilite le changement d'opinion. Ainsi, lorsqu'une personne verbalise ses propres arguments qui vont à l'encontre de ses convictions, son opinion sera modifiée dans le sens des arguments énoncés. Ce changement d'attitude serait lié au fait d'être impressionné par sa propre capacité à convaincre et de trouver de la satisfaction à avoir réalisé la tâche (Janis & King, 1954).

Par la suite, ce paradigme a été repris en expliquant que le changement d'attitude observé provenait non pas de sa capacité d'auto-persuasion, mais de l'inconsistance entre le comportement réalisé et l'attitude initiale. Par exemple, Cohen (cité par Brehm & Cohen, 1962, p. 74) profita d'une émeute estudiantine à l'Université de New Haven au printemps 1959 pour demander à des étudiants à quel point ils trouvaient l'intervention de la police justifiée. À cette question, les étudiants donnaient une

opinion très défavorable (2,70 en moyenne sur une échelle allant de 1 à 31). D'autres étudiants, qui étaient répartis en quatre conditions, étaient amenés à rédiger un essai des plus convaincants en faveur de l'intervention de la police et ceci contre une rémunération (0,50\$, 1\$, 5 \$ ou 10\$). Les résultats ont montré que lorsque les étudiants devaient répondre à la même question que le groupe contrôle une fois leur essai terminé, moins la rémunération était forte et plus le changement d'attitude était important. Cette expérience permet de montrer que le changement d'attitude n'est pas obtenu uniquement parce que les personnes ont été convaincues par leur propre argumentation mais plutôt dans un objectif de retrouver une cohérence entre attitude et comportement et ceci uniquement lorsque les participants ne disposent pas suffisamment de justifications externes à la réalisation de l'essai.

1.2.2 La situation de la tâche fastidieuse

L'expérience princeps de Festinger et Carlsmith (1959), dans laquelle les participants devaient réaliser une tâche inintéressante, s'inscrit dans ce paradigme. Cette expérience consistait à demander aux participants d'enlever les 12 bobines d'un plateau d'une seule main, puis de les remettre, et ceci bobine par bobine, pendant 30 minutes. Puis les participants devaient tourner 48 chevilles carrées les unes après les autres dans le sens des aiguilles d'une montre, quart de tour par quart de tour pendant 30 minutes. Le seul intérêt de cette expérience était de s'assurer que les participants se forment une opinion négative au sujet de l'expérience réalisée. Dans un second temps, l'expérimentateur a prétexté l'absence de son collègue pour demander un service aux participants. Il s'agissait, contre rémunération (soit faible, soit forte), que les participants informent la prochaine personne qui attendait dans le couloir que l'expérience était très agréable et qu'ils s'étaient beaucoup amusés. La réalisation de ce comportement, qui correspond tout compte fait à dire un mensonge, est à l'origine de l'état de dissonance chez les participants de la condition faible rémunération. Pour la réduire, ils vont changer d'attitude dans le sens du comportement réalisé. Ceux de la condition forte rémunération ne ressentent pas de tension car la récompense justifie leur comportement.

1.3 Le paradigme de la justification de l'effort

Aronson et Mills (1959) ont testé l'hypothèse selon laquelle les personnes qui subissent une initiation désagréable pour devenir membres d'un groupe augmentent leur goût pour le groupe, c'est-à-dire qu'elles trouvent le groupe plus attrayant que les personnes qui deviennent membres sans passer par une initiation sévère. Pour cela des étudiantes, qui souhaitaient assister à des groupes de discussion portant sur le thème de la sexualité, devaient dans un premier temps participer à une initiation (comportement problématique). Cette activité consistait pour une première condition à lire publiquement une série de mots à caractère sexuel et plutôt embarrassant tandis que pour la seconde condition, les mots n'étaient que légèrement gênants. Le groupe contrôle n'a pas eu besoin de participer à une initiation et les participantes de ce groupe ont intégré directement le groupe de parole. En évaluant l'attractivité du groupe de parole, les résultats montrent qu'elle s'est trouvée renforcée dans la première condition, c'est-à-dire après une initiation qui a nécessité plus d'effort. Ce résultat est explicable par l'initiation très embarrassante qui se trouve être la situation où les personnes font preuve du plus d'inconsistance. C'est donc dans ce groupe qu'il a été nécessaire de justifier l'effort fourni pour assister au groupe de parole en l'évaluant comme plus intéressant comparé aux personnes qui l'ont intégré directement ou après une initiation peu embarrassante.

1.4 Le paradigme du désaccord avec autrui

Une autre situation d'inconsistance repose sur le désaccord que nous pouvons avoir avec notre propre groupe d'appartenance. Ainsi, la simple situation où nous serions amenés à interagir avec autrui et durant laquelle nous nous rendrions compte d'une divergence d'opinion correspond également à une situation d'inconsistance. Également, le simple fait de savoir que nous ne partageons pas le même point de vue qu'un membre de notre groupe est une situation particulière d'inconsistance.

Ce paradigme du désaccord avec autrui a été repris dans l'expérience de Matz et Wood (2005) dans laquelle l'éveil émotionnel a été mesuré par le thermomètre de la dissonance (Elliot & Devine, 1994). Leur première étude confirme qu'une inconsistance, lorsque d'autres personnes ne sont pas d'accord avec les participants,

éveille un malaise. D'ailleurs, ce ressentie était accentué lorsque les participants s'attendaient à interagir avec autrui.

1.5 Le paradigme de l'exposition à une information inconsistante

Nous avons tous des convictions plus ou moins fortes à propos de divers sujets, mais que se passerait-il si nous étions face à une information qui remet complètement en cause la connaissance que nous en avons ? Ce paradigme de l'exposition à une information inconsistante se base sur ce qui se passe lorsqu'une personne est exposée à une information qui va à l'encontre de ses connaissances et convictions. Contrairement aux précédents paradigmes présentés, l'origine de l'inconsistance n'est pas un comportement problématique. D'ailleurs, une des premières études portant sur cette conception de l'exposition à une information inconsistante a été réalisée par Festinger, Riecken et Schachter (1956) et fait suite aux différentes observations historiques dont les faits ne pouvaient qu'infirmes les croyances que portaient les fidèles à leurs convictions. Par exemples, beaucoup de chrétiens ont prédit la seconde venue du Christ à des dates précises sans que cela ne se réalise, certains Juifs étaient persuadés que le Messie viendrait en l'an 1648 et que des miracles, que l'on attend toujours, allaient se réaliser. Pour comprendre comment les personnes vont réagir face à un évènement tant attendu mais qui n'aura pas lieu, Festinger profite de l'existence de la secte millénariste qui annonce la fin du monde le 21 décembre 1954 pour réaliser une observation participative. Marian Keech dirige cette secte et affirme avoir reçu des informations d'extraterrestres lors de séances d'écriture automatique concernant un raz-de-marée qui allait engloutir le continent. Heureusement, les membres de la secte devaient être sauvés grâce à l'envoi de soucoupes volantes qui permettraient aux adeptes d'être transportés vers un nouveau monde. Cependant, lorsque les adeptes allaient faire le constat que la fin du monde n'aurait pas lieu et qu'aucun mode de transport extraterrestre ne se présenterait à eux, cette situation allait être à l'origine d'une inconsistance avec leurs propres croyances. Pour retrouver un équilibre cognitif, Festinger et son équipe ont observé deux façons de s'adapter à la situation : soit leurs convictions ont été renforcées en réinterprétant la prédiction de la fin du monde, soit ils ont abandonné leurs croyances.

Parallèlement, des recherches se sont focalisées sur le changement d'attitude de participants qui étaient amenés à lire des textes contenant des informations opposées à leurs propres opinions ou croyances. Par exemple, Cohen (1959) teste l'hypothèse selon laquelle « l'augmentation de l'écart entre la position initiale d'une personne et les nouvelles informations qui vont à l'encontre de cette opinion donne lieu à une dissonance croissante et à un changement d'attitude qui s'ensuit » (p. 388). Pour cela il demande à des étudiants s'ils sont d'accord pour encourager la mise en place de foyers pour délinquants juvéniles comme moyen efficace de réduire la délinquance. Trois semaines plus tard, les participants sont amenés à lire des arguments en faveur de l'efficacité du placement en famille d'accueil comme méthode de lutte contre la délinquance juvénile. Seuls les participants qui initialement n'étaient pas d'accord avec cette méthode ont changé d'attitude dans le sens des arguments du texte.

Les différents paradigmes que nous venons de présenter font tous référence à des situations d'inconsistance et se basent sur les situations décrites par Festinger (1957). Il s'agit de la conséquence du choix, de la soumission forcée et de l'exposition à une information incongruente. Depuis le début des années 1990, de nouvelles situations paradigmatiques se sont développées autour de la notion d'inconsistance.

2 Le développement de nouvelles situations d'inconsistance

Parmi les nouvelles situations d'inconsistance qui ont été développées, nous présenterons les paradigmes de l'hypocrisie induite, de la dissonance vicariante et celui de la dissonance émotionnelle.

2.1 Le paradigme de l'hypocrisie induite

Une nouvelle méthode pour impulser de nouveaux comportements a été testée à une période où le SIDA a touché de plus en plus de personnes. Depuis la découverte de ce virus au début des années 1980, seules des campagnes d'information qui reposent sur la peur ont été mises en place. Seulement, le public visé par cette

prévention, même s'il pense que l'usage du préservatif est un bon moyen d'éviter toute contamination, ne croit pas être concerné directement par la prolifération du SIDA. Ces jeunes adultes mettent ainsi en place une forme de déni en guise de défense face à la peur d'être contaminé. L'échec des tentatives de persuasion directe a conduit des chercheurs à réfléchir à un moyen d'amener les personnes à croire qu'elles ont vraiment envie de changer, c'est-à-dire à passer par l'auto-persuasion (Aronson, 1999b). Il s'agissait de trouver une situation créant une inconsistance entre les attitudes favorables au port du préservatif et les comportements de non protection. Le paradigme de l'hypocrisie induite est donc né dans un but appliqué mais de façon « tout à fait accidentelle » (Aronson, 1999a, p. 114). Son objectif est de rendre les personnes conscientes de l'inconsistance qui existe entre ce qu'elles pensent et ce qu'elles font, et plus précisément entre ce qu'elles savent qu'elles devraient faire et que pour autant elles ne font pas.

La première démonstration expérimentale concerne des étudiants sexuellement actifs qui pensent participer à l'élaboration d'un programme de prévention contre le SIDA (Aronson et al., 1991). Dans une première étape, il est demandé aux participants de se rappeler de leurs récentes expériences sexuelles durant lesquelles ils n'ont pas utilisé de moyen de protection (étape de saillance des comportements transgressifs). La seconde étape correspond à un plaidoyer pro-normatif durant lequel les participants défendent l'intérêt d'utiliser des préservatifs lors de rapports sexuels (étape de saillance de la norme). Seuls les participants de la condition hypocrisie ont réalisé ces deux étapes. Ceux de la condition rappel des transgressions ont simplement accompli la première étape tandis que ceux de la condition plaidoyer ont uniquement effectué la seconde. Les participants du groupe contrôle n'ont quant à eux ni rappelé leurs comportements transgressifs ni effectué le plaidoyer en faveur du port du préservatif. Puis, tous les participants ont répondu à un questionnaire dans lequel la fréquence d'utilisation du préservatif dans leurs expériences passées ainsi que l'intention d'en faire usage à l'avenir ont été mesurées. Comme attendu, ce sont les participants de la condition hypocrisie induite qui reconnaissent utiliser rarement les préservatifs alors que les participants des autres conditions continuent à faire preuve de déni. Ce sont également les mêmes participants, après avoir fait preuve d'inconsistance en rappelant leurs manquements dans l'utilisation du préservatif et après avoir argumenté à quel point il est important de se protéger, qui déclarent une plus grande intention d'utiliser des préservatifs comparés à leur utilisation passée.

Ces résultats ont été reproduits peu de temps après dans une expérience qui a l'intérêt de rajouter une variable comportementale (Stone, Aronson, Crain, Winslow, & Fried, 1994). Ce sont bien entendu les participants rendus hypocrites qui achètent le plus de préservatifs. Cependant, la thématique ne permet pas de vérifier s'ils en feront réellement l'usage ce qui limite à nouveau les résultats à une amélioration de l'intention comportementale. Dickerson, Thibodeau, Aronson et Miller (1992) ont pour leur part travaillé sur le thème de l'économie d'eau lors d'une période de sécheresse qu'a connu l'État de Californie. Leur objectif était d'amener les étudiantes qui sortent de la piscine à prendre des douches plus courtes. Leurs résultats attestent l'efficacité de l'hypocrisie induite sur la diminution effective de la durée des douches comparée à nouveau aux mêmes trois autres conditions que les deux précédentes recherches expliquées. Ainsi, lorsque nous défendons un comportement pro-normatif et que nous rappelons nos propres transgressions, le changement s'opère aussi bien sur l'intention que sur le comportement lui-même.

2.2 Le paradigme de la dissonance vicariante

Imaginez que vous vous entendez très bien avec votre collègue avec qui vous mangez tous les midis. Ces différents moments vous ont d'ailleurs permis de bien le connaître et de partager ensemble votre vive opposition à la réorganisation des postes que la direction veut mettre en place prochainement. Pourtant, vous surprenez ce collègue tenir une discussion complètement opposée à ce qu'il pense avec le directeur adjoint. Vous entendez de vos propres oreilles qu'il est entièrement d'accord avec la future réorganisation et ceci avec des arguments dont vous ne vous attendiez pas de sa part. Vous supposez que le statut de l'interlocuteur doit y faire beaucoup mais il est vrai que vous n'aimeriez pas être à sa place s'il fallait que ce soit vous qui défendiez ce projet. D'ailleurs, en vous imaginant être à la place de votre collègue, il est fort probable que vous n'auriez pas été très à l'aise s'il vous avait fallu adopter un discours inconsistant avec ce que vous pensez réellement. Cette situation relève de ce qui a été appelée la dissonance vicariante et apparaît lorsqu'une personne est spectatrice d'un membre de son groupe qui réalise un comportement contre-attitudinal. La personne spectatrice pourra, en s'imaginant à sa place, ressentir une tension et changera d'attitude pour réduire cet inconsistance (Cooper & Hogg, 2007; Norton et al., 2003).

La première étude (Norton et al., 2003) est réalisée auprès d'étudiants de différents pensionnats de l'Université de Princeton et a pour objectif, sous un faux prétexte, de vérifier les conditions dans lesquelles ces participants vont changer d'attitude en faveur de l'augmentation des frais de scolarité. Les résultats montrent que le changement d'attitude dépend de l'identification des étudiants à leur groupe. Lorsque les participants se sentent fortement identifiés (Hogg & Hains, 1996) aux membres de leur propre pensionnat, alors à l'écoute d'un discours contre-attitudinal, ils vont vivre par procuration une situation d'inconsistance qui va les conduire à modifier leurs propres positions. Ce changement d'attitude n'est pas observé dans la condition où l'autre étudiant était membre d'un autre pensionnat.

2.3 Le paradigme de la dissonance émotionnelle

Les émotions sont présentes dans tous nos contextes de vie. Dans le domaine professionnel, par exemple, nous pouvons ressentir des émotions qui ont un intérêt essentiel. D'un côté les émotions à valence positive peuvent nous aider à l'atteinte de nos objectifs tandis que celles à valence négative seront considérées comme des freins (Hess, 2003). À cela s'ajoute qu'au travail comme dans tous les types d'interactions de la vie quotidienne, nous pouvons être amenés à tenir un rôle qui répond à des normes comportementales. Nous avons déjà évoqué au chapitre précédent l'importance de ces rôles qui permettent de donner une certaine image de nous-mêmes (Goffman, 1956). Nos émotions sont également régies par ces normes et nécessitent de notre part un travail émotionnel afin de nous adapter aux normes prescrites par les situations (Jeantet, 2002). Prenons l'exemple d'une vendeuse en boutique de prêt-à-porter pour illustrer ces propos. Certaines compétences requises reposent sur le savoir être : être aimable, à l'écoute, compréhensible, patient, etc. Seulement, toutes les interactions avec les clients n'amènent pas forcément à ressentir les émotions qui sont montrées. Quand une cliente essaie tout le magasin pendant plus d'une heure et qu'elle n'arrive pas à se décider si elle doit prendre l'un des articles, il serait normal que la vendeuse qui l'a conseillée pendant tout ce temps perde patience et s'agace de la situation qui ne lui permet pas d'atteindre le chiffre d'affaire demandé par ses supérieurs. Pourtant, les règles de présentation (Ekman, 1973; Ekman, Friesen, & Ellsworth, 1972; Rafaeli & Sutton, 1990) ne lui permettent pas d'afficher uniquement les émotions qui sont prescrites dans une interaction vendeuse-cliente, c'est-à-dire de la compréhension et de

la sympathie. De cette manière, ces règles de présentation obligent la vendeuse à afficher uniquement les émotions qui sont autorisées par la situation dans un but organisationnel (Adelmann, 1995). La dissonance émotionnelle provient donc du conflit entre la personne et le rôle qu'elle tient (Abraham, 1998) c'est-à-dire entre ce que ressent réellement la personne et ce que la situation lui autorise à montrer. « Le principe de la dissonance émotionnelle est analogue au principe de la dissonance cognitive » (Hochschild, 2012, p. 90) dans le sens où elle résulte de l'inconsistance entre les émotions ressenties et celles qui sont exposées. Contrairement aux autres paradigmes présentés, aucune recherche (à notre connaissance) ne teste de manière expérimentale les différentes manières de réduire cette inconsistance. Les études se concentrent principalement sur l'origine de cette dissonance émotionnelle qui peut être liée au stress professionnel (Adelmann, 1995) et amène aussi bien à l'insatisfaction du travail qu'à une fatigue émotionnelle (Abraham, 1998) ou encore au burn-out (Dagot & Perié, 2014).

3 Conclusion : la porte-au-nez est-elle affaire d'inconsistance ?

Tous les paradigmes que nous venons de citer font référence à des situations d'inconsistance, par exemple entre la décision que nous prenons parmi deux alternatives possibles, entre ce que nous pensons et ce que nous défendons ou encore entre ce que nous ressentons et ce que nous laissons paraître.

Même s'il existe de nombreuses façons de retrouver un état de consistance (pour une revue voir Voisin, Rubens, N'Gbala, & Gosling, 2013), les différentes expériences qui concernent les paradigmes de ce chapitre n'en font état que de deux. Les conséquences des situations d'inconsistance portent principalement sur l'observation d'un changement d'attitude sauf pour le paradigme de l'hypocrisie induite qui concerne un changement de comportement. Plus précisément, une personne qui réalise un comportement qui est contraire à ses attitudes, opinions ou croyances peut retrouver un état d'équilibre, c'est-à-dire un état de consistance, s'il modifie ses attitudes, opinions et croyances pour les faire correspondre au comportement réalisé. Nous pourrions nous attendre dans ce cas, à ce qu'une personne qui rappelle des comportements opposés à ses valeurs adopte de nouveaux comportements en

cohérence avec ses expériences passées et ceci dans le but de maintenir une consistance comportementale. Finalement, c'est l'inverse qui est observé dans le paradigme de l'hypocrisie induite. Les résultats montrent que le fait de défendre une norme comportementale et d'éveiller l'inconsistance par le rappel des comportements transgressifs passés, amène les personnes qui vivent cette situation à adopter de nouveaux comportements qui vont dans le sens de la norme défendue. Si nous tentons de faire un lien avec la situation de porte-au-nez, refuser une première requête amènerait à en refuser une autre si le besoin de consistance suscité par une situation de porte-au-nez reposait sur un besoin de cohérence comportementale. Seulement, il nous manque à ce stade des éléments pour avancer dans la compréhension de cette inconsistance. Nous avons défendu jusqu'ici l'idée de prendre en compte le comportement de refus comme point de départ d'une inconsistance qui serait présente en situation de porte-au-nez. Mais de quel type d'inconsistance s'agit-il ? Pour obtenir des pistes de réflexions, nous allons continuer à nous intéresser à cette notion d'inconsistance mais en nous référant, dans notre dernier chapitre théorique, aux différentes interprétations de son origine.

LES DIFFÉRENTS TYPES D'INCONSISTANCE À L'ORIGINE DE L'INCONFORT PSYCHOLOGIQUE

Les différents paradigmes qui portent sur des situations d'inconsistance ont le point commun de faire état des changements qui sont provoqués soit à un niveau attitudinal soit à un niveau comportemental pour retrouver un équilibre psychologique. Parmi les théories explicatives de ces changements, la dissonance cognitive est l'une des théories incontournables en psychologie depuis le travail de son fondateur Léon Festinger. Cependant, cette théorie n'a pas fait l'unanimité lorsqu'il s'agissait d'expliquer les éléments en jeu dans les situations qualifiées d'inconsistantes. Plusieurs reformulations de la théorie initiale de Festinger (1957) ont été développées autour de l'origine même de la dissonance. D'un côté Festinger explique que la dissonance est liée à l'incompatibilité de deux cognitions entre elles. D'un autre côté, d'autres chercheurs avancent l'idée que la dissonance existe en prenant également en compte soit le concept du Soi (*e.g.* Aronson, 1968; Steele, 1988), soit la conscience des conséquences aversives (Cooper & Fazio, 1984).

L'objectif de ce chapitre concerne directement la compréhension des différentes propositions qui ont été avancées pour déterminer le type d'inconsistance à l'origine d'un inconfort psychologique. Nous souhaitons exposer les différentes possibilités d'inconsistance qui pourraient exister avec le comportement de refus en situation de

porte-au-nez. Pour cela nous allons nous baser directement sur les fondements de la théorie originale de la dissonance avant d'évoquer les trois reformulations qui ont été proposées.

1 La théorie de la dissonance cognitive ou la difficulté de tolérer l'inconsistance entre un comportement et une attitude

À la base de la théorie de la dissonance cognitive de Festinger (1957), nous retrouvons une autre théorie classique de la psychologie sociale qui suppose que les relations que nous entretenons avec toute partie doivent être équilibrées. Dans le cas contraire, si nous sommes face à un état en déséquilibre, des forces s'exerceront pour corriger cet état et dans le cas où un changement n'est pas possible, l'état de déséquilibre produira une tension (Heider, 1946, 1958). Festinger (1957, p. 8) propose de remplacer les mots « équilibre » et « déséquilibre » par « consonance » et « dissonance » qui sont deux des trois relations que peuvent entretenir des cognitions à la base de sa théorie. Le terme cognition est selon lui un concept général et concerne toute connaissance, opinion ou croyance relative à l'environnement, à soi-même ou au comportement d'autrui (p. 3). Lorsque deux cognitions sont cohérentes entre elles, la relation est dite consonante car les deux cognitions sont compatibles ensemble comme par exemple penser que le don de sang est important et réaliser un don de sang. Mais dans le cas où nous trouvons que le don de sang est important alors que nous ne donnons jamais notre sang, cette relation entre ces deux cognitions est incompatible et elle est qualifiée de dissonante. Une troisième relation, dite neutre ou non pertinente, correspond à des cognitions qui n'ont simplement rien à voir l'une avec l'autre (e.g. penser que le don de sang est important et aller voir les feux d'artifice du 75^{ème} anniversaire du débarquement sur la côte normande).

Ainsi, selon la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957), lorsque deux cognitions entretiennent une relation de dissonance, la personne est susceptible de ressentir un état de tension interne. La présence de cette dissonance va donner lieu à des pressions dans le but de réduire ou d'éliminer cette dissonance et retrouver de cette manière un état d'équilibre cognitif. Plus l'ampleur de la dissonance est importante et plus le travail de réduction de la tension sera important. Autrement dit,

la dissonance agit comme un « drive », c'est-à-dire un état de motivation que Festinger compare à la faim et qui conduit à des actions visant à réduire cet état. Parmi les différentes actions pour retrouver un état de consonance, la personne se trouvant dans une situation de dissonance pourra augmenter le nombre ou l'importance des cognitions consonantes. Dans notre exemple concernant la forte importance accordée au don de sang alors que nous n'en réalisons aucun, nous pouvons nous focaliser sur le fait que notre emploi ne nous permet pas d'avoir le temps nécessaire pour nous rendre au centre de collecte. Une autre façon de réduire cette dissonance reviendrait à diminuer le nombre ou l'importance des cognitions dissonantes. Dans notre cas, ne pas donner son sang est dissonant avec le fait d'y accorder de l'importance. Mais si nous nous mettons à penser qu'au final, le don n'est pas si important car beaucoup de personnes sont donneurs, alors ce changement d'attitude permet de retrouver un équilibre cognitif.

Nous allons prendre l'expérience de Festinger et Carlsmith (1959) qui a déjà été décrite dans la partie précédente, pour illustrer les différentes interprétations qui sont à l'origine de l'inconsistance. L'objectif de prendre un seul et même exemple est de montrer comment différentes explications peuvent s'adapter à une même situation. Concernant les participants de cette expérience, nous savons qu'ils ont trouvé l'expérience ennuyeuse mais qu'ils ont accepté de dire le contraire à l'étudiante qui attend dans le couloir. Nous savons également qu'ils ont été rémunérés pour cette action soit 1\$, soit 20\$. D'après la théorie de la dissonance cognitive formulée par Festinger (1957), nous pouvons considérer que cette rémunération est en relation de consonance avec le comportement à l'origine de la dissonance. Plus cette récompense augmente et plus le poids des éléments qui sont en consonance sera élevé permettant de réduire le déséquilibre provoqué par le comportement contre-attitudinal. De cette manière nous pouvons considérer que la tension ressentie va diminuer, évitant ainsi la nécessité de changer d'attitude. D'où les résultats obtenus avec un changement d'attitude uniquement en condition de 1\$, situation où le montant de la rémunération ne permettait pas d'augmenter suffisamment l'importance de cette cognition consonante pour retrouver un état d'équilibre cognitif.

Parallèlement à cette étude qui renforce l'intérêt de la théorie de la dissonance telle que proposée par Festinger (1957), certains points d'incompréhension et de désaccord

ont été soulevés et ont donné lieu à de nouvelles formulations dont certaines proviennent des anciens étudiants de Festinger.

2 Les versions contemporaines de la théorie de la dissonance cognitive

Le processus d'éveil de la dissonance est décrit comme le résultat d'une relation d'inconsistance entre deux cognitions (soit X et Y), évoquant ainsi une relation de type binaire où X n'implique pas Y (Festinger, 1957). Certaines versions contemporaines font intervenir un troisième élément, passant ainsi à une relation ternaire où X n'implique pas Y quand Z. Cette nouvelle conception repose sur l'idée que l'inconsistance entre deux cognitions ne serait pas suffisante pour éveiller la dissonance et intègre le concept de Soi. Pour être en dissonance, il est donc nécessaire que cette inconsistance menace le Soi, amenant de nouvelles explications telles que la consistance du Soi (Aronson, 1968) ou le besoin d'affirmation du Soi (Steele, 1988). Une troisième explication alternative à la dissonance ne fait, quant à elle, pas appel au rôle du Soi. Le modèle du New-Look (Cooper & Fazio, 1984) repose sur les conséquences aversives des comportements et de l'attribution de leur responsabilité.

2.1 La théorie de l'autoconsistance (ou consistance du Soi) : l'inconsistance entre un comportement et des standards de conduites personnelles

Aronson (1968, 1969, 1992, 1999a) est le premier à proposer une reformulation de la théorie de la dissonance et questionne le fait que deux cognitions en contradiction puissent éveiller la dissonance. Étudiant de Festinger et fervent défenseur de la dissonance cognitive dans ses premières années de recherche (*e.g.* Aronson & Carlsmith, 1962, 1963; Aronson, Carlsmith, & Darley, 1963; Aronson & Mills, 1959; Festinger & Aronson, 1960), son travail s'est petit à petit éloigné de celui de Festinger sur un point important : l'origine de la dissonance. Si pour Festinger, l'inconsistance entre deux cognitions suffit pour enclencher le processus de dissonance cognitive, pour Aronson, une troisième variable doit nécessairement faire son entrée dans l'équation pour éveiller la dissonance. Selon lui, quand une personne réalise un comportement

contre-attitudinal, la dissonance n'est pas éveillée à partir de l'incohérence du comportement avec l'attitude mais plutôt lorsque le comportement est inconsistant avec le concept de Soi (Aronson, 1968). Il part du principe que nous n'avons pas tous un concept de Soi positif et, pour illustrer cette idée, il prend l'exemple de l'achat d'une voiture. Si nous savons que nous achetons une voiture neuve mais que ce véhicule est un très mauvais choix, alors cet achat serait en dissonance avec un concept de Soi positif. Mais à l'inverse, si nous possédons un concept de Soi négatif alors l'achat d'une voiture neuve de mauvais choix ne sera pas incohérent avec notre concept de Soi. Nous nous dirons simplement qu'il n'est pas étonnant que nous n'ayons pas été capables de faire un meilleur choix. En développant le rôle du concept de Soi dans les situations de dissonance, Aronson (1992) suggère que la plupart des individus recherche à préserver un Soi cohérent, stable et prévisible. Nos comportements devront nous permettre d'obtenir une conscience de Soi compétente mais aussi de préserver un Soi moralement bon. Autrement dit, les individus essaient d'avoir un concept de Soi positif (ou haute estime de Soi) en réalisant des comportements qu'ils jugent satisfaisants comparés à leurs standards personnels de conduite. En distinguant les personnes en fonction de leur concept de Soi (concept de Soi positif *vs* concept de Soi négatif ou encore haute estime de Soi *vs* faible estime de Soi), il précise ainsi que l'éveil de la dissonance ne peut avoir lieu que si le Soi de l'individu est menacé. Les changements d'attitude obtenus dans les premières expériences de dissonance cognitive reposeraient sur l'hypothèse implicite que tout individu possède un concept de Soi positif (Aronson & Carlsmith, 1962). Cependant, la motivation pour la consistance cognitive ou le désir de maintenir un concept de Soi positif correspond aux mêmes prédictions (Thibodeau & Aronson, 1992).

Dans le contexte universitaire, nous pouvons facilement imaginer que les étudiants qui participent aux expériences se voient comme des individus moralement bons et compétents. Pourtant dans l'expérience de Festinger et Carlsmith (1959), ils ont accepté de mentir à une autre étudiante sans aucune justification. La dissonance provient dans cette situation de l'incohérence entre l'image que l'étudiant a de lui comme quelqu'un d'honnête et compétent, et son comportement correspondant à un mensonge. Dans le but de réduire cette tension désagréable, il est nécessaire que ce qui a été dit ne doive plus être un mensonge et dans ce cas, les participants changent d'attitude dans le but de maintenir la consistance du Soi.

La théorie de la consistance du Soi nous explique que l'éveil de la dissonance dépend du comportement de l'individu et à quel point ce comportement enfreint les standards personnels. D'un autre côté, une théorie qui repose également sur le concept de Soi, suggère que l'estime de Soi va venir moduler non pas l'éveil de la dissonance, mais la capacité de l'individu à pouvoir réduire cette dissonance sans passer par le changement d'attitude.

2.2 La théorie de l'affirmation de Soi: l'inconsistance entre un comportement et le concept de Soi

La théorie de l'affirmation de Soi (Steele, 1988; Steele & Liu, 1983; Steele, Spencer, & Lynch, 1993) postule que la dissonance ressentie dans les situations qui en génèrent ne provient ni d'un besoin de consistance cognitive ni d'un besoin de consistance avec le Soi. Selon eux, la dissonance est éveillée lorsque le Soi est menacé, c'est-à-dire quand une information extérieure ou notre propre comportement nous fait comprendre que nous ne sommes pas une personne digne, honnête et compétente. Dans ce cas, la réduction de la dissonance aurait pour objectif de restaurer l'intégrité globale du Soi et le changement d'attitude ou de comportement en serait l'une des possibilités. Mais un autre moyen de restaurer l'intégrité du Soi global se trouve dans la possibilité d'affirmer une valeur importante liée au Soi, même si celle-ci ne correspond pas aux standards personnels que nous avons enfreints. Par exemple, Steele et Liu (1983) ont demandé à des étudiants de l'Université de Washington de rédiger un essai en faveur d'une augmentation des frais de scolarité⁵. Après avoir écrit des arguments, la moitié des participants a répondu à une échelle politico-économique qui leur a permis d'affirmer s'ils s'intéressaient à cette thématique et s'ils avaient des activités en lien avec ce sujet avant de donner leur attitude vis-à-vis de la hausse des frais de scolarité. L'autre moitié des participants a d'abord répondu au questionnaire d'attitude avant de remplir le questionnaire d'affirmation des valeurs politico-économiques. Les résultats montrent que si les étudiants avaient un fort intérêt pour les questions politiques et économiques, alors ce questionnaire leur permettait d'affirmer le Soi en leur rappelant

⁵ Une sous échelle avait été passée quelques temps auparavant pour savoir si le thème de la politique et de l'économie faisait partie de l'identité de ces étudiants, permettant ainsi de distinguer le groupe d'étudiants avec une orientation politique et économique et le groupe d'étudiants avec une faible orientation à ce sujet.

ce qui était important pour eux. Quand cette échelle est remplie avant le questionnaire d'attitude, aucun changement n'est observé concernant la hausse des frais de scolarité. Par contre, lorsque cette échelle de valeur est introduite après le questionnaire d'attitude, nous retrouvons les effets classiques de dissonance avec un changement d'attitude dans le sens de la rédaction des arguments. Concernant les étudiants ayant dès le départ très peu d'intérêt pour ce thème, que l'échelle de valeur soit remplie avant ou après le questionnaire d'attitude ne change rien aux résultats. N'ayant aucune valeur à ce sujet à affirmer, ces participants ont tous changé d'attitude.

Si nous appliquons cette explication théorique aux résultats de Festinger et Carlsmith (1959), le fait de mentir vient menacer l'intégrité globale du Soi des participants et le changement d'attitude est le seul moyen dans le contexte de l'expérience de réduire la dissonance. Si des questions leur avaient été posées concernant d'autres thématiques, les participants auraient peut-être eu l'occasion d'affirmer un élément important de leur Soi et de cette manière ne plus avoir recours au changement d'attitude.

Toutefois l'idée du rôle du Soi, aussi bien avec les théories de l'affirmation de Soi que de la consistance du Soi, peut ne pas être utile et les raisons de l'éveil de la dissonance seraient à rechercher dans le rôle des conséquences des comportements.

2.3 La théorie du New-Look : l'inconsistance entre un comportement et des normes sociales

Cooper et Fazio (1984) propose une *nouvelle vision* de l'explication motivationnelle de la théorie de la dissonance qui ne repose pas, comme les deux alternatives précédentes, sur le concept de Soi. Le modèle du New-Look se base sur deux étapes essentielles à l'éveil de la dissonance : la première concerne les conséquences du comportement et la seconde renvoie à la responsabilité de ce comportement.

S'il n'y a pas de conséquences aversives auxquelles nous pourrions nous attendre à la suite d'un comportement, alors cette action n'entraînera pas l'éveil d'une dissonance cognitive. Cooper (1999, 2007) explique que ce caractère aversif est socialement acquis depuis notre enfance. De cette manière il introduit la notion de normes sociales dans le processus de dissonance, normes qui seraient acquises au fur et à mesure de notre éducation et nous guideraient dans la perception de ce qui est bien ou pas de faire.

Dans le cas où nous aurions enfreint une norme sociale, un éveil de dissonance pourrait s'éveiller, mais étant donné qu'il correspond à une tension psychologique désagréable, cet état de dissonance nous motiverait à la réduire de la manière la plus efficace possible. Une des possibilités serait de modifier notre attitude afin de la rendre cohérente avec notre comportement. Pourtant, l'autre solution qui peut être utilisée pour réduire la dissonance serait de ne pas s'attribuer la responsabilité de notre comportement. Sans responsabilité, les cognitions se trouveraient dans une relation de non pertinence, et la tension psychologique produite par la dissonance diminuerait (Cooper, 1971). De cette manière, ce rejet de responsabilité, en n'assumant pas le comportement réalisé, nous permettrait d'éviter l'éveil de l'état de tension.

Avec cette explication alternative, nous pouvons comprendre que pour avoir un éveil de dissonance, il est nécessaire que les personnes agissent à l'encontre d'une norme sociale et acceptent la responsabilité des conséquences désagréables qui proviennent de ce comportement contre-attitudinal. Dans l'expérience de Festinger et Carlsmith (1959), nous savons que les participants trouvaient la tâche fastidieuse et pourtant ils ont accepté de dire aux participants suivants qu'ils s'étaient amusés. Nous avons tous appris que mentir n'était pas un comportement convenable et c'est ce mensonge qui serait à l'origine de la dissonance. Dans cette situation, ce qui correspondrait à une conséquence indésirable serait d'avoir créé une fausse joie momentanée chez un participant en ne lui disant pas la vérité sur la réalité de la tâche à réaliser (Cooper & Worchel, 1970). En acceptant en toute liberté de réaliser ce comportement, les participants n'ont pas d'autres moyens que de s'attribuer personnellement la responsabilité de cet acte.

3 Conclusion sur les différents types d'inconsistance

D'après les différentes interprétations qui expliquent l'origine de l'inconsistance dans les paradigmes de dissonance cognitive, nous comprenons qu'une personne qui est face à une incohérence entre deux éléments ressentira l'éveil d'une tension inconfortable qui la motivera à retrouver un état d'équilibre. Si cette notion d'éveil est partagée parmi les différentes approches, ce sont les éléments en situation d'inconsistance qui portent à discussion. Pour Festinger (1957), l'origine de la

dissonance se situe dans l'incohérence entre l'attitude et le comportement, alors que pour Aronson (1968, 1969) et Steele (1988) il est nécessaire de faire intervenir le concept de Soi. D'un autre point de vue, Cooper et Fazio (1984) avancent l'idée que seules les conséquences aversives et l'attribution de leurs responsabilités peuvent éveiller de la dissonance. Ces conséquences aversives auraient pour origine un aspect socio-normatif, c'est-à-dire que nous aurions tous acquis des normes sociales et ce serait le fait de les enfreindre en toute liberté qui serait à l'origine de l'état de dissonance. L'objectif de ce chapitre n'était pas de départager ces différentes approches en tentant de savoir si l'une des théories était meilleure qu'une autre. Au contraire, nous souhaitons uniquement montrer qu'il existe différentes manières d'envisager les processus explicatifs à l'origine de la difficulté à tolérer les situations d'inconsistance.

Après la présentation de ces différentes approches, nous pouvons remarquer que les quatre possibilités d'interprétation que nous avons détaillées se basent finalement sur trois variables interindividuelles. Selon l'une ou l'autre de ces approches, les attitudes, le Soi et les croyances normatives doivent être pris en compte comme point de départ pour comprendre la relation d'inconsistance qui existe avec un comportement réalisé. Ces variables correspondent à celles étudiées dans les études qui portent sur les déterminants psychologiques des comportements (*e.g.* Giles, Mcclenahan, Cairns, & Mallet, 2004; Masser, White, Hyde, Terry, & Robinson, 2009; Robinson, Masser, White, Hyde, & Terry, 2008; Terry, Hogg, & White, 1999). Il est montré que des différences interindividuelles existent même lorsqu'il s'agit d'un même objet social. C'est pour cela que certaines personnes peuvent avoir une attitude favorable à un objet, tout comme cet objet peut représenter une part importante de leur Soi, et ces personnes peuvent également posséder des croyances normatives rattachées à cet objet. À l'inverse, il est possible que d'autres personnes aient une attitude défavorable à l'objet, que cet objet ne représente pas leur concept du Soi et que ces personnes ne possèdent pas de croyances normatives particulières à l'égard de l'objet.

Ces différences interindividuelles concernant l'attitude, l'importance et les croyances normatives n'ont jamais fait l'objet d'étude dans les recherches qui concernent la technique de porte-au-nez même si des pistes de réflexion ont été engagées dans ce sens. Par exemple, l'examen de la cohérence entre attitude et comportement dans le contexte des techniques d'influence séquentielle a déjà été conseillé (Rodafinos et al., 2005). Dans la même logique, le comportement de refus de

la requête extrême a été qualifié de contre-attitudinal (Sénémeaud et al., 2008). Notre travail de recherche s'inscrit dans cette perspective de considérer que l'acceptation de la requête cible en condition de porte-au-nez provient de l'inconsistance qui existe entre la position individuelle de la personne à l'égard de l'objet, mesuré au travers de l'attitude, de l'importance pour le Soi et des croyances normatives, et le comportement de refus. La prise en compte de la position des personnes en lien avec l'objet des requêtes dans le processus explicatif de la technique sera un élément central de la problématique de ce travail de thèse.

PROBLÉMATIQUE

L'EFFET DE PORTE-AU-NEZ : VERS UNE INTERPRÉTATION EN TERMES D'INCONSISTANCE

Depuis l'expérience princeps de Cialdini et al. (1975), de nombreux travaux ont été réalisés dans le but de mieux comprendre l'aspect technique qui permet d'optimiser l'efficacité de la porte-au-nez (Feeley et al., 2012; Fern et al., 1986; O'Keefe & Hale, 1998, 2001). Le premier chapitre théorique nous a permis de constater l'étonnante divergence dans les propositions d'interprétation de la technique de porte-au-nez. Certains perçoivent que l'acceptation de la requête cible provient d'une volonté de réaliser une concession en retour à celle reçue lors de la diminution du coût de la seconde requête. D'autres estiment que la requête extrême sert d'ancrage dans la comparaison entre les deux propositions. À côté de ces deux explications qui nécessitent la formulation des deux requêtes pour fonctionner, d'autres interprétations estiment que l'acceptation de la requête cible provient de ce que génère le comportement de refus. De ce point de vue, nous trouvons des explications qui concernent aussi bien le désir d'être bien perçu que l'éveil d'une norme d'entraide, ou encore celle d'un éveil émotionnel ou motivationnel.

Ces dernières interprétations reposent principalement sur le caractère pro-social des requêtes, qui a donné lieu à différentes études mettant en évidence son rôle modérateur (*e.g.* Dillard et al., 1984; O'Keefe & Hale, 1998, 2001). Cependant, Dillard et Hale (1992) se sont interrogés sur les critères de certaines recherches qui leurs ont permis de qualifier leurs requêtes. Par exemple, Patch (1986) compare l'efficacité de la technique de porte-au-nez en fonction de deux sources d'influence différentes. Dans une condition l'expérimentateur se présente soit comme travaillant pour l'association des parents visant à un meilleur programme télévisuel (qualifiée de fortement légitime), soit pour un organisme de programmation de multimédias qui a pour but d'adapter les publicités télévisuelles à des fins commerciales (qualifiée de faiblement légitime). C'est avec l'objectif de comprendre comment ces stimuli ont été évalués en termes de pro-socialité que Dillard et Hale (1992) ont réalisé une étude qui comportait une phase d'évaluation de ces organismes. Leurs résultats soulignent deux points importants : 1) Les requêtes peuvent se distinguer en termes de degré de pro-socialité et 2) plus une source est qualifiée de pro-sociale, plus la technique de porte-au-nez est efficace. Une telle conclusion signifie que l'acceptation de la requête cible en condition porte-au-nez ne dépendrait plus seulement de la nature pro- *vs* anti-sociale des requêtes mais cette acceptation pourrait être nuancée par le degré de pro-socialité de la requête.

Hale et Laliker (1999) sont revenus sur ces résultats en précisant que ce qui a été « qualifié d'effet pro-social peut en fait être un effet d'attitude » (p. 206). Pour appuyer ce propos, ils précisent que certains éléments qui ont servi à l'évaluation des différentes organisations dans Dillard et Hale (1992) correspondent à des adjectifs souvent utilisés dans des mesures attitudinales (« good/bad » et « wrong/right »). Cette confusion entre pro-social et pro-attitudinal provient très certainement du fait que lorsque nous pensons au caractère pro-social d'un objet, nous imaginons très facilement que les personnes y sont forcément favorables. Il est difficile de penser que certaines personnes seraient contre le don de sang par exemple. Au même titre que les résultats de Dillard et Hale (1992), nous pouvons plutôt supposer que certaines personnes y seront très favorables et d'autres plutôt favorables. Cette variabilité, en plus d'expliquer certains résultats contradictoires (*e.g.* Patch, 1986, 1988), permet de venir contraster les notions de pro-sociale et pro-attitudinale. La notion de pro-socialité impliquerait une plus forte convergence des valeurs personnelles qu'il n'en existe réellement, ce qui n'est pas le

cas lorsque que nous recadrons les requêtes de pro-attitudinales (Tusing & Dillard, 2000).

L'ensemble de ces discussions qui portent sur la distinction entre pro-sociale et pro-attitudinale et surtout sur la variabilité interindividuelle face à une même cause, renforce notre volonté de nous intéresser au rôle de l'attitude, de l'importance pour le Soi et des croyances normatives dans le paradigme de porte-au-nez.

1 L'hétérogénéité de l'attitude, de l'importance et des croyances normatives face aux objets pro-sociaux : le cas du don de sang

S'il y a bien un critère que nous ne pouvons pas nier concernant le don de sang, c'est qu'il correspond à un comportement pro-social (Healy, 2000; Masser, White, Hyde, & Terry, 2008). Pourtant, malgré son caractère louable, de nombreuses recherches tentent de comprendre les raisons qui freinent le comportement de don par l'étude de ses déterminants psychologique. Parmi ces éléments étudiés, nous retrouvons les différents construits que nous avons évoqués au chapitre 3 à savoir l'attitude, l'importance pour le Soi et les croyances normatives.

Au niveau de l'attitude, malgré le caractère pro-social du don de sang, elle n'est pas forcément favorable. Prenons l'exemple de l'évaluation du don de sang au travers de cinq échelles allant de 1 à 7 : *désagréable (vs agréable)*, *insatisfaisant (vs satisfaisant)*, *mauvais (vs bon)*, *triste (vs heureux)*, *répugnant (vs attractif)*. La moyenne de l'attitude don de sang est comprise entre 5,03 à 6,03 pour certaines recherches (e.g. Giles et al., 2004; Masser et al., 2009; Robinson et al., 2008; Terry et al., 1999) et entre 4,36 à 4,57 pour d'autres (e.g. Clowes & Masser, 2012; Lemmens et al., 2005). Pour appuyer à nouveau cette hétérogénéité de l'attitude à l'égard du don de sang, d'autres chercheurs ont classé les participants en fonction de leurs attitudes (France et al., 2011). Trois groupes distincts ont été constitués et correspondent pour le premier aux participants ayant une attitude relativement négative sur le don de sang, pour le second à ceux ayant une attitude plutôt modérée et le troisième aux participants ayant une attitude relativement positive. Cette distinction entre les participants en fonction de leur attitude se retrouve à la base des différences de comportement que nous observons en matière de don. Par

exemple, plus l'attitude est favorable à l'égard du don de sang et plus les personnes reportent l'intention de réaliser un don dans les prochains mois (e.g. Giles et al., 2004; Masser et al., 2009; White, Poulsen, & Hyde, 2017). De la même manière, seules les personnes avec une attitude très favorable reviennent faire un don de sang comparé à des personnes qui ont une attitude plutôt modérée (Wevers, Wigboldus, Van Baaren, & Veldhuizen, 2014). Le constat que nous venons d'établir au sujet de l'hétérogénéité de l'attitude est similaire en ce qui concerne l'importance du don pour le Soi ou les croyances normatives. Aux questions « *donner son sang est un élément important de qui je suis* » ou « *la plupart des gens qui sont importants pour moi me recommanderaient de donner mon sang* », les personnes ne partagent pas toutes la même position et ne scorent pas toutes forcément haut sur ces échelles (Conner, Godin, Sheeran, & Germain, 2013; Masser et al., 2009; Terry et al., 1999; White et al., 2017)

En résumé, il existe une hétérogénéité des attitudes, de l'importance du Soi et des croyances normatives, y compris face à une cause pro-sociale tel que le don de sang. C'est cette hétérogénéité des positions qui, selon nous, va venir modérer l'efficacité de la technique de porte-au-nez.

2 L'effet modérateur de l'attitude, de l'importance et des croyances normatives sur l'efficacité de la porte-au-nez

Nous avons évoqué que la technique de porte-au-nez pouvait se baser sur une inconsistance, au même titre que les situations reposant sur des comportements problématiques que nous avons détaillés au second chapitre. Les travaux de Terrier (2007) nous ont permis de comprendre que l'acceptation de la requête cible servirait à réduire la tension émotionnelle éveillée suite à la transgression d'une norme morale. Toutefois, les interprétations de ces situations d'inconsistance amènent à considérer que l'origine de la dissonance peut également être liée à une incohérence soit avec les attitudes, soit avec le concept de Soi et pas uniquement avec les normes sociales. Ces différences interindividuelles ont donc été au cœur de certaines recherches sur la dissonance cognitive et elles avaient pour objectif une meilleure compréhension des processus en jeu lors de situations d'inconsistance. Seulement, aucune recherche dans ce sens n'a jamais été engagée concernant la technique de porte-au-nez. Selon

Chapitre 4. L'effet de porte-au-nez : Vers une interprétation en termes d'inconsistance

l'hypothèse générale que nous défendons, nous pensons que l'efficacité de la technique de porte-au-nez repose sur la difficulté des personnes à tolérer l'inconsistance entre leur comportement de refus et leurs positions mesurées au travers de l'attitude, l'importance pour le Soi et les croyances normatives vis-à-vis de l'objet. Plus particulièrement, les personnes qui ont une position favorable à l'égard de la cause des requêtes devraient accepter davantage la requête cible en condition de porte-au-nez dans le but de retrouver un équilibre cognitif. En revanche, les personnes ayant une position moins favorable, n'auront pas besoin d'accepter la requête cible après le refus de la requête extrême, parce que leur comportement ne relève pas d'une inconsistance.

Ainsi, l'objectif de ce travail de thèse est double : Il s'agit de montrer que les différences interindividuelles en matière de position, mesurées par l'attitude, l'importance du Soi et les croyances normatives vis-à-vis de l'objet des requêtes, permettent 1) de mieux prédire l'effet de porte-au-nez et 2) d'avancer dans la compréhension et la modélisation de cet effet. Plus précisément, nous pensons que si l'écart est important entre la position des personnes et le comportement de refus, les personnes seraient en situation de gestion d'une forte incohérence. L'acceptation de la requête cible aurait lieu pour résoudre l'inconfort psychologique ressenti après le refus de la première demande, inconfort qui s'apparenterait à la tension engendrée dans des paradigmes classiques de dissonance cognitive (Festinger, 1957). À l'inverse, nous pensons que si l'écart est faible entre la position des personnes et le comportement de refus, les personnes seront en situation de gestion d'une faible incohérence. Dans ce cas, nous ne nous attendons plus à ce que la requête cible soit autant acceptée car l'éveil de l'inconfort psychologique sera moindre (Figure 1).

En résumé, nous souhaitons montrer le rôle modérateur de la position des personnes à l'égard de l'objet des requêtes et par la même occasion, préciser l'origine de l'inconsistance pour apporter un nouvel étayage théorique.

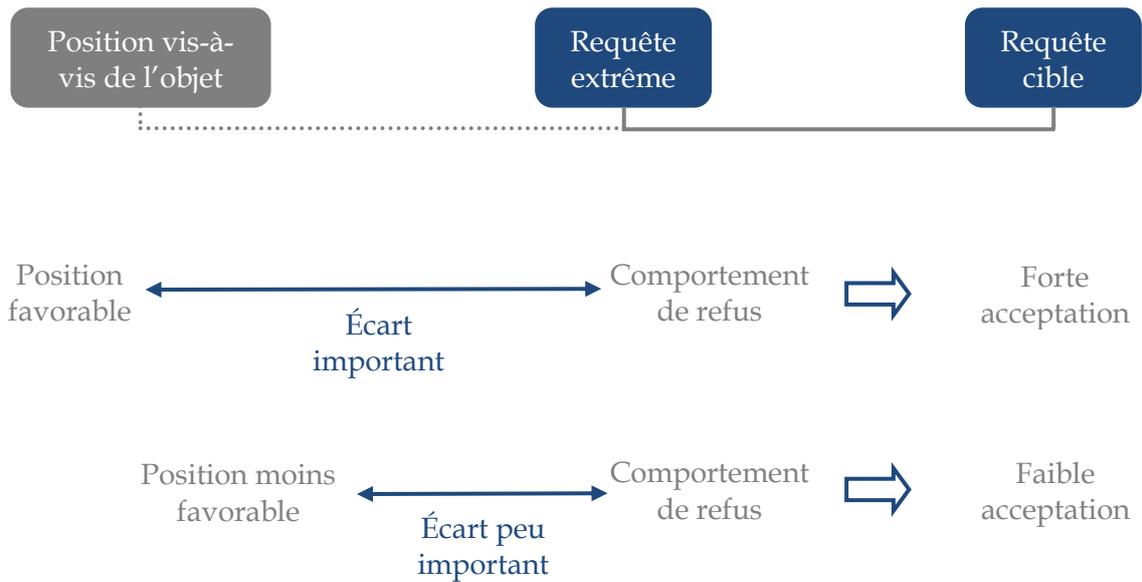


Figure 1. Effet modérateur de la position concernant l'objet des requêtes sur l'acceptation de la requête cible

Le programme de recherche que nous avons construit a pour but d'éprouver notre raisonnement. La première étape a pour objectif de montrer que la position initiale des personnes influence l'effet de porte-au-nez. Nous allons mesurer cette position (expérience 1) et la rendre saillante (expérience 2) pour déterminer son influence sur l'acceptation de la requête cible après le refus de la requête extrême.

La seconde étape tente de tester l'effet de l'écart entre la position à l'égard de l'objet et le comportement de refus sur l'acceptation. Dans ce but, nous allons faire varier soit l'importance des personnes vis-à-vis de l'objet des requêtes (expérience 3), soit le coût de la requête extrême (expérience 4).

La troisième étape concerne la mesure des émotions liées au comportement de refus et ceci en fonction de la position initiale des personnes (expérience 5).

La dernière étape consiste à assoir l'explication de la technique de porte-au-nez en termes d'écart, entre la position à l'égard de l'objet et le comportement de refus, en manipulant non plus le coût de la requête extrême mais celui de la requête cible.

L'EFFET PORTE-AU-NEZ : LE RÔLE DE LA POSITION INITIALE

La première étape de notre programme de recherche a pour objectif de vérifier si l'acceptation de la requête cible en condition de porte-au-nez pourrait en partie s'expliquer par l'inconsistance entre la position initiale des participants à l'égard de l'objet des requêtes et le comportement de refus de la requête extrême. L'hypothèse principale émise est que les participants qui ont une position favorable se retrouvent, en refusant la requête extrême, dans une situation d'incohérence entre leur position à l'égard de l'objet et le comportement de refus émis. L'acceptation de la requête cible proviendrait de cette gestion de l'incohérence, ce qui n'est pas le cas pour les participants qui dès le départ sont moins favorables à l'objet.

Pour qu'une inconsistance puisse exister entre un comportement de refus et la position des participants, et plus particulièrement entre une non-intention à s'engager pour la cause du don de sang et la position initiale des participants pour cet objet, il est nécessaire que l'intention soit déterminée par cette position. Les déterminants psychologiques que nous souhaitons étudier à travers la position des participants ont déjà fait l'objet d'études. Nous allons nous baser sur ces recherches pour établir notre questionnaire de mesure de la position des participants vis-à-vis du don de sang.

1 Position à l'égard du don de sang et intention comportementale : des liens déjà avérés

Dans le but de comprendre les freins et les leviers au changement de comportement, des centaines d'études (Bednall, Bove, Cheetham, & Murray, 2013) se sont intéressées aux déterminants qui sont à l'origine du don de sang. Parmi les principaux modèles de la prédiction comportementale, la théorie de l'action raisonnée (Fishbein & Ajzen, 1975) et du comportement planifié (Ajzen, 1991) ont été utilisées pour étudier les facteurs qui motivent ou découragent le don de sang. Ils ont pour point commun que la réalisation d'un comportement serait le reflet d'une intention comportementale mais également que cette intention serait fonction de l'attitude et des normes subjectives.

De manière générale, l'attitude est définie comme l'évaluation favorable ou défavorable envers la réalisation ou non d'un comportement (Ajzen & Fishbein, 1980). Cette attitude est dépendante des croyances comportementales, c'est-à-dire des croyances qui concernent les conséquences du comportement à réaliser (*e.g.* « réaliser un don de sang permet d'aider de nombreuses personnes ») mais également de l'évaluation de ce comportement (*e.g.* « donner son sang est une bonne chose »).

La norme subjective fait référence aux croyances normatives qui concernent le comportement et à la motivation à se soumettre (Fishbein & Ajzen, 1975), c'est-à-dire à la pression sociale que nous allons percevoir pour effectuer ou non un comportement (Ajzen, 1991). Les croyances normatives sont celles que nous avons concernant l'opinion que notre groupe de référence a vis-à-vis du comportement en question (*e.g.* « penser que ses amis trouvent que le don de sang est important »). La motivation à se soumettre renvoie au désir que nous avons à nous conduire tel que notre groupe de référence le souhaiterait. Par ailleurs, un certain nombre de recherches a mesuré la norme subjective par le biais des normes injonctives et descriptives (*e.g.* Buunk & Bakker, 1995; Cialdini, 2003; Cialdini, Reno, & Kallgren, 1990; France et al., 2014; Kallgren, Reno, & Cialdini, 2000; Larimer, Turner, Mallett, & Geisner, 2004). La norme injonctive fait référence à ce que les autres attendent de moi (*e.g.* « ma famille pense que je devrais donner mon sang ») et la norme descriptive renvoi au comportement que les autres adoptent (*e.g.* « mes amis vont donner leur sang »).

Chapitre 5. L'effet porte-au-nez : Le rôle de la position initiale

D'autres chercheurs se sont proposés d'élargir le modèle de Fishbein et Ajzen (1975) en intégrant des éléments liés à la norme morale personnelle (*e.g.* France, France, & Himawan, 2007, 2008; Lemmens et al., 2005) et au concept de Soi (*e.g.* Callero, Howard, & Piliavin, 1987; Charng, Piliavin, & Callero, 1988; Masser, Bednall, White, & Terry, 2012). La norme morale personnelle s'intéresse au sentiment d'obligation morale (Schwartz, 1977) que nous pouvons ressentir lors d'une décision (*e.g.* « je ressens une obligation morale à donner mon sang »). Tandis que le concept de Soi se définit comme l'ensemble des croyances que nous avons à propos de nous-même (*e.g.* « je suis le genre de personne à donner mon sang »). Cette vision n'est pas forcément réaliste, mais elle peut influencer nos choix et comportements.

Les résultats des études qui se basent sur la théorie de l'action raisonnée et la théorie des comportements planifiés montrent que l'attitude et les normes sociales déterminent l'intention de donner son sang (*e.g.* Callero et al., 1987; France et al., 2007, 2008; Giles et al., 2004; Godin, Conner, Sheeran, Bélanger-Gravel, & Germain, 2007). À cela vient s'ajouter un nombre important de recherche qui souligne que les personnes sont plus susceptibles de donner leur sang si le don de sang est un élément important de leur identité (Armitage & Conner, 2001; Charng et al., 1988).

Ces résultats sont intéressants dans le sens où ils soulignent les liens préexistants entre certains déterminants psychologiques et l'intention comportementale. L'objectif du chapitre ici présenté étant d'étudier le rôle de l'inconsistance dans le paradigme de la porte-au-nez, nous allons utiliser les items qui ont servi à l'étude de ces déterminants pour élaborer notre questionnaire. Puis nous examinerons si ces déterminants influencent l'intention de réaliser un don de sang en condition de porte-au-nez (expérience 1 et 2) mais également la réalisation du comportement en lui-même (expérience 2).

2 Expérience 1 : Effet de l'attitude, de l'importance et des croyances normatives sur l'efficacité de la porte-au-nez

2.1 Présentation

Cette première expérience a pour objectif de vérifier dans quelle mesure l'attitude, l'importance accordée au don pour le Soi et les croyances normatives ont un effet sur la technique de porte-au-nez. Dans un premier temps, nous avons mesuré ces trois déterminants du don de sang par la passation d'un questionnaire, un mois avant la formulation des requêtes. Dans un second temps, les participants ont été répartis dans deux conditions expérimentales : soit ils faisaient l'objet d'une porte-au-nez (formulation d'une requête extrême puis formulation de la requête cible), soit ils étaient confrontés uniquement à la requête cible.

2.2 Hypothèses

Hypothèse 1 : Nous nous attendons à ce que les participants de la condition porte-au-nez acceptent davantage la requête cible que les participants en condition de requête cible seule.

Hypothèse 2 : L'acceptation de la requête cible dépendra du niveau de l'attitude, de l'importance accordée au don pour le Soi et des croyances normatives des participants vis-à-vis de la cause proposée. Plus particulièrement, plus l'attitude qui concerne le don de sang sera favorable et plus les participants devraient accepter la requête cible (H2a). Dans le même sens, plus l'importance du don de sang pour le Soi est élevée, plus les participants accepteront de s'engager à réaliser un don de sang (H2b). De la même manière, plus le degré de croyances normatives vis-à-vis du don de sang est élevé et plus ils devraient accepter la requête cible (H2c).

Hypothèse 3 : Plus les participants ont une attitude favorable (H3a) au don de sang, plus ce comportement est important pour leur Soi (H3b) et plus le degré de croyances normatives lié au don est élevé (H3c), plus ils devraient accepter la requête cible en condition de porte-au-nez comparée aux participants de la condition requête cible seule.

2.3 Méthode

2.3.1 Participants

Cent soixante-deux étudiants de première année de DUT Gestion des Entreprises et des Administrations à l'IUT de Caen ont été sollicités pour la passation du questionnaire initial. Au moment de la prise de rendez-vous un mois après, 47 d'entre eux n'ont pas souhaitaient s'inscrire. Parmi les étudiants qui ont participé, 16 n'ont pas été retenu parce qu'ils ne remplissaient pas les conditions requises par l'Établissement Français du Sang pour être donateurs (âge et poids ; $n = 12$) ou parce qu'ils ont accepté la requête extrême ($n = 4$). L'échantillon final est composé de 99 personnes dont 47 femmes et 52 hommes âgés de 18 à 23 ans ($m = 18,84$ ans, $s = 1,04$).

2.3.2 Procédure et matériel

L'expérience s'est déroulée en 2 phases.

➤ Phase 1 : Remplissage du questionnaire

Les participants ont été sollicités lors d'un cours pour remplir un questionnaire de vie étudiante. Ce questionnaire comprenait une feuille de consentement éclairé qui permettait d'expliquer le but de l'étude et la confidentialité des données recueillies. Les consignes étaient présentées avec un exemple de remplissage, suivies de différentes parties dont une concernait le don de sang (Annexe 1).

➤ Phase 2 : Effet des requêtes extrême et cible

Quelques semaines plus tard, un expérimentateur (différent de celui de la phase 1) a proposé aux étudiants de participer à une étude sur la vie des étudiants. Des rendez-vous individuels ont été pris. A l'arrivée des participants au bureau, l'expérimentateur se présentait de la façon suivante : « *Bonjour, avant de commencer je voulais te dire que je travaille en collaboration avec l'Établissement Français du Sang.* ». Les participants étaient placés de manière aléatoire dans l'une des deux conditions expérimentales (porte-au-nez vs requête cible seule).

Pour une partie des participants, ceux placés en condition porte-au-nez, l'expérimentateur continuait par la formulation de la requête extrême : « *Nous venons*

Chapitre 5. L'effet porte-au-nez : Le rôle de la position initiale

d'avoir une réunion pour nous avertir que nous manquons fortement de plaquettes en ce moment. Les plaquettes sont des éléments cellulaires du sang qui servent à la coagulation et on les transfuse dans les cas d'hémorragies par exemple. Je t'explique comment ça se passe : quand on fait un don de plaquettes ça dure environ 2h00. On prélève du sang dans un bras, il passe dans une centrifugeuse pour séparer les différents constituants. On prélève les plaquettes et les autres constituants sont restitués en continu dans l'autre bras. En fait, c'est comme un don de sang sauf que l'on ne prend que l'un de ses composants. Si je te raconte tout ça, c'est pour savoir si tu accepterais d'être donneur de plaquettes pendant 1 an en sachant deux choses : premièrement, on a besoin de faire en moyenne cinq prélèvements de plaquettes dans l'année sur les personnes qui acceptent et deuxièmement, il faut être disponible à tout moment puisqu'en cas d'urgence, l'EFS t'appelle et il faut se rendre sur un site fixe dans les 24h. Est-ce que tu serais intéressé ? »

Si le participant acceptait la requête extrême, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques dans le but d'être recontacté directement par l'EFS (Annexe 2).

Pour les participants qui refusaient, l'expérimentateur proposait la requête cible : « *Si je peux me permettre, il y a des collectes de sang mobile qui se font régulièrement sur le campus universitaire. Est-ce que tu serais intéressé par un don de sang sachant que le don en lui-même ne dure que 5 minutes et c'est toi qui choisis à quelle date tu préfères le réaliser. »*

Si le participant acceptait la requête cible, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques et il choisissait une date pour réaliser son don de sang (Annexe 2).

Après l'acceptation ou le refus des participants à la requête cible, l'expérimentateur expliquait l'objectif de l'étude aux étudiants et leur demandait de retrouver leurs questionnaires de vie étudiante qu'ils avaient remplis un mois auparavant et sur lesquels figuraient leurs codes de participants.

2.3.3 Mesures

Le questionnaire comprenait des items qui concernaient l'attitude vis-à-vis du don de sang, l'importance du don de sang pour le Soi et des croyances normatives. À moins d'indication contraire, chaque question comportait des options de réponse en 7 points, allant de 1 = en désaccord à 7 = d'accord.

La variable attitude (Giles et al., 2004) est composée de quatre items permettant d'évaluer les sentiments que les participants ont du don de sang. « *L'idée de donner mon sang me semble: mauvaise (vs. bonne), désagréable (vs. agréable), rebutante (vs. attirante)* » et « *L'idée de donner mon sang me rend triste (vs. joyeux)* ». Un score composite correspondant à la moyenne des réponses des quatre items a été réalisé ($m = 4,94$, $s = 1,13$, $a = .77$).

L'importance du don de sang pour le Soi est mesurée par 4 items (Masser et al., 2012; Zuwerink & Devine, 1996) : « *L'idée de donner mon sang est très importante pour moi* », « *Je ne me soucie pas personnellement de la question du don du sang* », « *Personnellement, je suis très préoccupé(e) par la question du don du sang* » et « *Le don de sang est une part importante de qui je suis* » ($m = 4,21$, $s = 1,21$, $a = .72$).

Les croyances normatives sont mesurées par la norme injonctive (Godin et al., 2007) qui concerne la perception de la pression sociale à réaliser ou pas un don de sang : « *La plupart des gens qui sont importants pour moi me recommanderaient de donner mon sang* ». Également par la norme descriptive allant de 0 à 5 qui est le reflet du comportement dans l'environnement proche des participants (Godin et al., 2007) : « *Parmi les 5 personnes que vous connaissez le mieux, combien ont déjà donné leur sang ?* ». Nous avons aussi évalué les normes morales (France et al., 2007, 2008) qui concernent le sentiment personnel de responsabilité vis-à-vis du don de sang : « *Je ressens une obligation morale à donner mon sang* », « *Je ressens une responsabilité personnelle à donner mon sang* » et « *C'est une obligation sociale de donner son sang* ». Ces différents items ont été centré-réduits dans le but de réaliser un score composite ($a = .76$).

➤ Variable dépendante

Concernant l'intention comportementale, cette variable est mesurée lors de la proposition de la requête cible et correspond au nombre de participants acceptant de s'engager à réaliser un don de sang.

2.4 Résultats

Une régression logistique a été réalisée en entrant dans le modèle testé la variable catégorielle type de requête avec les variables continues attitude, importance du don

de sang pour le Soi et les croyances normatives. Toutes ces variables ont été centrées dans le but d'ajouter au modèle les interactions de chacune des trois dernières variables avec type de requête (Annexe 3).

L'analyse montre un effet du type de requête sur l'acceptation de faire un don de sang, $Wald(1) = 11,14, p = .001$, Odds Ratio [OR] = 5,41 (95% Intervalle de confiance [IC] 2,01 - 14,59). Nous validons l'hypothèse 1 à savoir que les personnes en condition porte-au-nez (27/49, *i.e.* 55,10%) sont plus nombreuses à accepter de donner leur sang que celles de la condition requête cible seule (12/50, *i.e.* 24% ; figure 2).

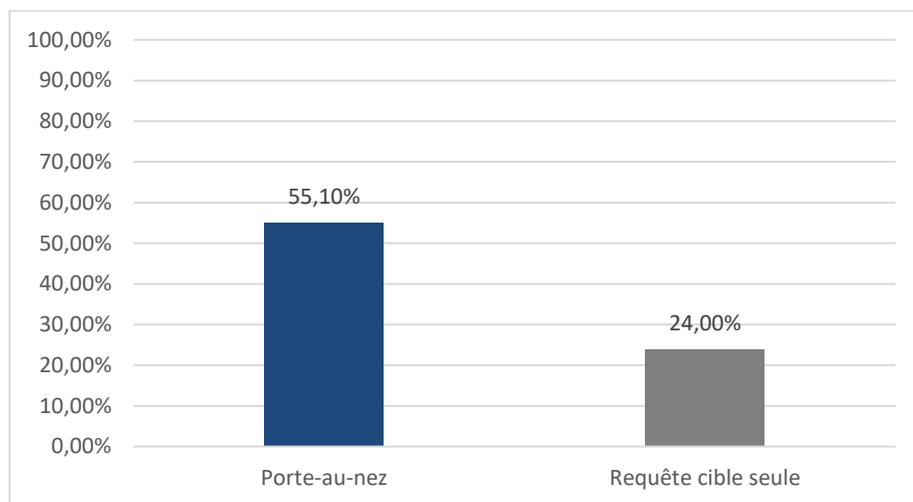


Figure 2. Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête

Les variables attitude, importance du don de sang pour le Soi et le degré de croyance normative n'ont pas d'effet significatif sur l'acceptation de faire un don de sang (respectivement $Wald(1) = 2,44, ns$; $Wald(1) = 0,26, ns$; $Wald(1) = 0,77, ns$). Ces résultats ne nous permettent pas de valider les hypothèses 2a, 2b et 2c.

De même, ce modèle nous montre que l'interaction entre le type de requête et l'importance du don de sang pour le Soi a un effet sur l'acceptation de faire un don de sang, $Wald(1) = 5,11, p = .024$, OR = 5,00 (95% IC 1,24 - 20,16). Ce résultat signifie que plus le don de sang est un élément important du Soi et plus les participants acceptent de faire un don de sang en condition de porte-au-nez contrairement à la condition requête cible seule (Figure 3). Les interactions entre le type de requête et l'attitude ($Wald(1) = 0,55, ns$) ou avec les croyances normatives ($Wald(1) = 1,84, ns$) ne sont pas significatives.

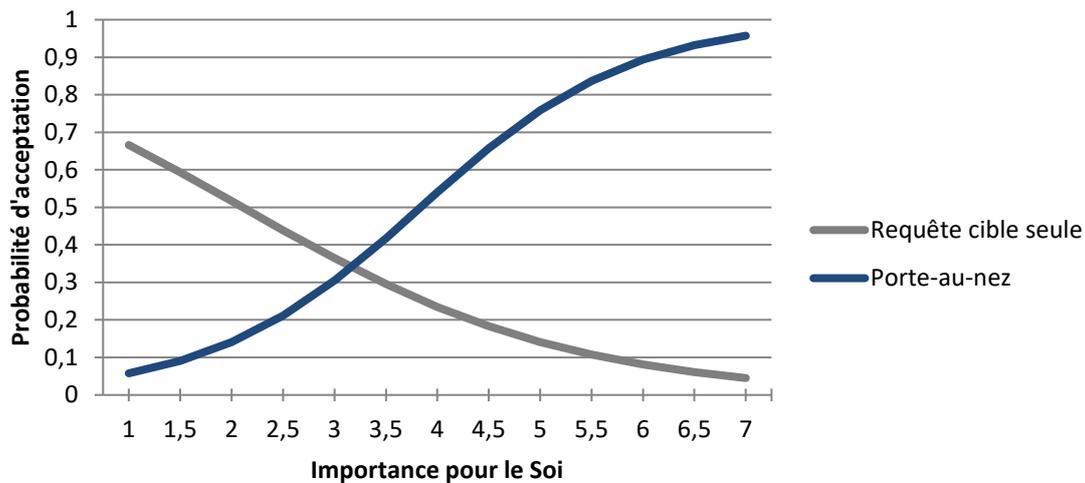


Figure 3. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête et de l'importance accordée au don de sang

2.5 Discussion

Nous avons réalisé cette première expérience dans le but de tester l'effet de l'attitude, de l'importance du don pour le Soi et des croyances normatives sur l'efficacité de la technique de porte-au-nez. Les résultats obtenus mettent tout d'abord en évidence que lorsqu'une requête extrême est présentée avant la requête cible, nous reproduisons l'effet de porte-au-nez classiquement observé. Plus précisément sur le thème du don de sang, l'efficacité de la technique de porte-au-nez est conforme aux autres études réalisées sur le même objet (Cialdini & Ascani, 1976; Foss & Dempsey, 1979; Guéguen, 2014; Henderson & Burgoon, 2014; Sénémeaud et al., 2008). Ensuite, les résultats concernant l'attitude, l'importance pour le Soi et les croyances normatives, qui ont été mesurées au préalable, ne sont pas conformes aux résultats observés dans les recherches sur les déterminants de l'intention de donner son sang (Callero et al., 1987; France et al., 2007, 2008; Giles et al., 2004; Godin et al., 2007). Enfin, seule l'interaction entre l'importance du don de sang pour le Soi et la variable type de requête est significative. Ce résultat nous indique que plus le don de sang est un élément important du Soi des participants et plus ils sont sensibles à la technique de porte-au-nez. La prise en compte de ce construit semble donc permettre de prédire l'acceptation de la requête cible en situation porte-au-nez.

Dans la mesure où nous défendons l'idée que l'acceptation de la requête cible résulterait d'une incohérence entre le comportement de refus de la requête extrême et la position à l'égard du don de sang, les résultats de cette première expérience valident cette hypothèse mais uniquement lorsqu'on prend en compte l'importance accordée pour le Soi. Nous n'obtenons aucun effet de modération de l'acceptation de la requête cible en condition porte-au-nez avec l'attitude et les croyances normatives. D'ailleurs, nous constatons que les différents construits mesurés n'ont pas d'effet principal. Il est vrai que les études qui s'intéressent aux déterminants psychologiques au don de sang ont mesuré l'intention en même temps que les différents construits lors du remplissage d'un questionnaire. De ce fait, nous constatons trois différences avec notre mesure de l'intention comportementale à réaliser un don de sang. Dans notre procédure, cette intention est mesurée de manière dichotomique (oui *vs* non) et lors d'une interaction avec l'expérimentateur, tandis que dans les études sur les déterminants, ce construit est mesuré par une échelle d'intention (allant généralement de 1 à 7) lors du remplissage d'un questionnaire papier, c'est-à-dire de façon privée. Ces deux premières différences sont inhérentes à la procédure que nous devons mettre en œuvre pour réaliser la technique de porte-au-nez. Seulement, le fait de remplir un questionnaire avec l'ensemble des construits en même temps que celui de l'intention signifie que les participants ont réfléchi à leur position et surtout qu'ils l'ont à l'esprit au moment de se positionner sur l'échelle d'intention. Dans notre procédure, nous avons fait remplir le questionnaire concernant les déterminants psychologiques un mois avant la confrontation aux requêtes, autrement dit un mois avant la mesure de l'intention. Or, nous savons que lorsqu'une attitude est rendue accessible, elle colore la perception de l'objet dans une situation donnée et peut ainsi rendre le comportement cohérent avec l'attitude en question (Fazio, Powell, & Herr, 1983). Se basant sur les travaux de Snyder et Swann (1976), « l'accessibilité de l'attitude semble être un facteur important et central dans le processus attitude-comportement » (Fazio, 1986, p. 212) et correspond à la force d'association entre l'objet d'attitude et la réponse évaluative que l'on peut en faire. Également, il a été montré que les expériences comportementales permettraient de faciliter le processus de formation de l'attitude et surtout d'en augmenter l'accessibilité dès que l'attitude serait formée (Fazio, Chen, McDonel, & Sherman, 1982). De la même manière, Shavitt et Fazio (1991) ont souligné l'effet de la saillance de l'attitude sur l'intention comportementale. Concernant les croyances normatives, même si certains résultats ont montré que les comportements des autres contribuaient

à la prédiction des intentions (*e.g.* Conner, Martin, Silverdale, & Grogan, 1996; France et al., 2014; Kallgren et al., 2000), d'autres chercheurs ont constaté que ces croyances ne prédisent les intentions uniquement lorsque celles-ci sont rendues saillantes (*e.g.* Astrom & Rise, 2001; Cialdini, 2003; Cialdini et al., 1990; Horowitz, 1971; Schwartz, 1973).

Dans le but de corriger cette différence et surtout pour faciliter l'accès à l'attitude et au degré de croyances normatives, nous allons reproduire cette expérience en les rendant saillant juste avant la formulation des requêtes. L'effet de l'attitude, l'importance du son pour le Soi et les croyances normatives rendues saillantes seront l'objet de notre seconde expérience.

3 Expérience 2: Effet de l'activation de l'attitude, de l'importance et des croyances normatives sur l'efficacité de la porte-au-nez

3.1 Détermination de la méthode d'activation

Pour cette seconde expérience, nous avons décidé de faire remplir le questionnaire aux participants, non plus un mois au préalable mais juste avant la proposition des requêtes. Cette méthode d'activation a déjà été utilisée pour rendre saillant le niveau d'estime de Soi (Steele et al., 1993; Stone, 1999) ou la norme de consistance (Sénémeaud, 2002, 2003).

L'objectif de Steele, Spencer et Lynch (1993) est de vérifier que la dissonance ne peut être éveillée que dans des situations où le Soi est menacé. Selon eux, le changement d'attitude observé suite à un comportement contre-attitudinal n'a pour but que de restaurer l'intégrité globale du Soi, à moins que les participants aient la possibilité d'affirmer une valeur importante liée à leur Soi. Ces chercheurs ont pour cette raison manipulé la saillance du niveau d'estime de Soi dans le paradigme du libre choix (Brehm, 1956) en faisant remplir l'échelle d'estime de Soi (Rosenberg, 1965) à tous les participants quelques semaines avant l'expérience, mais en la donnant à nouveau à remplir à la moitié de leurs participants juste avant la réalisation du comportement problématique. Leurs résultats montrent que si l'échelle est remplie juste avant l'éveil de la dissonance, le changement d'attitude est observé uniquement

chez les participants qui ont une faible estime de Soi. En revanche, pour les participants qui ont rempli l'échelle uniquement quelques semaines auparavant, le changement d'attitude est également obtenu mais indépendamment du niveau d'estime de Soi des participants. Steele, Spencer et Lynch (1993) ont conclu de ces résultats que les différences individuelles en matière d'estime de Soi peuvent influencer les processus d'affirmation de Soi, dans le sens où plus les participants ont une forte estime de Soi et moins il sera important de changer d'attitude pour diminuer la menace contre l'image de Soi que fait émerger le comportement contre-attitudinal. Mais cet effet n'est possible que dans le cas où les ressources individuelles en termes d'estime de Soi sont rendues saillantes.

Également, le but des expériences de Sénémeaud (2002, 2003) est de tester les effets de la norme de consistance sur le changement d'attitude observé en situation de soumission forcée (Festinger, 1957). L'intérêt de ces expériences repose sur l'éveil (ou non) de cette norme en manipulant le moment de passation du questionnaire de préférence pour la consistance (Channouf & Mangard, 1997) soit un mois avant la passation de l'expérience soit immédiatement avant la réalisation de l'acte contre-attitudinal. Les résultats obtenus mettent en évidence que lorsque la norme n'est pas activée, le niveau d'adhésion à la norme de consistance n'a pas d'effet sur le changement d'attitude. Par contre, lorsque la norme de consistance est rendue saillante par le simple remplissage d'un questionnaire juste avant la mise en situation expérimentale, seuls les participants qui adhèrent fortement à cette norme changent d'attitude dans le sens du comportement réalisé contrairement à ceux qui ont exprimé une faible adhésion à la norme de consistance.

Les résultats de ces travaux nous intéressent particulièrement car ils mettent en évidence que le simple remplissage d'un questionnaire permet de rendre accessible aussi bien une variable psychologique (niveau d'estime de Soi) qu'une variable sociopsychologique (degré d'adhésion à la norme de consistance). En adoptant cette méthode d'activation, nous pensons que répondre à des items concernant l'attitude à l'égard du don de sang, le niveau d'importance de cette cause pour le Soi et concernant les croyances normatives liées au don de sang soient suffisamment explicites pour que les participants aient ces construits à l'esprit au moment de la confrontation aux requêtes.

3.2 Présentation de l'expérience

L'objectif de cette seconde étude est à nouveau de tester l'effet de l'attitude, de l'importance du don pour le Soi et des croyances normatives sur le phénomène de porte-au-nez. Nous mesurerons non seulement l'acceptation de faire un don de sang comme dans l'expérience 1 mais également la réalisation effective de ce don. La première expérience a permis de montrer que seule l'incohérence entre l'importance du don de sang pour le Soi des participants et le comportement qu'ils ont émis, en refusant de s'engager à être donneur de plaquette durant un an, facilite l'acceptation de la requête cible. L'hypothèse générale que nous défendons reste identique à savoir qu'une position fortement liée à la cause pro-sociale amène les participants à accepter davantage la requête cible en condition porte-au-nez contrairement à des personnes dont la position ne serait que faiblement liée à l'objet des requêtes. Dans cette seconde expérience, nous allons rendre saillant l'attitude, l'importance du don pour le Soi et les croyances normatives dans le but de faciliter l'accessibilité de ces construits. Également, cette seconde expérience va nous permettre de mesurer aussi bien la soumission verbale que comportementale.

3.3 Hypothèses

Les hypothèses 1, 2 et 3 de cette expérience sont identiques à celles formulées à l'expérience 1.

Hypothèse 4 : Nous nous attendons à ce que les participants de la condition porte-au-nez qui auront accepté la requête cible, viennent davantage à la collecte de sang mobile que ceux de la condition requête cible seule.

3.4 Méthode

3.4.1 Participants

Quatre-vingt-seize étudiants de l'Université de Caen ont été sollicités pour cette expérience. Parmi ces participants, 16 n'ont pas été retenus parce qu'ils ne remplissaient pas les conditions requises par l'Établissement Français du Sang pour être donneurs (santé, poids, orientation sexuelle ; $n = 14$) ou parce qu'ils ont accepté la requête

extrême ($n = 1$) ou n'ont pas souhaité écouter l'expérimentateur qui formulait les requêtes ($n = 1$). L'échantillon final est composé de 80 personnes dont 30 femmes et 50 hommes âgés de 18 à 33 ans ($m = 20,21$ ans, $s = 2,38$).

3.4.2 Procédure et matériel

L'expérience s'est déroulée en 2 phases avec deux expérimentateurs différents. En procédant ainsi, nous souhaitons faire en sorte que les participants pensent participer à 2 études indépendantes. Certes leurs positions seront rendues accessibles mais nous voulons qu'ils acceptent de réaliser un don de sang (ou non) en fonction de cette position et non par un sentiment d'engagement qu'ils auraient envers le premier expérimentateur.

➤ Phase 1 : Remplissage du questionnaire

Les participants ont été, dans un premier temps, sollicités dans les couloirs par un premier expérimentateur dans le but de remplir un questionnaire de vie étudiante. Ils étaient emmenés au laboratoire où se trouvent des bureaux pour répondre individuellement à ce questionnaire. Comme dans l'expérience 1, il comprenait une feuille de consentement éclairé qui permettait d'expliquer le but de l'étude et la confidentialité des données recueillies. Les consignes étaient présentées avec un exemple de remplissage, suivies de différentes parties dont une concernait le don de sang (Annexe1). Avant la fin du remplissage, l'expérimentateur s'absentait du box : « *As-tu des questions concernant le questionnaire ? [Non] Je te laisse un moment, j'ai besoin d'aller chercher un document dans mon bureau. À tout de suite !* »

➤ Phase 2 : Effet des requêtes extrême et cible

Quelques minutes après, un second expérimentateur rentrait dans le box du participant prétextant chercher son collègue. Après que le participant lui ait répondu qu'il s'était absenté, cet expérimentateur en profitait pour se présenter comme travaillant en collaboration avec l'Établissement Français du Sang et commençait à formuler les requêtes : « *Excuses moi, Aurélien n'est pas là ? [Non] Comme tu es tout seul, est-ce que je peux me permettre de te parler un instant ? [Si oui] Je travaille en collaboration*

Chapitre 5. L'effet porte-au-nez : Le rôle de la position initiale

avec l'Établissement Français du Sang et nous venons d'avoir une réunion pour nous avertir que nous manquons fortement de plaquettes en ce moment. Les plaquettes sont des éléments cellulaires du sang qui servent à la coagulation et on les transfuse dans les cas d'hémorragies par exemple. Je t'explique comment ça se passe : quand on fait un don de plaquettes ça dure environ 2h00. On prélève du sang dans un bras, il passe dans une centrifugeuse pour séparer les différents constituants. On prélève les plaquettes et les autres constituants sont restitués en continu dans l'autre bras. En fait, c'est comme un don de sang sauf que l'on ne prend que l'un de ses composants. Si je te raconte tout ça, c'est pour savoir si tu accepterais d'être donneur de plaquettes pendant 1 an en sachant deux choses : premièrement, on a besoin de faire en moyenne cinq prélèvements de plaquettes dans l'année sur les personnes qui acceptent et deuxièmement, il faut être disponible à tout moment puisqu'en cas d'urgence, l'EFS t'appelle et il faut se rendre sur un site fixe dans les 24h. Est-ce que tu serais intéressé ? »

Si le participant acceptait la requête extrême, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques dans le but d'être recontacté directement par l'EFS (Annexe 2).

Pour les participants qui refusaient, l'expérimentateur proposait la requête cible : « *Si je peux me permettre, il y a des collectes de sang mobile qui se font régulièrement sur le campus universitaire. Est-ce que tu serais intéressé par un don de sang sachant que le don en lui-même ne dure que 5 minutes et c'est toi qui choisis à quelle date tu préfères le réaliser.* »

Si le participant acceptait la requête cible, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques et il choisissait une date pour réaliser son don de sang (Annexe 2).

Après l'acceptation ou le refus des participants à la requête cible, l'expérimentateur expliquait l'objectif de l'étude aux étudiants.

3.4.3 Mesures

Le questionnaire est identique à l'expérience 1 et comprend des items qui concernent la mesure de l'attitude ($\alpha = .77$), de l'importance du don de sang pour le Soi ($\alpha = .78$) et des croyances normatives ($\alpha = .79$).

➤ Variable dépendante

Concernant l'intention comportementale, cette variable est mesurée lors de la proposition de la requête cible et correspond au nombre de participants acceptant de s'engager à réaliser un don de sang.

Concernant le comportement effectif, cette variable correspond au nombre de participants qui réalisent vraiment leur don de sang lors de la collecte de sang mobile organisée par l'EFS à l'Université de Caen.

3.5 Résultats

3.5.1 Analyses de la soumission verbale en situation de porte-au-nez

Une régression logistique a été réalisée en entrant dans le modèle testé la variable catégorielle type de requête avec les variables continues attitude, importance du don de sang pour de Soi et les croyances normatives. Toutes ces variables ont été centrées dans le but d'ajouter au modèle les interactions de chacune des trois dernières variables avec type de requête (Annexe 4).

L'analyse montre que les personnes en condition porte-au-nez (26/40, *i.e.* 65%) sont plus nombreuses à accepter de donner leur sang que celles de la condition requête cible seule (6/40, *i.e.* 15%), $Wald(1) = 9,52, p = .002, OR = 415,66$ (95% IC 9,03-19138,08). L'hypothèse 1 est validée (Figure 4).

Chapitre 5. L'effet porte-au-nez : Le rôle de la position initiale

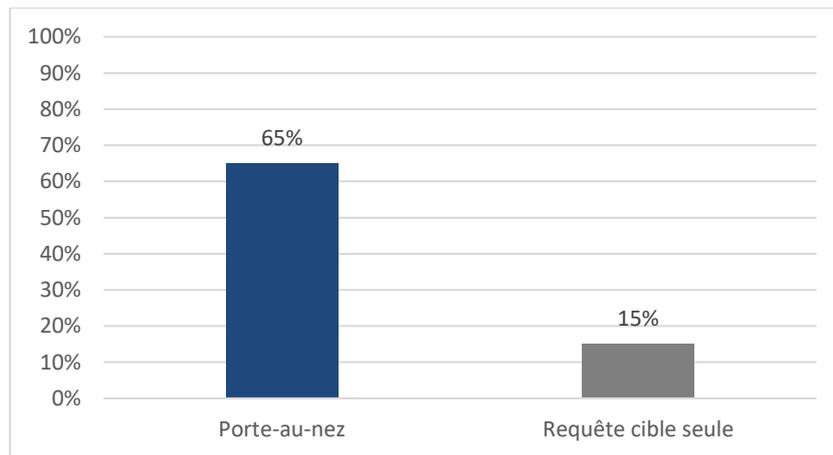


Figure 4. Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête

Le modèle nous indique que plus les participants ont une attitude favorable vis-à-vis du don de sang et plus ils acceptent de s'engager à réaliser un don de sang, $Wald(1) = 6,74, p = .009, OR = 3,92$ (95% IC 1,40-11,00). Nous validons l'hypothèse 2a tandis que les hypothèses 2b et 2c ne le sont que partiellement. En effet, l'importance du don de sang et le degré de croyances normatives ont un effet tendanciel sur l'acceptation de réaliser un don de sang (respectivement, $Wald(1) = 2,93, p = .087$; $Wald(1) = 2,97, p = .085$).

De même, ce modèle nous montre que l'interaction entre type de requête et le niveau d'importance du don de sang a un effet tendanciel sur l'acceptation de faire un don de sang, $Wald(1) = 3,13, p = .077$. Ce résultat signifie que plus le don de sang est un élément important du Soi et plus les participants acceptent de manière tendancielle de faire un don de sang en condition porte-au-nez contrairement à la condition requête cible seule (Figure 5). Les interactions entre le type de requête et l'attitude ($Wald(1) = 0,18, ns$) et entre le type de requête et les croyances normatives ($Wald(1) = 1,78, ns$) ne sont pas significatives.

Chapitre 5. L'effet porte-au-nez :
Le rôle de la position initiale

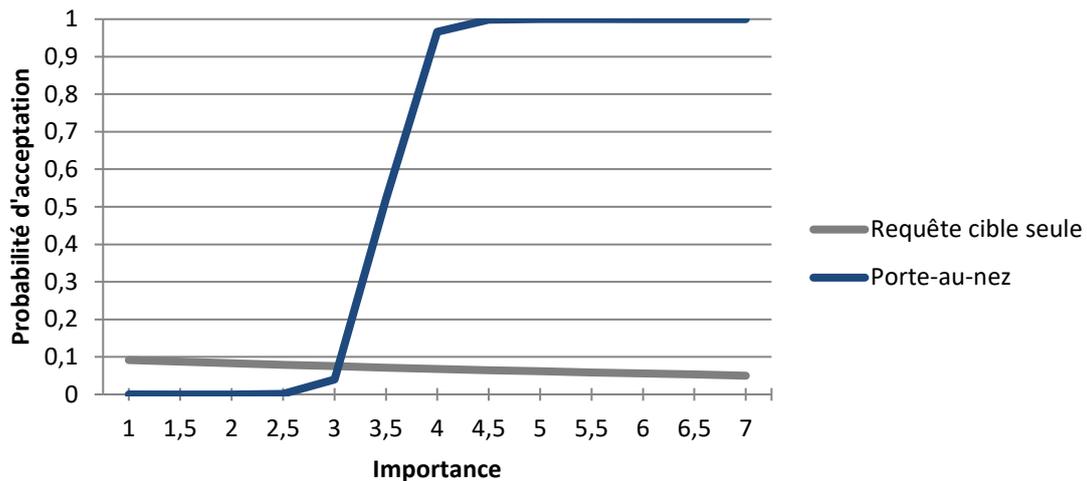


Figure 5. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête et de l'importance accordée au don de sang

3.5.2 Analyse de la soumission comportementale en situation porte-au-nez

Nous ne validons pas notre hypothèse 4. En effet, l'analyse qui compare les conditions porte-au-nez et requête cible seule, au niveau du nombre de participants réellement venus réaliser un don de sang, n'est pas significative $\chi^2(1,32) = 0,48, ns$ (tableau 1).

Tableau 1. Taux d'acceptation concernant l'engagement de réaliser un don de sang (soumission verbale) et pourcentage de participants ayant vraiment réalisé ce don (soumission comportementale)

	Soumission verbale	Soumission comportementale
Porte-au-nez	65% (26/40)	30,8% (8/26)
Requête cible seule	15% (6/40)	16,7% (1/6)

3.6 Discussion

Dans cette seconde expérience, les participants qui refusent une requête extrême acceptent davantage la requête cible que les participants dont seule la requête cible est proposée. Nous reproduisons donc à nouveau l'effet classique de porte-au-nez.

Également, l'analyse montre que les déterminants du don que nous avons mesuré, à savoir l'attitude, l'importance pour le Soi et les croyances normatives vis-à-vis du don ont un effet sur l'intention comportementale. Effectivement, plus l'attitude des participants est favorable au don de sang et plus ils acceptent de s'engager à réaliser un don. De manière tendancielle, plus le don de sang est important pour le Soi et plus ils s'engagent à donner leur sang. Enfin, plus les participants possèdent de croyances normatives liées au don de sang et plus ils acceptent la requête cible. Ces résultats vont dans le sens de ceux obtenus dans les études qui portent sur les déterminants du don de sang (Callero et al., 1987; France et al., 2007, 2008; Giles et al., 2004; Godin et al., 2007). Contrairement à l'expérience 1, où ces construits ne prédisaient pas l'intention, ces résultats indiquent qu'il est nécessaire que ces construits soient rendus accessibles, en même temps que la mesure de l'intention comportementale, pour qu'ils influencent l'intention. Néanmoins, même si la saillance semble nécessaire, cette activation n'a pas eu l'effet escompté concernant l'effet de modération des différents construits, ou du moins, n'a pas eu davantage d'effet comparé aux résultats de l'expérience 1. À nouveau, seule l'importance du don de sang pour le Soi modère l'acceptation de la requête cible en condition de porte-au-nez. Plus précisément, plus le don de sang est important pour le Soi des participants et plus ils acceptent de manière tendancielle de s'engager à donner leur sang après avoir refusé de s'engager à être donneur de plaquette. Bien que ce résultat ne soit que tendanciel dans cette seconde expérience, il est en totale adéquation avec les résultats de l'étude précédente.

Ainsi, nos résultats montrent l'importance de prendre en considération les différences interindividuelles pour prédire l'effet de la technique. Il semblerait que lorsque le don de sang est un élément important du Soi, le comportement de refus amène à davantage d'acceptation de la requête cible contrairement aux personnes chez qui le don de sang est un élément moins important. Cependant prendre en compte la variabilité de ce construit n'est pas suffisante pour prétendre que l'efficacité de la technique repose sur l'inconsistance entre l'importance du don pour le Soi et le comportement de refus. En effet, nos résultats peuvent également être liés à d'autres paramètres qui n'ont pas été pris en compte, paramètres qui covarieraient avec nos variables indépendantes. Dans le but d'éviter toute confusion et de confirmer ces premiers résultats, nous allons manipuler la position des personnes et plus particulièrement l'importance pour le Soi pour nous assurer d'une part du lien de

cause à effet avec l'acceptation attendue et, d'autre part, préciser le rôle de l'écart entre une position et le comportement de refus.

4 Conclusion

Ces deux premières expériences nous ont montré que l'importance du don pour le Soi peut influencer l'effet de porte-au-nez. Certes, l'expérience 2 a une baisse de la significativité mais la procédure est mieux adaptable aux procédures expérimentales. En effet, la mesure des déterminants psychologiques du don en amont nécessite d'aller trois fois à la rencontre des participants : lors de la mesure, de la prise de rendez-vous et lors de la formulation des requêtes. Étant donné que la mesure de ces déterminants immédiatement avant la situation n'entrave pas la technique de porte-au-nez, nous allons dans la suite des expériences conserver cette procédure dès que cela sera nécessaire.

Dans ces deux premières expériences nous avons uniquement mesuré soit un mois avant, soit juste avant la présentation des requêtes, les déterminants de la position des participants. Les résultats indiquent que plus le don de sang est important pour le Soi et plus cet élément vient modérer les effets de la technique de porte-au-nez. Nous répondons de cette façon à notre premier objectif de thèse qui concerne l'effet des différences interindividuelles sur l'efficacité de la technique. La seconde étape de ce travail de thèse va consister maintenant à étudier davantage le rôle de l'écart entre l'attitude, l'importance pour le Soi et les croyances normatives avec le comportement de refus vis-à-vis de l'objet dans la prédiction et la compréhension de l'effet de porte-au-nez.

L'INCONSISTANCE À L'ORIGINE DE L'EFFET PORTE-AU-NEZ : LE RÔLE DE L'ÉCART ENTRE LA POSITION ET LE COMPORTEMENT DE REFUS

Nous venons de montrer, dans le chapitre précédent, que la prise en compte de variables interindividuelles est primordiale pour nous permettre de concevoir le processus de l'effet de porte-au-nez sous l'angle de la gestion d'une inconsistance. En effet, plus les personnes ont une position favorable au don de sang et plus ils acceptent de s'engager à réaliser un don après le refus d'une requête coûteuse. Plus précisément, l'effet de porte-au-nez proviendrait de l'inconsistance entre l'importance pour le Soi et le comportement de refus.

Dans ce chapitre, nous allons tester l'effet de l'écart entre la position des individus et le comportement de refus sur l'intention. Nous pensons qu'une forte inconsistance entre la position et le comportement de refus permet d'augmenter l'acceptation de la requête cible tandis qu'une faible inconsistance la diminue. Dans une première partie, nous tenterons de montrer que l'efficacité de la technique pourrait en partie reposer sur l'ampleur de l'inconsistance entre cette position et le comportement. Pour cela, nous allons non plus mesurer mais manipuler l'importance du don pour le Soi dans le but d'induire expérimentalement un écart (faible ou fort) entre l'adhésion à ce déterminant du don et le comportement de refus. Dans une seconde partie, nous allons manipuler le

coût de la requête extrême qui est refusée de manière à manipuler l'écart non plus à partir de l'attitude, de l'importance du Soi où des croyances normatives mais à partir du comportement de refus en jouant sur sa légitimité.

1 Expérience 3 : Effet de la manipulation de l'importance sur l'efficacité de la porte-au-nez

1.1 Détermination d'une méthode qui permet de manipuler une variable dispositionnelle

Pour cette troisième expérience, au lieu de faire remplir un questionnaire concernant la position des participants à l'égard du don de sang, nous avons décidé de manipuler l'un des déterminants psychologiques du don. Notre choix s'est porté sur l'importance du don pour le Soi parce que c'est le seul construit avec lequel nous avons des résultats. Pour cela nous allons activer ce construit par la mise en place d'un feedback qui annoncera aux participants la *soi-disant* importance qu'ils attachent au don avant la mise en situation de la technique de porte-au-nez. L'annonce d'une tendance, qui n'est pas forcément celle du participant car distribuée au hasard, a déjà été utilisée pour activer le niveau d'estime de Soi (Glass, 1964) ou l'adhésion à la norme d'internalité (Desrumaux-Zagrodnicki, 1996). Plus spécifiquement, l'objectif de Glass (1964) était de vérifier le rôle de l'estime de Soi dans le paradigme de la soumission forcée. Il fait l'hypothèse que la dissonance sera plus importante quand un participant croyant avoir une haute estime de Soi choisit de commettre une agression à laquelle il est opposé. Si le participant pense avoir une faible estime de Soi, le comportement contre-attitudinal n'éveillera pas de dissonance. Pour répondre à cette hypothèse, des élèves ont rempli pendant un cours une série de tests psychologiques présentés pour déterminer la personnalité et l'intelligence des étudiants. Les tests en question comprenaient une échelle de désirabilité sociale (Crowne & Marlowe, 1960), une carte de la série Rorschach, une version courte du test d'habileté mentale d'Otis et une mesure d'estime de soi. Les participants ont été informés qu'ils pourraient apprendre leurs résultats lors d'un prochain entretien durant lequel des tests supplémentaires leurs seraient proposés. C'est lors de cet entretien qu'à lieu la manipulation de l'estime de Soi des participants. Lorsque les participants arrivent pour l'entretien, un rapport

leurs est remis mais les résultats reportés ne font pas référence à leurs réelles performances aux tests. Deux rapports ont été créés de toute pièce dans le but de diminuer l'estime de Soi (rapport défavorable) ou d'améliorer l'estime de Soi (rapport favorable) des participants. L'efficacité de la manipulation de l'estime de Soi a été contrôlée lors du remplissage d'une nouvelle série de tests présentée soi-disant dans le but d'affiner les résultats. Les réponses aux échelles d'estime de Soi montrent que le groupe de participants qui a reçu le rapport défavorable présente significativement une plus faible estime de Soi comparé aux participants qui ont reçu le rapport favorable. Même si les résultats de l'étude de Glass (1964) vont dans le sens de ses hypothèses, ce qui nous intéresse ici est le fait qu'il ait manipulé une variable dispositionnelle uniquement en donnant un faux résultat à un test.

C'est ce que Desrumaux-Zagrodnicki (1996) a également fait lorsqu'elle a utilisé la technique d'activation par énoncé d'une tendance (Channouf, 1991). Son objectif était de contrôler l'efficacité de cette méthode sur la tendance des personnes à utiliser des attributions soit internes soit externes. Lors d'un prétest, elle a demandé à des étudiants de compléter des questionnaires d'attribution et de LOC (locus of control). Puis, des rendez-vous individuels ont été donnés aux participants pour qu'ils puissent connaître leurs résultats. Les participants ont été répartis en trois groupes en fonction de leurs résultats aux prétests : groupe interne *vs* groupe sans caractéristique *vs* groupe externe. Lors des rendez-vous, elle a expliqué aux deux premiers groupes que les résultats de leurs prétests révélaient une tendance interne tandis qu'au dernier groupe, elle a donné l'information selon laquelle ils étaient externes. Enfin, dans une dernière étape, de nouveaux tests ont été passés par l'ensemble des participants pour vérifier l'effet de cette activation par l'annonce de leur tendance. Ce qui nous intéresse ici, ce sont les résultats des participants qui initialement ne sont ni internes, ni externes. Le fait de leur avoir dit qu'ils avaient une tendance interne, c'est-à-dire en leur donnant un faux résultat, ces participants font preuve de plus d'internalité dans le dernier test comparé à leurs vrais résultats du prétest. La méthode d'activation par énoncé de l'internalité chez des participants non caractéristiques est donc efficace pour augmenter significativement le score d'internalité en matière d'attribution et de LOC.

Les résultats de ces études montrent qu'il est possible de manipuler une variable à l'origine dispositionnelle en délivrant simplement un faux résultat suite à un test. Que ce soit un faux résultat qui concerne aussi bien le niveau d'estime de Soi ou

d'internalité, les participants se comportent conformément à l'information qui leur a été délivrée. En adoptant cette méthode, nous pensons être en mesure de manipuler l'importance accordée au don de sang pour le Soi et, de cette manière, activer une faible ou forte incohérence entre le comportement de refus et ce construit.

1.2 Présentation

Cette expérience a pour objectif de déterminer le rôle de l'écart entre la position initiale et le comportement de refus. Pour cela, nous allons manipuler cet écart en activant une position spécifique à l'égard du don de sang et vérifier l'implication de cette manipulation sur l'acceptation de la requête cible. Seulement, il est difficile expérimentalement de manipuler l'ensemble des construits que nous mesurons à travers la position des personnes vis-à-vis du don de sang. En effet, nous ne pouvons pas donner avec la méthode d'activation par l'énoncé d'un faux résultat, trois résultats qui correspondent à la manipulation de l'attitude, de l'importance pour le Soi et des croyances normatives. Aux vues des précédents résultats, nous avons fait le choix de manipuler uniquement l'importance du don de sang pour le Soi. De ce fait, nous défendons l'hypothèse selon laquelle l'activation d'une position fortement liée à la cause pro-sociale et plus précisément une forte importance du Soi pour le don du sang, amène les participants à accepter davantage la requête cible en condition porte-au-nez contrairement aux personnes apprenant qu'elles n'accordent qu'une importance du Soi plutôt modérée pour l'objet des requêtes. De la même manière, nous nous attendons à ce que l'activation d'une importance du Soi plutôt modérée pour le don de sang favorise l'acceptation de la requête cible en condition porte-au-nez comparée à l'activation d'une importance du Soi plutôt faible. Pour cela, nous allons demander à des participants de réaliser un test de mesure implicite concernant le don de sang et nous allons manipuler le résultat qui leur sera délivré suite à ce test. Ce faux feedback va nous permettre d'activer soit une importance du Soi plutôt faible, modérée ou forte vis-à-vis du don de sang.

1.3 Hypothèses

Hypothèse 1 : Nous nous attendons à ce que les participants de la condition porte-au-nez acceptent davantage la requête cible que les participants en condition de requête cible seule.

Hypothèse 2 : L'acceptation de la requête cible dépendra du niveau d'activation de l'importance du Soi. Plus particulièrement, nous nous attendons à ce que les participants de la condition forte importance du Soi acceptent plus la requête cible que ceux de la condition importance du Soi modérée, ces derniers acceptant plus également que les participants de la condition faible importance du Soi.

Hypothèse 3 : Nous émettons une hypothèse d'interaction entre le niveau d'activation de l'importance pour le Soi des participants et le type de requête à laquelle ils seront soumis. Autrement dit, nous pensons que les participants de la condition forte importance du Soi acceptent plus la requête cible que ceux de la condition importance du Soi modérée, ces derniers acceptant plus également que les participants de la condition faible importance du Soi, et ceci d'autant plus en condition de porte-au-nez.

1.4 Méthode

1.4.1 Participants

Deux cent vingt étudiants de l'Université de Caen Normandie ont été recrutés pour cette expérience. Parmi ces participants, 40 n'ont pas été retenus parce qu'ils ne remplissaient pas les conditions requises par l'Établissement Français du Sang pour être donneurs (santé, poids, orientation sexuelle, tatouage, piercing, vécu en Angleterre en période de vache folle, mineurs, déjà transfusé, consommateur de stupéfiants ; $n = 33$), parce qu'ils ont accepté la requête extrême ($n = 1$), n'ont pas lu le résultat du test qu'ils ont réalisé ($n = 1$) ou parce qu'ils ont donné leur sang récemment ($n = 5$). L'échantillon final est composé de 180 personnes dont 125 femmes et 55 hommes âgés de 18 à 27 ans ($m = 20,04$ ans, $s = 1,97$).

1.4.2 Matériel

Si l'activation « au hasard », c'est-à-dire « sans respecter » les propres caractéristiques des personnes, de l'énoncé d'une tendance a déjà porté ses fruits (cf. plus haut), cette technique a surtout été utilisée pour rendre saillantes des caractéristiques soit psychologiques (comme l'estime de Soi), soit socio-normatives (comme l'adhésion aux normes). Jamais, à notre connaissance, elle n'a été utilisée pour activer une attitude ou l'importance accordée à un objet. Et nous comprenons aisément pourquoi : le participant, après avoir répondu à un questionnaire, peut tout à fait avoir à l'esprit les réponses qu'il a lui-même entourées sur les échelles de Likert. Il nous semble difficile en effet d'expliquer à un participant qu'il n'est pas très préoccupé par la question du don de sang sachant qu'il aurait pu répondre l'inverse dans le questionnaire. Ainsi pour nous permettre d'activer au hasard un niveau d'importance accordée au don et que cela reste plausible pour le participant, il a été nécessaire de choisir un autre type de mesure et notre choix s'est porté sur les mesures implicites. Pour étudier les composantes des attitudes qui ne sont pas accessibles à l'introspection, des tâches de temps de réaction comme le test d'association implicite (IAT, Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998) et ses variations comme le test d'association implicite de cible unique (SC-IAT, Warfel, France, & France, 2012) ont été utilisées dans de nombreuses d'études (De Houwer, Teige-Mocigemba, Spruyt, & Moors, 2009; Greenwald, Poehlman, Uhlmann, & Banaji, 2009). Ces tests se basent sur les différences individuelles dans les évaluations d'un concept cible qui influenceraient la vitesse de réponse aux stimuli évaluatifs et aux stimuli cibles présentés dans la tâche. Par conséquent, les différences de temps de réaction sont présumées provenir des attitudes implicites à l'égard du concept cible.

Pour la conception de ce matériel, nous avons utilisé le logiciel Open-Sésame pour administrer toutes les parties de la mesure implicite, y compris le questionnaire sociodémographique et la délivrance du feed-back (cf. figure 6).

Les 8 mots de la catégorie « plaisant » (*amour, bon, heureux, joie, plaisir, respectueux, sagesse, tendresse*) et de la catégorie « déplaisant » (*dépressif, haine, humiliation, infecte, malheureux, misère, répugnant, souffrance*) ont été choisis à partir de la base de données utilisée pour une analyse du lexique français concernant la valence émotionnelle (Niedenthal et al., 2004). Les mots ont été testés à partir d'une échelle allant de -5 (très

déplaisant) à + 5 (très plaisant) et seules les 8 premiers et les 8 derniers du classement de cette étude ont été conservés pour notre mesure implicite.

Les 8 mots de la catégorie don de sang (*A+*, *albumine*, *coagulation*, *hémoglobine*, *groupe sanguin*, *plaquette*, *plasma*, *rhésus*) ont été choisis lors d'un prétest (Annexe 5) parmi 18 termes recueillis du site internet de l'EFS et de l'article de Warfel, France et France (2012).

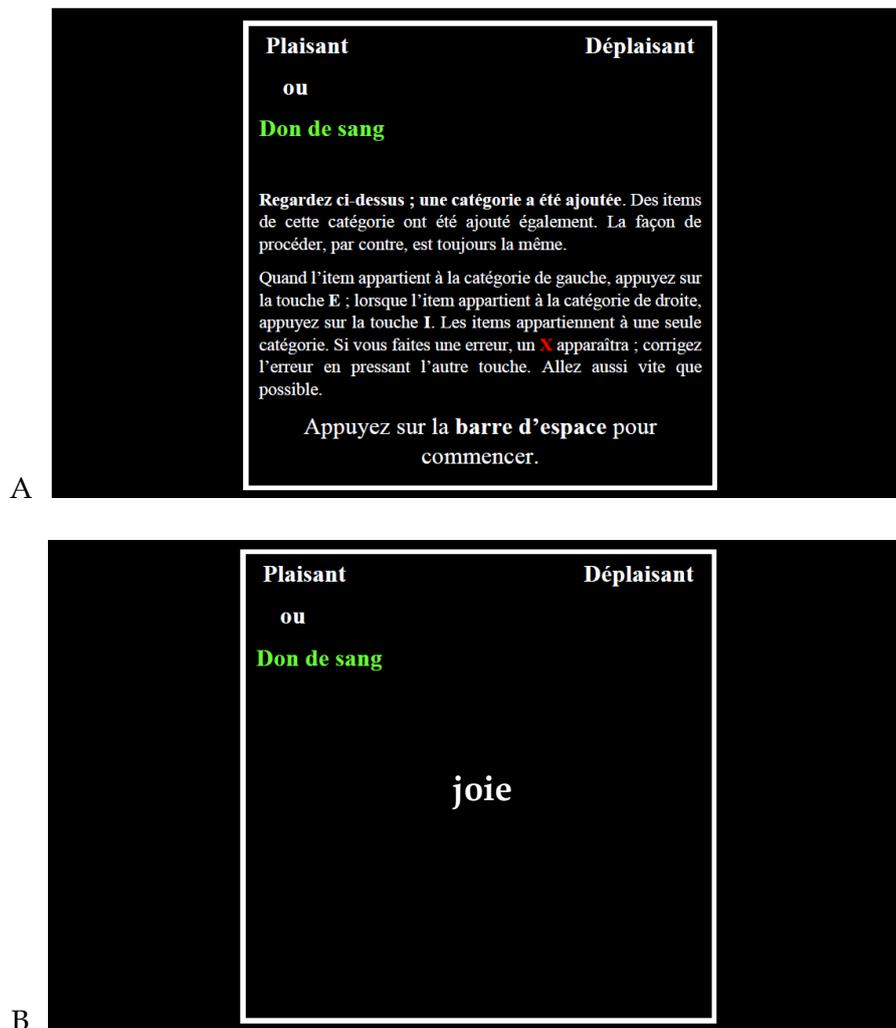


Figure 6. Exemple d'écran (A) concernant la consigne et l'affectation des touches, un exemple d'écran (B) avec un mot de la catégorie

Dans la mesure où le logiciel enregistre tous les temps de réponse des participants, nous allons être en mesure de vérifier a posteriori si les résultats que nous allons obtenir sont liés à notre manipulation et non à l'attitude implicite.

1.4.3 Procédure

L'expérience s'est déroulée en 3 phases.

➤ Phase 1 : Mesure implicite et délivrance d'un feed-back

À leur arrivée au laboratoire, la tâche est présentée par l'expérimentateur comme une méthode qui permet de mesurer les attitudes implicites concernant le don de sang. La mesure implicite est décrite comme une tâche de tri durant laquelle les participants devront classer des mots dans différentes catégories le plus vite possible : « *Je vais t'expliquer comment ça se passe. Je travaille sur les attitudes implicites que l'on a vis-à-vis du don de sang. Quand je dis « implicite » ça veut dire que j'étudie une forme d'attitude dont on n'a peu conscience c'est-à-dire que ce sont des opinions dont on n'a pas directement accès consciemment. Par exemple, ça t'est peut-être déjà arrivé de te lever un matin en étant un peu contrarié... mais sans savoir vraiment pourquoi. En fait, la raison est implicite et comme on n'y a pas accès, tu sens qu'il y a quelque chose mais tu n'en connais pas la raison. En psychologie, on appelle ça les attitudes implicites et c'est ce que j'essaie d'étudier. Pour cela, tu vas avoir besoin d'associer des mots à leurs catégories et l'ordinateur va mesurer le temps que tu mets pour réaliser ces associations. A la fin, l'ordinateur te donne un résultat automatique qui dit, en fonction de tes réponses, comment tu te positionnes par rapport au don de sang »*

Une fois le consentement des participants obtenus, ils répondent à quelques questions concernant leur âge, sexe, niveau d'étude et sur leur éventuel don de sang antérieur. Chaque participant était alors seul à un bureau avec un ordinateur et un écran plat.

À la fin de la mesure implicite, un feed-back était donné aux participants concernant l'importance qu'ils accordent au don de sang (cf. figure 7). En fonction du groupe expérimental, les participants pouvaient lire soit « Vos données suggèrent que vous accordez une importance plutôt élevée au don de sang », soit « Vos données suggèrent que vous accordez une importance plutôt modérée au don de sang », soit « Vos données suggèrent que vous accordez une importance plutôt faible au don de sang ».

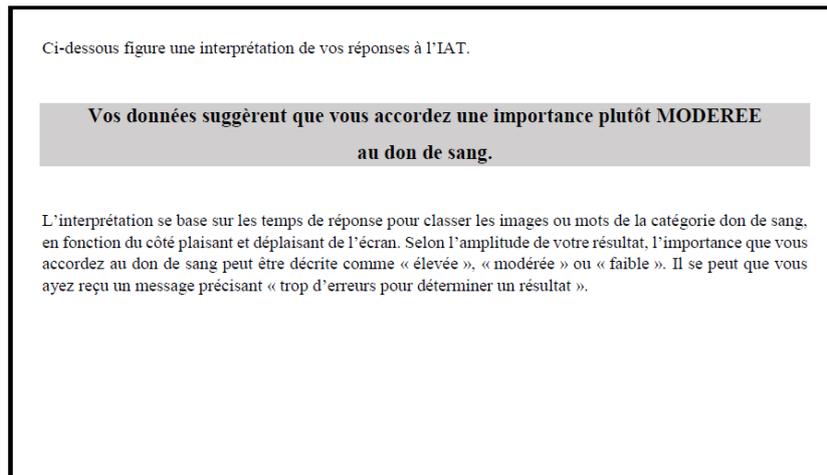


Figure 7. Exemple de feed-back délivré

➤ Phase 2 : Vérification de la prise en compte du feed-back

Dans le but de vérifier la prise en compte du feed-back, l'expérimentateur demandait aux participants de remplir une échelle (que nous appelons manip'check, figure 8) sur laquelle ils devaient indiquer le niveau d'importance qu'ils accordent au don de sang.

Je fais partie des personnes qui accordent au don de sang : <i>(Entourez le chiffre correspondant à votre réponse)</i>						
une faible importance			une importance modérée			une forte importance
1	2	3	4	5	6	7

Figure 8. Echelle de la mesure concernant la vérification de la prise en compte du feed-back
résultat de la mesure implicite

➤ Phase 3 : Formulation des requêtes cible et extrême

Au moment de partir du bureau, un expérimentateur (différent de celui de la phase 1) se présentait comme travaillant également en collaboration avec l'Établissement Français du Sang.

Pour une partie des participants, ceux placés en condition porte-au-nez, l'expérimentateur commençait par formuler la requête extrême avant de formuler la

requête cible : « *Excuses moi de te déranger, je m'appelle... et je travaille en collaboration avec l'Établissement Français du Sang et nous venons d'avoir une réunion pour nous avertir que nous manquons fortement de plaquettes en ce moment. Les plaquettes sont des éléments cellulaires du sang qui servent à la coagulation et on les transfuse dans les cas d'hémorragies par exemple. Je t'explique comment ça se passe : quand on fait un don de plaquettes ça dure environ 2h00. On prélève du sang dans un bras, il passe dans une centrifugeuse pour séparer les différents constituants. On prélève les plaquettes et les autres constituants sont restitués en continu dans l'autre bras. En fait, c'est comme un don de sang sauf que l'on ne prend que l'un de ses composants. Si je te raconte tout ça, c'est pour savoir si tu accepterais d'être donneur de plaquettes pendant 1 an en sachant deux choses : premièrement, on a besoin de faire en moyenne cinq prélèvements de plaquettes dans l'année sur les personnes qui acceptent et deuxièmement, il faut être disponible à tout moment puisqu'en cas d'urgence, l'EFS t'appelle et il faut que tu te rendes dans un site fixe dans les 24h. Est-ce que tu serais intéressé ? »*

Si le participant acceptait la requête extrême, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques dans le but d'être recontacté directement par l'EFS (Annexe 2).

Pour les participants qui refusaient, l'expérimentateur proposait la requête cible : « *Si je peux me permettre, il y a des collectes de sang mobile qui se font régulièrement sur le campus universitaire. Est-ce que tu serais intéressé par un don de sang sachant que le don en lui-même ne dure que 5 minutes et c'est toi qui choisis à quelle date tu préfères le réaliser. »*

Si le participant acceptait la requête cible, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques et il choisissait une date pour réaliser son don de sang (Annexe 2).

Après l'acceptation ou le refus des participants à la requête cible, l'expérimentateur expliquait l'objectif de l'étude. Comme les résultats au test nécessitent un temps de traitement, l'expérimentateur précisait aux participants qu'ils pouvaient venir à son bureau un autre jour pour connaître leur vrai résultat.

1.4.4 Variables dépendantes

Les temps de réponse à la mesure implicite ont été collectés afin de calculer un score global selon l'algorithme de Greenwald, Poehlman, Uhlmann, & Banaji (2009). Un score élevé indique des réponses plus rapides lorsque le don de sang est jumelé aux

mots à valence positive par rapport à ceux à valence négative, ce qui suggère une association plus positive avec le don de sang.

Une échelle manip'check allant de 1 à 7 concernant l'importance que les participants accordent au don de sang a été passée après la délivrance du feed-back.

Concernant l'intention comportementale, cette variable est mesurée lors de la proposition de la requête cible et correspond au nombre de participants acceptant de s'engager à réaliser un don de sang.

1.5 Résultats

1.5.1 Analyses préliminaires

Dans un premier temps, une régression logistique a été réalisée en prenant en compte le type de requête, le score global de la mesure implicite ainsi que leur interaction. Le modèle montre que les participants sont plus nombreux à accepter de donner leur sang dans la condition porte-au-nez comparée à la condition requête cible seule ($Wald(1) = 10,87 ; p = .001 ; OR = 3,07 ; 95\% IC 1,58-5,98$). L'analyse ne montre ni d'effet significatif du score global de la mesure implicite ($Wald(1) = 2,51, ns$), ni d'effet d'interaction ($Wald(1) = 2,51, ns$).

Dans un second temps, la mesure implicite n'ayant pas eu d'effet sur l'acceptation de la requête cible, l'échelle manip'check nous a permis de vérifier dans quelle mesure le feed-back était pris en compte. Nous considérons qu'un participant ne prend pas en compte le feed-back reçu après la mesure implicite lorsqu'il entoure un chiffre de la manip'check libellé par un niveau d'importance ne correspondant pas à sa condition. Ce qui est le cas pour les participants qui sont grisés dans les figures 9, 10 et 11. Nous avons décidé de les retirer de notre échantillon avant de continuer nos analyses.

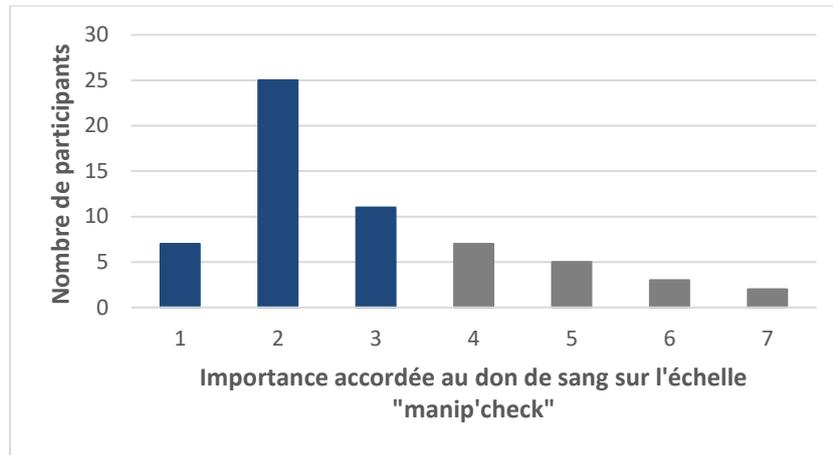


Figure 9. Répartition des participants de la condition faible importance au don sur l'échelle de « manip'check »

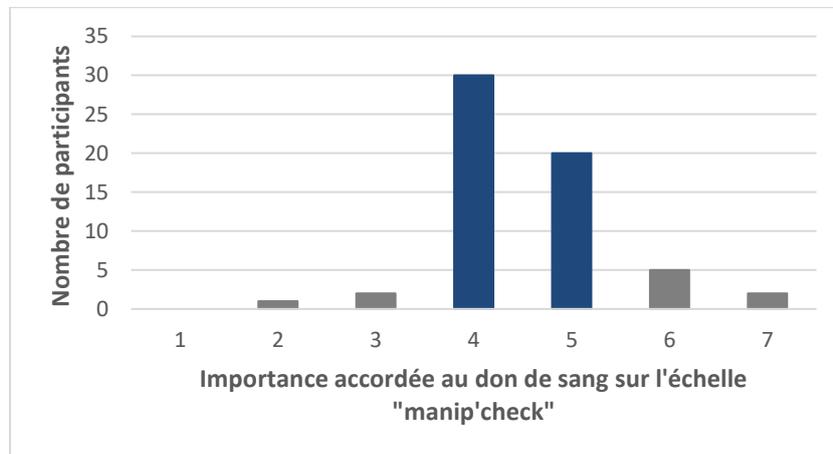


Figure 10. Répartition des participants de la condition importance modérée au don sur l'échelle de « manip'check »

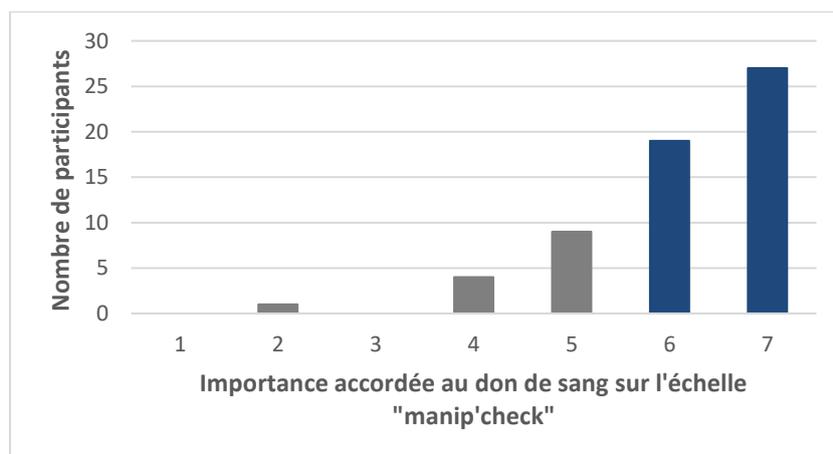


Figure 11. Répartition des participants de la condition forte importance au don sur l'échelle de « manip'check »

Sur les 180 participants de cette étude, seuls 139 sont conservés pour les prochaines analyses. Les participants conservés ont donc tous répondu à la manip'check en fonction du feed-back qui leur avait été attribué.

1.5.2 Analyses principales

L'analyse par régression logistique (Annexe 6) indique que les participants en condition porte-au-nez n'acceptent pas plus de donner leur sang (24/64, *i.e.* 37,5% d'acceptation) que ceux de la condition requête cible seule (16/75, *i.e.* 21,33% d'acceptation), $Wald(1) = 2,28, ns$. Notre hypothèse 1 est infirmée.

Le contraste linéaire testant la variable feed-back reçue est significatif et indique que les participants en condition de feed-back faible importance (5/43, *i.e.* 11,63%) acceptent moins que ceux placés en condition de feed-back importance modérée (15/50, *i.e.* 30%), eux même acceptant moins que les participants de la condition forte importance (20/46, *i.e.* 43,48%), $Wald(1) = 9,64, p = .002, OR = 2,48$ (95% IC 1,40-4,41). Le contraste orthogonal qui teste la variance résiduelle n'est pas significatif. Ce résultat nous permet de valider l'hypothèse 2.

De même, ce modèle nous montre que l'interaction de notre contraste linéaire avec la variable type de requête influence de manière tendancielle l'acceptation de la requête cible $Wald(1) = 3,69, p = .055, OR = 3,08$ (95% IC 0,98-9,71). Ce résultat nous montre que plus le feed-back reçu renvoie à un niveau d'importance élevé, plus les participants acceptent la requête mais principalement après avoir refusé la requête extrême (figure 12). L'hypothèse 3 est non infirmée.

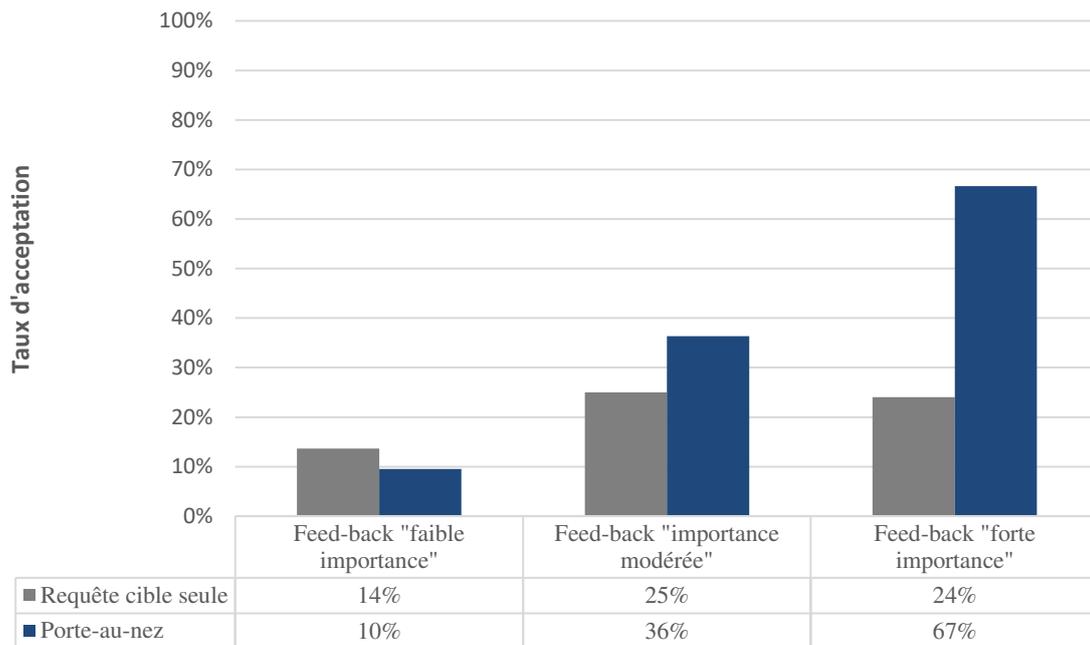


Figure 12. Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête et du feed-back délivré aux participants concernant l'importance accordée au don de sang

1.6 Discussion

L'objectif de cette expérience était de tester le rôle de l'écart entre l'importance accordée à l'objet des requêtes et le refus de faire un comportement favorable à cet objet sur l'efficacité de la porte-au-nez. Nous avons pour cela manipulé le niveau d'importance pour le Soi que les participants accordent au don de sang, par le biais d'un faux feed-back énonçant cette importance, avant de leur présenter les requêtes successives. Les résultats nous montrent que nous ne reproduisons pas l'effet de porte-au-nez, ce qui signifie qu'il n'y a pas plus d'acceptation de la requête cible en condition porte-au-nez qu'en condition de requête cible seule. Nous obtenons un effet du type de feed-back délivré sur l'acceptation de la requête cible dans le sens où plus ce feed-back souligne l'importance que les participants accordent au don de sang et plus ils acceptent la requête cible. Le dernier résultat lié à l'interaction nous indique que ce feed-back modère l'effet de la technique. Autrement dit, plus les participants reçoivent un feed-back qui témoigne d'un niveau d'importance élevé pour le don de sang et plus ils sont nombreux à accepter la requête cible mais ce, uniquement après avoir refusé la requête extrême.

De manière générale, nos résultats semblent montrer qu'il est possible de manipuler le niveau d'importance que les participants accordent au don de sang et que cette fausse information donnée sur l'importance accordée à l'objet social a un effet sur l'intention comportementale. Au même titre que l'activation d'un niveau d'estime de Soi (Glass, 1964) ou d'internalité (Desrumaux-Zagrodnicki, 1996), activer un niveau d'importance chez des personnes permet d'obtenir qu'elles réalisent des comportements qui seront cohérents avec le niveau activé.

Cette procédure nous amène à soulever deux points. La première remarque concerne la prise en compte de la variable que nous manipulons. À l'image de l'expérience de Bator & Cialdini (2006) qui ont manipulé le niveau de choix avant la rédaction d'un essai contre-attitudinal, nous ne pouvons que constater l'intérêt de prévoir une mesure de vérification de l'information délivrée aux participants. En effet, dans leur échantillon, près de 18% des participants estimaient leur niveau de choix à l'opposé de ce qui avait été prévu par leur condition expérimentale. Dans notre expérience, ce sont près de 23% de notre échantillon qui se sont positionnés sur la manip'check de manière différente que le feed-back reçu. Plus précisément, nous nous sommes rendu compte que donner un faux résultat qualifiant l'importance des participants de « faible » n'a pas toujours été correctement bien assimilé. En effet, c'est dans cette condition où le plus grand nombre de participants a été retiré parce qu'ils montraient, lors du remplissage du questionnaire de vérification, qu'ils n'avaient pas pris en compte le feed-back délivré ; ils estimaient toujours accorder plus d'importance au don que ce que le feed-back leur donnait à croire. Ce résultat est peut-être dû à un biais de désirabilité sociale car il est facilement compréhensible de ne pas vouloir montrer à l'expérimentateur que l'on n'accorde pas d'importance à une cause pro-sociale.

La seconde remarque concerne le lien que nous pouvons faire entre nos résultats et l'objectif de ce chapitre. En manipulant l'importance du don de sang nous avons montré le lien de cause à effet entre un certain niveau d'importance et l'acceptation de la requête cible consécutivement au refus d'une requête coûteuse. Nous pouvons ainsi affirmer à ce stade que plus nous annonçons à une personne qu'elle attache de l'importance au don de sang et plus elle accepte de faire un don après avoir refusé d'en faire un premier plus coûteux. Même si l'interaction observée montre que l'importance accordée au don prédit l'acceptation de faire un don uniquement après avoir refusé

d'en faire un premier, nous n'avons pas de preuve directe que cette acceptation s'explique par l'inconsistance ressentie entre le niveau d'importance pour le Soi et le comportement de refus. Pour y remédier, nous allons manipuler dans la prochaine expérience le coût de la requête extrême dans le but d'obtenir une preuve expérimentale supplémentaire du rôle joué par l'inconsistance dans l'explication de la technique d'influence de la porte-au-nez.

2 Expérience 4 : Effet de la position initiale et du coût de la requête extrême sur l'efficacité de la technique de porte-au-nez

2.1 Présentation

L'objectif de cette quatrième expérience est de tester le rôle de l'écart entre la position initiale des participants vis-à-vis de la cause défendue et le comportement de refus par la manipulation du coût de la requête extrême refusée. Jusqu'à présent les recherches qui se sont intéressées au coût de la requête initiale n'avaient comme objectifs que de mieux définir le coût idéal pour optimiser les effets de porte-au-nez (Schwarzwald et al., 1979) ou de tester différentes approches théoriques dont celles des concessions réciproques (*e.g.* Cialdini et al., 1975 exp. 3; Even-Chen et al., 1978; Reeves et al., 1991). O'Keefe et Hale (1998), en regroupant les quinze études qui manipulent directement le coût de la requête extrême, se sont rendus compte que sept d'entre-elles indiquaient un effet de porte-au-nez avec une grande concession, c'est-à-dire un effet de porte-au-nez avec une requête initiale très extrême comparée à une requête initiale modérée. À l'inverse, les huit autres études indiquaient un effet de porte-au-nez lorsque la concession était plus petite, ce qui revient à une plus grande acceptation de la requête cible après avoir refusé une requête initiale au coût plus modéré. Ces résultats contradictoires nous ont interrogé car les conclusions des chercheurs vont dans des sens opposés. D'un côté certains concluaient que la requête extrême devait être très coûteuse au risque de ne pas rendre flagrant la concession souhaitée. D'un autre côté, d'autres chercheurs préconisaient la formulation d'une requête extrême modérée pour s'assurer qu'elle soit toujours qualifiée de légitime. Nous pensons qu'en prenant en compte la position initiale des personnes vis-à-vis de l'objet des requêtes à

travers la mesure de l'attitude, l'importance pour le Soi et les croyances normatives, nous allons pouvoir éclaircir cette divergence de résultat.

Contrairement à ces différentes recherches, en faisant varier le coût de la requête extrême, notre objectif n'est pas de faire varier la perception de la requête cible ou du lien entre requête extrême et requête cible. Ce qui nous intéresse, c'est de savoir si refuser une requête au coût très extrême aura la même importance pour la personne que refuser une requête plus modérée et ce, en fonction de sa position initiale vis-à-vis de l'objet. Autrement dit, accordons-nous la même signification au fait de refuser un comportement, pourtant en accord avec nos convictions initiales, lorsque son coût est exorbitant ou plus facilement acceptable ? L'hypothèse que nous formulons est qu'un coût très élevé viendrait justifier le refus et cette justification n'aurait pas le même effet en fonction du profil des personnes. Pour celles dont la position initiale est peu favorable à l'objet de la requête, que l'ampleur du coût de la requête extrême apporte ou non des justifications au refus, nous nous attendons à ce que ces personnes restent peu sensibles à la technique. En effet, ces participants sont en situation de gestion d'une faible inconsistance lorsqu'ils refusent la première requête et l'ampleur de son coût ne changera rien à la situation. Par contre, pour les personnes dont la position initiale est favorable à la cause présentée, nous pensons que le coût de la requête initiale peut avoir un effet sur l'efficacité de la technique. Plus particulièrement, nous faisons l'hypothèse qu'une requête extrême très coûteuse générerait suffisamment de justification à son refus pour permettre aux participants de gérer l'incohérence de leur comportement de refus vis-à-vis de leur position initiale. Ainsi, ces participants n'auraient plus besoin d'accepter la requête cible. À l'inverse, une requête extrême au coût plus modéré ne pourrait pas à elle seule justifier son refus et amènerait les personnes à accepter la requête cible dans le but de gérer l'incohérence entre la position favorable et le comportement de refus.

2.2 Hypothèses

Hypothèse 1: Nous nous attendons à ce que les participants des conditions porte-au-nez acceptent davantage la requête cible que les participants de la condition de requête cible seule.

Hypothèse 2 : Dans la lignée des recherches qui ont portées sur la légitimité des requêtes extrêmes, nous nous attendons à ce que les participants en condition porte-au-nez avec des requêtes modérées (6 dons et 3 dons) acceptent plus la requête cible que ceux en condition porte-au-nez avec une requête de 18 dons (H2a). Les requêtes 6 dons et 3 dons étant toutes les deux des requêtes modérées, nous ne nous attendons à aucune différence entre elles au niveau de l'acceptation de la requête cible (H2b).

Hypothèse 3 : L'acceptation de la requête cible dépendra de la position des participants vis-à-vis de la cause proposée. Plus particulièrement, plus l'attitude qui concerne le don de sang sera favorable et plus les participants devraient accepter la requête cible (H3a). Dans le même sens, plus l'importance du don de sang pour le Soi est élevée, plus les participants accepteront de s'engager à réaliser un don de sang (H3b). De la même manière, plus les participants possèdent de fortes croyances normatives, plus ils devraient accepter la requête cible (H3c).

Hypothèse 4 : Plus les participants ont une attitude favorable (H4a) pour le don de sang, que ce comportement pro-social est important pour leur Soi (H4b) et qu'ils possèdent de fortes croyances normatives (H4c) vis-à-vis du don de sang et plus ils devraient accepter la requête cible en condition de porte-au-nez comparée aux participants de la condition requête cible seule.

Hypothèse 5 : Nous pensons que l'acceptation de la requête cible sera plus importante après le refus des requêtes modérées (6 dons et 3 dons) qu'extrême (18 dons) et ceci d'autant plus que les participants auront une attitude favorable (H5a), que le don de sang est important pour le Soi (H5b) et qu'ils possèdent de fortes croyances normatives (H5c).

2.3 Méthode

2.3.1 Participants

Cent soixante-dix-neuf étudiants de l'Université de Caen ont été recrutés pour cette expérience. Parmi ces participants, 20 n'ont pas été retenus parce qu'ils ne remplissaient pas les conditions requises par l'Établissement Français du Sang pour être donneurs (santé, poids, âge, don récent, tatouage ; n = 16) ou parce qu'ils ont soit accepté la requête extrême (n = 2), soit n'ont pas souhaité écouter l'expérimentateur qui

formulait les requêtes ($n = 1$), soit n'ont pas rempli la partie concernant le don de sang dans le questionnaire ($n = 1$). L'échantillon final est composé de 159 personnes dont 107 femmes et 52 hommes âgés de 18 à 41 ans ($m = 20,09$ ans, $s = 2,34$).

2.3.2 Procédure et matériel

L'expérience s'est déroulée en 2 phases de la même manière que l'expérience 2. Les requêtes extrêmes utilisées ont été pré-testées (Annexe 7) et nous avons décidé d'en garder trois qui variaient en fonction de leur coût, de leur acceptabilité et de leur caractère raisonnable.

➤ Phase 1 : Remplissage du questionnaire

Les participants ont été, dans un premier temps, sollicités dans les couloirs par un premier expérimentateur dans le but de remplir un questionnaire de vie étudiante. Ils étaient emmenés au laboratoire où se trouvent des bureaux pour répondre individuellement à ce questionnaire. Comme dans l'expérience 1, il comprenait une feuille de consentement éclairé qui permettait d'expliquer le but de l'étude et la confidentialité des données recueillies. Les consignes étaient présentées avec un exemple de remplissage, suivies de différentes parties dont une concernait le don de sang (Annexe 1). Avant la fin du remplissage, l'expérimentateur s'absentait du box : « *As-tu des questions concernant le questionnaire ? [Non] Je te laisse un moment, j'ai besoin d'aller chercher un document dans mon bureau. À tout de suite !* »

➤ Phase 2 : Effet des requêtes extrême et cible

Quelques minutes après, un second expérimentateur rentrait dans le box du participant prétextant chercher son collègue. Après que le participant lui ait répondu qu'il s'était absenté, cet expérimentateur en profitait pour se présenter comme travaillant en collaboration avec l'Établissement Français du Sang et commençait à formuler les requêtes.

Pour les participants de la condition porte-au-nez 18 dons : « *Excuse-moi, ... n'est pas là ? [Non] Comme tu es tout seul, est-ce que je peux me permettre de te parler un instant ? [Si oui] Je travaille en collaboration avec l'Établissement Français du Sang et nous venons d'avoir*

*une réunion pour nous avertir que nous manquons fortement de plaquettes en ce moment. Les plaquettes sont des éléments cellulaires du sang qui servent à la coagulation et on les transfuse dans les cas d'hémorragies par exemple. Je t'explique comment ça se passe : quand on fait un don de plaquettes ça dure environ 2h00. On prélève du sang dans un bras, il passe dans une centrifugeuse pour séparer les différents constituants. On prélève les plaquettes et les autres constituants sont restitués en continu dans l'autre bras. En fait, c'est comme un don de sang sauf que l'on ne prend que l'un de ses composants. Si je te raconte tout ça, c'est pour savoir si tu accepterais d'être donneur de plaquettes **pendant 3 ans** en sachant deux choses : premièrement, on a besoin de faire en moyenne un prélèvement de plaquettes **tous les deux mois** dans l'année sur les personnes qui acceptent et deuxièmement, il faut être disponible à tout moment puisqu'en cas d'urgence, l'EFS t'appelle et il faut que tu te rendes dans un site fixe dans les 24h. Est-ce que tu serais intéressé ? »*

Pour les participants de la condition porte-au-nez 6 dons, la requête extrême concerne un engagement d'un an à réaliser des dons de plaquettes tous les deux mois. Pour ceux placés dans la condition porte-au-nez de 3 dons, la requête extrême correspond à un engagement de 6 mois à réaliser un don de plaquettes tous les deux mois.

Si le participant acceptait l'une des requêtes extrêmes, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques dans le but d'être recontacté directement par l'EFS (Annexe 2).

Pour les participants qui refusaient, l'expérimentateur proposait la requête cible : « *Si je peux me permettre, il y a des collectes de sang mobile qui se font régulièrement sur le campus universitaire. Serais-tu intéressé par un don de sang sachant que le don en lui-même ne dure que 5 minutes et c'est toi qui choisis à quelle date tu préfères le réaliser ?* »

Si le participant acceptait la requête cible, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques et il choisissait une date pour réaliser son don de sang (Annexe 2).

Après l'acceptation ou le refus des participants à la requête cible, l'expérimentateur expliquait l'objectif de l'étude aux étudiants.

2.3.3 Mesures

Le questionnaire est identique à l'expérience 1 et 2 avec les variables attitude ($a = .80$), importance du don de sang pour le Soi ($a = .79$) et croyances normatives ($a = .68$).

➤ Variable dépendante

Concernant l'intention comportementale, cette variable est mesurée lors de la proposition de la requête cible et correspond au nombre de participants acceptant de s'engager à réaliser un don de sang.

2.4 Résultats

Dans la mesure où notre variable indépendante type de requête possède 4 modalités, nous avons réalisé des régressions logistiques avec des comparaisons planifiées⁶ pour cette variable. Cependant, nos hypothèses nécessitent de tester les interactions entre nos différentes mesures et les trois contrastes utilisés. Dans le but de simplifier les modèles d'analyse, nous avons décidé de réaliser 3 régressions pour vérifier les effets de chacune de nos mesures ce qui nous conduit à corriger le seuil de significativité à 1,66% au lieu de 5% (Annexe 8).

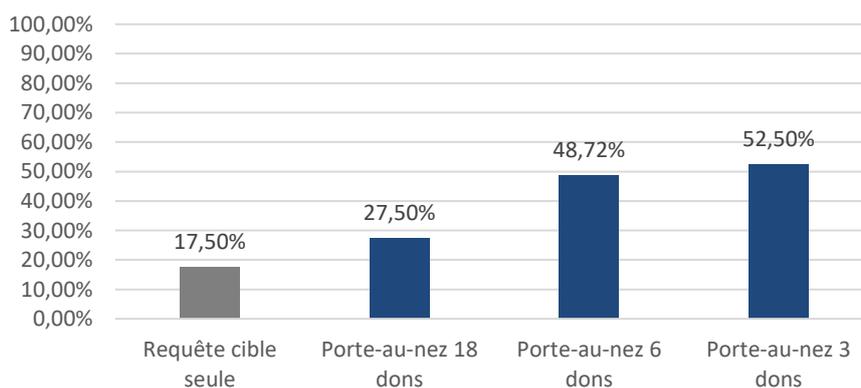


Figure 13. Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête

⁶ Contraste Helmert utilisé : Les coefficients du contraste C1 testant l'effet de porte-au-nez étaient -3 1 1 1 respectivement pour les conditions de requête cible seule, porte-au-nez 18 dons, porte-au-nez 6 dons et porte-au-nez 3 dons. Le contraste C2 compare la condition porte-au-nez 18 dons au deux autres conditions de porte-au-nez avec requête plus modérées. Les coefficients sont 0 -2 1 1. Pour finir, le contraste C3 compare les deux conditions de requêtes modérées avec les coefficients 0 0 -1 1.

2.4.1 Modèle d'analyse avec les contrastes testant le type de requête et l'attitude

Le premier contraste montre que les personnes en condition porte-au-nez (correspondant aux trois conditions de porte-au-nez, 51/119, *i.e.* 43%) sont plus nombreuses à accepter de donner leur sang que celles de la condition requête cible seule (7/40, *i.e.* 17,5%), $Wald(1) = 6,51, p < .011, OR = 1,51, 95\% IC 1,10-1,08$. Par ce résultat nous validons notre première hypothèse. L'hypothèse 2 est testée par le second contraste qui indique que les personnes des conditions porte-au-nez modérées correspondant aux requêtes 6 dons et 3 dons, n'acceptent pas plus la requête cible (40/79, *i.e.* 51%) que ceux de la condition requête extrême (11/40, *i.e.* 27,5%), $Wald(1) = 3,45, ns$. Notre hypothèse 2a n'est pas validée. Le troisième contraste ne révèle aucune différence entre les conditions porte-au-nez avec requêtes modérées de 6 dons et 3 dons et confirme l'hypothèse 2b, $Wald(1) = 0,16, ns$ (figure 13).

Le modèle nous indique également que plus les participants ont une attitude favorable vis-à-vis du don de sang et plus ils acceptent de s'engager à réaliser un don de sang, $Wald(1) = 17,98, p < .001, OR = 2,90, 95\% IC 1,77-4,75$. Nous validons l'hypothèse 3a.

De même, ce modèle nous montre que l'interaction entre le premier contraste et l'attitude (figure 14) n'a pas d'effet sur l'acceptation de faire un don de sang, $Wald(1) = 0,15, ns$.

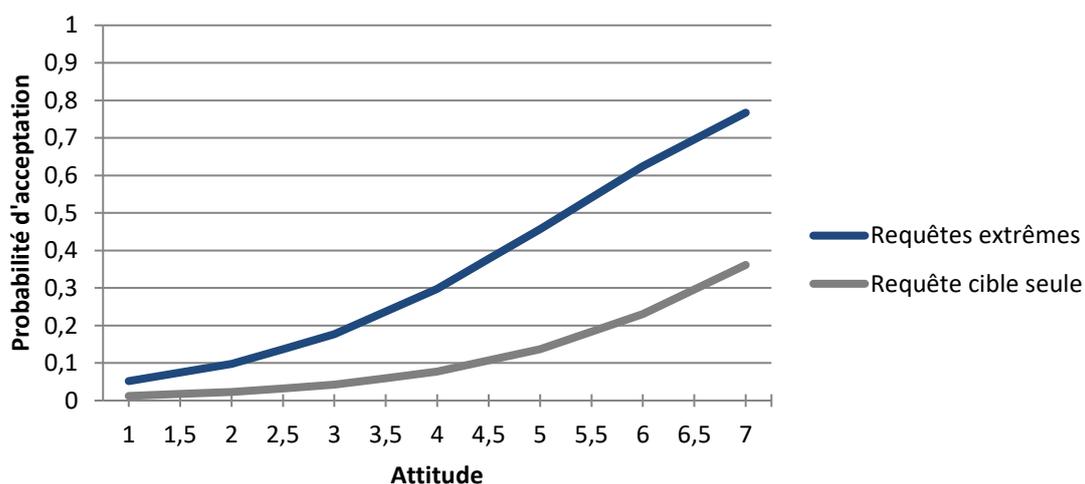


Figure 14. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 1 (Requête portant sur 18, 6 et 3 dons vs requête cible seule) et de l'attitude

L'interaction entre le second contraste et l'attitude (figure 15) est significative ($Wald(1) = 8,23, p = .004, OR = 1,61, 95\% IC 1,16-2,22$) et indique que plus les participants ont une attitude favorable au don de sang et plus ils acceptent la requête cible dans les conditions modérées comparé à la condition extrême.

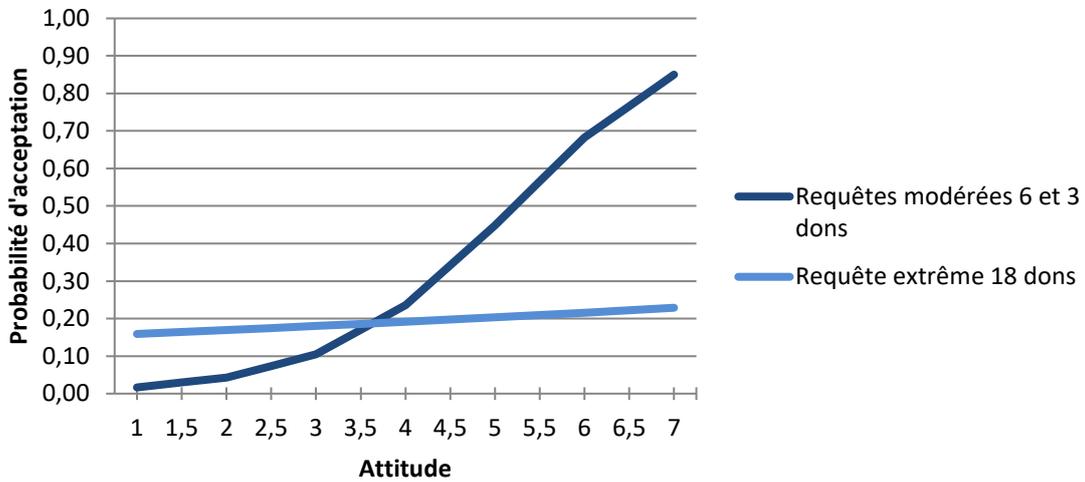


Figure 15. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 2 (Requêtes modérées 6 et 3 dons vs requête extrême 18 dons) et de l'attitude

La dernière interaction (figure 16) testant le troisième contraste et l'attitude n'est pas significative, $Wald(1) = 2,07, ns$.

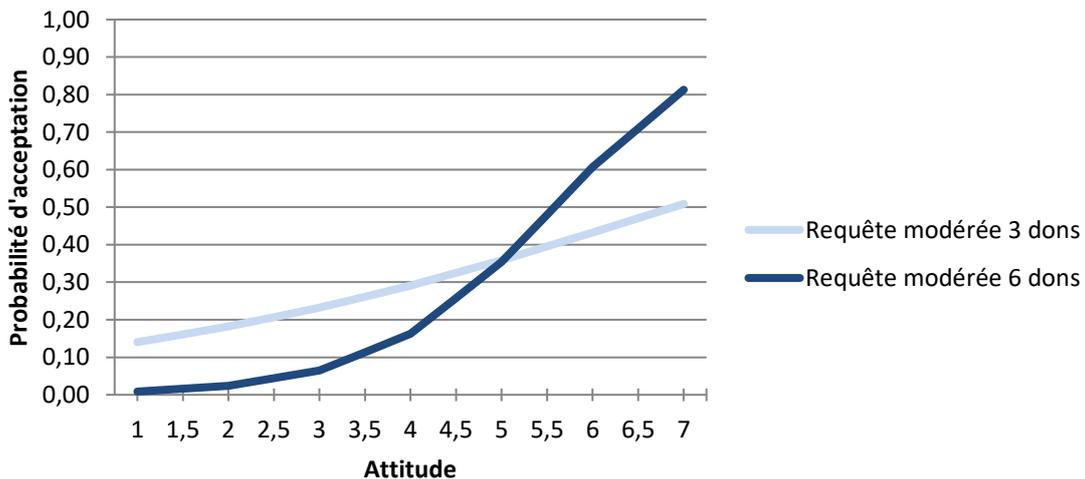


Figure 16. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 3 (Requête modérée 3 dons vs requête modérée 6 dons) et de l'attitude

2.4.2 Modèle d'analyse avec les contrastes testant le type de requête et l'importance accordée au don de sang

Ce second modèle teste à nouveau l'effet principal des trois contrastes et montre à nouveau un effet de porte-au-nez par le contraste 1, $Wald(1) = 7,10, p < .008, OR = 2,44, 95\% IC 1,27-4,70$. L'hypothèse 2a est testée par le second contraste et montre un effet tendanciel (compris entre .016 et .05) des requêtes modérées sur l'acceptation de la requête cible comparé à la requête extrême, $Wald(1) = 5,12, p < .024, OR = 1,40, 95\% IC 1,05-1,86$. Le résultat du contraste 3 confirme l'hypothèse 2b en indiquant aucune différence entre les conditions porte-au-nez avec requêtes modérées de 6 dons et 3 dons, $Wald(1) = 0,68, ns$.

Le modèle nous indique un effet de l'importance accordée au don de sang dans le sens où plus cette importance est élevée et plus les participants acceptent de donner leur sang, $Wald(1) = 19,26, p < .001, OR = 2,76, 95\% IC 1,75-4,34$. Nous validons de ce fait l'hypothèse 3b.

Ce modèle ne montre pas d'effet de l'interaction entre le premier contraste et l'importance (figure 17) sur l'acceptation de faire un don de sang, $Wald(1) = 3,47, ns$. L'hypothèse 3b n'est pas validée.

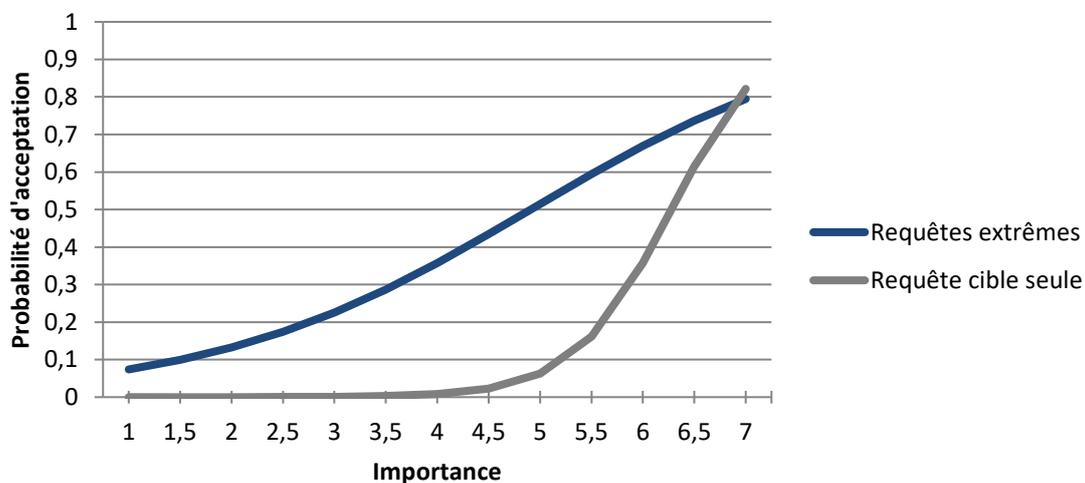


Figure 17. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 1 (Requête portant sur 18, 6 et 3 dons vs requête cible seule) et de l'importance accordée don de sang

L'interaction entre le second contraste et l'importance (figure 18) est significative ($Wald(1) = 5,94, p = .015, OR = 1,29, 95\% IC 1,05-1,59$). Notre hypothèse 4b est confirmée et indique que plus les participants accordent de l'importance au don de sang et plus

ils acceptent de s'engager à donner leur sang en conditions modérées comparé à la condition extrême.

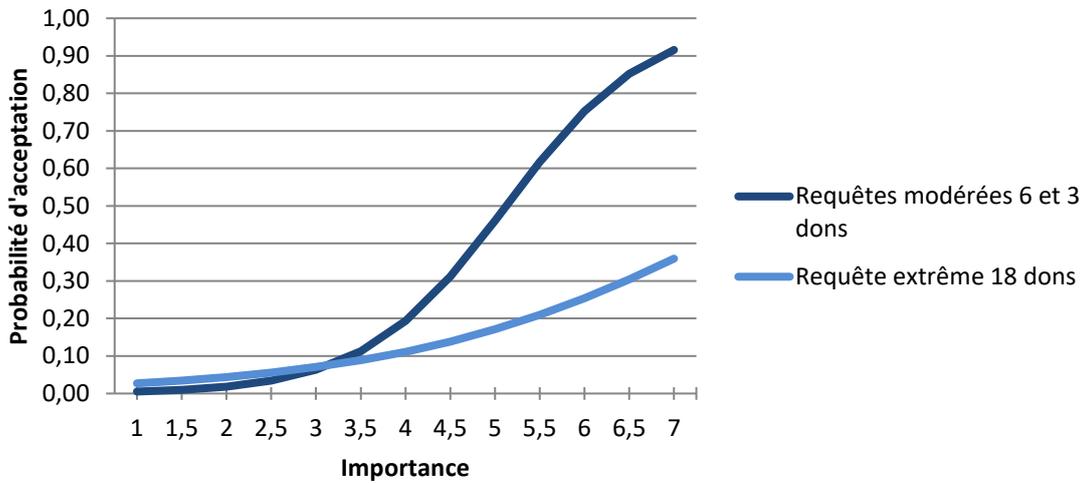


Figure 18. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 2 (Requêtes modérées 6 et 3 dons vs requête extrême 18 dons) et de l'importance accordée au don de sang

La dernière interaction testant le troisième contraste et l'importance (figure 19) n'est pas significative, $Wald(1) = 0,16, ns$. L'hypothèse 5b est validée.

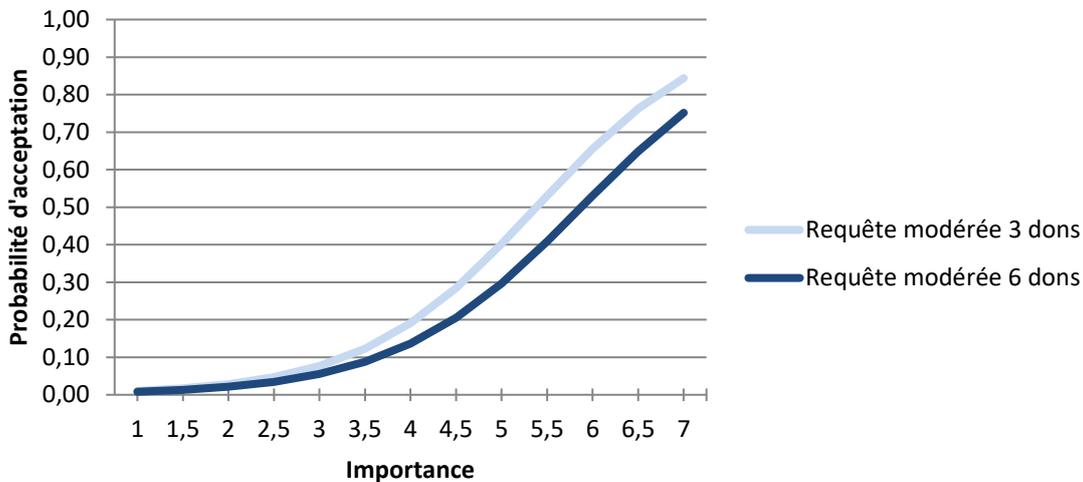


Figure 19. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 2 (Requêtes modérées 6 et 3 dons vs requête extrême 18 dons) et de l'importance accordée au don de sang

2.4.3 Modèle d'analyse avec les contrastes testant le type de requête et les croyances normatives

Dans ce dernier modèle, le contraste 1 a un effet significatif, $Wald(1) = 7,09, p = .008$, $OR = 1,38, 95\% IC 1,09-1,75$. L'hypothèse 1 est confirmée. L'hypothèse 2a est validée également car nous avons un effet des requêtes modérées comparé à la requête extrême

sur l'acceptation de la requête cible ($Wald(1) = 7,09$, $p = .008$, OR = 1,51, 95% IC 1,12-2,06. Le résultat du contraste 3 confirme également l'hypothèse 2b en indiquant aucune différence entre les conditions porte-au-nez avec requêtes modérées de 6 dons et 3 dons, $Wald(1) = 0,002$, *ns*.

Les croyances normatives n'ont qu'un effet tendanciel sur l'acceptation de réaliser un don de sang, $Wald(1) = 5,41$, $p = .020$, OR = 2,10, 95% IC 1,12-3,93. L'hypothèse 3c n'est donc pas validée.

Ce modèle ne montre aucune interaction entre les contrastes et le degré de croyances normatives (respectivement, $Wald(1) = 0,30$; $Wald(1) = 0,27$; $Wald(1) = 0,77$, *ns* ; cf. figure 20, 21 et 22). Les hypothèses 3c et 4c ne sont pas validées contrairement à l'hypothèse 5c.

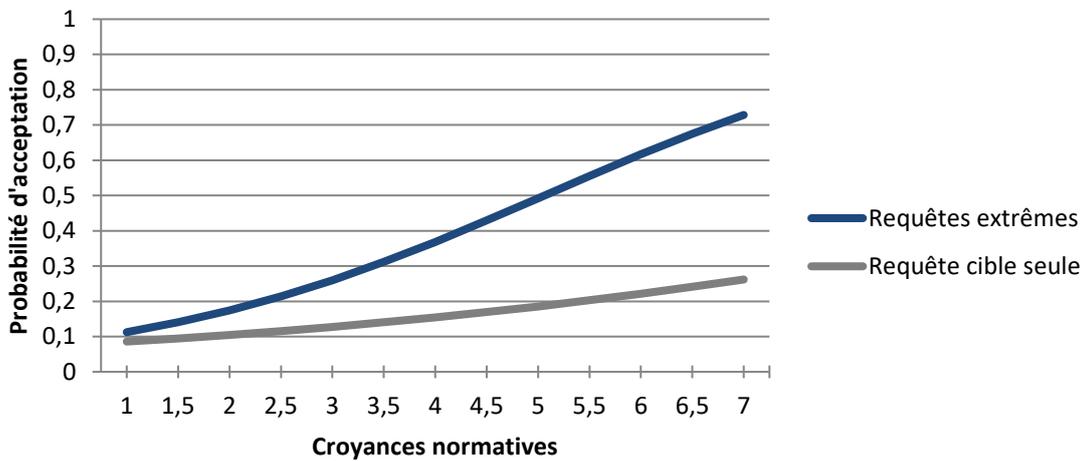


Figure 20. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 1 (Requête portant sur 18, 6 et 3 dons vs requête cible seule) et des croyances normatives

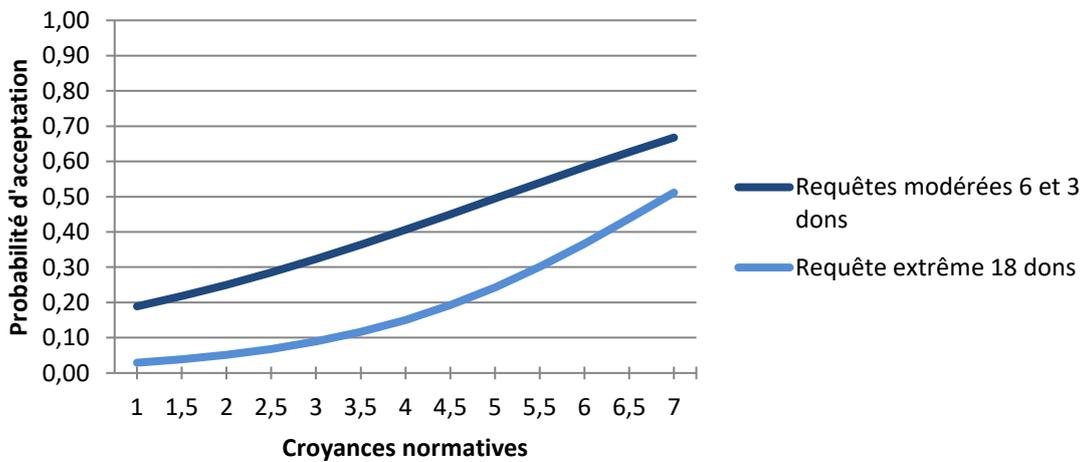


Figure 21. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 2 (Requêtes modérées 6 et 3 dons vs requête extrême 18 dons) et des croyances normatives

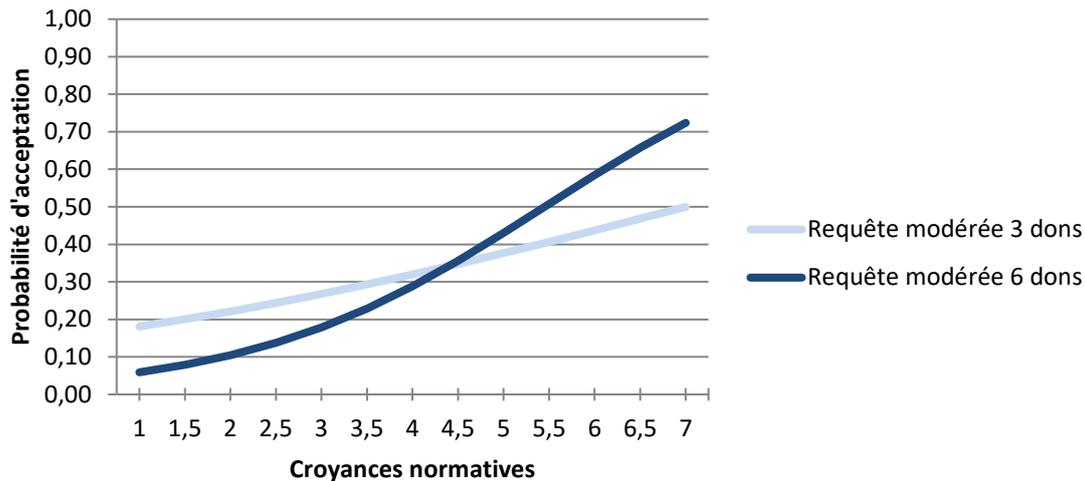


Figure 22. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 2 (Requêtes modérées 6 et 3 dons vs requête extrême 18 dons) et des croyances normatives

2.5 Discussion

L'objectif de cette quatrième expérience était de tester conjointement l'effet du coût de la requête extrême et de la position initiale des personnes, mesurée par l'attitude, l'importance pour le Soi et les croyances normatives sur l'intention comportementale de s'engager à réaliser un don de sang. Les résultats obtenus mettent tout d'abord en évidence que lorsqu'une requête extrême, sans prendre en compte son coût, est présentée avant la requête cible, nous reproduisons l'effet de porte-au-nez classiquement observé. Ensuite, comme certains résultats le laissaient attendre (Oliver, 1984; Schwarzwald et al., 1979; Wang et al., 1989), les participants qui refusent une requête extrême modérée acceptent davantage la requête cible que les participants qui ont refusé une requête extrême très coûteuse. Pour preuve, le taux d'acceptation est plus faible lors de la requête extrême (27,5%) comparé aux requêtes modérées (48,42% et 52,50% ; figure 13). Également et même si ce n'était pas l'objectif de cette expérience, en rendant saillant la position des participants par le remplissage du questionnaire juste avant la proposition des requêtes, nous observons à nouveau les effets principaux de l'attitude, de l'importance pour le Soi et des croyances normatives. Cependant, contrairement à nos hypothèses et aux résultats des expériences 1 et 2, l'importance pour le Soi ne modère pas l'effet de la technique lorsque le coût des requêtes n'est pas pris en compte. Le fait de ne pas reproduire cet effet de modération par l'importance

peut s'expliquer par le coût de la requête extrême. Nos résultats suggèrent en effet que plus les participants accordent de l'importance au don de sang pour le Soi et plus ils acceptent de donner leur sang mais principalement après le refus d'une requête modérée comparé au refus d'une requête extrême. De la même façon, plus l'attitude des participants est favorable au don de sang et plus la probabilité d'acceptation de la requête cible sera importante suite au refus d'une requête modérée comparé à une requête extrême. Ces résultats signifient qu'un coût trop important de la requête initiale vient inhiber l'effet de porte-au-nez mais essentiellement pour les personnes dont l'attitude et l'importance accordée au don pour le Soi est élevé. Ces résultats sont finalement conformes à nos attentes initiales dans la mesure où un coût trop important peut justifier le refus de la requête et ne pas amener les participants à accepter un autre comportement.

Nous pouvons faire un parallèle avec les résultats de Terrier et Joule (2008) qui ont travaillé sur le caractère acceptable du refus de la requête extrême. En effet, lorsque la requête extrême est associée à une remarque qui permet de rendre légitime le refus, les participants acceptent moins la requête cible qui est formulée par la suite. Ainsi, dès le moment où les participants ne peuvent attribuer leur comportement de refus qu'à des facteurs internes (*j'aurais pu dire oui mais j'ai tout de même refusé*) alors la technique de porte-au-nez est efficace. À l'inverse, dans le cas où un facteur externe peut être mis en cause (*c'est vraiment trop coûteux, il me dit qu'il comprendrait que je refuse...*) l'effet de la technique disparaît.

Pour finir, nous souhaitons revenir sur deux de nos résultats qui nous interpellent. Le premier concerne l'effet de l'attitude sur l'acceptation de la requête cible lorsque la requête extrême est modérée. Les précédents résultats des expériences 1 et 2 ne montrent pas d'effet d'interaction entre ce construit et le type de requête formulée. Néanmoins, nous constatons dans cette expérience que la probabilité d'acceptation de la requête cible en condition de porte-au-nez dépend du niveau de l'attitude des participants. Ce résultat nous conforte dans le choix que nous avons de mesurer et d'activer différents construits pour tester nos hypothèses de départ. Le second résultat que nous souhaitons discuter concerne les participants qui accordent une forte importance au don de sang pour le Soi. Nous constatons que les participants de la condition requête cible seule ont une probabilité d'acceptation équivalente à ceux de la condition porte-au-nez dès le moment où le don de sang est important pour leur Soi.

Ce constat signifie que chez ces participants, le simple fait que le don de sang soit important pour le Soi suffit à leurs faire accepter la requête cible, sans avoir besoin d'avoir recours à la technique de porte-au-nez. Cette remarque n'est valable que dans cette expérience car les précédents résultats ne témoignent pas du même effet chez ces personnes.

3 Conclusion

Au travers de ce chapitre, nous souhaitons tester le rôle de l'écart entre le comportement de refus et la position initiale des personnes prise en compte à travers la mesure de l'attitude, l'importance pour le Soi et les croyances normatives. Pour y parvenir, nous avons manipulé cet écart dans deux expériences soit en faisant varier l'importance accordée au don soit en faisant varier le coût de la requête extrême. Les résultats de ces deux expériences nous amènent à renforcer l'idée que l'efficacité de la technique de porte-au-nez repose sur l'inconsistance du comportement de refus chez les participants qui ont une position favorable à l'objet des requêtes. Dit autrement, plus l'écart entre la position des participants et leur comportement (de refus) est important, et plus les participants vont accepter la requête cible qui est formulée à la suite. Ces résultats laisseraient penser que ce serait grâce à cette inconsistance induite que nous obtenons un changement au niveau de l'intention comportementale en situation de porte-au-nez. Ce lien entre la gestion de l'inconsistance et les conséquences comportementales nous ramène, comme argumenté en problématique de ce travail, à l'idée que l'effet de porte-au-nez pourrait trouver une origine dans la théorie de la dissonance cognitive. Lorsque les personnes refusent la requête extrême, nous pouvons considérer qu'ils réalisent un comportement qui va à l'encontre de leur position initiale et, plus précisément, un comportement incompatible avec l'importance accordée au don de sang pour le Soi. Plus cette inconsistance serait élevée et plus l'éveil de la dissonance serait important et plus ils seraient motivés à retrouver un état d'équilibre cognitif. Pour alimenter cette explication, nous pouvons également considérer que le coût de la requête extrême est un élément consonant avec le comportement de refus. Plus le coût est élevé et plus il apporte de la consonance aux personnes leur permettant, comme précisé par Festinger (1957), de réduire la dissonance ressentie.

Ainsi, lorsque le coût de la première requête est très extrême, les personnes auront moins besoin d'accepter la requête cible. Par contre, lorsque le coût de la requête extrême est plus modéré, cette consonance n'est pas suffisante pour réduire la dissonance ce qui amène les personnes à accepter la requête cible qui est formulée à la suite. Toutefois, avec une telle explication, il est nécessaire de montrer un élément qui est caractéristique de la dissonance cognitive : l'éveil émotionnel.

L'INCONSISTANCE À L'ORIGINE DE L'EFFET PORTE-AU-NEZ : L'INFLUENCE DE L'ÉCART ENTRE LA POSITION ET LE COMPORTEMENT DE REFUS SUR LES ÉMOTIONS RESSENTIES

Dans sa théorie de la dissonance cognitive, Festinger (1957) suggère que la perception d'une incohérence entre deux cognitions va générer un état de dissonance. Cet état agirait comme *un état motivationnel, un besoin ou une tension* (p.18) qui conduirait à la réduction de cet inconfort psychologique. Très longtemps, dans des situations où des personnes sont amenées à adopter des comportements contraires à ce qu'elles pensent, le simple fait d'observer un changement d'attitude a été le principal argument en faveur d'un éveil d'une dissonance (Devine, Tauer, Barron, Elliot, & Vance, 1999). Puis, des recherches ont été consacrées à l'étude de l'éveil de l'inconfort aussi bien par des mesures physiologiques que des mesures auto-rapportées.

Par exemple, différentes recherches confirment l'hypothèse selon laquelle l'excitation liée à l'éveil de la dissonance cognitive s'accompagne d'une véritable excitation physiologique. Il a été démontré que les participants qui avaient librement adopté des comportements contraires à leurs attitudes présentaient une activité électrodermale amplifiée (Croyle & Cooper, 1983; Elkin & Leippe, 1986; Harmon-Jones, Brehm, Greenberg, Simon, & Nelson, 1996). D'autres chercheurs se sont concentrés sur l'augmentation du volume sanguin (Gerard, 1967) ou les variations du rythme cardiaque lors d'une situation d'éveil de dissonance (Etgen & Rosen, 1993; Mann, Janis,

& Chaplin, 1969) et montrent dans tous les cas l'apparition de modifications physiologiques suite à la réalisation d'un comportement contraire aux attitudes des participants. Seulement, ces différentes recherches nécessitent des appareils de mesures spécifiques alors que les mesures auto-rapportées sont un moyen plus facile d'accéder aux émotions ressenties. Ces mesures consistent à demander directement aux participants ce qu'ils ressentent dans une situation donnée par le biais d'un questionnaire.

1 Les différentes échelles d'émotions utilisées dans le cadre de la mesure de la dissonance

1.1 L'échelle bipolaire de Zanna et Cooper

Zanna et Cooper (1974) ont utilisé une simple échelle bipolaire en 31 points pour savoir comment leurs participants se sentaient dans une situation de dissonance cognitive. Cette échelle allait de (1) calme à (31) tendu et elle était distribuée aux participants après leur rédaction d'un essai contre-attitudinal. Au préalable, ces chercheurs avaient également donné une pilule aux participants sous prétexte de vérifier son influence sur la mémorisation en manipulant l'information concernant un potentiel effet secondaire : pour certains, la pilule pouvait les détendre, pour d'autres les exciter et le dernier groupe, quant à lui, n'a eu aucune information. Dans les cas où les participants sont informés des potentiels effets, qu'il soit relaxant ou excitant, les participants reportent l'effet attendu sur l'échelle bipolaire. Mais ce qui nous intéresse ici, c'est ce qui se passe chez les deux groupes qui n'ont eu aucune information. Ces participants ont déclaré avoir été beaucoup plus tendus dans la situation de forte dissonance (libre choix) et plus calmes dans la situation de faible dissonance (non choix). Ce résultat est l'un des premiers à montrer la dissonance comme un éveil d'une tension motivationnelle.

1.2 L'échelle d'anxiété : MAACL

Dans leur étude, Russel et Jones (1980) ont dans un premier temps évalué le niveau de croyance des participants concernant les phénomènes paranormaux. Puis dans un second temps, ces participants ont été confrontés à une information inconsistante avant de remplir une échelle d'émotion. L'échelle utilisée (MAACL : Multiple Affect Adjective Check-list) est destinée à l'origine à mesurer l'anxiété, le niveau d'hostilité et la dépression chez des patients (Zuckerman, Lubin, & Robins, 1965; Zuckerman, Lubin, Vogel, & Valerius, 1964). Leurs résultats montrent un plus grand éveil émotionnel lorsque les croyances des participants sont en désaccord avec les informations délivrées ce qui dans leur cas correspond à un éveil émotionnel négatif.

1.3 L'échelle d'affects positifs et négatifs : le PANAS

Yousaf et Gobet (2013) ont étudié les émotions éveillées dans le paradigme de l'hypocrisie induite (Aronson et al., 1991). Il s'agissait d'induire une dissonance cognitive en amenant les participants dans un premier temps à souligner à quel point certains comportements religieux étaient importants, puis dans un second temps, de leur faire rappeler qu'ils ne les avaient pas eux-mêmes respectés. L'échelle d'affects positifs et négatifs (PANAS, Watson, Clark, & Tellegen, 1988) a été utilisée pour mesurer les émotions après la manipulation expérimentale. Ce questionnaire d'émotions est constitué de vingt items mais pour leur étude, Yousaf et Gobet (2013) ont utilisé dix adjectifs positifs avec seulement cinq des dix adjectifs négatifs faisant référence selon eux à la dissonance cognitive (*guilt, shame, irritability, distress, et upset*). Lors de l'analyse des résultats, les items culpabilité et honte ont été regroupées sous le même nom ainsi que les items irritabilité, tourmenté et troublé en une variable d'inconfort général. Leurs deux expériences montrent que le niveau de culpabilité-honte est plus élevé dans les conditions d'hypocrisie que dans le groupe contrôle.

1.4 Le « thermomètre » de mesure de la dissonance

D'autres travaux ont été réalisés dans le but de mieux appréhender la nature affective de l'inconfort ressenti en situation de dissonance. Une échelle d'affects

appelée « thermomètre de dissonance » (Devine et al., 1999) a été créée à partir de vingt-quatre items répartis en quatre dimensions. La première dimension, correspondant à l'inconfort, est mesurée par les termes inconfortable, mal à l'aise et gêné. La seconde dimension renvoie aux affects négatifs avec en colère contre soi-même, dégoûté de soi-même, contrarié, déçu de soi-même, coupable, critique à l'égard de soi-même. La troisième dimension fait référence à l'embarras avec les mots embarrassé et honteux. La dernière dimension évoque des affects positifs avec les termes content, amical, optimiste, heureux, énergique et bien.

La première étude qui a permis la validation de ce thermomètre de dissonance a été réalisée auprès d'étudiants qui ont été amenés à rédiger un essai contre-attitudinal en faveur de l'augmentation des frais de scolarité à hauteur de 10%. Dans une première condition, les participants qui acceptaient librement de rédiger l'essai contre-attitudinal remplissaient d'abord le questionnaire d'affects puis celui mesurant l'attitude avant même de trouver des arguments (condition pré-affect et attitude). Dans une seconde condition, toujours en condition libre-choix, l'attitude et les affects ont été mesurés après la rédaction de l'essai (condition post-attitude et affects). Dans la condition contrôle (Baseline), les participants ont d'abord reporté leurs affects puis, sans en avoir le choix, ils ont rédigé des arguments contre-attitudinaux avant de remplir le questionnaire de mesure d'attitude. La dernière condition correspond à l'acceptation de rédiger des arguments pro-attitudinaux (condition pro-attitudinale) avec une mesure de l'affect après l'acceptation puis une mesure de l'attitude après la rédaction de l'essai. Les analyses ont montré que les participants de la condition pré-affects et attitude rapportent davantage d'inconfort que les participants des trois autres conditions. Seuls les participants de la condition post-attitude et affect ont changé d'attitude. Ces résultats concordent avec leur seconde expérience et nous indiquent de manière générale que ce sont les participants en condition dissonance (libre-choix) qui ressentent le plus d'inconfort après l'acceptation du comportement contre-attitudinal et que seul un changement d'attitude permet la réduction de cet affect. Ainsi, selon Elliot et Devine (1994), l'expérience de la dissonance correspond à un état affectif aversif et non à un éveil émotionnel indifférencié.

D'après ces différentes manières de mesurer l'inconfort ressenti en situation de dissonance, le thermomètre de dissonance nous laisse penser qu'il serait le plus adapté

comparé aux autres. En effet, il regroupe un éventail de termes plus large tout en gardant une dimension affective positive. Cependant, certaines limites ont été soulevées en ce qui concerne cette échelle. La première concerne l'échantillon des participants employé lors de la validation de l'échelle. En effet, seuls ceux ayant uniquement une attitude extrême ont participé, ce qui laisse douter de la sensibilité de l'outil (pour une revue critique, Lecrique, 2007). La seconde concerne son utilisation et le fait que nous ne retrouvons pas systématiquement les mêmes dimensions émotionnelles selon les études. Si certaines études portant sur l'éveil des émotions en situation de dissonance ont utilisé le thermomètre de dissonance tel qu'il a été conçu (e.g. Gosling, Denizeau, & Oberlé, 2006; Matz & Wood, 2005), d'autres recherches quant à elles n'ont administré qu'une version tronquée de cette échelle (e.g. Galinsky, Stone, & Cooper, 2000; Harmon-Jones, 2000; Holland, Meertens, & Van Vugt, 2002), c'est-à-dire en ne faisant passer que certaines dimensions du thermomètre.

Dans le cadre de la porte-au-nez, nous avons vu dans la partie théorie que des mesures émotionnelles avaient déjà été effectuées à différents moments de la procédure (Millar, 2002a). Le questionnaire utilisé évaluait le degré de culpabilité (coupable/innocent, correct/incorrect d'avoir refusé la demande, une forme de regret à travers n'aurait pas dû refuser/aurait dû refuser), ainsi que trois autres états affectifs (en colère/calme, agacé/heureux, rancunier/pas rancunier). Mais ce questionnaire laisse supposer que certaines émotions seraient antonymiques ou que le regret et la culpabilité seraient semblables. Pourtant dans le champ des émotions, des travaux ont montré que les émotions étaient distinctes (Keltner & Lerner, 2010) et ceci en mettant en évidence deux composantes qui les définissent. La première composante d'une émotion est sa tendance à l'évaluation de l'expérience vécue (Frijda & Mesquita, 1994). Par exemple, une offense contre soi-même pourra générer de la colère (Smith & Lazarus, 1991), la transgression d'une norme sociale de l'embarras (Miller & Tangney, 1994) et lorsque cette transgression amène un préjudice, c'est de la culpabilité qui est éveillée (Baumeister et al., 1994). La deuxième composante renvoie à la tendance à l'action (Frijda, 1989; Frijda, Kuipers, & Ter Schure, 1989) qui sera spécifique en fonction de l'émotion suscitée par la situation. Pour reprendre les exemples précédents, la colère poussera la personne à vouloir rétablir la justice en tenant les individus pour responsables (Lerner, Goldberg, & Tetlock, 1998), l'embarras nous amènera à nous excuser (Keltner & Buswell, 1997) et la culpabilité nous conduira à

remédier aux préjudices (Baumeister et al., 1994). Ces différents travaux mettent en évidence l'importance de traiter chaque émotion indépendamment les unes des autres.

C'est dans l'optique d'évaluer les émotions, susceptible d'être éveillées par le refus de la requête extrême, que l'expérience suivante a été réalisée et ceci en prenant en compte la position initiale des participants.

2 Présentation de l'expérience 5

Cette expérience a pour objectif de mesurer l'éveil émotionnel que pourrait susciter le refus de la première requête en fonction de l'attitude, de l'importance et des croyances normatives. Nous allons nous focaliser plus précisément sur l'inconsistance entre la position initiale des personnes et leur refus à la requête extrême dans le but de savoir si l'ampleur de cette incohérence influence d'une part, les émotions éveillées en situation de porte-au-nez et d'autre part, si elles s'apparentent à celles qui s'éveillent en situation de dissonance. Comme la précédente expérience, un questionnaire permettant de mesurer la position des participants concernant le don de sang sera rempli dans une première phase. Puis, dans une seconde phase, l'effet du coût de la requête extrême sera testé dans deux conditions expérimentales différentes : soit proposition d'une requête extrême, soit proposition d'une requête modérée. Nous avons rajouté une condition contrôle dans laquelle aucune requête n'est formulée. Cette condition aura la même procédure que les autres à la différence que les émotions seront mesurées immédiatement après le remplissage du questionnaire. Cette condition contrôle nous sera utile pour vérifier que la première phase de complétion n'éveille pas d'émotions particulières.

3 Hypothèses

Hypothèse 1: Nous nous attendons à ce que les participants qui refusent une requête reportent plus d'inconfort (H1a) et de culpabilité (H1b) que les personnes de la condition contrôle.

Hypothèse 2: Suite aux résultats de l'expérience 4, nous faisons l'hypothèse que les personnes qui refusent une requête modérée 6 dons ressentent plus d'inconfort (H2a)

suite à leur refus et davantage de culpabilité (H2b) que les participants qui auront refusé une requête extrême 18 dons.

Hypothèse 3 : Nous faisons l'hypothèse d'un lien entre la position des participants et leur éveil émotionnel dans le sens où ils ressentiront plus d'inconfort au fur et à mesure que leurs attitudes seront favorables au don de sang (H3a), que le niveau d'importance pour le Soi sera élevé (H3b) et que le degré de croyances normatives sera important (H3c). La même hypothèse est attendue concernant l'éveil d'une émotion de culpabilité en fonction de l'attitude (H3d), de l'importance pour le Soi (H3e) et des croyances normatives (H3f).

Hypothèse 4 : Notre quatrième hypothèse porte sur l'interaction entre la position des participants et le fait de refuser une des requêtes extrêmes. Nous pensons que plus les participants auront une attitude élevée en faveur du don de sang et plus ils ressentiront de l'inconfort (H4a) et de la culpabilité (H4b). Dans le même sens, plus le don de sang est important pour le Soi et plus refuser une requête extrême devraient éveiller de l'inconfort (H4c) et de la culpabilité (H4d). En ce qui concerne les croyances normatives, nous émettons l'hypothèse que plus elles seront élevées et plus la situation sera vécue comme inconfortable (H4e) avec un niveau de culpabilité plus important (H4f) que dans la condition contrôle.

Hypothèse 5 : Cette dernière hypothèse porte sur la comparaison de l'éveil émotionnel entre les conditions de requête extrême 18 dons et requête extrême 6 dons en fonction de la position des participants. Plus leurs attitudes seront en faveur du don de sang et plus ils vivront le refus d'une requête modérée comme inconfortable (H5a) et reporteront un niveau de culpabilité plus élevé (H5b) qu'après avoir refusé une requête au coût extrême. De la même manière, plus l'importance pour le Soi sera élevée et plus les participants ressentiront de l'inconfort (H5c) et de la culpabilité (H5d) après le refus de la requête modérée. Dans le même sens, plus les croyances normatives seront fortes et plus ils reporteront de l'inconfort (H5e) et de la culpabilité (H5f) suite au refus de la requête modérée comparé au refus de la requête extrême.

4 Méthode

4.1 Participants

Cent vingt-cinq étudiants de l'Université de Caen Normandie ont été recrutés pour cette expérience. Parmi ces participants, 14 n'ont pas été retenus parce qu'ils ne remplissaient pas les conditions requises par l'Établissement Français du Sang pour être donateurs (santé, poids, déjà transfusé ; $n = 3$), parce qu'ils ont accepté la requête extrême ($n = 11$). L'échantillon final est composé de 111 personnes dont 78 femmes et 33 hommes âgés de 18 à 28 ans ($m = 19,66$ ans, $s = 1,83$).

4.2 Procédure et matériel

L'expérience s'est déroulée en 3 phases.

4.2.1 Phase 1 : Remplissage du questionnaire

Les participants ont été, dans un premier temps, sollicités dans les couloirs par un premier expérimentateur dans le but de remplir un questionnaire de vie étudiante. Ils étaient emmenés au laboratoire où se trouvent des bureaux pour répondre individuellement à ce questionnaire. Ce dernier comprenait une feuille de consentement éclairé qui permettait d'expliquer le but de l'étude et la confidentialité des données recueillies. Les consignes étaient présentées avec un exemple de remplissage, suivies de différentes parties dont une concernait le don de sang (Annexe 1). Avant la fin du remplissage, l'expérimentateur s'absentait du box : « *As-tu des questions concernant le questionnaire ? [Non] Je te laisse un moment, j'ai besoin d'aller chercher un document dans mon bureau. À tout de suite !* »

4.2.2 Phase 2 : Effet des requêtes extrêmes

Quelques minutes après, un second expérimentateur rentrait dans le box du participant prétextant chercher son collègue. Après que le participant lui ait répondu qu'il s'était absenté, cet expérimentateur en profitait pour se présenter comme travaillant en collaboration avec l'Établissement Français du Sang et commençait à formuler les requêtes.

Pour les participants de la condition porte-au-nez 18 dons : « *Excuses moi, ... n'est pas là ? [Non] Comme tu es tout seul, est-ce que je peux me permettre de te parler un instant ? [Si oui] Je travaille en collaboration avec l'Établissement Français du Sang et nous venons d'avoir une réunion pour nous avertir que nous manquons fortement de plaquettes en ce moment. Les plaquettes sont des éléments cellulaires du sang qui servent à la coagulation et on les transfuse dans les cas d'hémorragie par exemple. Je t'explique comment ça se passe : quand on fait un don de plaquettes ça dure environ 2h00. On prélève du sang dans un bras, il passe dans une centrifugeuse pour séparer les différents constituants. On prélève les plaquettes et les autres constituants sont restitués en continu dans l'autre bras. En fait, c'est comme un don de sang sauf que l'on ne prend que l'un de ses composants. Si je te raconte tout ça, c'est pour savoir si tu accepterais d'être donneur de plaquettes **pendant 3 ans** en sachant deux choses : premièrement, on a besoin de faire en moyenne un prélèvement de plaquettes **tous les deux mois** dans l'année sur les personnes qui acceptent et deuxièmement, il faut être disponible à tout moment puisqu'en cas d'urgence, l'EFS t'appelle et il faut que tu te rendes dans un site fixe dans les 24h. Est-ce que tu serais intéressé ? »*

Pour les participants de la condition porte-au-nez 6 dons, la requête extrême concerne un engagement d'un an à réaliser des dons de plaquettes tous les deux mois.

Si le participant acceptait l'une des requêtes extrêmes, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques dans le but d'être recontacté directement par l'EFS (Annexe 2). Puis, l'expérimentateur lui expliquait l'objectif de l'étude.

4.2.3 Phase 3 : Mesure des émotions

Après le refus de la requête extrême, l'expérimentateur proposait à tous les participants de remplir un questionnaire concernant les émotions que l'on peut ressentir : « *Peux-tu répondre à ce questionnaire qui concerne les émotions. Il suffit juste que tu indiques si les émotions qui sont notées correspondent à ce que tu ressens tout de suite maintenant sachant qu'il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse* ».

Après avoir rempli ce dernier questionnaire, l'expérimentateur expliquait l'objectif de l'étude aux étudiants.

4.3 Mesures

Le questionnaire est identique à celui de l'expérience 1, 2 et 4 avec les variables attitude ($\alpha = .76$), importance du don de sang pour le Soi ($\alpha = .80$) et croyances normatives ($\alpha = .72$).

L'échelle de mesure émotionnelle⁷ (Annexe 9) utilisée est construite sur la base du thermomètre de la dissonance d'Elliot et Devine (1994) et des émotions de base d'Ekman (1984). Elle est constituée de trois parties. La première est composée de 13 items et concerne des émotions de base avec les items *content*, *joie*, *colère*, *honte* et *dégout* mais également des émotions spécifiques telles que *anxieux*, *embêté*, *coupable*, *déçu*, *préoccupé*, *frustré*, *mal à l'aise* et *embarrassé*. Il est demandé aux participants de répondre à une échelle en 7 points pour chacune des émotions en fonction de ce qu'ils ressentent (allant de 1 = ne me correspond pas du tout à 7 = me correspond tout à fait). La deuxième partie renvoie à l'intensité des émotions ressenties dans la situation allant de 1 = je ne ressens aucune émotion à 7 = je ressens des émotions intenses. La troisième partie correspond à trois items qui permettent de mesurer l'inconfort de la situation : *agréable* (1) vs *désagréable* (7), *inconfortable* (1) vs *confortable* (7), *déplaisant* (1) vs *plaisant* (7).

5 Résultats

5.1 Analyses préliminaires du questionnaire d'émotions

Les trois derniers items, « agréable », « confortable » et « plaisant » ont été fusionnés et ce score a été renversé pour donner une moyenne d'inconfort ($\alpha = .86$).

Nous avons réalisé un score composite nommé joie de nos 2 items à valence positive « content » et « joyeux » ($r = .68$). De même, nous avons regroupé les items « mal à l'aise » et « embarrassé(e) » en un score d'embarras ($r = .82$). Comme l'indique le tableau récapitulatif des corrélations de nos items (Annexe 10), les autres corrélations sont insuffisantes pour regrouper d'autres items ensemble.

⁷ Cette échelle a été pré-testée, lors d'un travail d'étude et de recherche encadré par Virginie Bagneux et Cécile Sénémeaud, à travers un rappel autobiographique concernant une situation de soumission forcée (Charles, 2017).

Nos prochaines analyses se feront à partir de 11 émotions au lieu des 13 mesurées, auxquelles s'ajoute la dimension de l'inconfort (figure 23).

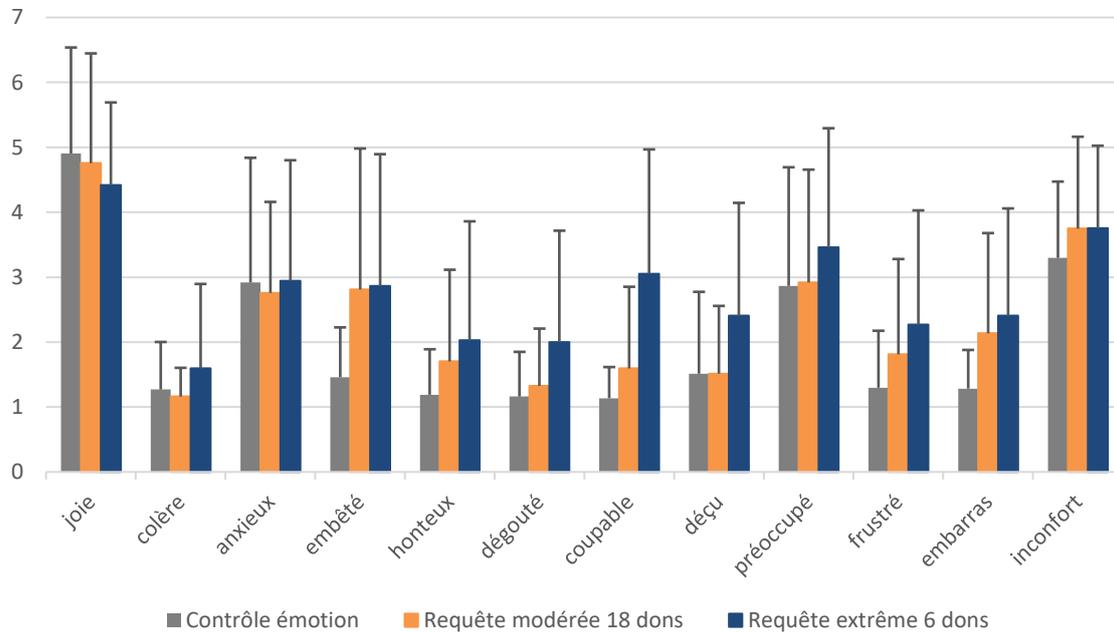


Figure 23. Moyennes et écart-types des scores aux émotions en fonction de la condition expérimentale

5.2 Analyses des effets des requêtes et de la position des participants vis-à-vis du don de sang sur l'éveil émotionnel

Notre variable indépendante type de requête possède 3 modalités. Nous avons réalisé des régressions linéaires avec des comparaisons planifiées⁸ pour cette variable. Cependant, comme pour les analyses de l'expérience précédente, nos hypothèses nécessitent de tester les interactions entre nos différentes mesures et les deux contrastes utilisés. Dans le but de simplifier les modèles d'analyse, nous avons décidé de réaliser 3 régressions sur chacune des variables dépendantes. Autrement dit, pour toutes les émotions mesurées, nous avons testé l'attitude, l'importance et les croyances normatives dans des modèles indépendants en y intégrant le type de requête et leurs

⁸ Contraste Helmert utilisé : Les coefficients du contraste C1 qui testent l'effet du refus des requêtes extrêmes sont -2 1 1 respectivement pour les conditions contrôle, requête extrême 18 dons et requête modérée 6 dons. Le contraste C2 compare la condition requête extrême 18 dons à la condition requête modérée 6 dons. Les coefficients sont 0 -1 1.

interactions. Cette procédure nous a conduit à nouveau à corriger le seuil de significativité à 1,66% au lieu de 5%.

L'ensemble des analyses est reporté en annexe 10 et nous présentons dans cette partie uniquement une synthèse des résultats obtenus.

5.2.1 Effets des requêtes et de l'attitude sur la culpabilité

Le modèle ($R^2 = .37$) montre un effet significatif du contraste 1 sur l'éveil de culpabilité, $t(105) = 3,84$, $b = 0,34$, $p < .001$. Plus précisément, les participants qui refusent une requête extrême ressentent plus de culpabilité que ceux qui n'en refusent pas. Également, l'effet du contraste 2 nous précise que refuser la requête extrême 6 dons éveille davantage de culpabilité que le fait de refuser la requête extrême 18 dons, $t(105) = 3,41$, $b = 0,53$, $p < .001$. Ce modèle nous indique que plus les participants ont une attitude favorable au don de sang et plus ils ressentent de la culpabilité, $t(105) = 3,43$, $b = 0,41$, $p < .001$. L'interaction entre le contraste 1 et l'attitude a un effet tendanciel sur la culpabilité dans le sens où plus les participants ont une attitude favorable et plus ils se sentent coupables de manière tendancielle d'avoir refusé une des requêtes extrêmes $t(105) = 2,33$, $b = 0,19$, $p = .022$. La dernière interaction est significative, $t(105) = 3,12$, $b = 0,48$, $p = .002$, et nous explique que refuser la requête extrême 6 dons éveille davantage de culpabilité que la requête extrême 18 dons et cet effet est amplifié au fur et à mesure que l'attitude des participants est favorable au don de sang. Ce premier modèle nous permet de valider les hypothèses 1b, 2b, 3d, 4b et 5b. Les résultats sont présentés dans la figure 24.

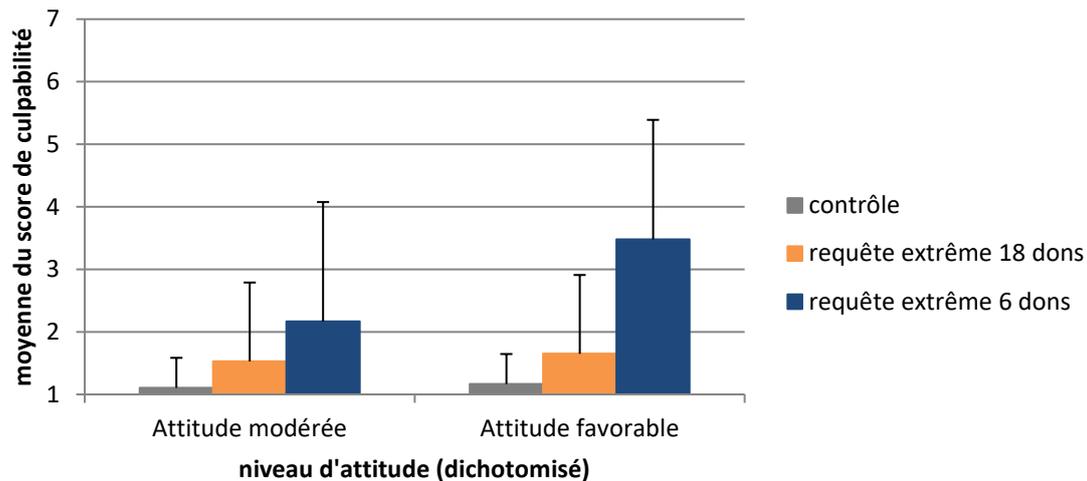


Figure 24. Illustration du niveau de culpabilité en fonction de l'attitude dichotomisée (médiane = 5,5) et du type de requête formulée

5.2.2 Effets des requêtes et de l'importance sur la culpabilité

Le modèle ($R^2 = .36$) nous indique que les participants qui refusent une requête extrême ressentent plus de culpabilité que les personnes qui n'en refusent pas, $t(105) = 4,60$, $b = 0,40$, $p < .001$. De la même manière, l'effet du contraste 2 nous montre que refuser la requête extrême 6 dons éveille plus de culpabilité que le refus de la requête extrême 18 dons, $t(105) = 4,89$, $b = 0,74$, $p < .001$. L'importance du don de sang a un effet tendanciel sur la culpabilité rapportée de telle sorte que plus il est élevé et plus les participants se sentent coupables, $t(105) = 1,98$, $b = 0,19$, $p = .05$. L'interaction n'est pas significative entre le contraste 1 et l'importance du don de sang, $t(105) = 1,74$, ns . La dernière interaction est significative, $t(105) = 2,74$, $b = 0,31$, $p = .007$, ce qui signifie que plus l'importance du don de sang est élevée et plus les participants ressentent de la culpabilité lorsque qu'ils refusent la requête 6 dons comparé au refus de la requête 18 dons. Cette analyse nous amène à valider les hypothèses 1b, 2b, 3e, 5d. Seule l'hypothèse 4d est infirmée. Les résultats sont présentés dans la figure 25.

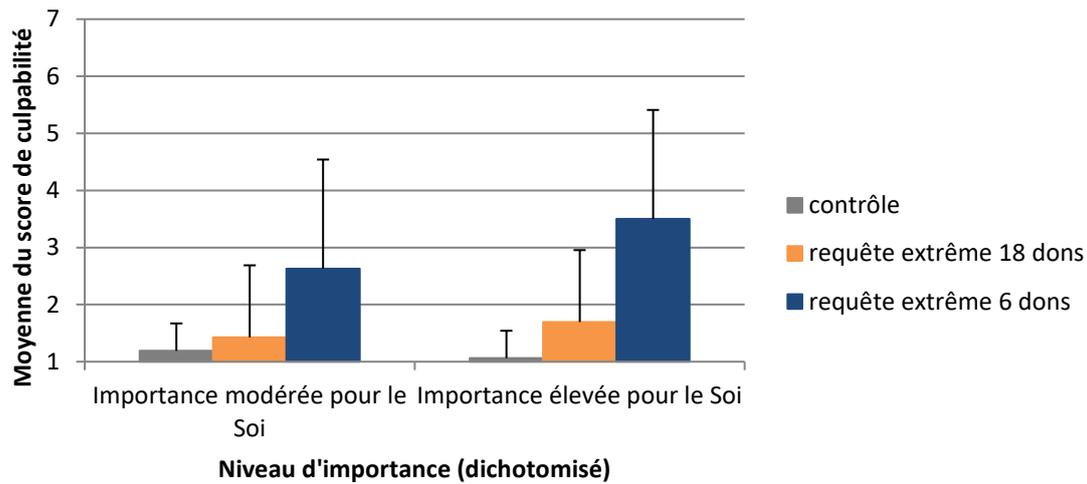


Figure 25. Illustration du niveau de culpabilité en fonction de l'importance de la cause dichotomisée (médiane = 4,75) et du type de requête formulée

5.2.3 Effets des requêtes et du degré de croyances normatives sur la culpabilité

Le modèle ($R^2 = .36$) nous indique que les participants qui refusent une requête extrême ressentent plus de culpabilité que les personnes qui n'en refusent pas, $t(105) = 4,28$, $b = 0,39$, $p < .001$. De la même manière, l'effet du contraste 2 nous montre que refuser la requête extrême 6 dons éveille plus de culpabilité que le refus de la requête extrême 18 dons, $t(105) = 4,51$, $b = 0,71$, $p < .001$. Le degré de croyances normatives n'a pas d'effet sur la culpabilité rapportée, $t(105) = 0,95$, *ns*. Aucune interaction n'est significative entre le degré de croyances normatives et le contraste 1, $t(105) = 0,61$, *ns*, ainsi qu'avec le contraste 2, $t(105) = 1,71$, *ns*. Ce modèle ne permet de valider que les hypothèses 1b et 2b. Les hypothèses 3f, 4f et 5f sont infirmées. Les résultats sont présentés dans la figure 26.

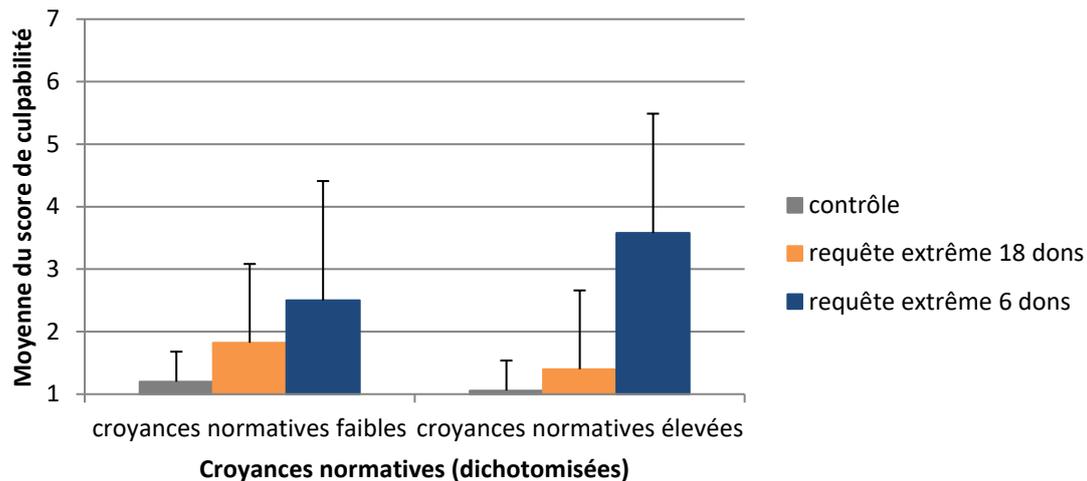


Figure 26. Illustration du niveau de culpabilité en fonction des croyances normatives (dichotomisées à la médiane) et du type de requête formulée

5.2.4 Résultats complémentaires

Des résultats tendanciels sont à souligner sur d'autres variables émotionnelles que la culpabilité.

Le modèle qui intègre les croyances normatives montre un effet tendanciel de son interaction avec le contraste 2 sur l'inconfort ressenti, $t(105) = -2,21$, $b = -0,49$, $p = .029$. De cette manière, plus les participants possèdent des croyances normatives liées au don de sang et moins ils ressentent d'inconfort après le refus de la requête modérée comparé à la requête extrême.

Le modèle intégrant l'attitude montre un effet tendanciel de son interaction avec le contraste 2 sur le fait de se sentir frustré, $t(105) = 2,18$, $b = 0,37$, $p = .032$ et déçu ($t(105) = 2,07$, $b = 0,34$, $p = 0,041$). Plus précisément, plus les participants ont une attitude favorable au don de sang et plus le fait de refuser la requête modérée éveille chez eux de manière tendancielle de la frustration et de la déception. Pour finir, le modèle intégrant l'importance montre un effet tendanciel de son interaction avec le contraste 2 sur le fait de se sentir embêté, $t(105) = 2,38$, $b = 0,36$, $p = .019$. De cette manière, plus le don de sang est important, plus les participants se sentent embêtés d'avoir refusé une requête modérée comparé à la requête extrême.

6 Discussion

L'objectif de cette expérience était de tester l'effet du coût de la requête extrême et de la position initiale vis-à-vis de l'objet des requêtes sur les émotions éveillées en situation de porte-au-nez. Les résultats obtenus mettent tout d'abord en évidence que lorsqu'une requête extrême est formulée, et ceci sans prendre en compte son coût, les participants rapportent davantage de culpabilité que ceux du groupe contrôle. Cet éveil émotionnel est accentué après le refus d'une requête modérée lorsque nous comparons la culpabilité ressentie en fonction du coût de la requête extrême. Ensuite, nous avons également constaté que l'attitude et l'importance du don de sang pour le Soi ont un effet sur le niveau de culpabilité ressentie. Enfin, en accord avec nos attentes, les interactions ont permis de montrer que plus l'importance du don pour le Soi est élevée et plus les participants ressentent de la culpabilité après le refus d'une requête modérée comparé au refus d'une requête extrême. Un résultat identique est obtenu avec le niveau de l'attitude de nos participants concernant le don de sang.

Nos résultats sont conformes à ceux de Millar (2002a) et confirment l'approche d'un éveil de culpabilité comme explication de l'effet de porte-au-nez. Les premiers à avoir proposé cette nouvelle approche (Foehl & Goldman, 1983) se sont appuyés sur la pro-socialité des requêtes pour argumenter que le refus de la requête extrême pouvait susciter de la culpabilité. Ce modérateur a été par la suite confirmé par des méta-analyses (Dillard, 1991; O'Keefe & Hale, 1998, 2001) en soulignant que des demandes pro-sociales pouvaient augmenter l'effet de porte-au-nez. Ainsi, en refusant une première demande qui porte sur une cause noble et louable, les participants ressentiraient de la culpabilité face à un demandeur, souvent un bénévole qui donne de son temps pour ladite cause. Notre recherche va dans le sens de cette approche en termes d'éveil émotionnel, mais semble permettre également d'avancer dans la compréhension de l'origine de cet éveil. En effet, en montrant le rôle modérateur de la position des participants et du type de requête proposée sur le niveau de culpabilité ressentie, nos résultats montrent que la culpabilité éveillée dépend de la position initiale à l'égard de la cause des requêtes et pas simplement de son caractère pro-social. Ainsi, les résultats de cette expérience permettent de comprendre que cet éveil émotionnel pourrait provenir de l'incohérence entre ce que représente l'objet pour les participants et leurs comportements de refus.

Ces résultats nous laissent également envisager les raisons de la baisse de l'acceptation dans l'expérience précédente lorsque la requête initiale proposée avait un caractère très coûteux. En effet, si une première requête au coût modéré est refusée par le participant, celui-ci, ne pouvant attribuer la responsabilité du refus qu'à lui-même, aura un éveil de culpabilité le poussant à accepter la requête cible. En revanche, dans la situation où la première requête proposée a un coût très élevé, le refus de cette demande pourra être attribué à son coût exorbitant c'est-à-dire à une cause externe aux participants, inhibant de la sorte l'éveil émotionnel. Comme il y a moins de culpabilité dans cette situation alors les participants n'auront pas besoin d'accepter autant la requête cible. De plus, nos résultats confirment à nouveau le rôle de l'attitude tout comme les résultats de l'expérience précédente. Contrairement aux expériences 1 et 2 où seule l'importance accordée au don de sang modérait l'acceptation de la requête cible en condition de porte-au-nez, l'expérience 4 et 5 montre également le rôle de l'inconsistance entre le comportement de refus et l'attitude initiale.

Notons tout de même une limite à nos résultats qui concerne le niveau de culpabilité rapporté. L'analyse par contraste que nous avons réalisée ne nous permet pas de dire que le refus de la requête extrême n'éveille pas de culpabilité, mais uniquement qu'il est moins élevé que celui suscité par le refus de la requête modérée. Cette nuance est importante car elle fait écho aux résultats de l'expérience 4. En effet, l'analyse par contraste de la précédente expérience ne permet pas d'ont plus de préciser qu'il n'y a pas d'effet de porte-au-nez avec la requête extrême 18 dons mais seulement que le taux d'acceptation est moins élevé comparativement aux conditions de requêtes modérées.

7 Conclusion

Avec ce chapitre qui nous a permis de traiter de l'éveil émotionnel en situation de porte-au-nez, nous sommes en mesure de confirmer que plus l'inconsistance entre la position initiale et le comportement de refus est importante et plus l'éveil émotionnel est élevé. Nous pouvons également préciser qu'il existe une émotion spécifique qui est suscitée par cette inconsistance et qu'elle correspond au fait de se sentir coupable de refuser une requête pour laquelle nous avons une position plutôt favorable. Selon

nous, la culpabilité ressentie correspondrait à une émotion spécifique qui serait à l'origine de l'inconfort habituellement évoqué pour parler de dissonance cognitive. Ainsi nous pouvons dire à la suite de nos expériences que les participants sont amenés par le coût de la première requête à réaliser un comportement de refus qui va à l'encontre de leur position. Cette inconsistance serait à l'origine d'un éveil émotionnel qui pousse les personnes à accepter la requête cible.

Toutefois, les travaux de Feeley et al. (2016) ont montré que l'origine de l'efficacité de la technique de porte-au-nez reposait sur l'ampleur de la concession réalisée par le demandeur. De façon à comparer ces deux explications, nous allons réaliser une dernière expérience dans laquelle nous allons tester des hypothèses alternatives.

L'EFFET DE PORTE-AU-NEZ : DISTINCTION ENTRE L'AMPLEUR DE L'ÉCART ET L'AMPLEUR DE LA CONCESSION

L'interprétation la plus usuelle qui permet de comprendre l'augmentation de l'acceptation en condition de porte-au-nez repose principalement sur le principe des concessions réciproques (Cialdini et al., 1975). La comparaison de la requête extrême à la requête cible souligne la concession du demandeur et amène le participant à réaliser lui-même une concession en acceptant la requête cible. Comme nous l'avons évoqué au chapitre précédent, les chercheurs ne se sont jamais accordés concernant le coût que doit avoir la requête extrême (très coûteux ou modéré). Néanmoins, Feeley et al. (2016) permettent d'avancer dans la compréhension du principe des concessions en proposant un ratio qui permet de calculer l'ampleur de la concession même pour les études dans lesquelles il n'était pas quantifiable initialement⁹.

⁹ Certains résultats de recherches vont dans le sens des concessions réciproques avec un effet de porte-au-nez lorsque la requête extrême est supérieure à la requête modérée (Even-Chen, Yinon, & Bizman, 1978; Mowen & Cialdini, 1980, exp. 2; Reeves, Baker, Boyd, & Cialdini, 1991, exp. 2; Shanab & O'Neill, 1982) alors que d'autres obtiennent des résultats inverses avec un effet de porte-au-nez avec une requête modérée (Oliver, 1984; Schwarzwald, Raz, & Zvibel, 1979; Wang, Brownstein, & Katzev, 1989). Néanmoins, la dernière méta-analyse (Feeley, Fico, Shaw, Lee, & Griffin, 2016) confirme cette approche par l'analyse des études dont la requête cible est une diminution de la requête extrême comme par exemple passer d'une première requête concernant 2 heures d'enquête à une requête cible avec un questionnaire qui ne prend que 15 minutes (requêtes quantifiables). Leurs travaux ont également porté sur des requêtes extrêmes

Ce tour d'horizon de la littérature, dont la synthèse est faite dans la méta-analyse de Feeley et al. (2016), montre que l'ampleur de la concession n'a jamais été envisagée par la variation du coût de la requête cible. Pourtant, en vertu de la théorie des concessions réciproques, il serait possible de faire varier cette taille de concession en manipulant aussi bien le coût de la requête extrême, que le coût des requêtes cibles. De cette manière, la concession réalisée par le demandeur sera plus flagrante si une requête cible de faible coût est comparée à la requête extrême contrairement à la confrontation de cette même requête extrême à une requête cible au coût plus élevé.

Cependant, les résultats des différentes expériences que nous avons présentés tout au long de cette thèse ont montré tout l'intérêt de prendre en compte la position initiale des participants dans le but de mieux prédire l'efficacité de la technique. Cette dernière expérience a pour but de distinguer l'approche des concessions réciproques de celle qui se base sur la gestion de l'intolérance à l'inconsistance. En intégrant la position vis-à-vis de l'objet dans notre réflexion, nous pouvons nous attendre à des effets de porte-au-nez similaires que ce soit avec une proposition de requête cible au coût plus élevé ou plus faible. En effet, selon notre approche, l'efficacité de la technique de porte-au-nez résiderait dans l'écart entre la position initiale et le comportement de refus lors de la proposition de la requête extrême, et non dans l'écart qui se trouve dans la différence de coût entre la requête extrême et la requête cible. L'expérience suivante a été établie dans le but de tester ce raisonnement.

1 Présentation de l'expérience 6

Cette dernière expérience a pour objectif de manipuler le coût de la requête cible tout en prenant en compte la position des participants vis-à-vis du don de sang. Dans un premier temps un questionnaire sera donné aux participants dans le but de mesurer

et cibles qui ne renvoient pas forcément aux mêmes cours d'action. L'exemple le plus connu correspond à l'expérience princeps dont la requête initiale concerne un rôle de conseiller dans un centre de détention juvénile, 2 heures par semaine pendant 2 ans face à une requête cible qui a pour objet d'encadrer un groupe de jeunes lors d'une visite au zoo (requêtes non quantifiables). Dans les deux cas, une taille de concession a été calculée pour chacune des études intégrées à cette méta-analyse, correspondant à un ratio, et il indique que plus la concession est importante et plus la technique est efficace.

leurs positions vis-à-vis de du don de sang. Dans un second temps, l'effet du coût de la requête cible sera testé dans quatre conditions expérimentales différentes : soit proposition de la requête extrême puis d'une requête cible de faible coût, soit proposition de la requête extrême et de la requête cible au coût plus élevé, soit proposition de la requête cible de faible coût directement ou soit proposition de la requête cible au coût plus élevé directement. Si l'efficacité de la porte-au-nez repose sur le principe des concessions réciproques, alors l'effet de la technique sera reproduit uniquement lorsque l'ampleur de la concession sera flagrante c'est-à-dire avec la requête cible de faible coût. À l'inverse, si l'efficacité de la technique repose sur l'écart entre la position initiale et le comportement de refus, seules les personnes favorables au don de sang accepteront la requête cible en condition de porte-au-nez et ceci peu importe son coût. Les hypothèses opérationnelles que nous allons formuler iront dans le sens de ce que nous défendons dans notre travail de recherche, à savoir un effet de porte-au-nez en fonction de la position initiale.

2 Hypothèses

Hypothèse 1 : Nous nous attendons à ce que les participants des conditions porte-au-nez 1 don de sang acceptent davantage la requête cible que les participants de la condition requête cible seule 1 don de sang (H1a). Nous avons la même attente concernant la condition porte-au-nez 3 dons comparé à la condition requête cible 3 dons de sang (H1b).

Hypothèse 2 : Plus les participants ont une attitude favorable (H2a) pour le don de sang, que ce comportement pro-social est important pour leur Soi (H2b) et qu'ils ont des croyances normatives élevées (H2c) et plus ils devraient accepter la requête cible en condition de porte-au-nez comparée aux participants de la condition requête cible seule.

Hypothèse 3 : L'acceptation de la requête cible dépendra du niveau de l'attitude des participants vis-à-vis de la cause proposée. Plus particulièrement, plus l'attitude qui concerne le don de sang sera favorable et plus les participants devraient accepter la requête cible que ce soit en condition 1 don de sang (H3a) que 3 dons de sang (H3b).

Dans le même sens, plus l'importance du don de sang pour le Soi est élevée, plus les participants accepteront la requête cible en condition 1 don de sang (H3c) et en condition 3 dons de sang (H3d). Pour finir, plus les participants ont des croyances normatives et plus ils accepteront la requête cible en condition 1 don de sang (H3e) et 3 dons de sang (H3f).

3 Méthode

3.1 Participants

Cent trente-neuf étudiants de l'Université de Caen Normandie ont été recruté pour cette expérience. Parmi ces participants, 19 n'ont pas été retenu parce qu'ils ne remplissaient pas les conditions requises par l'Établissement Français du Sang pour être donateurs (santé, poids ; $n = 14$), parce qu'ils ont accepté la requête extrême ($n = 1$), parce qu'ils n'ont pas souhaité écouter le deuxième expérimentateur qui formulait les requêtes ($n = 3$) ou parce qu'ils n'ont pas répondu aux questions concernant le don de sang ($n = 1$). L'échantillon final est composé de 120 personnes dont 82 femmes et 38 hommes âgés de 17¹⁰ à 30 ans ($m = 19,83$ ans, $s = 2,19$).

3.2 Procédure et matériel

L'expérience s'est déroulée en deux phases de la même manière que l'expérience 2. Les requêtes cibles utilisées ont été pré-testées (Annexe 11) et nous avons décidé d'en garder deux qui variaient en fonction de leur coût et de leur caractère raisonnable.

3.2.1 Phase 1 : Remplissage du questionnaire

Les participants ont été, dans un premier temps, sollicités dans les couloirs par un premier expérimentateur dans le but de remplir un questionnaire de vie étudiante. Ils étaient emmenés au laboratoire où se trouvent des bureaux pour répondre individuellement à ce questionnaire. Il comprenait une feuille de consentement éclairé

¹⁰ Un des participants était mineur au moment de remplir le questionnaire mais il a choisi une date de collecte de sang qui avait lieu après sa majorité qui était proche.

qui permettait d'expliquer le but de l'étude et la confidentialité des données recueillies. Les consignes étaient présentées avec un exemple de remplissage, suivies de différentes parties dont une concernait le don de sang (Annexe 1). Avant la fin du remplissage, l'expérimentateur s'absentait du box : « *As-tu des questions concernant le questionnaire ? [Non] Je te laisse un moment, j'ai besoin d'aller chercher un document dans mon bureau. À tout de suite !* »

3.2.2 Phase 2 : Effet des requêtes extrême et cible

Quelques minutes après, un second expérimentateur rentrait dans le box du participant prétextant chercher son collègue. Après que le participant lui ait répondu qu'il s'était absenté, cet expérimentateur en profitait pour se présenter comme travaillant en collaboration avec l'Établissement Français du Sang et commençait à formuler les requêtes : « *Excuses moi, ... n'est pas là ? [Non] Comme tu es tout seul, est-ce que je peux me permettre de te parler un instant ? [Si oui] Je travaille en collaboration avec l'Établissement Français du Sang et nous venons d'avoir une réunion pour nous avertir que nous manquons fortement de plaquettes en ce moment. Les plaquettes sont des éléments cellulaires du sang qui servent à la coagulation et on les transfuse dans les cas d'hémorragies par exemple. Je t'explique comment ça se passe : quand on fait un don de plaquettes ça dure environ 2h00. On prélève du sang dans un bras, il passe dans une centrifugeuse pour séparer les différents constituants. On prélève les plaquettes et les autres constituants sont restitués en continu dans l'autre bras. En fait, c'est comme un don de sang sauf que l'on ne prend que l'un de ses composants. Si je te raconte tout ça, c'est pour savoir si tu accepterais d'être donneur de plaquettes pendant 1 an en sachant deux choses : premièrement, on a besoin de faire en moyenne un prélèvement de plaquettes tous les deux mois dans l'année sur les personnes qui acceptent et deuxièmement, il faut être disponible à tout moment puisqu'en cas d'urgence, l'EFS t'appelle et il faut que tu te rendes dans un site fixe dans les 24h. Est-ce que tu serais intéressé ?* »

Si le participant acceptait l'une des requêtes extrêmes, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques dans le but d'être recontacté directement par l'EFS (Annexe 2).

Pour les participants qui refusaient, l'expérimentateur proposait l'une des deux requêtes cibles : soit celle concernant un engagement à réaliser trois dons de sang dans les neuf prochains mois, soit celle concernant un engagement à réaliser un don de sang dans les trois prochains mois : « *Si je peux me permettre, il y a des collectes de sang mobiles*

qui se font régulièrement sur le campus universitaire mais il est possible aussi d'aller directement à l'EFS. Est-ce que tu serais intéressé à donner ton sang 3 fois dans les 9 prochains mois sachant que le don en lui-même ne dure que 5 minutes et que c'est toi qui choisis à quelle date tu préfères le réaliser ? »

Pour une autre partie des participants, ceux placés en condition requête cible 1 don de sang, l'expérimentateur proposait directement aux participants de s'engager à réaliser un don de sang.

Pour la dernière partie des participants, ceux placés en condition requête cible 3 dons de sang, seule la requête cible avec un engagement de trois dons de sang répartis sur les neuf prochains mois était formulée.

Si le participant acceptait la requête cible, il remplissait un document avec son nom, prénom, date de naissance et ses coordonnées téléphoniques et il choisissait une date pour réaliser son don de sang (Annexe 2).

Après l'acceptation ou le refus des participants à la requête cible, l'expérimentateur expliquait l'objectif de l'étude aux étudiants.

3.3 Mesures

Le questionnaire est identique à celui des expériences 1, 2, 4 et 5 avec les variables attitude ($\alpha = .79$), importance du don de sang pour le Soi ($\alpha = .84$) et croyances normatives ($\alpha = .69$).

4 Résultats

Notre variable indépendante type de requête possède 4 modalités. Nous avons réalisé des régressions logistiques avec des comparaisons planifiées¹¹ dans le but de

¹¹ Contrastes d'intérêt utilisés : Les coefficients du contraste C1 testant l'effet de porte-au-nez avec requête cible 1 don étaient 1 0 -1 0 respectivement pour les conditions de porte-au-nez 1 don, porte-au-nez 3 dons, requête cible 1 don et requête cible 3 dons. Le contraste C2 compare la condition porte-au-nez 3 dons à la condition requête cible 3 dons. Les coefficients sont 0 1 0 -1. Pour finir, le contraste C3 teste la différence d'acceptation entre porte-au-nez 1 don et porte-au-nez 3 dons avec les coefficients 1 -1 0 0.

tester nos hypothèses. Tout comme les expériences précédentes, nous souhaitons tester les interactions avec nos différentes mesures ce qui nous a conduit à réaliser trois régressions pour chacune de nos mesures. Nous avons par conséquent corrigé le seuil de significativité à 1,66% au lieu de 5% (Annexe 12).

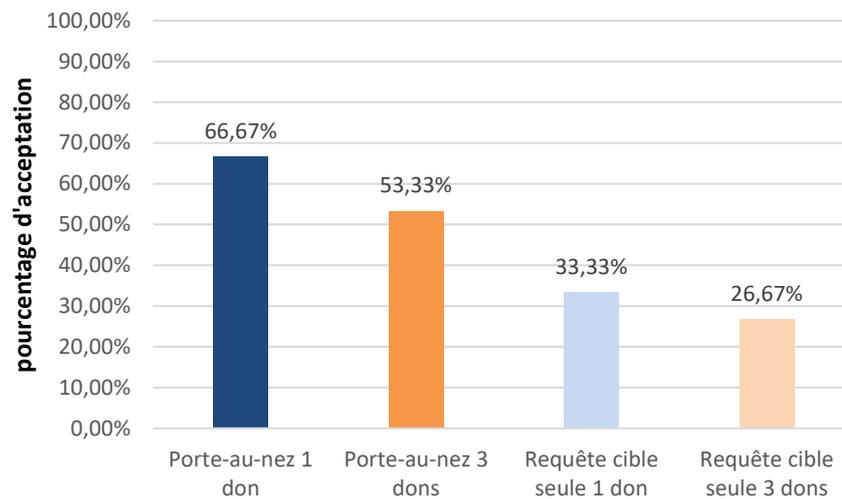


Figure 27. Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête et du coût de la requête cible

4.1 Effet du coût de la requête cible et de l'attitude sur l'acceptation de faire un don

Le premier contraste montre que les personnes en condition porte-au-nez 1 don de sang n'acceptent pas plus de s'engager à réaliser un don de sang (20/30, *i.e.* 66,67%) que ceux placés en condition requête cible 1 don (10/30, *i.e.* 33,33% ; figure 27), $Wald(1) = 3,44$, *ns*. Ce résultat ne nous permet pas de valider notre première hypothèse 1a. Par contre, l'hypothèse 1b est non infirmée par le résultat du second contraste. Celui-ci indique que les personnes de la condition porte-au-nez 3 dons (16/30, *i.e.* 53,33%) acceptent de manière tendancielle de s'engager à réaliser 3 dons de sang après avoir refusé la requête extrême comparativement aux personnes à qui la requête cible 3 dons de sang a été proposée directement (8/30, *i.e.* 26,67%), $Wald(1) = 4,54$, $p < .033$, $OR = 2,26$, 95% IC 1,07-4,79. Le troisième contraste ne révèle aucune différence entre les conditions porte-au-nez 1 don de sang et 3 dons de sang, $Wald(1) = 1,40$, *ns*.

Le modèle nous indique également que plus les participants ont une attitude favorable vis-à-vis du don de sang et plus ils acceptent de s'engager à réaliser un don

de sang, $Wald(1) = 12,38$, $p < .001$, $OR = 2,01$, 95% IC 1,36-2,96. Nous validons l'hypothèse 2a.

En ce qui concerne les interactions, notre modèle ne montre aucun effet de l'attitude en fonction des différents contrastes sur l'acceptation de la requête cible, $Wald(1) = 0,58$, ns , $Wald(1) = 1,36$, ns , $Wald(1) = 1,39$, ns , respectivement pour les interactions entre attitude et C1 (figure 28), C2 (figure 29) et C3. Les hypothèses 3a, 3b et 3g sont infirmées.

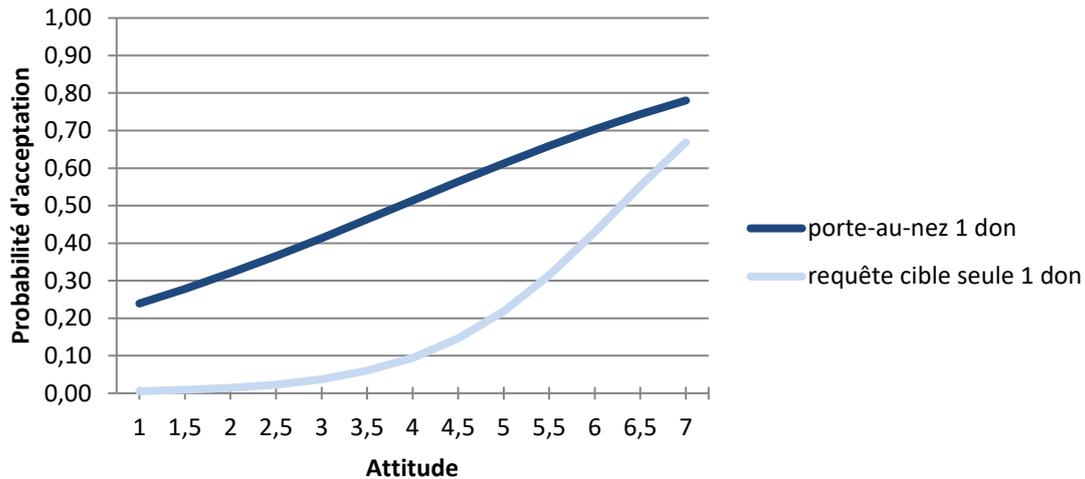


Figure 28. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête (Contraste 1 : porte-au-nez 1 don vs requête cible seule 1 don) et du niveau de l'attitude pour le don de sang

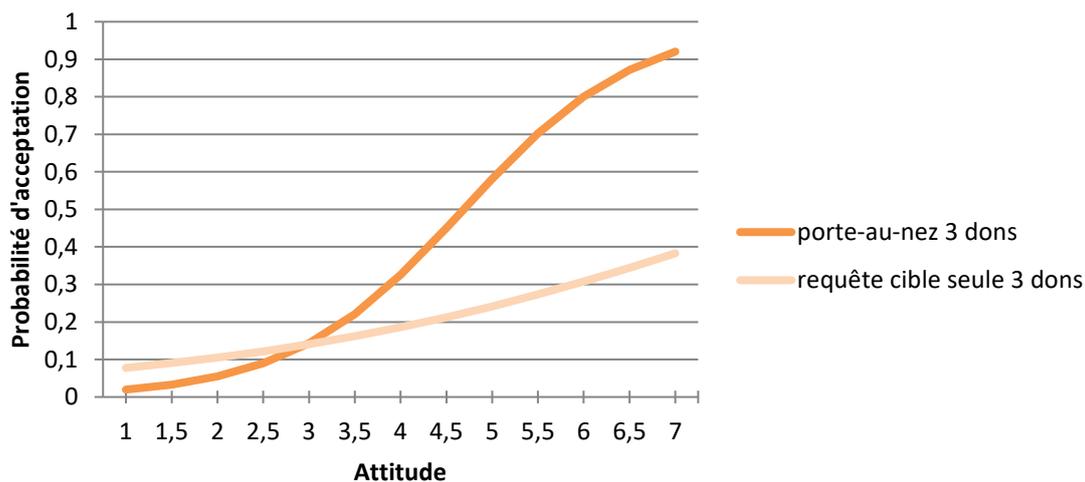


Figure 29. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête (Contraste 2 : porte-au-nez 3 dons vs requête cible seule 3 dons) et du niveau de l'attitude pour le don de sang

4.2 Effet du coût de la requête cible et de l'importance sur l'acceptation de faire un don

Dans ce nouveau modèle, nous observons un effet tendanciel de la porte-au-nez lorsque la requête cible concerne 1 don de sang, $Wald(1) = 4,54, p < .033, OR = 2,57, 95\% IC 1,08-6,12$. Ce résultat nous permet de valider notre première hypothèse H1a. De la même manière, l'hypothèse 1b est non infirmée par le résultat du second contraste car nous obtenons un effet de porte-au-nez avec une requête cible portant sur un engagement de 3 dons de sang, $Wald(1) = 6,48, p < .011, OR = 3,02, 95\% IC 1,29-7,09$. Le troisième contraste nous indique un effet tendanciel dans le sens où la probabilité d'acceptation est plus importante en condition porte-au-nez 3 dons comparée à la condition porte-au-nez 1 don, $Wald(1) = 5,24, p < .022, OR = 4,36, 95\% IC 1,24-15,38$.

L'analyse nous montre que plus les participants accordent de l'importance au don de sang et plus ils acceptent la requête cible, $Wald(1) = 12,38, p < .001, OR = 2,01, 95\% IC 1,36-2,96$. L'hypothèse 2b est non infirmée.

L'interaction entre le contraste 1 et l'importance (figure 30) est tendancielle, $Wald(1) = 3,83, p = .050, OR = 1,90, 95\% IC 0,99-3,61$. Ce résultat reflète une tendance à l'acceptation au fur et à mesure que les participants accordent de l'importance au don, et ceci principalement quand ils sont dans la condition de porte-au-nez 1 don comparé à la condition requête cible 1 don. La seconde interaction (figure 31) montre que plus les participants ont une forte importance concernant le don de sang et plus ils acceptent la requête 3 dons de sang en condition de porte-au-nez et non en condition requête cible seule, $Wald(1) = 10,91, p = .001, OR = 3,12, 95\% IC 1,59-6,13$. Les hypothèses 3c et 3d sont non infirmées.

Chapitre 8. L'effet porte-au-nez :
Distinction entre l'ampleur de l'écart et l'ampleur de la concession

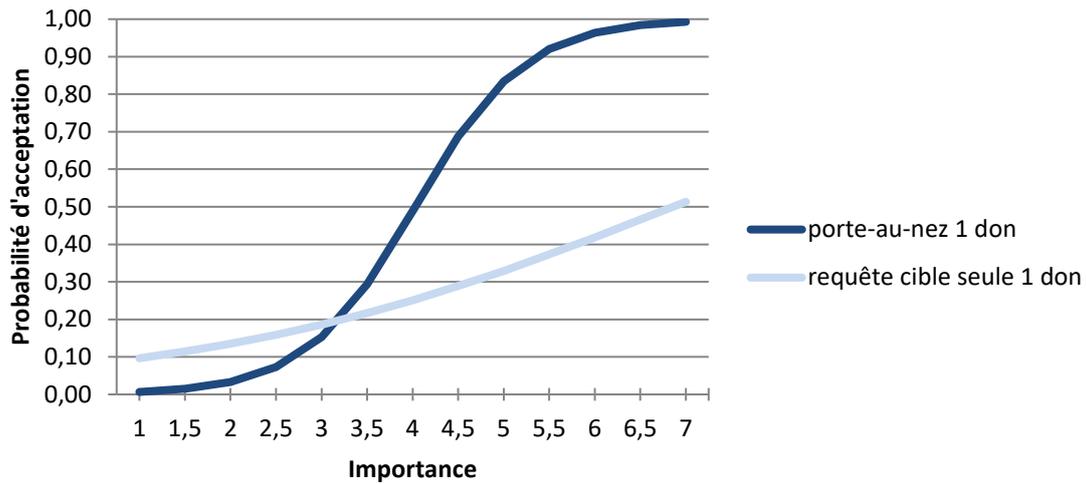


Figure 30. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête (Contraste 1 : porte-au-nez 1 don vs requête cible seule 1 don) et du niveau d'importance accordée au don de sang

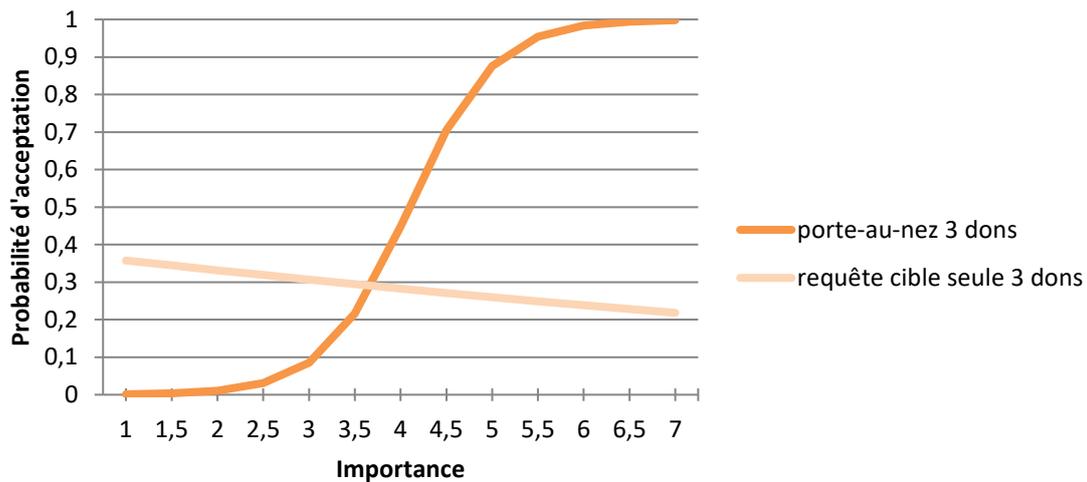


Figure 31. Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête (Contraste 2 : porte-au-nez 3 dons vs requête cible seule 3 dons) et du niveau d'importance accordée au don de sang

La dernière interaction ne révèle aucun effet de l'importance sur l'acceptation dans la comparaison des conditions porte-au-nez 1 don et porte-au-nez 3 dons, $Wald(1) = 0,63, ns$. L'hypothèse 3g est non infirmée.

4.3 Effet du coût de la requête cible et des croyances normatives sur l'acceptation de faire un don

Dans ce dernier modèle, il n'y a pas d'effet de porte-au-nez concernant la requête cible 1 don de sang, $Wald(1) = 2,51$, *ns*. A l'inverse, nous obtenons un effet de porte-au-nez avec la requête cible 3 dons de sang, $Wald(1) = 5,94$, $p = .015$, OR = 2,62, 95% IC 1,21-5,68. Le troisième contraste qui teste la différence entre les conditions porte-au-nez 1 don et 3 dons de sang n'est pas significatif, $Wald(1) = 1,74$, *ns*. Avec ces résultats, l'hypothèse 1b est non infirmée contrairement à l'hypothèse 1a. L'analyse montre un effet des croyances normatives dans le sens où plus le degré de croyances est élevé et plus les participants acceptent la requête cible ($Wald(1) = 9,93$, $p = .002$, OR = 3,04, 95% IC 1,52-6,08. L'hypothèse 2c est non infirmée.

Les trois interactions de notre modèle ne montrent aucun effet des croyances normatives en fonction des différents contrastes sur l'acceptation de la requête cible, $Wald(1) = 1,02$, *ns*, $Wald(1) = 0,15$, *ns*, $Wald(1) = 0,32$, *ns*, respectivement pour les interactions entre les croyances normatives et C1, C2 et C3. Les hypothèses 3e et 3f sont infirmées contrairement à l'hypothèse 3g.

5 Discussion

Nous avons réalisé cette dernière expérience pour comparer notre explication en termes de dissonance cognitive avec celle des concessions réciproques. Plus précisément, des travaux ont montré que la technique de porte-au-nez reposait principalement sur l'ampleur de la réduction du coût des requêtes, tandis que nos précédents résultats appuient l'hypothèse du rôle de l'écart entre la position des participants envers la cause du don de sang et leur comportement de refus. De manière générale, plus l'attitude est favorable au don de sang et plus ils acceptent de s'engager à donner leur sang. De la même manière, plus l'importance est élevée et plus les participants acceptent de s'engager. Nous obtenons un résultat similaire avec les croyances normatives, dans le sens où plus elles sont élevées, plus les participants acceptent de s'engager à donner leur sang. Ces résultats sont conformes à ceux obtenus précédemment dans les expériences où nous avons rendu saillante la position des participants. Les résultats obtenus dans le modèle prenant en compte l'importance

mettent tout d'abord en évidence que lorsqu'une requête extrême est présentée avant la requête cible, nous reproduisons les effets de porte-au-nez, que la requête cible concerne un seul ou trois dons de sang. Ce résultat est incompatible avec une interprétation en termes de concession réciproque mais il prend tout son sens quand nous prenons en compte la position des personnes concernant le don de sang. En effet, les résultats indiquent que plus le don de sang est important et plus ils acceptent la requête cible en condition de porte-au-nez et peu importe le coût de la requête cible.

Si nous essayons de comprendre pourquoi les concessions réciproques ne peuvent pas expliquer les effets de porte-au-nez que nous obtenons, nous pouvons faire référence directement à la limite d'un ratio mathématique. En effet, Feeley et al. (2016) expliquent que le calcul de la taille de la concession qu'ils ont réalisé est incapable de « prendre en compte la distance psychologique perçue par les destinataires pour une concession donnée. [...] Quelle que soit la proportion d'une concession, le contexte de la demande peut en modérer la relation » (Feeley et al., 2016, p. 21). Par cette limite, ils accordent que leur ratio ne correspond qu'à une valeur de concession mathématique car la valeur réelle de cette concession pour la personne n'est pas prise en compte. Nos résultats semblent indiquer que la proposition de la requête cible ou de celle au coût plus élevé sont des concessions de valeur équivalente en condition de porte-au-nez.

Une autre façon de comprendre les résultats correspond à notre travail de recherche car il semble que l'acceptation que nous obtenons avec la technique d'influence repose sur l'inconsistance entre la position initiale des participants et leur comportement de refus. Ce comportement de refus met les participants qui sont favorables au don de sang dans une situation de gestion d'une incohérence, ce qui les amène à accepter la requête cible qui est proposée à la suite. Que le coût de la requête cible soit faible ou plus élevé, nous pouvons déduire de nos résultats que son acceptation va permettre aux participants de réduire cette incohérence.

DISCUSSION GÉNÉRALE

1 L'origine de l'efficacité de la porte-au-nez : un besoin de consistance jusqu'alors ignoré ?

L'ensemble des recherches qui ont porté sur la technique de porte-au-nez ont surtout permis de confirmer son efficacité lorsque certaines conditions d'applications sont respectées (Dillard et al., 1984; Feeley et al., 2012, 2016; Fern et al., 1986; O'Keefe & Hale, 1998, 2001), tout en mettant en évidence diverses manières de concevoir le processus lié à cette efficacité. Pas moins de six interprétations ont été proposées en se focalisant sur différents moments de la technique d'influence séquentielle. Les premières explications se sont concentrées sur l'effet de la confrontation à une requête peu coûteuse après le refus d'une requête au coût plus élevé (Cialdini et al., 1975; Miller, 1974) tandis que les suivantes se sont focalisées essentiellement sur ce que crée le refus de la requête extrême chez les personnes (Millar, 2002a; Pendleton & Batson, 1979; Terrier & Joule, 2008; Tusing & Dillard, 2000). Bien que chacune ait été validée par plusieurs preuves empiriques, aucune de ces explications ne fait à ce jour l'unanimité dans la littérature. Pourtant, à l'époque de la parution de cette technique, la consistance cognitive était l'un des concepts fondamentaux de la psychologie sociale. Heider (1946, 1958) a été le premier à décrire l'existence d'une tendance chez les

personnes à rechercher l'ordre, la symétrie et l'harmonie au sein de leur univers cognitif. Cette recherche d'équilibre cognitif est à la base de plusieurs théories comme le principe de congruence (Osgood & Tannenbaum, 1955) ou la dissonance cognitive (Festinger, 1957). Étant donné qu'il n'est pas rare d'agir en contradiction avec ses idées ou ses convictions (Aronson, Blanton, & Cooper, 1995), les théories qui se basent sur ce besoin de consistance ont tenté d'expliquer comment les personnes réussissent à retrouver un équilibre cognitif. Malgré ce contexte dans lequel l'attention est centrée sur les relations entre attitudes et comportements et les conséquences de leurs déséquilibres, aucune allusion n'a été faite à ce besoin de consistance pour aborder l'efficacité de la technique de porte-au-nez. L'objectif de ce travail de recherche a été de le faire en rapprochant le paradigme de la porte-au-nez d'un éventuel besoin de consistance, assouvi par l'acceptation de la requête cible.

Dans un premier temps, nous avons commencé par vérifier si la position des personnes, mesurée à travers l'attitude, l'importance de l'objet pour le Soi et les croyances normatives, avait un effet sur l'acceptation de la requête en situation de porte-au-nez. Les résultats de nos deux premières études montrent que l'importance de la cause pour le Soi affecte l'acceptation de la requête cible, et ceci d'autant plus en condition de porte-au-nez. Ceci signifie que la position initiale du participant vis-à-vis de la cause a d'autant plus d'effet quand elle est suivie par le refus d'une requête qui, au regard de la position de la personne, aurait dû être acceptée. Dans un second temps, nous avons souhaité approfondir le rôle de l'écart entre la position des personnes et le comportement de refus sur l'acceptation de la requête cible. Nous avons alors manipulé cet écart d'une part en faisant varier l'importance de la cause et d'autre part, en faisant varier le coût de la requête extrême. Les deux expériences menées dans cet objectif ont permis de renforcer l'idée que plus l'écart entre la position des personnes et leur comportement de refus est important, et plus la technique est efficace. Dans un troisième temps, ces résultats conformes à nos hypothèses nous ont amenés à poursuivre les investigations au niveau des émotions éveillées par le refus de la requête extrême. Nous avons alors observé que l'éveil émotionnel est directement lié à l'ampleur de l'inconsistance. En d'autres termes, plus l'importance du Soi est élevée et plus le comportement de refus amène les personnes à se sentir coupable. Enfin, nous avons directement confronté nos hypothèses en termes de gestion de l'inconsistance avec celles basées sur le principe des concessions par la manipulation non plus du coût de la requête extrême mais par celui de la requête cible. Les résultats de l'expérience

que nous avons mise en place nous ont permis de confirmer le rôle décisif de l'inconsistance en mettant en évidence que la présence d'une requête extrême avant la requête cible, permet de reproduire les effets de porte-au-nez et ceci peu importe l'ampleur de la concession.

Dans l'ensemble, nos résultats montrent l'intérêt de prendre en compte l'inconsistance pour expliquer le phénomène de porte-au-nez mais également de préciser l'origine de cette incohérence.

2 Le concept de Soi en situation de porte-au-nez

Initialement, nous avons pensé que l'effet de porte-au-nez allait être modéré par trois construits qui nous semblaient importants à prendre en considération. Il s'agissait de l'attitude, du concept de Soi et des croyances normatives, en accord avec les modèles théoriques qui font référence à l'inconsistance (cf. chapitre 3).

Contrairement à nos attentes, l'attitude ne prédit pas plus l'acceptation de la requête cible en condition porte-au-nez qu'en condition contrôle. Même si le comportement de refus de la requête extrême est en contradiction avec l'attitude des personnes, cette inconsistance ne semble pas affecter la porte-au-nez. Ce résultat nous surprend d'autant plus que nous constatons des moyennes aux items d'attitude réparties entre 3,90 à 6,60 (sur des échelles de 1 à 7), témoignant de l'hétérogénéité de l'attitude à l'égard du don de sang.

De la même manière, nous nous attendions à ce que l'inconsistance entre les croyances normatives et le comportement de refus explique l'acceptation de la requête cible en condition porte-au-nez. Seulement, aucune de nos expériences ne le montre soit parce que ce construit n'intervient pas dans l'efficacité de la technique soit parce que les participants n'ont pas eu l'impression de transgresser leurs croyances normatives. Cooper et Fazio (1984) avançaient l'idée que seules les conséquences aversives et l'attribution de leurs responsabilités pouvaient éveiller de la dissonance. Seulement, l'expérience 5 ne montre pas que l'éveil de culpabilité dépende de l'ampleur croyances normatives. Nous pouvons en déduire que dans la situation de porte-au-nez soit le refus de la première requête n'amène pas les participants à prendre

conscience des conséquences de leur comportement soit ils ne se sentent pas responsable de leur refus.

Finalement, si nous souhaitons rapprocher la technique de porte-au-nez de la dissonance cognitive, ce sera non pas de celle définie par Festinger (1957), ni celle définie par Cooper et Fazio (1984) mais celle de Steele (1988) et de Aronson (1968, 1969). En effet, il semble que ce soit le rapport au concept de Soi qui est important à prendre en compte dans le cas de la technique de porte-au-nez. Si nous essayons d'être plus précis, la théorie de l'affirmation de Soi ne paraît pas être l'approche la plus adaptée. Dans notre procédure et ceci dès l'expérience 2, nous avons fait remplir le questionnaire de mesure juste avant la confrontation aux requêtes. Le fait de rendre saillant que le don de sang est un élément important pour les personnes auraient dû selon cette approche, renforcer le Soi et ainsi inhiber l'acceptation de la requête cible après le refus de la requête extrême. Par contre, nos résultats s'accordent davantage avec la reformulation de la dissonance proposée par Aronson (1968, 1969). En effet, si nous suivons la logique de cet auteur, l'éveil d'une dissonance après le refus de la requête extrême serait présent uniquement chez les personnes pour qui le don de sang est un élément important du Soi. Par conséquent, l'acceptation de la requête cible servirait en condition de porte-au-nez à maintenir la consistance du Soi.

3 L'éveil émotionnel lié au refus de la requête extrême

Dans les études sur les émotions, notamment dans les contextes d'influence sociale, nous nous sommes rendu compte que la culpabilité avait été mesurée à plusieurs reprises. En situation de soumission forcée, un sentiment de culpabilité a été rapporté par les personnes qui ont rédigé librement des arguments en faveur d'une hausse des frais de scolarité (Stice, 1992). Également dans le paradigme de l'hypocrisie induite où les phases successives de rappel de la norme et des transgressions passées amènent les personnes à se sentir coupable (Yousaf & Gobet, 2013). Concernant la technique de porte-au-nez, différentes recherches ont déjà constaté l'éveil de la culpabilité après le refus de la requête extrême (Millar, 2002b; O'Keefe & Figgé, 1999) et sa réduction avec l'acceptation de la requête cible (Millar, 2002a). L'apport de notre recherche consiste à préciser que l'éveil de la culpabilité en situation de porte-au-nez ne concerne pas toutes

les personnes mais uniquement celles qui se retrouvent en situation d'inconsistance due à l'écart entre l'importance de la cause pour le Soi et le refus d'une requête en faveur de cette cause. Nos résultats témoignent que l'éveil de cette émotion n'est possible que si le coût de cette requête refusée n'est pas trop élevé, c'est-à-dire quand le coût de la requête extrême ne permet pas de justifier le refus. Ces résultats amènent à des questionnements quant à la nature même de la dissonance. Nous ne reviendrons pas sur la phase d'éveil physiologique (Gerard, 1967; Mann et al., 1969; Zanna & Cooper, 1974) mais uniquement sur l'affect qui est rattaché à la dissonance. Tout comme dans notre étude, des mesures auto-rapportées ont déjà été utilisées pour déterminer la nature de l'éveil de la dissonance. À de nombreuses reprises, l'état de dissonance s'est révélé être un état émotionnel négatif, correspondant principalement à une dimension d'inconfort (pour une revue voir Martinie & Priolo, 2013). Seulement, à en croire Elliot et Devine (1994), il est possible que « les dissonances ne soient pas toutes égales » (p.318). La nature de la dissonance pourrait varier en fonction des éléments même qui sont à l'origine de son éveil. Par exemple, si le concept de Soi est engagé, des émotions de nature réflexive (Tangney, 1999) ou à conscience de Soi (Tangney & Fischer, 1995) émergeront et des comportements particuliers accompagneront ces émotions spécifiques (Frijda, 1989). De cette manière, si nous donnons l'occasion aux personnes de remédier à leur comportement qui est à l'origine de la culpabilité (Tangney et al., 1996) par la proposition d'un nouveau comportement plus conforme à leur concept de Soi, alors en l'acceptant, ces personnes réduiront l'évaluation négative qu'ils ont d'eux-mêmes. Pour savoir si les situations de dissonance sont toutes équivalentes, il faudrait envisager une situation de comparaison de plusieurs paradigmes d'inconsistance tout en contrôlant le thème sur lequel les comportements porteront. Celui du don du sang se prête bien à cette comparaison et reviendrait à demander à des personnes d'argumenter en faveur de la suppression du don de sang en condition de soumission forcée. Pour la condition d'exposition sélective, un article d'une revue scientifique pourrait aborder les problèmes liés à la pratique du don du sang en évoquant par exemple la dangerosité du don pour la santé du donneur, le coût en termes de temps et la revente de poches de sang à des laboratoires privés à l'étranger. La procédure de l'hypocrisie induite amènerait les participants à trouver des arguments concernant l'importance du don de sang avant de leur faire remplir un questionnaire présentant des situations où ils auraient pu faire un don mais qu'ils n'ont pas réalisé. De ces trois situations, nous pourrions nous attendre,

comme dans l'expérience de Stice (1992), à obtenir de la culpabilité en situation de soumission forcée si les participants craignent réellement que leurs arguments puissent participer à la suppression du don du sang. La situation d'exposition sélective pourrait faire émerger de la colère car les participants sont confrontés à des informations contraires à leurs attitudes. Au même titre que Yousaf et Gobet (2013), nous pensons que la situation d'hypocrisie induite amène à un éveil de la culpabilité.

Néanmoins, parmi les limites de ce travail, l'une d'entre-elles concerne la thématique employée dans le cadre de nos études. En effet, si pour approfondir les émotions ressenties dans différentes situations d'inconsistance il peut être intéressant de garder le même objet social, le fait de n'avoir testé nos hypothèses dans des situations de porte-au-nez ne portant que sur un seul objet, d'autant plus lorsqu'il s'agit du don de sang, fait partie de la première limite de notre travail. Le don de sang est qualifié comme étant le plus pur exemple d'altruisme et de comportement pro-social (Masser et al., 2008) et le refus de réaliser un don pourrait à lui seul éveiller de la culpabilité. Néanmoins, pour appuyer nos résultats en lien avec l'inconsistance, le thème des habitudes alimentaires (Millar, 2002a) a également suscité un éveil de culpabilité lorsque les personnes refusaient de tenir un registre concernant l'ensemble de leur repas pendant une durée de 4 mois et ceci dans le but de promouvoir de saines habitudes alimentaires. Ceci nous conforte dans l'idée que l'éveil de la culpabilité proviendrait avant tout de la situation d'inconsistance et non du thème employé, mais pour nous en assurer il serait judicieux à l'avenir de tester différentes thématiques au même titre que Dillard et Hale (1992) avaient testé différents niveaux de pro-socialité. La seconde limite concerne la réduction de l'éveil émotionnel. Notre travail de recherche a principalement visé à comprendre l'origine de l'inconsistance et son effet sur les émotions éveillées en situation de porte-au-nez. Toutefois, nous n'avons pas vérifié si l'acceptation de la requête cible permettait aux personnes qui ressentent de la culpabilité de se sentir moins coupable. Dans le but de continuer à comprendre et à optimiser le paradigme de porte-au-nez, d'autres études devront être menées pour étudier également les modes de réduction de cette émotion. Nous pourrions alors savoir si la réduction de l'inconsistance, en acceptant la requête cible après le refus d'une requête extrême pourtant en accord avec le soi, permet de réduire la culpabilité ressentie.

4 Quels sont les apports pour la promotion du don de sang ?

Ce travail de thèse nous a permis de comprendre ce qui augmente le nombre de promesses de don dans le cadre de la technique de porte-au-nez ce qui pourrait nous laisser croire qu'il fait partie des recherches appliquées (Morchain & Somat, 2010). Mais ne nous voilons pas la face, ce n'était pas son objectif premier : notre but était avant tout théorique et la méthode utilisée tout au long de ce travail de thèse correspond pleinement à la méthode expérimentale. L'intérêt était de démontrer une relation causale entre une situation d'inconsistance et l'acceptation classiquement observée en situation de porte-au-nez. La méthode expérimentale nous a permis de mieux comprendre le fonctionnement de cette technique en isolant les paramètres que nous souhaitons étudier. Pour autant, force est de constater à l'issue de ce travail quelques retombées pour l'application.

Initialement, nous savions que l'attitude, l'importance pour le Soi et les croyances normatives étaient des prédicteurs de l'intention (Ajzen & Fishbein, 1980; Callero et al., 1987; Charng et al., 1988; Fishbein & Ajzen, 1975; Masser et al., 2012) mais nos résultats montrent que la technique de porte-au-nez permet d'amplifier les promesses de don principalement chez les personnes accordant une forte importance au don de sang. Ce premier résultat n'est pas négligeable dans la mesure où il permet de mieux comprendre le profil de personnes qui sont sensibles à la technique. Seulement, nous nous attendions également à ce que l'acceptation en condition porte-au-nez de se rendre à une collecte de sang puisse augmenter la probabilité de réaliser le don effectif. Le faible nombre de personnes qui se sont déplacés malgré en avoir fait la promesse (expérience 2) constitue ainsi une limite à nos résultats. Il est à noter toutefois, que ce résultat est totalement conforme à ce qui a déjà été obtenu auparavant dans ce paradigme. De précédentes recherches ont déjà souligné l'intérêt d'utiliser la technique de porte-au-nez pour augmenter l'intention comportementale mais elles ont également montré que la porte-au-nez est moins efficace pour produire de la conformité comportementale (Feeley et al., 2012, 2016). Ceci signifie que l'intention ne suffit pas toujours à adopter un comportement comme en témoigne la méta-analyse de Webb et Sheeran (2006) sur ce sujet. Une explication de ce faible lien peut être trouvée dans le délai qui sépare l'intention comportementale du comportement effectif. Ajzen et

Fishbein (1974, 1977) expliquent que les intentions sont de bons prédicteurs des comportements à condition que l'intervalle entre leurs mesures soit court plutôt que long. Guéguen (2014) a en effet observé cette relation, ce qui signifie que les intentions peuvent évoluer avec le temps ou rencontrer des obstacles à leur concrétisation. Seulement, il ne faudrait pas contraindre l'usage de la technique de porte-au-nez à des situations où le comportement souhaité est à réaliser le jour même. Une des solutions pourrait consister à coupler la technique de porte-au-nez à d'autres stratégies qui viendraient prendre le relai et permettre la réalisation des comportements dont nous avons l'intention (Gollwitzer, 1993). L'implémentation d'intention (Gollwitzer, 1993, 1999) est justement une méthode qui a cet objectif et nécessite une mise en œuvre assez simple. La première étape consiste à délimiter les obstacles potentiels à la réalisation du comportement. En ce qui concerne le don de sang, les plus courants renvoient à l'oubli de réaliser le don, à un changement d'emploi du temps et au trajet pour se rendre sur le lieu de la collecte (Godin et al., 2010, 2013). La seconde étape consiste à détailler les actions à réaliser en précisant les moyens (*i.e.* comment), le contexte (*i.e.* où) et le moment de l'action (*i.e.* quand) pour pallier à ces obstacles. Ces éléments sont ensuite réunis dans des plans formulés sous le format langagier « Si-alors », et ils sont donnés à lire aux personnes après leur acceptation à réaliser un don de sang. La méthode d'implémentation de l'intention a déjà fait ses preuves dans le domaine du don de sang (Godin et al., 2010, 2013) et peut tout à fait être intégrée à la technique de porte-au-nez lors du remplissage du flyer qui correspond à la promesse de don. De cette manière, la technique de porte-au-nez permettrait d'amplifier le nombre de personnes qui accepteraient de réaliser un don de sang et l'implémentation d'intention servirait à favoriser la transformation de ces intentions en comportements effectifs.

CONCLUSION

Malgré le caractère fondamental et universel attribué au besoin de consistance (Festinger, 1957; Heider, 1946, 1958; Osgood & Tannenbaum, 1955), nous connaissons tous des situations qui viennent mettre en péril cet équilibre cognitif. Certaines personnes, pourtant fondamentalement attachées au respect des règles de sécurité, prennent le volant après une consommation d'alcool excessive. D'autres ont participé à la marche pour le climat en septembre dernier mais ne rénovent pas leur logement selon les normes énergétiques. D'autres enfin sont tout à fait convaincues par l'importance du don de sang mais n'en n'ont pour autant jamais fait. Alors, si nous avons besoin de consistance, comment se fait-il que nous réalisons des comportements opposés à cette recherche d'équilibre ? Une réponse peut être avancée du côté des moyens qui existent pour gérer et retrouver cet équilibre. En se basant sur la théorie de Festinger (1957), il existe trois façon de retrouver un état de consistance : modifier une des deux cognitions inconsistantes, ajouter une nouvelle cognition consonante ou diminuer l'importance d'une cognition inconsistante. Il n'est pas rare que les personnes justifient leurs comportements en pensant par exemple qu'ils n'ont qu'une courte distance à parcourir pour rentrer chez eux malgré une soirée bien arrosée. D'autres ont l'intention d'entreprendre des travaux d'isolation mais la mise en place de robinets thermostatiques était une solution moins onéreuse. Certains évoquent que leur emploi

du temps ne leur permet pas de se rendre disponible pour aller à une collecte de sang. Pendant les passations expérimentales des études de ce travail de thèse, nous nous sommes rendus compte à quel point les personnes rencontrées avaient besoin de justifier leurs comportements de refus. Les raisons invoquées pouvaient aussi bien être en lien avec les craintes que pouvaient susciter un don de sang (*e.g.* peur des aiguilles, phobie du sang, crainte de se sentir mal) qu'avec des problèmes de disponibilité (*e.g.* le don de plaquette prend trop de temps, ne pas pouvoir s'engager sur une année entière, habiter trop loin). Heureusement, ces justifications n'ont pas nui à la reproduction des effets classiques de porte-au-nez et elles nous ont incités à penser que nous ne faisons pas fausse route concernant l'existence d'une inconsistance à la base de ces effets.

Dans l'ensemble, les résultats de notre travail ont montré l'intérêt de prendre en compte l'importance de la cause pour le Soi pour améliorer la compréhension du processus qui est à l'origine de l'efficacité de la technique de porte-au-nez. Nous avons effectivement observé, d'une part, que les personnes acceptaient la requête cible après le refus de la requête extrême uniquement lorsque le refus initial était inconsistant avec l'importance qu'ils accordaient à la cause (expériences 1, 2, 3, 4 et 6). D'autre part, cette inconsistance favorisait l'acceptation de la requête cible à condition que le coût de la requête extrême ne permette pas de justifier totalement son refus (expérience 4) car un coût trop élevé viendrait empêcher l'éveil de la culpabilité (expérience 5). Finalement, après avoir refusé une requête extrême, le fait que les personnes acceptaient une requête cible même d'un coût plus élevé que celle habituellement proposée était davantage interprétable en terme de gestion d'une inconsistance qu'en terme de concessions réciproques (expérience 6).

Pour conclure, bien plus qu'un simple effet sur l'acceptation de s'engager à donner son sang, l'importance de la cause pour le Soi modère l'effet de la technique d'influence. Plus l'importance de la cause pour le Soi est élevée, plus le comportement de refus crée de l'inconsistance et plus les participants s'engagent à faire un don de sang. Le rôle de cette inconsistance dans le cadre de la technique d'influence de la porte-au-nez remet en question ainsi sa classification parmi les techniques reposant sur un comportement non problématique (Sénémeaud et al., 2008). Si jusqu'à présent la technique de porte-au-nez a été considérée comme telle, c'est très certainement lié à une confusion avec les causes pro-sociales qui sont employées. Les résultats que nous avons présentés soulignent que tout comme les techniques basées sur des

Conclusion

comportements problématiques, la porte-au-nez reposerait également sur une inconsistance. Cette inconsistance qu'il faudra garder à l'esprit lors de l'utilisation de la technique de porte-au-nez pour promouvoir le don de sang ou d'autres causes sociales.

Conclusion

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Abraham, R. (1998). Emotional dissonance in organizations: Antecedents, consequences, and moderators. *Genetic, social, and general psychology monographs*, 124(2), 229- 246.
- Abrahams, M. F., & Bell, R. A. (1994). Encouraging charitable contributions: An examination of three models of door-in-the-face compliance. *Communication Research*, 21(2), 131-153.
- Adelmann, P. K. (1995). Emotional labor as a potential source of job stress. In S. L. Sauter & L. R. Murphy, *Organizational risk factors for job stress* (p. 371- 381). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1974). Factors influencing intentions and the intention-behavior relation. *Human relations*, 27(1), 1-15.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological bulletin*, 84(5), 888- 918.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood-Cliffs: Prentice-Hall.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Social cognitive determinants of blood donation. *Journal of applied social psychology*, 31(7), 1431-1457.
- Aronson, E. (1968). Dissonance theory: Progress and problems. In R. P. Abelson, E. Aronson, W. J. McGuire, T. M. Newcomb, & P. H. Tannenbaum, *Theories of cognitive consistency: A sourcebook* (p. 5- 27). Chicago: Rand McNally.
- Aronson, E. (1969). The theory of cognitive dissonance: A current perspective. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 4, p. 1-34). Elsevier.

Références bibliographiques

- Aronson, E. (1992). The return of the repressed: Dissonance theory makes a comeback. *Psychological inquiry*, 3(4), 303-311.
- Aronson, E. (1999a). Dissonance, hypocrisy, and the self-concept. In E. Harmon-Jones & J. Mills, *Cognitive Dissonance: Progress on a Pivotal Theory in Social Psychology* (p. 103- 126). Washington, DC: American Psychological Association.
- Aronson, E. (1999b). The power of self-persuasion. *American Psychologist*, 54(11), 875- 884.
- Aronson, E., & Carlsmith, J. M. (1962). Performance expectancy as a determinant of actual performance. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65(3), 178- 182.
- Aronson, E., & Carlsmith, J. M. (1963). Effect of the severity of threat on the devaluation of forbidden behavior. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66(6), 584- 588.
- Aronson, E., Carlsmith, J. M., & Darley, J. M. (1963). The effects of expectancy on volunteering for an unpleasant experience. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66(3), 220- 224.
- Aronson, E., Fried, C., & Stone, J. (1991). Overcoming denial and increasing the intention to use condoms through the induction of hypocrisy. *American Journal of public health*, 81(12), 1636-1638.
- Aronson, E., & Mills, J. (1959). The effect of severity of initiation on liking for a group. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59(2), 177- 181.
- Aronson, J., Blanton, H., & Cooper, J. (1995). From dissonance to disidentification: Selectivity in the self-affirmation process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(6), 986- 996.
- Astrom, A. N., & Rise, J. (2001). Young adults' intention to eat healthy food: Extending the theory of planned behaviour. *Psychology and Health*, 16(2), 223- 237.
- Bator, R. J., & Cialdini, R. B. (2006). The nature of consistency motivation: Consistency, inconsistency, and anticonsistency in a dissonance paradigm. *Social Influence*, 1(3), 208-233.
- Baumeister, R. F., Stillwell, A. M., & Heatherton, T. F. (1994). Guilt: an interpersonal approach. *Psychological bulletin*, 115(2), 243- 267.
- Beauvois, J.-L., Joule, R.-V., & Brunetti, F. (1993). Cognitive rationalization and act rationalization in an escalation of commitment. *Basic and applied social psychology*, 14(1), 1-17.
- Bednall, T. C., Bove, L. L., Cheetham, A., & Murray, A. L. (2013). A systematic review and meta-analysis of antecedents of blood donation behavior and intentions. *Social science & medicine*, 96, 86-94.
- Bell, R. A., Abrahams, M. F., Clark, C. L., & Schlatter, C. (1996). The door-in-the-face compliance strategy: An individual differences analysis of two models in an AIDS fundraising context. *Communication Quarterly*, 44(1), 107-124.
- Benton, A. A., Kelley, H. H., & Liebling, B. (1972). Effects of extremity of offers and concession rate on the outcomes of bargaining. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(1), 73- 83.

Références bibliographiques

- Berkowitz, L. (1957). Effects of perceived dependency relationships upon conformity to group expectations. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 55(3), 350- 354.
- Berkowitz, L. (1968). Responsibility, reciprocity, and social distance in help-giving: An experimental investigation of English social class differences. *Journal of Experimental Social Psychology*, 4(1), 46-63.
- Berkowitz, L., & Daniels, L. R. (1963). Responsibility and dependency. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66(5), 429- 436.
- Berkowitz, L., & Daniels, L. R. (1964). Affecting the salience of the social responsibility norm: Effects of past help on the response to dependency relationships. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 68(3), 275- 281.
- Blass, T. (1984). Social psychology and personality: Toward a convergence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(5), 1013- 1027.
- Boster, F. J., Cruz, S., Manata, B., DeAngelis, B. N., & Zhuang, J. (2016). A meta-analytic review of the effect of guilt on compliance. *Social Influence*, 11(1), 54-67.
- Brehm, J. W. (1956). Postdecision changes in the desirability of alternatives. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 52(3), 384- 389.
- Brehm, J. W., & Cohen, A. R. (1959). Re-evaluation of choice alternatives as a function of their number and qualitative similarity. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58(3), 373- 378.
- Brehm, J. W., & Cohen, A. R. (1962). *Explorations in cognitive dissonance*. Hoboken, NJ, US: John Wiley & Sons Inc.
- Brehm, J. W., & Wicklund, R. A. (1970). Regret and dissonance reduction as a function of postdecision salience of dissonant information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 14(1), 1- 7.
- Brownstein, R. J., & Katzev, R. D. (1985). The relative effectiveness of three compliance techniques in eliciting donations to a cultural organization. *Journal of Applied Social Psychology*, 15(6), 564-574.
- Buunk, B. P., & Bakker, A. B. (1995). Extradyadic sex: The role of descriptive and injunctive norms. *Journal of Sex Research*, 32(4), 313- 318.
- Callero, P. L., Howard, J. A., & Piliavin, J. A. (1987). Helping behavior as role behavior: Disclosing social structure and history in the analysis of prosocial action. *Social Psychology Quarterly*, 50(3), 247-256.
- Cann, A., Sherman, S. J., & Elkes, R. (1975). Effects of initial request size and timing of a second request on compliance: the foot in the door and the door in the face. *Journal of personality and social psychology*, 32(5), 774- 782.
- Cantarero, K., Gamian-Wilk, M., & Dolinski, D. (2016). Being inconsistent and compliant: The moderating role of the preference for consistency in the door-in-the-face technique. *Personality and Individual Differences*, 115(1), 54-57.
- Cantrill, J. G., & Seibold, D. R. (1986). The perceptual contrast explanation of sequential request strategy effectiveness. *Human*

Références bibliographiques

- Communication Research*, 13(2), 253-267.
- Carlsmith, J. M., & Gross, A. E. (1969). Some effects of guilt on compliance. *Journal of personality and social psychology*, 11(3), 232- 239.
- Channouf, A. (1991). Activation du modèle explicatif des conduites et des renforcements et acceptation d'un acte coûteux. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule, & J.-M. Monteil, *Perspectives cognitives et conduites sociales* (Vol. 3, p. 135-152). Delval.
- Channouf, A., & Mangard, C. (1997). Les aspects socionormatifs de la consistance cognitive. *Cahiers internationaux de psychologie sociale*, 36, 28- 45.
- Charles, A. (2017). *La nature émotionnelle de l'état d'inconfort en situation de dissonance cognitive* (Mémoire de Master). Université de Caen.
- Charng, H.-W., Piliavin, J. A., & Callero, P. L. (1988). Role identity and reasoned action in the prediction of repeated behavior. *Social Psychology Quarterly*, 51(4), 303- 317.
- Chertkoff, J. M., & Conley, M. (1967). Opening offer and frequency of concession as bargaining strategies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 7(2), 181- 185.
- Cialdini, R. B. (1990). *Influence et manipulation*. New-York: First.
- Cialdini, R. B. (2003). Crafting normative messages to protect the environment. *Current directions in psychological science*, 12(4), 105-109.
- Cialdini, R. B., & Ascani, K. (1976). Test of a concession procedure for inducing verbal, behavioral, and further compliance with a request to give blood. *Journal of Applied Psychology*, 61(3), 295- 300.
- Cialdini, R. B., Cacioppo, J. T., Bassett, R., & Miller, J. A. (1978). Low-ball procedure for producing compliance: commitment then cost. *Journal of personality and Social Psychology*, 36(5), 463- 476.
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of personality and social psychology*, 58(6), 1015- 1026.
- Cialdini, R. B., Trost, M. R., & Newsom, J. T. (1995). Preference for consistency: The development of a valid measure and the discovery of surprising behavioral implications. *Journal of personality and social psychology*, 69(2), 318- 328.
- Cialdini, R. B., Vincent, J. E., Lewis, S. K., Catalan, J., Wheeler, D., & Darby, B. L. (1975). Reciprocal concessions procedure for inducing compliance: The door-in-the-face technique. *Journal of personality and Social Psychology*, 31(2), 206- 215.
- Clowes, R., & Masser, B. M. (2012). Right here, right now: the impact of the blood donation context on anxiety, attitudes, subjective norms, self-efficacy, and intention to donate blood. *Transfusion*, 52(7), 1560-1565.
- Cohen, A. R. (1959). Communication discrepancy and attitude change: A dissonance theory approach. *Journal of Personality*, 27, 386- 396.
- Cohen, T. R., Wolf, S. T., Panter, A. T., & Insko, C. A. (2011).

Références bibliographiques

- Introducing the GASP scale: a new measure of guilt and shame proneness. *Journal of personality and social psychology*, 100(5), 947- 966.
- Conner, M., Godin, G., Sheeran, P., & Germain, M. (2013). Some feelings are more important: Cognitive attitudes, affective attitudes, anticipated affect, and blood donation. *Health Psychology*, 32(3), 264- 272.
- Conner, M., Martin, E., Silverdale, N., & Grogan, S. (1996). Dieting in adolescence: An application of the theory of planned behaviour. *British Journal of Health Psychology*, 1(4), 315-325.
- Cooper, J. (1971). Personal responsibility and dissonance: The role of foreseen consequences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 18(3), 354- 363.
- Cooper, J. (1999). Unwanted consequences and the self: In search of the motivation for dissonance reduction. In E. Harmon-Jones & J. Mills, *Cognitive dissonance: progress on a pivotal theory in social psychology*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Cooper, J. (2007). *Cognitive dissonance: 50 years of a classic theory*. Sage.
- Cooper, J., & Fazio, R. H. (1984). A new look at dissonance theory. In L. Berkowitz, *Advances in experimental social psychology* (Vol. 17, p. 229-266). New-York: Academic Press.
- Cooper, J., & Hogg, M. A. (2007). Feeling the anguish of others: A theory of vicarious dissonance. *Advances in experimental social psychology*, 39, 359-403.
- Cooper, J., & Worchel, S. (1970). Role of undesired consequences in arousing cognitive dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16(2), 199- 206.
- Crano, W. D., & Sivacek, J. (1982). Social reinforcement, self-attribution, and the foot-in-the-door phenomenon. *Social Cognition*, 1(2), 110-125.
- Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of consulting psychology*, 24(4), 349- 354.
- Croyle, R. T., & Cooper, J. (1983). Dissonance arousal: Physiological evidence. *Journal of personality and social psychology*, 45(4), 782- 791.
- Cryder, C. E., Springer, S., & Morewedge, C. K. (2012). Guilty feelings, targeted actions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(5), 607-618.
- Dagot, L., & Perié, O. (2014). Le burnout et la dissonance émotionnelle dans l'activité de care en centre d'appel. *Le travail humain*, 77(2), 155-175.
- Damasio, A. (2010). *L'autre moi-même: Les nouvelles cartes du cerveau, de la conscience et des émotions*. Odile Jacob.
- De Houwer, J., Teige-Mocigemba, S., Spruyt, A., & Moors, A. (2009). Implicit measures: A normative analysis and review. *Psychological bulletin*, 135(3), 347- 368.
- Desrumaux-Zagrodnicki, P. (1996). *Explications causales et engagement contre ou pro attitudinal: de l'internalité aux conduites pro-attitudinales* (Thèse de doctorat). Université de Lille 3.

Références bibliographiques

- Devine, P. G., Tauer, J. M., Barron, K. E., Elliot, A. J., & Vance, K. M. (1999). Moving beyond attitude change in the study of dissonance-related processes. In E. Harmon-Jones & J. Mills, *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (p. 297-323). Washington, DC: American Psychological Association.
- Dickerson, C. A., Thibodeau, R., Aronson, E., & Miller, D. (1992). Using Cognitive Dissonance to Encourage Water Conservation 1. *Journal of Applied Social Psychology, 22*(11), 841-854.
- Dillard, J. P. (1991). The current status of research on sequential-request compliance techniques. *Personality and Social Psychology Bulletin, 17*(3), 283-288.
- Dillard, J. P., & Hale, J. L. (1992). Prosocialness and sequential request compliance techniques: Limits to the foot-in-the door and the door-in-the-face? *Communication Studies, 43*(4), 220-232.
- Dillard, J. P., Hunter, J. E., & Burgoon, M. (1984). Sequential-request persuasive strategies: Meta-analysis of foot-in-the-door and door-in-the-face. *Human Communication Research, 10*(4), 461-488.
- Dortier, J.-F. (2013). *Dictionnaire des sciences sociales*. Auxerre: Sciences humaines.
- Dweck, C. S. (2000). *Self-theories: Their role in motivation, personality, and development*. Psychology press.
- Dweck, C. S., & Leggett, E. L. (1988). A social-cognitive approach to motivation and personality. *Psychological review, 95*(2), 256- 273.
- Ekman, P. (1973). Cross-cultural studies of facial expression. In P. Ekman, *Darwin and facial expression: A century of research in review*. Academic Press.
- Ekman, P. (1984). Expression and the nature of emotion. In K. R. Scherer & P. Ekman, *Approaches to emotion* (p. 319-344). New-York: Psychology Press.
- Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. *Cognition & emotion, 6*(3- 4), 169-200.
- Ekman, P. (1999). Basic emotions. In T. Dalgleish & M. C. Powell, *Handbook of cognition and emotion* (p. 45-60). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Ekman, P., Friesen, W. V., & Ellsworth, P. (1972). *Emotion in the Human Face: Guide-lines for Research and an Integration of Findings: Guidelines for Research and an Integration of Findings*. Pergamon.
- Ekman, P., Friesen, W. V., O'sullivan, M., Chan, A., Diacoyanni-Tarlatzis, I., Heider, K., ... & Ricci-Bitti, P. E. (1987). Universals and cultural differences in the judgments of facial expressions of emotion. *Journal of personality and social psychology, 53*(4), 712- 717.
- Elkin, R. A., & Leippe, M. R. (1986). Physiological arousal, dissonance, and attitude change: Evidence for a dissonance-arousal link and a "Don't remind me" effect. *Journal of personality and social psychology, 51*(1), 55- 65.
- Elliot, A. J., & Devine, P. G. (1994). On the motivational nature of cognitive dissonance: Dissonance as psychological discomfort. *Journal of personality and social psychology, 67*(3), 382- 394.

Références bibliographiques

- Etgen, M. P., & Rosen, E. F. (1993). Cognitive dissonance: Physiological arousal in the performance expectancy paradigm. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 31(3), 229-231.
- Even-Chen, M., Yinon, Y., & Bizman, A. (1978). The door in the face technique: Effects of the size of the initial request. *European Journal of Social Psychology*, 8(1), 135-140.
- Fazio, R. H. (1986). How do attitudes guide behavior. *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*, 1, 204-243.
- Fazio, R. H., Chen, J.-M., McDonel, E. C., & Sherman, S. J. (1982). Attitude accessibility, attitude-behavior consistency, and the strength of the object-evaluation association. *Journal of experimental social psychology*, 18(4), 339-357.
- Fazio, R. H., Powell, M. C., & Herr, P. M. (1983). Toward a process model of the attitude-behavior relation: Accessing one's attitude upon mere observation of the attitude object. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(4), 723-735.
- Feeley, T. H., Anker, A. E., & Aloe, A. M. (2012). The door-in-the-face persuasive message strategy: A meta-analysis of the first 35 years. *Communication Monographs*, 79(3), 316-343.
- Feeley, T. H., Fico, A. E., Shaw, A. Z., Lee, S., & Griffin, D. J. (2016). Is the Door-in-the-Face a Concession? *Communication Quarterly*, 65(1), 97-123.
- Fern, E. F., Monroe, K. B., & Avila, R. A. (1986). Effectiveness of Multiple Request Strategies: A Synthesis of Research Results. *Journal of Marketing Research*, 23(2), 144-152.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Peterson and Company.
- Festinger, L., & Aronson, E. (1960). The arousal and reduction of dissonance in social contexts. In D. Cartwright & A. Zander, *Group dynamics: research and theory* (p. 214-231). Evanston, Ill: Row, Peterson.
- Festinger, L., & Carlsmith, J. M. (1959). Cognitive consequences of forced compliance. *The journal of abnormal and social psychology*, 58(2), 203-210.
- Festinger, L., Riecken, H., & Schachter, S. (1956). *When prophecy fail*. Minneapolis, MN, US: University of Minnesota Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Adison-Wesley Publishing Company.
- Foehl, J. C., & Goldman, M. (1983). Increasing altruistic behavior by using compliance techniques. *The Journal of Social Psychology*, 119(1), 21-29.
- Foss, R. D., & Dempsey, C. B. (1979). Blood donation and the foot-in-the-door technique: A limiting case. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(4), 580-590.
- France, C. R., France, J. L., Wissel, M. E., Kowalsky, J. M., Bolinger, E. M., & Huckins, J. L. (2011). Enhancing blood donation intentions using multimedia donor education materials. *Transfusion*, 51(8), 1796-1801.
- France, J. L., France, C. R., & Himawan, L. K. (2007). A path analysis of intention to redonate

- among experienced blood donors: an extension of the theory of planned behavior. *Transfusion*, 47(6), 1006–1013.
- France, J. L., France, C. R., & Himawan, L. K. (2008). Re-donation intentions among experienced blood donors: Does gender make a difference? *Transfusion and Apheresis Science*, 38(2), 159- 166.
- France, J. L., Kowalsky, J. M., France, C. R., McGlone, S. T., Himawan, L. K., Kessler, D. A., & Shaz, B. H. (2014). Development of common metrics for donation attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and intention for the blood donation context. *Transfusion*, 54(3pt2), 839–847.
- Freedman, J. L., & Fraser, S. C. (1966). Compliance without pressure: the foot-in-the-door technique. *Journal of personality and social psychology*, 4(2), 195- 202.
- Freedman, J. L., Wallington, S. A., & Bless, E. (1967). Compliance without pressure: The effect of guilt. *Journal of Personality and Social Psychology*, 7(2p1), 117- 124.
- Frijda, N. H. (1989). Les théories des émotions: un bilan. *Les émotions*, 21–72.
- Frijda, N. H., Kuipers, P., & Ter Schure, E. (1989). Relations among emotion, appraisal, and emotional action readiness. *Journal of personality and social psychology*, 57(2), 212- 228.
- Frijda, N. H., & Mesquita, B. (1994). The social roles and functions of emotions. In S. Kitayama & H. R. Markus, *Emotion and culture: Empirical studies of mutual influence*. (p. 51- 87). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Galinsky, A. D., Stone, J., & Cooper, J. (2000). The reinstatement of dissonance and psychological discomfort following failed affirmations. *European Journal of Social Psychology*, 30(1), 123–147.
- Gamian-Wilk, M., & Lachowicz-Tabaczek, K. (2007). Implicit theories and compliance with the foot-in-the-door technique. *Polish Psychological Bulletin*, 38(1), 50- 63.
- Gamian-Wilk, M., & Lachowicz-Tabaczek, K. (2009). The belief to have fixed or malleable traits and help giving: implicit theories and sequential social influence techniques. *Polish Psychological Bulletin*, 40(2), 85–100.
- Gerard, H. B. (1967). Choice difficulty, dissonance, and the decision sequence. *Journal of Personality*, 35(1), 91- 108.
- Giles, M., Mcclenahan, C., Cairns, E., & Mallet, J. (2004). An application of the theory of planned behaviour to blood donation: the importance of self-efficacy. *Health education research*, 19(4), 380–391.
- Glass, D. C. (1964). Changes in liking as a means of reducing cognitive discrepancies between self-esteem and aggression 1. *Journal of Personality*, 32(4), 531–549.
- Godin, G., Amireault, S., Vézina-Im, L.-A., Sheeran, P., Conner, M., Germain, M., & Delage, G. (2013). Implementation intentions intervention among temporarily deferred novice blood donors. *Transfusion*, 53(8), 1653–1660.
- Godin, G., Conner, M., Sheeran, P., Bélanger-Gravel, A., & Germain,

Références bibliographiques

- M. (2007). Determinants of repeated blood donation among new and experienced blood donors. *Transfusion*, 47(9), 1607-1615.
- Godin, G., Sheeran, P., Conner, M., Delage, G., Germain, M., Bélanger-Gravel, A., & Naccache, H. (2010). Which survey questions change behavior? Randomized controlled trial of mere measurement interventions. *Health Psychology*, 29(6), 636- 644.
- Goetz, J. L., & Keltner, D. (2007). Shifting meanings of self-conscious emotions across cultures. In J. L. Tracy, R. W. Robins, & J. P. Tangney, *The self-conscious emotions: Theory and research* (p. 153- 173). New York, NY: Guilford Press.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth London.
- Goldman, M., & Creason, C. R. (1981). Inducing compliance by a two-door-in-the-face procedure and a self-determination request. *The Journal of Social Psychology*, 114(2), 229-235.
- Goldman, M., McVeigh, J. F., & Richterkessing, J. L. (1984). Door-in-the-face procedure: Reciprocal concession, perceptual contrast, or worthy person. *Journal of Social Psychology*, 123(2), 245- 251.
- Gollwitzer, P. M. (1993). Goal achievement: The role of intentions. *European review of social psychology*, 4(1), 141-185.
- Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: strong effects of simple plans. *American psychologist*, 54(7), 493- 503.
- Gosling, P., Denizeau, M., & Oberlé, D. (2006). Denial of responsibility: a new mode of dissonance reduction. *Journal of personality and social psychology*, 90(5), 722- 733.
- Gouldner, A. W. (1960). The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161- 178. <https://doi.org/10.2307/2092623>
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: the implicit association test. *Journal of personality and social psychology*, 74(6), 1464- 1480.
- Greenwald, A. G., Poehlman, T. A., Uhlmann, E. L., & Banaji, M. R. (2009). Understanding and using the Implicit Association Test: III. Meta-analysis of predictive validity. *Journal of personality and social psychology*, 97(1), 17- 41.
- Guadagno, R. E., & Cialdini, R. B. (2010). Preference for consistency and social influence: A review of current research findings. *Social Influence*, 5(3), 152-163.
- Guéguen, N. (2003). Fund-raising on the web: The effect of an electronic door-in-the-face technique on compliance to a request. *CyberPsychology & Behavior*, 6(2), 189-193.
- Guéguen, N. (2014). Door-in-the-face technique and delay to fulfill the final request: An evaluation with a request to give blood. *The Journal of psychology*, 148(5), 569-576.
- Hale, J. L., & Laliker, M. (1999). Explaining the door-in-the face: Is it really time to abandon reciprocal concessions? *Communication Studies*, 50(3), 203-210.

Références bibliographiques

- Harmon-Jones, E. (2000). Cognitive dissonance and experienced negative affect: Evidence that dissonance increases experienced negative affect even in the absence of aversive consequences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(12), 1490-1501.
- Harmon-Jones, E., Brehm, J. W., Greenberg, J., Simon, L., & Nelson, D. E. (1996). Evidence that the production of aversive consequences is not necessary to create cognitive dissonance. *Journal of personality and social psychology*, 70(1), 5- 16.
- Healy, K. (2000). Embedded altruism: blood collection regimes and the European Union's donor population. *American journal of sociology*, 105(6), 1633-1657.
- Heider, F. (1946). Attitudes and cognitive organization. *The Journal of psychology*, 21(1), 107-112.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New-York: John Wiley & Sons Inc.
- Henderson, M. D., & Burgoon, E. M. (2014). Why the door-in-the-face technique can sometimes backfire: A construal-level account. *Social Psychological and Personality Science*, 5(4), 475-483.
- Hess, U. (2003). *Les émotions au travail* (N° 2003RB-04). Cirano.
- Hochschild, A. R. (2012). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.
- Hogg, M. A., & Hains, S. C. (1996). Intergroup relations and group solidarity: Effects of group identification and social beliefs on depersonalized attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(2), 295- 309.
- Holland, R. W., Meertens, R. M., & Van Vugt, M. (2002). Dissonance on the road: Self-esteem as a moderator of internal and external self-justification strategies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(12), 1713-1724.
- Horowitz, I. A. (1971). The effect of group norms on bystander intervention. *The Journal of Social Psychology*, 83(2), 265-273.
- Hull, C. L. (1943). *Principles of behavior: An introduction to behavior theory*. Oxford, england: Appleton-Century.
- Hunt, W. A. (1941). Anchoring effects in judgment. *The American Journal of Psychology*, 54(3), 395-403.
- Hunt, W. A., & Volkman, J. (1937). The anchoring of an affective scale. *The American Journal of Psychology*, 49(1), 88- 92.
- Janis, I. L., & King, B. T. (1954). The influence of role playing on opinion change. *The journal of abnormal and social psychology*, 49(2), 211- 218.
- Jeantet, A. (2002). L'émotion prescrite au travail. *Travailler*, 10, 99- 112.
- Joule, R.-V. (1996). Une nouvelle voie de réduction de la dissonance: la rationalisation en acte. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule, & J.-M. Monteil, *Perspectives cognitives et conduites sociales* (Vol. 5, p. 293-307).
- Joule, R.-V., & Beauvois, J.-L. (1987). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*. Presse Universitaire de Grenoble.

Références bibliographiques

- Joule, R.-V., & Beauvois, J.-L. (1998). *La soumission librement consentie: comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire?* Presses universitaires de France.
- Joule, R.-V., Gouilloux, F., & Weber, F. (1989). The lure: A new compliance procedure. *The Journal of Social Psychology*, 129(6), 741-749.
- Kallgren, C. A., Reno, R. R., & Cialdini, R. B. (2000). A focus theory of normative conduct: When norms do and do not affect behavior. *Personality and social psychology bulletin*, 26(8), 1002-1012.
- Keltner, D., & Buswell, B. N. (1997). Embarrassment: its distinct form and appeasement functions. *Psychological bulletin*, 122(3), 250- 270.
- Keltner, D., & Lerner, J. S. (2010). Emotion. In S. T. Fiske, D. T. Gilbert, & G. Lindzey, *Handbook of social psychology* (p. 317- 352). John Wiley & Sons Inc.
- Kiesler, C. A. (1971). *The psychology of commitment*. New York, NY: Academic Press.
- Kiesler, C. A., & Sakumura, J. (1966). A test of a model for commitment. *Journal of personality and social psychology*, 3(3), 349- 353.
- Komorita, S. S., & Brenner, A. R. (1968). Bargaining and concession making under bilateral monopoly. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(1), 15- 20.
- Lacam, J.-P. (1992). « The Norm of Reciprocity »: La contribution d'A.W. Gouldner à l'histoire de la sociologie américaine. *Genèses*, (8), 155-168.
- Larimer, M. E., Turner, A. P., Mallett, K. A., & Geisner, I. M. (2004). Predicting drinking behavior and alcohol-related problems among fraternity and sorority members: examining the role of descriptive and injunctive norms. *Psychology of Addictive Behaviors*, 18(3), 203- 212.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. Oxford University Press.
- Lecat, B., Hilton, D. J., & Crano, W. D. (2009). Group status and reciprocity norms: Can the door-in-the-face effect be obtained in an out-group context? *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 13(3), 178- 189.
- Lecrique, J.-M. (2007). *L'inconfort psychologique médiatise-t-il les effets de dissonance* (Thèse de doctorat). Université de Paris X.
- Lemmens, K. P. H., Abraham, C., Hoekstra, T., Ruiter, R. A. C., De Kort, W., Brug, J., & Schaalma, H. P. (2005). Why don't young people volunteer to give blood? An investigation of the correlates of donation intentions among young nondonors. *Transfusion*, 45(6), 945-955.
- Lerner, J. S., Goldberg, J. H., & Tetlock, P. E. (1998). Sober second thought: The effects of accountability, anger, and authoritarianism on attributions of responsibility. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24(6), 563-574.
- Mann, L., Janis, I. L., & Chaplin, R. (1969). Effects of anticipation of forthcoming information on predecisional processes. *Journal of Personality and social psychology*, 11(1), 10- 16.
- Martin, H. J. (1984). A revised measure of approval motivation

- and its relationship to social desirability. *Journal of personality assessment*, 48(5), 508–519.
- Martinie, M.-A., & Priolo, D. (2013). L'état de dissonance: un état motivationnel et aversif. In V. Fointiat, F. Girandola, & P. Gosling, *La dissonance cognitive: quand les actes changent les idées* (p. 65–86). Paris: Armand Colin.
- Masser, B. M., Bednall, T. C., White, K. M., & Terry, D. (2012). Predicting the retention of first-time donors using an extended Theory of Planned Behavior. *Transfusion*, 52(6), 1303–1310.
- Masser, B. M., White, K. M., Hyde, M. K., & Terry, D. J. (2008). The psychology of blood donation: current research and future directions. *Transfusion medicine reviews*, 22(3), 215–233.
- Masser, B. M., White, K. M., Hyde, M. K., Terry, D. J., & Robinson, N. G. (2009). Predicting blood donation intentions and behavior among Australian blood donors: testing an extended theory of planned behavior model. *Transfusion*, 49(2), 320–329.
- Matz, D. C., & Wood, W. (2005). Cognitive dissonance in groups: the consequences of disagreement. *Journal of personality and social psychology*, 88(1), 22–37.
- Millar, M. G. (2001). Promoting health behaviours with door-in-the-face: The influence of the beneficiary of the request. *Psychology, health & medicine*, 6(2), 115–119.
- Millar, M. G. (2002a). Effects of a guilt induction and guilt reduction on door in the face. *Communication Research*, 29(6), 666–680.
- Millar, M. G. (2002b). The effectiveness of the door-in-the-face compliance strategy on friends and strangers. *The Journal of social psychology*, 142(3), 295–304.
- Miller, R. L. (1974). Facilitating compliance by manipulating the nature of the comparison: Relative cost vs. reciprocal concession. *Proceedings of the Division of Personality and Society Psychology*, 1(1), 160–162.
- Miller, R. L., Seligman, C., Clark, N. T., & Bush, M. (1976). Perceptual contrast versus reciprocal concession as mediators of induced compliance. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 8(4), 401–409.
- Miller, R. S., & Tangney, J. P. (1994). Differentiating embarrassment and shame. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 13(3), 273–287.
- Morchain, P., & Somat, A. (2010). De la vitalité de la recherche en psychologie sociale appliquée. In P. Morchain & A. Somat, *La psychologie sociale: applicabilité et applications* (p. 7–22). Presses universitaires de Rennes.
- Mowen, J. C., & Cialdini, R. B. (1980). On implementing the door-in-the-face compliance technique in a business context. *Journal of Marketing Research*, 17(2), 253–258.
- Murstein, B. I. (1999). The relationship of exchange and commitment. In J. M. Adams & W. H. Jones, *Handbook of Interpersonal Commitment and Relationship Stability* (p. 205–219). Springer.

Références bibliographiques

- Murstein, B. I., Cerreto, M., & MacDonald, M. G. (1977). A theory and investigation of the effect of exchange-orientation on marriage and friendship. *Journal of Marriage and the Family*, 39(3), 543-548.
- Murstein, B. I., Wadlin, R., & Bond Jr, C. F. (1987). The revised exchange-orientation scale. *Small Group Behavior*, 18(2), 212-223.
- Niedenthal, P. M., Auxiette, C., Nugier, A., Dalle, N., Bonin, P., & Fayol, M. (2004). A prototype analysis of the French category "émotion". *Cognition and Emotion*, 18(3), 289-312.
- Niedenthal, P. M., Krauth-Gruber, S., & Ric, F. (2008). *Comprendre les émotions: perspectives cognitives et psycho-sociales* (Vol. 1). Editions Mardaga.
- Norton, M. I., Monin, B., Cooper, J., & Hogg, M. A. (2003). Vicarious dissonance: Attitude change from the inconsistency of others. *Journal of personality and social psychology*, 85(1), 47.
- O'Keefe, D. J., & Figgé, M. (1997). A guilt-based explanation of the door-in-the-face influence strategy. *Human Communication Research*, 24(1), 64-81.
- O'Keefe, D. J., & Figgé, M. (1999). Guilt and expected guilt in the door-in-the-face technique. *Communications Monographs*, 66(4), 312-324.
- O'Keefe, D. J., & Hale, S. L. (1998). The door-in-the-face influence strategy: A random-effects meta-analytic review. *Annals of the International Communication Association*, 21(1), 1-33.
- O'Keefe, D. J., & Hale, S. L. (2001). An odds-ratio-based meta-analysis of research on the door-in-the-face influence strategy. *Communication Reports*, 14(1), 31-38.
- Oliver, D. F. (1984). *Understanding the « foot-in-the-door » and the « door-in-the -face » compliance techniques: A reinterpretation of the situation.*
- Osgood, C. E., & Tannenbaum, P. H. (1955). The principle of congruity in the prediction of attitude change. *Psychological review*, 62(1), 42- 55.
- Parsons, T. (1991). *The social system.* England: Routledge & Kegan Paul Ltd.
- Patch, M. E. (1986). The role of source legitimacy in sequential request strategies of compliance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12(2), 199-205.
- Patch, M. E. (1988). Differential perception of source legitimacy in sequential request strategies. *The Journal of Social Psychology*, 128(6), 817-823.
- Pendleton, M. G., & Batson, C. D. (1979). Self-presentation and the door-in-the-face technique for inducing compliance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5(1), 77-81.
- Racine, L. (1986). Les Formes élémentaires de la réciprocité. *L'Homme*, 26(3), 97- 118. <https://doi.org/10.3406/hom.1986.368715>
- Rafaeli, A., & Sutton, R. I. (1990). Busy stores and demanding customers: How do they affect the display of positive emotion? *Academy of Management Journal*, 33(3), 623-637.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., Boyd, J. G., & Cialdini, R. B. (1991). The door-in-the-face technique: Reciprocal concessions vs. self-

Références bibliographiques

- presentational explanations. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6(3), 545.
- Reingen, P. H. (1977). Inducing compliance via door-in-the-face and legitimization of paltry contributions. *Psychological reports*, 41(3), 924-924.
- Reingen, P. H., & Kernan, J. B. (1977). Compliance with an interview request: A foot-in-the-door, self-perception interpretation. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 365-369.
- Reingen, P. H., & Kernan, J. B. (1979). More evidence on interpersonal yielding. *Journal of Marketing Research*, 16(4), 588-593.
- Robinson, N. G., Masser, B. M., White, K. M., Hyde, M. K., & Terry, D. J. (2008). Predicting intentions to donate blood among nondonors in Australia: an extended theory of planned behavior. *Transfusion*, 48(12), 2559-2567.
- Rodafinos, A., Vucevic, A., & Sideridis, G. D. (2005). The effectiveness of compliance techniques: Foot in the door versus door in the face. *The Journal of social psychology*, 145(2), 237-240.
- Rogers, C. M. (1976). *The door-in-the-face effect: Concessional reciprocity or dissonance reduction?* (Thèse de doctorat). Peabody College for Teachers, Vanderbilt University.
- Rosenberg, M. J. (1965). When dissonance fails: On eliminating evaluation apprehension from attitude measurement. *Journal of personality and social psychology*, 1(1), 28-42.
- Russell, D., & Jones, W. H. (1980). When superstition fails: Reactions to disconfirmation of paranormal beliefs. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 6(1), 83-88.
- Schwartz, S. H. (1973). Normative explanations of helping behavior: A critique, proposal, and empirical test. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9(4), 349-364.
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. *Advances in experimental social psychology*, 10, 221-279.
- Schwarzwald, J., Raz, M., & Zvibel, M. (1979). The Applicability of the Door-in-the Face Technique when Established Behavioral Customs Exist. *Journal of Applied Social Psychology*, 9(6), 576-586.
- Sénémeaud, C. (2002). *Norme de consistance et de changement d'attitude post-comportemental en situation de soumission forcée* (Thèse de doctorat). Thèse d'Aix-Marseille.
- Sénémeaud, C. (2003). L'adhésion à la norme de consistance: une nouvelle variable prédictive du changement d'attitude obtenu en situation de soumission forcée. *Revue internationale de psychologie sociale*, 16(2), 29-72.
- Sénémeaud, C., & Somat, A. (2013). Différences interindividuelles et processus de dissonance. In V. Fointiat, F. Girandola, & P. Gosling, *La dissonance cognitive: Quand les actes changent les idées* (p. 213-234). Paris: Armand Colin.
- Sénémeaud, C., Somat, A., Terrier, L., & Noël, Y. (2008). Porte au nez et préférence pour la consistance: quand les sujets à forte préférence pour la consistance ne

- reproduisent pas les effets de l'influence sociale. *L'Année psychologique*, 108(1), 51-78.
- Shanab, M. E., & Isonio, S. A. (1980). The effects of delay upon compliance with socially undesirable requests in the door-in-the-face paradigm. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 15(2), 76-78.
- Shanab, M. E., & O'Neill, P. (1979). The effects of contrast upon compliance with socially undesirable requests in the door-in-the-face paradigm. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 11(3), 236- 244.
- Shanab, M. E., & O'Neill, P. J. (1982). The effects of self-perception and perceptual contrast upon compliance with socially undesirable requests. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 19(5), 279-281.
- Shavitt, S., & Fazio, R. H. (1991). Effects of attribute salience on the consistency between attitudes and behavior predictions. *Personality and social psychology bulletin*, 17(5), 507-516.
- Sherif, M., Taub, D., & Hovland, C. I. (1958). Assimilation and contrast effects of anchoring stimuli on judgments. *Journal of Experimental Psychology*, 55(2), 150- 155.
- Shultz, T. R., & Lepper, M. R. (1996). Cognitive dissonance reduction as constraint satisfaction. *Psychological review*, 103(2), 219- 240.
- Smith, C. A., & Lazarus, R. S. (1991). Emotion and adaptation. In L. A. Pervin, *Handbook of Personality: Theory and research* (p. 609- 637). New-York: Guilford Press.
- Snyder, M., & Cunningham, M. R. (1975). To comply or not comply: testing the self-perception explanation of the "foot-in-the-door" phenomenon. *Journal of Personality and social Psychology*, 31(1), 64- 67.
- Snyder, M., & Swann, W. B. (1976). When actions reflect attitudes: The politics of impression management. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(5), 1034- 1042.
- Spence, J. T., & Spence, K. W. (1966). The motivational components of manifest anxiety: Drive and drive stimuli. In C. D. Spielberger, *Anxiety and behavior* (Vol. 291326, p. 291- 326). New-York: Academic Press.
- Steele, C. M. (1988). The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. *Advances in experimental social psychology*, 21, 261-302.
- Steele, C. M., & Liu, T. J. (1983). Dissonance processes as self-affirmation. *Journal of personality and social psychology*, 45(1), 5- 19.
- Steele, C. M., Spencer, S. J., & Lynch, M. (1993). Self-image resilience and dissonance: the role of affirmational resources. *Journal of personality and social psychology*, 64(6), 885- 896.
- Stice, E. (1992). The similarities between cognitive dissonance and guilt: Confession as a relief of dissonance. *Current Psychology*, 11(1), 69-77.
- Stone, J. (1999). What exactly have I done? The role of self-attribute accessibility in dissonance. In E. Harmon-Jones & J. Mills, *Cognitive dissonance: progress on a pivotal theory in social psychology* (p. 175- 200). Washington, DC:

Références bibliographiques

- American Psychological Association. *psychological research*. New York, NY: Academic Press.
- Stone, J., Aronson, E., Crain, A. L., Winslow, M. P., & Fried, C. B. (1994). Inducing hypocrisy as a means of encouraging young adults to use condoms. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(1), 116-128.
- Tangney, J. P. (1992). Situational determinants of shame and guilt in young adulthood. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(2), 199-206.
- Tangney, J. P. (1995). Recent advances in the empirical study of shame and guilt. *American Behavioral Scientist*, 38(8), 1132-1145.
- Tangney, J. P. (1999). The Self-conscious Emotions: Shame, Guilt, Embarrassment and Pride. In T. Dalgleish & M. J. Power, *Handbook of cognition and emotion*. (p. 541- 568). New York, NY, US: John Wiley & Sons Ltd.
- Tangney, J. P., & Dearing, R. L. (2002). *Shame and guilt*. Guilford Press.
- Tangney, J. P., & Fischer, K. W. (1995). *Self-conscious emotions: The psychology of shame, guilt, embarrassment, and pride*. Guilford Press.
- Tangney, J. P., Miller, R. S., Flicker, L., & Barlow, D. H. (1996). Are shame, guilt, and embarrassment distinct emotions? *Journal of personality and social psychology*, 70(6), 1256- 1269.
- Tangney, J. P., Stuewig, J., & Mashek, D. J. (2007). Moral emotions and moral behavior. *Annu. Rev. Psychol.*, 58, 345-372.
- Tedeschi, J. T. (1981). *Impression management theory and social psychological research*. New York, NY: Academic Press.
- Tedeschi, J. T., Schlenker, B. R., & Bonoma, T. V. (1971). Cognitive dissonance: Private ratiocination or public spectacle? *American Psychologist*, 26(8), 685- 695.
- Terrier, L. (2007). *Acceptabilité et inconfort psychologique: une interprétation motivationnelle de l'effet de porte-au-nez* (Thèse de doctorat). Université d'Aix-Marseille.
- Terrier, L., & Joule, R.-V. (2008). La procédure de Porte-au-nez: vers une interprétation motivationnelle. *Les Cahiers internationaux de psychologie sociale*, (1), 5-14.
- Terrier, L., Joule, R.-V., & Marfaing, B. (2011). Requester's Acceptance and Non-Acceptance of the Refusal of the Initial Request: How to Improve the Door-in-the-Face Effects?. *Current Research in Social Psychology*, 17(1), 1-9.
- Terrier, L., Marfaing, B., & Boldi, M.-O. (2013). Door-in-the-face: is it really necessary that both requests be made by the same requester? *Psychological reports*, 113(2), 675-682.
- Terry, D. J., Hogg, M. A., & White, K. M. (1999). The theory of planned behaviour: self-identity, social identity and group norms. *British journal of social psychology*, 38(3), 225-244.
- Thibodeau, R., & Aronson, E. (1992). Taking a closer look: Reasserting the role of the self-concept in dissonance theory. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(5), 591-602.
- Tracy, J. L., & Robins, R. W. (2007). The psychological structure of pride: a tale of two facets. *Journal*

Références bibliographiques

- of personality and social psychology*, 92(3), 506- 525.
- Turner, M. M., Tamborini, R., Limon, M. S., & Zuckerman-Hyman, C. (2007). The moderators and mediators of door-in-the-face requests: Is it a negotiation or a helping experience? *Communication Monographs*, 74(3), 333-356.
- Tusing, K. J., & Dillard, J. P. (2000). The psychological reality of the door-in-the-face: It's helping, not bargaining. *Journal of Language and Social Psychology*, 19(1), 5-25.
- Tybout, A. M., Sternthal, B., & Calder, B. J. (1983). Information availability as a determinant of multiple request effectiveness. *Journal of Marketing Research*, 20(3), 280-290.
- Voisin, D., Rubens, L., N'Gbala, A., & Gosling, P. (2013). Le choix du mode de réduction. In V. Fointiat, F. Girandola, & P. Gosling, *La dissonance cognitive: Quand les actes changent les idées* (p. 87-118). Paris: Armand Colin.
- Wang, T., Brownstein, R., & Katzev, R. (1989). Promoting charitable behaviour with compliance techniques. *Applied Psychology*, 38(2), 165-183.
- Warfel, R. M., France, C. R., & France, J. L. (2012). Application of implicit attitude measures to the blood donation context. *Transfusion*, 52(2), 356-365.
- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*, 54(6), 1063- 1070.
- Webb, T. L., & Sheeran, P. (2006). Does changing behavioral intentions engender behavior change? A meta-analysis of the experimental evidence. *Psychological bulletin*, 132(2), 249- 268.
- Wevers, A., Wigboldus, D. H., Van Baaren, R., & Veldhuizen, I. J. (2014). Return behavior of occasional and multigallon blood donors: the role of theory of planned behavior, self-identity, and organizational variables. *Transfusion*, 54(3pt2), 805-813.
- White, K. M., Poulsen, B. E., & Hyde, M. K. (2017). Identity and personality influences on donating money, time, and blood. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 46(2), 372-394.
- Williams, K. D., & Williams, K. B. (1989). Impact of source strength on two compliance techniques. *Basic and Applied Social Psychology*, 10(2), 149-159.
- Yousaf, O., & Gobet, F. (2013). The emotional and attitudinal consequences of religious hypocrisy: Experimental evidence using a cognitive dissonance paradigm. *The Journal of social psychology*, 153(6), 667-686.
- Zanna, M. P., & Cooper, J. (1974). Dissonance and the pill: an attribution approach to studying the arousal properties of dissonance. *Journal of personality and social psychology*, 29(5), 703- 709.
- Zazzo, R. (1960). *Test des deux barrages*. Paris: EAP.
- Zuckerman, M., Lubin, B., & Robins, S. (1965). Validation of the multiple affect adjective check list in clinical situations. *Journal of Consulting Psychology*, 29(6), 594.

Références bibliographiques

- Zuckerman, M., Lubin, B., Vogel, L., & Valerius, E. (1964). Measurement of experimentally induced affects. *Journal of Consulting Psychology, 28*(5), 418- 425.
- Zuwerink, J. R., & Devine, P. G. (1996). Attitude importance and resistance to persuasion: It's not just the thought that counts. *Journal of Personality and Social Psychology, 70*(5), 931- 944.

INDEX DES AUTEURS

A	
Abraham.....	3, 51, 171
Abrahams	9, 12, 28, 161, 162
Adelmann.....	51, 161
Ajzen	70, 71, 155, 161, 167
Aloe	2, 8, 167
Amireault.....	168
Anker.....	2, 8, 167
Armitage.....	71, 161
Aronson ...	2, 3, 45, 48, 49, 53, 56, 61, 121, 150, 152, 161, 162, 166, 167, 176
Ascani.....	1, 5, 7, 12, 26, 77, 164
Astrom	79, 162
Auxiette.....	173
Avila.....	5, 167
<hr/>	
B	
Baker.....	18, 27, 137, 173
Banaji.....	94, 98, 169
Barlow	33, 176
Barron.....	119, 166
Bassett	2, 164
Bator	103, 162
Batson.....	25, 26, 27, 28, 38, 149, 173
Baumeister.....	33, 123, 162
Beauvois.....	2, 41, 162, 164, 170, 171
Bednall	70, 71, 162, 172
Bélanger-Gravel	71, 168, 169
Bell.....	9, 12, 28, 161, 162
Benton.....	17, 162
Berkowitz	29, 31, 163, 165
Bizman.....	137, 167
Blanton	150, 162
Blass	15, 163
Bless	33, 168
Boldi.....	10, 35, 176
Bolinger	167
Bond.....	28, 173
Bonin.....	173
Bonoma.....	26, 176
Boster	33, 163
Bove	70, 162
Boyd.....	18, 27, 137, 173
Brehm	42, 43, 79, 119, 163, 170
Brenner	17, 171
Brownstein.....	5, 137, 163, 177
Brug.....	171
Brunetti.....	2, 162
Burgoon.....	30, 77, 166, 170
Bush	21, 172
Buswell	123, 171
Buunk	70, 163
<hr/>	
C	
Cacioppo	2, 164

Liste des figures

Ellsworth.....50, 166
 Etgen.....119, 167
 Even-Chen 11, 18, 26, 104, 137, 167

F

Fayol.....173
 Fazio ...3, 53, 56, 59, 61, 78, 151, 152, 165,
 167, 175
 Feeley .2, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 18, 35, 38,
 63, 136, 137, 138, 148, 149, 155, 167
 Fern.....5, 10, 19, 38, 63, 149, 167
 Festinger2, 3, 36, 39, 41, 44, 46, 47, 53,
 54, 55, 56, 57, 59, 60, 67, 80, 117, 119,
 150, 152, 157, 167
 Fico5, 137, 167
 Figgé.....10, 19, 34, 35, 152, 173
 Fischer32, 153, 176
 Fishbein.....70, 71, 155, 161, 167
 Flicker.....33, 176
 Foehl.....12, 34, 38, 134, 167
 Foss.....5, 9, 77, 167
 France.....65, 70, 71, 75, 77, 79, 87, 94, 95,
 167, 168, 171, 177
 Fraser.....2, 13, 40, 41, 168
 Freedman.....2, 13, 33, 35, 40, 41, 168
 Fried3, 49, 162, 176
 Friesen.....50, 166
 Frijda33, 123, 153, 168

G

Galinsky123, 168
 Gamian-Wilk.....14, 163, 168
 Geisner70, 171

Gerard..... 43, 119, 153, 168
 Germain..... 66, 71, 165, 168, 169
 Giles 61, 65, 71, 75, 77, 87, 168
 Glass..... 90, 103, 168
 Gobet..... 121, 152, 177
 Godin 66, 71, 75, 77, 87, 156, 165, 168,
 169
 Goetz..... 32, 169
 Goffman 26, 50, 169
 Goldberg 123, 171
 Goldman... 9, 12, 23, 34, 38, 134, 167, 169
 Gollwitzer 156, 169
 Gosling 51, 123, 169, 172, 174, 177
 Gouilloux 40, 171
 Gouldner 16, 29, 169, 171
 Greenberg..... 119, 170
 Greenwald..... 94, 98, 169
 Griffin 5, 137, 167
 Grogan..... 79, 165
 Gross 33, 35, 164
 Guadagno..... 13, 169
 Guéguen..... 9, 12, 77, 156, 169

H

Hains..... 50, 170
 Hale 5, 9, 10, 11, 12, 19, 30, 38, 39, 63, 64,
 104, 134, 149, 154, 166, 169, 173
 Harmon-Jones.... 119, 123, 162, 165, 166,
 170, 175
 Healy..... 65, 170
 Heatherton 33, 162
 Heider 2, 32, 54, 149, 157, 166, 170
 Henderson..... 77, 170

Liste des figures

Herr	78, 167
Hess	50, 170
Hilton	9, 171
Himawan	71, 167, 168
Hochschild.....	51, 170
Hoekstra.....	171
Hogg.....	3, 49, 50, 61, 165, 170, 173, 176
Holland	123, 170
Horowitz.....	79, 170
Howard.....	71, 163
Huckins.....	167
Hull.....	37, 170
Hunt	20, 170
Hunter.....	30, 166
Hyde.....	61, 65, 66, 172, 174, 177

I

Insko.....	33, 164
Isonio.....	9, 19, 22, 175

J

Janis	43, 119, 170, 171
Jeantet.....	50, 170
Joule..	2, 36, 38, 40, 41, 116, 149, 162, 164, 170, 171, 176

K

Kallgren	70, 79, 164, 171
Katzev	5, 137, 163, 177
Kelley	17, 162
Keltner.....	32, 123, 169, 171
Kernan.....	5, 9, 12, 174

Kessler	168
Kiesler.....	40, 171
King.....	43, 170
Komorita	17, 171
Kowalsky.....	167, 168
Krauth-Gruber.....	32, 173
Kuipers	123, 168

L

Lacam	17, 171
Lachowicz-Tabaczek	14, 168
Larimer	70, 171
Lazarus	31, 123, 171, 175
Lecat.....	9, 171
Lecrique.....	123, 171
Lee.....	5, 137, 167
Leggett.....	14, 166
Leippe	119, 166
Lemmens.....	65, 71, 171
Lepper.....	43, 175
Lerner	123, 171
Lewis.....	164
Liebling.....	17, 162
Limon.....	18, 31, 177
Liu	58, 175
Lubin.....	121, 177, 178
Lynch	58, 79, 175

M

Mac Donald	13, 173
Mallet.....	61, 168
Mallett.....	70, 171
Manata.....	33, 163

Liste des figures

Mangard13, 80, 164
Mann119, 153, 171
Marfaing10, 35, 37, 176
Marlowe.....90, 165
Martin.....28, 79, 165, 171
Martinie.....153, 172
Mashek.....33, 176
Masser ..61, 65, 71, 75, 154, 155, 164, 172,
174
Matz.....45, 123, 172
Mcclenahan61, 168
McDonel.....78, 167
McGhee94, 169
McGlone.....168
McVeigh.....12, 34, 169
Meertens123, 170
Mesquita32, 123, 168
Millar5, 10, 28, 34, 123, 134, 149, 152,
154, 172
Miller ..2, 21, 22, 26, 33, 49, 123, 149, 164,
166, 172, 176
Mills.....45, 56, 162, 165, 166, 175
Monroe.....5, 167
Moors94, 165
Morchain.....155, 172
Morewedge33, 165
Mowen9, 11, 12, 19, 137, 172
Murray70, 162
Murstein.....12, 28, 172, 173

N

N'Gbala.....51, 177
Naccache.....169

Nelson.....119, 170
Newsom13, 164
Niedenthal32, 94, 173
Norton3, 49, 50, 173
Nugier.....173

O

O'Keefe ... 5, 10, 11, 12, 19, 30, 34, 35, 38,
63, 64, 104, 134, 149, 152, 173
O'Neill22, 137, 175
O'sullivan.....166
Oberlé123, 169
Oliver115, 137, 173
Osgood150, 157, 173
O'Sullivan.....32

P

Panter.....33, 164
Parsons16, 173
Patch12, 39, 64, 173
Pendleton25, 26, 27, 28, 38, 149, 173
Perié51, 165
Piliavin.....71, 163, 164
Poehlman94, 98, 169
Poulsen66, 177
Powell78, 166, 167
Priolo.....153, 172

R

Racine17, 173
Rafaeli.....50, 173
Raz.....11, 18, 137, 174

Liste des figures

Reeves	18, 27, 38, 104, 137, 173	Sheeran.....	66, 71, 155, 165, 168, 169, 177
Reingen	5, 9, 12, 26, 174	Sherif.....	175
Reno.....	70, 164, 171	Sherman	5, 78, 163, 167
Ric	32, 173	Shultz.....	43, 175
Richterkessing.....	12, 23, 34, 169	Sideridis.....	9, 174
Riecken.....	46, 167	Silverdale.....	79, 165
Rise	79, 162	Simon.....	119, 170
Robins	32, 121, 169, 176, 177	Sivacek.....	9, 165
Robinson.....	61, 65, 172, 174	Smith.....	123, 175
Rodafinos.....	9, 61, 174	Snyder.....	9, 10, 78, 175
Rogers	9, 15, 20, 36, 174	Somat	3, 13, 15, 155, 172, 174
Rosen.....	119, 167	Spence.....	37, 175
Rosenberg.....	79, 174	Spencer	58, 79, 175
Rubens.....	51, 177	Springer	33, 165, 172
Ruiter.....	171	Spruyt	94, 165
Russell.....	174	Steele.....	2, 53, 56, 58, 61, 79, 152, 175
<hr/>			
S			
Sakumura.....	40, 171	Sternthal	38, 177
Schaalma.....	171	Stice.....	152, 175
Schachter.....	46, 167	Stillwell.....	33, 162
Schlatter	13, 28, 162	Stone	3, 49, 79, 123, 162, 168, 175, 176
Schlenker	26, 176	Stuewig.....	33, 176
Schwartz	30, 71, 79, 94, 169, 174	Sutton.....	50, 173
Schwarzwald....	11, 18, 104, 115, 137, 174	Swann	78, 175
Seibold.....	9, 23, 163	<hr/>	
Seligman	21, 172	T	
Sénémeaud	3, 13, 15, 38, 39, 62, 77, 79, 80, 128, 158, 174	Tamborini.....	18, 30, 177
Shanab.....	9, 19, 22, 137, 175	Tangney.....	32, 123, 153, 169, 172, 176
Shavitt	78, 175	Tannenbaum.....	150, 157, 161, 173
Shaw	5, 137, 167	Tauer.....	119, 166
Shaz	168	Tedeschi.....	26, 176
		Teige-Mocigemba	94, 165
		Ter Schure	123, 168

Liste des figures

Terrier. 3, 10, 35, 36, 38, 66, 116, 149, 174,
176
Terry 61, 65, 71, 172, 174, 176
Tetlock.....123, 171
Thibodeau.....49, 57, 166, 176
Tracy.....32, 169, 176
Trost.....13, 164
Turner 18, 30, 31, 70, 171, 177
Tusing30, 36, 38, 65, 149, 177
Tybout.....38, 177

U

Uhlmann.....94, 98, 169

V

Valerius.....121, 178
Van Baaren66, 177
Van Vugt.....123, 170
Vance.....119, 166
Veldhuizen66, 177
Vézina-Im168
Vincent164
Voisin51, 177
Volkman20, 170
Vucevic.....9, 174

W

Wadlin.....28, 173
Wallington.....33, 168

Wang..... 5, 115, 137, 177
Warfel 94, 95, 177
Watson..... 121, 177
Webb..... 177
Weber..... 40, 171
Wevers..... 66, 177
Wheeler 164
White 61, 65, 66, 71, 172, 174, 176, 177
Wicklund..... 43, 163
Wigboldus..... 66, 177
Williams 10, 177
Winslow 49, 176
Wissel..... 167
Wolf..... 33, 164
Wood 45, 123, 172
Worchel 60, 165

Y

Yinon..... 137, 167
Yousaf 121, 152, 177

Z

Zanna..... v, 120, 153, 177
Zazzo 37, 177
Zhuang 33, 163
Zuckerman..... 18, 31, 121, 177, 178
Zuckerman-Hyman 18, 31, 177
Zuwerink..... 75, 178
Zvibel..... 11, 18, 137, 174

LISTE DES FIGURES

Figure 1.	Effet modérateur de la position concernant l'objet des requêtes sur l'acceptation de la requête cible.....	68
Figure 2.	Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête.....	76
Figure 3.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête et de l'importance du don de sang pour le Soi.....	77
Figure 4.	Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête.....	85
Figure 5.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête et de l'importance du don de sang pour le Soi.....	86
Figure 6.	Exemple d'écran (A) concernant la consigne et l'affectation des touches, un exemple d'écran (B) avec un mot de la catégorie.....	95
Figure 7.	Exemple de feed-back délivré.....	97
Figure 8.	Echelle de la mesure concernant la vérification de la prise en compte du feed-back de la mesure implicite	97
Figure 9.	Répartition des participants de la condition faible importance au don sur l'échelle de « manip'check »	100
Figure 10.	Répartition des participants de la condition importance modérée au don sur l'échelle de « manip'check »	100
Figure 11.	Répartition des participants de la condition forte importance au don sur l'échelle de « manip'check »	100
Figure 12.	Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête et du feed-back délivré aux participants concernant l'importance accordée au don de sang	102

Liste des figures

Figure 13.	Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête...	109
Figure 14.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 1 (Requête portant sur 18, 6 et 3 dons <i>vs</i> requête cible seule) et de l'attitude.....	110
Figure 15.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 2 (Requêtes modérées 6 et 3 dons <i>vs</i> requête extrême 18 dons) et de l'attitude.....	111
Figure 16.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 3 (Requête modérée 3 dons <i>vs</i> requête modérée 6 dons) et de l'attitude.....	111
Figure 17.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 1 (Requête portant sur 18, 6 et 3 dons <i>vs</i> requête cible seule) et de l'importance du don de sang pour le Soi.....	112
Figure 18.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 2 (Requêtes modérées 6 et 3 dons <i>vs</i> requête extrême 18 dons) et de l'importance pour le Soi.....	113
Figure 19.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 2 (Requêtes modérées 6 et 3 dons <i>vs</i> requête extrême 18 dons) et de l'importance du don de sang pour le Soi.....	113
Figure 20.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 1 (Requête portant sur 18, 6 et 3 dons <i>vs</i> requête cible seule) et des croyances normatives.....	114
Figure 21.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 2 (Requêtes modérées 6 et 3 dons <i>vs</i> requête extrême 18 dons) et des croyances normatives.....	114
Figure 22.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du contraste 2 (Requêtes modérées 6 et 3 dons <i>vs</i> requête extrême 18 dons) et des croyances normatives.....	115
Figure 23.	Moyennes et écart-types des scores aux émotions en fonction de la condition expérimentale.....	129
Figure 24.	Illustration du niveau de culpabilité en fonction de l'attitude dichotomisée (médiane = 5,5) et du type de requête formulée.....	131
Figure 25.	Illustration du niveau de culpabilité en fonction de l'importance de la cause pour le Soi dichotomisée (médiane = 4,75) et du type de requête formulée.....	132

Liste des figures

Figure 26.	Illustration du niveau de culpabilité en fonction des croyances normatives (dichotomisées à la médiane) et du type de requête formulée	133
Figure 27.	Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête et du coût de la requête cible	143
Figure 28.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête (Contraste 1 : porte-au-nez 1 don <i>vs</i> requête cible seule 1 don) et du niveau de l'attitude pour le don de sang	144
Figure 29.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête (Contraste 2 : porte-au-nez 3 dons <i>vs</i> requête cible seule 3 dons) et du niveau de l'attitude pour le don de sang.....	144
Figure 30.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête (Contraste 1 : porte-au-nez 1 don <i>vs</i> requête cible seule 1 don) et du niveau d'importance pour le Soi.....	146
Figure 31.	Probabilité d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête (Contraste 2 : porte-au-nez 3 dons <i>vs</i> requête cible seule 3 dons) et du niveau d'importance pour le Soi	146
Figure 32.	Moyenne et écart type du caractère coûteux de la requête en fonction de la durée de l'engagement.....	214
Figure 33.	Moyenne et écart type du caractère acceptable de la requête en fonction de la durée de l'engagement.....	215
Figure 34.	Moyenne et écart type du caractère raisonnable de la requête en fonction de la durée de l'engagement.....	216
Figure 35.	Moyenne et erreur-type du caractère coûteux de la requête cible en fonction de la durée de l'engagement.....	236
Figure 36.	Moyenne du caractère raisonnable de la requête cible en fonction de la durée de l'engagement	237

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1.	Taux d'acceptation concernant l'engagement de réaliser un don de sang (soumission verbale) et pourcentage de participants ayant vraiment réalisé ce don (soumission comportementale).....	86
Tableau 2.	Corrélations des différentes mesures concernant le don de sang.....	206
Tableau 3.	Régression logistique sur l'acceptation de faire un don de sang.....	206
Tableau 4.	Corrélations des différentes mesures concernant le don de sang.....	207
Tableau 5.	Régression logistique sur l'acceptation de faire un don de sang.....	207
Tableau 6.	Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête et du faux résultat reçu	210
Tableau 7.	Régression logistique de l'analyse préliminaire sur l'acceptation de faire un don de sang	210
Tableau 8.	Régression logistique de l'analyse principale sur l'acceptation de faire un don de sang	211
Tableau 9.	Corrélations des différentes mesures concernant le don de sang	217
Tableau 10.	Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête.....	217
Tableau 11.	Régression logistique avec les 3 contrastes et l'attitude sur l'acceptation de faire un don de sang	218

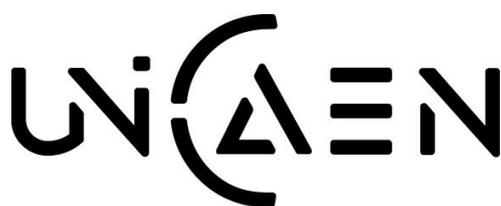
Tableau 12. Régression logistique avec les 3 contrastes et l'importance pour le Soi sur l'acceptation de faire un don de sang	218
Tableau 13. Régression logistique avec les 3 contrastes et les croyances normatives sur l'acceptation de faire un don de sang.....	219
Tableau 14. Corrélations entre les items d'émotions	221
Tableau 15. Corrélations des différentes mesures concernant le don de sang.....	238
Tableau 16. Régression logistique avec les 3 contrastes et l'attitude sur l'acceptation de faire un don de sang	238
Tableau 17. Régression logistique avec les 3 contrastes et l'importance pour le Soi sur l'acceptation de faire un don de sang	239
Tableau 18. Régression logistique avec les 3 contrastes et les croyances normatives sur l'acceptation de faire un don de sang.....	239

SOMMAIRE DES ANNEXES

Annexe 1.	Questionnaire permettant de mesurer la position des participants	192
Annexe 2.	Documents concernant la requête extrême et la requête cible en fonction des expériences.....	199
Annexe 3.	Tableau de corrélation et résultats statistiques de l'expérience 1	206
Annexe 4.	Tableau de corrélation et résultats statistiques de l'expérience 2	207
Annexe 5.	Prétest des mots de la catégorie don de sang	208
Annexe 6.	Tableau descriptif et résultats statistiques de l'expérience 3.....	210
Annexe 7.	Prétest des requêtes extrêmes de l'expérience 4.....	212
Annexe 8.	Tableau de corrélation et résultats statistiques de l'expérience 4.....	217
Annexe 9.	Échelle de mesure des émotions.....	220
Annexe 10.	Tableau de corrélation et résultats statistiques de l'expérience 5.....	221
Annexe 11.	Prétest du coût des requêtes cibles de l'expérience 6	234
Annexe 12.	Tableau de corrélation et résultats statistiques de l'expérience 6.....	238

ANNEXE 1

QUESTIONNAIRE PERMETTANT DE MESURER LA POSITION DES PARTICIPANTS



U.F.R. de Psychologie

Vous allez participer à une enquête par questionnaire. Son objectif est de mieux comprendre la vie des étudiants avec des questions qui porteront aussi bien sur vos opinions que sur des comportements plus généraux. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse et ce questionnaire est anonyme.

Sous chaque question se trouve une échelle. Vous devez donner votre propre opinion pour chacune des propositions en entourant un seul chiffre par échelle.

Exemple :

Les étudiants devraient bénéficier d'un titre de transport (bus et tram) gratuit pendant la période universitaire.

Pas du tout
d'accord 1 2 3 4 5 **6** 7 Tout à fait
d'accord

1^{ère} partie sur le thème de l'équilibre alimentaire (alimentation variée et équilibrée = manger des fruits, légumes, féculents, protéines...)

1. L'idée de manger équilibré me semble :

Mauvaise	1	2	3	4	5	6	7	Bonne
Désagréable	1	2	3	4	5	6	7	Agréable
Rebutante	1	2	3	4	5	6	7	Attirante

2. L'idée de manger équilibré me rend :

Triste	1	2	3	4	5	6	7	Joyeux
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

3. J'ai l'intention d'adopter une alimentation variée et équilibrée dans l'année à venir.

Non								Je ne sais pas						Oui
-----	--	--	--	--	--	--	--	----------------	--	--	--	--	--	-----

4. Adopter une alimentation variée et équilibrée dans l'année à venir est très important pour moi.

Pas du tout important	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait important
-----------------------	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------

5. La plupart des gens qui sont importants pour moi me recommanderaient de manger équilibré.

Totalement faux	1	2	3	4	5	6	7	Totalement vrai
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	-----------------

6. Manger équilibré est une part importante de qui je suis.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

7. Personnellement, je suis très préoccupé(e) par mon équilibre alimentaire.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

8. Je suis le genre de personne qui mange équilibré.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

2^{ème} partie concernant l'exercice physique

1. L'idée de faire de l'exercice physique me semble :

Mauvaise	1	2	3	4	5	6	7	Bonne
Désagréable	1	2	3	4	5	6	7	Agréable
Rebutante	1	2	3	4	5	6	7	Attirante

Annexe 1

2. L'idée de faire de l'exercice physique me rend :

Triste 1 2 3 4 5 6 7 Joyeux

3. A quelle fréquence pratiquez-vous une activité physique ?

0 1 2 3 4
Jamais Moins d'une fois par mois Une fois par mois Une fois par semaine Tous les jours ou presque

4. La pratique d'une activité physique est très importante pour moi.

Pas du tout importante 1 2 3 4 5 6 7 Tout à fait importante

5. Dans l'exercice physique, je recherche la détente.

Pas du tout d'accord 1 2 3 4 5 6 7 Tout à fait d'accord

6. Au travers de l'exercice physique, je souhaite entretenir ma santé.

Pas du tout d'accord 1 2 3 4 5 6 7 Tout à fait d'accord

7. Les activités physiques proposées par le SUAPS ne sont pas suffisamment diversifiées.

Pas du tout d'accord 1 2 3 4 5 6 7 Tout à fait d'accord

8. Parmi les 5 personnes que vous connaissez le mieux, combien font de l'exercice physique ?

0 1 2 3 4 5

3^{ème} partie sur le thème de la santé

1. L'idée de donner mon sang me semble :

Mauvaise 1 2 3 4 5 6 7 Bonne

Désagréable 1 2 3 4 5 6 7 Agréable

Rebutante 1 2 3 4 5 6 7 Attirante

2. L'idée de donner mon sang me rend :

Triste 1 2 3 4 5 6 7 Joyeux

3. Je suis le genre de personne qui donne son sang

Pas du tout d'accord 1 2 3 4 5 6 7 Tout à fait d'accord

Annexe 1

4. L'idée de donner mon sang est très importante pour moi.

Pas du tout importante	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait importante
------------------------	---	---	---	---	---	---	---	------------------------

5. Je ressens une obligation morale à donner mon sang.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

6. Pour moi, être un donneur de sang signifie plus que le simple fait de donner son sang.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

7. Je ne me soucie pas personnellement de la question du don du sang.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

8. Je ressens une responsabilité personnelle à donner mon sang.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

9. Le don de sang est une part importante de qui je suis.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

10. La plupart des gens qui sont importants pour moi me recommanderaient de donner mon sang.

Totalement faux	1	2	3	4	5	6	7	Totalement vrai
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	-----------------

11. Personnellement, je suis très préoccupé(e) par la question du don du sang.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

12. Parmi les 5 personnes que vous connaissez le mieux, combien ont déjà donné leur sang ?

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

13. C'est une obligation sociale de donner son sang.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

4^{ème} partie concernant la consommation d'alcool

1. L'idée de consommer de l'alcool me semble :

Mauvaise	1	2	3	4	5	6	7	Bonne
Désagréable	1	2	3	4	5	6	7	Agréable
Rebutante	1	2	3	4	5	6	7	Attirante

2. L'idée de consommer de l'alcool me rend :

Triste	1	2	3	4	5	6	7	Joyeux
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

3. Quelle est la fréquence de votre consommation d'alcool ?

0	1	2	3	4
Jamais	1 fois par mois ou moins	2 à 4 fois par mois	2 à 3 fois par semaine	Au moins 4 fois par semaine

4. Avec quelle fréquence buvez-vous 6 verres ou davantage lors d'une occasion particulière ?

0	1	2	3	4
Jamais	Moins d'une fois par mois	Une fois par mois	Une fois par semaine	Tous les jours ou presque

5. Au cours de l'année écoulée, combien de fois avez-vous constaté que vous n'étiez plus capable de vous arrêter de boire une fois que vous aviez commencé ?

0	1	2	3	4
Jamais	Moins d'une fois par mois	Une fois par mois	Une fois par semaine	Tous les jours ou presque

6. Au cours de l'année écoulée, combien de fois avez-vous été incapable de vous rappeler ce qui s'était passé la soirée précédente parce que vous aviez bu ?

0	1	2	3	4
Jamais	Moins d'une fois par mois	Une fois par mois	Une fois par semaine	Tous les jours ou presque

7. Au cours de l'année écoulée, combien de fois avez-vous eu besoin d'un premier verre pour pouvoir démarrer la journée après avoir beaucoup bu la veille ?

0	1	2	3	4
Jamais	Moins d'une fois par mois	Une fois par mois	Une fois par semaine	Tous les jours ou presque

8. Parmi les 5 personnes que vous connaissez le mieux, combien consomme de l'alcool ?

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

5^{ème} partie relative à la vie universitaire

1. L'idée d'une sélection en 1^{ère} année de Master me semble :

Mauvaise	1	2	3	4	5	6	7	Bonne
Désagréable	1	2	3	4	5	6	7	Agréable
Rebutante	1	2	3	4	5	6	7	Attirante

2. L'idée d'une sélection en 1^{ère} année de Master me rend :

Triste	1	2	3	4	5	6	7	Joyeux
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

3. La sélection devrait avoir lieu dès l'entrée en 1^{ère} année de licence.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

4. L'idée de la sélection en 1^{ère} année de master permet de motiver les étudiants dans leur réussite.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

5. Personnellement, je suis très préoccupé(e) par ma réussite dans les études.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

6. Je pense qu'une personne de mon âge doit se donner les moyens de réussir dans ses études.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

7. Je ne me soucie pas personnellement de la sélection en 1^{ère} année de Master.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

8. Ma réussite dans les études est une part importante de qui je suis.

Pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	Tout à fait d'accord
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------

6^{ème} partie relative aux réseaux sociaux

1. L'idée d'être sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter...) me semble:

Mauvaise	1	2	3	4	5	6	7	Bonne
Désagréable	1	2	3	4	5	6	7	Agréable

Annexe 1

Rebutante 1 2 3 4 5 6 7 Attirante

2. L'idée d'être sur les réseaux sociaux me rend :

Triste 1 2 3 4 5 6 7 Joyeux

3. Quelle est la fréquence de votre utilisation des réseaux sociaux?

0	1	2	3	4
Jamais	Moins d'une fois par mois	Une fois par mois	Une fois par semaine	Tous les jours ou presque

4. Utiliser les réseaux sociaux est une part importante de qui je suis.

Pas du tout d'accord 1 2 3 4 5 6 7 Tout à fait d'accord

5. Au cours des 6 derniers mois, combien de fois avez-vous constaté que vous utilisez les réseaux sociaux pendant vos cours.

0	1	2	3	4
Jamais	Moins d'une fois par mois	Une fois par mois	Une fois par semaine	Tous les jours ou presque

6. Je pense qu'une personne de mon âge doit utiliser les réseaux sociaux.

Pas du tout d'accord 1 2 3 4 5 6 7 Tout à fait d'accord

7. L'utilisation des réseaux sociaux permet de s'assurer une vie sociale.

Pas du tout d'accord 1 2 3 4 5 6 7 Tout à fait d'accord

8. Je suis le genre de personne qui utilise les réseaux sociaux.

Pas du tout d'accord 1 2 3 4 5 6 7 Tout à fait d'accord

Nous vous remercions de votre participation

Nous avons besoin pour finir de quelques renseignements vous concernant :

✓ Vous êtes : un Homme une Femme

✓ Quel est votre âge ? _____ ans

ANNEXE 2

DOCUMENTS CONCERNANT LA REQUETE EXTREME ET LA REQUETE CIBLE EN FONCTION DES EXPERIENCES

- Exemple de flyer relatif à la requête extrême (expérience 1, 2 et 6) :



Don de plaquettes

directement à l'EFS

1 rue du professeur Rousselot
14000 CAEN
(à côté du CHU)

Accueil des donneurs sur RDV :

lundi, mercredi, jeudi et vendredi	8h30-17h00
mardi	8h30-18h30
samedi	9h30-13h00

Afin de vous accueillir dans les meilleures conditions, merci de remplir ce coupon.

NOM :

Prénom :

Date de naissance (JJ/MM/AAAA) :

Téléphone :





dondesang.efs.sante.fr

- **Exemple de flyer relatif à la requête cible** (expérience 1, 2 et 4) :



Don de sang

à l'université de Caen

Campus 1 – Salle Aula Magna

jeudi 15 février et mardi 13 mars

de 11h à 16h





dondesang.efs.sante.fr

Vous souhaitez donner votre sang ?

Faites une promesse !

Afin de vous accueillir dans les meilleures conditions, merci de remplir ce coupon et cocher la date qui vous convient le mieux :

NOM :

Prénom :

Date de naissance (JJ/MM/AAAA) :

Téléphone :

Cochez la case correspondant au mieux à vos disponibilités :

- Jeudi 15 février 2018 (entre 11h et 16h)
- Mardi 13 mars 2018 (entre 11h et 16h)

➤ Flyers relatifs aux 3 requêtes extrêmes de l'expérience 4 :



EFS
ÉTABLISSEMENT FRANÇAIS DU SANG
*Du donneur
aux patients*

Don de plaquettes

directement à l'EFS

1 rue du professeur Rousselot
14000 CAEN
(à côté du CHU)

Je soussigné.....

Date de naissance (JJ/MM/AAAA) :

Téléphone :

m'engage auprès de l'EFS pendant une durée de 3 ans à réaliser un don de plaquettes tous les deux mois.

Accueil des donneurs sur RDV :

Lundi, mercredi, jeudi et vendredi : 8h30-17h00
Mardi : 8h30-18h30
Samedi : 9h30-13h00

Cochez la case correspondant au mieux à vos disponibilités :

MARS

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
		1	2	3	4
6	7	8	9	10	11
13	14	15	16	17	18
20	21	22	23	24	25
27	28	29	30	31	

AVRIL

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
					1
3	4	5	6	7	8
10	11	12	13	14	15
17	18	19	20	21	22
24	25	26	27	28	29



Donner son sang,
c'est offrir la vie.



dondesang.efs.sante.fr



Don de plaquettes

directement à l'EFS

1 rue du professeur Rousselot
14000 CAEN
(à côté du CHU)

Je soussigné.....

Date de naissance (JJ/MM/AAAA) :

Téléphone :

m'engage auprès de l'EFS pendant une durée d'un an à réaliser un don de plaquettes tous les deux mois.

Accueil des donneurs sur RDV :

Lundi, mercredi, jeudi et vendredi : 8h30-17h00

Mardi : 8h30-18h30

Samedi : 9h30-13h00

Cochez la case correspondant au mieux à vos disponibilités :

MARS

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
		1	2	3	4
6	7	8	9	10	11
13	14	15	16	17	18
20	21	22	23	24	25
27	28	29	30	31	

AVRIL

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
					1
3	4	5	6	7	8
10	11	12	13	14	15
17	18	19	20	21	22
24	25	26	27	28	29





Don de plaquettes

directement à l'EFS

1 rue du professeur Rousselot
14000 CAEN
(à côté du CHU)

Je soussigné.....

Date de naissance (JJ/MM/AAAA) :.....

Téléphone :.....

m'engage auprès de l'EFS pendant les prochains 6 mois à réaliser un don de plaquettes tous les deux mois.

Accueil des donneurs sur RDV :

Lundi, mercredi, jeudi et vendredi : 8h30-17h00

Mardi : 8h30-18h30

Samedi : 9h30-13h00

Cochez la case correspondant au mieux à vos disponibilités :

MARS

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
		1	2	3	4
6	7	8	9	10	11
13	14	15	16	17	18
20	21	22	23	24	25
27	28	29	30	31	

AVRIL

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
					1
3	4	5	6	7	8
10	11	12	13	14	15
17	18	19	20	21	22
24	25	26	27	28	29



➤ **Flyers relatifs aux 2 requêtes cibles de l'expérience 6 :**



EFS
ÉTABLISSEMENT FRANÇAIS DU SANG
*Du donneur
aux patients*

Don de sang

directement à l'EFS

1 rue du professeur Rousselot
14000 CAEN
(à côté du CHU)

Je soussigné.....

Date de naissance (JJ/MM/AAAA) :.....

Téléphone :.....

m'engage auprès de l'EFS à réaliser 1 don de sang dans les 3 prochains mois.

Cochez la case correspondant au mieux à vos disponibilités :

Accueil des donneurs sur RDV :

Lundi, mercredi, } 9h00-17h00
jeudi et vendredi }

Mardi : 9h00-18h30

Samedi : 9h00-13h00

FEVRIER

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
				1	2
4	5	6	7	8	9
11	12	13 <small>CAMPUS 1</small>	14	15	16
18	19	20	21	22	23
25	26	27	28		

MARS

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
				1	2
4	5	6	7	8	9
11	12	13	14	15	16
18	19	20 <small>CAMPUS 1</small>	21	22	23
25	26	27	28		

AVRIL

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
1	2	3	4	5	6
8	9	10	11	12	13
15	16	17	18	19	20
22	23	24	25	26	27
28	29	30			



Donner son sang,
c'est offrir la vie.



dondesang.efs.sante.fr



Don de sang

directement à l'EFS

1 rue du professeur Roussetot
14000 CAEN
(à côté du CHU)

Je soussigné.....

Date de naissance (JJ/MM/AAAA).....

Téléphone :

m'engage auprès de l'EFS à réaliser 3 dons de sang dans les 9 prochains mois.

Cochez la case correspondant au mieux à vos disponibilités :

Accueil des donneurs sur RDV :

Lundi, mercredi, } 9h00-17h00

jeudi et vendredi }

Mardi : 9h00-18h30

Samedi : 9h00-13h00

JUN

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
					1
3	4	5	6	7	8
10	11	12	13	14	15
17	18	19	20	21	22
24	25	26	27	28	29

MAI

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
		1	2	3	4
6	7	8	9	10	11
13	14	15	16	17	18
20	21	22	23	24	25
27	28	29	30	31	

AOÛT

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
			1	2	3
5	6	7	8	9	10
12	13	14	15	16	17
19	20	21	22	23	24
26	27	28	29	30	31

JULIET

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
1	2	3	4	5	6
8	9	10	11	12	13
15	16	17	18	19	20
22	23	24	25	26	27
28	29	30	31		

OCTOBRE

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
	1	2	3	4	5
7	8	9	10	11	12
14	15	16	17	18	19
21	22	23	24	25	26
28	29	30	31		

SEPTEMBRE

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
2	3	4	5	6	7
9	10	11	12	13	14
16	17	18	19	20	21
23	24	25	26	27	28
30					

MARS

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
			1	2	
4	5	6	7	8	9
11	12	13	14	15	16
18	19	20	21	22	23
25	26	27	28		

AVRIL

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
1	2	3	4	5	6
8	9	10	11	12	13
15	16	17	18	19	20
22	23	24	25	26	27
28	29	30			

FEVRIER

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
				1	2
4	5	6	7	8	9
11	12	13 <i>changement</i>	14	15	16
18	19	20	21	22	23
25	26	27	28		



ANNEXE 3

TABLEAU DE CORRELATION ET RESULTATS STATISTIQUES DE L'EXPERIENCE 1

Tableau 2. Corrélations des différentes mesures concernant le don de sang

	Attitude	Importance	Croyances normatives
Attitude	-		
Importance	.592**	-	
Croyances normatives	.310**	.684**	-

Note : **Corrélations significatives à $p < .01$

Tableau 3. Régression logistique sur l'acceptation de faire un don de sang

	B (SE)	95% IC pour Odds Ratio		
		Inf.	Odds Ratio	Sup.
Constante	-0,47 (0,25)			
Type de requête	1,69*** (0,51)	2,10	5,41	14,57
Attitude	0,46 (0,30)	0,89	1,59	2,83
Soi	0,18 (0,36)	0,60	1,20	2,41
Normes	0,42 (0,48)	0,60	1,53	3,94
Type de requête x Attitude	-0,44 (0,59)	0,20	0,65	2,05
Type de requête x Importance	1,61* (0,71)	1,24	5,00	20,16
Type de requête x Croyances normatives	-1,31 (0,25)	0,04	0,27	1,79

Note: $R^2 = .24$ (Cox & Snell), $.33$ (Nagelkerke). Modèle $\chi^2(7) = 27,63, p < .001$. *** $p < .001$,

* $p < .05$

ANNEXE 4

TABLEAU DE CORRELATION ET RESULTATS STATISTIQUES DE L'EXPERIENCE 2

Tableau 4. Corrélations des différentes mesures concernant le don de sang

	Attitude	Importance	Croyances normatives
Attitude	-		
Importance	.582**	-	
Croyances normatives	.297**	.634**	-

Note : **Corrélations significatives à $p < .01$

Tableau 5. Régression logistique sur l'acceptation de faire un don de sang

	B (SE)	95% IC pour Odds Ratio		
		Inf.	Odds Ratio	Sup.
Constante	0,40 (0,98)			
Type de requête	6,03** (1,95)	9,03	415,63	19138,08
Attitude	1,37 (0,53)	1,40	3,92	11,00
Soi	3,21 (1,88)	0,81	0,63	984,54
Normes	1,95 (1,13)	0,77	7,00	63,95
Type de requête x Attitude	-0,45 (1,05)	0,08	0,63	5,02
Type de requête x Importance	6,64 [†] (3,75)	0,49	764,86	1200057,03
Type de requête x Croyances normatives	3,02 (2,26)	0,24	20,40	1703,44

Note: $R^2 = .59$ (Cox & Snell), $.80$ (Nagelkerke). Modèle $\chi^2(7) = 72,47, p < .001$. ** $p < .01$,

[†] $p < .10$

ANNEXE 5

PRETEST DES MOTS DE LA CATEGORIE DON DE SANG

1 Vue d'ensemble

Le but de ce prétest est de pouvoir choisir des mots correspondant à la catégorie « don de sang » pour la réalisation du SC-IAT. Ces mots doivent être le plus neutre possible pour deux raisons :

- pour ne pas interférer de manière explicite avec les catégories « plaisant » et « déplaisant »
- pour que le faux feed-back soit accepté, il ne faut pas que les mots « don de sang » activent consciemment des normes ou des valeurs valorisées.

2 Participants

Vingt-et-un étudiants ont été sollicités dans les couloirs pour participer à ce prétest (13 femmes et 8 hommes âgés de 18 à 24 ans, $m = 19,38$ et $s = 1,99$). Il leur a été demandé de classer 18 mots du plus neutre au moins neutre.

3 Procédure et matériel

Les étudiants ont été approchés par l'expérimentateur au moment de la sortie des cours : « *Bonjour, je m'appelle Nicolas et je réalise une étude sur le vocabulaire qui concerne le don de sang. Je voudrais savoir si tu avais 3 minutes à m'accorder pour répondre à mon questionnaire.*

[Oui]

Il te suffit de classer les différents termes qui sont inscrit du plus neutre au moins neutre. »

Classer du plus neutre (1) au moins neutre (18) les mots suivants :

MOTS	CLASSEMENT
A+	
AB-	
aiguille	
albumine	
coagulation	
croix rouge	
défense immunitaire	
globules blancs	
globules rouges	
groupes sanguins	
hémoglobine	
O-	
plaquettes	
plasma	
prélèvement	
sang	
rhésus	
veine	

4 Résultats

Mots	Moyenne (écart-type)
Rhésus	5,10 (5,74)
Albumine	6,05 (7,26)
Coagulation	6,43 (4,80)
Plaquette	7,33 (4,67)
Plasma	7,71 (4,56)
Groupe sanguin	8,00 (5,42)
Hémoglobine	8,24 (5,82)
A+	8,38 (6,34)
Globules blancs	8,52 (4,59)
O-	8,62 (6,71)
Globules rouges	9,19 (5,00)
Veine	9,33 (6,53)
Croix rouge	9,62 (6,34)
AB-	9,67 (6,36)
Défense immunitaire	9,67 (5,29)
Prélèvement	9,67 (5,58)
Aiguille	10,81 (6,55)
Sang	10,90 (7,22)

Des moyennes ont été réalisées pour le classement de chaque mot. Les 8 premiers sont gardés pour la réalisation du SC-IAT.

ANNEXE 6

TABLEAU DESCRIPTIF ET RESULTATS STATISTIQUES DE L'EXPERIENCE 3

Tableau 6. Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête et du feed-back reçu

		Feed-back reçu		
		Faible	Modéré	Fort
Type de requête	PAN	9,52% (2/21)	36,36% (8/22)	66,67% (14/21)
	RC	13,64% (3/22)	25% (7/28)	24 % (6/25)

Tableau 7. Régression logistique de l'analyse préliminaire sur l'acceptation de faire un don de sang

	B (SE)	95% IC pour Odds Ratio		
		Inf.	Odds Ratio	Sup.
Constante	-0,73 (0,17)			
Type de requête	1,12*** (0,34)	1,58	3,07	5,98
Score D	0,97 (0,61)	0,79	2,63	8,71
Type de requête x Score D	1,94 (1,22)	0,63	9,94	76,03

Note: R² = .10 (Cox & Snell), .14 (Nagelkerke). Modèle $\chi^2(3) = 18,43, p = .001$. *** $p < .001$

Tableau 8. Régression logistique de l'*analyse principale* sur l'acceptation de faire un don de sang

	B (SE)	95% IC pour Odds Ratio		
		Inf.	Odds Ratio	Sup.
Constante	-1,04 (0,22)			
Type de requête	0,66 (0,44)	0,81	1,93	4,60
C1_feed-back	0,91** (0,29)	1,40	2,48	4,41
C2_feed-back	-0,10 (0,14)	0,68	0,90	1,19
Type de requête x C1_feed-back	1,13 ^t (0,59)	0,98	3,08	9,71
Type de requête x C2_feed-back	0,06 (0,29)	0,61	1,06	1,86

Note: $R^2 = .14$ (Cox & Snell), $.21$ (Nagelkerke). Modèle $\chi^2(5) = 21,49$, $p = .001$. ** $p < .01$, ^t $p < .10$

ANNEXE 7

PRETEST DES REQUETES EXTREMES DE L'EXPERIENCE 4

1 Présentation

Dans le but de tester l'influence du coût de la requête extrême dans la technique de la porte-au-nez, il a été nécessaire au préalable de pré-tester différentes requêtes qui variaient en fonction de leur durée d'engagement. Pour cela, 100 étudiants de 3^{ème} année de licence de psychologie (84 femmes et 16 hommes), d'âge moyen 21,55 ans ($s = 2,43$) ont pris part à ce prétest.

2 Procédure

Ces participants ont été sollicités pendant un cours pour répondre à une étude concernant la perception que l'on peut avoir d'un engagement. Dans un premier temps, les participants ont pris connaissance et signé un consentement éclairé. Puis, dans un second temps, ils ont lu une explication à propos de l'utilité du don de plaquette ainsi que le déroulement de ce type de don. Enfin, il a été demandé à chaque participant de s'imaginer qu'on leur demandait de s'engager à réaliser un don de plaquette sur une durée qui variait en fonction de la condition expérimentale. Les 100 participants ont été répartis au hasard dans les cinq conditions testées :

- Condition 1 don : s'engager à réaliser un don de plaquette dans les 2 prochains mois.
- Condition 3 dons : s'engager à réaliser un don de plaquette tous les 2 mois pendant 6 mois.
- Condition 6 dons : s'engager à réaliser un don de plaquette tous les 2 mois pendant 1 an.

- Condition 12 dons : s'engager à réaliser un don de plaquette tous les 2 mois pendant 2 ans.
- Conditions 18 dons : s'engager à réaliser un don de plaquette tous les 2 mois pendant 3 ans.

3 Mesures

À la suite de la proposition d'engagement, les participants devaient se positionner sur 3 échelles en 7 points concernant le coût, l'acceptabilité et le caractère raisonnable de la demande.

4 Résultats

4.1 Sur la variable dépendante coût

L'analyse de variance sur l'évaluation du « coût » montre que la variable « durée de l'engagement » a un effet significatif, $F(4,95) = 8,99$, $p = .001$, $\eta^2_{\text{partiel}} = .27$. Un engagement de 3 ans est évalué comme plus coûteux ($M_{3ans} = 5,80$, $ET_{3ans} = 1,15$) qu'un engagement de 2 ans ($M_{2ans} = 4,30$, $ET_{2ans} = 1,49$; Tukey, $p = .03$), qu'un engagement de 1 an ($M_{1an} = 3,65$, $ET_{1an} = 1,66$; Tukey, $p < .001$), qu'un engagement de 6 mois ($M_{6mois} = 3,95$, $ET_{6mois} = 1,88$; Tukey, $p = .003$), qu'un engagement de 1 mois ($M_{1don} = 2,90$, $ET_{1don} = 1,71$; Tukey, $p < .001$).

Aucune différence significative n'est à relever entre les engagements de 1 don, 6 mois et 1 an. Les résultats sont présentés dans la figure 32.

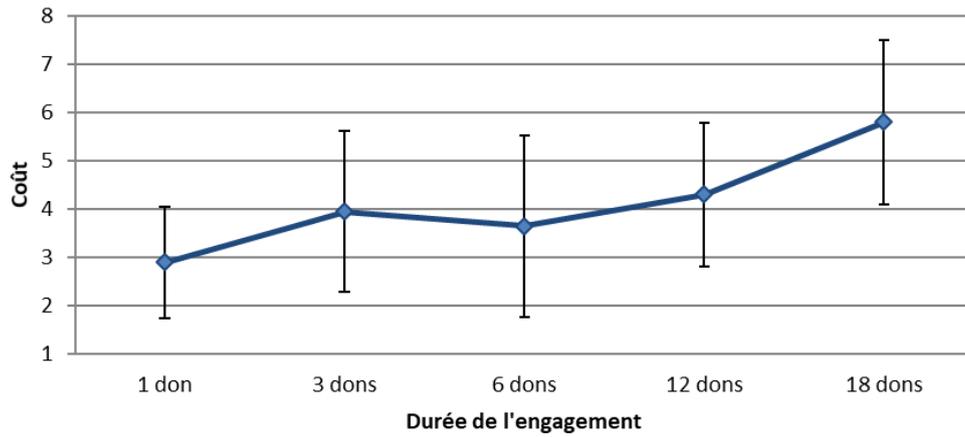


Figure 32. Moyenne et écart type du caractère coûteux de la requête en fonction de la durée de l'engagement.

4.2 Sur la variable dépendante acceptabilité

L'analyse de variance sur l'évaluation de « l'acceptabilité » montre que la variable « durée de l'engagement » a un effet significatif, $F(4,95) = 2,98$, $p = .022$, $\eta^2_{\text{partiel}} = .11$. Un engagement de 3 ans est évalué comme marginalement moins acceptable ($M_{3ans} = 4,75$, $ET_{3ans} = 1,37$) qu'un engagement de 1 an ($M_{1an} = 5,75$, $ET_{1an} = 1,25$; Tukey, $p = .091$), moins acceptable qu'un engagement de 6 mois ($M_{6mois} = 5,85$, $ET_{6mois} = 1,14$; Tukey, $p = .049$) et moins acceptable également qu'un engagement de 1 don ($M_{1don} = 5,95$, $ET_{1don} = 1,19$; Tukey, $p = .024$).

Aucune différence significative n'est à relever entre les engagements de 1 don, 6 mois et 1 an. Les résultats sont présentés dans la figure 33.

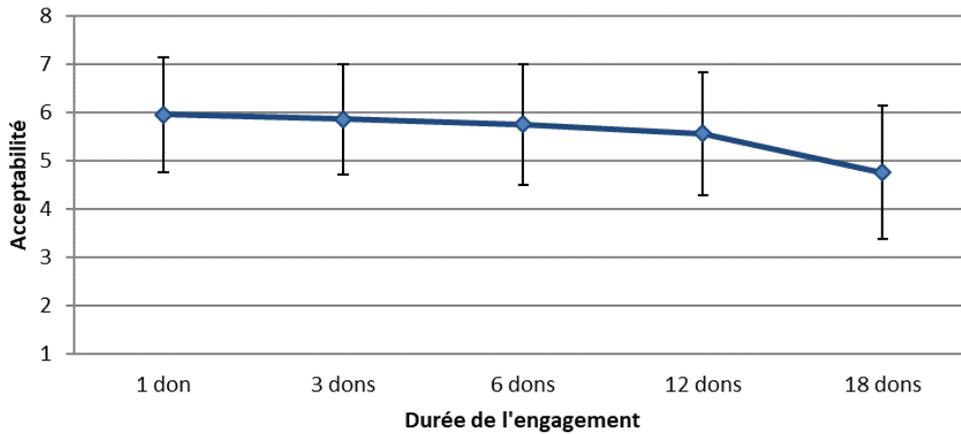


Figure 33. Moyenne et écart type du caractère acceptable de la requête en fonction de la durée de l'engagement.

4.3 Sur la variable dépendante raisonnabilité

L'analyse de variance sur l'évaluation du caractère « raisonnable » montre que la variable « durée de l'engagement » a un effet significatif, $F(4,95) = 6,66$, $p < .001$, $\eta^2_{\text{partiel}} = .22$. Un engagement de 3 ans est évalué comme moins raisonnable ($M_{3\text{ans}} = 3,85$, $ET_{3\text{ans}} = 1,42$) qu'un engagement de 2 ans ($M_{2\text{ans}} = 5,10$, $ET_{2\text{ans}} = 1,41$; Tukey, $p = .040$), qu'un engagement de 1 an ($M_{1\text{an}} = 5,45$, $ET_{1\text{an}} = 1,54$; Tukey, $p = .003$), qu'un engagement de 6 mois ($M_{6\text{mois}} = 5,50$, $ET_{6\text{mois}} = 1,47$; Tukey, $p = .002$), qu'un engagement de 1 don ($M_{1\text{don}} = 5,95$, $ET_{1\text{don}} = 0,99$; Tukey, $p < .001$).

Aucune différence significative n'est à relever entre les engagements de 1 don, 6 mois et 1 an. Les résultats sont présentés dans la figure 34.

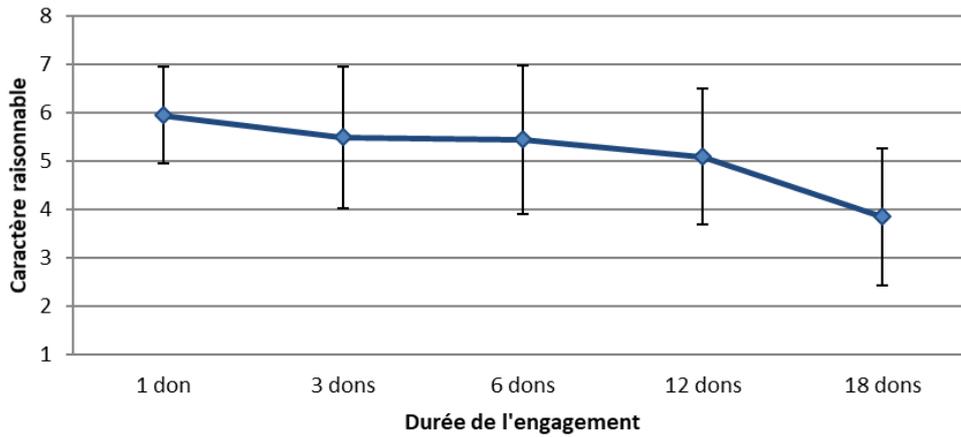


Figure 34. Moyenne et écart type du caractère raisonnable de la requête en fonction de la durée de l'engagement.

5 Conclusion

Suite à ce prétest, la requête extrême devait correspondre à celle au coût de 18 dons de plaquettes et la requête modérée à celle d'un seul don de plaquette. Cependant, au début de l'expérience 4, la requête modérée a été acceptée à six reprises sur quinze participants. Étant donné que le but de la technique de porte-au-nez est d'obtenir un refus, nous avons décidé de modifier cette requête modérée d'un don de plaquette.

Au vue de nos résultats, n'ayant pas de différence avec les requêtes 3 dons et 6 dons de plaquettes, nous avons choisi de les utiliser toutes les 2 en tant que requêtes modérées tout en conservant la requête extrême de 18 dons de plaquettes.

ANNEXE 8

TABLEAU DE CORRELATION ET RESULTATS STATISTIQUES DE L'EXPERIENCE 4

Tableau 9. Corrélations des différentes mesures concernant le don de sang

	Attitude	Importance	Croyances normatives
Attitude	-		
Importance	.561***	-	
Croyances normatives	.352***	.544***	-

Note : **Corrélations significatives à $p < .001$

Tableau 10. Taux d'acceptation de la requête cible en fonction du type de requête

	Type de requête			
	Requête cible seule	Porte-au-nez 18 dons	Porte-au-nez 6 dons	Porte-au-nez 3 dons
Taux d'acceptation	17,50% (7/33)	27,50% (11/40)	48,72% (19/39)	52,50% (21/40)

Tableau 11. Régression logistique avec les 3 contrastes et l'attitude sur l'acceptation de faire un don de sang

	B (SE)	95% IC pour Odds Ratio		
		Inf.	Odds Ratio	Sup.
Constante	-0,80 (0,24)			
C1	0,41* (0,16)	1,10	1,51	2,08
C2	0,29 (0,16)	0,98	1,34	1,83
C3	0,13 (0,31)	0,62	1,13	2,09
Attitude	1,07*** (0,25)	1,77	2,90	4,75
C1 x Attitude	0,02 (0,15)	0,76	1,02	1,37
C2 x Attitude	0,47** (0,17)	1,16	1,61	2,22
C3 x Attitude	-0,80 (0,24)	0,27	0,56	1,23

Note: $R^2 = .31$ (Cox & Snell), $.42$ (Nagelkerke). Modèle $\chi^2(7) = 57,84$, $p < .001$. ; *** $p < .001$

** $p < .01$ * $p < .016$

Tableau 12. Régression logistique avec les 3 contrastes et l'importance accordée au don de sang sur l'acceptation de faire un don de sang

	B (SE)	95% IC pour Odds Ratio		
		Inf.	Odds Ratio	Sup.
Constante	-1,19 (0,37)			
C1	0,89** (0,33)	1,27	2,44	4,70
C2	0,33 ^t (0,15)	1,05	1,40	1,86
C3	0,22 (0,26)	0,74	1,24	2,07
Importance	1,01*** (0,23)	1,75	2,76	4,34
C1 x Importance	-0,37 (0,20)	0,47	0,69	1,02
C2 x Importance	0,26* (0,11)	1,05	1,29	1,59
C3 x Importance	0,03 (0,23)	0,65	1,03	1,62

Note: $R^2 = .30$ (Cox & Snell), $.40$ (Nagelkerke). Modèle $\chi^2(7) = 55,66$, $p < .001$. ; *** $p < .001$

** $p < .01$ * $p < .016$ ^t $p < .05$

Tableau 13. Régression logistique avec les 3 contrastes et le niveau d'adhésion aux croyances normatives sur l'acceptation de faire un don de sang

	B (SE)	95% IC pour Odds Ratio		
		Inf.	Odds Ratio	Sup.
Constante	-0,63 (0,19)			
C1	0,32** (0,12)	1,09	1,38	1,75
C2	0,42** (0,16)	1,12	1,51	2,06
C3	-0,10 (0,24)	0,62	0,99	1,57
Croyances normatives	0,74 [†] (0,32)	1,12	2,10	3,93
C1 x Croyances normatives	0,12 (0,22)	0,73	1,13	1,74
C2 x Croyances normatives	-0,13 (0,25)	0,54	0,88	1,44
C3 x Croyances normatives	-0,32 (0,36)	0,36	0,73	1,47

Note: $R^2 = .30$ (Cox & Snell), $.40$ (Nagelkerke). Modèle $\chi^2(7) = 55,66, p < .001.$; ** $p < .01$ *

$p < .016$ [†] $p < .05$

ANNEXE 9

ÉCHELLE DE MESURE DES EMOTIONS

Ci-dessous, vous trouverez des mots qui peuvent décrire différents types d'états. Pour chaque proposition, indiquez dans quelle mesure il décrit **ce que vous ressentez en ce moment même**, en cochant la case qui correspond. Cocher « 1 » signifie que cet état « ne correspond pas du tout » au vôtre et « 7 » signifie que cet état « correspond tout à fait » au vôtre. Répondez le plus spontanément possible, sans trop réfléchir, en donnant votre ressenti profond.

En ce moment même, je me sens...

	Ne me correspond pas du tout					Me correspond tout à fait	
	1	2	3	4	5	6	7
1. Content(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. En colère	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Anxieux(se), tendu(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Embêté(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Joyeux(se)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Honteux(se)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Dégouté(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Coupable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Déçu(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Préoccupé(e), soucieux(se)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Frustré(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Mal à l'aise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Embarrassé(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. *J'ai l'impression actuellement que :*

1	2	3	4	5	6	7
Je ne ressens aucune émotion					Je ressens des émotions intenses	

15. Être dans cette situation présente est :

1	2	3	4	5	6	7
Désagréable						Agréable
<input type="checkbox"/>						

1	2	3	4	5	6	7
Inconfortable						Confortable
<input type="checkbox"/>						

1	2	3	4	5	6	7
Déplaisant						Plaisant
<input type="checkbox"/>						

ANNEXE 10

TABLEAU DE CORRELATION ET RESULTATS STATISTIQUES DE L'EXPERIENCE 5

Tableau 14. Corrélations entre les items d'émotions

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.
1. content	-												
2. colère	-.23*	-											
3. anxieux	-.20*	.46***	-										
4. embêté	-.43***	.28***	.32***	-									
5. joyeux	.68***	-.07	-.10	-.19	-								
6. honteux	-.35***	.45***	.26***	.55***	-.16	-							
7. dégoûté	-.50***	.38***	.19*	.45***	-.26*	.63***	-						
8. coupable	-.42***	.30**	.14	.54***	-.25*	.41***	.47***	-					
9. déçu	-.37***	.39***	.12	.38***	-.28*	.52***	.52***	.53***	-				
10. préoccupé	-.33***	.32***	.59***	.40***	.18	.35***	.29**	.29***	.24**	-			
11. frustré	-.34***	.41***	.20*	.50***	-.17	.59***	.60***	.51***	.64***	.38***	-		
12. mal à l'aise	-.45***	.33***	.41***	.61***	-.28**	.37	.39***	.46***	.24**	.37***	.32***	-	
13. embarrassé	-.47***	.36***	.33***	.60***	-.32***	.55***	.59***	.59***	.41***	.33***	.47***	.82***	-

Notes : * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Analyses des effets des différentes requêtes extrêmes et de l'attitude sur l'éveil émotionnel

Sur la joie

	b	ES (b)	β
Constante	4,68		
C1	-0,11	0,11	-0,11
C2	-0,17	0,19	-0,09
Attitude	0,02	0,15	0,01
C1 x Attitude	-0,02	0,10	-0,2
C2 x Attitude	0,07	0,19	0,04

Note : $R^2 = .02$

Sur la colère

	b	ES (b)	β
Constante	1,37		
C1	0,05	0,06	0,07
C2	0,24	0,11	0,22 ^t
Attitude	-0,04	0,09	-0,04
C1 x Attitude	-0,02	0,06	-0,04
C2 x Attitude	-0,11	0,11	-0,11

Note : $R^2 = .05$; $t = .16 < p < .05$

Sur l'anxiété

	b	ES (b)	β
Constante	2,89		
C1	-0,01	0,12	-0,01
C2	0,17	0,21	0,08
Attitude	-0,19	0,17	-0,13
C1 x Attitude	-0,06	0,11	-0,06
C2 x Attitude	-0,02	0,21	-0,01

Note : $R^2 = .02$

Sur embêté

	b	ES (b)	β
Constante	2,32		
C1	0,43	0,12	0,32 ^{***}
C2	0,01	0,22	0,01
Attitude	-0,03	0,17	-0,02
C1 x Attitude	-0,02	0,11	-0,02
C2 x Attitude	0,37	0,21	0,18

Note : $R^2 = .16$; $*** p < .001$

Sur la honte

	b	ES (b)	β
Constante	1,62		
C1	0,22	0,10	0,21 ^t
C2	0,14	0,17	0,08
Attitude	0,04	0,13	0,03
C1 x Attitude	0,02	0,09	0,02
C2 x Attitude	0,10	0,17	0,07

Note : $R^2 = .06$; $t = .16 < p < .05$

Sur dégoûté

	b	ES (b)	β
Constante	1,46		
C1	0,15	0,08	0,17
C2	0,32	0,14	0,22 ^t
Attitude	0,01	0,11	0,01
C1 x Attitude	-0,01	0,07	-0,01
C2 x Attitude	0,18	0,14	0,14

Note : $R^2 = .06$; $t = .16 < p < .05$

Sur coupable

	b	ES (b)	β
Constante	1,81		
C1	0,34	0,09	0,30 ^{***}
C2	0,53	0,16	0,28 ^{***}
Attitude	0,41	0,12	0,30 ^{***}
C1 x Attitude	0,19	0,08	0,19 ^t
C2 x Attitude	0,48	0,15	0,28 ^{**}

Note : $R^2 = .37$; $*** p < .001$, $** p < .01$, $t = .16 < p < .05$

Sur déçu

	b	ES (b)	β
Constante	1,73		
C1	0,11	0,09	0,11
C2	0,31	0,17	0,18
Attitude	0,27	0,13	0,22 ^t
C1 x Attitude	0,13	0,09	0,15
C2 x Attitude	0,34	0,16	0,22 ^t

Note : $R^2 = .14$; $t = .16 < p < .05$

Sur préoccupé

	b	ES (b)	β
Constante	3,07		
C1	0,10	0,12	0,08
C2	0,31	0,22	0,14
Attitude	-0,14	0,17	-0,09
C1 x Attitude	-0,06	0,11	-0,05
C2 x Attitude	0,12	0,22	0,06

Note : $R^2 = .04$

Sur frustré

	b	ES (b)	β
Constante	1,72		
C1	0,21	0,10	0,20 ^t
C2	0,14	0,17	0,08
Attitude	0,18	0,12	0,15
C1 x Attitude	0,06	0,09	0,06
C2 x Attitude	0,37	0,17	0,24 ^t

Note : $R^2 = .12$; $t = .16 < p < .05$

Sur embarras

	b	ES (b)	β
Constante	1,93		
C1	0,33	0,09	0,33***
C2	0,16	0,17	0,09
Attitude	-0,07	0,13	-0,06
C1 x Attitude	-0,02	0,09	-0,03
C2 x Attitude	0,08	0,17	0,05

Note : $R^2 = .12$; *** $p < .001$

Sur l'inconfort

	b	ES (b)	β
Constante	3,66		
C1	0,17	0,09	0,19
C2	0,07	0,16	0,04
Attitude	-0,08	0,12	-0,07
C1 x Attitude	-0,09	0,08	-0,11
C2 x Attitude	-0,25	0,16	-0,18

Note : $R^2 = .05$

Analyses des effets des différentes requêtes extrêmes et de l'importance du don sur l'éveil émotionnel

Sur la joie

	b	ES (b)	β
Constante	4,67		
C1	-0,11	0,11	-0,10
C2	-0,15	0,18	-0,08
Importance	0,01	0,11	0,01
C1 x Importance	0,03	0,08	0,04
C2 x Importance	-0,10	0,14	-0,07

Note : $R^2 = .02$

Sur la colère

	b	ES (b)	β
Constante	1,33		
C1	0,04	0,06	0,06
C2	0,22	0,11	0,20 ^t
Importance	-0,05	0,07	-0,08
C1 x Importance	0,03	0,05	0,06
C2 x Importance	-0,09	0,08	-0,11

Note : $R^2 = .05$; $t = .16 < p < .05$

Sur l'anxiété

	b	ES (b)	β
Constante	2,86		
C1	-0,01	0,12	-0,01
C2	0,08	0,20	0,04
Importance	-0,21	0,13	-0,16
C1 x Importance	-0,02	0,09	-0,02
C2 x Importance	-0,18	0,15	-0,11

Note : $R^2 = .04$

Sur embêté

	b	ES (b)	β
Constante	2,40		
C1	0,48	0,12	0,36 ^{***}
C2	0,01	0,21	0,01
Importance	0,09	0,13	0,06
C1 x Importance	0,08	0,09	0,08
C2 x Importance	0,36	0,15	0,21 ^t

Note : $R^2 = .17$; $*** p < .001$; $t = .16 < p < .05$

Sur la honte

	b	ES (b)	β
Constante	1,64		
C1	0,21	0,09	0,21 ^t
C2	0,17	0,17	0,10
Importance	0,06	0,10	0,05
C1 x Importance	-0,03	0,07	-0,04
C2 x Importance	-0,06	0,12	-0,05

Note : $R^2 = .07$; $t = .16 < p < .05$

Sur dégoûté

	b	ES (b)	β
Constante	1,52		
C1	0,17	0,08	0,19 ^t
C2	0,32	0,14	0,21 ^t
Importance	0,01	0,09	0,01
C1 x Importance	-0,04	0,06	-0,05
C2 x Importance	0,12	0,10	1,16

Note : $R^2 = .10$; $t = .16 < p < .05$

Sur coupable

	b	ES (b)	β
Constante	1,93		
C1	0,40	0,09	0,37 ^{***}
C2	0,74	0,15	0,39 ^{***}
Importance	0,19	0,09	0,16 ^t
C1 x Importance	0,12	0,07	0,14
C2 x Importance	0,31	0,11	0,22 ^{**}

Note : $R^2 = .37$; ^{***} $p < .001$, ^{**} $p < .01$, ^t $= .16 < p < .05$

Sur déçu

	b	ES (b)	β
Constante	1,81		
C1	0,16	0,09	0,15
C2	0,46	0,16	0,26**
Importance	0,10	0,10	0,10
C1 x Importance	0,09	0,07	0,11
C2 x Importance	0,16	0,12	0,13

Note : $R^2 = .12$; ** $p < .01$

Sur préoccupé

	b	ES (b)	β
Constante	3,10		
C1	0,14	0,12	0,11
C2	0,21	0,21	0,09
Importance	-0,32	0,13	-0,24*
C1 x Importance	-0,09	0,09	-0,09
C2 x Importance	0,01	0,15	0,01

Note : $R^2 = .09$; * $p < .016$

Sur frustré

	b	ES (b)	β
Constante	1,80		
C1	0,26	0,10	0,26**
C2	0,021	0,17	0,12
Importance	-0,02	0,10	-0,10
C1 x Importance	0,05	0,07	0,06
C2 x Importance	0,19	0,12	0,14

Note : $R^2 = .10$; ** $p < .01$

Sur embarras

	b	ES (b)	β
Constante	1,96		
C1	0,35	0,09	0,35***
C2	0,10	0,16	0,06
Importance	-0,13	0,10	-0,13
C1 x Importance	-0,10	0,07	-0,01
C2 x Importance	0,14	0,12	0,11

Note : $R^2 = .14$; *** $p < .001$

Sur l'inconfort

	b	ES (b)	β
Constante	3,58		
C1	0,14	0,09	0,16
C2	0,02	0,15	0,01
Importance	-0,04	0,09	-0,04
C1 x Importance	-0,02	0,07	-0,03
C2 x Importance	-0,21	0,11	-0,18

Note : $R^2 = .06$

Analyses des effets des différentes requêtes extrêmes et des croyances normatives sur l'éveil émotionnel

Sur la joie

	b	ES (b)	β
Constante	4,70		
C1	-0,12	0,11	-0,11
C2	-0,16	0,18	-0,09
Croyances normatives	0,18	0,22	0,08
C1 x Croyances normatives	-0,08	0,16	-0,05
C2 x Croyances normatives	-0,10	0,27	-0,04

Note : $R^2 = .03$

Sur la colère

	b	ES (b)	β
Constante	1,35		
C1	0,04	0,06	0,06
C2	0,22	0,11	0,20 ^t
Croyances normatives	-0,06	0,13	-0,04
C1 x Croyances normatives	-0,33	0,09	-0,04
C2 x Croyances normatives	-0,14	0,16	-0,09

Note : $R^2 = .05$; $t = .16 < p < .05$

Sur l'anxiété

	b	ES (b)	β
Constante	2,87		
C1	0,01	0,12	0,01
C2	0,10	0,20	0,05
Croyances normatives	-0,51	0,25	-0,20 ^t
C1 x Croyances normatives	-0,01	0,18	-0,01
C2 x Croyances normatives	-0,25	0,30	-0,08

Note : $R^2 = .04$; $t = .16 < p < .05$

Sur embêté

	b	ES (b)	β
Constante	2,39		
C1	0,46	0,12	0,35 ^{***}
C2	-0,01	0,21	-0,01
Croyances normatives	-0,03	0,25	-0,01
C1 x Croyances normatives	-0,02	0,18	-0,01
C2 x Croyances normatives	0,67	0,30	0,20 ^t

Note : $R^2 = .17$; $*** p < .001$; $t = .16 < p < .05$

Sur la honte

	b	ES (b)	β
Constante	1,65		
C1	0,22	0,01	0,22 ^t
C2	0,16	0,16	0,09
Croyances normatives	-0,08	0,20	-0,04
C1 x Croyances normatives	-0,13	0,14	-0,08
C2 x Croyances normatives	-0,05	0,25	-0,02

Note : $R^2 = .07$; $t = .16 < p < .05$

Sur dégoûté

	b	ES (b)	β
Constante	1,51		
C1	0,17	0,08	0,19 ^t
C2	0,33	0,14	0,22 ^t
Croyances normatives	-0,10	0,17	-0,05
C1 x Croyances normatives	-0,09	0,12	-0,07
C2 x Croyances normatives	0,04	0,21	0,02

Note : $R^2 = .10$; $t = .16 < p < .05$

Sur coupable

	b	ES (b)	β
Constante	1,92		
C1	0,39	0,09	0,36***
C2	0,71	0,16	0,37***
Croyances normatives	0,18	0,19	0,08
C1 x Croyances normatives	0,08	0,14	0,05
C2 x Croyances normatives	0,40	0,23	0,15

Note : $R^2 = .30$; *** $p < .001$

Sur déçu

	b	ES (b)	β
Constante	1,81		
C1	0,15	0,09	0,14
C2	0,43	0,16	0,25**
Croyances normatives	0,08	0,20	0,04
C1 x Croyances normatives	-0,01	0,14	-0,01
C2 x Croyances normatives	0,26	0,24	1,06

Note : $R^2 = .12$; ** $p < .01$

Sur préoccupé

	b	ES (b)	β
Constante	3,10		
C1	0,13	0,12	0,10
C2	0,16	0,21	0,12
Croyances normatives	-0,50	0,26	-0,19
C1 x Croyances normatives	-0,18	0,18	-0,09
C2 x Croyances normatives	0,06	0,31	0,02

Note : $R^2 = .07$

Sur frustré

	b	ES (b)	β
Constante	1,82		
C1	0,26	0,10	0,25**
C2	0,21	0,16	0,12
Croyances normatives	-0,28	0,20	-0,13
C1 x Croyances normatives	-0,17	0,14	-0,11
C2 x Croyances normatives	0,25	0,24	0,10

Note : $R^2 = .12$; ** $p < .01$

Sur embarras

	b	ES (b)	β
Constante	1,95		
C1	0,34	0,09	0,34***
C2	0,12	0,16	0,07
Croyances normatives	-0,18	0,20	-0,08
C1 x Croyances normatives	-0,05	0,14	-0,04
C2 x Croyances normatives	0,16	0,24	0,07

Note : $R^2 = .13$; *** $p < .001$

Sur l'inconfort

	b	ES (b)	β
Constante	3,60		
C1	0,15	0,09	0,17
C2	0,03	0,15	0,02
Croyances normatives	-0,07	0,18	-0,04
C1 x Croyances normatives	-0,02	0,13	-0,02
C2 x Croyances normatives	-0,49	0,22	-0,22 ^t

Note : $R^2 = .07$; ^t $.16 < p < .05$

ANNEXE 11

PRETEST DU COUT DES REQUETES CIBLES DE L'EXPERIENCE 6

1 Présentation

Dans le but de tester l'influence du coût de la requête cible dans la technique de la porte-au-nez, il a été nécessaire au préalable de pré-tester différentes requêtes qui variaient en fonction de leur durée d'engagement. Pour cela, 135 étudiants de 3^{ème} année de licence de psychologie (82 femmes et 23 hommes), d'âge moyen 22,50 ans ($m = 4,41$) ont pris part à ce pré-test.

2 Procédure

Ces participants ont été sollicités pendant une séance de travaux dirigés pour répondre à une étude concernant la perception que l'on peut avoir d'un engagement. Dans un premier temps, ils ont lu une explication à propos du don de sang ainsi que le déroulement de ce type de don. Enfin, il a été demandé à chaque participant de s'imaginer qu'on leur demandait de s'engager à réaliser un don de sang sur une durée qui variait en fonction de la condition expérimentale. Les 135 participants ont été répartis au hasard dans les trois conditions testées :

Condition 2 dons : s'engager à réaliser un don de sang dans les 3 prochains mois, puis s'engager à réaliser 2 dons de sang dans les 6 prochains mois.

Condition 3 dons : s'engager à réaliser un don de sang dans les 3 prochains mois, puis s'engager à réaliser 3 dons de sang dans les 9 prochains mois.

Condition 4 dons : s'engager à réaliser un don de sang dans les 3 prochains mois, puis s'engager à réaliser 4 dons de sang dans les 12 prochains mois.

L'ordre de présentation des deux types d'engagement a été contre balancée pour éviter un effet d'ordre.

3 Mesures

A la suite de la proposition d'engagement, les participants devaient se positionner sur 3 échelles en 7 points concernant le coût, l'acceptabilité et le caractère raisonnable de la demande.

4 Résultats par analyse de variance à mesure répétée

4.1 Sur la variable dépendante coût

L'analyse de variance à mesure répétée sur l'évaluation du « coût » montre que les variables « durée de l'engagement » et « engagement d'un don de sang » ont un effet significatif, $F(2,102) = 3,35$, $p = .038$, $\eta^2_{\text{partiel}} = .06$. Un engagement de 1 don n'est pas évalué comme moins coûteux ($M_{1don} = 2,31$, $ET_{1don} = 0,28$) qu'un engagement de 2 dons ($M_{2dons} = 2,71$, $ET_{2dons} = 0,31$; Tukey, *ns*). Par contre, un engagement de 1 don est évalué moins coûteux qu'un engagement de 3 dons ($M_{3dons} = 3,29$, $ET_{3dons} = 0,31$; Tukey, $p < .001$), et qu'un engagement de 4 dons ($M_{4dons} = 3,54$, $ET_{4dons} = 0,31$; Tukey, $p < .001$). Les résultats sont représentés dans la figure 35.

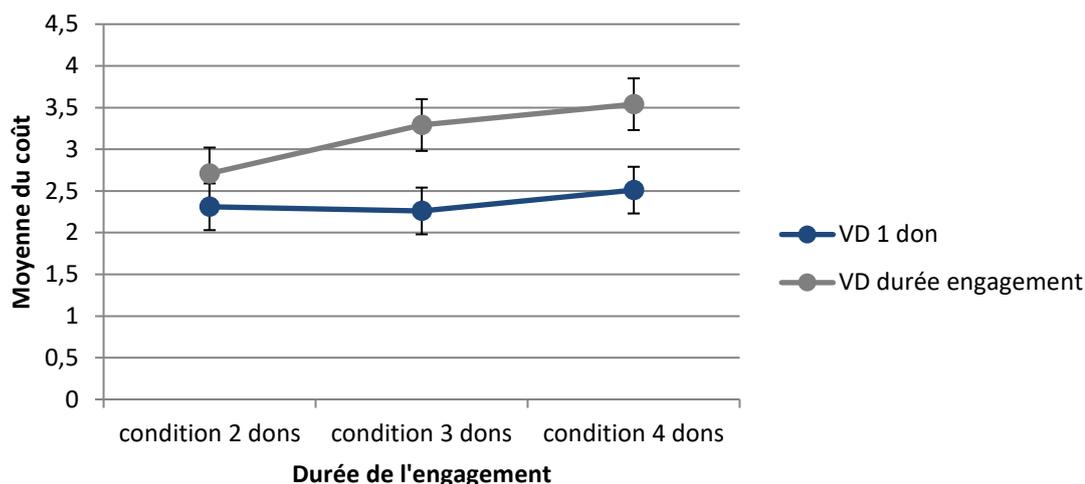


Figure 35. Moyenne et erreur-type du caractère coûteux de la requête cible en fonction de la durée de l'engagement

4.2 Sur la variable dépendante caractère raisonnable

L'analyse de variance à mesure répétée sur l'évaluation du « caractère raisonnable » montre que les variables « durée de l'engagement » et « engagement d'un don de sang » ont un effet significatif, $F(2,102) = 4,12$, $p = .019$, $\eta^2_{\text{partiel}} = .07$. Un engagement de 1 don n'est pas évalué comme moins raisonnable ($M_{1don} = 6,43$, $ET_{1don} = 0,19$) qu'un engagement de 2 dons ($M_{2dons} = 6,23$, $ET_{2dons} = 0,23$; Tukey, *ns*). Par contre, un engagement de 1 don est évalué moins coûteux qu'un engagement de 3 dons ($M_{3dons} = 5,43$, $ET_{3dons} = 0,23$; Tukey, $p < .001$), et qu'un engagement de 4 dons ($M_{4dons} = 5,43$, $ET_{4dons} = 0,23$; Tukey, $p < .001$). Les résultats sont présentés dans la figure 36.

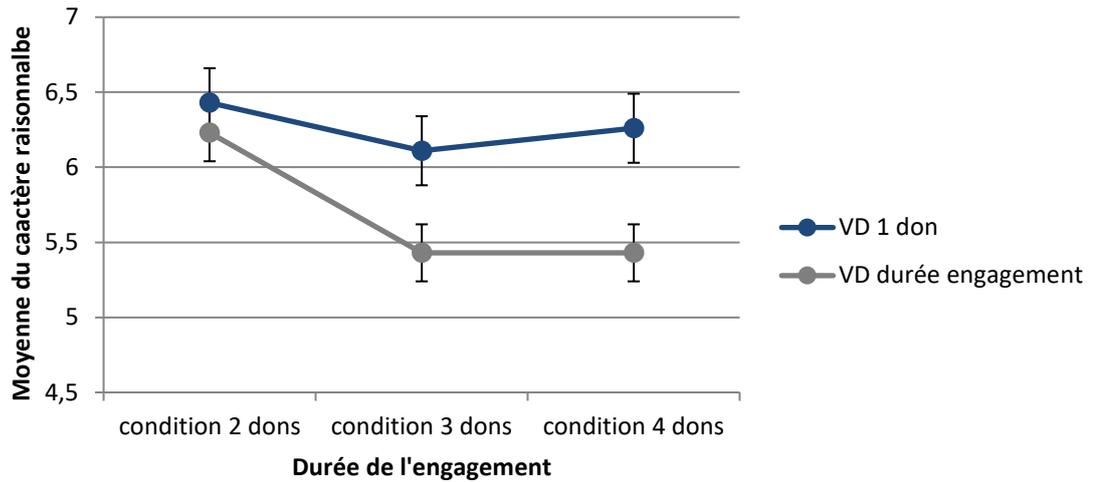


Figure 36. Moyenne du caractère raisonnable de la requête cible en fonction de la durée de l'engagement

4.3 Sur la variable dépendante caractère acceptable

L'analyse de variance à mesure répétée sur l'évaluation du « caractère acceptable » montre que les variables « durée de l'engagement » et « engagement d'un don de sang » n'ont pas d'effet significatif, $F(2,102) = 2,37, ns$.

5 Conclusion

Pour la suite de l'expérience 6, ce sont les requêtes concernant 1 don de sang et 3 dons de sang qui seront utilisées. Elles diffèrent au niveau de l'évaluation de leur coût ainsi que sur l'évaluation de leur caractère raisonnable.

ANNEXE 12

TABLEAU DE CORRELATION ET RESULTATS STATISTIQUES DE L'EXPERIENCE 6

Tableau 15. Corrélations des différentes mesures concernant le don de sang

	Attitude	Importance	Croyances normatives
Attitude	-		
Importance	.539**	-	
Croyances normatives	.435**	.509**	-

Note : **Corrélations significatives à $p < .01$

Tableau 16. Régression logistique avec les 3 contrastes et l'attitude sur l'acceptation de faire un don de sang

	B (SE)	95% IC pour Odds Ratio		
		Inf.	Odds Ratio	Sup.
Constante	-0,26 (0,23)			
C1	0,80 (0,43)	0,96	2,23	5,21
C2	0,82 ^t (0,38)	1,07	2,26	4,79
C3	0,54 (0,46)	0,70	1,72	4,24
Attitude	0,70*** (0,20)	1,36	2,00	2,96
C1 x Attitude	-0,29 (0,38)	0,35	0,75	1,58
C2 x Attitude	0,36 (0,31)	0,78	1,44	2,65
C3 x Attitude	0,47 (0,40)	0,74	1,60	3,47

Note: $R^2 = .22$ (Cox & Snell), $.29$ (Nagelkerke). Modèle $\chi^2(7) = 29,39, p < .001$. *** $p < .001$, ^t $.016 < p < .05$

Tableau 17. Régression logistique avec les 3 contrastes et l'importance accordée au don de sang sur l'acceptation de faire un don de sang

	B (SE)	95% IC pour Odds Ratio		
		Inf.	Odds Ratio	Sup.
Constante	0,10 (0,32)		2,57	
C1	0,94 ^t (0,44)	1,08	3,02	6,12
C2	1,11* (0,44)	1,29	4,36	7,09
C3	1,47 ^t (0,64)	1,24	2,78	15,38
Importance	1,02*** (0,27)	1,66	1,90	4,67
C1 x Importance	0,64 ^t (0,33)	1	3,12	3,61
C2 x Importance	1,14*** (0,35)	1,59	1,24	6,13
C3 x Importance	0,21 (0,53)	0,44	1,11	3,50

Note: $R^2 = .33$ (Cox & Snell), $.45$ (Nagelkerke). Modèle $\chi^2(7) = 48,57$, $p < .001$. *** $p < .001$, * $p < .016$, ^t $.016 < p < .05$

Tableau 18. Régression logistique avec les 3 contrastes et les croyances normatives sur l'acceptation de faire un don de sang

	B (SE)	95% IC pour Odds Ratio		
		Inf.	Odds Ratio	Sup.
Constante	-0,21 (0,22)			
C1	0,58 (0,36)	0,87	0,11	3,63
C2	0,96* (0,40)	1,21	0,02	5,68
C3	0,57 (0,43)	0,76	0,19	4,12
Croyances normatives	1,11** (0,35)	1,52	0,01	6,08
C1 x Croyances normatives	0,53 (0,53)	0,61	0,31	4,77
C2 x Croyances normatives	-0,08 (0,64)	0,26	0,90	3,26
C3 x Croyances normatives	-0,40 (0,71)	0,17	0,57	2,68

Note: $R^2 = .18$ (Cox & Snell), $.25$ (Nagelkerke). Modèle $\chi^2(7) = 24,36$, $p = .001$. ** $p < .01$, * $p < .016$