Université d'Aix-Marseille
Ecole doctorale Cognition, Langage, Education - ED356
Laboratoire de Psychologie Sociale (LPS) - EA849

AUTO-PROPHÉTIES : UN NOUVEAU PARADIGME POUR LA THÉORIE DE LA DISSONANCE COGNITIVE

Thèse de doctorat nouveau régime
Pour l'obtention du grade de
Docteur en psychologie de l'Université d'Aix-Marseille

Présentée et soutenue publiquement par Lionel RODRIGUES
Le 9 décembre 2015

Sous la direction de Fabien GIRANDOLA

Membres du jury

Fabien GIRANDOLA	Professeur de psychologie sociale *Université d'Aix-Marseille*	Directeur
Patrick GOSLING	Professeur de psychologie sociale *Université Paris Ouest Nanterre La Défense*	Rapporteur
Valérie FOINTIAT	Professeur de psychologie sociale *Université de Metz*	Examinateur
Alain SOMAT	Professeur de psychologie sociale *Université de Rennes 2*	Rapporteur

Université d'Aix-Marseille
Ecole doctorale Cognition, Langage, Education - ED356
Laboratoire de Psychologie Sociale (LPS) - EA849

AUTO-PROPHÉTIES : UN NOUVEAU PARADIGME POUR LA THÉORIE DE LA DISSONANCE COGNITIVE

Thèse de doctorat nouveau régime
Pour l'obtention du grade de
Docteur en psychologie de l'Université d'Aix-Marseille

Présentée et soutenue publiquement par Lionel RODRIGUES
Le 9 décembre 2015

Sous la direction de Fabien GIRANDOLA

Membres du jury

Fabien GIRANDOLA	Professeur de psychologie sociale *Université d'Aix-Marseille*	Directeur
Patrick GOSLING	Professeur de psychologie sociale *Université Paris Ouest Nanterre La Défense*	Rapporteur
Valérie FOINTIAT	Professeur de psychologie sociale *Université de Metz*	Examinateur
Alain SOMAT	Professeur de psychologie sociale *Université de Rennes 2*	Rapporteur

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier les membres du Jury, Patrick Gosling, Valérie Fointiat et Alain Somat, pour avoir accepté d'évaluer ce travail. Je me souviens encore des encouragements formulés par l'un d'entre eux à ma première communication. Ce manuscrit témoigne de leur résonance.

Je remercie mon directeur de thèse, Fabien Girandola pour sa confiance et son encadrement qui m'ont accompagné tout au long de ce travail. Je le remercie également pour m'avoir présenté le monde de la recherche fondamentale et appliquée. Nombre de projets que nous avons menés ensemble ont enrichi mes réflexions et apporté à ce travail de nouvelles perspectives.

A ce titre, je tiens à remercier Gilles Marchal et Natacha Romma (E3D-Environnement) pour avoir apprécié le potentiel des auto-prophéties dans la communication environnementale. Je remercie également Céline Pascual, Lionel Souchet, Audrey Bonjour et Séverine Halimi-Falkowicz (IRSIC), ainsi qu'Alice Béranger et Ghislain Bourg (Auxilia) pour m'avoir donné l'opportunité de travailler dans des projets appliqués à l'environnement.

Je remercie également les membres du Laboratoire de Psychologie Sociale, doctorants(tes), maîtres de conférences et professeurs des universités pour les discussions que nous avons eu l'occasion d'échanger. Je remercie plus particulièrement Béatrice, Anthony, Jérôme et Séverin pour leur accueil et la gestion des salles d'expérimentation.

Je n'oublie pas combien les encouragements de nos proches peuvent être source de motivation et pour cela Adrien, Alan, Alexia, Arthur et Romaric, je vous remercie tous pour votre écoute et vos efforts dans la compréhension de mes raisonnements.

Je remercie sans réserve ma famille sans qui ce travail n'aurait pu exister. Mes parents m'ont donné la chance de poursuivre mes études et je leur serai pour cela à jamais reconnaissant. David, je te remercie pour tes conseils et ton soutien fraternel.

Enfin, Jenny, ma chère et tendre, la tâche est rude pour te remercier à la hauteur de l'aide que tu as pu fournir à mes yeux. Je te remercie pour tes relectures, ta souplesse logistique (oui, tu sais à quel point le calendrier d'un doctorant peut être contraignant), mais aussi et surtout pour ta présence, ta bonne humeur et ton amour qui m'ont accompagné dans toutes les étapes de mon doctorat. Tu as toujours su trouver les mots justes, gage de ma persévérance.

RESUMÉ

Le paradigme des auto-prophéties (i.e., demander à un individu de prédire son comportement) est abordé sous l'angle de la théorie de la dissonance cognitive. Prédire son comportement rendrait accessible deux éléments de pensée potentiellement contradictoires. D'une part, les croyances normatives associées au comportement qui relèvent du prescriptif, d'autre part, le comportement passé transgressif. Lorsqu'un individu n'agit pas en accord avec son système de croyances, il est sujet à une inconsistance cognitive génératrice de dissonance. En prédisant son comportement il prendrait conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait. Les auto-prophéties seraient source de dissonance appelant sa réduction par l'adoption du comportement. Cette thèse comprend 6 expériences (N = 788). Nous testons les effets de la réalisation d'une prédiction sur le recyclage des déchets. Le recyclage est perçu comme un comportement normatif auprès d'une population universitaire (expérience 1). Les auto-prophéties réalisées en contexte de libre-choix et en l'absence de fausse attribution amènent les participants à exprimer une attitude favorable au recyclage (expérience 2). Nous montrons qu'une prédiction comportementale est source d'inconfort psychologique uniquement en contexte de libre-choix (expérience 3) et lorsque l'habitude de recycler est faible (expérience 4). Les croyances normatives sont également impliquées dans le processus de dissonance et médiatisent l'effet de l'habitude sur l'inconfort psychologique (expérience 5). La justification du comportement passé, qui est un mode de réduction de la dissonance, réduit l'inconfort psychologique en situation de prédiction (expérience 6). Nous proposerons des pistes de recherches ainsi que des applications possibles au paradigme des auto-prophéties.

Mots clés : Auto-prophétie, Dissonance cognitive, Habitude, Croyances normatives

ABSTRACT

Paradigm of self-prophecies (i.e., ask to an individual to predict his behavior) is discussed under the cognitive dissonance theory. Predict his behavior would make accessible two potentially contradictory elements of thought. Firslty, normative beliefs associated with behavior that fall within the prescriptive, on the other hand, the transgressive past behavior. When an individual does not act in accordance with his belief system, he is subject to a cognitive inconsistency that generates dissonance. By predicting his behavior he would realize that he does not always act as they should. Self-prophecies would be source of dissonance that would be calling its reduction through the adoption of behavior. This thesis includes six experiments (N = 788). We test the effects of performing a prediction on waste recycling. Recycling is perceived as normative behavior near university population (experiment 1). Self-prophecies realized in a free-choice context and in the absence of misattribution bring the participants to express a favorable attitude for recycling (experiment 2). We show that a behavioral prediction is a source of psychological discomfort only in a free-choice context (experiment 3) and when habit of recycling is low (experiment 4). Normative beliefs are also involved in the dissonance process and mediate the effect of habit on psychological discomfort (experiment 5). The justification of past behavior, which is a mode of dissonance reduction, reduced psychological discomfort in situation of prediction (experiment 6). We will propose tracks of research and possible applications to the paradigm of self-prophecies.

Keywords : Self-prophecy, Cognitive dissonance, Habit, Normative beliefs

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS **5**

RESUMÉ **6**

ABSTRACT **7**

TABLE DES MATIÈRES **8**

INTRODUCTION **14**

PARTIE THEORIQUE **21**

CHAPITRE I - LA THEORIE DE LA DISSONANCE COGNITIVE **22**

1. GENESE DE LA THEORIE 22
2. PRINCIPES FONDAMENTAUX 23
   2.1. Les cognitions, un concept clé 23
   2.2. La théorie de Festinger 24
   2.3. Amplitude et taux de dissonance 26
   2.4. Conclusion sur la théorie de 1957 26
3. CRITIQUES NOTABLES DE LA THEORIE DE FESTINGER 27
   3.1. La dissonance cognitive et la théorie du renforcement 27
   3.2. La dissonance cognitive et la théorie de l'auto-perception 29
4. LE ROLE DU SOI DANS LA THEORIE DE LA DISSONANCE COGNITIVE 30
   4.1. La théorie de l'auto-consistance 30
   4.2. La théorie de l'auto-affirmation 31
   4.3. Le modèle du *New Look* 32
   4.4. Le modèle des standards du soi 34
5. LE ROLE DE L'ENGAGEMENT DANS LA THEORIE DE LA DISSONANCE COGNITIVE 37
   5.1. Les reformulations de Brehm et Cohen (1962) 37
   5.2. La dissonance cognitive et le libre-choix 37
   5.3. Vers la psychologie de l'engagement 38
6. LA THEORIE RADICALE DE LA DISSONANCE COGNITIVE 41
7. LES PARADIGMES DE LA DISSONANCE 42
   7.1. Le paradigme de la soumission forcée 42

7.2. Le paradigme du choix 44
7.3. L'exposition à une information inconsistante 44
7.4. Le paradigme de l'hypocrisie induite 45
8. LES MODES DE REDUCTION DE LA DISSONANCE 48
8.1. Modes de réduction non défensifs 49
8.2. Modes de réduction défensifs 51
8.3. Modèles des relations entre les modes de réduction 55
9. CONCLUSION SUR LA THEORIE DE LA DISSONANCE COGNITIVE 56

CHAPITRE II - LE PARADIGME DES AUTO-PROPHETIES 60

1. PRESENTATION ET ORIGINE DU PARADIGME 60
1.1 La disconfirmation des attentes 60
1.2. Auto-prophéties : études princeps 62
2. NOTE SUR LA TERMINOLOGIE 63
3. EXPERIMENTATIONS SUR LES AUTO-PROPHETIES 65
3.1. Dans le domaine des comportements civiques 66
3.2. Dans le domaine des comportements altruistes 67
3.3. Dans le domaine des comportements de santé 68
3.4. Dans le domaine des comportements pro-environnementaux 72
4. AUTO-PROPHETIES ET PARADIGME DE LA SIMPLE MESURE 74
5. AUTO-PROPHETIES ET INTERPRETATIONS THEORIQUES 80
5.1. Evocation de scripts 80
5.2. Activation de l'identité sociale 81
5.3. La théorie de la dissonance cognitive 82
6. CONCLUSION SUR LES AUTO-PROPHETIES 92

PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE 95

PARTIE EXPERIMENTALE 103

CHAPITRE III - AUTO-PROPHETIES ET DISSONANCE COGNITIVE : APPROCHE CENTREE SUR LE LIBRE-CHOIX 104

EXPERIENCE 1 - LE RECYCLAGE : UN COMPORTEMENT NORMATIF 105

1. VUE D'ENSEMBLE 105

2. METHODE 106
2.1. Participants 106
2.2. Procédure 107
2.3. Mesures 107
3. HYPOTHESES 108
4. RESULTATS 108
5. DISCUSSION 109

EXPERIENCE 2 - AUTO-PROPHETIES : EFFETS DU LIBRE-CHOIX ET DE LA FAUSSE ATTRIBUTION SUR L'ATTITUDE ENVERS LE RECYCLAGE 112

1. VUE D'ENSEMBLE 112
2. METHODE 114
2.1. Participants 114
2.2. Procédure 115
2.3. Mesures 117
3. HYPOTHESES 117
4. RESULTATS 118
4.1. Effets de la réalisation d'une prédiction 119
4.2. Effets du libre-choix 121
4.3. Effets de la fausse attribution 122
4.4. Effets d'interactions entre libre-choix et fausse attribution 123
5. DISCUSSION 123

EXPERIENCE 3 - AUTO-PROPHETIES : EFFETS DU LIBRE-CHOIX ET DES CROYANCES NORMATIVES SUR L'INCONFORT PSYCHOLOGIQUE 128

1. VUE D'ENSEMBLE 128
2. METHODE 130
2.1. Participants 130
2.2. Procédure 130
2.3. Matériel 132
3. HYPOTHESES 134
4. RESULTATS 135
4.1. Affects 135
4.2. Mesures cognitives 137

4.3. Réponses à la requête de prédiction 141
5. DISCUSSION 142

CHAPITRE IV - AUTO-PROPHETIES ET DISSONANCE COGNITIVE : APPROCHE CENTREE SUR LA SAILLANCE DE L'INCONSISTANCE COGNITIVE ET L'INCONFORT PSYCHOLOGIQUE 148

EXPERIENCE 4 - AUTO-PROPHETIES : EFFETS DE L'HABITUDE ET DES NORMES SUBJECTIVES SUR L'INCONFORT PSYCHOLOGIQUE 150

1. VUE D'ENSEMBLE 150
2. METHODE 152
2.1. Participants 152
2.2. Procédure 152
2.3. Matériel 153
3. HYPOTHESES 154
4. RESULTATS 155
4.1. Affects 156
4.2. Mesures cognitives 158
4.3. Réponses à la requête de prédiction 161
5. DISCUSSION 161

EXPERIENCE 5 - AUTO-PROPHETIES : EFFETS DE L'HABITUDE ET DES CROYANCES INJONCTIVES ET MORALES SUR L'INCONFORT PSYCHOLOGIQUE 166

1. VUE D'ENSEMBLE 166
2. METHODE 169
2.1. Participants 169
2.2. Procédure 169
2.3. Matériel 170
3. HYPOTHESES 172
4. RESULTATS 173
4.1. Traitements selon l'habitude 173
4.2. Traitements selon les croyances injonctives et morales 178
4.3. Réponses à la requête de prédiction 181
4.4. Analyse de médiation 182
4.5. Variable inconsistance 183

5. DISCUSSION 187

EXPERIENCE 6 - AUTO-PROPHETIES : EFFETS DE L'HABITUDE, DES CROYANCES INJONCTIVES ET MORALES ET DE LA JUSTIFICATION SUR L'INCONFORT PSYCHOLOGIQUE 192

1. VUE D'ENSEMBLE 192
2. METHODE 194
   2.1. Participants 194
   2.2. Procédure 194
   2.3. Mesures 196
3. HYPOTHESES 198
4. RESULTATS 199
   4.1. Traitements selon l'habitude 200
   4.2. Traitements selon les croyances injonctives et morales 205
   4.3. Réponses à la requête de prédiction 210
   4.4. Variable inconsistance 211
5. DISCUSSION 220

DISCUSSION GÉNÉRALE 224

APPORTS THEORIQUES 224
PERSPECTIVES THEORIQUES 228
PERSPECTIVES APPLIQUEES 230
CONCLUSION 234

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES 235

LISTE DES TABLEAUX 250

LISTE DES FIGURES 251

ANNEXES 252

Annexe 1 (expérience 1) : questionnaire d'auto-présentation 252
Annexe 2 (expérience 2) : questionnaire sur les variables dépendantes 254
Annexe 3 (expérience 3) : échelle d'affects 255
Annexe 4 (expérience 3) : items sur les croyances normatives 256
Annexe 5 (expérience 3) : questionnaire sur les variables dépendantes 257

Annexe 6 (expérience 4) : échelle d'habitude 258
Annexe 7 (expérience 5) : items sur les croyances injonctives et morales 259
Annexe 8 : études sur les auto-prophéties 260

INTRODUCTION

Imaginez une situation ordinaire. Comme tous les samedis matin, Monsieur M se rend au marché. Après quelques emplettes il se dirige vers sa boulangerie préférée pour acheter une baguette de pain. En entrant Monsieur M s'aperçoit qu'une personne assise sur le trottoir demande l'aumône par une pancarte qu'il regarde brièvement : « SVP, une petite pièce pour ma Rolex. Merci ». Bien que Monsieur M n'ait pas pour habitude d'encourager la charité, il décide en sortant de la boulangerie d'offrir sa monnaie à la personne assise sur le trottoir. Satisfait de sa bonne action, Monsieur M se demande pourquoi il s'est montré aussi généreux, lui qui quelques jours auparavant n'avait pas aidé une autre personne dans le besoin.

Nous pensons que le principe des auto-prophéties abordé sous l'angle de la théorie de la dissonance cognitive pourrait aiguiller Monsieur M dans l'analyse de son comportement. Selon ce principe, en voyant cette personne sur le trottoir, Monsieur M s'est posé une question de prédiction : « *Est-ce que je vais aider cette personne ?* ». Pour répondre à cette question Monsieur M a pensé à deux choses : 1/ « *Ai-je l'habitude de me montrer charitable dans cette situation ?* » (comportement passé) et 2/ « *Que devrais-je faire dans de telles circonstances ?* » (croyances normatives). L'inconsistance entre ces deux éléments (i.e., comportement passé et croyances normative) a généré un état de dissonance cognitive pouvant être réduit par l'adoption du comportement, conduisant ainsi Monsieur M à se montrer généreux.

Enjeux environnementaux et conduite du changement

La protection de l'environnement est sans conteste l'un des principaux enjeux à la pérennisation de l'humanité. Réduire l'impact de l'homme sur son environnement, favoriser le respect de la biodiversité, encourager le changement des modes de vie et des pratiques, sont autant les enjeux de notre temps que ceux des générations à venir. La prise de conscience des exigences sociales et écologiques a été cristallisée pour la première fois par le rapport de Brundtland en 1987 (rapport de la Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement) avec la naissance du concept de développement durable : « *un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs* » (p.40). Le Sommet de la Terre à Rio en 1992

précisera ce concept avec les trois piliers, économique, écologique et social du développement durable.

Dans la mesure où la protection de l'environnement implique la prise en compte de comportements individuels et collectifs, les sciences humaines et sociales, dont la psychologie sociale et environnementale, apparaissent comme des disciplines indispensables à l'accompagnement des conduites. C'est naturellement que les psychologues sociaux ont intégré la relation homme-environnement comme nouveau champ de recherche. Aussi, la promotion des comportements pro-environnementaux est une problématique pertinente dans l'initiative pour la protection environnementale (Weiss & Girandola, 2010). Il s'agit de savoir comment accompagner les individus vers un changement durable des pratiques afin de favoriser et maintenir le respect de l'environnement. Cet enjeu relatif à l'adoption de comportements pro-environnementaux soulève plusieurs questions concernant notamment, 1/ l'identification des comportements qui doivent être modifiés, 2/ l'étude des facteurs susceptibles d'influencer ces comportements, 3/ les interventions susceptibles de modifier ces comportements et 4/ l'évaluation des effets de ces interventions (Steg & Vlek, 2009).

Dans ce domaine de recherche, plusieurs leviers ont d'ores et déjà été identifiés et encouragent à l'induction comportementale. La persuasion (e.g., Burn & Oskamp, 1986; Shrum, Lowrey, & McCarty, 1994), la communication engageante (e.g., Bourg, 2011; Girandola, 2003; Joule & Bernard, 2004; Zbinden, Souchet, Girandola, & Bourg, 2011), l'hypocrisie induite (e.g., Lopez, Lassarre, & Rateau, 2011; Rubens, 2011), les normes sociales (e.g., Schultz, Nolan, Cialdini, & Griskevicius, 2007) ou encore, les nudges verts (cf. Centre d'analyse stratégique, 2011; Thaler & Sunstein, 2010) sont autant de techniques et de supports dont peuvent user les acteurs de l'environnement pour sensibiliser et accompagner les individus dans l'adoption de comportements responsables (voir pour une synthèse, De Young, 1993; Liégeois, 2011).

Néanmoins, il sera toujours nécessaire de découvrir de nouveaux leviers pour augmenter l'efficacité des actions environnementales ou permettre leur déploiement dans des contextes encore inexplorés. Issus de travaux nord-américains, le paradigme des auto-prophéties représente de nouvelles perspectives pour encourager les individus vers des conduites plus respectueuses de l'environnement (Spangenberg, Sprott, Grohmann & Smith, 2003).

Les auto-prophéties

Les auto-prophéties, paradigme émergeant dans le domaine de l'environnement, ont fait l'objet de nombreux travaux (Spangenberg & Greenwald, 1999). Sherman (1980) est le premier à en observer les effets. Demander à un individu de prédire son comportement en répondant à une simple question de prédiction, par exemple, « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012), augmente la probabilité que ce comportement soit réalisé. En un peu plus de trente années de recherches, l'effet des auto-prophéties a été testé sur des comportements variés comme, par exemple, le vote (Greenwald, Carnot, Beach & Young, 1987; Greenwald, Klinger, Vande Kamp & Kerr, 1988; Smith, Gerber, & Orlich, 2003), faire une donation pour une œuvre caritative (Obermiller, Spangenberg & Atwood, 1992; Obermiller & Spangenberg, 2000), fréquenter un club de remise en forme (Spangenberg, 1997; Spangenberg & Sprott, 2006; Sprott, Smith, Spangenberg, & Freson, 2004; Sprott, Spangenberg, & Fisher, 2003), choisir une collation équilibrée (Fisher, Sprott & Spangenberg, 1999; Sprott, Spangenberg & Fisher, 2003), ne pas tricher aux examens (Spangenberg & Obermiller, 1996) ou encore, dans le domaine de la protection environnementale, pratiquer le recyclage des déchets (Spangenberg et al., 2003; Spangenberg et al., 2012; Sprott, Spangenberg & Perkins, 1999). Ces travaux montrent tous qu'une prédiction comportementale favorise l'adoption du comportement ciblé (Spangenberg & Greenwald, 1999). Par exemple, Sprott et al. (1999) montrent qu'une requête de prédiction augmente significativement le nombre de canettes correctement recyclé. Les participants ayant effectué une prédiction sont plus nombreux que les participants du groupe contrôle (i.e., ceux n'ayant pas eu à prédire leur comportement) à adopter le comportement ciblé.

Le premier objectif de cette thèse est d'analyser les processus expliquant l'effet des auto-prophéties. Pour utiliser efficacement un levier d'action et savoir dans quelle situation il peut être recommandé, il est nécessaire de comprendre son fonctionnement et les processus qui le gouvernent. Dans le cadre des auto-prophéties, aucun consensus ne règne concernant l'interprétation des effets observés. Pour Sherman (1980), prédire son comportement évoquerait une représentation cognitive de soi en train de réaliser l'action. Ce script comportemental guiderait l'individu dans son comportement futur. Selon Perkins et al. (2008), l'identité sociale serait rendue saillante en situation de prédiction ce qui orienterait l'individu dans l'adoption du comportement. Prenant conscience de son identité sociale,

l'individu aurait tendance à adopter le comportement socialement désirable. Enfin, pour Spangenberg et ses collaborateurs (Spangenberg, 1997; Spangenberg & Greendwald, 1999; Spangenberg et al., 2003, 2012), l'effet des auto-prophéties relèverait de la dissonance cognitive (cf. Festinger, 1957). Selon cette interprétation, effectuer une prédiction rendrait saillante l'inconsistance entre deux éléments cognitifs : 1/ les croyances normatives associées au comportement (e.g., « Je devrais recycler ») et 2/ les transgressions comportementales passées (e.g., « Je ne recycle pas »). Ces auteurs montrent notamment qu'une situation de prédiction est source d'inconfort psychologique, caractéristique de l'état de dissonance cognitive (Festinger, 1957). Ces résultats sont d'autant plus intéressants qu'ils sont difficilement interprétables par l'évocation de scripts (Sherman, 1980) ou l'activation de l'identité sociale (Perkins et al., 2008). Nous souhaitons approfondir cette interprétation pour mieux comprendre l'effet des auto-prophéties.

En outre, nous avons également pour objectif de tester l'effet des auto-prophéties sur l'attitude envers le recyclage des déchets. Parmi les comportements pro-environnementaux, le recyclage est devenu incontournable et son efficacité réside dans une pratique collective. Recycler ses déchets est peut-être ce qui correspond le plus à l'image d'un développement durable. Le recyclage comprend le stockage, le tri et la réutilisation des déchets dans le but de donner une nouvelle vie aux matières premières et aux emballages de produits de consommation. Aujourd'hui encore, tout le monde ne contribue pas méthodiquement au recyclage de ses déchets ou pas de manière régulière. Les actions de sensibilisation au recyclage des déchets doivent se poursuivre et pour cela, il est important de continuer l'analyse et la compréhension de leviers favorisant son adoption. En ce sens, cette thèse s'inscrit dans une approche environnementale en testant les effets d'un levier d'action encore inexploité en France (i.e., les auto-prophéties).

Auto-prophéties et dissonance cognitive

Nous étudions les processus associés à l'effet des auto-prophéties en référence à l'une des théories motivationnelles les plus fondamentales de la psychologie sociale : la théorie de la dissonance cognitive. Publiée pour la première fois par Leon Festinger (1919-1989) en 1957, la théorie de la dissonance cognitive attise encore à ce jour l'intérêt de nombreux chercheurs.

Selon cette théorie, un individu est amené à ressentir un état de tension interne, la dissonance, lorsque deux éléments de pensée (i.e., cognitions) entretiennent une relation d'inconsistance.

Par exemple, prises conjointement, les cognitions « Je devrais recycler » (croyance normative) et « Je ne recycle pas » (comportement) relèvent d'une inconsistance cognitive. Le besoin humain de cohérence cognitive motive l'individu à réduire la dissonance par un ajustement des cognitions inconsistantes. Aussi, la réduction de la dissonance passe par la mise en place de stratégies appelées modes de réduction de la dissonance pouvant conduire, par exemple, au changement d'attitude ou de comportement. La dissonance cognitive est une théorie motivationnelle permettant d'expliquer l'adoption d'un comportement dans des situations variées. Dès qu'un individu est confronté à une inconsistance cognitive, bien souvent entre un comportement et une attitude, il est susceptible de modifier son comportement pour réduire la dissonance.

L'état de dissonance est un facteur motivationnel pouvant expliquer le changement de comportement observé dans le paradigme des auto-prophéties (Spangenberg et al., 2003, 2012). En prédisant son comportement, un individu prendrait conscience d'une part de ce qu'il fait ou ne fait pas, c'est-à-dire de son comportement passé et d'autre part, de ce qu'il pense devoir faire, c'est-à-dire de ce qui est socialement désirable et moralement bon de faire (Spangenberg et al., 2003, 2012). Ainsi, en répondant à une question de prédiction un individu prendrait conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait. Par exemple, si un individu est amené à prédire son comportement de recyclage, il prendra conscience de deux choses : 1/ « *Est-ce que je recycle mes déchets ?* » (comportement passé) et 2/ « *Est-ce important pour moi de recycler mes déchets ?* » (croyances normatives). L'inconsistance entre ces deux éléments cognitifs (i.e., comportement passé et croyances normatives) serait source d'inconfort psychologique appelant sa réduction par l'adoption du comportement (Spangenberg et al., 2003). Une telle interprétation suggère que l'effet des auto-prophéties ne serait autre que la mise en place d'un mode de réduction de la dissonance. Le changement de comportement observé en situation de prédiction permettrait à l'individu de réduire la dissonance ressentie. Néanmoins, si les travaux de Spangenberg et al. (2003, 2012) vont dans le sens d'une production de dissonance dans les auto-prophéties ils ne sont pas suffisants pour considérer ce paradigme comme producteur de dissonance.

Premièrement, à notre connaissance, le libre-choix, variable indispensable à l'éveil de la dissonance (e.g., Cooper, 2007; Harmon-Jones, Harmon-Jones, Serra, & Gable, 2011) n'a fait l'objet d'aucune recherche dans les auto-prophéties. Si les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive, le contexte de libre-choix devrait être une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties. L'individu devrait se sentir libre de prédire son comportement sans quoi il serait en mesure d'apporter des explications externes à sa prédiction. Par exemple, l'individu pourrait accepter de prédire son comportement uniquement pour faire plaisir à celui qui le lui demande.

Deuxièmement, la présence d'une inconsistance cognitive est indispensable au processus de dissonance (Festinger, 1957). Or, aucune étude sur les auto-prophéties ne permet de confirmer la saillante d'une inconsistance cognitive en situation de prédiction. Sprott et al. (2003) montrent que l'effet des auto-prophéties est notamment observé auprès des participants possédant de fortes croyances normatives. D'une part, ces auteurs n'identifient pas clairement le type de croyances normatives impliquées dans l'effet des auto-prophéties. Nous savons qu'il existe plusieurs type de croyances (i.e., descriptives, injonctives et morales, Cialdini et al., 1990, 1991; Kaiser, Ranney, Hartig, & Bowler, 1999) sans savoir laquelle de ces croyances modèrent l'effet des auto-prophéties. D'autre part, nous avons été surpris de constater qu'aucune recherche portant sur les auto-prophéties ne prend en compte le comportement passé. Si les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive en rendant saillante une inconsistance cognitive entre un comportement passé et les croyances normatives, seuls les participants transgressifs, c'est-à-dire ceux n'agissant pas en accord avec ce qui est socialement désirable devraient ressentir de la dissonance. Par ailleurs, seuls ces participants (i.e., ceux qui sont transgressifs) devraient ressentir le besoin de restauration cognitive, par exemple, en adoptant le comportement prédit.

Nous montrerons, dans le cadre de cette thèse, que l'effet des auto-prophéties résulte d'un processus de réduction de la dissonance. Les principes fondamentaux de la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957), ses principales conceptions et reformulations ainsi que les principaux paradigmes producteurs de dissonance seront présentés dans la partie théorique. Nous proposerons ensuite une introduction au paradigme des auto-prophéties présentant les études existantes dans ce champ de recherche et suggérant un rapprochement théorique entre l'effet des auto-prophéties et la théorie de la dissonance cognitive.

La partie expérimentale comprend six expériences :

L'expérience 1 montre que le recyclage des déchets est perçu comme un comportement normatif auprès d'une population universitaire en ayant recours au concept de clairvoyance normative (cf. Py & Somat, 1991). Nous utilisons le paradigme de l'auto-présentation pour identifier le degré de clairvoyance normative concernant le recyclage (Jellison & Green, 1981).

L'expérience 2 teste les effets du libre-choix et de la fausse attribution (e.g., Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2000, 2004) en situation de prédiction. Le libre-choix est considéré comme une variable indispensable à l'éveil de la dissonance (Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011) et la fausse attribution est couramment utilisée pour tester la production de dissonance (e.g., Fointiat, 1996; Joule & Martinie, 2008).

L'expérience 3 teste les effets de la réalisation d'une prédiction sur l'inconfort psychologique (i.e., échelle de Norton, Monin, Cooper, & Hogg, 2003; Vaidis & Gosling, 2011), caractéristique de l'état de dissonance cognitive. Nous manipulons le contexte de libre-choix (fort versus faible) et testons les effets des croyances normatives en situation de prédiction (i.e., échelle de Sprott et al., 2003).

L'expérience 4 prend en compte le comportement passé (i.e., mesure de l'habitude, Verplanken & Orbell, 2003) dans l'effet des auto-prophéties. Par ailleurs, nous manipulons la saillance des normes subjectives (cf. Cialdini et al., 1990, 1991) dans la requête de prédiction. La présence de ces informations normatives devrait renforcer la saillance de l'inconsistance cognitive.

L'expérience 5 identifie les cognitions inconsistances rendues saillantes dans les auto-prophéties. Nous testons les effets du comportement passé (mesure identique à celle de l'expérience 4) et des croyances injonctives et morales (cf. Cialdini et al., 1990; Kaiser et al, 1999) en situation de prédiction.

Enfin, **l'expérience 6** teste la justification du comportement comme mode de réduction de la dissonance (cf. Fointiat, 1998; Fointiat, Priolo, Saint-Bauzel, & Milhabet, 2013) dans les auto-prophéties. Donner l'opportunité aux participants mis en situation de prédiction de justifier leurs transgressions devrait réduire l'inconfort psychologique.

PARTIE THÉORIQUE

Chapitre I - La théorie de la dissonance cognitive

1. Genèse de la théorie

La théorie de la dissonance cognitive a été introduite par Leon Festinger, disciple de Kurt Lewin (1890-1947), dans un ouvrage publié en 1957. Cet ouvrage rapporte une étude concernant la diffusion d'une rumeur en Inde où un tremblement de terre en 1934 venait de ravager le pays. La rumeur prévoyait l'arrivée d'un second séisme de plus forte amplitude. Pourquoi des individus venant de subir un tremblement de terre prédisaient-ils une catastrophe plus importante encore ? Selon Festinger, cette rumeur permettait de justifier l'anxiété issue du manque d'information concernant les répliques potentielles. L'auteur conclut, en 1957 (cité dans Vaidis & Halimi-Falkowicz, 2007, p.10), que « *l'individu est à la recherche d'un équilibre cognitif qui, lorsqu'il est rompu, génère un état de tension, lequel motive à son tour l'individu à tendre vers un univers cohérent* ».

L'échec d'une prophétie, ouvrage de Festinger, Riecken, et Schachter (1956/1993), illustre les premières réflexions associées à la théorie de la dissonance cognitive. Cet ouvrage reprend une étude sur le prosélytisme d'un groupe de croyants dont la prophétesse, une certaine Marian Keech[1], affirmait être en contact avec les extra-terrestres de la planète *Clarion*. Ces êtres supérieurs lui auraient prédit la fin du monde pour le 21 décembre prochain. Seuls les véritables croyants seront sauvés du cataclysme pour bâtir un monde meilleur. Les auteurs entreprirent d'infiltrer le groupe de croyants afin d'observer leurs réactions lorsque la prophétie sera démentie par la réalité. Sans surprise pour Festinger et ses collaborateurs, le déluge n'eut pas lieu. Le jour J, les adeptes s'étant réunis pour attendre leurs sauveurs n'arrivaient pas à démentir la prophétie. Ils se soutenaient mutuellement renforçant ainsi leur croyance. Ceux qui en revanche avaient attendu seuls la venue des extra-terrestres abandonnèrent leur foi.

Ce premier ouvrage met l'accent sur le soutien social, les phénomènes de groupe et leur impact sur l'infirmation des croyances. Ces auteurs considéraient déjà le type de relation que peuvent entretenir les cognitions entre elles comme un facteur central de l'éveil de la

[1] Les noms présentés dans l'étude de Festinger et al. (1956/1993) sont fictifs, afin de protéger l'identité des personnes concernées.

dissonance. Lorsqu'un individu est confronté au démenti de l'une de ses croyances, l'ensemble des activités qu'il a entrepris pour cette croyance est remis en question. Selon ces auteurs, « *le démenti introduit une dissonance importante et douloureuse* » (Festinger et al., 1956/1993, p.25).

2. Principes fondamentaux

2.1. Les cognitions, un concept clé

Selon Festinger (1957, p.3) les cognitions concernent « *toute connaissance, opinion, croyance, relatives au milieu, à soi-même ou à sa propre conduite* »[2]. Elles renvoient aux perceptions qu'un individu a de lui-même, de ce qu'il pense, ressent, fait, et de la manière dont il s'inscrit dans son environnement. « *Il ne s'agit pas en tant que telles de connaissances exactes, mais d'unités personnelles de compréhension et d'assimilation du monde* » (Vaidis, 2008, p.35).

Le terme *cognition* est un concept général permettant à la théorie de la dissonance cognitive d'appréhender l'individu dans sa globalité. Afin de bien comprendre la théorie de la dissonance cognitive, il est nécessaire de revenir sur les différentes relations que peuvent entretenir les cognitions entre elles.

La *théorie de l'équilibre* de Heider (1946, 1958), stipule que les cognitions peuvent être liées les unes aux autres selon trois types de relations. Deux cognitions peuvent entretenir une relation de consonance lorsqu'elles sont cohérentes entre elles (e.g., « *se considérer bon coureur de marathon* » et « *finir parmi les trois premiers lors d'une compétition régionale* », Vaidis, 2008, p.35), une relation de dissonance lorsqu'elles ne le sont pas (e.g., « *se considérer bon coureur de marathon* » et « *ne pas réussir à finir la course lors d'une compétition locale* », *ibid*., p.35), ou une relation neutre lorsqu'aucun lien ne les rassemble (e.g., « *savoir que le diamètre exact de la lune est de 3474 km* » et « *se considérer bon coureur de marathon* », *ibid*., p.35). La relation entre deux cognitions peut également être abordée en termes de pertinence. Une relation de neutralité sous-tend la non pertinence entre deux cognitions.

[2] « *[...] any knlowledge, opinion, or belief about the environment, about oneself, or about one's behavior* » (Festinger, 1957, p.3).

Suite aux nombreux travaux qu'a suscités la théorie de la dissonance cognitive, certains auteurs ont suggéré une terminologie plus adaptée afin d'éviter tout quiproquo sur l'utilisation du terme « dissonance ». Joule (1987) propose de parler de dissonance uniquement pour désigner l'état de tension interne. Les termes « consonance » et « dissonance » utilisés dans la théorie de l'équilibre de Heider (1946, 1958) pour désigner le type de relation que peuvent entretenir deux cognitions sont désormais remplacés par les termes respectifs « consistance » et « inconsistance ». Nous retiendrions cette terminologie pour l'ensemble de la thèse. Aussi, la théorie de la dissonance cognitive repose notamment sur la présence d'une relation d'inconsistance entre deux cognitions (Festinger, 1957).

2.2. La théorie de Festinger

La théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957) s'appuie sur plusieurs principes. Premièrement, un individu est susceptible de ressentir un état de tension interne, la « dissonance », lorsque deux cognitions (i.e., attitude, croyance, comportement ou connaissance) entretiennent une relation d'inconsistance. Par exemple, prises conjointement, les cognitions « *Je sais que fumer tue* » (connaissance) et « *Je continue de fumer* » (comportement) relèvent d'une inconsistance cognitive. Deuxièmement, l'état de dissonance possède un caractère motivationnel. Poussé par la recherche de cohérence cognitive, un individu sera motivé à réduire sa dissonance, au même titre que la faim pousse l'individu à se nourrir. La réduction de la dissonance se fera ensuite par la mise en place d'un mode de réduction comme le changement d'attitude ou de comportement. La théorie de la dissonance cognitive se présente ainsi comme une théorie dynamogène où le besoin de cohérence cognitive est source de changement, ce qui caractérise le passage d'un état de dissonance à un état de cohérence.

Si les auteurs s'accordent à dire que la dissonance tend à être réduite, la succession des phases amenant à sa réduction suscite diverses interprétations. Selon le modèle du *New look* de Cooper et Fazio (1984), le processus se diviserait en deux phases : l'éveil de la dissonance et la motivation à sa réduction. La dissonance serait éveillée lorsqu'un individu accepte la responsabilité des conséquences désagréables associées à la réalisation d'un acte contre-attitudinal. Ces conséquences désagréables seraient de nature socio-normative et renverraient à ce qui est bon de faire ou ne pas faire. Un individu n'agissant pas en accord

avec ce qui socialement désirable serait en état de dissonance, pour peu qu'il accepte la responsabilité de son acte. Pour Joule (1987), il existerait une phase entre l'éveil et la réduction de la dissonance correspondant à l'inconfort psychologique, c'est-à-dire à l'état de dissonance. La réduction de la dissonance n'est plus considérée comme une réponse à l'éveil de la dissonance, mais comme une réponse à l'inconfort psychologique. Enfin, Harmon-Jones, Amodio, et Harmon-Jones (2009) ajoutent qu'il est également nécessaire de considérer une phase initiale correspondant à la perception de l'inconsistance cognitive. Pour ces auteurs, l'éveil de la dissonance est uniquement possible lorsqu'une inconsistance entre deux cognitions est rendue saillante, c'est-à-dire accessible à l'individu, à un niveau conscient. « *La dissonance entre cognitions évoque un état affectif négatif car il a le potentiel d'interférer avec l'action efficace et non conflictuelle*[3] » (Harmon-Jones et al., 2009, p.128). En d'autres termes, la dissonance serait éveillée lorsqu'une cognition est inconsistante à l'action. La réduction de la dissonance aurait pour fonction de faciliter l'exécution d'une action efficace et non conflictuelle.

Le processus présidant à la réduction de la dissonance comprendrait successivement l'inconsistance entre deux cognitions, la perception de cette inconsistance, la dissonance qui en résulte et enfin la tentative de réduction de la dissonance (cf. Figure 1).

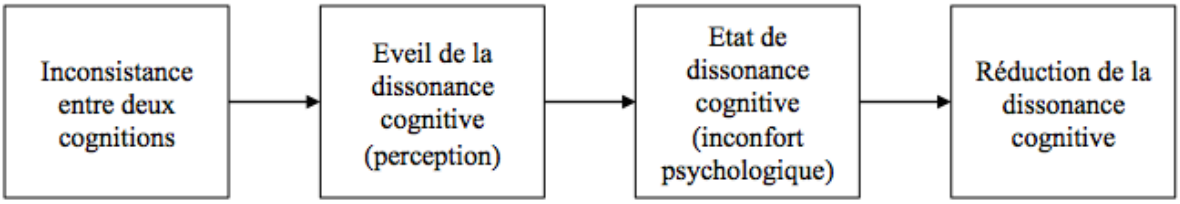

Figure 1. La théorie de la dissonance cognitive (Vaidis, 2008)

Selon Festinger (1957), la motivation à la réduction de la dissonance peut être plus ou moins forte selon le niveau de dissonance. Plus le niveau de dissonance est important et plus la motivation à la réduction est forte. Se pose alors la question du taux de dissonance à savoir, comment identifier et mesurer l'amplitude de la dissonance. Festinger et Carlsmith (1959)

[3] « *dissonance between cognitions evokes a negative affective state because it has the potential to interfere with effective and unconflicted action* » (Harmon-Jones et al., 2009, p.128).

proposent un taux calculé selon le nombre de relations consistantes et inconsistantes entre deux cognitions et l'importance accordée à chaque cognition.

2.3. Amplitude et taux de dissonance

Festinger suggère dès 1957 que la dissonance peut être plus ou moins forte. Plus la dissonance est forte et plus la motivation à sa réduction est importante. Selon Festinger et Carlsmith (1959), l'amplitude de la dissonance est fonction du nombre de relations inconsistantes et consistantes entre deux cognitions et de l'importance relative à chaque cognition. Le taux de dissonance ($D = I / [I + C]$) se définit comme étant le rapport entre l'ensemble des cognitions inconsistantes (I), divisé par le nombre total de cognitions consistantes et inconsistantes (I + C). Nous pouvons considérer que pour réduire sa dissonance, un individu peut soit diminuer le nombre de cognitions inconsistantes, soit augmenter le nombre de cognitions consistantes soit encore, diminuer l'importance relative à chaque cognition.

2.4. Conclusion sur la théorie de 1957

Pour résumer, la théorie de la dissonance cognitive telle que proposée par Festinger (1957) se présente comme une théorie explicative des conduites humaines. Elle repose sur quatre principes fondamentaux :

- Les cognitions pertinentes peuvent entretenir entre elles une relation de consistance lorsqu'elles sont compatibles ou d'inconsistance lorsqu'elles sont incompatibles. Par exemple, prises conjointement, les cognitions « *Je sais que fumer tue* » et « *Je continue de fumer* » entretiennent une relation d'inconsistance.
- La présence d'une inconsistance cognitive génère un état de dissonance source d'inconfort psychologique. Cet état de dissonance possède un caractère motivationnel et pousse l'individu à rechercher un état d'équilibre cognitif.
- L'amplitude de la dissonance dépend du nombre et de l'importance des éléments en jeu dans l'inconsistance cognitive. Plus le taux de dissonance est élevé et plus la motivation à la réduction de la dissonance est importante.

- L'état de dissonance peut être réduit par la mise en place d'un mode de réduction de la dissonance comme le changement d'attitude ou de comportement.

La théorie de Festinger s'inscrit dans une conception cognitiviste du fonctionnement humain (Fointiat, Girandola, & Gosling, 2013). Les critiques tant sur les résultats prédits par la théorie que sur la théorie elle-même sont nombreuses et ont émergées dès les premières années qui suivirent sa parution (cf. Brehm & Cohen, 1962). Les disciples de Festinger comme Elliot Aronson, furent d'ailleurs les premiers à proposer des reformulations concernant notamment, la prise en compte du soi dans le processus de dissonance (Aronson, 1968).

3. Critiques notables de la théorie de Festinger

Deux courants de critiques de la théorie de Festinger peuvent classiquement être distingués. Alors que le premier, illustré par la critique de Rosenberg (1965) sur les résultats de l'étude de Festinger et Carlsmith (1959) est le reflet de l'opposition entre la dissonance cognitive et la théorie du renforcement, le second, illustré par les travaux de Bem (1965, 1967, 1972) avec la théorie de l'auto-perception (i.e., *self-perception theory*) est une remise en question de la théorie elle-même.

3.1. La dissonance cognitive et la théorie du renforcement

Les résultats prédits par la théorie de la dissonance cognitive s'opposent radicalement à ceux prédits par les autres théories de l'époque. S'appuyant principalement sur des conceptions behavioristes issues du conditionnement opérant, la théorie du renforcement prédit notamment que le changement d'attitude accompagne le degré de renforcement à la réalisation d'une tâche. En d'autres termes, plus un individu est récompensé pour réaliser un comportement et plus il possèdera une attitude favorable envers ce dernier. Ces prédictions s'opposent à celles de la théorie de Festinger.

Festinger et Carlsmith (1959) font partie des premiers auteurs à avoir étudié les effets de la dissonance dans le paradigme de la soumission forcée (cf. Festinger & Carlsmith, 1959). Leur étude avait pour objectif d'obtenir la réalisation d'un comportement allant à

l'encontre d'une attitude et d'en observer les effets. En accord avec la théorie de la dissonance cognitive, ces auteurs ont formulé les hypothèses suivantes : 1/ la réalisation d'un comportement problématique devrait produire de la dissonance et 2/ la motivation à réduire cette dissonance devrait conduire au changement d'attitude.

Dans cette expérience princeps, on demandait aux participants de réaliser une tâche fastidieuse composée de deux phases : 1/ placer douze bobines sur un plateau, vider le plateau et recommencer la tâche avec une seule main, autant de fois qu'il est possible de le faire en trente minutes puis, 2/ pivoter d'un quart de tour dans le sens des aiguilles d'une montre quarante-huit chevilles carrées les unes après les autres et toujours avec une seule main, pendant les trente minutes restantes. Après une heure d'activité, l'expérimentateur demandait aux participants de dire à la personne suivante qu'ils avaient pris plaisir à réaliser cette tâche et ce, pour une récompense de 1$ ou de 20$. Les résultats montrent que les participants présentent une attitude favorable envers la tâche lorsque leur mensonge est récompensé par 1$ et à l'inverse, que cette attitude est défavorable lorsque le mensonge est récompensé par 20$ (cf. Figure 2). Ces résultats vont à l'encontre de la théorie du renforcement. En effet, selon cette théorie, plus un individu est récompensé pour faire une tâche et plus il possèdera une attitude favorable envers cette dernière.

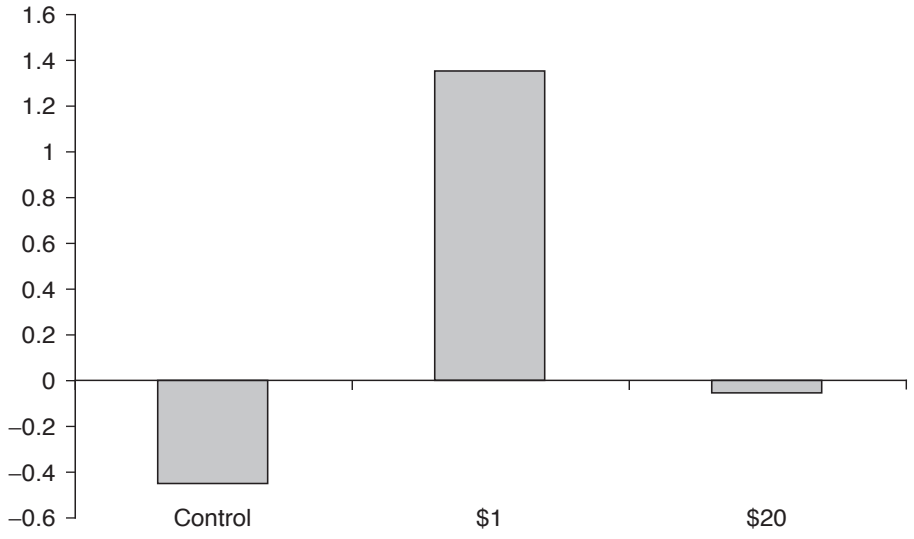

Figure 2. Evaluation des tâches ennuyeuses : changement d'attitude envers la tâche (Festinger & Carlsmith, 1959, cité dans Cooper, 2007)

Selon Rosenberg (1965), les résultats obtenus par l'étude de Festinger et Carlsmith (1959) s'expliquent par une appréhension des participants à échouer à la tâche. Selon lui, il s'agit là d'un artéfact expérimental. La production d'une attitude favorable serait issue de la peur de l'évaluation. L'étude de Rosenberg (1965), répliquant celle de Festinger et Carlsmith (1959), présente des résultats contradictoires. Dans son étude, le changement d'attitude suit le montant de la récompense de sorte à ce qu'il soit le plus élevé lorsque la récompense est la plus importante.

Linder, Cooper, et Jones (1967) montreront par la suite que l'étude de Rosenberg (1965) est sensiblement différente de celle de Festinger et Carlsmith (1959). Dans leur réponse, ces auteurs montrent l'importance du sentiment de liberté dans la théorie de la dissonance cognitive.

3.2. La dissonance cognitive et la théorie de l'auto-perception

La théorie de l'auto-perception (i.e. *self-perception theory*) est l'une des principales critiques proposant une explication alternative plausible des effets de la dissonance cognitive (Bem, 1965, 1967, 1972). Selon cette théorie, les individus n'ont pas accès direct à leurs états internes. Ils adoptent une posture d'observateur de leurs conduites pour inférer leurs attitudes. Ainsi, les individus déduiraient-ils leurs attitudes et autres états internes par l'observation de leurs propres comportements et des circonstances de leur réalisation (e.g., Bem & McConnell, 1970).

La théorie de l'auto-perception est une interprétation beaucoup plus simple des effets de la dissonance cognitive. L'individu déduirait son attitude de son comportement en répondant par exemple à la question suivante : « *Quelle doit être mon attitude si je suis amené à me comporter ainsi dans cette situation ?* » (Bem & McConnell, 1970, p.24). Autrement dit, le changement d'attitude serait induit par l'évaluation du comportement. Cette interprétation n'implique aucun éveil émotionnel.

Les travaux sur le processus de fausse attribution permettent de trancher sur le recours à la théorie de l'auto-perception. Alors que la théorie de l'auto-perception prédit un changement d'attitude sans aucun éveil émotionnel, Zanna et Cooper (1974) montrent qu'une attribution de cet éveil à une source externe (e.g., drogue fictive, forte luminosité, détecteur de mensonges) entrave le changement d'attitude.

4. Le rôle du soi dans la théorie de la dissonance cognitive

Festinger (1957) décrit le processus d'éveil de la dissonance comme la résultante 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. Le concept de soi introduit dans la théorie de la dissonance cognitive précise que les relations entre deux cognitions sont relatives au soi de l'individu, c'est-à-dire à son identité personnelle. Cette conception de la dissonance propose une relation de type ternaire où X n'implique pas Y si Z, le soi, est impliqué. Les théories de l'auto-consistance (Aronson, 1968, 1969, 1992, 1999; Thibodeau & Aronson, 1992) et de l'auto-affirmation (J. Aronson, Cohen, & Nail, 1999; Steele, 1988) reposent sur une conception de la dissonance intégrant le soi de l'individu.

4.1. La théorie de l'auto-consistance

Aronson est le premier à proposer une reformulation de la théorie de la dissonance cognitive sur le concept de soi. Selon lui, l'inconsistance entre deux cognitions n'est pas une condition nécessaire et suffisante à l'éveil de la dissonance. Pour qu'il y ait dissonance, le soi de l'individu doit être menacé. Selon la théorie de l'auto-consistance (Aronson, 1968, 1969, 1992, 1999; Thibodeau & Aronson, 1992), les individus ont tendance à vouloir répondre à leurs attentes personnelles de sorte à être consistant avec leur propre concept de soi. Les attentes personnelles renvoient aux standards de conduites propres à chaque individu (Aronson, 1992). Un individu serait en état de dissonance lorsqu'il agit en contradiction avec ses attentes personnelles, par exemple, lorsqu'il ment ou ne se comporte pas en accord avec ses convictions (cf. Figure 3). Plus l'image d'un soi positif et consistant est menacée et plus la dissonance ressentie sera forte.

Le concept de soi est à rapprocher de la notion d'estime de soi (Martinot, 2002). Un individu a une haute estime de soi lorsque ses actes sont consistants aux standards de conduites (concept de soi positif) et inversement, une faible estime de soi lorsqu'il n'agit pas en accord avec lui-même (concept de soi négatif). Réaliser un acte immoral (e.g., tricher, mentir, infliger des chocs électriques) génèrerait plus de dissonance pour les individus ayant une haute estime de soi que pour les individus ayant une faible estime de soi (e.g., Glass, 1964; Snyder & Tanke, 1976). A l'inverse, les individus ayant une faible estime de soi

peuvent ressentir de la dissonance en réalisant des actes moraux, contraires à l'image d'un soi négatif. Aronson et Mettee (1968) montrent, par exemple, que des individus à faible estime de soi sont plus enclins à réaliser un acte immoral (i.e., tricher aux cartes) que des individus à forte estime de soi. Selon la théorie de l'auto-consistance, la réduction de la dissonance aura avant tout pour objectif de restaurer l'image d'un soi consistant.

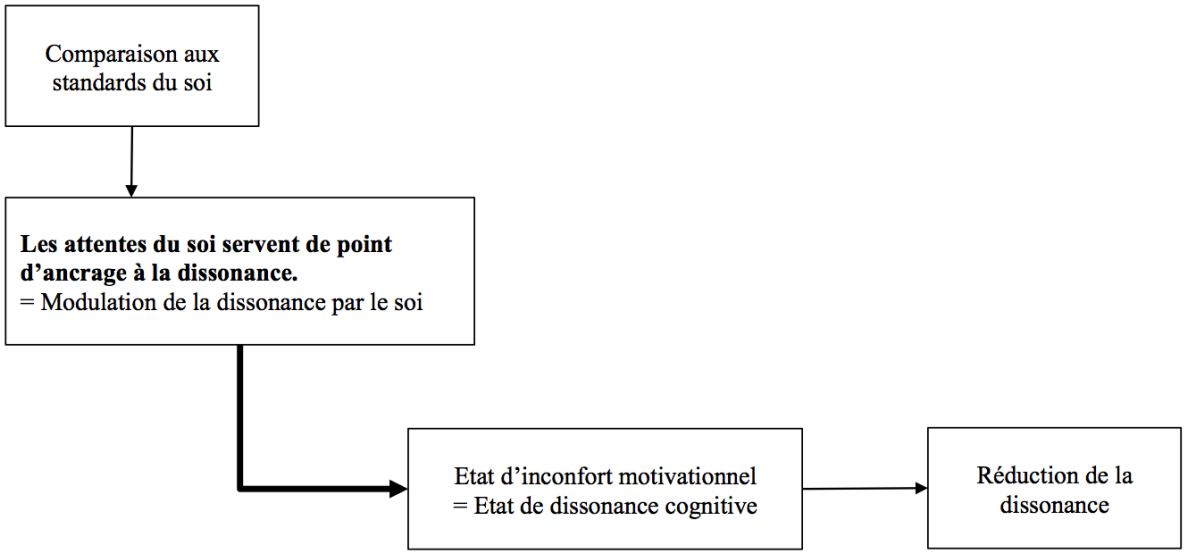

Figure 3. Processus de dissonance selon la théorie de l'auto-consistance (Aronson, 1968, cité dans Vaidis, 2011).

4.2. La théorie de l'auto-affirmation

La théorie de l'auto-affirmation (J. Aronson, Cohen, & Nail, 1999; Steel & Liu, 1981; Steele, Spencer, & Lynch, 1993; Steele, 1988) s'oppose à la théorie de l'auto-consistance sur la place du soi dans le processus de dissonance (voir Nail, Misak, & Davis, 2004). La théorie de l'auto-affirmation considère l'estime de soi comme une ressource à la réduction de la dissonance. Un individu ayant une haute estime de soi aurait davantage de ressource pour réduire la dissonance (Sherman & Hartson, 2011). Selon cette conception les individus ont tendance à agir de sorte à préserver l'intégrité du système global du soi, par exemple, en se percevant comme bon et honnête. La dissonance serait éveillée lorsque cette intégrité est menacée. La réduction de la dissonance aurait alors pour principal objectif de restaurer l'intégrité du système du soi (cf. Figure 4).

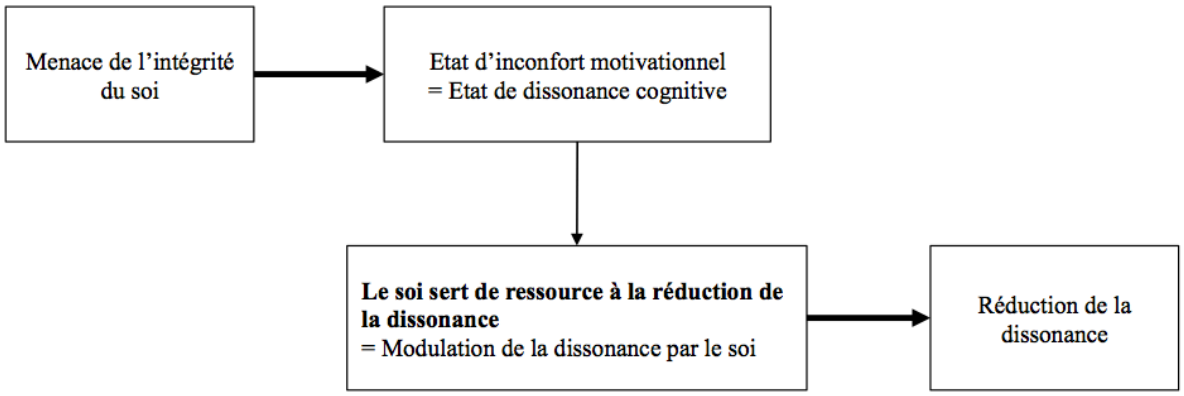

Figure 4. Processus de dissonance selon la théorie de l'auto-affirmation (Steele, 1988, cité dans Vaidis, 2011).

Le soi d'un individu peut être affirmé par une tâche d'affirmation du soi. Par exemple, Sherman, Nelson, et Steele (2000) propose une procédure consistant à rendre saillantes les valeurs centrales du soi de l'individu : demander à un individu de classer par ordre d'importance un ensemble de valeurs et de qualités concernant par exemple, l'argent, la politique, la religion, etc. (voir Allport, Vernon, & Lindzey, 1960, cité dans Sherman et al., 2000). Un individu ayant l'opportunité d'affirmer le soi n'a plus besoin d'emprunter un mode de réduction de la dissonance (Blanton, Cooper, Skurnik, & J. Aronson, 1997; Steele & Liu, 1983). De surcroit, l'inconfort psychologique n'est plus observé pour les participants ayant réalisé une tâche d'affirmation du soi (Galinsky, Stone, & Cooper, 2000; Matz & Wood, 2005).

4.3. Le modèle du *New Look*

Le modèle du *New Look* (Cooper & Fazio, 1984) apporte une explication alternative au processus de dissonance. Ce modèle ne repose pas sur le concept de soi. Nous le présentons pour mieux comprendre le modèle des standards du soi que nous aborderons par la suite.

Le modèle du *New Look* repose sur deux éléments essentiels que sont les conséquences de l'acte et la responsabilité perçue. Selon Cooper et Fazio (1984), pour que l'éveil de la dissonance soit possible, le comportement problématique doit impliquer des conséquences aversives (e.g., Cooper & Worchel, 1970; Neil, Helmreich, & Aronson, 1969), irrévocables et prévisibles (e.g., Davis & Jones, 1960; Goethals & Cooper, 1972, 1975; Goethals, Cooper, & Naficy, 1979), et l'individu doit se sentir personnellement responsable de ces conséquences

indésirables (e.g., Cooper, 1971; Linder et al., 1967). Selon Cooper et Fazio (1984) le caractère aversif ou désagréable d'un acte repose sur les connaissances socio-normatives intégrées lors de l'apprentissage social. Les individus se basent sur ces connaissances pour juger du caractère aversif ou désagréable d'un acte.

Pour les théoriciens du *New Look*, l'éveil de la dissonance provient d'un processus d'attribution de la responsabilité d'un acte ayant des conséquences aversives (cf. Figure 5). La réduction de la dissonance n'a pas pour objectif de résoudre une inconsistance cognitive mais de diminuer les conséquences indésirables de l'acte.

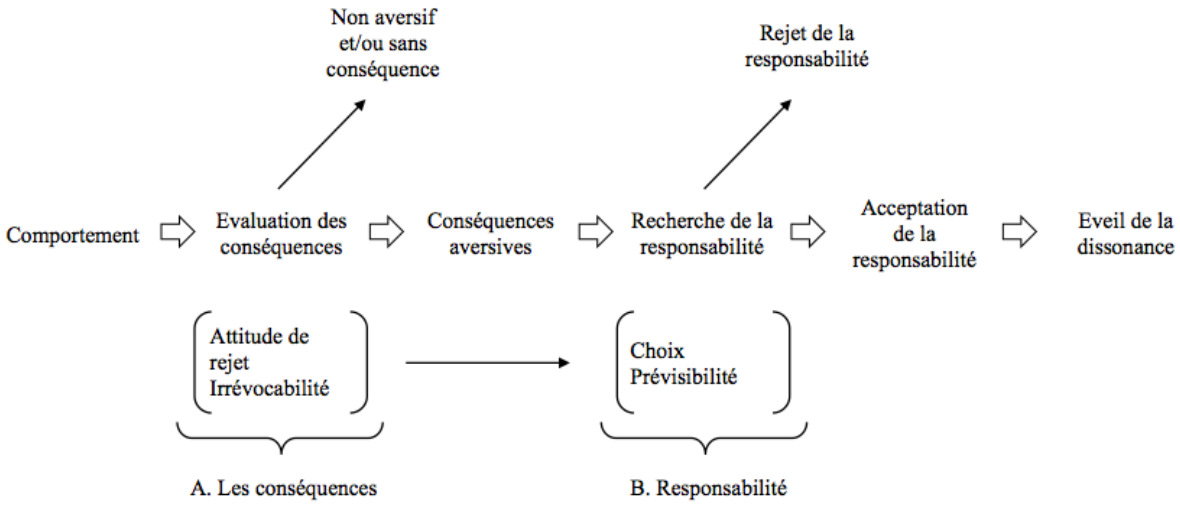

Figure 5. Processus de dissonance selon le modèle du New Look (Cooper & Fazio, 1984, cité dans Voisin, Girandola, & Doridot, 2013)

Le modèle du *New Look* est notamment remis en cause par les travaux d'Harmon-Jones et ses collaborateurs (1999, 2000; Harmon-Jones, Brehm, Greenberg, Simon, & Nelson, 1996) qui montrent que les conséquences aversives ou désagréables de l'acte ne sont pas indispensables à l'éveil de la dissonance.

Cependant, Martinie, Olive, Milland, Joule, & Capa (2013) montrent, comme le suggère le modèle du *New Look* (Cooper & Fazio, 1984), que les affects négatifs apparaissent uniquement après un état d'éveil indifférencié. On demandait aux participants de rédiger un texte contre-attitudinal (i.e., en faveur d'une augmentation des frais de scolarité) en contexte de libre-choix (versus non libre-choix). Les affects négatifs étaient mesurés par l'activité électromyographique (i.e., analyse des courants électriques accompagnant l'activité

musculaire) des muscles faciaux avant et pendant la rédaction de l'essai. Les résultats montrent un éveil des affects négatifs uniquement en condition de dissonance (avec libre-choix). Par ailleurs, l'éveil des affects négatifs n'apparait pas à la première phase de la rédaction de l'essai, c'est-à-dire au moment de l'acceptation du comportement contre-attitudinal mais augmente progressivement pendant la rédaction de l'essai. Ainsi, l'éveil de la dissonance est-il avant tout un état indifférencié impliquant des affects négatifs seulement pendant et après la réalisation du comportement problématique.

4.4. Le modèle des standards du soi

Le modèle des standards du soi se présente comme un modèle unifié de la théorie de la dissonance cognitive (Cooper, 2007; Stone, 2003; Stone & Cooper, 2001, 2003). Les théories du soi (i.e., théorie de l'auto-consistance et théorie de l'auto-affirmation) considèrent que le soi de l'individu est impliqué dans le processus de dissonance. Le modèle du *New Look* repose sur un processus attributif où les conséquences aversives d'un acte sont définies par les normes sociales (Cooper & Fazio, 1984). Le modèle des standards du soi propose de considérer l'implication du standard de conduite personnel et du standard de conduite normatif dans le processus de dissonance (cf. Figure 6).

Pour Stone et Cooper (2001), l'éveil de la dissonance peut être de deux natures selon le type de standard de conduite auquel le comportement problématique est confronté. Lorsqu'un individu évalue son comportement en référence au standard personnel, il le compare à ses propres attentes et à ce qu'il pense lui-même être immoral. Dans ce cas, l'éveil de la dissonance est idiographique et peut être modulé par l'estime de soi. Lorsqu'un individu évalue son comportement en référence au standard normatif, il le compare à ce que la plupart des gens pensent être immoral. Dans ce cas, l'éveil de la dissonance est nomothétique et ne peut être modulé par l'estime de soi.

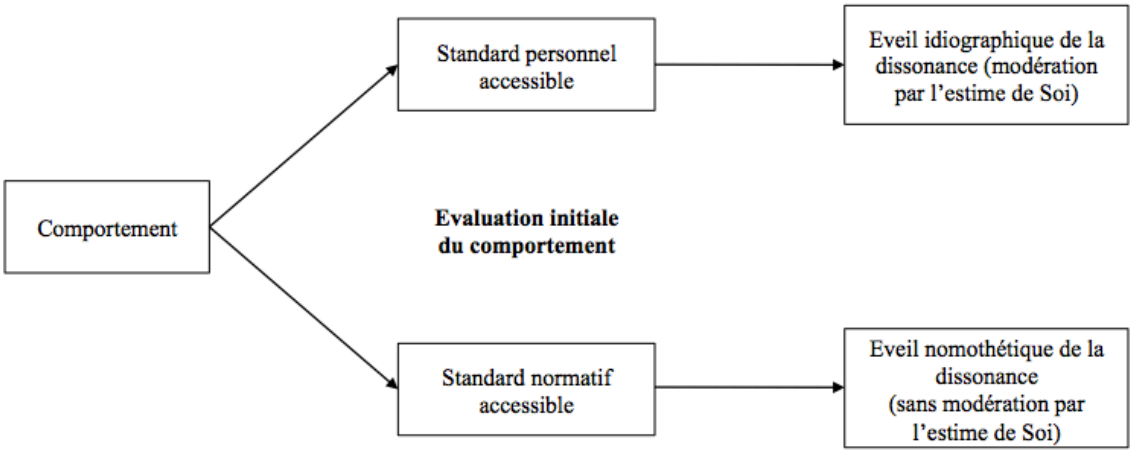

Figure 6. Processus de dissonance selon le modèle des standards du soi (Stone & Cooper, 2001, cité dans Voisin et al., 2013)

Quel que soit le type d'éveil de la dissonance (i.e., idiographique ou nomothétique), un individu sera toujours motivé à réduire cet état de dissonance. Le modèle des standards du soi identifie trois voies possibles conduisant à la réduction de la dissonance (cf. Figure 7).

Si aucun attribut du soi n'est accessible, la réduction de la dissonance aura pour objectif de réduire la responsabilité associée aux conséquences aversives et indésirables du comportement, sans modération de l'estime de soi (voie 1). En accord avec la théorie de l'auto-consistance, l'estime de soi peut modérer la réduction de la dissonance lorsqu'un attribut du soi rendu accessible est positif et pertinent (voie 2). Enfin, si aucun attribut du soi positif rendu accessible n'est pertinent pour juger la situation, la réduction de la dissonance se fera sans intervention du soi (voie 3).

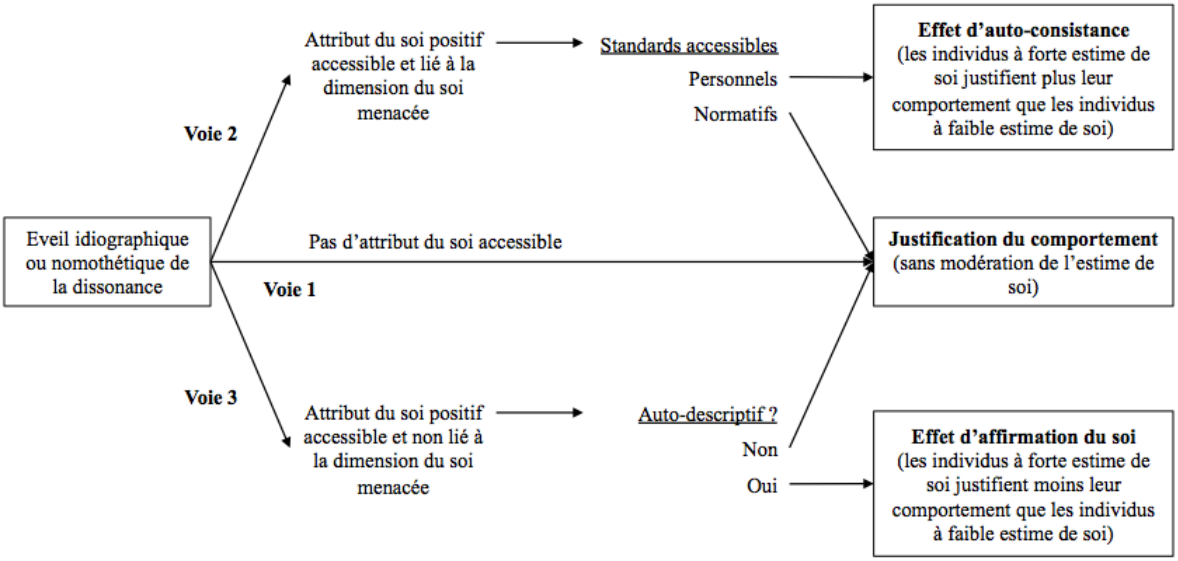

Figure 7. Processus de réduction de la dissonance selon le modèle des standards du soi (Stone & Cooper, 2001, cité dans Voisin et al., 2013)

Si le rôle du soi dans la théorie de la dissonance cognitive a fait l'objet de nombreux débats, d'autres variables susceptibles d'être impliquées dans le processus de dissonance ont également été étudiées. Nous l'avons vu, le modèle du *New Look* considère le sentiment de responsabilité comme une variable indispensable à l'éveil de la dissonance. Pour être en état de dissonance un individu doit se sentir responsable des conséquences aversives et indésirables du comportement problématique.

Dans cet ordre d'idée, d'autres auteurs abordent le processus de dissonance selon une perspective basée sur l'engagement (e.g., Brehm & Cohen, 1962; Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011). Pour être en état de dissonance un individu doit être « engagé » dans la réalisation du comportement problématique.

5. Le rôle de l'engagement dans la théorie de la dissonance cognitive

L'engagement a été introduit dans la théorie de la dissonance cognitive par les reformulations de Brehm et Cohen (1962) pour qui l'engagement est une des conditions nécessaires à l'éveil de la dissonance.

5.1. Les reformulations de Brehm et Cohen (1962)

En proposant une synthèse des travaux portant sur la dissonance cognitive, Brehm et Cohen (1962), disciples de Leon Festinger, introduisent les premières révisions de la théorie. D'après ces auteurs, pour que l'éveil de la dissonance soit possible il est nécessaire que les conditions d'*engagement* et de *volition* (i.e., le fait de se sentir responsable dans la décision de réaliser l'acte) soient respectées. L'engagement induirait une résistance comportementale au changement, favorisant ainsi le déclenchement de la dissonance.

Le manque de preuves empiriques amènera certains auteurs à critiquer les fondements de cette reformulation. Par exemple, selon Freedman (1963), l'éveil de la dissonance ne nécessite pas toujours le recours à l'engagement, même si l'engagement peut être le déterminant d'une dissonance plus importante. L'engagement et la dissonance ne seraient pas liés en tant que tels mais correspondraient à deux processus distincts. Les bases de la psychologie de l'engagement seront ensuite proposées par Kiesler en 1971.

5.2. La dissonance cognitive et le libre-choix

Le libre-choix est considéré comme une condition nécessaire à l'éveil de la dissonance (e.g., Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011). On ne peut en effet ressentir de la dissonance si un comportement problématique est réalisé sous la contrainte ou pour obtenir une récompense particulière. Dans ce cas, on se détourne du comportement que l'on réalise en le justifiant par son caractère problématique ou avantageux. Les conditions pour observer les effets de la dissonance se rapprochent de celles nécessaires à l'engagement.

Dans l'étude de Linder et al. (1967), la moitié des participants étaient mis en situation de libre-choix, l'autre pas (dans ce cas les participants n'avaient pas le sentiment que la participation à l'étude dépendait d'eux). On demandait ensuite aux participants de rédiger un

essai contre-attitudinal (i.e., un essai en faveur de la censure politique sur le campus) en leur offrant une récompense monétaire de 0,50$ (faible récompense) ou de 2,50$ (forte récompense). L'hypothèse des auteurs selon laquelle la dissonance ne serait uniquement éprouvée lorsque la récompense est faible et le libre-choix fort est validée (cf. Figure 8).

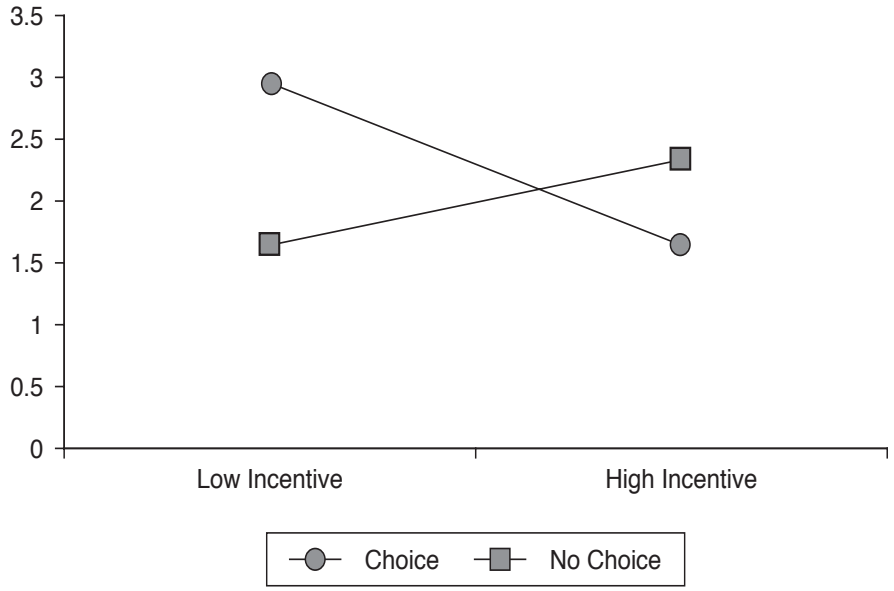

Figure 8. Changement d'attitude envers la censure politique sur le campus en fonction du libre-choix et du montant de la récompense (Linder et al., 1967, cité dans Cooper, 2007)

Les résultats observés par Linder et al. (1967) montrent que le sentiment de liberté est nécessaire pour qu'un individu attribut des explications internes à la réalisation d'un comportement problématique. Ce n'est qu'en condition de libre-choix que les effets de la dissonance apparaissent. Le changement d'attitude le plus important est observé dans la condition de faible récompense et avec libre-choix. Par ailleurs, sans le sentiment de liberté, la réalisation d'un comportement problématique ne produit pas les effets de la dissonance (i.e., changement d'attitude), même si la récompense est faible.

5.3. Vers la psychologie de l'engagement

Certains auteurs s'accordent aujourd'hui encore à étudier la relation entre dissonance et engagement (e.g., Vaidis & Halimi, 2005; Vaidis, 2008). L'engagement est pour certains auteurs considéré comme indispensable à l'éveil de la dissonance et pour d'autres, comme susceptible de favoriser une dissonance plus importante.

Selon Kiesler et Sakumura (1966) « *l'engagement est le lien qui unit l'individu à ses actes comportementaux* ». Alors que Brehm et Cohen (1962) définissent l'engagement de manière bipolaire en précisant qu'un individu est ou n'est pas engagé dans son comportement, Kiesler (1971) considère les variations du degré d'engagement possibles. En d'autres termes, selon Kiesler (1971), un individu peut être engagé dans ses actes selon différents degrés.

Les principaux facteurs d'engagement ont été présentés pour la première fois par Kiesler (1971). Nous retiendrons cependant la catégorisation reprise par Joule et Beauvois (1998) :

a) la visibilité et l'importance de l'acte

Cette catégorie renvoie à la taille de l'acte et comprend six facteurs :

- le caractère public de l'acte : un acte réalisé en public est plus engageant qu'un acte réalisé seul,
- le caractère explicite de l'acte : un acte explicite est plus engageant qu'un acte ambigu,
- l'irrévocabilité de l'acte : un acte irrévocable est plus engageant qu'un acte révocable,
- la répétition de l'acte : un acte réalisé plusieurs fois est plus engageant qu'un acte réalisé une seule fois,
- les conséquences de l'acte : un acte est plus engageant lorsqu'il est lourd de conséquences,
- le coût de l'acte : un acte est plus engageant lorsqu'il est coûteux en argent, en temps, en énergie, etc.

b) les raisons de l'acte et le contexte de liberté

Cette catégorie renvoie aux raisons de l'acte, qui peuvent être d'ordre interne ou externe, et au contexte de liberté.

Les raisons pour expliquer un acte que l'on vient de réaliser ou que l'on risque de réaliser peuvent être d'ordre interne ou d'ordre externe. Tandis que les explications d'ordre externe désengagent l'individu en affaiblissant le lien avec ses actes, les explications d'ordre interne l'engagent en fortifiant ce lien. Par exemple, plus les récompenses et les punitions sont fortes, plus elles justifient l'acte et permettent à un individu d'expliquer sa réalisation

par des explications externes. En revanche, l'engagement peut être favorisé en développant des attributions internes (e.g., « *vous êtes vraiment quelqu'un de bien* »). Enfin, le contexte de liberté renforce l'engagement d'un individu dans ses actes. Un acte réalisé en contexte de liberté est plus engageant qu'un acte réalisé sous la contrainte.

L'introduction du contexte de liberté dans le paradigme de la soumission forcée conduit au terme paradoxal de *soumission induite* (Joule & Beauvois, 1998). D'après Joule et Beauvois (1998), la définition de l'engagement de Kiesler et Sakumura (1966) omet de prendre en compte la situation dans laquelle l'acte est réalisé. Selon ces auteurs, c'est la situation et tout particulièrement ses caractéristiques objectives qui engagent ou non l'individu dans ses actes. Joule et Beauvois (1998) proposent une révision de la définition de l'engagement pour y introduire le rôle de la situation d'engagement : « *l'engagement correspond, dans une situation donnée, aux conditions dans lesquelles la réalisation d'un acte ne peut être imputable qu'à celui qui l'a réalisé* » (Joule & Beauvois, 1998, p.60).

Les principaux auteurs travaillant sur l'engagement s'accordent à dire que le sentiment de liberté est primordial pour en observer les effets. Joule et Beauvois (1998, 2002) ont élaboré le concept de *soumission librement consentie* pour définir une situation où un individu se soumet « librement » à réaliser un comportement. Lorsque ce comportement est problématique, c'est-à-dire lorsqu'il va à l'encontre d'une attitude ou d'une opinion, on parle volontiers de *soumission induite* (Girandola, 2003).

Ainsi, la théorie originale de Festinger a connu plusieurs reformulations dont l'engagement et le sentiment de liberté représentent les principaux apports. De manière complémentaire, certains auteurs se sont intéressés aux processus psychologiques sous-jacents aux effets de la dissonance. La version radicale de la dissonance (Beauvois et Joule, 1996) repose sur une conception de la dissonance inscrite notamment dans la prise en compte du contexte de liberté.

6. La théorie radicale de la dissonance cognitive

La théorie radicale de la dissonance (Beauvois & Joule, 1996) propose de revenir aux fondements théoriques de 1957. Elle concerne plus particulièrement le paradigme de la soumission forcée (cf. Festinger & Carlsmith, 1959) dans lequel un individu est amené à réaliser un comportement problématique, c'est-à-dire allant à l'encontre de ses opinions, attitudes ou croyances.

La théorie radicale de la dissonance peut se résumer à trois propositions. Premièrement, Beauvois et Joule (1996) proposent de distinguer la *cognition génératrice* des autres cognitions comme étant celle à l'origine de la dissonance, c'est-à-dire comme correspondant au comportement problématique. La *cognition génératrice* est en quelque sorte le point de repère permettant de juger de la consistance ou de l'inconsistance des autres cognitions. Deuxièmement, la dissonance possède un caractère motivationnel. Poussé par la recherche de cohérence cognitive, un individu en état de dissonance sera motivé à réduire l'inconsistance impliquant la *cognition génératrice*. Cet individu pourra mettre en place un mécanisme de rationalisation de la dissonance. Dans une dernière proposition, Beauvois et Joule (1996) considèrent que l'éveil de la dissonance nécessite d'une part une *cognition génératrice* et d'autre part, une situation particulièrement engageante. L'engagement permet d'apporter une responsabilité quant à la réalisation du comportement problématique (i.e., la *cognition génératrice*) mais n'entre pas dans le calcul du taux de dissonance.

La deuxième proposition de la théorie radicale de la dissonance de Beauvois et Joule (1996) suggère, tout comme la théorie de Festinger (1957), qu'un individu peut être amené à utiliser différentes stratégies, appelées « *modes de réduction de la dissonance* ». Le recours à ces modes de réduction de la dissonance permettrait de recouvrer un état de cohérence cognitive en ajustant une des deux cognitions inconsistantes. La version radicale s'est notamment illustrée dans le paradigme de la double soumission forcée (Fointiat, Girandola, & Gosling, 2013).

Les travaux dans le paradigme de la double soumission s'inscrivent dans le cadre de la version radicale de la dissonance (e.g., Joule & Azdia, 2003, 2004; Joule & Lefeuvre, 2003). Ces travaux montrent que le changement d'attitude est plus important lorsque l'on demande aux participants de réaliser deux comportements problématiques plutôt qu'un seul. Par exemple, Joule et Azdia (2004) demandaient à la moitié des participants de réaliser deux

comportements contre-attitudinaux dans un contexte de fort engagement (versus faible engagement). On demandait à l'autre moitié des participants de réaliser un seul comportement contre-attitudinal en contexte de fort engagement. Les résultats montrent que le changement d'attitude est plus fort chez les participants ayant réalisé deux actes préparatoires fortement engageants que chez les participants ayant réalisé l'un des deux actes préparatoires dans un contexte de faible engagement.

Dès 1957, Festinger proposait plusieurs situations génératrices de dissonance. Ces situations ont fait l'objet de nombreux travaux et ont permis d'imaginer des paradigmes parmi lesquels nous pouvons citer la soumission forcée (Festinger & Carlsmith, 1959), le paradigme du choix (Brehm, 1956), l'exposition à une information inconsistante (Vaidis & Gosling, 2011) et l'hypocrisie induite (Aronson et al., 1991; Aronson, 1992, 1999). Ces paradigmes reposent tous sur un même principe fondamental : l'éveil de la dissonance vient de la saillance d'une inconsistance cognitive.

7. Les paradigmes de la dissonance

Depuis les travaux princeps de Festinger (1957), le champ de la dissonance cognitive comprend plusieurs paradigmes expérimentaux. Nous proposons une présentation des paradigmes les plus utilisés.

7.1. Le paradigme de la soumission forcée

Le paradigme de la soumission forcée (ou soumission induite) est sans conteste le paradigme expérimental le plus utilisé dans le champ de la dissonance cognitive (Fointiat et al., 2013). Ce paradigme consiste à demander à un individu de réaliser un comportement problématique, c'est-à-dire allant à l'encontre d'une attitude, croyance ou conviction (e.g., réaliser un essai en faveur de la peine de mort alors que l'on est contre), ou contre-motivationnel (e.g., réaliser un comportement fastidieux, absurde ou que l'on n'a pas envie de faire).

Certains auteurs s'attachent à différencier la soumission forcée de la soumission induite par la variable manipulée dans la situation expérimentale (Vaidis, 2011). La soumission forcée renvoie par exemple à la réalisation d'un comportement problématique selon

différentes récompenses. Dans ces études, le niveau de justification est fonction du montant de la récompense offerte pour réaliser le comportement. Par exemple, dans l'expérience de Cohen (cité dans Brehm & Cohen, 1962), les participants sont amenés à rédiger un essai en faveur de l'intervention de la police sur le campus universitaire contre une rémunération allant d'un demi dollar à 10 dollars. Les participants recevant une récompense élevée peuvent justifier leur comportement par le montant de la récompense, c'est-à-dire par une explication d'ordre externe. A l'inverse, les participants ayant reçu la modique somme d'un demi dollar ne peuvent justifier leur comportement par le montant de la récompense. Ces derniers n'auront d'autre alternative que de fournir des explications de leur comportement d'ordre interne, c'est-à-dire des explications engageantes (Joule & Beauvois, 1998). Aussi, la dissonance ressentie est la plus élevée lorsque les participants sont engagés dans la réalisation du comportement problématique. Ces derniers sont les plus nombreux à changer leur attitude envers l'intervention de la police à l'université.

Par ailleurs, la soumission induite décrit des situations où le comportement problématique est réalisé en contexte ou non de libre-choix. Dans ces études, le niveau de justification est fonction du degré de liberté. Les participants déclarés libres de réaliser le comportement problématique disposent de moins de justification que les participants qui ne sont pas déclarés libres. Dans ce cas, la dissonance ressentie est la plus élevée lorsque le comportement problématique est réalisé en contexte de liberté.

Que les auteurs parlent de soumission forcée ou de soumission induite, la réduction de la dissonance passe par la rationalisation (i.e., la justification) du comportement problématique (Beauvois & Joule, 1996).

En général, le paradigme de la soumission forcée utilise deux types de comportements problématiques : l'essai contre-attitudinal (e.g., Brehm & Cohen, 1962; Janis & King, 1954; Linder et al., 1967) et la tâche fastidieuse (e.g., Beauvois & Rainis, 1993; Gosling & Lorin, 1999; Festinger & Carlsmith, 1959). L'essai contre-attitudinal consiste à demander au participant de rédiger un texte ou des arguments allant à l'encontre de son attitude initiale concernant, par exemple, le port de l'uniforme à l'université (Linder et al., 1967) ou l'intervention de la police sur le campus universitaire (Brehm & Cohen, 1962). Par ailleurs, la tâche fastidieuse consiste à demander à un participant de réaliser une tâche peu attrayante, par exemple, faire pivoter des boutons d'un quart de tour dans le sens des aiguilles d'une montre (Festinger & Carsmith, 1959), recopier les pages d'un annuaire téléphonique (Beauvois,

Michel, Py, Rainis, & Somat, 1996), ou encore, manger des sauterelles grillées (Zimbardo, Weisenberg, Firestone, & Levy, 1965).

7.2. Le paradigme du choix

Le paradigme du choix consiste à demander à un individu de choisir entre deux (ou plusieurs) éventualités. Lorsqu'un individu est amené à choisir entre deux objets (par exemple, A et B) d'une même catégorie, sa décision se base sur le rapport avantages / inconvénients de A et de B. La prise de décision est alors génératrice de dissonance car le choix de l'une des deux éventualités implique le rejet de l'autre. Par exemple, en supposant qu'un individu choisisse l'objet A, il éprouvera de la dissonance d'avoir les inconvénients de A et pas les avantages de B. La dissonance ressentie est d'autant plus grande si le choix concerne deux éventualités similaires et/ou de valeurs égales. Aussi, dans ce cas, l'amplitude de la dissonance est-il fonction de l'importance de la décision et de l'attrait relatif à chaque éventualité (Allen, 1964, Jecker, 1964, in Poitou, 1974).

Par exemple, dans l'étude de Brehm (1956), on demandait à des étudiantes d'évaluer plusieurs objets (e.g., machine à café, lampe de bureau, grille-pain, etc.) puis de choisir l'un de ces objets parmi deux alternatives. La moitié des participants devaient choisir entre un objet qu'ils appréciaient beaucoup et un autre qu'ils appréciaient moins (choix facile). Pour l'autre moitié des participants le choix était plus difficile car il concernait deux objets évalués positivement. Après avoir pris leur décision, les participants devaient réévaluer les différents objets. La dissonance est réduite d'une part en appréciant davantage l'objet choisi et d'autre part, en réduisant l'appréciation de l'objet rejeté. Ainsi, dans le paradigme du choix, la dissonance serait-elle réduite en augmentant l'écart d'appréciation entre les différentes alternatives (Gilovich, Medvec, & Chen, 1995; Heine & Lehman, 1995; Schultz & Lepper, 1996; Steele et al., 1993).

7.3. L'exposition à une information inconsistante

Dans son ouvrage de 1957, Festinger propose trois situations susceptibles de produire de la dissonance cognitive : la soumission forcée, les conséquences du choix et l'exposition à une information inconsistante. Selon lui, un individu est susceptible de ressentir de la dissonance lorsqu'une de ses connaissances ou croyances envers lui-même, son environnement ou autrui

est remise en cause. L'exposition à une information inconsistante n'a été que peu étudiée dans la littérature. Les conflits théoriques de l'époque opposant la dissonance cognitive aux travaux issus de la persuasion amenaient les chercheurs à se centrer notamment sur le paradigme de la soumission forcée (Fointiat et al., 2013). Aussi, les premières reformulations de la théorie ont-elles élargi les conditions d'éveil de la dissonance au concept d'engagement (Brehm & Cohen, 1962). Ces reformulations réduisent le champ de la dissonance cognitive aux situations impliquant l'engagement dans un acte problématique. Vaidis et Gosling (2011) font la distinction entre la « dissonance comportementale », qui renvoie nécessairement à la réalisation d'un comportement problématique et la « dissonance informationnelle » pour laquelle la réception d'une information problématique et inconsistante est suffisante pour générer de la dissonance.

A titre d'exemple, Vaidis et Gosling (2011) ont réalisé deux expériences sur l'exposition à une information inconsistante. Dans la première, on demandait à des participants de lire un texte sur une proposition de réforme universitaire. La moitié des participants étaient mis en contexte de libre-choix et l'autre pas. Pour la moitié des participants, le texte présentait une information inconsistante (i.e., concernant l'établissement de cours à 6h30). Pour l'autre moitié, le texte portait sur la prolongation des heures d'ouverture de la bibliothèque universitaire (i.e., texte neutre). On mesurait ensuite l'attitude envers la réforme. L'attitude la plus élevée est observée chez les participants ayant été librement exposés à l'information inconsistante. Dans une seconde expérience, reprenant le même protocole expérimental, les auteurs montrent que l'exposition à une information inconsistante génère un inconfort psychologique, caractéristique de l'état de dissonance et ce, quelle que soit la modalité d'engagement (i.e., avec libre-choix versus sans libre-choix).

7.4. Le paradigme de l'hypocrisie induite

Le paradigme de l'hypocrisie induite (Aronson et al., 1991; Aronson, 1992, 1999) fait partie des nouveaux paradigmes de la dissonance (cf. Priolo, Rubens, & Fointiat, 2013). Ce paradigme a initialement été développé dans une visée appliquée concernant la résolution de problèmes sociétaux (Aronson, 1999). Il s'agit de faire prendre conscience à un individu qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait, c'est-à-dire de l'amener à se percevoir comme hypocrite à ses yeux. Classiquement, l'hypocrisie induite se déroule en deux temps : 1/ amener un individu à s'engager pour un comportement noble, souvent normatif (e.g., signer

une pétition pour les économies d'énergie) puis 2/ rendre saillantes les transgressions ultérieures à l'engagement pris (i.e., phase de rappel des transgressions). L'inconsistance évoquée entre l'engagement et les transgressions passées met l'individu dans une situation d'hypocrisie génératrice de dissonance (Martinie & Fointiat, 2010; Fointiat, 2004, 2008; Fointiat & Grosbras, 2007; Fointiat, Morisot, & Pakusewski, 2008; Fried, 1998; Priolo & Liégois, 2008).

Aronson et al. (1991) puis Stone, Aronson, Crain, Winslow, et Fried (1994) illustrent le paradigme de l'hypocrisie induite dans le domaine de la prévention. Par exemple, dans l'étude princeps d'Aronson et al. (1991), on demandait à des étudiants de prêcher le port du préservatif en participant à un message de prévention contre le SIDA. Les participants s'engageaient dans un comportement de prévention, noble à leurs yeux. Dans un second temps, on demandait aux participants de répondre à quelques questions visant à rendre saillantes les situations passées où ils n'avaient pas utilisé de préservatif (rappel des transgressions). Cette condition d'hypocrisie (plaidoyer puis rappel) est comparée à une condition contrôle (aucune intervention), une condition où il est uniquement demandé aux participants d'évoquer les transgressions passées (rappel uniquement) et enfin, une condition dans laquelle la participation au message de prévention n'est pas suivie du rappel des transgressions (plaidoyer uniquement). Les résultats indiquent que les participants de la situation d'hypocrisie sont ceux ayant le plus l'intention d'utiliser les préservatifs. Par ailleurs, ces participants sont également les plus nombreux à acheter des préservatifs pour agir en ce sens (Stone et al., 1994).

Dans une autre étude, Dickerson et al. (1992) testent l'hypocrisie induite sur la réalisation d'un comportement pro-environnemental. Dans la condition d'hypocrisie, on demandait aux participants, des étudiants sur le chemin des douches, de répondre à quelques questions visant à rendre saillantes les fois où, par le passé, ils ont pu gaspiller de l'eau. On leur demandait ensuite de signer une charte en faveur des économies d'eau. D'autres participants devaient uniquement répondre aux questions sur les transgressions passées (rappel uniquement), ou uniquement signer la charte d'engagement (engagement uniquement). Enfin, dans la condition contrôle (aucune intervention), on regardait directement le temps passé sous la douche. Comme attendu, les participants restant le moins longtemps sous la douche sont ceux placés dans la condition d'hypocrisie induite.

Plus récemment, Lopez, Lassarre, et Rateau (2011), ont réalisé une étude ayant pour objectif d'encourager la réduction de la consommation d'électricité. Les participants de l'étude étaient les employés de piscines municipales du sud-est de la France. Les résultats ne révèlent pas d'effet de la condition « hypocrisie » sur les mesures comportementales (i.e., consommation d'énergie) mais montrent que les participants de cette même condition expriment une plus forte intention d'agir que les participants du groupe contrôle (sans intervention). Selon les auteurs, l'hypocrisie induite est bien productrice de dissonance même si les participants de l'étude réduisent leur dissonance via la mesure de l'intention. Par ailleurs, les participants seraient convaincus que toute politique environnementale mise en place par la collectivité territoriale serait motivée par des intérêts financiers. Les participants se verraient dans l'incapacité d'agir car les fonds nécessaires aux économies d'énergie ne seraient pas débloqués. Dans ce contexte, la norme organisationnelle perçue par les participants fonctionnerait sur le principe de l'hypocrisie induite (dire une chose et en faire une autre) puisque la collectivité prône un discours pro-environnemental sans pour autant débloquer les investissements nécessaires aux économies d'énergie. Selon ces auteurs, cette norme organisationnelle agirait comme une situation de fausse attribution. Les participants attribueraient faussement l'éveil de leur dissonance à la norme de fonctionnement perçue de l'organisation à laquelle ils appartiennent. Autrement dit, pour les participants, le contexte organisationnel serait suffisant pour rendre compte du décalage entre ce qu'ils disent et ce qu'ils font.

Ainsi, les travaux sur la dissonance cognitive ont-ils révélé plusieurs situations génératrices de dissonance. Ces travaux concernent aussi bien les propositions faites par Festinger (1957) concernant la soumission forcée, les conséquences du choix puis, plus tard, l'exposition à une information inconsistante, que de nouvelles propositions émergeant de l'inspiration des chercheurs, comme l'hypocrisie induite (Fointiat et al., 2013).

Ces situations reposent sur le même postulat : la dissonance est générée par la saillance d'une inconsistance cognitive. Dans la soumission forcée cette inconsistance oppose un comportement à une attitude, par exemple, lorsqu'un participant accepte de rédiger un texte en faveur de la sélection pour entrer à l'université alors qu'il est contre (e.g., Joule et Martinie, 2008). Le paradigme du choix est source de dissonance car le choix d'un objet implique le rejet de ses alternatives (Brehm, 1956). Par ailleurs, l'hypocrisie induite consiste à rendre saillante une inconsistance entre un engagement et les transgressions comportementales à cet

engagement (e.g., Fointiat, 2004). Ces paradigmes produisent des effets cognitifs et comportementaux. En effet, Festinger suggère dès 1957 que la dissonance possède un caractère motivationnel. La dissonance tant à être réduite par l'usage de modes de réduction de la dissonance comme le changement d'attitude ou de comportement.

8. Les modes de réduction de la dissonance

L'éveil de la dissonance est souvent la conséquence d'un comportement problématique. Lorsqu'un individu réalise un comportement allant à l'encontre de ces croyances, attitudes ou motivations, il éprouve de la dissonance et ressent le besoin de recouvrer un état de bien-être. Selon Festinger (1957), la réduction de la dissonance passe par l'utilisation de stratégies, appelées « *modes de réduction de la dissonance* ». Pour réduire la dissonance un individu peut modifier l'une des deux cognitions inconsistantes, ajouter de nouvelles cognitions ou réduire l'importance de l'une des deux cognitions inconsistantes.

Voisin, Rubens, N'Gbala, et Gosling (2013) proposent de distinguer les modes de réduction non défensifs des modes de réduction défensifs. Les modes de réduction non défensifs sont orientés vers le changement et la modification des cognitions et les modes de réduction défensifs sont orientés vers la défense ou le renforcement de l'attitude initiale. Nous présenterons parmi les modes de réduction non défensifs, le changement d'attitude et le changement de comportement et parmi les modes de réduction défensifs, la trivialisation, l'explication et la justification du comportement, le déni de responsabilité, l'affirmation du soi et la surconfiance (pour une présentation exhaustive voir Voisin et al., 2013). Dans une série d'expériences, Denizeau, Gosling, et Oberlé (2009) ont montré que le délai impacte l'usage des modes de réduction de la dissonance. Le recours à un mode de réduction non défensif diminue avec le délai de présentation. Par exemple, le changement d'attitude est moins utilisé lorsqu'il est présenté avec délai. Par ailleurs, le délai de présentation n'impact pas l'usage d'un mode de réduction défensif. La trivialisation et le déni de responsabilité sont tout aussi bien utilisés lorsqu'ils sont présentés avec ou sans délai.

8.1. Modes de réduction non défensifs

8.1.1. Le changement d'attitude

Le changement d'attitude est historiquement le premier mode de réduction de la dissonance ayant été étudié. Il consiste à modifier l'attitude initialement inconsistante. On parle de rationalisation cognitive lorsque le changement d'attitude passe par la justification *a posteriori* du comportement problématique (cf. Théorie radicale de la dissonance, Beauvois & Joule, 1996).

Par exemple, l'expérience d'Aronson et Carlsmith (1963) illustre le changement d'attitude comme mode de réduction de la dissonance. On demandait à des enfants d'école maternelle de classer des jouets par ordre de préférence. Les jouets étaient disposés sur le sol. L'expérimentateur qui devait s'absenter autorisait l'enfant à jouer mais en lui interdisant de s'amuser avec le jouet qu'il avait classé en seconde position. L'interdiction était formulée de manière légère (i.e., « Si tu joues avec [ce jouet], je serai contrarié ») ou de manière forte (i.e., « Si tu joues avec ce jouet je serai très en colère. Il faudra que je rentre chez moi en emportant tous les jouets et je ne reviendrai plus jamais »). L'expérimentateur laissait l'enfant quelques minutes en vérifiant que l'interdiction était respectée. A son retour, il disait à l'enfant qu'il pouvait désormais s'amuser avec tous les jouets. L'expérimentateur demandait à l'enfant de classer de nouveau les jouets par ordre de préférence. La différence entre le classement effectué la première et la deuxième fois permettait de mesurer le changement d'attitude. Les résultats montrent que les enfants ayant reçu une interdiction légère sont ceux qui déprécient le plus le jouet interdit. Ainsi, les enfants ayant reçu la menace la plus légère sont ceux dont le changement d'attitude est le plus favorable aux jouets qui n'étaient pas appréciés au début de l'expérimentation.

8.1.1.2. Le paradigme de la fausse attribution

Le changement d'attitude peut être bloqué en situation de fausse attribution (Martinie & Joule, 2000; Martinie & Joule, 2004; Joule & Martinie, 2008; Zanna & Cooper, 1974). Lorsque l'on donne l'occasion à un individu d'attribuer faussement son état de tension à un facteur externe (e.g., forte luminosité, photographie érotique, détecteur de mensonge, appareil à ultrason, etc.), il se détourne du comportement problématique qu'il vient de réaliser. Dans ce cas, le changement d'attitude n'est plus observé.

Par exemple, dans l'expérience de Joule et Martinie (2008) on demandait aux participants de rédiger un essai en faveur de la sélection pour entrer à l'université. La moitié des participants étaient mis en situation de fausse attribution (i.e., on leur faisait croire qu'ils étaient soumis à des ultrasons), l'autre pas. Les résultats montrent que le changement d'attitude n'est plus observé en situation de fausse attribution.

Dans une autre expérience, Martinie et Joule (2004) montrent que le changement d'attitude est de nouveau observé lorsque le participant est recentré sur le comportement problématique. On demandait aux participants de rédiger un essai prônant la sélection pour entrer à l'université. La présence d'une situation de fausse attribution (i.e., on faisait croire à la moitié des participants qu'ils étaient soumis à des ultrasons) ainsi que la centration sur le comportement problématique (i.e., lire à haute voix les arguments rédigés) étaient manipulés. Les résultats montrent que le changement d'attitude n'est plus observé en situation de fausse attribution. Par ailleurs, les participants ont de nouveau recours au changement d'attitude lorsqu'on leur donne l'occasion de se recentrer sur le comportement problématique.

Une situation de fausse attribution n'empêche pas un individu d'éprouver de la dissonance. Si dans une telle situation le changement d'attitude n'est plus observé, le changement de comportement (Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2000), ainsi que la trivialisation (Martinie & Joule, 2000; Martinie & Joule, 2004; Joule & Martinie, 2008) peuvent l'être. Ces modes de réduction (i.e., changement de comportement et trivialisation) représentent une alternative au changement d'attitude pour réduire la dissonance.

Par exemple, Martinie et Joule (2000) demandaient à des participants de rédiger un essai contre-attitudinal prônant la sélection pour entrer à l'université en présence ou non d'une situation de fausse attribution. On mesurait ensuite le changement d'attitude, le changement de comportement (i.e., lire un texte en faveur de la sélection pour l'entrer à l'université) et la trivialisation (i.e., importance accordée l'écriture et la lecture d'un texte contre-attitudinal). Les résultats montrent que le changement d'attitude n'est plus observé en situation de fausse attribution. En revanche, le changement de comportement et la trivialisation sont des modes de réduction de la dissonance utilisés en situation de fausse attribution.

8.1.2. Le changement de comportement

Le changement de comportement fait parti des modes de réduction de la dissonance proposés par Festinger (1957). Prenons l'exemple du fumeur (Festinger, 1957, p.5). Les cognitions « *je sais que fumer tue* » et « *je fume* » entretiennent une relation d'inconsistance. Pour réduire la dissonance, un individu peut adopter le changement de comportement et décider d'arrêter de fumer. Dans ce cas, le changement de comportement correspond à une rationalisation en acte (cf. Théorie radicale de la dissonance, Beauvois & Joule, 1996). Ainsi, la cognition « *je fume* » devient-elle « *je ne fume plus* ». Beauvois, Joule, et Brunetti (1993) montrent, par exemple, que des fumeurs ayant accepté de s'abstenir de fumer pendant dix-huit heures, acceptent de réaliser un comportement plus coûteux (s'abstenir de fumer pendant six jours). La rationalisation en acte est utilisée lorsque l'utilisation d'un autre mode de réduction comme la rationalisation cognitive (changement d'attitude) n'est pas envisageable (Beauvois et al., 1993; Fointiat, 1996; Fointiat & Potier, 2000).

Le changement de comportement est également abordé dans d'autres paradigmes de la dissonance comme celui de l'hypocrisie induite (e.g., Aronson, Fried, & Stone, 1991; Dickerson, Thibodeau, Aronson, & Miller, 1992). Ce paradigme consiste à rendre saillante une inconsistance cognitive entre une attitude normative et un comportement transgressif. Dans ce cas, les cognitions inconsistances sont résistantes au changement. L'attitude initiale est résistante au changement car elle est associée à une norme sociale et le comportement passé transgressif puisqu'il ne peut être modifié. Le changement de comportement est alors le mode de réduction de la dissonance privilégié car il permet de résoudre le conflit cognitif en agissant dans le sens de ce qui est socialement attendu (Fointiat, 2008; Fointiat & Grosbras, 2007; Fointiat, Morisot, & Pakusewski, 2008; Priolo & Liégois, 2008).

8.2. Modes de réduction défensifs

8.2.1. La trivialisation

La trivialisation est le dernier mode de réduction de la dissonance envisagé par Festinger (1957). Ce processus consiste à réduire l'importance de l'une des deux cognitions inconsistantes. Simon, Greenberg, et Brehm (1995) sont les premiers à illustrer la trivialisation comme mode de réduction de la dissonance. S'ils en ont l'opportunité, les participants sont amenés à réduire l'importance d'un comportement contre-attitudinal (i.e.,

rédiger un essai en faveur d'examens obligatoires à la fin de chaque unité d'enseignement) lorsque l'attitude initiale est rendue saillante. Ces auteurs montrent également que les participants utilisent le premier mode de réduction mis à leur disposition, que ce soit la trivialisation ou le changement d'attitude.

Du point de vu méthodologique, la trivialisation peut être utilisée en demandant au participant de répondre à quelques questions concernant :

- l'importance accordée à la réalisation d'un comportement contre-attitudinal en général,
- l'importance accordée à la thématique abordée,
- l'importance accordée relative au type de tâche réalisée (e.g., rédiger des arguments en accord puis en désaccord avec son attitude).

La trivialisation est depuis couramment utilisée dans l'étude des modes de réduction de la dissonance (e.g., Gosling, Denizeau, & Oberlé, 2006; Joule & Martinie, 2008; Martinie, 2003; Martinie & Joule, 2000; Michel & Fointiat, 2002; Voisin, Stone, & Becker, 2012). Dans la plupart des cas, l'intérêt d'étudier ce mode de réduction réside dans la compréhension des limites de l'utilisation des autres modes.

8.2.2. L'explication et la justification du comportement

L'attribution causale et la justification du comportement ont été abordées dans la théorie de la dissonance cognitive notamment par le biais du paradigme de la soumission forcée (Beauvois & Joule, 1982; Beauvois et al., 1993; Fointiat, 1998; Mangard, 2004; Mangard & Channouf, 1996). Beauvois et al., (1993) demandaient à des participants d'accepter de se priver de tabac pendant dix-huit heures (i.e., comportement problématique). On donnait ensuite l'opportunité à la moitié des participants de justifier cette privation de tabac par des explications causales (i.e., « donnez les raisons qui vous ont amené à accepter de ne plus fumer pendant dix-huit heures »). Les participants ayant justifié leur comportement sont les moins nombreux à accepter un comportement plus coûteux (i.e., se priver de tabac pendant six jours).

Dans une autre étude, Fointiat (1998) demandait à des participants d'accepter de boire 25 centilitres de vin (i.e., comportement problématique en contexte universitaire) puis de justifier ce comportement selon un focus différent (faible versus moyen versus fort). Les

résultats montrent que la justification du comportement problématique avec focus élevé (i.e., « donnez les raisons qui VOUS ont incité VOUS PERSONNELLEMENT à participer à CETTE recherche sur le thème de l'alcool et de la concentration ») agit comme un mode de réduction de la dissonance et bloque le changement de comportement. Par ailleurs, Mangard et Channouf (1996) montrent que la justification du comportement problématique (i.e., recopier pendant quinze minutes un texte en finnois) bloque le changement d'attitude quel que soit le type de justification proposée (interne ou externe).

Enfin, dans le cadre de l'hypocrisie induite, Fointiat, Priolo, Saint-Bauzel, & Milhabet (2013) demandaient à des participants de rédiger un argumentaire en faveur de la protection de l'environnement (saillance normative) puis de rappeler les dernières fois qu'ils n'avaient pas agi en accord avec cet argumentaire (rappel des transgressions). Lors de la phase de rappel des transgressions, la moitié des participants devaient se justifier en expliquant « pourquoi » ils avaient agi de la sorte. Pour l'autre moitié des participants, la phase de rappel était purement descriptive (ces participants n'avaient pas à préciser pourquoi ils avaient transgressé). Les résultats montrent que les participants ayant justifié leurs transgressions ressentent moins d'inconfort psychologique que ceux n'ayant pas eu l'opportunité de se justifier.

8.2.3. Le déni de responsabilité

Selon les théoriciens du *New Look* (Cooper & Fazio, 1984) la dissonance est éveillée si l'individu reconnait la responsabilité de ses actes et de leurs conséquences. Gosling et al. (2006) sont les premiers à proposer le déni de responsabilité comme mode de réduction de la dissonance. Dans cette étude, on demandait à des participants de rédiger un essai contre-attitudinal (i.e., être en faveur de la sélection à l'entrée à l'université) en contexte ou non de libre-choix. Les participants devaient ensuite répondre à trois questions concernant leur responsabilité personnelle. Les résultats montrent que le déni de responsabilité bloque l'utilisation d'autres modes de réduction de la dissonance (i.e., changement d'attitude et trivialisation) lorsqu'il est mesuré en premier. D'autre part, les participants ayant réalisé le comportement problématique en contexte de libre-choix se jugent moins responsables que les participants de la condition de non-choix.

8.2.4. L'affirmation du soi

Selon la théorie de l'auto-affirmation (Steele, 1988) la réduction de la dissonance n'a pas pour objectif de réduire une inconsistance cognitive mais de restaurer l'intégrité du soi menacé, par exemple, par la réalisation d'un comportement problématique. Ainsi, la réduction de la dissonance passerait-elle par la saillance d'un élément spécifique et positif du soi permettant de restaurer son intégrité. Pour affirmer le soi d'un individu, Steele et Liu (1983), par exemple, proposent d'utiliser un ensemble d'items permettant de rendre saillantes des valeurs positives associées au soi. Ces auteurs montrent qu'une telle procédure bloque le recours au changement d'attitude en situation de soumission forcée. Depuis, la procédure la plus couramment utilisée pour affirmer le soi consiste à classer par ordre d'importance un ensemble de valeurs puis à expliquer par écrit pourquoi celles qui sont classées en premier sont les plus importantes (cf. Blanton, Pelham, DeHart, & Carvallo, 2001; Hoshimo-Browne et al., 2005; Sherman & Cohen, 2006). Enfin, d'autres études montrent que l'inconfort psychologique produit par la réalisation d'un comportement problématique n'est plus observé lorsqu'un élément positif du soi est affirmé (Devine, Tauer, Barron, Elliot, & Vance, 1999; Galinsky et al. 2000).

8.2.5. La surconfiance

La surconfiance est un mode de réduction utilisé dans le paradigme du choix. La prise de décision conduit à ressentir de la dissonance dans la mesure où on ne peut plus prendre de décision alternative. Une augmentation de la confiance en la décision que l'on vient de prendre permettrait de réduire la dissonance ressentie (Regan & Kilduff, 1988). Selon Ansel et Girandola (2004), le principe de ce mode de réduction fonctionnerait par l'ajout de cognitions consistantes (cf. Beauvois & Joule, 1996).

Le fait qu'un individu puisse emprunter différentes stratégies de réduction de la dissonance soulève une question concernant la complémentarité des modes de réduction. Pour certains auteurs l'emprunt d'un mode de réduction n'est pas toujours suffisant pour réduire l'ensemble de la dissonance. Dans ce cas, l'emprunt d'un second mode de réduction est envisageable (e.g., Ansel & Girandola, 2004). Par exemple, Denizeau et al. (2009) montrent que des participants utilisent le second mode de réduction mis à leur disposition si

le premier n'est pas suffisant pour réduire la dissonance. Pour d'autres auteurs, les modes de réduction sont exclusifs, en ce sens qu'ils ne peuvent être utilisés de manière complémentaire (e.g., Joule & Martinie, 2008).

8.3. Modèles des relations entre les modes de réduction

Nous pouvons nous demander si un individu est capable d'emprunter plusieurs modes de réduction conjointement, ou si chaque mode de réduction peut uniquement être mis en place de manière exclusive. Pour répondre à cette question, trois modèles théoriques des relations entre les modes de réduction peuvent être envisagés : le modèle hydraulique, le modèle exclusif et le modèle mixte.

8.3.1. Le modèle hydraulique

Selon le modèle hydraulique (ou des « *vases communicants* », Ansel & Girandola, 2004), les modes de réduction peuvent être mis en place de manière complémentaire. Si l'échelle de réduction proposée à un individu ne lui permet pas de réduire la dissonance, il finira son travail de restauration cognitive grâce à l'item suivant (Ansel & Girandola, 2004). Ce modèle se nomme « hydraulique », car il permet la représentation de la dissonance et de l'emprunt des modes de réduction par un barrage : la dissonance serait l'eau contenue par le barrage et les modes de réduction, les vannes permettant d'en réduire la quantité. Si une vanne ne permet pas à elle seule d'écouler suffisamment d'eau, l'individu peut ouvrir les autres vannes (i.e., utiliser un autre mode de réduction) de manière complémentaire, comme le suggèrent Denizeau et al. (2009).

8.3.2. Le modèle exclusif

Le modèle exclusif s'oppose au modèle hydraulique, puisqu'il considère que les modes de réduction de la dissonance peuvent uniquement être mis en place de manière indépendante les uns des autres. Joule et Martinie (2008) ont par exemple montré que les individus trivialisent lorsqu'ils en ont l'occasion et que cette trivialisation peut bloquer la rationalisation cognitive. Dans cette étude, les auteurs ont mesuré dans l'ordre, la trivialisation puis l'attitude et inversement, suite à la réalisation d'un comportement contre-attitudinal (i.e., rédiger un essai

en faveur de la sélection pour l'entrée à l'université). Lorsque la trivialisation était mesurée en premier, les individus ont trivialisé sans changer d'attitude. A l'inverse, lorsque l'attitude était mesurée en premier, les individus ont changé d'attitude mais sans trivialiser. Ces résultats vont dans le sens d'une exclusivité des modes de réduction de la dissonance. Ainsi, ces auteurs (Joule & Martinie, 2008; Martinie & Joule, 2004) parlent de l'utilisation des modes de réduction comme l'emprunt de « voies » (exclusives) permettant de réduire la dissonance.

8.3.3. Le modèle mixte

Un modèle dit « mixte » suggère que le caractère complémentaire des modes de réduction dépendrait de la combinaison disponible. D'après ce modèle, certains modes de réduction peuvent être mis en place de manière complémentaire et d'autres non. Tout dépendrait de la nature des opportunités données à un individu pour réduire la dissonance.

Par exemple, Joule et Martinie (2008) montrent que des participants réduisant la dissonance par rationalisation cognitive n'ont plus recours à la trivialisation comme mode de réduction. En revanche, un individu ne réduisant pas l'ensemble de la dissonance par une mesure de la surconfiance poursuivra son travail de restauration cognitive sur les items restants (Ansel & Girandola, 2004). En outre, l'effet d'ordre de présentation des modes de réduction peut être affecté par le délai de présentation (Denizeau et al., 2009).

9. Conclusion sur la théorie de la dissonance cognitive

La théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957) est une théorie motivationnelle des conduites humaines. Elle permet d'expliquer les comportements de la vie quotidienne dans des situations variées. Cette théorie repose sur plusieurs principes. Un individu est susceptible d'être en état de dissonance lorsque deux cognitions (e.g., attitude, croyance, comportement ou connaissance) entretiennent une relation d'inconsistance. Par exemple, prises conjointement, les cognitions « *Je sais que fumer tue* » (connaissance) et « *Je continue de fumer* » (comportement) relèvent d'une inconsistance cognitive. Par ailleurs, la dissonance est un état de tension interne défini par Festinger (1957) comme un état d'inconfort psychologique. Un individu en état de dissonance est motivé à retrouver un équilibre cognitif en ayant recours de manière inconsciente à un mode de réduction de la dissonance. La

dissonance pourra être réduite, par exemple par un changement d'attitude ou de comportement. Un individu ayant réalisé un comportement allant à l'encontre de son attitude pourra réduire la dissonance en justifiant ce comportement par un changement de l'attitude initiale, de sorte à la rendre plus consistante avec le comportement problématique (changement d'attitude). En outre, cet individu pourra également réduire la dissonance par la réalisation d'un second comportement allant dans le même sens que le comportement problématique (changement de comportement).

Plusieurs reformulations de la version initiale de Festinger ont été proposées par les auteurs. Nous avons vu les plus notables incluant notamment la prise en compte du soi dans le processus de dissonance ou de l'engagement comme condition nécessaire à l'éveil de la dissonance. Par exemple, la théorie de l'auto-consistance (Aronson, 1968, 1969, 1992, 1999; Thibodeau & Aronson, 1992) la théorie de l'auto-affirmation (J. Aronson et al., 1999; Steele, 1988; Steele & Liu, 1981; Steele et al., 1993) et le modèle des standards du soi (Cooper, 2007; Stone, 2003; Stone & Cooper, 2001, 2003) permettent de décrire des situations où le soi de l'individu est impliqué dans le processus de dissonance. La théorie de l'auto-consistance considère le soi et ses standards de conduites comme une référence permettant de juger de l'inconsistance d'une autre cognition alors que la théorie de l'auto-affirmation place le soi comme une ressource à la réduction de la dissonance. Le modèle des standards du soi permet de concilier ces deux points de vue en décrivant des processus de dissonance différents selon le type d'éveil de la dissonance (i.e., éveil idiographique versus nomothétique de la dissonance).

Par ailleurs, depuis la reformulation de Brehm & Cohen (1962) l'engagement qui « *correspond, dans une situation donnée, aux conditions dans lesquelles la réalisation d'un acte ne peut être imputable qu'à celui qui l'a réalisé* » (Joule & Beauvois, 1998) est considéré comme condition nécessaire à l'éveil de la dissonance (e.g., Beauvois & Joule, 1996; Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011). Cette restriction à la formulation initiale de la théorie de Festinger a conduit les auteurs à se centrer sur la réalisation d'un comportement problématique (Vaidis & Gosling, 2011).

La théorie de la dissonance cognitive permet d'expliquer de nombreuses situations de la vie quotidienne. Récemment, plusieurs auteurs issus de la psychologie sociale et du marketing social (e.g., Spangenberg et al., 2003; Spangenberg et al., 2012) envisagent une nouvelle situation génératrice de dissonance : le paradigme des auto-prophéties. Ce

paradigme consiste à demander à un individu de prédire la réalisation d'un comportement. Il s'agit le plus souvent de lui poser une question sur son comportement futur, par exemple, « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012). Répondre à une telle question de prédiction augmente la probabilité de réaliser le comportement ciblé (Spangenberg & Greenwald, 1999). Selon ces auteurs, l'effet des auto-prophéties serait similaire à ceux observés dans les paradigmes de la dissonance. Une prédiction comportementale génèrerait de la dissonance en rendant saillante une inconsistance cognitive.

Nous proposons dans le chapitre suivant une introduction au paradigme des auto-prophéties. Nous verrons les origines du paradigme notamment en référence aux travaux de Sherman (1980). Nous verrons également que les auto-prophéties produisent des effets cognitifs et comportementaux dans des domaines variés. Par exemple, prédire un comportement augmente la probabilité que ce comportement soit réalisé. Pour finir, les propositions théoriques formulées par les auteurs pour expliquer l'effet des auto-prophéties seront présentées. Nous aborderons alors les arguments soutenant l'introduction du paradigme dans le champ de la dissonance cognitive.

Résumé du chapitre I : La théorie de la dissonance cognitive

Principes de la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957) :

- Un individu est en état de dissonance lorsque deux cognitions (e.g., attitude, croyance, comportement ou connaissance) entretiennent une relation d'inconsistance.
- La dissonance est un état de tension interne défini par Festinger (1957) comme un état d'inconfort psychologique.
- La dissonance possède un caractère motivationnel et pousse un individu en état de dissonance à retrouver un équilibre cognitif. La dissonance pourra être réduite par l'utilisation de mode de réduction de la dissonance.

Reformulations notables de la théorie de la dissonance cognitive :

- Le soi est susceptible d'intervenir dans le processus de dissonance comme référence pour juger de la consistance ou de l'inconsistance d'une autre cognition (cf. Théorie de l'auto-consistance, Aronson, 1968, 1969, 1992, 1999; Thibodeau & Aronson, 1992) ou comme ressource à la réduction de la dissonance (cf. Théorie de l'auto-affirmation, J. Aronson et al., 1999; Steele, 1988; Steele & Liu, 1981; Steele et al., 1993).
- L'engagement est considéré comme une condition nécessaire à l'éveil de la dissonance (e.g., Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011; Linder et al., 1967; Beauvois & Joule, 1996).

Chapitre II - Le paradigme des auto-prophéties

1. Présentation et origine du paradigme

1.1 La disconfirmation des attentes

L'échec d'une prophétie (Festinger et al., 1956/1993) illustre les premières réflexions associées à la théorie de la dissonance cognitive. Cet ouvrage étudie les réactions d'individus voyant l'une de leur croyance démentie par la réalité. La dissonance est éveillé lorsqu'un individu apprend qu'un évènement pour lequel il s'est fortement investit ne se produira pas. Dans ce contexte, la réduction de la dissonance passe par la modification des cognitions inconsistantes ou par l'ajout de nouvelles cognitions consistantes. Ces premières réflexions ont conduit les auteurs à considérer l'effet qu'une attente produit sur le comportement. Ainsi, l'origine des auto-prophéties renvoie-t-elle au fondement même de la théorie de la dissonance cognitive au travers du paradigme de la disconfirmation des attentes.

S'inscrivant dans le cadre de la théorie de la dissonance cognitive, les travaux d'Aronson et Carlsmith (1962) sont les premiers à tester les effets de la disconfirmation des attentes. Ces auteurs ont fait les hypothèses suivantes : 1/ un individu serait en état de dissonance si ses attentes à propos de sa performance à une tâche (réussite ou échec) ont été infirmées et 2/ cet individu changerait sa performance ultérieure pour la mettre en accord avec les attentes et réduire ainsi la dissonance. Dans cette étude, les attentes concernant la réussite à une tâche (fortes versus faibles) ainsi que la performance à cette tâche (forte versus faible) était manipulées. On présentait aux participants cinq paquets de vingt cartes contenant chacune les photographies de trois personnes. Les participants devaient dire à chaque fois parmi les personnes présentées laquelle était schizophrène. En réalité, aucune des trois personnes ne l'était. Les attentes des participants étaient manipulées en leur présentant le score obtenu sur les quatre premiers paquets de cartes. On disait à la moitié des participants qu'ils avaient donné plus de 85% de bonnes réponses (attentes fortes) et à l'autre moitié qu'ils avaient donné moins de 10% de bonnes réponses (attentes faibles). La performance au cinquième paquet de cartes était manipulée en disant à la moitié des participants qu'ils avaient donné 17 bonnes réponses (forte performance) et à l'autre moitié qu'ils avaient donné 5 bonnes réponses (faible performance). Pour finir, on demandait aux participants d'évaluer de

nouveau le cinquième paquet de cartes et on mesurait le nombre de jugements ayant été modifiés. Les résultats montrent que les participants dont la performance est inconsistante aux attentes changent significativement plus de jugements ($M_{attentes\ fortes\text{-}performance\ faible}$ = 11.1; $M_{attentes\ faibles\text{-}performance\ forte}$ = 10.2) que les participants n'ayant pas cette inconsistance ($M_{attentes\ fortes\text{-}performance\ forte}$ = 3.9; $M_{attentes\ faibles\text{-}performance\ faible}$ = 6.7). Les participants dont les attentes ne sont pas confirmées changent leur performance finale de sorte à la rendre plus consistante à leurs attentes.

Initialement inscrites dans la continuité des travaux d'Aronson et Carlsmith (1962), les prophéties auto-réalisantes (i.e., *the self-fulfilling prophecy*) permettaient de décrire des situations où les attentes d'un individu concernant un évènement à venir pouvaient altérer la réalisation de cet évènement (Archibald, 1974). Cet effet a tout d'abord été étudié dans des situations de réussite ou d'échec à la réalisation d'une tâche (e.g., Rosenthal, 1973; Rosenthal & Jacobson, 1968; Word, Zanna, & Cooper, 1974). Dans une série d'études, Feather et ses collaborateurs (Feather, 1966; Feather & Saville, 1967) amenaient des participants à réaliser une tâche de résolution d'anagrammes après leur avoir demandé d'expliquer comment ils réussiraient (versus échoueraient) à cette tâche. On disait à la moitié d'entre eux que la tâche était facile et réussie par un grand nombre de participants, à l'autre moitié, que la tâche était difficile avec peu de réussite. Les résultats montrent que les attentes des participants concernant leur capacité à réussir ou à échouer à cette tâche altèrent leur performance. En effet, ceux percevant la tâche comme difficile échouaient et ceux la percevant facile réussissaient. Feather (1968) observe les mêmes résultats en utilisant des anagrammes de difficulté réellement différente. A chaque fois, les attentes des participants sur le fait de réussir ou d'échouer à la tâche altèrent leur performance dans le sens de la prédiction faite (réussite versus échec).

A l'origine, le paradigme des auto-prophéties provient des réflexions issues de la disconfirmation des attentes. Le terme a ensuite été utilisé pour amener des individus à émettre des comportements qu'ils n'auraient pas réalisé spontanément. C'est à partir des travaux de Sherman (1980) que les auto-prophéties renvoient à une requête comportementale. Il s'agit alors d'étudier les effets qu'une prédiction produit sur l'adoption d'un comportement.

1.2. Auto-prophéties : études princeps

Les auto-prophéties permettent de décrire des situations où la prédiction d'un comportement augmente la probabilité qu'il soit réalisé. Sherman (1980), introduit les auto-prophéties en partant du principe que les individus sont incapables de prédire correctement leurs comportements sociaux. Il parle d'erreur de prédiction pour qualifier l'écart entre le comportement prédit et le comportement actuel. Selon lui, lorsque l'on demande aux individus de prédire un comportement socialement désirable, ils ont tendance à surévaluer les chances de le réaliser. Cette erreur de prédiction serait de nature auto-effaçante, dans le sens où l'individu adopterait le comportement prédit pour le rendre cohérent à la prédiction faite.

Sherman (1980) a testé l'effet de ce qu'il appelait la nature auto-effaçante de l'erreur de prédiction (i.e., « *the self-erasing nature of errors of prediction* ») dans une série de trois expériences réalisées auprès d'étudiants de l'université d'Indiana. Dans une première expérience, la moitié des participants devaient prédire s'ils accepteraient de rédiger un essai contre-attitudinel si on leur demandait (i.e., être en faveur d'un accès libre aux dortoirs pour les visiteurs). On ne demandait pas à l'autre moitié des participants d'effectuer cette prédiction. Les résultats montrent que les participants de la condition de prédiction sous-estiment les chances de réaliser le comportement contre-attitudinel : 29% d'entre eux prédisent leur acceptation alors que 67% des participants du groupe contrôle (ceux n'ayant pas prédit leur comportement) acceptent de rédiger l'essai. L'écart entre le comportement prédit et le comportement réel relève d'une erreur de prédiction. De surcroît, cette erreur est de nature auto-effaçante car les prophètes sont significativement moins nombreux à accepter de rédiger l'essai (33%) que les participants du groupe contrôle (67%).

Dans une seconde expérience, la moitié des participants devaient prédire dans le cadre d'un programme de recherche sur la voix s'ils accepteraient de chanter au téléphone si on leur demandait (i.e., chanter « *the Star-Splangled Banner* »). L'autre moitié n'effectuait pas cette prédiction. Les résultats montrent que 44% des participants de la condition de prédiction prédisent leur acceptation. Par ailleurs, 72% des participants du groupe contrôle (ceux n'ayant pas effectué de prédiction) acceptent de chanter. Comme pour la première expérience, les résultats révèlent une erreur de prédiction de nature auto-effaçante. Les participants ayant effectué une prédiction sous-estiment les chances de réaliser une action indésirable. Ces derniers sont ensuite significativement moins nombreux à accepter de chanter (40%) que les participants du groupe contrôle (72%).

A l'inverse des deux premières expériences, la troisième porte sur un comportement socialement désirable. La moitié des participants devaient prédire s'ils accepteraient d'être volontaires pour collecter des dons pour la Société Américaine du Cancer si on leur demandait. L'autre moitié n'effectuait pas cette prédiction. Comme attendu, les résultats montrent que les participants surestiment les chances de réaliser l'action à prédire : 48% d'entre eux prédisent leur acceptation alors que seul 4% des participants du groupe contrôle (ceux n'ayant pas effectué de prédiction) se portent volontaire pour la collecte de dons. Cette erreur de prédiction est de nature auto-effaçante. Les participants ayant effectué une prédiction sont significativement plus nombreux à être volontaires pour la collecte de dons (31%) que les participants du groupe contrôle (4%).

Depuis ces expériences princeps, les auto-prophéties ont fait l'objet de nombreux travaux (Spangenberg et Greenwald, 1999). Le paradigme des auto-prophéties consiste à demander à un individu de prédire s'il réalisera ou pas un comportement donné. Le simple fait de lui demander de prédire son comportement augmente la probabilité qu'il le réalise. Il s'agit de lui demander de répondre à une question de prédiction, par exemple, « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012) où les possibilités de réponse sont dichotomiques (oui/non).

2. Note sur la terminologie

Les effets qu'une prédiction produit sur le comportement ont renvoyé à des terminologies différentes. Il nous semble ici nécessaire de revenir sur ces terminologies pour justifier notre choix pour l'ensemble de la thèse.

Le terme de « prophétie auto-réalisante » (i.e., « *the self-fulfilling prophecy* ») est initialement employé pour décrire des situations où la prédiction d'un évènement peut altérer la réalisation d'un comportement (Archibald, 1974). Cela renvoie, selon nous, à un champ de recherche proche mais distinct de celui que nous abordons.

Ce n'est qu'à partir des travaux de Sherman (1980) que les auto-prophéties renvoient à une requête comportementale. Cet auteur est le premier à tester les effets de ce qu'il appelait alors la « nature auto-effaçante de l'erreur de prédiction » (i.e., « *the self-erasing nature of*

errors of prediction »). Le terme « auto-prophétie » (i.e., « *the self-prophecy* ») est utilisé pour la première fois par Greenwald et al. (1988). Ce terme sera ensuite adopté par les auteurs pour désigner les effets produits par la réalisation d'une prédiction.

Plus récemment, Sprott et al. (2006) proposent de regrouper l'ensemble des paradigmes utilisant la formulation d'une question (ou de plusieurs questions) concernant un comportement à venir, sous le terme de « l'effet de la question comportementale » (i.e., « *the question-behavior effect* »). Les auto-prophéties reposent sur ce principe car il s'agit d'induire la réalisation d'un comportement en demandant à un individu de prédire s'il le réalisera. Néanmoins, à l'instar de Dholakia (2010), nous pensons qu'il est encore trop tôt pour déterminer si les processus en jeu dans chacun de ces paradigmes sont identiques et de justifier le recours à un terme générique.

L'effet de la question comportementale regroupe notamment le paradigme des auto-prophéties et le paradigme de la simple mesure. Cependant, les questions utilisées ainsi que les comportements ciblés par ces deux paradigmes sont de nature différente (Dholakia, 2010). Par exemple, l'effet des auto-prophéties est exclusivement observé sur des comportements socialement désirables et selon une méthodologie stricte reposant sur la formulation d'une question de prédiction, par exemple, « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012). Par ailleurs, le paradigme de la simple mesure utilise une méthodologie variée (e.g., mesure de l'intention ou de la satisfaction) et produit des effets sur des comportements ne s'inscrivant pas dans des standards normatifs (Dholakia, 2010).

Ainsi, nous proposons pour l'ensemble de la thèse d'avoir recours au terme « auto-prophétie » pour désigner une procédure consistant à demander à un individu de prédire la réalisation d'un comportement. Ce terme est couramment utilisé par les auteurs et renvoie davantage aux travaux issus de ceux de Sherman (1980) qu'aux travaux inscrits dans le paradigme de la simple mesure.

La figure 9 ci-dessous propose une synthèse chronologique des différents termes employés pour désigner l'effet d'une prédiction comportementale.

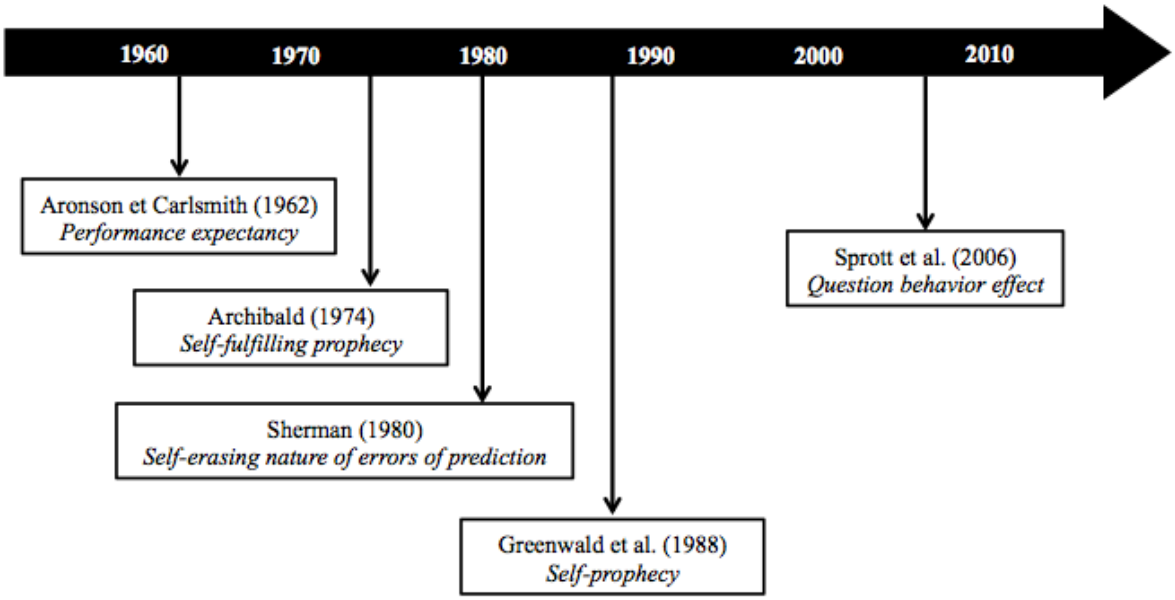

Figure 9. Synthèse chronologique des terminologies employées pour désigner l'effet d'une prédiction comportementale

3. Expérimentations sur les auto-prophéties

Les auto-prophéties sont à l'origine d'effets cognitifs et comportementaux (Spangenberg & Greenwald, 1999). Demander à un individu de prédire son comportement augmente la probabilité qu'il le réalise. Depuis les travaux de Sherman (1980), les auto-prophéties sont étudiées comme paradigme de changement comportemental. Il s'agit de demander à un individu de répondre à une question de prédiction, par exemple, « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012).

Selon la méta-analyse de Spangenberg et Greenwald (1999) réalisée sur un total de onze études, « *l'effet des auto-prophéties se produit dans une grande variété de situations, c'est un effet de taille modérée (non petit)*[4] » (r = .13)[5]. En retirant deux études pour lesquelles les auteurs attribuent des biais méthodologiques à l'absence de résultats (i.e., Greenwald et al., 1988, Exp.1 et Obermiller et al., 1992) la méta-analyse de Spangenberg et Greenwald (1999) montre un effet de taille plus élevée (r = .20).

[4] « *the self-prophecy effect occurs in a variety of situations, is a moderate-size (not small) effect* » (Spangenberg & Greenwald, 1999, p.86).
[5] Cohen (1988) définit la taille de l'effet comme étant petite si r = .1 et modérée si r = .3.

Les auto-prophéties ont fait l'objet de nombreux travaux ayant ciblé notamment, le comportement de vote (Greenwald et al., 1987; Greenwald et al., 1988; Smith, Gerber, & Orlich, 2003), de donations (Obermiller & Spangenberg, 2000; Obermiller et al., 1992), de santé (Spangenberg, 1997; Spangenberg & Sprott, 2006; Sprott et al., 2004; Sprott et al., 2003), d'évitement de la triche aux examens (Spangenberg & Obermiller, 1996) ou encore, dans le domaine de la protection environnementale, de recyclage (Spangenberg et al., 2003; Spangenberg et al., 2012; Sprott et al., 1999).

La plupart des études sur les auto-prophéties sont présentées dans cette partie. Nous mettons néanmoins l'accent sur les études prenant en compte le comportement. Une présentation plus exhaustive est proposée en annexe (cf. Annexe 8 : études sur les auto-prophéties, p.256).

3.1. Dans le domaine des comportements civiques

Dans une série d'étude, Greenwald et ses collaborateurs (Greenwald et al., 1987, 1988) ont testé l'effet des auto-prophéties sur le comportement de vote aux Etats-Unis. Par exemple, dans l'étude de Greenwald et al. (1988), les participants (inscrits aux registres de vote de l'état de Washington) étaient répartis dans l'une des quatre conditions expérimentales. On demandait aux participants : 1/ dans une condition « connaissance », de situer le bureau de vote le plus proche; 2/ dans une condition « connaissance-prédiction », de prédire s'ils iraient voter pour la prochaine élection des primaires après avoir situé le bureau de vote le plus proche; 3/ dans une condition « connaissance-prédiction-raison », de répondre à la question de connaissance, puis de prédire leur comportement et enfin de donner, selon eux, la raison la plus importante d'aller voter; 4/ dans une condition contrôle, de répondre à une question non pertinente (i.e., Quel était le score du dernier match de football des Seahawks de Seattle ?). Les résultats montrent que l'effet des auto-prophéties est modéré par le profil des électeurs. Seuls les électeurs modérés, c'est-à-dire ceux n'allant pas toujours voter, placés dans les conditions de prédiction (i.e., condition connaissance-prédiction et condition connaissance-prédiction-raison) sont plus nombreux à se déplacer aux urnes que les mêmes placés dans la condition contrôle. Toutefois, Smith et al. (2003) ont répliqué l'expérience de Greenwald et al. (1988) sans observer l'effet des auto-prophéties sur le comportement de vote, quand bien même prenant en compte le profil des électeurs.

3.2. Dans le domaine des comportements altruistes

Les auto-prophéties ont également été testées dans le cadre de la réalisation d'actions charitables ou sur les comportements de donation (Sherman, 1980; Obermiller et al., 1992; Obermiller & Spangenberg, 2000; Spangenberg et al., 2003). Par exemple, dans l'étude d'Obermiller & Spangenberg (2000), des participants étaient contactés par téléphone parmi une liste de 8400 anciens élèves d'une école de commerce dans le cadre d'une campagne de collecte de fonds. Les participants étaient répartis aléatoirement dans l'une des deux conditions expérimentales : 1/ dans la condition contrôle, on demandait aux participants de répondre à trois questions non pertinentes (sans aucun lien avec la collecte de fonds); 2/ dans la condition de prédiction, on demandait aux participants de répondre à deux questions non pertinentes puis de prédire, dans la mesure où ils seraient contactés ultérieurement, s'ils accepteraient de faire un don à leur ancienne école. On mesurait le comportement de donation deux semaines plus tard lors d'un second appel téléphonique. L'analyse des réponses à la requête de prédiction montre que les participants surestiment les chances de faire un don : 78% des participants de la condition de prédiction prédisent leur acceptation de faire un don alors seul 30% des participants de la condition contrôle (ceux n'ayant pas effectué de prédiction) font un don à leur ancienne école. Par ailleurs, l'effet des auto-prophéties est observé sur le comportement de donation et sur le montant du don. Les participants de la condition de prédiction sont significativement plus nombreux à accepter de faire un don (49%) que les participants de la condition contrôle (30%). Aussi, ces participants donnent en moyenne significativement plus (20$) que les participants de la condition contrôle (12$).

Spangenberg et al. (2003) ont testé l'effet des auto-prophéties dans le cadre d'une campagne diffusée sur le web pour la Société Américaine du Cancer. Les participants étaient contactés par mail puis répartis aléatoirement dans l'une des trois conditions expérimentales en cliquant sur un lien contenant le matériel de l'étude : 1/ condition de prédiction, les participants prenaient connaissance d'un slogan de prédiction (i.e., « *Demandez-vous... Soutiendrez-vous la Société Américaine du Cancer ?* »[6]); 2/ condition de prédiction avec auto-affirmation, on demandait aux participants de prendre connaissance du même slogan de prédiction puis de réaliser une tâche d'affirmation du soi (i.e., classer par ordre d'importance un ensemble de valeurs puis expliquer pourquoi la valeur la plus importante était classée en tête, voir Sherman, Nelson & Steele, 2000); 3/ condition contrôle, les participants prenaient

[6] « *Ask yourself: Will you support the American Cancer Society ?* » (Spangenberg et al., 2003, p.57).

connaissance d'un slogan non prédictif (i.e., « *Soutenez la Société Américaine du Cancer* »[7]). On demandait ensuite à tous les participants d'indiquer dans la page web suivante s'ils acceptaient d'aider la Société Américaine du Cancer en répondant à un questionnaire. Les résultats indiquent que les participants de la condition de prédiction sont significativement plus nombreux à accepter de donner de leur temps pour répondre au questionnaire (52%) que les participants de la condition contrôle (31%) et de la condition de prédiction avec affirmation du soi (18%). Ces auteurs proposent une interprétation de l'effet des auto-prophéties en termes de soi. Selon eux, ces résultats montrent que le soi de l'individu modère l'effet des auto-prophéties. L'effet des auto-prophéties n'est plus observé lorsque l'on donne l'opportunité au participant d'affirmer le soi.

3.3. Dans le domaine des comportements de santé

L'étude des auto-prophéties dans le domaine de la santé a fait l'objet de plusieurs travaux (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg & Sprott, 2006; Spangenberg et al., 2003; Sprott et al., 2003, 2004). Certains de ces travaux prennent en compte le rôle des croyances normatives dans l'effet des auto-prophéties. Les individus associant de fortes croyances normatives au comportement ciblé par la prédiction sont les plus nombreux à adopter le comportement (Sprott et al., 2003).

Par exemple, Spangenberg (1997) montre que les auto-prophéties sont en mesure d'accroître la fréquentation d'un club de sport. Les participants de l'étude, des membres d'un club de sport absents depuis plus d'un mois, étaient contactés par téléphone pour répondre à quelques questions d'information. Pour la moitié des participants l'entretien téléphonique s'arrêtait là (condition contrôle). On demandait à l'autre moitié des participants, à la fin de l'entretien, de prédire s'ils iraient à leur club de sport la semaine prochaine (condition de prédiction). Le nombre de visites était mesuré durant les six mois suivant le contact téléphonique. Au bout de dix jours, les résultats ne montrent aucune différence significative entre les deux conditions. A long terme, après six mois de mesures du nombre de visites, les participants ayant prédit leur comportement se rendent en moyenne significativement plus à leur club de remise en forme ($M = 10.25$) que les participants du groupe contrôle ($M = 5.11$).

A la suite, Spangenberg et al. (2003) ont réalisé une étude visant à amener des individus à se rendre plus régulièrement à leur club de sport. Les participants, des membres

[7] « *Support the American Cancer Society* » (Spangenberg et al., 2003, p.57).

du club de sport absents depuis un certain temps, recevaient un mail contenant un message différent selon les conditions. On présentait à la moitié des participants un mail incluant une requête de prédiction sous la forme d'un slogan (i.e., « *Vous attendez-vous à utiliser votre club la semaine prochaine ?* »[8]). Pour l'autre moitié des participants, le mail contenait une formulation non prédictive (condition contrôle). On mesurait ensuite le nombre de participants fréquentant leur club de sport sur les quatre semaines suivant la diffusion du mail. Les résultats montrent que la fréquentation quotidienne du club de sport est significativement plus élevée (20.6%) chez les participants de la condition de prédiction, que chez les participants du groupe contrôle (19%).

Sprott et ses collaborateurs (2003, 2004) ont réalisé une série d'études dans le domaine de la santé. Dans une première étude, Sprott et al. (2003) ont testé l'effet des auto-prophéties sur le choix d'une collation équilibrée. Les participants, des étudiantes de l'université de l'état de Washington, étaient répartis aléatoirement dans l'une des deux conditions de l'étude. Dans la condition contrôle, on demandait aux participants de répondre à trois questions non pertinentes (sans aucun lien avec le comportement ciblé). Dans la condition de prédiction, l'une des trois questions présentées aux participants étaient une requête de prédiction (i.e., « *Pouvez-vous prédire que: a. Achèterez-vous la version du produit faible en matières grasses ? b. Achèterez-vous la version standard du produit ?* »[9]). Les participants devaient prédire s'ils achèteraient un produit équilibré (i.e., faible en matières grasses) entre les cours. Les croyances normatives à l'égard du comportement ciblé étaient aussi mesurées. Les résultats indiquent que les participants de la condition de prédiction sont significativement plus nombreux à choisir la collation équilibrée (89%) que ceux de la condition contrôle (60%), notamment lorsqu'ils associent de fortes croyances normatives au fait de manger sainement.

Dans une seconde étude, Sprott et al. (2003) ont répliqué ces résultats sur l'acceptation de participer à une évaluation de leur santé physique. Les participants étaient répartis aléatoirement dans l'une des deux conditions de l'étude (condition contrôle versus prédiction). Le matériel utilisé est identique à celui de l'étude précédente (i.e., pour la condition de prédiction : « *Pouvez-vous prédire que: a. Vous ne participerez pas à l'évaluation sur la*

[8] « *Do you expect to use your club in the next week ?* » (Spangenberg et al., 2003, p.52).
[9] « *Do you predict that: a.You will buy the low fat version of the product ? b.You will buy the regular version of the product ?* » (Sprott et al., 2003 p.425).

santé et le sport. b. Vous participerez à l'évaluation sur la santé et le sport »[10]). Les croyances normatives envers le comportement ciblé (i.e., participer à une évaluation de leur santé physique) étaient mesurées. A la fin de la passation, on demandait aux participants s'ils accepteraient de participer à une évaluation de leur santé physique. Les participants ayant effectué une prédiction sont significativement plus nombreux à accepter de participer à l'évaluation de leur santé (38%) que les participants du groupe contrôle (20%). Ainsi, l'effet des auto-prophéties est-il observé si et seulement si les croyances normatives associées au comportement ciblé sont fortes.

Les croyances normatives apparaissent comme une variable modératrice de l'effet des auto-prophéties. Les travaux de Sprott et al. (2003) montrent que les participants les plus sensibles aux effets d'une prédiction comportementale sont ceux qui possèdent de fortes croyances normatives. Mis en situation de prédiction, ces participants sont les plus nombreux à adopter le comportement cible.

Sprott et al. (2004) présentent deux nouvelles études. Dans la première, l'objectif était d'inciter des étudiants de l'université à s'engager pour une évaluation de leur santé physique. Après avoir répondu à un ensemble de questions et pris connaissance des services proposés par l'université en matière de santé, les participants devaient répondre à quatre questions. Dans la condition contrôle, ces questions n'étaient pas en lien avec l'évaluation de leur santé physique (e.g., prédire s'ils donneraient un pourboire à un serveur dans le cas où ils ne seraient pas satisfaits du service). Dans la condition de prédiction, l'une des quatre questions portait sur l'évaluation de leur santé (i.e., même requête de prédiction que dans Sprott et al., 2003). Les résultats montrent un effet de la prédiction sur le nombre de participants acceptant de s'engager à participer à l'évaluation de leur santé. Les participants ayant prédit leur participation à l'évaluation de leur santé sont significativement plus nombreux à s'engager à se rendre à cette évaluation (54%) que les participants du groupe contrôle (28%).

Dans une seconde étude, Sprott et al. (2004) proposent de distinguer une prédiction spécifique, c'est-à-dire ciblant un comportement précis (e.g., se rendre précisément à une évaluation de leur santé physique), d'une prédiction générale où le comportement ciblé n'est pas clairement spécifié (e.g., participer à une activité quelconque parmi celles proposées par

[10] « *Do you predict that: a.You will not participate in the health and fitness assessment ? b.You will participate in the health and fitness assessment ?* » (Sprott et al., 2003 p.428).

l'université). La procédure est identique à celle de l'étude précédente si ce n'est l'ajout de la condition de prédiction générale. Dans cette condition, on demandait aux participants de prédire s'ils participeraient à une activité sportive sans préciser clairement la nature de l'activité. Les résultats montrent que la spécificité de la prédiction est nécessaire à l'effet des auto-prophéties. Seuls les participants ayant effectué une prédiction spécifique sont significativement plus nombreux (52.5%) que les participants du groupe contrôle (25%) à accepter de s'engager pour une évaluation de leur santé physique. L'effet des auto-prophéties est plus important lorsque la prédiction est pertinente et étroitement liée au comportement ciblé.

Spangenberg et Sprott (2006) observent également un effet comportemental des auto-prophéties dans le domaine de la santé. Cette étude s'intéresse notamment à l'impact des différences individuelles sur l'effet des auto-prophéties. Les auteurs considèrent le concept du monitorage de soi (i.e., « *self-monitoring* », voir DeBono & Edmonds, 1989) définit par Snyder comme la capacité de certains individus à réguler leur comportement selon les bénéfices sociaux qu'ils peuvent en tirer (Snyder, 1974, 1987). Ce concept permet de distinguer les individus dont le comportement est influencé par des facteurs situationnels (i.e., fort monitorage de soi) des individus dont le comportement est influencé par des facteurs dispositionnels (i.e., faible monitorage de soi). Aussi, les personnes à faible monitorage de soi sont-elles plus sensibles aux informations relevant des valeurs sociales que les personnes à fort monitorage de soi (voir Lavine & Snyder, 1996). Le comportement ciblé concernait l'acceptation de participer à une évaluation de leur santé physique. Les participants devaient remplir un questionnaire sur le monitorage de soi puis étaient répartis aléatoirement dans l'une des deux conditions de l'étude. Dans la condition contrôle, on demandait aux participants de répondre à un ensemble de questions non pertinentes, sans lien avec le comportement ciblé. Dans la condition de prédiction, on demandait aux participants, parmi les questions posées, de prédire s'ils participeraient à l'évaluation de leur santé physique (i.e., requête de prédiction identique à celle de Sprott et al., 2003, 2004). Les résultats montrent que les participants de la condition de prédiction sont significativement plus nombreux à accepter de participer à l'évaluation de leur santé (47%) que les participants du groupe contrôle (25%). Par ailleurs, l'effet des auto-prophéties n'est observé que chez les participants dont le monitorage de soi est faible. L'interprétation proposée par ces auteurs renvoie à l'implication du soi dans l'effet des auto-prophéties. Selon ces auteurs, les participants à faible

monitorage de soi sont ceux dont le comportement est guidé en interne. Pour ces participants, le soi serait plus susceptible d'être menacé par une prédiction comportementale notamment lorsqu'ils n'agissent pas de manière conforme à leurs exigences personnelles.

Ces expériences montrent que les auto-prophéties favorisent l'adoption de comportements de santé. En prédisant leur comportement, les participants se rendent plus fréquemment à un club de sport (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003), mangent plus équilibré (Sprott et al., 2003) ou sont plus nombreux à participer à une évaluation de leur santé physique (e.g., Spangenberg & Sprott, 2006; Sprott et al., 2004). Si le paradigme des auto-prophéties a été le plus étudié dans le domaine de la santé, ces effets ont également été observés sur des comportements pro-environnementaux concernant notamment le recyclage des déchets (e.g., Spangenberg et al., 2003, 2012; Sprott et al., 1999).

3.4. Dans le domaine des comportements pro-environnementaux

Sprott et al. (1999) sont les premiers à tester l'effet des auto-prophéties sur un comportement pro-environnemental (i.e., le recyclage des canettes). Les participants, des étudiants habitant les dortoirs universitaires, étaient contactés en porte-à-porte et répartis aléatoirement dans l'une des deux conditions de l'expérience : 1/ condition contrôle, on demandait aux participants de répondre à trois questions non pertinentes (sans lien avec le comportement ciblé); 2/ condition de prédiction, on demandait aux participants de répondre à deux questions non pertinentes (les mêmes que celles de la condition contrôle) et une question de prédiction concernant le recyclage (i.e., « *Vous utilisez de nombreux produits qui proviennent de conteneurs/emballages/boîtes qui peuvent être recyclés. Pouvez-vous prédire que: a. Vous ne les recyclerez pas. b. Vous les recyclerez.* »[11]). On mesurait le nombre de canettes correctement recyclées sur les quinze semaines suivant le porte-à-porte. Les résultats montrent un effet des auto-prophéties sur le comportement de recyclage. En moyenne, les participants de la condition de prédiction recyclent significativement plus de canettes (M = 30) que les participants du groupe contrôle (M = 18).

Spangenberg et al. (2003) ont testé l'effet des auto-prophéties sur le comportement de recyclage dans le cadre d'une campagne de communication auprès d'étudiants de l'université

[11] « *You are using a lot of products that come in containers/packages/cans that can be recycled. Do you predict that: a. You will not recycle b. You will recycle.* » (Sprott et al., 1999, p.8).

de l'état de Washington. Pendant neuf semaines, le recyclage (i.e., nombre de canettes correctement recyclées) était mesuré selon trois phases successives. Durant la première phase, correspondant aux quatre premières semaines, on ne faisait aucune communication. Une campagne de communication contenant une requête de prédiction sous la forme d'un slogan (i.e., « *Demandez-vous... Recyclerez-vous ?* »[12]) était ensuite diffusée durant la deuxième phase de l'étude qui durait une semaine. Enfin, dans une troisième phase, les mesures se poursuivaient jusqu'à quatre semaines après la campagne de communication. En comparant les taux de canettes correctement recyclées entre les différentes phases de l'étude, les résultats indiquent que les participants ont significativement plus recyclés dans la deuxième (28%) et la troisième phase de l'étude (28%) que dans la première (16%), c'est-à-dire avant que la communication ne soit diffusée.

Ainsi, les auto-prophéties favorisent-elles l'adoption de comportements pro-environnementaux. Dans ce domaine, les auteurs ont testé l'effet des auto-prophéties sur le recyclage des déchets (Spangenberg et al., 2003; Sprott et al., 1999). Spangenberg et al. (2003) suggèrent d'avoir recours aux auto-prophéties pour renforcer l'efficacité de campagne de communication notamment dans le domaine de la protection environnementale.

Dans l'ensemble, ces travaux montrent que les auto-prophéties produisent des effets comportementaux dans des situations variées (Spangenberg & Greenwald, 1999). Les participants sont significativement plus nombreux à réaliser le comportement ciblé lorsqu'ils ont répondu au préalable à une requête de prédiction. Pour certains auteurs, l'effet des auto-prophéties est similaire à celui observé dans d'autres paradigmes reposant sur la formulation d'une question (voir notamment, Dholakia, 2010). Aussi, Sprott et al. (2006) proposent d'intégrer les auto-prophéties dans un paradigme générique : l'effet de la question comportementale (i.e., « *the question-behavior effect* »).

[12] « *Ask Youself... Will You Recycle ?* » (Spangenberg et al., 2003, p.51).

4. Auto-prophéties et paradigme de la simple mesure

> « *Cet appel à l'intégration est admirable et il ne fait aucun doute que les chercheurs de la simple mesure et des auto-prophéties étudient des questions connexes. Cependant, le rapprochement de ces deux champs de recherche n'est pas encore évident. Les termes "effet de la simple mesure" et "effet des auto-prophéties" doivent-ils être entièrement abandonnés ? Selon moi, la réponse dépend du degré de chevauchement entre ces effets concernant quand, comment et peut-être le plus important, pourquoi ils se produisent.* »[13]
>
> Dholakia (2010, p.149)

Sprott et al. (2006) sont les premiers à suggérer de regrouper les procédures d'influences reposant sur la formulation d'une question concernant la réalisation d'un comportement, sous le terme générique de l'effet de la question comportementale (i.e., « *the question-behavior effect* »). Ce terme regroupe deux champs de recherche relativement proches : les auto-prophéties et les travaux reposant sur le paradigme de la simple mesure (i.e., « *the mere-measurement effect* »).

La première école de recherche s'inscrit dans la poursuite des travaux de Sherman (1980) et porte sur le paradigme des auto-prophéties. Ce paradigme repose sur la formulation d'une requête de prédiction concernant la réalisation d'un comportement à venir. Les travaux dans ce champ de recherche montrent que la probabilité de réaliser un comportement augmente en situation de prédiction (Spangenberg & Greenwald, 1999). En d'autres termes, demander à un individu de prédire son comportement augmente la probabilité qu'il le réalise. Dans la plupart des études, la requête de prédiction est une question dont le format de réponse est de type dichotomique (oui/non). Cet effet est notamment observé sur des comportements socialement désirables (Sprott et al., 2003).

---

[13] « *This call for integration is admirable, and there is no question that both mere measurement and self-prophecy researchers are studying related issues. However, it is still not clear how far to take the integration of these research streams. Should the terms "mere-measurement effect" and "self-prophecy effect" be abandoned entirely ? In my view, the answer depends on the degree of overlap between these effects with respect to when, how, and perhaps most importantly, why they occur.* » (Dholakia, 2010, p.149).

La deuxième école de recherche émerge des travaux de Morwitz, Johnson, et Schmittlein (1993) et porte sur le paradigme de la simple mesure. Dans cette étude, on demandait à des consommateurs d'exprimer leur intention concernant l'achat d'un ordinateur et d'une voiture. En comparant les données recueillies auprès du panel de consommateurs ayant répondu à l'enquête et ceux n'ayant pas participé, les résultats montrent un effet de la mesure de l'intention sur le comportement d'achat. Les consommateurs ayant répondu aux questions d'intention sont significativement plus nombreux à acheter les produits ciblés que les consommateurs n'ayant pas participé à l'enquête (4.48% versus 3.80% pour les ordinateurs et 3.3% versus 2.4% pour les voitures respectivement).

Depuis cette première étude, d'autres auteurs se sont intéressés aux effets d'une simple question sur la réalisation d'un comportement. Par exemple, Morwitz et Fitzsimons (2004) montrent que la probabilité d'acheter une friandise augmente lorsque l'intention d'achat est mesurée. Dans cette étude, les participants, des étudiants, sont significativement plus nombreux à acheter une friandise si au préalable ils ont répondu à une question d'intention. Parmi les participants ayant précisé leur intention, 54% d'entre eux achètent le produit ciblé alors qu'ils sont 30% parmi les participants n'ayant pas répondu à la question d'intention à l'acheter.

Les travaux inscrits dans le paradigme de la simple mesure présentent des méthodologies variées. Certains travaux utilisent une mesure d'intention (e.g., Chandon, Morwitz, & Reinartz, 2004; Janiszewski & Chandon, 2007; Morwitz & Fitzsimons, 2004; Morwitz et al., 1993; Williams, Block, & Fitzsimons, 2006; Williams, Fitzsimons, & Block, 2004), d'autres une mesure de la satisfaction (e.g., Dholakia & Morwitz, 2002; Dholakia, Morwitz, & Westerbrook, 2004; Dholakia, Singh, & Westbrook, 2009), d'autres encore, la formulation d'une question hypothétique (Fitzsimons & Shiv, 2001).

Par exemple, dans l'étude de Dholakia & Morwitz (2002), des clients d'une firme de services financiers étaient contactés par téléphone pour répondre à une enquête de satisfaction envers les services proposés. Les données d'utilisation des clients contactés par téléphone étaient ensuite comparées aux données de clients n'ayant pas participé à l'enquête. Les résultats montrent que les clients contactés par téléphone ouvraient significativement plus de comptes rentables que les participants du groupe contrôle. Répondre à l'enquête de satisfaction a modifié le comportement des participants ainsi que leur utilisation des différents services financiers.

Dans une autre étude, Fitzsimons & Shiv (2001) demandaient à la moitié des participants de répondre à une question hypothétique (i.e., « *Si des preuves solides provenant d'études scientifiques prouvent que les cakes, les pâtisseries, etc. ne sont pas si mauvais pour votre santé et qu'ils peuvent à l'inverse être bénéfiques, qu'arriverait-il à votre consommation de ces produits ?* »[14]). L'autre moitié n'y répondait pas. Les résultats montrent que les participants sont significativement plus nombreux à choisir de manger un cake (48%) après avoir répondu à la question hypothétique que les participants du groupe contrôle (25.7%).

Ainsi, selon Sprott et al. (2006) les auto-prophéties et le paradigme de la simple mesure produisent des effets comportementaux relativement proches. Dholakia (2010) rappelle néanmoins qu'il existe plusieurs différences notables entre ces deux champs de recherche (cf. Tableau 1).

Premièrement, les travaux portant sur le paradigme de la simple mesure ciblent une grande variété de comportements inscrits notamment dans le domaine du marketing (e.g., achats de biens durables et non durables, sélection et consommation de produits, utilisation de services, etc.) alors que les travaux sur les auto-prophéties ciblent exclusivement des comportements socialement désirables (e.g., pratiquer le recyclage des déchets, fréquenter un club de santé physique, effectuer une donation, participer à une collecte de fonds pour une œuvre caritative, ne pas tricher aux examens, voter, etc.). Aussi, les effets observés dans les travaux sur les auto-prophéties vont uniquement dans le sens de ce qui est socialement désirable. Effectuer une prédiction altère le comportement des participants de sorte à agir en accord avec ce qui est moralement bon de faire (e.g., Spangenberg & Greenwald, 1999; Sprott et al., 2003). En revanche, le recours au paradigme de la simple mesure sur des comportements à risque (e.g., consommation d'alcool ou de drogue) est susceptible de favoriser l'adoption de comportements déviants (voir notamment, Williams, Block & Fitzsimons, 2006; Fitzsimons & Moore, 2008; Fitzsimons, Nunes & Williams, 2007).

Deuxièmement, la méthodologie employée dans les deux paradigmes est différente. Les auto-prophéties reposent exclusivement sur le recours à une requête de prédiction, par exemple, « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012). Dans la plupart des études, cette requête est présentée sous la forme d'une question contenant le terme

[14] « *If strong evidence emerges from scientific studies that cakes, pastries, etc. are not nearly as bad for your health as they have been portrayed to be, and may have some major health benefits, what would happen to your consumption of these items?* » (Fitzsimons & Shiv, 2001, p.231).

« prédire » et dont le format de réponse est de type dichotomique (oui/non). Spangenberg et al. (2003) sont les seuls à utiliser une requête de prédiction sous la forme d'un slogan (i.e., « *Demandez-vous... Recyclerez-vous ?* »). En comparaison, le paradigme de la simple mesure repose sur différentes formulations dans le but de produire un changement comportemental. Dans ce domaine, certains auteurs utilisent une mesure de l'intention (e.g., Chandon et al., 2004; Janiszewski & Chandon, 2007; Morwitz & Fitzsimons, 2004; Morwitz et al., 1993; Williams et al., 2006; Williams, Fitzsimons, & Block, 2004), une mesure de la satisfaction (e.g., Dholakia & Morwitz, 2002; Dholakia, Morwitz, & Westerbrook, 2004; Dholakia, Singh, & Westbrook, 2009) ou encore, la formulation d'une question hypothétique (Fitzsimons & Shiv, 2001). Dans le cas d'une mesure de l'intention et de la satisfaction, les participants doivent répondre le plus souvent sur des échelles de type Likert.

Enfin, les auteurs des deux champs de recherche n'envisagent pas les mêmes interprétations théoriques des effets observés. Les travaux sur les auto-prophéties proposent notamment comme interprétations, l'évocation de script (e.g., Sherman, 1980), la dissonance cognitive (e.g., Spangenberg & Greenwald, 1999; Spangenberg et al., 2003; Spangenberg et al., 2012) et l'activation de l'identité sociale normative (Perkins et al., 2008). Concernant le paradigme de la simple mesure, les effets observés s'expliquent selon les auteurs, par l'accessibilité de l'attitude (e.g., Fitzsimons & Williams, 2000; Morwitz & Fitzsimons, 2004; Chandon et al., 2004), la simulation du comportement et la maîtrise des réponses (e.g., Janiszewski & Chandon, 2007; Levav & Fitzsimons, 2006), le monitorage de soi (Gollwitzer & Oettingen, 2008), ou les processus idéomoteurs (Spangenberg, Greenwald, & Sprott, 2008). Selon cette dernière interprétation, répondre à une question activerait une image de soi en train de réaliser l'action ce qui guiderait l'individu vers la performance future du comportement. L'individu serait notamment en mesure de réaliser le comportement si une image claire de l'exécution de l'action est accessible. Par exemple, consommer de l'alcool, prendre des médicaments ou regarder la télévision seraient des comportements susceptibles de produire des séquences idéomotrices précises et accessibles en mémoire.

En somme, les auto-prophéties et le paradigme de la simple mesure produisent des effets relativement proches sur le comportement. Demander à un individu de prédire son comportement via une requête de prédiction (i.e., auto-prophétie) ou lui demander de répondre à une question d'intention (i.e., simple mesure), augmente la probabilité que le comportement ciblé soit réalisé. Néanmoins, les deux paradigmes semblent renvoyer à des

processus différents. Par exemple, Sprott et al. (2003) montrent que les croyances normatives modèrent l'effet des auto-prophéties. Les participants les plus nombreux à réaliser le comportement ciblé sont ceux qui lui associent de fortes croyances normatives. Aussi, dans le cadre du paradigme de la simple mesure, la normativité du comportement ciblé n'est pas prépondérante dans les interprétations proposées par les auteurs (Dholakia, 2010). En prenant en compte ces éléments nous pensons, à l'instar de Dholakia (2010), qu'il est encore trop tôt pour proposer un regroupement paradigmatique (i.e., *the question-behavior effect*), notamment lorsqu'il s'agit d'identifier les processus à la base des effets observés.

Si l'effet des auto-prophéties est observé dans des situations variées, son interprétation théorique a fait l'objet de nombreux débats (Dholakia, 2010; Spangenberg & Greenwald, 1999). Selon les auteurs, l'effet des auto-prophéties dépendrait notamment, de l'évocation de scripts (Sherman, 1980), de l'activation de l'identité sociale (Perkins et al., 2008) ou de la réduction de la dissonance cognitive (Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003, 2012). Cette dernière interprétation suggère qu'une prédiction comportementale activerait deux éléments de pensées contradictoires : 1/ les croyances normatives associées au comportement ciblé et 2/ les transgressions comportementales passées. La saillance de cette inconsistance cognitive générerait de la dissonance appelant sa réduction par l'adoption du comportement (Spangenberg et al., 2003).

Le tableau 1 ci-dessous propose un comparatif entre le paradigme des auto-prophéties et le paradigme de la simple mesure.

Tableau 1. Comparatif entre les recherches sur le paradigme des auto-prophéties et le paradigme de la simple mesure

	Etudes sur le paradigme des auto-prophéties	Etudes sur le paradigme de la simple mesure
Interprétations théoriques	Dissonance cognitive, activation de l'identité sociale normative, évocation de script.	Accessibilité de l'attitude, simulation du comportement et maîtrise de la réponse, processus idéomoteur.
Question posée	Question de prédiction avec modalités de réponse dichotomiques (oui/non).	Mesure de l'intention (échelle Likert), mesure de la satisfaction (échelle Likert), question hypothétique.
Comportements ciblés	Recycler, voter, faire un don pour une œuvre caritative, participer à une collecte de fond, fréquenter un club de santé physique, manger équilibré, etc.	Consommation de produits (e.g., barre chocolatée, crème glacée), Comportement d'achat (e.g., ordinateur, voiture), utilisation de services financiers, etc.
Variables dépendantes	Comportement effectif, comportement déclaré.	Comportement effectif, comportement déclaré, achat de nouveaux produits, achat de services, etc.
Variables modératrices	Croyances normatives, monitorage de soi (i.e., *self-monitoring*), spécificité de la prédiction.	Expérience avec le produit, facilité de représentation, caractéristiques de l'entreprise.
Etudes notables	Sherman (1980), Greenwald et al. (1987, 1988), Spangenberg & Obermiller (1996), Spangenberg (1997), Spangenberg & Greenwald (1999), Sprott, Spangenberg, & Perkins(1999), Obermiller & Spangenberg (2000), Spangenberg et al. (2003), Sprott, Spangenberg, & Fisher (2003), Sprott, Smith, Spangenberg, & Freson (2004), Spangenberg & Sprott (2006), Perkins et al. (2008), Chandon et al. (2011), Spangenberg et al. (2012)	Morwitz, Johnson, & Schmittlein (1993), Ofis & Simonson (2001), Dholakia & Morwitz (2002), Chandon, Morwitz, & Reinartz (2004, 2005), Dholakia, Morwitz, & Westbrook (2004), Williams, Bock, & Fitzsimons (2006), Borle et al. (2007), Fitzsimons, Nunes, & Williams (2007), Fitzsimons, Block, & Williams (2007), Ofir, Simonson, & Yoon (2009), Dholakia, Singh, & Westbrook (2009), Sandberg & Conner (2009)

Note. Pour une comparaison exhaustive entre les deux champs de recherche voir Dholakia (2010).

5. Auto-prophéties et interprétations théoriques

Les auto-prophéties ont été testées dans des situations variées (Spangenberg & Greenwald, 1999). Néanmoins, l'interprétation des effets observés fait encore l'objet de nombreux débats. Plusieurs interprétations théoriques de l'effet des auto-prophéties ont été proposées par les auteurs dont l'évocation de scripts (Sherman, 1980), l'activation de l'identité sociale (Perkins et al., 2008) et la réduction de la dissonance cognitive (Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003, 2012).

5.1. Evocation de scripts

Selon Sherman (1980), l'effet des auto-prophéties s'appuie sur l'évocation de scripts comportementaux. Lorsque l'on est amené à prédire son propre comportement, cela activerait en mémoire une représentation cognitive de soi-même en train de réaliser l'action. La prédiction évoquerait un script susceptible de guider l'individu dans son comportement futur. Aussi, lorsqu'un individu ne possède pas de script préexistant, il serait amené à choisir la prédiction la plus socialement désirable même s'il n'a pas l'habitude de réaliser le comportement ciblé. Sherman (1980) traduit cette tendance à surestimer les chances de réaliser le comportement ciblé par une « erreur de prédiction ». Dans ce cas, effectuer une prédiction permettrait la création d'un nouveau script socialement désirable conduisant à l'adoption du comportement. Ainsi, cette « nature auto-effaçante de l'erreur de prédiction » (i.e., « *the self-erasing nature of errors of prediction* ») serait-elle orientée par la désirabilité sociale du comportement.

Si plusieurs travaux montrent que la désirabilité sociale du comportement ciblé par la prédiction est une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties (Fisher, Sprott, & Spangenberg, 1999; Sprott et al., 2003), aucune étude ne permet actuellement de soutenir l'évocation de scripts comme interprétation concluante de cet effet (Spangenberg & Greenwald, 1999).

5.2. Activation de l'identité sociale

Perkins et ses collaborateurs (2008) présentent l'activation de l'identité sociale comme une explication plausible de l'effet des auto-prophéties. L'identité sociale intègre un ensemble de connaissances associées à un groupe auquel un individu appartient ou auquel il peut s'identifier (Brewer, 1991). Les auteurs suggèrent que la prédiction d'un comportement normatif comme le recyclage activerait une identité sociale du recyclage qui orienterait le comportement. Cette interprétation de l'effet des auto-prophéties est opposée à celle s'appuyant sur la théorie de la dissonance cognitive en ayant recours au concept d'estime de soi. Si l'effet des auto-prophéties relève d'un éveil de la dissonance, l'estime de soi devrait être réduit par la réalisation d'une prédiction. En revanche, si une prédiction comportementale active une identité sociale, prédire un comportement normatif devrait rehausser l'estime de soi.

Perkins et al. (2008) ont réalisé deux expériences pour tester l'activation de l'identité sociale comme interprétation de l'effet des auto-prophéties. Dans la première, on demandait aux participants, des étudiants universitaires, de prédire un ensemble de comportements parmi lesquels figurait, pour les participants de la condition de prédiction, le recyclage des déchets (i.e., « *Vous achetez et utilisez fréquemment des produits dont les emballages peuvent être recyclés. Pouvez-vous prédire que: a. Vous recyclerez ces matériaux. b. Vous ne recyclerez pas ces matériaux* »[15]). Les participants de la condition contrôle n'avaient pas à prédire leur comportement de recyclage. L'identité personnelle, l'estime de soi et l'attitude envers le recyclage étaient mesurées au moyen d'un test d'association implicite (cf. Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998; Farnham, Greenwald, & Banaji, 1999). Les résultats montrent que les participants ayant effectué une prédiction sur le recyclage présentent un score d'identité personnelle et d'estime de soi significativement plus élevé que celui des participants du groupe contrôle.

Dans une second étude, reprenant le même protocole expérimental, Perkins et al. (2008) manipulaient l'estime de soi des participants en faisant varier la difficulté d'une tâche (facile versus difficile) en leur demandant de compléter logiquement une suite de mots (cf. McFarlin & Blascovich, 1984). On utilisait ensuite les mêmes mesures implicites que celles de l'expérience précédente. Les résultats montrent que l'identité personnelle est activée et

[15] « *You frequently purchase and use products that come in recyclable packages. Do you predict that: a. You will recycle these materials? b. You will not recycle these materials?* » (Perkins et al., 2008, p.464).

l'estime de soi augmentée lorsque les participants sont amenés à prédire un comportement normatif et ce, quelle que soit l'estime de soi initiale.

Il est actuellement difficile de déterminer dans quelle mesure l'activation de l'identité sociale serait suffisante pour expliquer l'effet des auto-prophéties (Dholakia, 2010). Par exemple, cette interprétation n'est pas conciliable avec les travaux de Spangenberg et al. (2003) montrant que la réalisation d'une prédiction génère un inconfort psychologique, caractéristique de l'état de dissonance cognitive. L'activation de l'identité sociale ne peut expliquer à elle seule le fait qu'un individu mis en situation de prédiction éprouve un inconfort psychologique. Selon la théorie de la dissonance cognitive, l'inconfort psychologique est éprouvé dans le cas d'une inconsistance cognitive (Festinger, 1957).

5.3. La théorie de la dissonance cognitive

Plusieurs auteurs suggèrent que les auto-prophéties qui consistent à demander à un individu de répondre à une question de prédiction, par exemple, « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012) est source d'éveil de la dissonance (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg & Greenwald, 1999; Spangenberg et al., 2003, 2012). Selon cette interprétation, effectuer une prédiction rendrait saillante l'inconsistance entre deux éléments cognitifs : 1/ les croyances normatives associées au comportement (e.g., « Je devrais recycler ») et 2/ les transgressions comportementales (e.g., « Je ne recycle pas »). En prédisant son comportement, un individu prendrait conscience d'une part de ce qu'il fait ou ne fait pas, c'est-à-dire de son comportement passé et d'autre part, de ce qu'il pense devoir faire, c'est-à-dire de ce qui est socialement désirable et moralement bon de faire (Spangenberg et al., 2003; Spangenberg et al., 2012). L'inconsistance entre ces deux éléments cognitifs (i.e., comportement passé et croyances normatives) serait source d'inconfort psychologique appelant sa réduction par la réalisation du comportement (Spangenberg et al., 2003).

Dans deux expériences, Sprott et al. (2003) montrent que les croyances normatives modèrent l'effet des auto-prophéties. Dans la première, les croyances normatives concernant la consommation de produits équilibrés étaient mesurées. On demandait par la suite aux participants de prédire, dans la condition de prédiction, le choix d'une collation faible en

matière grasse. Les participants de cette condition étaient comparés à ceux du groupe contrôle qui n'étaient pas soumis à la requête de prédiction. Lorsque le choix de la collation est observé, les résultats indiquent que les participants ayant prédit leur comportement sont significativement plus nombreux à choisir la collation équilibrée (89%) que ceux du groupe contrôle (60%). Aussi, parmi les participants de la condition de prédiction, seuls ceux possédant de fortes croyances normatives choisissent en plus grand nombre le produit faible en matière grasse.

Les auteurs reproduisent ces résultats dans une seconde expérience portant sur l'acceptation de participer à une évaluation de santé. Les participants étaient répartis aléatoirement dans l'une des deux conditions de l'expérience (i.e. prédiction versus contrôle) après avoir mesuré leur degré de croyances normatives envers le comportement ciblé. Les participants ayant effectué une prédiction sont significativement plus nombreux à s'engager pour l'évaluation de leur santé (48.4%) que les participants du groupe contrôle (20.6%) si et seulement si ces derniers possèdent de fortes croyances normatives. Ainsi, la réalisation d'une prédiction rend-elle saillantes les croyances normatives associées au comportement (Fisher et al., 1999; Sprott et al., 2003). En accord avec la théorie de la dissonance cognitive, un individu prédisant son comportement et n'agissant pas en accord avec ses croyances, valeurs ou convictions serait en état de dissonance (Spangenberg & Greenwald, 1999)

Les travaux de Chandon, Smith, Morwitz, Spangenberg et Sprott (2011) montrent également l'importance de la normativité du comportement ciblé par les auto-prophéties. Ces auteurs observent dans une série d'expériences que l'effet des auto-prophéties conduit à la répétition du comportement passé lorsque la norme personnelle (i.e., standards de conduites personnels, Schwartz, 1973) est faible ou n'est pas accessible pour l'individu. Par exemple, il est peu probable qu'un individu ne pratiquant pas le recyclage change de comportement suite à la réalisation d'une prédiction si la norme ne lui impose pas ce comportement. En revanche, lorsque la norme personnelle est forte ou lorsqu'elle est rendue saillante, la réalisation d'une prédiction diminue la répétition du comportement passé et augmente la probabilité qu'un individu agisse en accord avec son propre standard de conduites. Dans ce cas, pour reprendre notre exemple, un individu ne pratiquant pas le recyclage aura tendance à adopter ce comportement après avoir prédit sa réalisation, si son standard de conduites rendu accessible le lui impose.

Dans une première expérience se déroulant sur trois semaines, Chandon et al. (2011) mesuraient la norme personnelle concernant trois comportements (i.e., faire de l'exercice, regarder les informations à la télévision et lire un livre). La semaine suivante, les participants devaient indiquer combien de fois ils avaient réalisé ces comportements durant les trois derniers jours puis prédire s'ils les réaliseraient durant les six jours suivants (i.e., « *Dans l'ensemble, pouvez-vous prédire que dans les six prochains jours: a. Vous [ferez de l'exercice, regarderez les informations, ou lirez un livre] b. Vous ne [ferez pas de l'exercice, regarderez pas les informations, ou lirez pas un livre]?* »[16]). On mesurait de nouveau les comportements déclarés durant la troisième et dernière semaine de l'expérience. Les résultats indiquent que la corrélation entre les comportements déclarés avant et après la prédiction est plus importante pour le comportement dont la norme personnelle est la plus forte (i.e., faire de l'exercice) que pour les deux autres comportements. Par ailleurs, cette corrélation augmente significativement pour les participants dont la norme personnelle est faible et diminue significativement pour les participants dont la norme personnelle est forte. Autrement dit, un individu à tendance à changer de comportement lorsqu'il prend conscience qu'il n'agit pas en accord avec son propre standard de conduites, c'est-à-dire lorsque la norme personnelle associée à ce comportement est forte.

Dans une second expérience, Chandon et al. (2011) ont manipulé la saillance de la norme personnelle versus du comportement passé juste avant de formuler la requête de prédiction. On demandait aux participants de résoudre des jeux de mots incluant pour la condition d'amorçage de la norme personnelle des phrases telles que « *faire du bon travail* » ou « *atteignez vos objectifs* » et pour la condition d'amorçage du comportement passé, des phrases telles que « *je l'ai fait précédemment* » ou « *en utilisant la version antérieure* » (pour la procédure détaillée voir, Stone, 2003, cité dans Chandon et al., 2011). Les participants devaient ensuite prédire la réalisation de deux comportements (i.e., faire de l'exercice et regarder les informations à la télévision). Les comportements déclarés étaient mesurés avant et après la requête de prédiction. Les résultats indiquent que les auto-prophéties augmentent significativement la corrélation entre comportement passé et futur en situation d'amorçage du comportement passé et diminue significativement cette corrélation lorsque l'amorce concerne la norme personnelle. Ainsi, les auto-prophéties conduisent-elles au changement de comportement lorsque la norme personnelle est activée. Par ailleurs, lorsque le comportement passé est activé les individus ont tendance à reproduire leur comportement passé.

[16] « *Overall, do you predict that in the next six days: a. You will [exercise, or watch the news, or read books] or b. You will not [exercise, or watch the news, or read books]?* » (Chandon et al., 2011, p.423).

Enfin, les deux dernières expériences de Chandon et al. (2011) visaient à tester l'effet des auto-prophéties sur un comportement dont la norme personnelle est faible (i.e., acheter des provisions sur internet) versus sur un comportement dont la norme personnelle est forte (i.e., faire de l'exercice). La première montre que la corrélation entre comportement passé et futur est plus forte en condition de prédiction qu'en condition contrôle, lorsque le comportement ciblé n'appartient pas aux standards de conduites (i.e., acheter des provisions sur internet). La seconde montre que cette corrélation est plus faible en condition de prédiction qu'en condition contrôle lorsque le comportement ciblé appartient aux standards de conduites (i.e., faire de l'exercice). Autrement dit, l'effet des auto-prophéties est uniquement observé sur les comportements motivés par les standards de conduites personnels.

Le fait que les auto-prophéties produisent des effets uniquement sur des comportements normatifs (Sprott et al., 2003) ou inscrits dans des standards de conduites personnels (Chandon et al. 2011) a amené les auteurs à proposer la théorie de la dissonance cognitive comme interprétation possible de ces effets. En effet, les auto-prophéties conduiraient les individus à prendre conscience qu'ils n'agissent pas toujours comme ils le devraient. Cette inconsistance cognitive entre comportement passé et croyances normatives appellerait à sa résolution par l'adoption d'un nouveau comportement (Spangenberg & Greenwald, 1999). Le principal apport à l'introduction des auto-prophéties dans le champ de la dissonance cognitive vient sans conteste des travaux de Spangenberg et al. (2003). Ces auteurs sont les premiers à utiliser une mesure de l'inconfort psychologique, caractéristique de l'état de dissonance cognitive en situation de prédiction. Ils montrent notamment qu'une situation de prédiction est source d'inconfort psychologique. Selon Festinger (1957), la dissonance correspond à un état de tension interne. L'inconfort psychologique est couramment utilisé pour rendre compte de cet état (e.g., Elliot & Devine, 1994; Norton et al., 2003).

Dans une première série d'expériences, Spangenberg et al. (2003) ont recours à la théorie de l'auto-consistance (Aronson, 1968, 1992). Nous l'avons vu, selon cette théorie un individu a tendance à être consistant avec ses exigences personnelles liées au concept de soi, c'est-à-dire avec ce qu'il considère être moralement bon. La dissonance cognitive est alors éprouvée lorsque les attentes personnelles ne sont pas satisfaites ou lorsqu'un comportement réalisé est inconsistant avec le concept de soi. La comparaison à autrui peut permettre de retrouver une bonne image de soi lorsque l'estime de soi est menacée (Hakmiller, 1966).

Spangenberg et al. (2003) ont alors formulé l'hypothèse suivante : si un individu ressent de la dissonance après avoir réalisé une prédiction, son inconfort psychologique devrait être réduit si on lui donne l'occasion de restaurer l'image d'un soi positif en prédisant le comportement d'autrui. L'individu se dirait, par exemple : « *Les autres ne recyclent pas toujours, donc je ne suis pas si mauvais que ça* »[17]. Les auteurs testent cette hypothèse dans deux expériences. La première cible la fréquentation d'un club de remise en forme. Les participants, des étudiants universitaires, prenaient connaissance d'une affiche contenant soit une requête de prédiction (i.e., « *Demandez-vous: irez-vous faire de l'exercice dans le centre de loisirs étudiant ?* »[18]) soit un message n'incluant pas de requête (e.g., « *Faire de l'exercice au centre de loisirs étudiant* »[19]). Par la suite, on demandait aux participants de prédire le comportement d'autrui avant ou après de mesurer l'inconfort psychologique (i.e., échelle d'Elliot & Devine, 1994). Pour les participants de la condition de prédiction, ceux ayant prédit le comportement d'autrui en premier ressentent moins d'inconfort psychologique que ceux ayant prédit le comportement d'autrui en dernier.

Les auteurs répliquent ces résultats dans une seconde expérience ciblant le recyclage des déchets. La moitié des participants prenaient connaissance d'un slogan de prédiction (i.e., « *Demandez-vous... Recyclerez-vous ?* »[20]) et l'autre pas. On leur demandait ensuite de prédire le comportement d'autrui avant ou après la mesure de l'inconfort psychologique. Comme pour l'expérience précédente, parmi les participants de la condition de prédiction, ceux ayant prédit le comportement d'autrui en premier ressentent moins d'inconfort psychologique que ceux ayant prédit le comportement d'autrui en dernier. Ainsi les auto-prophéties sont-elles source d'inconfort psychologique. Cet inconfort psychologique peut être réduit par la prédiction du comportement d'autrui.

Selon ces auteurs, prédire son comportement est source de dissonance cognitive. L'individu prendrait conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait. Cette inconsistance entre le comportement transgressif et les croyances normatives associées à ce comportement mettrait l'individu dans un état de tension interne, définit par Festinger (1957) par un état d'inconfort psychologique. La réduction de la dissonance s'opère par la restauration de l'image d'un soi positif et consistant. Les participants justifient leurs transgressions en considérant qu'ils agissent comme la plupart des individus.

---

[17] « *Others don't always recycle, so I'm not that bad if I haven't either* » (Spangenberg et al., 2003, p.54).
[18] « *Ask Yourself: Will you work out at the Student Recreation Center ?* » (Spangenberg et al., 2003, p.54).
[19] « *Work out at the Student Recreation Center* » (Spangenberg et al., 2003, p.54).
[20] « *Ask Yourself... Will you recycle ?* » (Spangenberg et al., 2003, p.55).

Dans une autre série d'expériences, Spangenberg et al. (2003) prennent pour référence la théorie de l'auto-affirmation (Steele, 1988). Selon cette théorie, un individu est susceptible de ressentir de la dissonance lorsque l'intégrité de son système du soi est menacée. Dans ce domaine les auteurs montrent qu'une procédure de restauration de l'estime de soi permet de réduire la dissonance (Galinsky, Stone, & Cooper, 2000; Matz & Wood, 2005). Restaurer l'estime de soi d'un individu ayant effectué une prédiction, par exemple, en rendant saillante une valeur positive et importante pour lui devrait réduire l'inconfort psychologique. Les auteurs testent cette hypothèse en utilisant la procédure d'affirmation du soi de Sherman et al. (2000).

Dans une première expérience, les participants, des étudiants de l'université de Seattle, prenaient connaissance d'une affiche contenant un slogan de prédiction (i.e., « *Demandez-vous... Recyclerez-vous ?* »). La moitié des participants devaient ensuite effectuer une tâche d'affirmation du soi (i.e., classer par ordre d'importance un ensemble de valeurs puis justifier ses choix en précisant pourquoi la valeur la plus importante est classée en premier) et l'autre pas. Enfin, on demandait aux participants de choisir entre deux articles, l'un portant sur le recyclage et l'autre sur l'entrainement physique. Parmi les participants ayant choisi de lire l'article sur le recyclage, ceux de la condition avec affirmation éprouvent significativement moins d'inconfort psychologique que ceux n'ayant pas eu l'opportunité d'affirmer le soi. Autrement dit, l'affirmation du soi agit comme un mode de réduction de la dissonance.

Dans une seconde expérience, Spangenberg et al. (2003) montrent que l'effet des auto-prophéties n'est pas observé sur le comportement si on demande aux participants de réaliser une tâche d'affirmation du soi. Les participants étaient contactés par mail. Dans la condition de prédiction ces derniers prenaient connaissance d'un slogan de prédiction (i.e., « *Demandez-vous... Soutiendrez-vous la Société Américaine du Cancer ?* »[21]) puis on leur demandait, pour la moitié d'entre eux, de réaliser une tâche d'affirmation du soi (identique à celle des expériences précédentes). Dans la condition contrôle, les participants prenaient connaissance d'un slogan non prédictif (i.e., « *Soutenez la Société Américaine du Cancer* »[22]). Lorsque l'on demande aux participants d'indiquer s'ils accepteraient d'aider la Société Américaine du Cancer, les résultats montrent que les participants de la condition de prédiction sans affirmation sont significativement plus nombreux à accepter de donner de leur temps (52%) que les participants ayant eu l'opportunité d'affirmer une valeur positive et

[21] « *Ask yourself: Will you support the American Cancer Society ?* » (Spangenberg et al., 2003, p.57).
[22] « *Support the American Cancer Society* » (Spangenberg et al., 2003, p.57).

importante du soi (18%). Selon ces auteurs, le soi de l'individu modère l'effet des auto-prophéties. En accord avec la théorie de l'auto-affirmation (cf. Steele, 1988), la dissonance est éveillée lorsque l'intégrité du soi est menacée. Donner l'occasion à un individu d'affirmer le soi réduirait le besoin de restauration cognitive. Autrement dit, dans cette situation où le soi est affirmé, le changement de comportement n'est plus nécessaire à la réduction de la dissonance.

Plus récemment, Spangenberg et al. (2012) apportent de nouveaux éléments allant dans le sens d'une interprétation de l'effet des auto-prophéties par la théorie de la dissonance cognitive. Dans une première expérience, ces auteurs montrent qu'une prédiction comportementale tend à biaiser le rappel du comportement passé de sorte à paraître plus consistant avec ce qui est socialement désirable. Les participants étaient répartis aléatoirement dans l'une des deux conditions expérimentales. On demandait aux participants : 1/ dans la condition de prédiction, de prédire la réalisation d'un comportement neutre (i.e., choisir entre deux postes de travail) et de deux comportements normatifs (i.e., faire un don pour une œuvre caritative et pratiquer le recyclage); 2/ dans la condition contrôle, de prédire uniquement le comportement neutre. On mesurait ensuite la fréquence du comportement passé pour les deux comportements normatifs sur une échelle allant de 0% (*absolument jamais*) à 100% (*absolument tout le temps*). Les participants ayant effectué une prédiction déclarent une fréquence de réalisation des comportements ciblés significativement plus élevée (67%) que celle des participants du groupe contrôle (40%). Selon les auteurs, ce biais dans le rappel du comportement passé s'apparente à un processus de réduction de la dissonance. Le rappel du comportement passé est biaisé de sorte à le rendre plus consistant avec ce qui est socialement désiré.

Dans une seconde expérience, Spangenberg et al. (2012) montrent que la réalisation d'une prédiction peut également biaiser l'évaluation du comportement d'autrui de sorte à davantage considérer les autres comme n'agissant pas en accord avec ce qui est socialement désirable. On demandait aux participants de la condition contrôle de prédire la réalisation d'un comportement neutre (i.e., choisir entre deux postes de travail). Dans la condition de prédiction, la moitié des participants devaient prédire leur comportement de recyclage et pour l'autre moitié le fait de tricher pendant un examen. Tous les participants devaient ensuite prédire le comportement des autres étudiants concernant le recyclage et le fait de tricher aux examens en répondant à une question dichotomique (i.e., « *oui ils recycleront [tricheront] ou*

non ils ne recycleront pas [ne tricheront pas] »[23]). Lorsqu'on leur demande d'évaluer le comportement des autres étudiants les participants de la condition de prédiction ont tendance à sous-estimer les chances que ces derniers pratiquent le recyclage et à surévaluer les chances qu'ils trichent aux examens. Dans les deux cas, prédire son propre comportement amène à percevoir les autres comme plus déviants qu'ils ne le sont en réalité. Pour les auteurs, biaiser le comportement d'autrui ou son propre comportement passé (cf. expérience précédente, p.86) serait une opportunité pour le participant de restaurer l'image d'un soi positif et consistant.

Ainsi, les auto-prophéties sont-elles proches d'intégrer le champ de la dissonance cognitive. Les travaux de Spangenberg et de ses collaborateurs (2003, 2012) montrent des résultats difficilement interprétables par l'évocation de script (Sherman, 1980) ou l'activation de l'identité sociale (Perkins et al., 2008). Par exemple, les auteurs montrent que les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique, caractéristique de l'état de dissonance. Ils montrent également que la réalisation du comportement n'est pas observé si un individu a l'opportunité de restaurer l'image d'un soi positif et consistant en réalisant, par exemple, une tâche d'affirmation du soi (Spangenberg et al., 2003) ou en biaisant le rappel du comportement passé (Spangenberg et al., 2012). En outre, la normativité du comportement ciblé par la prédiction est une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties (Sprott et al., 2003). Pour l'individu, cette normativité est une référence lui permettant de juger ses actions et de vérifier s'il agit toujours en accord avec ses propres standards de conduites (Chandon et al., 2011). Aussi, la réalisation d'une prédiction produirait les effets classiques de la dissonance (i.e., changement d'attitude et de comportement) lorsqu'un individu n'agit pas en accord avec ce qui est socialement désirable, c'est-à-dire dans le cas d'une inconsistance entre un comportement passé et les croyances normatives associées à ce comportement.

Cette interprétation des auto-prophéties reposant sur la théorie de la dissonance cognitive a conduit certains auteurs à comparer les auto-prophéties au paradigme de l'hypocrisie induite (e.g., Spangenberg & Greenwald, 1999; Spangenberg et al., 2008; Sprott et al., 2006). Nous l'avons vu, le paradigme de l'hypocrisie induite (Aronson et al., 1991; Aronson, 1992, 1999) consiste à faire prendre conscience à un individu qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait, en suivant l'obtention d'un engagement par le rappel de ses

[23] « *yes they will recycle [cheat] or no they will not recycle [cheat]* » (Spangenberg et al., 2012, p.219)

transgressions (e.g., Martinie & Fointiat, 2010; Fointiat, 2004, 2008; Fointiat & Grosbras, 2007; Fointiat, Morisot, & Pakusewski, 2008; Fried, 1998; Priolo & Liégois, 2008). Il nous semble, par conséquent, important de distinguer ces deux paradigmes.

5.3.1 Auto-prophéties versus hypocrisie induite

Spangenberg & Greenwald (1999) sont les premiers à établir un rapprochement entre les auto-prophéties et l'hypocrisie induite. Ces deux paradigmes visent à produire les effets de la dissonance (e.g., changement d'attitude et de comportement) en rendant saillante une inconsistance cognitive. Cependant, ils présentent plusieurs différences notables.

Tout d'abord, l'une des principales différences entre les deux paradigmes concerne la procédure utilisée. Dans le cas de l'hypocrisie induite, la procédure se déroule classiquement en deux temps : 1/ amener un individu à s'engager pour un comportement noble, souvent normatif (e.g., signer une charte d'engagement) puis 2/ rendre saillantes les transgressions comportementales passées. Si la présence des deux étapes est nécessaire à l'effet de l'hypocrisie induite, leur ordre importe peu. Certains auteurs commencent par la phase de rappel des transgressions (e.g., Aronson et al., 1991; Dickerson et al., 1992) alors que d'autres commencent par la phase d'engagement (cf. Fointiat et al., 2013). En comparaison les auto-prophéties consistent à demander à un individu de prédire son propre comportement en répondant à une requête de prédiction, par exemple, « *Vous utilisez de nombreux produits qui proviennent de conteneurs/emballages/boîtes qui peuvent être recyclés. Pouvez-vous prédire que: a. Vous ne les recyclerez pas. b. Vous les recyclerez.* » (Sprott et al., 1999). L'individu n'a que deux possibilités de réponse (oui/non). Si dans la plupart des études la requête de prédiction est présentée telle qu'elle, c'est-à-dire avec une réponse dichotomique (e.g., Spangenberg 1997; Spangenberg & Sprott, 2006; Sprott et al., 1999, 2003), elle peut également favoriser l'adoption du comportement cible lorsqu'elle est présentée sous la forme d'un slogan, par exemple, « *Demandez-vous... Recyclerez-vous ?* » (Spangenberg et al., 2003, p.54). Dans ce cas l'individu ne peut répondre explicitement à la question.

Par ailleurs, les cognitions en jeu dans les deux paradigmes ne sont pas identiques. En situation d'hypocrisie induite on rend saillante l'inconsistance entre un engagement et les transgressions ultérieures à cet engagement. En situation d'auto-prophéties, on rend saillante l'inconsistance entre les croyances normatives associées à un comportement et les transgressions comportementales passées. Dans un cas les transgressions comportementales

s'opposent à un engagement (hypocrisie induite) et dans l'autre à des croyances normatives (auto-prophéties). Aussi, dans le paradigme des auto-prophéties, les transgressions passées ne sont pas rendues saillantes de manière explicite comme c'est le cas dans l'hypocrisie induite (e.g., « Par le passé, je me souviens - avec l'expérimentateur - ne pas avoir agi dans le sens de l'engagement que je viens de prendre »), mais de manière implicite (e.g., « Je sais ce que je devrais faire et je me souviens - seul - ne pas l'avoir fait par le passé »).

En somme, les paradigmes de l'hypocrisie induite et des auto-prophéties semblent proches mais diffèrent sur plusieurs points. Les auto-prophéties présentent des effets comparables à ceux obtenus par l'hypocrisie induite mais au moyen d'une étape unique et non de deux. L'inconsistance évoquée dans l'hypocrisie induite oppose un engagement aux transgressions comportementales passées, alors que celle évoquée dans les auto-prophéties oppose les croyances normatives associées à un comportement aux transgressions comportementales passées. Enfin, les transgressions ultérieures sont rendues saillantes de manière implicite dans les auto-prophéties et de manière explicite (phase de rappel des transgressions) dans l'hypocrisie induite.

Le tableau 2 ci-dessous propose un comparatif entre le paradigme des auto-prophéties et le paradigme de l'hypocrisie induite.

Tableau 2. Comparatif entre les paradigmes de l'hypocrisie induite et des auto-prophéties

	Hypocrisie induite	Auto-prophéties
Procédure	Procédure en deux étapes : 1/ demander à un individu de prendre un engagement pro-normatif (e.g., signer une charte en faveur du recyclage) 2/ demander à un individu de se rappeler les dernières fois où il n'a pas agit en accord avec l'engagement pris (rappel des transgressions).	Procédure en une étape : demander à un individu de prédire son comportement en répondant à une question de prédiction, par exemple : « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* ».
Inconsistance cognitive	Inconsistance entre un engagement pro-normatif et les transgressions comportementales passées.	Inconsistance entre les croyances normatives et les transgressions comportementales passées.
Effets principaux	Changement d'attitude et de comportement dans le sens de l'engagement pro-normatif.	Changement d'attitude et de comportement dans le sens de ce qui est socialement désirable (croyances normatives).

6. Conclusion sur les auto-prophéties

Les auto-prophéties consistent à demander à un individu de prédire son comportement en répondant à une question de prédiction, par exemple : « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012). Répondre à une telle requête de prédiction augmente la probabilité de réaliser le comportement cible (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003; Spangenberg & Sprott, 2006; Sprott et al., 2003, 2004). Testées pour la première fois par Sherman (1980), les auto-prophéties ont fait l'objet de plusieurs travaux montrant des effets comportementaux dans des situations variées (Spangenberg & Greenwald, 1999). Par exemple, dans le domaine de la protection environnementale les travaux montrent que des individus ont tendance à adopter des comportements pro-environnementaux après avoir prédit leur réalisation (e.g., Spangenberg et al., 2003; Sprott et al., 1999).

Plusieurs interprétations théoriques de l'effet des auto-prophéties ont été proposées par les auteurs (voir Dholakia, 2010; Spangenberg & Greenwald, 1999; Sprott et al., 2006) parmi lesquelles nous pouvons citer l'évocation de scripts (Sherman, 1980), l'activation de l'identité sociale (Perkins et al., 2008) et la réduction de la dissonance cognitive (Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003, 2012). Cette dernière interprétation considère qu'une prédiction

comportementale serait source de dissonance en rendant saillante une inconsistance entre deux éléments de pensée : 1/ les transgressions comportementales passés et 2/ les croyances normatives associées au comportement cible. En prédisant son comportement un individu prendrait conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait. La saillance de cette inconsistance cognitive générerait de la dissonance appelant sa réduction par l'adoption du comportement (Spangenberg et al., 2003).

Les résultats de plusieurs études militent en faveur d'une intégration des auto-prophéties dans le champ de la dissonance cognitive. Par exemple, Spangenberg et al. (2003) montrent qu'une prédiction comportementale est source d'inconfort psychologique, caractéristique de l'état de dissonance. Ils montrent également que cet inconfort peut être réduit lorsque l'on demande au participant de réaliser une tâche d'affirmation du soi. Par ailleurs, prédire son comportement conduit à biaiser le rappel du comportement passé de sorte à paraitre plus acceptable socialement (Spangenberg et al., 2012).

Résumé du chapitre II : Le paradigme des auto-prophéties

Principe du paradigme des auto-prophéties :

- Demander à un individu de prédire son comportement en répondant à une question de prédiction, par exemple, « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012), augmente la probabilité que ce comportement soit réalisé.

Des effets comportementaux dans des situations variées :

- sur des comportements civiques comme le vote (e.g., Greenwald et al., 1987, 1988),
- sur des comportements altruistes comme faire une donation (e.g., Sherman, 1980; Obermiller & Spangenberg, 2000) ou accorder du temps pour une œuvre caritative (e.g. Spangenberg et al., 2003),
- sur des comportements de santé comme fréquenter un club de sport (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003), manger équilibré (Sprott et al., 2003) ou participer à une évaluation de santé (e.g., Sprott et al., 2004),
- sur des comportements pro-environnementaux comme le recyclage des déchets (Sprott et al., 1999; Spangenberg et al., 2003).

Interprétations théories proposées :

- évocation de scripts (Sherman, 1980)
- activation de l'identité sociale normative (Perkins et al., 2008)
- dissonance cognitive (Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003, 2012)

PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE

Les auto-prophéties consistent à demander à un individu de prédire son comportement en répondant à une question de prédiction, par exemple : « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012). En matière de recyclage, les travaux montrent que des individus à qui on a demandé de prédire leur comportement ont tendance à davantage recycler les emballages des produits qu'ils consomment (Spangenberg et al., 2003; Sprott et al., 1999). Ainsi, les auto-prophéties permettent-elles de favoriser l'adoption de comportements pro-environnementaux comme le recyclage des déchets. Selon la méta-analyse de Spangenberg et Greenwald (1999), l'effet des auto-prophéties est de taille modérée (non petite) selon les critères de Cohen (1988).

Si les auto-prophéties produisent des effets comportementaux dans des situations variées, il se pose désormais la question de savoir à quoi sont dû ces effets (Spangenberg & Greenwald, 1999; Sprott et al., 2006). Par quel processus cognitif la réalisation d'une prédiction conduit-elle à adopter le comportement ciblé ? Quelles sont les variables modératrices de l'effet des auto-prophéties ? Le principal objectif de ce travail de recherche vise à apporter des éléments de réponses. Pour certains auteurs (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg & Greenwald, 1999; Spangenberg & Sprott, 2006; Spangenberg et al., 2003, 2012), l'effet des auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive (Festinger, 1957).

Nous l'avons vu, la théorie de la dissonance cognitive repose sur plusieurs principes fondamentaux. Tout d'abord, un individu est susceptible d'être en état de dissonance lorsque deux cognitions (e.g., attitude, croyance, comportement) entretiennent une relation d'inconsistance. Par exemple, prises conjointement, les cognitions « Je pense que je devrais recycler » (croyance) et « Je ne recycle pas » (comportement) relèvent d'une inconsistance cognitive. Par ailleurs, Festinger (1957) définit la dissonance comme un état de tension interne se traduisant par un état d'inconfort psychologique. Enfin, l'état de dissonance possède un caractère motivationnel et trouve sa résolution par l'utilisation d'un mode de réduction de la dissonance comme le changement d'attitude ou de comportement.

Selon Spangenberg et ses collaborateurs (Spangenberg, 1997; Spangenberg & Greenwald, 1999; Spangenberg & Sprott, 2006; Spangenberg et al., 2003, 2012), effectuer une prédiction rendrait saillante l'inconsistance entre deux cognitions : 1/ les croyances normatives associées au comportement (e.g., « Je pense que je devrais recycler ») et 2/ les transgressions comportementales passées (e.g., « Je ne recycle pas »). Ainsi, en prédisant son comportement, un individu prendrait-il conscience d'une part de ce qu'il fait ou ne fait pas, c'est-à-dire de son comportement passé et d'autre part, de ce qu'il pense devoir faire, c'est-à-dire de ce qui est socialement désirable et moralement bon de faire (Spangenberg et al., 2003; Spangenberg et al., 2012). Un individu amené à prédire son comportement serait susceptible de se dire, par exemple, « *Je sais ce qu'une bonne personne doit faire et j'ai largement (ou complètement) omis de le faire* »[24] (Spangenberg et al., 2003, p.59). L'inconsistance évoquée entre le comportement passé et les croyances normatives serait source d'inconfort psychologique appelant sa réduction par la réalisation du comportement ciblé (Spangenberg et al., 2003).

Les résultats de plusieurs études militent en faveur d'une production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties. Tout d'abord, il a été montré que la réalisation d'une prédiction rend saillantes les croyances normatives associées au comportement ciblé (Fisher et al., 1999; Sprott et al., 2003). L'effet des auto-prophéties est uniquement observé auprès des participants possédant de fortes croyances normatives (Sprott et al., 2003). Par ailleurs, Spangenberg et al. (2003) montrent qu'une prédiction comportementale est source d'inconfort psychologique, caractéristique de l'état de dissonance.

Cependant, ces travaux ne sont pas suffisants pour comprendre pleinement comment les auto-prophéties amènent les participants à adopter le comportement de la prédiction. De fait, il est encore difficile de savoir si les auto-prophéties relèvent ou pas de la dissonance cognitive.

Premièrement, ces travaux ne permettent pas d'identifier le type de croyances normatives rendues saillantes en situation de prédiction. Ils ne permettent pas non plus de prendre en compte le comportement passé comme variable modératrice. Si les auto-prophéties rendent saillante une inconsistance cognitive, les effets sur l'inconfort psychologique ne devraient être observés que pour les participants transgressifs et possédant

[24] « *I know what a good person should do and I have largely (or completely) failed to do se in the past* » (Spangenberg et al., 2003, p.59).

de fortes croyances normatives. Or, à notre connaissance, aucune étude ne permet d'identifier clairement la relation d'inconsistance entre le comportement passé et les croyances normatives dans le paradigme des auto-prophéties. Spangenberg et al. (2012) montrent qu'une prédiction comportementale conduit à biaiser le rappel du comportement passé de sorte à paraitre plus acceptable socialement. Il reste à montrer qu'une situation d'auto-prophétie est source d'inconfort psychologique uniquement pour les participants dont le comportement passé est transgressif, c'est-à-dire pour les participants n'agissant pas en accord avec leur système de croyances.

Deuxièmement, les auteurs suggérant une interprétation de l'effet des auto-prophéties par la théorie de la dissonance cognitive comme Spangenberg et ses collaborateurs (2003, 2012) ne considèrent pas le libre-choix pourtant indispensable à l'éveil de la dissonance (cf. Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011). La réalisation d'une prédiction devrait produire les effets de la dissonance uniquement en contexte de libre-choix. L'individu prédisant son comportement doit se sentir libre de répondre à la question de prédiction. Dans le cas contraire, il serait en mesure de justifier la prédiction par des facteurs externes ce qui entraverait l'éveil de la dissonance. En effet, un individu ne peut ressentir de la dissonance si la prédiction faite n'est pas imputable à sa propre personne.

Enfin, l'introduction des auto-prophéties dans le champ de la dissonance cognitive nécessite de montrer que les changements induits par la réalisation d'une prédiction correspondent à un processus de réduction de la dissonance. A notre connaissance, aucune expérience ne permet de montrer que le changement d'attitude ou de comportement produit par la réalisation d'une prédiction réduit l'inconfort psychologique. Spangenberg et al. (2003) montrent que les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique. Ces auteurs montrent également que l'inconfort psychologique n'est pas observé lorsque l'on donne l'opportunité au participant d'affirmer le soi. Bien que le soi contribue au processus de dissonance selon certaines conceptions (cf. théorie de l'auto-consistance et de l'auto-affirmation) nous pensons qu'il est nécessaire d'avoir recours aux formulations initiales de Festinger (1957) qui ne prennent pas en compte la place du soi dans le processus de dissonance. Ainsi, reste-t-il à montrer dans ce paradigme que l'inconfort psychologique généré par la réalisation d'une prédiction peut être réduit par un mode de réduction de la dissonance comme le changement d'attitude.

Cette thèse s'inscrit également dans une volonté de développer les connaissances en psychologie sociale, ainsi que les outils conduisant au changement d'attitude et de comportement dans le domaine de la protection environnementale. Cette initiative contribue à répondre à des enjeux sociétaux concernant la capacité des individus à adopter des comportements et des modes de vie durables. En effet, la création de nouveaux outils d'aide à la décision fait par exemple parti des préoccupations stratégiques 2014-2020 de l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME, 2014). Si l'écocitoyenneté est généralement associée à des attitudes favorables, les comportements pro-environnementaux ne suivent pas de manière systématique (e.g., Bickman, 1972; Schultz & Oskamp, 1994; Weigel & Weigel, 1978). Aussi, nous savons que le lien entre attitude et comportement est relativement faible (Ajzen & Fishbein, 1977). Par exemple, Bamberg et Möser (2007) montrent dans une méta-analyse que l'attitude n'est pas un déterminant direct des comportements pro-environnementaux. L'attitude explique une part significative de l'intention qui à son tour explique une part significative du comportement. Autrement dit, émettre une attitude favorable à l'environnement n'implique pas nécessairement que l'on agisse de manière éco-responsable. La mise en œuvre de stratégies d'influence comportementale est une nécessité pour faire évoluer les conduites individuelles et collectives vers un plus grand respect de l'environnement.

Nos expériences cibleront le recyclage des déchets. Ce comportement qui concerne le stockage et le tri des emballages recyclables (canettes, bouteilles, etc.) permet de préserver les ressources naturelles par la réutilisation de matériaux (verre, plastique, cartons, etc.). Dans ce domaine, les travaux issus de la psychologie sociale ont permis la découverte de facteurs motivationnels conduisant au changement de comportement (cf. Schultz, Oskamp, & Mainieri, 1995). Plusieurs stratégies ont montré des effets comportementaux sur le recyclage comme la réalisation d'un acte préparatoire et engageant (e.g., Wang & Katzev, 1990), l'attribution d'objectifs (e.g., Folz, 1991), ou encore la présentation d'informations normatives (e.g., Oskamp et al., 1991). Notre travail de thèse portera plus particulièrement sur l'étude du paradigme des auto-prophéties qui a également fait l'objet de plusieurs travaux ayant ciblé le recyclage des déchets (e.g., Spangenberg et al., 2003; Spangenberg et al., 2012; Sprott et al., 1999, 2003).

Notre programme de recherche comprend six expériences :

L'expérience 1 teste la normativité du comportement de recyclage en ayant recours au concept de clairvoyance normative (cf. Py & Somat, 1991). La clairvoyance normative renvoie aux connaissances concernant l'aspect normatif ou contre normatif des comportements. Nous utilisons le paradigme de l'auto-présentation pour identifier le degré de clairvoyance normative concernant le recyclage (Jellison & Green, 1981). Si les auto-prophéties rendent notamment saillantes les croyances normatives, nous devons tout d'abord nous assurer que le comportement de recyclage, ciblé pour l'ensemble de la thèse, est bien perçu comme un comportement normatif.

L'expérience 2 teste l'hypothèse d'une production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties par une approche comprenant la manipulation du libre-choix et d'une situation de fausse attribution (e.g., Martinie & Joule, 2000, 2004). Le libre-choix est considéré comme une variable indispensable à l'éveil de la dissonance (Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011; Linder et al., 1967) et la fausse attribution est couramment utilisée pour tester la production de dissonance (e.g., Fointiat, 1996; Joule & Martinie, 2008). Si les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive, les effets de la réalisation d'une prédiction sur l'attitude envers le recyclage devraient uniquement être observés en contexte de libre-choix et en l'absence de fausse attribution.

L'expérience 3 introduit dans le travail de recherche une mesure de l'inconfort psychologique (i.e., échelle de Norton et al., 2003; Vaidis & Gosling, 2011), caractéristique de l'état de dissonance cognitive. Nous testons l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. En outre, nous manipulons le contexte de libre-choix (fort versus faible) et testons les effets des croyances normatives en situation de prédiction (i.e., échelle de Sprott et al., 2003). Si les auto-prophéties rendent saillante une inconsistance cognitive entre les croyances normatives et le comportement passé, les effets sur l'inconfort psychologique devraient uniquement être observé pour les participants possédant de fortes croyances normatives envers le recyclage.

L'expérience 4 propose la prise en compte du comportement passé (i.e., mesure de l'habitude, Verplanken & Orbell, 2003) en situation de prédiction. Si le comportement passé est impliqué dans la relation d'inconsistance, l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique devrait uniquement être observé auprès des participants transgressifs, c'est-à-dire ceux n'ayant pas l'habitude de recycler. Par ailleurs, nous manipulons la saillance des normes subjectives (cf. Cialdini et al., 1990, 1991) dans la requête de prédiction, en disant

aux participants que la majorité des étudiants recyclent leurs déchets et approuvent ce comportement. La présence de ces informations normatives dans la requête de prédiction devrait renforcer la saillance de l'inconsistance cognitive et l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique.

L'expérience 5 permet d'identifier les cognitions inconsistantes rendues saillantes dans le paradigme des auto-prophéties. Cette expérience teste les effets du comportement passé (mesure identique à celle de l'expérience 4) et des croyances injonctives et morales (cf. Cialdini et al., 1990; Kaiser et al, 1999) en situation de prédiction. Nous manipulons la réalisation d'une prédiction (contrôle versus prédiction) après avoir mesuré l'habitude et les croyances injonctives et morales. Parmi les participants ayant effectué une prédiction, seul ceux n'ayant pas l'habitude de recycler et possédant de fortes croyances injonctives et morales devraient éprouver de l'inconfort psychologique.

L'expérience 6 teste la justification du comportement (cf. Fointiat 1998; Fointiat et al., 2013) comme mode de réduction de la dissonance dans les auto-prophéties. Si les auto-prophéties génèrent un état de dissonance cognitive, l'inconfort psychologique devrait être réduit si on donne l'opportunité au participant de justifier son comportement passé. L'habitude et les croyances injonctives et morales concernant le recyclage sont mesurées (mesures identiques à celles de l'expérience 5). Nous manipulons la réalisation d'une prédiction avec (versus sans) justification.

Demander à un individu de prédire son comportement augmente la probabilité de le réaliser (Spangenberg & Greenwald, 1999). En accord avec les travaux de Spangenberg et de ses collaborateurs (e.g., Spangenberg et al., 2003, 2012), cette thèse propose d'interpréter l'effet des auto-prophéties selon la théorie de la dissonance cognitive : L'effet des auto-prophéties relève-t-il d'un processus de réduction de la dissonance ? Prédire son comportement rend-il saillante une inconsistance cognitive entre les croyances normatives et le comportement passé transgressif ? Les résultats de nos six expériences apportent plusieurs éléments de réponse.

La partie expérimentale comprend les chapitres III et IV :

Dans le chapitre III, nous aborderons le degré de clairvoyance normative concernant le recyclage (expérience 1), l'effet des auto-prophéties sur l'attitude envers le recyclage en contexte de libre-choix et de fausse attribution (expérience 2) et enfin, l'effet des auto-prophéties réalisée en contexte de libre-choix sur une mesure de l'inconfort psychologique (expérience 3).

Dans le chapitre IV, nous approfondiront l'analyse des processus dans les auto-prophéties en prenant en compte l'habitude et les normes subjectives (expérience 4), l'habitude et les croyances injonctives et morales (expérience 5 et 6) et enfin, la justification comme mode de réduction de la dissonance (expérience 6).

Le tableau 3 ci-dessous présente notre programme de recherche.

Tableau 3. Programme de recherche

Expériences	Population	Variables indépendantes	Variables dépendantes
Expérience 1	N = 30	Consigne: standard, normative et contre-normative	Clairvoyance normative
Expérience 2	N = 125	2 (Libre-choix: avec libre-choix versus sans libre-choix) x 2 (Fausse attribution: avec fausse attribution versus sans fausse attribution)	Mesures cognitives (attitudes, importance, intention, etc.)
Expérience 3	N = 193	2 (Croyances normatives: fortes versus faibles) x 3 (Prédiction: contrôle versus prédiction avec libre-choix versus prédiction sans libre-choix)	Affects (inconfort psychologique et affects positifs), mesures cognitives (attitudes, importance, intention, etc.)
Expérience 4	N = 130	2 (Habitude: forte versus faible) x 3 (Prédiction: contrôle versus prédiction sans normes subjectives versus prédiction avec normes subjectives)	Affects (inconfort psychologique et affects positifs), mesures cognitives (attitudes, importance, intention, etc.)
Expérience 5	N = 136	2 (Habitude: forte versus faible) x 3 (Prédiction: contrôle versus prédiction *croyances-habitude* versus prédiction *habitude-croyances*)	Affects (inconfort psychologique et affects positifs), mesures cognitives (attitudes, importance, intention, etc.)
		2 (Croyances injonctives et morales: fortes versus faibles) x 3 (Prédiction: contrôle versus prédiction *croyances-habitude* versus prédiction *habitude-croyances*)	Affects (inconfort psychologique et affects positifs), mesures cognitives (attitudes, importance, intention, etc.)
Expérience 6	N = 174	2 (Habitude: forte versus faible) x 3 (Justification: contrôle versus prédiction sans justification versus prédiction avec justification)	Affects (inconfort psychologique et affects positifs), mesures cognitives (attitudes, importance, intention, etc.)
		2 (Croyances injonctives et morales: fortes versus faibles) x 3 (Justification: contrôle versus prédiction sans justification versus prédiction avec justification)	Affects (inconfort psychologique et affects positifs), mesures cognitives (attitudes, importance, intention, etc.)

PARTIE EXPÉRIMENTALE

Chapitre III - Auto-prophéties et dissonance cognitive : approche centrée sur le libre-choix

Nous aborderons dans ce chapitre l'effet des auto-prophéties sur l'attitude et l'intention de recycler. Plusieurs auteurs montrent que la réalisation d'une prédiction favorise l'adoption de comportements pro-environnementaux comme le recyclage des déchets (e.g., Spangenberg et al., 2003; Sprott et al., 1999).

L'effet des auto-prophéties dépendrait du caractère normatif du comportement ciblé par la prédiction. Par exemple, Sprott et al. (2003) montrent que les croyances normatives modèrent l'effet des auto-prophéties. En outre, Chandon et al. (2011) montrent qu'un individu effectuant une prédiction à tendance à changer de comportement si ce dernier appartient aux standards de conduites personnelles (cf. Schwartz, 1973). La normativité du comportement ciblé par la prédiction apparait comme une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties.

Ainsi, nous testerons dans l'**expérience 1** le degré de clairvoyance normative (e.g., Py & Somat, 1991) à l'égard du recyclage auprès d'une population universitaire. La clairvoyance normative renvoie notamment à la connaissance de l'aspect normatif d'un comportement.

Nous l'avons vu précédemment, l'effet des auto-prophéties relèverait de la dissonance cognitive (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg, 2003, 2012). En prédisant son comportement un individu prendrait conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait. Cette inconsistance cognitive entre comportement passé et croyances normatives serait source de dissonance appelant sa réduction par l'adoption du comportement (Spangenberg et al., 2003, 2012).

Nous testerons l'hypothèse d'une production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties dans l'**expérience 2** par la manipulation du libre-choix (Cooper, 2007; Harmons-Jones et al., 2011) et d'une situation de fausse attribution (e.g., Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2000, 2004).

Enfin, l'**expérience 3** est une ouverture au chapitre IV en testant l'effet des auto-prophéties sur une mesure de l'inconfort psychologique. Si les participants prédisant leur comportement sont en situation de dissonance, ils devraient exprimer de l'inconfort psychologique.

Expérience 1 - Le recyclage : un comportement normatif

1. Vue d'ensemble

L'expérience 1 a pour objectif de vérifier que le comportement thématique ciblé dans le cadre de nos travaux de thèse (i.e., le recyclage des déchets) est perçu comme un comportement normatif auprès d'une population universitaire. Selon Sprott et al. (2003), la normativité du comportement ciblé par la prédiction est une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties. Ces auteurs montrent que l'effet des auto-prophéties est notamment observé chez les participants associant de fortes croyances normatives au comportement ciblé. Par ailleurs, les individus ayant effectué une prédiction ont tendance à changer de comportement si ce dernier appartient aux standards de conduites personnels (Chandon et al., 2011). Autrement dit, la réalisation d'une prédiction produit des effets comportementaux uniquement lorsque le comportement ciblé renvoie à des standards normatifs.

Pour évaluer la normativité du recyclage des déchets, nous avons eu recours au concept de clairvoyance normative (Py & Ginet, 2003; Py & Somat, 1991; Somat & Vazel, 1999). La clairvoyance normative se définit comme « *la connaissance de l'aspect normatif ou contre-normatif de certains types de comportements ou certains types de jugements* » (Py & Somat, 1991, p.172). Il s'agit d'une compétence sociale particulière permettant de juger de la désirabilité sociale d'un comportement (Guingouain, 2001). Un individu clairvoyant perçoit l'aspect normatif d'une situation sociale ou d'un comportement sans forcément adhérer à la norme (Py & Somat, 1996, 1997). Il est capable de donner les réponses attendues pour se faire bien voir et d'éviter les réponses contre-normatives conduisant à la déviance et au rejet social. La clairvoyance normative est particulièrement utile dans les situations d'évaluation pour paraître socialement désirable.

La clairvoyance normative a initialement été étudiée en référence à la norme d'internalité qui renvoie à la tendance qu'ont les individus de favoriser les explications internes des évènements et des comportements aux explications externes (cf. Dubois, 1987; Dubois, 1994). Py et Somat (1991) utilisent le concept de clairvoyance normative sur la norme d'internalité et montrent que les participants fournissent davantage d'explications internes en consigne pro-normative (de valorisation sociale) qu'en consigne contre-normative (de dévalorisation sociale).

Notre expérimentation a pour objectif d'identifier le degré de clairvoyance normative à l'égard du recyclage en ayant recours au paradigme de l'auto-présentation (Jellison & Green, 1981). Ce paradigme consiste à demander à des participants de répondre à différentes questions selon trois consignes différentes : 1/ une consigne standard (répondre le plus honnêtement possible), 2/ une consigne pro-normative (répondre de manière à donner la meilleure impression possible), et 3/ une consigne contre-normative (répondre de manière à donner la plus mauvaise impression possible). Le paradigme de l'auto-présentation permet de calculer un score de clairvoyance normative en soustrayant la moyenne des réponses à la consigne contre-normative, à la moyenne des réponses à la consigne pro-normative. Par exemple, Félonneau et Becker (2008) demandaient à des participants de répondre à des questions sur des comportements pro-environnementaux (e.g., « Je fais vraiment attention à ne pas gaspiller l'eau », « Je fais vraiment attention à ma consommation d'électricité ») selon une consigne standard (le plus honnêtement possible), pro-normative (de sorte à donner la meilleure impression possible) et contre-normative (de sorte donner la plus mauvaise impression possible). Les résultats montrent que les participants sont en mesure de manipuler l'auto-présentation en donnant des réponses plus ou moins pro-environnementales. Les réponses données à la consigne pro-normatives vont davantage dans le sens de ce qui est socialement désirable que les réponses données à la consigne standard. Autrement dit, les participants savent ce qui est socialement désirable et possèdent une clairvoyance normative concernant les comportements pro-environnementaux.

Nous avons formulé l'hypothèse que le recyclage des déchets serait perçu comme un comportement normatif auprès d'une population universitaire et que le score de clairvoyance normative serait particulièrement élevé.

2. Méthode

2.1. Participants

30 participants dont 9 hommes et 21 femmes entre 18 et 23 ans ($M_{\text{âge}}$ = 20 ans, ET = 2.13) inscrits en sciences humaines et sociales à l'université d'Aix-Marseille ont participé à l'expérience dans le cadre de la validation d'une unité d'enseignement.

2.2. Procédure

Il était demandé aux participants de répondre aux différentes questions suivant trois consignes différentes. La première était la consigne standard (i.e., « *S'il vous plait, répondez aux questions suivantes en essayant d'être le plus honnête possible* »). Cette consigne était toujours mesurée en premier pour éviter que les participants n'ajustent leur réponse en ayant déjà répondu aux deux autres consignes. Après la consigne standard, les participants devaient répondre aux deux consignes suivantes selon un ordre aléatoire : la consigne pro-normative (i.e., « *S'il vous plait, répondez aux questions suivantes comme si vous souhaitiez passer pour une "bonne personne", c'est-à-dire en donnant la meilleure impression possible* »), et la consigne contre-normative (i.e., « *S'il vous plait, répondez aux questions suivantes comme si vous souhaitiez passer pour une "mauvaise personne", c'est-à-dire en donnant la plus mauvaise impression possible* »).

2.3. Mesures

Le questionnaire comprenait trois items issus de l'échelle utilisée par Félonneau et Becker (2008) concernant le recyclage des déchets (i.e., « *J'essaie de recycler autant que je le peux* », « *Je me débarrasse des piles usagées dans les endroits prévus à cet effet* » et « *Je trie tous mes déchets* »). Nous avons choisi ces items car nous ciblerons le recyclage pour l'ensemble de la thèse. Pour chaque item, les participants devaient donner la fréquence de réalisation sur une échelle allant de 1 (*jamais*) à 4 (*toujours*). Le score de clairvoyance normative était ensuite calculé de manière individuelle en soustrayant la moyenne des réponses à la consigne contre-normative, à la moyenne des réponses à la consigne pro-normative. Ce score variait de -3 à +3. Alors qu'un score individuel compris entre -3 et 0 était considéré comme correspondant à une faible clairvoyance, un score individuel compris entre 0 et +3 était considéré comme correspondant à une clairvoyance élevée.

Une analyse factorielle en composante principale avec rotation Varimax révèle la présence de trois facteurs distincts expliquant respectivement 41.67%, 19.05% et 14.45% de la variance totale. En accord avec la structure de l'échelle[25], les items ont été agrégés pour

[25] Les itérations de chacun des items après rotation sont respectivement .84, .91 et .96 pour le premier facteur (consigne pro-normative), .68, .67 et .53 pour le deuxième facteur (consigne standard) et .87, .85 et .45 pour le troisième facteur (consigne contre-normative).

créer trois index relatifs aux types de consigne : index pro-normatif ($\alpha = .92$), index standard ($\alpha = .69$) et index contre-normatif ($\alpha = .63$).

3. Hypothèses

H1 : on s'attend à ce que les réponses à la consigne pro-normative soient plus normatives que les réponses à la consigne standard.

H2 : on s'attend à ce que le degré de clairvoyance normative, c'est-à-dire l'écart entre les réponses à la consigne pro-normative et les réponses à la consigne contre-normative soit élevé.

4. Résultats

Les résultats ont été traités par des tests de comparaison de moyennes de Student. La comparaison des moyennes entre les index pro-normatif et standard indique une différence significative, $t(29) = 9.45$, $p < .001$. Les réponses obtenues dans la consigne pro-normative sont plus normatives ($M = 3.73$; $ET = .52$) que les réponses obtenues dans la consigne standard ($M = 2.57$; $ET = .77$). La comparaison des moyennes entre les index contre-normatif et standard indique une différence significative, $t(29) = 8.81$, $p < .001$. Les réponses obtenues dans la consigne contre-normative sont moins normatives ($M = 1.15$; $ET = .34$) que les réponses obtenues dans la consigne standard. Notre première hypothèse (**H1**) est vérifiée.

Par ailleurs, tous les participants possèdent un score de clairvoyance normative supérieur à 0 ($M = 2.59$; $ET = .66$), et 37% d'entre eux (N = 11) possède le score de clairvoyance le plus élevé, soit un score égal à +3. Notre deuxième hypothèse (**H2**) est également vérifiée. Les résultats obtenus sont consignés dans le tableau 4 :

Tableau 4. Moyennes et écarts types observées à l'index des réponses du questionnaire d'auto-présentation selon le type de consigne (standard, contre-normative et pro-normative).

	Consigne standard	Consigne contre-normative	Consigne pro-normative
Moyenne	2.57	1.15	3.73
Ecart type	.77	.34	.52

Il existe une clairvoyance normative concernant le recyclage des déchets. Les participants perçoivent le recyclage comme étant un comportement normatif et ajustent leur réponse selon le type de consigne (i.e., standard, contre-normative ou pro-normative).

5. Discussion

Cette première expérimentation avait pour objectif de vérifier que le recyclage est perçu comme un comportement normatif auprès d'une population universitaire. Une norme se définie comme une échelle de référence ou d'évaluation permettant d'orienter les comportements des individus (Sherif, 1935). Selon Dubois (1994) une norme est associée à un groupe ou à une communauté spécifique et résulte d'un apprentissage social. En d'autres termes, une norme est socialement transmise entre les membres appartenant à un même groupe ou à une même communauté. Enfin, une norme est basée sur une attribution de valeur concernant l'évaluation de la désirabilité sociale d'un comportement. Un comportement est perçu comme étant plus ou moins « bon » ou plus ou moins « désirable ».

Nous avons eu recours au concept de clairvoyance normative (Py & Somat, 1991, 1996, 1997) défini comme « *la connaissance de l'aspect normatif ou contre-normatif de certains types de comportements ou certains types de jugements* » (Py & Somat, 1991, p.172). Ce concept permet de rendre compte d'un apprentissage social concernant la normativité d'un comportement (Félonneau & Becker, 2008). La normativité (ou valeur sociale) renvoie à l'évaluation de l'utilité sociale et/ou de la désirabilité sociale (cf. Beauvois, 1995; Dubois, 2005). Un individu clairvoyant perçoit l'aspect normatif d'une situation sociale ou d'un comportement. Autrement dit, cet individu possède des connaissances concernant la désirabilité sociale d'un comportement. Ces connaissances permettent de donner des réponses de sorte à paraitre socialement désirable dans une situation donnée. Nous avons utilisé le paradigme de l'auto-présentation (Jellison & Green, 1981) pour tester le degré de clairvoyance normative concernant le recyclage des déchets.

Nous avons formulé l'hypothèse que les participants seraient clairvoyants, c'est-à-dire qu'ils percevraient l'aspect normatif du recyclage. Les résultats montrent que les réponses données à la consigne pro-normative sont plus normatives que celles données à la consigne standard, validant ainsi notre première hypothèse. Par ailleurs, le degré moyen de clairvoyance normative (calculé en soustrayant la moyenne des réponses à la consigne

contre-normative à la moyenne des réponses à la consigne pro-normative) est particulièrement élevé. Notre deuxième hypothèse est également vérifiée. Ainsi, le recyclage est-il perçu comme un comportement normatif auprès d'une population universitaire française.

Ces résultats montrent que les connaissances concernant la norme pro-environnementale et plus particulièrement le recyclage des déchets sont relativement élevés. La norme pro-environnementale possède toutes les caractéristiques d'une norme sociale (Félonneau & Becker, 2008). Les participants perçoivent l'aspect normatif du recyclage et sont en mesure de lui associer des croyances normatives. Cela ne veut pas dire qu'ils adhèrent à la norme mais uniquement qu'ils disposent de connaissances permettant de la percevoir (Py & Somat, 1996). L'accessibilité de la norme guide l'individu dans la formation de son attitude (Roskos-Ewoldsen & Fazio, 1997). Lorsque l'on demande à des participants d'évaluer un objet d'attitude comme le recyclage, ils accèdent aux connaissances qu'ils ont concernant cet objet. Les croyances les plus accessibles en mémoire sont également les plus susceptibles d'influencer l'attitude.

Par ailleurs, notre population est majoritairement constituée de femmes (21 femmes sur 30 participants). Félonneau et Becker (2008) montrent que les femmes sont plus sensibles aux normes pro-environnementales que les hommes, ce qui se traduit par une plus grande clairvoyance normative. Ainsi, l'aspect normatif du recyclage a une plus grande probabilité d'être perçue auprès d'une population féminine.

Les auto-prophéties produisent des effets uniquement sur des comportements normatifs (Fisher et al., 1999; Sprott et al., 2003). Nous devions nous assurer que le comportement ciblé pour nos prochaines expériences, le recyclage des déchets, était bien perçu comme un comportement normatif en contexte universitaire. Les résultats montrent un degré élevé de clairvoyance normative concernant ce comportement. Il semble, par conséquent, que nous pouvons continuer de cibler le recyclage pour nos prochaines expériences.

Si les participants perçoivent la dimension sociale du recyclage, ils sont en mesure de lui associer des croyances normatives. Demander à des participants de prédire leur comportement de recyclage devrait produire des effets sur l'attitude et l'intention comportementale.

L'expérience 2 teste l'effet des auto-prophéties sur l'attitude et l'intention concernant le recyclage. Notre première approche sera de tester la production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties par la manipulation du libre-choix, variable nécessaire à l'éveil de la dissonance (Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011). Pour que les auto-prophéties soit source de dissonance, le participant doit se sentir libre de répondre à la question de prédiction. Nous ferons également varier la réalisation d'une prédiction selon la présence ou non d'une situation fausse attribution. La fausse attribution est couramment utilisée pour tester la production de dissonance (e.g., Fointiat, 1996; Joule & Martinie, 2008). Le changement d'attitude ne devrait plus être observé si on donne l'occasion aux participants d'attribuer faussement l'éveil de la dissonance à une source externe.

Expérience 2 - Auto-prophéties : effets du libre-choix et de la fausse attribution sur l'attitude envers le recyclage

1. Vue d'ensemble

Cette expérience a deux objectifs. Plusieurs auteurs montrent que la réalisation d'une prédiction augmente la probabilité d'émettre le comportement ciblé (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003, Sprott et al., 2004), notamment lorsque de fortes croyances normatives peuvent être associées à ce comportement (Sprott et al., 2003). Notre première expérience montre que des étudiants universitaires français perçoivent l'aspect normatif du recyclage. Ils savent que recycler ses déchets est un comportement socialement désirable. Nous cherchons à montrer dans l'expérience 2 que les auto-prophéties peuvent produire des effets sur des variables cognitives telles que l'attitude ou l'intention comportementale en matière de recyclage.

Notre deuxième objectif repose sur l'hypothèse d'une production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties. Selon plusieurs auteurs, les auto-prophéties seraient source de dissonance en rendant saillante une inconsistance cognitive (e.g., Spangenberg & Greenwald, 1999; Spangenberg et al., 2003, 2012). En prédisant son comportement un individu prendrait conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait. La saillance de cette inconsistance entre comportement passé et croyances normatives appellerait sa réduction par l'adoption du comportement (Spangenberg et al., 2003). Nous pensons que cette réduction pourrait également s'opérer par un changement d'attitude. Le changement d'attitude fait partie des modes de réduction de la dissonance proposés par Festinger (1957). Il est par ailleurs couramment utilisé pour tester les effets de la dissonance (voir Cooper, 2007).

Pour tester la production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties, nous ferons varier la réalisation d'une prédiction en fonction du contexte de liberté (libre-choix versus non libre-choix) et de la présence d'une situation de fausse attribution (avec fausse attribution versus sans fausse attribution). Le libre-choix, principal facteur d'engagement (Marchand, Halimi-Falkowicz & Joule, 2009; Joule & Beauvois, 1998), est une variable indispensable à l'éveil de la dissonance (e.g., Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011; Linder et al., 1967). Ainsi, pour que les auto-prophéties produisent des effets sur l'attitude ou l'intention comportementale nous pensons que l'individu doit être engagé dans la réalisation

de sa prédiction, c'est-à-dire qu'il doit se sentir libre de prédire son comportement. Une absence de liberté encouragerait l'individu à justifier la prédiction par des facteurs externes, ce qui empêcherait l'éveil de la dissonance. Par exemple, il pourrait prédire son comportement pour faire plaisir à celui qui le lui demande ou tout simplement par politesse. Dans ce cas l'individu n'est pas responsable de sa prédiction et ne peut ressentir de la dissonance.

La situation de fausse attribution est couramment utilisée dans le champ de la dissonance cognitive (e.g., Fazio & Cooper, 1983; Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2000, 2004; Zanna & Cooper, 1974). Le recours à la fausse attribution repose sur l'hypothèse suivante : si la dissonance est un état de tension et qu'un individu est motivé à réduire cet état en changeant son attitude, cela ne devrait plus être le cas lorsque l'éveil de la dissonance est attribué à une source externe (forte luminosité, photographies érotiques, détecteurs de mensonges, ultrasons, etc.). Les résultats de plusieurs expériences vont dans ce sens et montrent que le changement d'attitude n'est plus observable en situation de fausse attribution (Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2004; Zanna & Cooper, 1974) même si d'autres modes de réduction de la dissonance, comme le changement de comportement ou la trivialisation peuvent être utilisés (Martinie & Joule, 2000; Joule & Martinie, 2008).

Zanna et Cooper (1974) ont testé le principe de la fausse attribution dans le cadre de la soumission forcée. Les participants croyaient que l'étude portait sur les effets de la drogue MC5771 sur la mémoire. Après avoir donné cette drogue aux participants en leur assurant qu'elle était sans danger, on disait à la moitié d'entre eux qu'il était possible qu'ils se sentent un peu tendu ou excité (condition de fausse attribution) et à l'autre moitié que la drogue ne produisait aucun effet (condition sans fausse attribution). Par la suite, on demandait aux participants de rédiger un essai en faveur d'une augmentation des frais de scolarité (i.e., essai contre-attitudinel). La moitié des participants étaient mis en contexte de libre-choix et l'autre pas. Les résultats montrent un changement d'attitude envers l'augmentation des frais de scolarité uniquement dans la condition avec libre-choix. Par ailleurs, ce changement d'attitude n'est plus observé en situation de fausse attribution.

Dans une autre étude, Martinie et Joule (2000) demandaient à des participants de rédiger un essai contre-attitudinel prônant la sélection pour entrer à l'université. Les auteurs faisaient varier le contexte de liberté (fort libre-choix versus faible libre-choix) et la situation de fausse attribution (avec fausse attribution versus sans fausse attribution). La moitié des participants était mis en situation de fausse attribution (i.e., présence de photographies

érotiques) et l'autre pas. Les résultats indiquent que le changement d'attitude n'est plus observable en situation de fausse attribution même si le changement de comportement est toujours utilisable pour réduire la dissonance.

Enfin, Joule et Martinie (2008) mesuraient l'attitude et la trivialisation après avoir demandé aux participants de rédiger un essai contre-attitudinel (en faveur de la sélection pour entrer à l'université). L'ordre des mesures était manipulé. Dans un cas l'attitude était mesurée en premier et dans l'autre la trivialisation. Quel que soit l'ordre des mesures (*attitude-avant-trivialisation* ou *trivialisation-avant-attitude*) le changement d'attitude n'est plus observé en situation de fausse attribution. En outre, les résultats montrent qu'en l'absence de fausse attribution, les participants ont toujours recours au premier mode de réduction disponible. Ainsi, une situation de fausse attribution n'empêche-t-elle pas l'éveil de la dissonance mais bloque le changement d'attitude. Si le changement d'attitude n'est plus observable en situation de la fausse attribution, le changement de comportement (Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2000) ainsi que la trivialisation (Martinie & Joule, 2000, 2004; Joule & Martinie, 2008) peuvent toujours être utilisés pour réduire la dissonance.

Nous proposons de tester la production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties en ayant recours au libre-choix et à une situation fausse attribution.

L'expérience 2 comprend un plan factoriel 2 (Libre-choix: avec libre-choix versus sans libre-choix) x 2 (Fausse attribution: avec fausse attribution versus sans fausse attribution). Si la réalisation d'une prédiction effectuée librement produit un changement d'attitude et que cela n'est vrai qu'en l'absence de fausse attribution, nous pourrons assimiler ce changement à un processus de réduction de la dissonance. En effet, nous savons que le changement d'attitude est un mode de réduction de la dissonance qui n'est plus utilisé en situation de fausse attribution (e.g., Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2000, 2004).

2. Méthode

2.1. Participants

125 participants (28 hommes et 97 femmes; $M_{\text{âge}}$ = 19 ans; ET = 2.45) inscrits en sciences humaines et sociales à l'université de Bourgogne ont participé à l'expérience dans le cadre de la validation d'une unité d'enseignement.

2.2. Procédure

Nous avons fait varier la réalisation d'une prédiction en fonction du contexte de liberté et de la présence ou non de fausse attribution. Le plan factoriel de l'étude comprend deux variables à deux modalités chacune, soit 2 (Libre-choix: avec libre-choix versus sans libre-choix) x 2 (Fausse attribution: avec fausse attribution versus sans fausse attribution). Le tableau 5 ci-dessous reprend les conditions expérimentales selon la manipulation du libre-choix et de la fausse attribution.

Tableau 5. Conditions expérimentales de l'expérience 2 en fonction du contexte de liberté et de la présence ou non de fausse attribution.

	Avec libre-choix	Sans libre-choix
Avec fausse attribution	Prédiction libre-choix / Avec fausse attribution	Prédiction sans libre-choix / Avec fausse attribution
Sans fausse attribution	Prédiction libre-choix / Sans fausse attribution	Prédiction sans libre-choix / Sans fausse attribution

Les participants étaient amenés dans une salle d'expérimentation. On leur demandait de prédire leur comportement de recyclage. La requête de prédiction incluait une déclaration de liberté écrite pour les participants de la condition avec libre-choix. Par ailleurs, en situation de fausse attribution, nous avons imaginé un scénario présenté à l'oral indiquant que la luminosité de la salle d'expérimentation était susceptible de produire un état de tension (cf. Consignes expérimentales). Cette affabulation devait permettre aux participants d'attribuer faussement l'éveil de la dissonance à la forte luminosité. Les participants devaient ensuite répondre à un questionnaire mesurant les variables dépendantes de l'expérience. Dans la condition contrôle les participants n'étaient pas soumis à la requête de prédiction et devaient directement remplir le questionnaire comprenant les variables dépendantes.

La requête de prédiction incluait un scénario auquel nous avons ajouté une déclaration de liberté rédigée pour les conditions de libre-choix. Par ailleurs, nous avons induit une situation de fausse attribution en disant aux participants que l'éclairage de la salle d'expérimentation était source de tension.

La consigne expérimentale permettait de manipuler le libre choix et la présence d'une situation de fausse attribution. On présentait la consigne une fois que le participant était installé dans la salle d'expérimentation.

Condition « sans libre-choix / sans fausse attribution » :

La majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Lorsque vous utiliserez ces produits, pouvez-vous prédire que…

a. *Vous les recyclerez.*
b. *Vous ne les recyclerez pas.*

Condition « avec libre-choix / sans fausse attribution » :

Cette question étant facultative, vous êtes tout à fait libre d'y répondre ou non.

La majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Lorsque vous utiliserez ces produits, pouvez-vous prédire que…

a. *Vous les recyclerez.*
b. *Vous ne les recyclerez pas.*

Condition « sans libre-choix / avec fausse attribution » :

Avant de commencer, j'aimerais vous préciser que nous venons de mettre en place un nouvel éclairage dans cette pièce. Comme les techniciens n'ont pas encore eu le temps de régler la bonne luminosité, il est possible que vous ressentiez un certain état de tension, dû à sa surpuissance.

La majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Lorsque vous utiliserez ces produits, pouvez-vous prédire que…

a. *Vous les recyclerez.*
b. *Vous ne les recyclerez pas.*

Condition « avec libre-choix / avec fausse attribution » :

Avant de commencer, j'aimerais vous préciser que nous venons de mettre en place un nouvel éclairage dans cette pièce. Comme les techniciens n'ont pas encore eu le temps de régler la bonne luminosité, il est possible que vous ressentiez un certain état de tension, dû à sa surpuissance.

Cette question étant facultative, vous êtes tout à fait libre d'y répondre ou non.

La majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Lorsque vous utiliserez ces produits, pouvez-vous prédire que…

a. *Vous les recyclerez.*
b. *Vous ne les recyclerez pas.*

2.3. Mesures

L'attitude à l'égard du recyclage (« Concernant la pratique du recyclage, je suis personnellement... »), l'importance accordée à cette pratique (« Il est important pour moi de recycler les produits que je consomme »), la certitude (« Je suis tout à fait certain de mon opinion envers la pratique du recyclage »), ainsi que l'ambivalence envers l'attitude exprimée (« Je ressens un certain conflit intérieur lorsque je pense au recyclage »), étaient mesurées à l'aide d'échelles en 9 points allant de 1 (défavorable/pas du tout d'accord) à 9 (favorable/tout à fait d'accord). L'importance, la certitude et l'ambivalence de l'attitude sont des dimensions de l'attitude liées les unes aux autres et permettent d'identifier la force de l'attitude (Krosnick, Boninger, Chuang, Berent, & Carnot, 1993). Une attitude forte est résistante au changement, stable dans le temps et orientent le comportement (Petty & Krosnick, 1995). Nous avons également mesuré l'intention comportementale (« J'ai l'intention de pratiquer le recyclage des déchets ») et enfin, le comportement déclaré au moyen de trois items (i.e., « Je pratique très rarement le recyclage de mes déchets », « Il m'arrive de temps en temps de recycler mes déchets. », et « Je pratique quotidiennement le recyclage de mes déchets. ») avec des échelles en 9 points allant de 1 (pas du tout d'accord) à 9 (tout à fait d'accord). Après avoir inversé les réponses du premier item (i.e., « Je pratique très rarement le recyclage de mes déchets »), nous avons créé un index « Comportement rapporté » correspondant à la moyenne des trois items (α = .72).

3. Hypothèses

Effets de la réalisation d'une prédiction

H1 : on s'attend à ce que les participants ayant effectué une prédiction expriment une attitude et une intention plus favorable envers le recyclage des déchets que les participants du groupe contrôle.

Effets du libre-choix

H2 : on s'attend à ce que les participants ayant réalisé leur prédiction en situation de libre-choix expriment une attitude et une intention plus favorable envers le recyclage des déchets que les participants en situation de non libre-choix.

Effets de la fausse attribution

H3 : on s'attend à ce que les participants ayant réalisé leur prédiction en l'absence d'une situation de fausse attribution expriment une attitude et une intention plus favorable envers le recyclage des déchets que les participants mis en situation de fausse attribution.

Effets d'interaction entre libre-choix et fausse attribution

H4 : on s'attend à ce que les participants expriment une attitude et une intention plus favorables au recyclage des déchets lorsqu'ils effectuent une prédiction en contexte de libre-choix et en l'absence d'une situation de fausse attribution.

4. Résultats

Pour tester l'hypothèse préalable (**H1**), nous avons utilisé la méthode des contrastes orthogonaux (cf. Brauer & McClelland, 2005). Le contraste C1 teste notre hypothèse préalable et les contrastes C2, C3 et C4 testent la variance résiduelle (cf. Tableau 4). Nous avons ensuite réalisé des ANOVAs factorielles 2 (libre-choix versus sans libre-choix) x 2 (avec fausse attribution versus sans fausse attribution) pour tester les effets du libre-choix (**H2**) et de la fausse attribution (**H3**), ainsi que les effets d'interaction entre ces deux variables (**H4**).

Le tableau 6 ci-dessous présente les coefficients de contrastes permettant de tester les effets de la réalisation d'une prédiction.

Tableau 6. Coefficients de contrastes pour tester les effets de la réalisation d'une prédiction

	C1	C2	C3	C4
Contrôle	-2	0	1	1
Prédiction avec libre-choix / sans fausse attribution	1	-1	1	1
Prédiction sans libre-choix / sans fausse attribution	1	1	1	1
Prédiction avec libre-choix / avec fausse attribution	0	0	-3	1
Prédiction sans libre-choix / avec fausse attribution	0	0	0	-4

Note. Le contraste C1 oppose la condition contrôle aux conditions de prédiction sans fausse attribution et les contrastes C2, C3 et C4 testent la variance résiduelle.

4.1. Effets de la réalisation d'une prédiction

Pour qu'une différence entre les conditions de prédiction sans fausse attribution et la condition contrôle soit vérifiée, le contraste C1 testant notre hypothèse doit être significatif sans que les autres contrastes qui testent la variance résiduelle ne le soient (cf. Brauer & McClelland, 2005).

Les résultats de l'effet des auto-prophéties sont présentés dans le tableau 7 ci-dessous.

Tableau 7. Effets des auto-prophéties sur l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude produite, l'importance accordée au recyclage, l'intention de recycler et le comportement déclaré.

	C1		C2		C3		C4	
	F	*p*	*F*	*p*	*F*	*p*	*F*	*p*
Attitude	2.630	.009	-1.670	.10	0.139	.89	1.534	.12
Certitude	1.847	.07	0.188	.85	0.961	.34	0.615	.54
Ambivalence	2.000	.05	1.373	.17	1.094	.27	-1.067	.29
Importance	3.159	.002	0.288	.77	0.353	.72	2.352	.02
Intention	1.175	.24	-0.239	.81	0.684	.49	1.418	.16
Comportement déclaré	2.159	.03	-0.050	.96	-0.144	.88	1.372	.17

Notes. Le contraste C1 oppose la condition contrôle aux conditions de prédiction sans fausse attribution et les contrastes C2, C3 et C4 testent la variance résiduelle.

Le contraste C1 est significatif sur l'attitude, $F(4, 120) = 2.630$, $p < .01$, alors que les contrastes C2, $F(4, 120) = -1.670$, $p = .10$, C3, $F(4, 120) = 0.139$, $p = .89$, et C4, $F(4, 120) = 1.534$, $p = .12$, testant la variance résiduelle ne sont pas significatifs.

Le contraste C1 est également significatif sur l'ambivalence envers l'attitude produite, $F(4, 120) = 2.000$, $p = .05$, alors que les contrastes C2, $F(4, 120) = 1.373$, $p = .85$, C3, $F(4, 120) = 1.094$, $p = .34$, et C4, $F(4, 120) = -1.067$, $p = .54$, ne sont pas significatifs.

Le contraste C1 est significatif sur la mesure du comportement rapporté, $F(4, 120) = 2.159$, $p = .03$, alors que les contrastes C2, $F(4, 120) = -0.050$, $p = .96$, C3, $F(4, 120) = -0.144$, $p = .88$, et C4, $F(4, 120) = 1.372$, $p = .17$, sont non pas significatifs.

Bien que le contraste C1 soit significatif sur la mesure de l'importance, $F(4, 120) = 3.159$, $p = .00$, l'hypothèse ne peut être vérifiée car le contraste C4 contribuant à la variance résiduelle est également significatif sur l'importance, $F(4, 120) = 2.352$, $p = .02$.

Enfin, le contraste C1 n'est pas significatif sur l'intention comportementale, $F(4, 120) = 1.175$, $p = .24$.

Ainsi, en l'absence de fausse attribution les participants ayant réalisé une prédiction présentent une attitude plus favorable envers le recyclage ($M_{prédiction} = 8.14$; $ET_{prédiction} = 1.65$ versus $M_{contrôle} = 6.94$; $ET_{contrôle} = 2.59$), ressentent une plus grande ambivalence envers l'attitude produite ($M_{prédiction} = 3.10$; $ET_{prédiction} = 2.41$ versus $M_{contrôle} = 2.04$; $ET_{contrôle} = 1.74$), et affirment davantage recycler leur déchets ($M_{prédiction} = 7.03$; $ET_{prédiction} = 1.87$ versus $M_{contrôle} = 6.04$; $ET_{contrôle} = 2.01$) que les participants du groupe contrôle (cf. Tableau 8).

Tableau 8. Moyennes et écarts types sur l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude produite, l'importance accordée au recyclage, l'intention de recycler et le comportement déclaré pour la condition contrôle et les conditions de prédiction sans fausse attribution.

	Condition contrôle (n = 25)		Conditions de prédiction sans fausse attribution (n = 50)	
	M	*ET*	*M*	*ET*
Attitude	6.94	2.59	8.14**	1.65
Certitude	7.12	1.48	7.80	1.29
Ambivalence	2.04	1.74	3.10*	2.41
Importance	7.16	1.75	8.30	1.09
Intention	5.28	2.25	5.96	2.54
Comportement déclaré	6.04	2.01	7.03*	1.87

Notes. * différences significatives (contraste C1) à $p < .05$; ** différences significatives (contraste C1) à $p < .01$. Les échelles vont de 1 (défavorable/pas du tout d'accord) à 9 (favorable/tout à fait d'accord).

Nous avons ensuite testé les effets du libre-choix et de la fausse attribution au moyen d'ANOVAs factorielles selon le plan 2 (libre-choix: avec libre-choix versus sans libre-choix) x 2 (fausse attribution: avec fausse attribution versus sans fausse attribution).

4.2. Effets du libre-choix

Les résultats ont ensuite été traités par des ANOVAs factorielles paramétriques selon un plan 2 (avec libre-choix versus sans libre-choix) x 2 (avec fausse attribution versus sans fausse attribution).

Les résultats montrent un effet du libre-choix sur l'attitude, $F(1, 96) = 5.151$, $p < .05$, et l'ambivalence de l'attitude, $F(1, 96) = 4.53$, $p < .05$ (cf. Tableau 9).

Le libre-choix ne produit pas d'effet significatif sur la certitude, $F(1, 96) = 0.110$, $p = .74$, l'importance, $F(1, 96) = 1.006$, $p = .32$, l'intention, $F(1, 96) = 0.343$, $p = .56$, ainsi que le comportement rapporté, $F(1, 96) = 0.866$, $p = .33$.

Tableau 9. Effets du libre-choix sur l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude produite, l'importance accordée au recyclage, l'intention de recycler et le comportement déclaré.

	Avec libre-choix (*n* = 50)		Sans libre-choix (*n* = 50)			
	M	*ET*	*M*	*ET*	*F*	*p*
Attitude	8.13	1.24	7.39	1.99	5.151	.025
Certitude	7.50	1.46	7.60	1.68	0.110	.741
Ambivalence	2.44	2.09	3.40	2.38	4.526	.036
Importance	8.02	1.38	7.74	1.54	1.006	.318
Intention	5.70	2.15	5.42	2.63	0.343	.559
Comportement rapporté	6.90	1.86	6.56	1.82	0.866	.334

Notes. Moyennes (*M*) et écarts types (*ET*). Les échelles vont de 1 (défavorable/pas du tout d'accord) à 9 (favorable/tout à fait d'accord).

Les participants ayant réalisé leur prédiction en situation de libre-choix présentent une attitude plus favorable envers le recyclage ($M = 8.13$; $ET = 1.24$) que les participants dont la prédiction a été effectuée hors contexte de libre-choix ($M = 7.39$; $ET = 1.99$). Par ailleurs, ces participants ressentent moins d'ambivalence envers l'attitude produite ($M = 2.44$; $ET = 2.09$) que les participants ayant prédit leur comportement sans libre-choix ($M = 3.40$; $ET = 2.38$).

4.3. Effets de la fausse attribution

Les résultats montrent un effet de la fausse attribution sur l'attitude, $F(1, 96) = 5.434$, $p < .05$, et l'importance accordée au recyclage des déchets, $F(1, 96) = 9.058$, $p < .01$ (cf. Tableau 10).

La fausse attribution ne produit pas d'effet significatif sur la certitude, $F(1, 96) = 2.749$, $p = .10$, l'ambivalence, $F(1, 96) = .636$, $p = .43$, l'intention, $F(1, 96) = 2.801$, $p = .10$, ainsi que le comportement rapporté, $F(1, 96) = 2.637$, $p = .11$.

Tableau 10. Effets de la fausse attribution sur l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude produite, l'importance accordée au recyclage, l'intention de recycler et le comportement déclaré.

	Avec fausse attribution (*n* = 50)		Sans fausse attribution (*n* = 50)			
	M	*ET*	*M*	*ET*	*F*	*p*
Attitude	7.38	1.66	8.14	1.65	5.434	.022
Certitude	7.30	1.67	7.80	1.29	2.749	.101
Ambivalence	2.74	2.15	3.10	2.40	0.636	.427
Importance	7.46	1.66	8.30	1.09	9.058	.003
Intention	5.16	2.19	5.96	2.54	2.801	.097
Comportement rapporté	6.43	1.78	7.03	1.87	2.637	.108

Notes. Moyennes (*M*) et écarts types (*ET*). Les échelles vont de 1 (défavorable/pas du tout d'accord) à 9 (favorable/tout à fait d'accord).

Les participants ayant prédit leur comportement en situation de fausse attribution présentent une attitude moins favorable envers le recyclage ($M = 7.38$; $ET = 1.66$) que les participants des conditions de prédiction sans fausse attribution ($M = 8.14$; $ET = 1.65$).

Ces participants attribuent également moins d'importance à la pratique du recyclage ($M = 7.46$; $ET = 1.66$) que les participants des conditions de prédiction sans fausse attribution ($M = 8.30$; $ET = 1.09$).

4.4. Effets d'interactions entre libre-choix et fausse attribution

Les résultats ne montrent aucun effet d'interaction significatif entre le libre-choix et la fausse attribution sur la mesure de l'attitude envers le recyclage, $F(1, 96) = 0.184$, $p = .67$, la certitude, $F(1, 96) = 0.004$, $p = .95$, et l'ambivalence de l'attitude, $F(1, 96) = 0.071$, $p = .79$, l'importance accordée au recyclage, $F(1, 96) = 2.054$, $p = .15$, l'intention de recycler, $F(1, 96) = 0.063$, $p = .80$, et le comportement déclaré, $F(1, 96) = 0.735$, $p = .40$ (cf. Tableau 11).

Tableau 11. Effets d'interaction entre libre-choix et fausse attribution sur l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude produite, l'importance accordée au recyclage, l'intention de recycler et le comportement déclaré.

			Sans fausse attribution (*n* = 50)				Avec fausse attribution (*n* = 50)					
	Contrôle (*n* = 25)		Avec libre-choix (*n* = 25)		Sans libre-choix (*n* = 25)		Avec libre-choix (*n* = 25)		Sans libre-choix (*n* = 25)			
	M	*ET*	*M*	*ET*	*M*	*ET*	*M*	*ET*	*M*	*ET*	*F*	*p*
Attitude	6.94	2.59	8.58	0.93	7.70	2.07	7.68	1.35	7.08	1.91	0.184	.669
Certitude	7.12	1.48	7.76	1.16	7.84	1.43	7.24	1.69	7.36	1.68	0.004	.947
Ambivalence	2.04	1.74	2.68	2.46	3.52	2.33	2.20	1.66	3.28	2.47	0.071	.791
Importance	7.16	1.75	8.24	1.23	8.36	0.95	7.80	1.50	7.12	1.76	2.054	.155
Intention	5.28	2.25	6.04	2.23	5.88	2.86	5.36	2.06	4.96	2.34	0.063	.802
Comportement rapporté	6.04	2.01	7.04	1.85	7.01	1.92	6.76	1.90	6.11	1.61	0.735	.393

Notes. Moyennes (*M*) et écarts types (*ET*). Les échelles vont de 1 (défavorable/pas du tout d'accord) à 9 (favorable/tout à fait d'accord).

5. Discussion

Nous savons que les auto-prophéties produisent des effets cognitifs et comportementaux (Spangenberg & Greenwald, 1999). Prédire son comportement augmente la probabilité de le réaliser (Spangenberg et al., 2003; Sprott et al., 1999). Nous souhaitions montrer dans l'expérience 2 qu'une prédiction comportementale est susceptible de produire un ajustement cognitif. Les participants mis en situation de prédiction devraient émettre des réponses plus favorables au recyclage. Les résultats soutiennent cette première hypothèse. Bien que nous n'observons pas l'effet des auto-prophéties sur l'intention comportementale, nous l'observons sur la mesure de l'attitude et du comportement déclaré. Les participants ayant effectué une

prédiction expriment une attitude plus favorable envers le recyclage que les participants du groupe contrôle. Par ailleurs, lorsque le comportement passé est mesuré, les participants ayant prédit leur comportement déclarent davantage pratiquer le recyclage que les participants du groupe contrôle. Ainsi, prédire son comportement amène-t-il à exprimer une attitude plus favorable envers le recyclage et à biaiser le rappel du comportement passé. Les auto-prophéties produisent un ajustement cognitif de sorte à paraitre plus acceptable socialement.

Ces résultats sont cohérents avec ceux observés par Spangenberg et al. (2012). Ces auteurs montrent un biais dans le rappel du comportement passé et nous pensons comme eux que cet ajustement cognitif correspond à un processus de réduction de la dissonance. Pour Spangenberg et ses collaborateurs (Spangenberg, 1997; Spangenberg & Greenwald, 1999; Spangenberg et al., 2003, 2012) une prédiction comportementale rendrait saillante une inconsistance cognitive entre le comportement passé et les croyances normatives associées à ce comportement. Ainsi, un individu prédisant son comportement prendrait-il conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait. La saillance de cette inconsistance (entre comportement passé et croyances normatives) serait source de dissonance appelant sa réduction par l'adoption du comportement ciblé (Spangenberg et al., 2003) ou par un ajustement des cognitions inconsistantes (Spangenberg et al., 2012).

Nous observons un ajustement au niveau de l'attitude. Nous savons que le changement d'attitude est l'un des principaux modes de réduction de la dissonance (Festinger, 1957; Cooper, 2007). L'attitude la plus favorable envers le recyclage est observée auprès des participants placés dans les conditions de prédiction. Par ailleurs, le biais dans le rappel du comportement passé serait également un moyen de réduire l'état de dissonance par un ajustement des cognitions inconsistantes (Spangenberg et al., 2012). Dans notre expérience, les participants prédisant leur comportement ont tendance à biaiser le rappel du comportement passé de sorte à davantage déclarer pratiquer le recyclage.

L'effet des auto-prophéties est également observé sur la mesure de l'ambivalence de l'attitude. Les participants ayant prédit leur comportement expriment une attitude plus ambivalente que les participants du groupe contrôle. L'ambivalence de l'attitude permet de décrire des situations où les évaluations d'un objet, ici le recyclage, sont *à la fois* positives et négatives (Cacioppo, Gardner, & Berntson, 1997; Leygue, 2009; Thompson, Zanna, & Griffin, 1995). Ce concept qui caractérise l'existence d'un conflit entre deux évaluations cognitives (i.e., positive et négative) est parfois associé à la dissonance cognitive (McGregor,

Newby-Clark, & Zanna, 1999; Newby-Clark, McGregor, & Zanna, 2002). Par exemple, pour Newby-Clark et al. (2002), l'ambivalence est décrite comme un état de tension similaire à celui de la dissonance cognitive (voir Elliot & Devine, 1994; Harmon-Jones, 2000). Les résultats observés sur la mesure de l'ambivalence vont dans le sens d'une production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties.

Pour montrer que les auto-prophéties sont source de dissonance, l'expérience 2 reposait sur la manipulation du libre-choix (avec libre-choix versus sans libre-choix) et d'une situation de fausse attribution (avec fausse attribution versus sans fausse attribution).

Le libre-choix qui est considéré comme l'un des principaux facteurs d'engagement, (Marchand et al., 2009; Joule & Beauvois, 1998) est indispensable à l'éveil de la dissonance (e.g., Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011; Linder et al., 1967). Nous avons formulé l'hypothèse que l'effet des auto-prophéties serait observé lorsque le participant est déclaré libre de prédire son comportement. Les résultats vont dans le sens de cette hypothèse et montrent que, comparativement aux participants placés dans les conditions sans libre-choix, ceux ayant effectué leur prédiction librement expriment une attitude plus favorable envers le recyclage. Autrement dit, une prédiction fortement engageante (avec libre-choix) produit un effet plus important sur l'attitude qu'une prédiction faiblement engageante (sans libre-choix). Ces résultats sont cohérents avec l'hypothèse d'une production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties. Une prédiction effectuée librement produirait davantage de dissonance qu'une prédiction effectuée sous la contrainte, ce qui aurait pour conséquence de produire un plus grand besoin d'ajustement.

Le libre-choix produit également un effet sur la mesure de l'ambivalence de l'attitude. L'ambivalence la plus élevée est observée auprès des participants des conditions sans libre-choix. Si l'ambivalence reflète un état de tension similaire à celui de la dissonance cognitive (Newby-Clark et al., 2002) il est possible que sa mesure ne permette pas de rendre compte de l'état d'inconfort psychologique (voir Elliot & Devine, 1999). Nous testerons dans les prochaines expériences l'effet des auto-prophéties sur une mesure plus conventionnelle de l'inconfort psychologique (e.g., Norton et al., 2003; Vaidis & Gosling, 2011).

Par ailleurs, la situation de fausse attribution est couramment utilisée dans le champ de la dissonance cognitive (e.g., Fazio & Cooper, 1983; Zanna & Cooper, 1974). Dans ce domaine, les études montrent qu'en situation de dissonance le changement d'attitude n'est plus observable si on donne l'occasion au participant d'attribuer (faussement) l'éveil de la dissonance à une source externe (e.g., Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2000, 2004; Joule &

Martinie, 2008). Nous avons fait l'hypothèse qu'en situation de fausse attribution (induit par une forte luminosité) l'effet des auto-prophéties sur l'attitude envers le recyclage ne serait plus observable. Les résultats confortent nos attentes. Comparativement aux participants placés dans les conditions de prédiction sans fausse attribution, ceux ayant prédit leur comportement en situation de fausse attribution expriment une attitude moins favorable envers le recyclage. En outre, ces participants accordent moins d'importance au recyclage que les participants des conditions dans lesquelles la prédiction est effectuée en l'absence de fausse attribution. Ces résultats sont cohérents avec l'hypothèse d'une production de dissonance. Les auto-prophéties produisent un effet sur l'attitude uniquement en l'absence de fausse attribution.

Enfin, nous nous attendions à observer un effet additif entre les variables « libre-choix» et « fausse attribution » dans la mesure où l'effet des auto-prophéties devrait être plus important lorsque la prédiction est effectuée librement et ce, en l'absence de fausse attribution. Or, aucun effet d'interaction n'est observé et notre hypothèse n'est pas vérifiée. Nous pensons que le sentiment de liberté n'est pas totalement absent de la condition sans libre-choix. Ayant accepté librement de passer l'expérience, il est possible que les participants se soient également sentis libres de répondre à la question de prédiction. Ainsi, la déclaration de liberté dans la condition avec libre-choix aurait-elle renforcé le sentiment de liberté déjà présent en condition sans libre-choix.

Pour conclure, les effets produits par la réalisation d'une prédiction sont en partie similaires à ceux prévus par la théorie de la dissonance cognitive. L'effet des auto-prophéties est notamment observé sur l'attitude envers le recyclage. La réalisation d'une prédiction produit un ajustement cognitif allant dans le sens de ce qui est socialement attendu. Nous avons montré dans l'expérience 1 que des participants similaires à ceux de cette expérience (des étudiants universitaires) possèdent un fort degré de clairvoyance normative concernant le recyclage. Aussi, l'effet des auto-prophéties est plus important pour les participants ayant prédit leur comportement en contexte de libre-choix. Ces derniers expriment une attitude plus favorable envers le recyclage que les participants des conditions de prédiction sans libre-choix. Autrement dit, le libre-choix de prédire son comportement apparait comme une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties. Enfin, l'ajustement cognitif observé dans les conditions de prédiction sans fausse attribution n'est plus observé lorsque l'on donne l'occasion aux participants d'attribuer l'éveil de la dissonance à une source externe, ce qui est

cohérent avec les travaux utilisant la fausse attribution dans le champ de la dissonance cognitive (e.g., Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2000, 2004; Joule & Martinie, 2008).

Ces résultats sont intéressants mais insuffisants pour conclure à une production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties. Premièrement, aucun effet d'interaction entre le libre-choix et la fausse attribution n'est observé. Nos deux variables semblent s'exprimer indépendamment l'une de l'autre. Deuxièmement, nous n'avons testé l'hypothèse d'une production de dissonance qu'au regard d'une de ces conséquences qu'est l'ajustement cognitif. Or, si la dissonance a pour effet de produire des ajustements cognitifs similaires à ceux que nous observons dans cette expérience, il apparait nécessaire de s'intéresser désormais à l'état d'inconfort psychologique qui la caractérise (Harmon-Jones, 2000). Enfin, cette expérience ne permet pas de prendre en compte les cognitions inconsistantes rendues saillantes dans les auto-prophéties. Selon plusieurs auteurs, la réalisation d'une prédiction rendrait saillante l'inconsistance entre le comportement passé (transgressif) et les croyances normatives associées à ce comportement (e.g., Spangenberg & Greenwald, 1999; Spangenberg et al., 2003, 2012). Il sera nécessaire dans les prochaines expériences d'identifier clairement ces deux cognitions et de voir en quoi celles-ci peuvent modérer l'effet des auto-prophéties.

L'expérience 3 propose une nouvelle approche en testant l'effet des auto-prophéties sur une mesure de l'inconfort psychologique (Norton et al., 2003; Vaidis & Gosling, 2011). Nous manipulons le contexte de libre-choix (avec versus sans libre-choix) en situation de prédiction. Enfin, les croyances normatives sont impliquées dans l'effet des auto-prophéties (Sprott et al., 2003). Nous testerons les croyances normatives comme variables modératrices de l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique.

Expérience 3 - Auto-prophéties : effets du libre-choix et des croyances normatives sur l'inconfort psychologique

1. Vue d'ensemble

Nous savons que le libre-choix, considéré comme le principal facteur d'engagement (Marchand et al., 2009; Joule & Beauvois, 1998), est une condition nécessaire à l'éveil de la dissonance (e.g., Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011). Aussi, nous avons montré dans l'expérience 2 que des participants déclarés libres de prédire leur comportement expriment une attitude plus favorable envers le recyclage que les participants des conditions de prédiction sans libre-choix. Le libre-choix apparait comme une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties. Cependant, l'expérience précédente, ne permet pas d'observer l'effet du libre-choix sur l'éveil émotionnel de la dissonance. La dissonance est définie par Festinger (1957) comme un état de tension motivationnel caractérisé par un état d'inconfort psychologique (e.g., Devine et al., 1999; Elliot & Devine, 1994; Matz & Wood, 2005). Autrement dit, le changement d'attitude observé dans l'expérience 2 renvoie à un processus de réduction de la dissonance et non à l'état de dissonance.

Nous proposons dans l'expérience 3 de tester les effets du libre-choix sur une mesure de l'inconfort psychologique. Elliot et Devine (1994) sont les premiers à proposer une mesure de l'éveil émotionnel dans une échelle de 24 items distinguant 4 dimensions : les *affects négatifs généraux*, les *affects négatifs tournés vers le soi*, les *affects positifs*, et l'*inconfort psychologique*. C'est uniquement cette dernière dimension qui rend compte de l'état de dissonance tel que défini par Festinger (Devine et al., 1999). Bien que considérée comme le « thermomètre de la dissonance » (Devine et al., 1999), l'échelle d'Elliot et Devine (1994) ne représente pas une mesure parfaitement fiable (Lecrique, 2007). Par exemple, Matz & Wood (2005) n'obtiennent pas la même structure factorielle de l'échelle concernant la mesure de l'inconfort psychologique. Ces auteurs incluent cinq items dans l'indice d'inconfort psychologique (i.e., *mal à l'aise*, *gêné*, *tendu*, *embarrassé*, *intéressé*) alors que cet indice en comprend trois (i.e., *gêné*, *mal à l'aise*, *embarrassé*) dans Elliot et Devine (1994). Ainsi, nous avons choisi la mesure de Norton et al. (2003), traduite en français par Vaidis & Gosling (2011), qui est une version simplifiée inspirée de celle d'Elliot et Devine (1994) mettant uniquement l'accent sur deux composantes émotionnelles : les *affects positifs* (i.e., *joyeux*,

bien, *optimiste*) et l'*inconfort psychologique* (i.e., *gêné*, *mal à l'aise*, *embarrassé*). Si les auto-prophéties produisent les effets de la dissonance cognitive, elles devraient être source d'inconfort psychologique et ce notamment lorsque la prédiction est effectuée en contexte de libre-choix. Nous avons manipulé le libre-choix dans l'expérience 3 par une déclaration orale de liberté.

Par ailleurs, les croyances normatives seraient l'une des deux cognitions rendues saillantes dans les auto-prophéties. Prédire son comportement amènerait les individus à prendre conscience qu'ils n'agissent pas en accord avec ce qui est socialement attendu (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003, 2012). Par exemple, Sprott et al. (2003) montrent que les croyances normatives modèrent l'effet des auto-prophéties. Les participants les plus nombreux à réaliser le comportement ciblé sont ceux qui lui associent de fortes croyances normatives. En outre, Chandon et al. (2011) montrent que l'effet des auto-prophéties est notamment observé sur des comportements appartenant aux standards de conduites personnels. Ainsi, les croyances normatives seraient-elles rendues focales (Cialdini, Kallgren, & Reno, 1990; Cialdini, Reno, & Kallgren, 1991), c'est-à-dire accessibles pour l'individu au moment de la prédiction. A notre connaissance aucune étude sur les auto-prophéties ne teste l'effet des croyances normatives sur une mesure de l'inconfort psychologique. Si les auto-prophéties rendent saillante une inconsistance cognitive entre comportement passé et croyances normatives comme l'avancent plusieurs auteurs (e.g., Spangenberg et al., 2003, 2012), l'inconfort psychologique ne devrait être observé que pour les participants possédant de fortes croyances normatives (cf. Sprott et al., 2003).

La prise en compte des croyances normatives dans le paradigme des auto-prophéties soulève une question méthodologique : comment garantir que la mesure des croyances normatives ne sera pas à l'origine de l'effet des auto-prophéties ? Nous avons fait le choix de mesurer les croyances normatives trois semaines avant la requête de prédiction.

Dans notre expérience, les croyances normatives des participants à l'égard du recyclage étaient mesurées trois semaines avant la phase expérimentale (i.e., échelle de Sprott et al., 2003). Nous avons opté pour cette procédure afin de nous assurer que les effets observés sont imputables aux auto-prophéties et non à la mesure des croyances normatives. Trois semaines plus tard, les participants revenaient au laboratoire et étaient répartis aléatoirement dans l'une des trois conditions de l'expérience. Dans la condition de prédiction avec libre-choix, les participants prédisaient leur comportement de recyclage en contexte de libre-choix. Dans la condition de prédiction sans libre-choix, les participants effectuaient une prédiction sans

déclaration orale de liberté. Enfin, dans une condition contrôle, les participants réalisaient une prédiction neutre, c'est-à-dire sans aucun lien avec le recyclage (i.e., prédire une sortie prochaine au cinéma). Si les auto-prophéties sont source de dissonance, l'inconfort psychologique devrait uniquement être observé lorsque la prédiction est effectuée en contexte de libre-choix. Par ailleurs, si les croyances normatives sont rendues saillantes dans les auto-prophéties, seuls les participants possédant de fortes croyances normatives devraient ressentir de la dissonance et éprouver de l'inconfort psychologique.

L'expérience utilise un plan factoriel 2 (Croyances normatives: fortes versus faibles; traitée en tant que variable continue) x 3 (Prédiction: contrôle versus prédiction avec libre-choix versus prédiction sans libre-choix).

2. Méthode

2.1. Participants

193 étudiants (24 hommes et 169 femmes; $M_{\text{âge}}$ = 19 ans; *ET* = 2.90) inscrits en sciences humaines et sociales à l'université d'Aix-Marseille ont participé à l'étude dans le cadre de la validation d'une unité d'enseignement.

2.2. Procédure

Les participants effectuaient une première passation individuelle en répondant à un questionnaire sur les croyances normatives à l'égard du recyclage. Trois semaines plus tard, ils revenaient au laboratoire pour effectuer une deuxième passation individuelle. Ils étaient alors répartis aléatoirement dans l'une des trois conditions expérimentales : 1/ condition contrôle, les participants devaient prédire une sortie prochaine au cinéma, 2/ condition de prédiction sans libre-choix, les participants devaient prédire s'ils recycleraient leurs déchets, 3/ condition de prédiction avec libre-choix, un sentiment de liberté était induit lors de formulation de la requête de prédiction par déclaration orale (i.e., « *Cette question est facultative. Vous êtes donc tout à fait libre de répondre ou non à cette question, c'est à vous de voir.* »). Dans cette condition, les participants étaient libres de prédire leur comportement. Par la suite tous les participants devaient remplir l'échelle d'affects de Norton et al. (2003)

traduite en français par Vaidis & Gosling (2011) comprenant une mesure de l'inconfort psychologique (i.e., *gêné*, *mal à l'aise*, *embarrassé*) et des affects positifs (i.e., *joyeux*, *bien*, *optimiste*). Cette échelle est issue des travaux d'Elliot et Devine (1994) sur la mesure des affects de la dissonance. Initialement utilisée dans le cadre de la dissonance vicariante (cf. Norton et al., 2003) puis de la dissonance informationnelle (cf. Vaidis & Gosling, 2011), cette échelle permet une durée de passation plus courte que celle d'Elliot et Devine (1994). Par ailleurs, la mesure des items en 15 points augmente la sensibilité de l'échelle, c'est-à-dire sa capacité à opposer des dimensions de manière significative. L'échelle de Norton et al. (2003) reprise par Vaidis et Gosling (2011) comprend 6 items en 15 points alors que l'échelle originale d'Elliot et Devine (1994) comprend 24 items en 7 points. Enfin, on mesurait l'attitude envers le recyclage, l'importance accordée à cette pratique, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude exprimée, ainsi que l'intention comportementale.

La consigne expérimentale permettait de manipuler le libre choix. On présentait la consigne une fois que le participant était installé dans la salle d'expérimentation.

Consigne pour la condition de prédiction sans libre-choix :

> *Une grande majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Nous avons tous l'opportunité de recycler certains de ces produits (bouteilles, cannettes, papiers, etc.).*
>
> *Pouvez-vous prédire que lorsque vous les utiliserez...*
>
> ***a.*** *Vous les recyclerez*
> ***b.*** *Vous ne les recyclerez pas*

Consigne pour la condition de prédiction avec libre-choix :

> *Cette question est facultative. Vous êtes donc tout à fait libre de répondre ou non à cette question, c'est à vous de voir.*
>
> *Une grande majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Nous avons tous l'opportunité de recycler certains de ces produits (bouteilles, cannettes, papiers, etc.).*
>
> *Pouvez-vous prédire que lorsque vous les utiliserez...*
>
> ***a.*** *Vous les recyclerez*
> ***b.*** *Vous ne les recyclerez pas*

Consigne pour la condition contrôle :

Il existe de nombreux cinémas à Aix-en-provence comme à Marseille permettant de voir les dernières oeuvres du 7ème art. Par exemple, sortiront prochainement, "Jamais le premier soir" (de Melissa Drigeard), "La belle et la Bête" (de Christophe Gans) et "Last days of Summer" (de Jason Reitman).

Pouvez-vous prédire que...

a. *Vous irez au cinéma avant la fin de l'année*
b. *Vous n'irez pas au cinéma avant la fin de l'année*

2.3. Matériel

2.3.1. Croyances normatives

Les croyances normatives à l'égard du recyclage étaient mesurées trois semaines avant la phase expérimentale. Nous avons utilisé les 5 items de Sprott et al. (2003) testés dans le paradigme des auto-prophéties. Ces items sont formulé de manière projective de sorte à réduire les biais de désirabilité sociale (cf. Fisher, 1993; Rook & Fisher, 1995; cité dans Sprott et al., 2003). Nous les avons mesurés sur des échelles en 15 points allant de 1 (pas du tout d'accord) à 15 (tout à fait d'accord) :

i1. Les étudiants que je connais recyclent leurs déchets.
i2. Les étudiants que je connais pensent qu'il est important de recycler.
i3. La plupart des étudiants font attention à recycler leurs déchets.
i4. Les étudiants que je connais devraient recycler leurs déchets.
i5. Les étudiants que je connais se sentent concernés par le recyclage des déchets.

Une analyse en composante principale avec rotation Varimax révèle la présence de deux facteurs distincts expliquant respectivement 49.22% et 24.05% de la variance totale[26]. La structure factorielle indique que l'item 4 (i.e., « *Les étudiants que je connais devraient recycler leurs déchets* ») ne contribue pas de manière significative au facteur principal. Nous avons décidé de retirer cet item des analyses en créant un index « Croyances normatives » correspondant à la moyenne des 4 items restant (moyenne des items *i1*, *i2*, *i3* et *i5*; $\alpha = .80$).

2.3.2. Affects

Les affects étaient mesurés après la phase expérimentale par l'échelle de Norton et al. (2003) traduite en français par Vaidis & Gosling (2011). Cette échelle comprend un total de 6 items

[26] Les itérations de chacun des items après rotation étant respectivement .81, .69, .80, -.00 et .83 pour le premier facteur et -.08, .45, -.06, .94 et .31 pour le deuxième facteur.

allant chacun de 1 (*absolument pas*) à 15 (*extrêmement*) et distingue l'inconfort psychologique des affects positifs. Ces deux dimensions affectives sont couramment utilisées pour caractériser l'état de dissonance cognitive (Fointiat, Girandola & Gosling, 2013; Vaidis, 2011). Par ailleurs, nous avons fait le choix de ne pas mesurer les affects négatifs tournés vers le soi car ils ne sont pas indispensables pour rendre compte de l'état de dissonance tel que définie par Festinger (Devine et al., 1999). En effet, Festinger (1957) définit avant tout la dissonance comme un état de tension caractérisé par un état d'inconfort psychologique. Aussi, de nombreuses études n'utilisent que la mesure de l'inconfort psychologique (Gosling et al., 2006). En outre, Spangenberg et al. (2003) qui utilisent l'échelle d'Elliot et Devine (1994) dans le paradigme des auto-prophéties montrent des effets uniquement sur la mesure de l'inconfort psychologique. Les auto-prophéties ne produisent pas d'effet sur les autres items notamment ceux mesurant les affects négatifs tournés vers le soi.

Une analyse en composante principale avec rotation Varimax révèle la présence de deux facteurs distincts expliquant respectivement 44.13% et 37.56% de la variance totale[27]. En accord avec les deux facteurs identifiés, nous avons créé deux index correspondant à l'inconfort psychologique pour le premier (moyenne des items *gêné*, *mal à l'aise*, *embarrassé*; $\alpha = .93$) et aux affects positifs pour le deuxième (moyenne des items *joyeux*, *bien*, *optimiste*; $\alpha = .83$).

2.3.3. Mesures cognitives

L'attitude à l'égard du recyclage (« *Concernant la pratique du recyclage, je suis personnellement...* »), l'importance accordée à cette pratique (« *Il est important pour moi de recycler les produits que je consomme* »), la certitude (« *Je suis tout à fait certain de mon opinion envers la pratique du recyclage* ») et l'ambivalence envers l'attitude exprimée (« *Je ressens un certain conflit intérieur lorsque je pense au recyclage* »), ainsi que l'intention comportementale (« *J'ai l'intention de pratiquer le recyclage des déchets* ») faisaient également parties des variables dépendantes et étaient mesurées à l'aide d'échelles en 15 point allant de 1 (défavorable/pas du tout d'accord) à 15 (favorable/tout à fait d'accord).

[27] Les itérations de chacun des items après rotation sont respectivement -.12, .93, -.25, .94, -.11, et .90 pour le premier facteur et .88, -.12, .84, -.18, .82, et -.20 pour le deuxième facteur.

3. Hypothèses

Effets de la réalisation d'une prédiction

H1 : on s'attend à ce que les participants ayant effectué une prédiction expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants du groupe contrôle.

Effets du libre-choix

H2 : on s'attend à ce que les participants ayant effectué une prédiction en contexte de libre-choix expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants ayant prédit leur comportement sans libre-choix. On s'attend également à ce que ces participants expriment une attitude et une intention plus favorables envers le recyclage que les participants ayant effectué une prédiction sans libre-choix.

Effets des croyances normatives

H3 : on s'attend à ce que les participants possédant des croyances normatives fortes expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant des croyances normatives faibles. On s'attend également à ce que les participants possédant des croyances normatives fortes expriment une attitude et une intention plus favorables envers le recyclage des déchets que les participants possédant des croyances normatives faibles.

Effets d'interaction entre les croyances normatives et la réalisation d'une prédiction

H4 : on s'attend à ce que les participants possédant des croyances normatives fortes expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant des croyances normatives faibles uniquement s'ils ont effectué une prédiction.

Effets d'interaction entre les croyances normatives et le libre-choix

H5 : on s'attend à ce que les participants possédant des croyances normatives fortes expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant des croyances normatives faibles uniquement s'ils ont effectué une prédiction en contexte de libre-choix.

4. Résultats

Pour traiter les croyances normatives en tant que variable continue, nous avons opté pour un traitement des données par régressions multiples (cf. Brauer, 2002; Frazier, Tix, & Barron, 2004). Suivant cette méthode, la variable « Croyances normatives » a été mise en forme centrée (CROYFC) et la variable catégorielle « Prédiction » a été recodée en deux nouvelles variables de contraste. Un premier contraste, PREDC1 (-2, +1, +1, pour contrôle, prédiction avec libre-choix, prédiction sans libre-choix) teste les effets de la réalisation d'une prédiction (**H1**) et un deuxième contraste, PREDC2 (0, +1, -1, pour contrôle, prédiction avec libre-choix, prédiction sans libre-choix) teste les effets du libre-choix (**H2**). La variable CROYFC teste les effets des croyances normatives (**H3**). Nous avons ensuite créé deux variables d'interaction. La première, INTERFC1 (PREDC1 * CROYFC) teste les effets d'interaction entre les croyances normatives et la réalisation d'une prédiction (**H4**) et la deuxième, INTERFC2 (PREDC2 * CROYFC) teste les effets d'interaction entre les croyances normatives et le libre-choix (**H5**). Nos variables dépendantes affectives (i.e., inconfort psychologique et affects positifs) et cognitives (i.e., attitude, certitude et ambivalence de l'attitude, importance et intention comportementale) ont été régressées sur ces cinq nouvelles variables[28].

Nous analyserons dans un premier temps les données observées sur les mesures affectives (i.e., inconfort psychologique et affects positifs) et poursuivrons sur celles observées sur les mesures cognitives (i.e., attitude, importance, certitude et ambivalence de l'attitude, et intention comportementale).

4.1. Affects

La figure 10 ci-dessous présente les scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs observés pour les participants placés en condition contrôle, en condition de prédiction sans libre-choix et en condition de prédiction avec libre-choix.

[28] Exemple d'équation de régression : INCONFORT = b_0 + b_1CROYFC + b_2PREDC1 + b_3PREDC2 + b_4INTERFC1 + b_5INTERFC2.

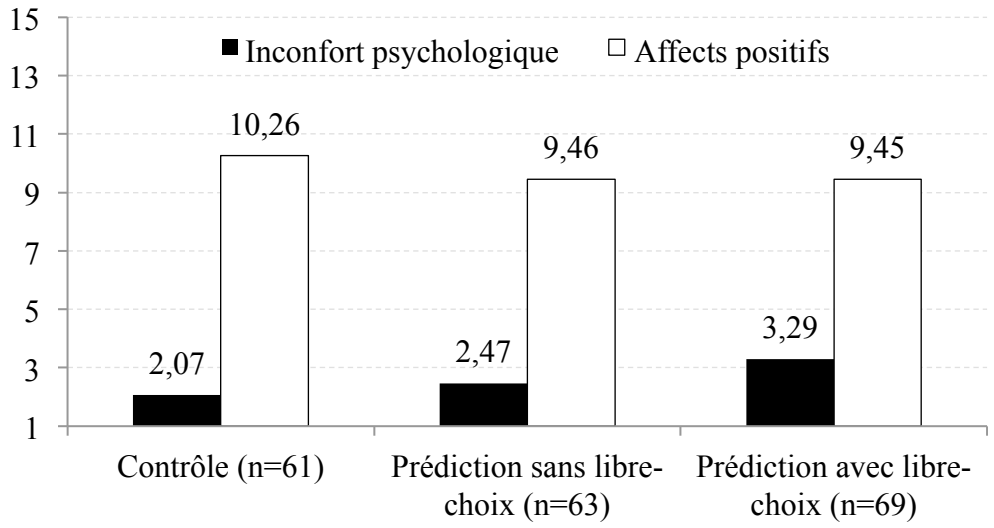

Figure 10. Scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs par condition expérimentale (expérience 3)

4.1.1. Inconfort psychologique

Les résultats montrent un effet de la réalisation d'une prédiction sur l'inconfort psychologique, $b = .20$, $t(187) = 2.90$, $p < .01$. Les participants ayant effectué une prédiction éprouvent en moyenne significativement plus d'inconfort psychologique ($M = 3.23$; $ET = 2.93$) que les participants du groupe contrôle ($M = 2.07$; $ET = 1.47$).

On observe un effet du libre-choix sur l'inconfort psychologique, $b = .24$, $t(187) = 3.41$, $p < .001$. Les participants ayant effectué une prédiction en situation de libre-choix ($M = 3.92$, $ET = 3.29$) ressentent en moyenne significativement plus d'inconfort psychologique que les participants ayant prédit leur comportement sans libre-choix.

Les croyances normatives (standardisées) ne produisent pas d'effet sur l'inconfort psychologique, $b = -.05$, $t(187) = -.72$, $p = .47$. Les variables d'interaction, INTERFC1, $b = -.08$, $t(187) = -1.13$, $p = .26$, et INTERFC2, $b = .01$, $t(187) = .21$, $p = .83$, ne sont pas significatives.

4.1.2. Affects positifs

Les résultats montrent un effet tendanciellement significatif de la réalisation d'une prédiction sur les affects positifs, PREDC1, $b = -.14$, $t(187) = -1.92$, $p = .06$. Les participants ayant effectués une prédiction expriment en moyenne tendanciellement des affects positifs moins

élevés (M = 9.46; ET = 2.74) que les participants du groupe contrôle (M = 10.26; ET = 2.59). Le contraste opposant les conditions de prédiction avec et sans libre-choix, PREDC2, , b = -.01, t(187) = -.16, p = .87, n'est pas significatif.

Les croyances normatives (standardisées) ne produisent pas d'effet sur les affects positifs, b = .06, t(187) = .86, p = .39. Les effets d'interaction, INTERFC1, b = .10, t(187) = 1.44, p = .15, et INTERFC2, b = -.00, t(187) = -.03, p = .98, ne sont pas significatives.

4.2. Mesures cognitives

4.2.1. Attitude

Les croyances normatives (standardisées) ne produisent pas d'effet sur l'attitude, b = .10, t(187) = 1.40, p = .16. Les variables de contraste, PREDC1, b = -.05, t(187) = -.73, p = .46, et PREDC2, b = -.10, t(187) = -1.44, p = .15, ne sont pas significatives.

La variable d'interaction, INTERFC1, b = .02, t(187) = .28, p = .78, n'est pas significative. La variable d'interaction entre les croyances normatives et le libre-choix est tendanciellement significative sur l'attitude, INTERFC2, b = .13, t(187) = 1.86, p = .06. Pour expliquer cet effet d'interaction, nous avons réalisé des régressions linéaires pour chacun des groupes expérimentaux en régressant l'attitude sur les croyances normatives (cf. Figure 11).

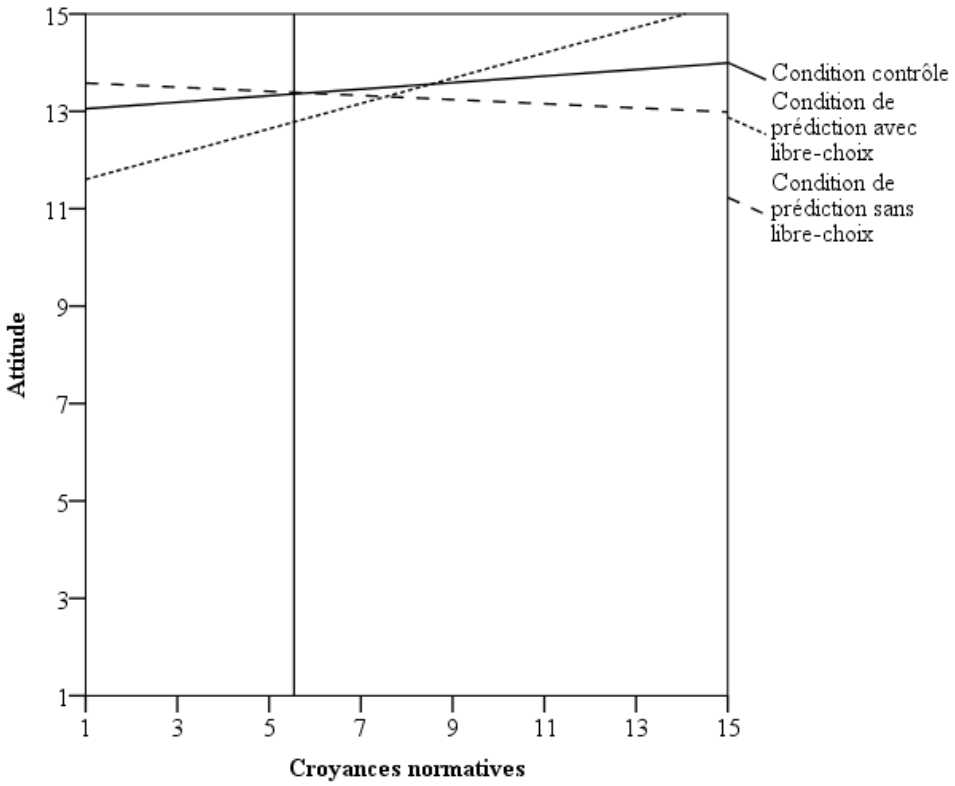

Figure 11. Régressions linéaires de l'attitude sur les croyances normatives par condition expérimentale

Les croyances normatives produisent un effet significatif sur l'attitude pour la condition de prédiction avec libre-choix, $b = .24$, $t(67) = 2.03$, $p = .05$.

Pour la condition contrôle, $b = .08$, $t(59) = .60$, $p = .55$, ainsi que la condition de prédiction sans libre-choix, $b = -.05$, $t(61) = -.41$, $p = .68$, cet effet n'est pas significatif.

Ainsi, les participants ayant des croyances normatives fortes à l'égard du recyclage expriment-ils une attitude plus favorable envers cette pratique que ceux ayant des croyances normatives faibles, uniquement s'ils ont réalisé une prédiction en contexte de libre-choix.

4.2.2. Certitude de l'attitude

Les croyances normatives (standardisées) ne sont pas significatives sur la certitude de l'attitude, $b = .03$, $t(187) = .40$, $p = .68$. Les variables de contraste, PREDC1, $b = -.04$, $t(187) = -.60$, $p = .55$, et PREDC2, $b = .03$, $t(187) = .44$, $p = .66$, ainsi que les deux variables

d'interaction, INTERFC1, b = -.03, t(187) = -.47, p = .63, et INTERFC2, b = .06, t(187) = .88, p = .38, ne sont pas significatives.

4.2.3. Ambivalence de l'attitude

Les croyances normatives (standardisées) ne sont pas significatives sur l'ambivalence de l'attitude, b = .01, t(187) = .20, p = .84. Les variables de contraste, PREDC1, b = -.02, t(187) = -.22, p = .82, et PREDC2, b = -.01, t(187) = -.13, p = .89, ainsi que les deux variables d'interaction, INTERFC1, b = .03, t(187) = .46, p = .64, et INTERFC2, b = -.07, t(187) = -.99, p = .32, ne sont pas significatives.

4.2.4. Importance

Les croyances normatives (standardisées) produisent un effet significatif sur l'importance accordée au recyclage, b = .22, t(187) = 3.21, p < .01. Les participants ayant des croyances normatives fortes accordent plus d'importance au recyclage que les participants ayant des croyances normatives faibles.

Les variables de contraste, PREDC1, b = -.09, t(187) = -1.28, p = .20, et PREDC2, b = .04, t(187) = .58, p = .56, ne sont pas significatives.

La variable d'interaction entre les croyances normatives et la réalisation d'une prédiction n'est pas significative, INTERFC1, b = .02, t(187) = .28, p = .77. La variable d'interaction entre les croyances normatives et le libre-choix est significative sur l'importance accordée au recyclage, INTERFC2, b = .17, t(187) = 2.45, p = .01. Pour expliquer cet effet d'interaction, nous avons réalisé des régressions linéaires pour chacun des groupes expérimentaux en régressant l'importance sur les croyances normatives (cf. Figure 12).

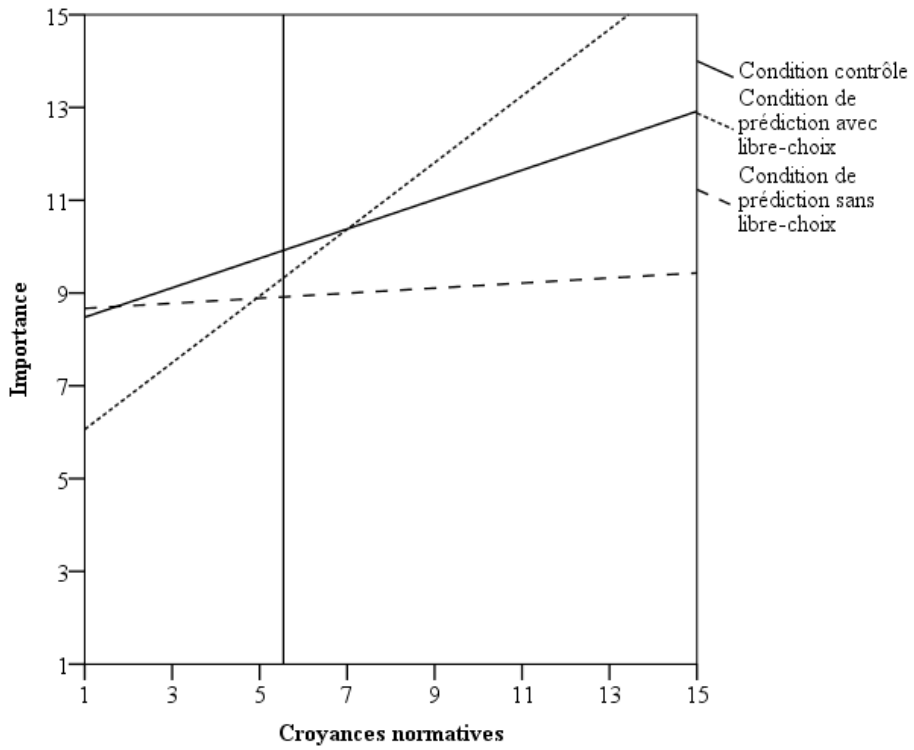

Figure 12. Régressions linéaires de l'importance sur les croyances normatives par condition expérimentale

Les croyances normatives produisent un effet significatif sur l'importance accordée au recyclage pour la condition de prédiction avec libre-choix, $b = .41$, $t(67) = 3.67$, $p < .001$. Pour la condition contrôle, $b = .20$, $t(59) = 1.59$, $p = .12$, ainsi que pour la condition de prédiction sans libre-choix, $b = .04$, $t(61) = .29$, $p = .77$, cet effet n'est pas significatif.

Ainsi, les participants possédant des croyances normatives fortes à l'égard du recyclage accordent-ils plus d'importance à cette pratique que les participants possédant des croyances normatives faibles, uniquement s'ils ont réalisé une prédiction en contexte de libre-choix.

4.2.5. Intention comportementale

Les croyances normatives (standardisées) produisent un effet significatif sur l'intention comportementale, $b = .31$, $t(187) = 4.57$, $p < .001$. Les participants ayant des croyances normatives fortes ont davantage l'intention de recycler que les participants ayant des croyances normatives faibles.

Les variables de contraste, PREDC1, b = -.07, $t(187)$ = -.97, p = .33, et PREDC2, b = -.01, $t(187)$ = -.09, p = .93, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTERFC1, b = .12, $t(187)$ = 1.71, p = .09, et INTERFC2, b = .08, $t(187)$ = 1.13, p = .26, ne sont pas significatives.

Le tableau 12 ci-dessous reprend les moyennes et écarts types observés par condition expérimentale pour chacune des variables dépendantes.

Tableau 12. Moyennes et écarts types observés par condition expérimentale, pour l'inconfort psychologique, les affects positifs, l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude exprimée, l'importance et l'intention comportementale (expérience 3).

	Contrôle (n = 61)		Prédiction sans libre-choix (n = 63)		Prédiction avec libre-choix (n = 69)	
	M	*ET*	*M*	*ET*	*M*	*ET*
Inconfort psychologique	2.07	1.47	2.47	2.28	3.92	3.29
Affects positifs	10.26	2.59	9.46	2.91	9.45	2.60
Attitude	13.36	2.19	13.40	2.04	12.83	2.91
Certitude	11.89	3.37	11.44	3.03	11.71	3.61
Ambivalence	6.26	5.22	6.10	4.84	6.01	5.02
Importance	9.93	3.97	8.90	3.71	9.45	4.73
Intention	10.33	3.71	9.63	4.15	9.83	4.71

Note. Moyennes (*M*) et écarts types (*ET*). Les échelles vont de 1 (absolument pas/défavorable/pas du tout d'accord) à 15 (absolument/favorable/tout à fait d'accord).

4.3. Réponses à la requête de prédiction

Parmi les participants ayant effectué une prédiction sans libre-choix, 42.86% d'entre eux (soit 27 participants sur 63) ont prédit qu'ils recycleraient leurs déchets. Parmi les participants ayant effectué une prédiction en contexte de libre-choix, 44.93% d'entre eux (soit 31 participants sur 69) ont fait la même prédiction. Le tableau 13 ci-dessous reprend les résultats sur la requête de prédiction.

Tableau 13. Réponses à la requête de prédiction selon la présence ou non de libre-choix.

	Prédiction sans libre-choix (*n* = 63)		Prédiction avec libre-choix (*n* = 69)	
	n	*%*	*n*	*%*
Oui, je recyclerai	27	42.86	31	44.93
Non, je ne recyclerai pas	36	57.14	29	42.03
Pas de réponse	0	0	9	13.04
Total	63	100	69	100

Notes. Effectifs (*n*) et pourcentage (*%*).

5. Discussion

L'expérience 3 avait pour objectif de tester l'effet des auto-prophéties sur une mesure de l'inconfort psychologique caractéristique de l'état de dissonance cognitive (Festinger, 1957), en considérant le libre-choix et le degré de croyances normatives comme variables modératrices.

En accord avec les travaux de Spangenberg et al. (2003), nous avons fait l'hypothèse que les auto-prophéties seraient source d'inconfort psychologique. Les résultats montrent que les participants ayant effectué une prédiction éprouvent en moyenne significativement plus d'inconfort psychologique que les participants du groupe contrôle. Nous avons également émis l'hypothèse que le libre-choix, condition nécessaire à l'éveil de la dissonance (e.g., Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011), modère l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Si les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive, seuls les participants ayant prédit leur comportement de recyclage en contexte de libre-choix devraient ressentir un inconfort psychologique. Les résultats vont dans le sens de cette hypothèse et montrent que les auto-prophéties réalisées en contexte de libre-choix sont source d'inconfort psychologique. De surcroît, nos résultats indiquent que les auto-prophéties produisent un effet sur l'inconfort psychologique uniquement en contexte de libre-choix. Les participants déclarés libres de prédire leur comportement ressentent plus d'inconfort psychologique que les participants de la condition de prédiction sans libre-choix. Le libre-choix apparait comme une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties. Autrement dit, pour que la réalisation d'une prédiction soit source d'inconfort psychologique, il est nécessaire que le participant se sente libre d'accepter ou de refuser de prédire son comportement.

Par ailleurs, on s'attendait à ce que l'effet des auto-prophéties soit également observé sur les mesures cognitives (i.e., attitude, certitude et ambivalence de l'attitude, importance et

intention comportementale). L'attitude et l'intention les plus favorables au recyclage devraient être observées chez les participants de la condition de prédiction avec libre-choix. Cette hypothèse repose sur les résultats de notre expérience 2 qui montrent que la réalisation d'une prédiction produit un ajustement cognitif. Prédire son comportement amenait les participants à produire des réponses socialement désirables. Or, cet ajustement cognitif n'est pas observé dans l'expérience 3. Lecrique (2007) montre que la simple mesure de l'inconfort psychologique est susceptible de bloquer le changement d'attitude comme mode de réduction de la dissonance. Il est possible que la mesure des affects augmente le niveau de conscience de l'inconfort psychologique (Harmon-Jones et al., 1996). Le participant chercherait alors la source de cet inconfort qu'il attribuerait le plus souvent à une inconsistance entre un comportement et son attitude initiale. Cette inconsistance perçue rendrait saillante l'attitude initiale bloquant ainsi le changement d'attitude (Simon, Greenberg, & Brehm, 1995).

Le deuxième objectif de cette expérience portait sur le rôle modérateur des croyances normatives. L'état de dissonance implique la présence d'une inconsistance cognitive (Festinger, 1957). Dans le paradigme des auto-prophéties cette inconsistance opposerait les croyances normatives au comportement passé (Spangenberg et al., 2003; Spangenberg et al., 2012). Nous savons que les croyances normatives modèrent l'effet des auto-prophéties (Sprott et al. (2003). Les participants les plus nombreux à adopter un comportement suite à la réalisation d'une prédiction sont ceux qui lui associent de fortes croyances normatives. Nous avons formulé l'hypothèse que l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique ne serait observé que pour les participants possédant de fortes croyances normatives. Les résultats ne vont pas dans le sens de notre hypothèse. Les croyances normatives ne produisent pas d'effet sur la mesure de l'inconfort psychologique. Plusieurs explications peuvent être envisagées.

Premièrement, l'échelle utilisée ne permet pas de mesurer les croyances normatives dans leur ensemble. On peut distinguer trois types de croyances normatives : les croyances descriptives, injonctives et morales (Cialdini et al., 1990, 1991; Kaiser et al., 1999; Schwartz, 1973). Les croyances descriptives renvoient au comportement de la majorité (e.g., « *La plupart des gens recyclent leurs déchets* »), les croyances injonctives à ce qui est bien vu de faire (e.g., « *Je devrais recycler* ») et les croyances morales (ou croyances injonctives personnelles) au sentiment d'obligation morale et de responsabilité personnelle. La plupart des items de l'échelle de Sprott et al. (2003) mettent l'accent sur les croyances descriptives

(e.g., « *Les étudiants que je connais recyclent leurs déchets* »). Or, il est possible que l'effet des auto-prophéties repose davantage sur les croyances injonctives et morales que sur les croyances descriptives. Par exemple, Spangenberg et al. (2012) demandaient à des participants de prédire s'ils recycleraient leurs déchets puis de prédire si les autres étudiants adopteraient ce même comportement. Comparativement aux participants n'ayant pas prédit leur comportement, ceux ayant effectué une prédiction considèrent que les autres étudiants ont moins de chance de réaliser le comportement ciblé. Selon ces auteurs, l'évaluation du comportement d'autrui est utilisée comme un mode de réduction de la dissonance. Le participant se dirait, par exemple, « *Les autres ne recyclent pas toujours, donc je ne suis pas si mauvais que ça* » (Spangenberg et al., 2003, p.54). Ainsi, le comportement passé entrerait-il en contradiction non pas avec le comportement de la majorité (i.e., croyances descriptives), mais avec la manière dont il est socialement et moralement bon d'agir (i.e., croyances injonctives et morales). Par ailleurs, Chandon et al. (2011) montrent que l'effet des auto-prophéties est notamment observé sur des comportements inscrits dans des standards de conduites personnels. Les croyances morales et personnelles seraient plus susceptibles de modérer l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique que les croyances descriptives.

Deuxièmement, le comportement passé n'a pas été pris en compte dans notre expérience. Il est possible que les croyances normatives modèrent l'effet des auto-prophéties sous la condition d'une transgression initiale. Si les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive, les effets sur l'inconfort psychologique ne devraient être observés que pour les participants transgressifs. Un participant sera transgressif s'il ne pratique pas le recyclage des déchets. Le concept d'habitude qui permet de rendre compte de la réalisation d'un comportement par sa fréquence et la formation d'automatismes (Ouellette & Wood, 1998) pourrait être utile à notre travail de recherche. Aarts, Verplanken et Knippenberg (1998) définissent trois caractéristiques de l'habitude : 1/ pour s'ancrer dans une habitude, le comportement doit être orienté par des objectifs atteignables, 2/ le comportement est susceptible d'être reproduit lorsque ces objectifs sont atteints de manière satisfaisante et enfin, 3/ la répétition du comportement permet l'intégration d'images mentales du cours de l'action. Ainsi, une habitude forte implique que le comportement doit être reproduit un nombre de fois suffisant pour que l'individu possède des images mentales du cours de l'action. Pour Ajzen (2002) la répétition du comportement est uniquement possible dans un contexte de stabilité, c'est-à-dire dans un contexte facilitant la reproduction de l'action. Pour

revenir à nos expérience, un individu serait considéré comme transgressif s'il n'a pas l'habitude de recycler, c'est-à-dire s'il ne pratique pas suffisamment le recyclage pour posséder des automatismes (e.g., Klöckner, Matthies, & Hunecke, 2003; Verplanken & Orbell, 2003).

Enfin, nous nous attendions à observer l'effet des croyances normatives sur la mesure des variables cognitives. L'attitude et l'intention les plus favorables au recyclage devraient être observées chez les participants de la condition de prédiction avec libre-choix possédant de fortes croyances normatives. Les résultats indiquent un effet d'interaction entre croyances normatives et libre-choix sur la mesure de l'attitude et de l'importance accordée au recyclage. Parmi les participants ayant effectué une prédiction en contexte de libre-choix, ceux possédant de fortes croyances normatives expriment une attitude plus favorable envers le recyclage et accordent plus d'importance à cette pratique que ceux ayant des croyances normatives faibles. Autrement dit, une prédiction effectuée librement rend saillantes les croyances normatives et amène les participants possédant de fortes croyances normatives à produire des réponses socialement désirables.

Pour conclure, l'expérience 3 montre que la réalisation d'une prédiction en contexte de libre-choix est source d'inconfort psychologique caractéristique de l'état de dissonance cognitive (Festinger, 1957). Elle montre également qu'en contexte de libre-choix les auto-prophéties rendent saillantes les croyances normatives associées au recyclage. Dans une telle condition de prédiction les participants possédant de fortes croyances normatives ont tendance à exprimer une attitude plus favorable au recyclage. Néanmoins, il nous semble nécessaire d'approfondir ces résultats sur deux points. Premièrement, le comportement passé doit être pris en compte dans l'effet des auto-prophéties. Si les auto-prophéties rendent saillante une inconsistance cognitive entre croyances normatives et comportement passé comme le suggèrent plusieurs auteurs (e.g., Spangenberg et al., 2003, 2012), l'inconfort psychologique ne devrait être observé que pour les participants transgressifs, c'est-à-dire pour les participants n'agissant pas en accord avec ce qui est socialement désirable. Par ailleurs, nous n’observons pas l'effet des croyances normatives sur l'inconfort psychologique. Il apparait nécessaire de clarifier la nature des croyances normatives rendues saillantes dans le paradigme des auto-prophéties. Par exemple, à l'instar de Chandon et al. (2011), nous pensons que les auto-prophéties renvoient aux croyances morales et personnelles. Ces auteurs

montrent que l'effet des auto-prophéties est notamment observé sur des comportements appartenant aux standards de conduites personnels (cf. Schwartz, 1973).

L'expérience 4 propose de prendre en compte le comportement passé dans l'effet des auto-prophéties en ayant recours au concept d'habitude (Verplanken & Orbell, 2003). Ce concept est couramment utilisé pour rendre compte de la réalisation d'un comportement selon sa fréquence et la formation d'automatismes (Ouelette & Wood, 1998). En effet, un individu peut être considéré comme transgressif s'il n'a pas l'habitude de réaliser un comportement, c'est-à-dire s'il ne pratique pas suffisamment ce comportement pour le réaliser de manière automatique (e.g., Klöckner et al., 2003; Verplanken & Orbell, 2003). La répétition du comportement dans un contexte de stabilité permet la formation d'images mentales du cours de l'action (Aarts et al., 1998; Ajzen, 2002). Selon Aarts et Dijksterhuis (2000), l'habitude renvoie à la manière dont les décisions comportementales sont prises. Ces auteurs définissent l'habitude comme la représentation mentale de l'association entre un objectif et une action. Plus un individu aura l'habitude de réaliser un comportement et plus il aura tendance à l'adopter en réponse à une situation spécifique. Nous utiliserons l'échelle de Verplanken et Orbell (2003) qui permet la mesure de l'habitude selon la fréquence d'un comportement et la formation d'automatisme.

Par ailleurs, nous testerons les effets de l'habitude dans une situation d'auto-prophétie rendant saillantes les normes subjectives de manière explicite (cf. Cialdini et al., 1990, 1991). Les normes subjectives comprennent des informations descriptives qui renvoient au comportement de la majorité (e.g., « *La plupart des gens recyclent leurs déchets* »), et des informations injonctives qui renvoient à ce qui est bien vu de faire (e.g., « *Je devrais recycler* »). Nous pensons que l'habitude et le comportement passé sont plus susceptibles de modérer l'effet des auto-prophéties si les normes subjectives sont rendues saillantes de manière explicite au moment de la prédiction.

Conclusion du chapitre III

L'effet des auto-prophéties reposerait notamment sur la normativité du comportement ciblé (Sprott et al., 2003). Nous avons réalisé une première expérience pour nous assurer que le recyclage serait perçu comme un comportement normatif. Nos résultats montrent que les participants possèdent un degré élevé de clairvoyance normative (Py & Somat, 1991), ce qui traduit l'acquisition de connaissances concernant l'aspect normatif du recyclage. Ainsi, l'effet des auto-prophéties devrait-il être observé sur ce comportement thématique.

Notre expérience 2 teste les effets du libre-choix, condition nécessaire à l'éveil de la dissonance (Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011) et de la fausse attribution (cf. Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2000) en situation de prédiction. La manipulation de ces deux variables permettait de tester la production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties. Nos résultats montrent que les auto-prophéties produisent un effet sur l'attitude uniquement en contexte de libre-choix et en l'absence de fausse attribution. Nous pensons que le changement d'attitude observé en situation de prédiction renvoie à un processus de réduction de la dissonance.

Enfin, notre expérience 3 teste l'effet des auto-prophéties sur une mesure de l'inconfort psychologique (i.e., Norton et al., 2003; Vaidis & Gosling, 2011), caractéristique de l'état de dissonance (Festinger, 1957). Nous testons également les effets du libre-choix et du degré de croyances normatives. Les résultats montrent notamment que les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique uniquement en contexte de libre-choix.

Le libre-choix qui est indispensable à l'éveil de la dissonance apparait comme une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties. Le participant doit se sentir responsable en acceptant librement de répondre à la question de prédiction pour éprouver de la dissonance.

Les résultats de ces premières expériences vont dans le sens d'une production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties. Néanmoins, la dissonance requiert la saillance d'une inconsistance cognitive (Festinger, 1957). Le chapitre IV présente nos expériences mettant l'accent sur l'identification des cognitions inconsistantes rendues saillantes en situation de prédiction.

Chapitre IV - Auto-prophéties et dissonance cognitive : approche centrée sur la saillance de l'inconsistance cognitive et l'inconfort psychologique

Nous montrons dans le chapitre III que le recyclage des déchets est perçu comme un comportement normatif auprès d'une population universitaire (expérience 1). Nous montrons également que les auto-prophéties produisent un effet sur l'attitude envers le recyclage en contexte de libre-choix et que cet effet peut être atténué par une procédure de fausse attribution (expérience 2). Les participants ayant réalisé une prédiction comportementale en contexte de libre-choix expriment une attitude plus favorable au recyclage que les participants du groupe contrôle. Par ailleurs, ce changement d'attitude n'est plus observé en présence de fausse attribution. Enfin, les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique lorsque la prédiction est effectuée en contexte de libre-choix (expérience 3).

Ces premiers résultats vont dans le sens d'une production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties. Le libre-choix qui est indispensable à l'éveil de la dissonance modère l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Les participants éprouvent les affects de la dissonance uniquement si la prédiction est effectuée en contexte de libre-choix. Comme le suggèrent Spangenberg et ses collaborateurs (e.g., Spangenberg et al., 2003, 2012), prédire son comportement serait source de dissonance en rendant saillante une inconsistance cognitive.

Festinger (1957) précise que la dissonance est induite par la présence d'une inconsistance cognitive. Or, les résultats de nos trois premières expériences ne permettent pas d'identifier clairement les cognitions inconsistantes rendues saillantes en situation de prédiction.

Nous souhaitons approfondir l'existence d'une relation d'inconsistance dans le paradigme des auto-prophéties. Plusieurs auteurs suggèrent qu'une prédiction comportementale serait source d'éveil de la dissonance en rendant saillante une inconsistance cognitive entre le comportement passé et les croyances normatives (e.g., Spangenberg et al., 2003, 2012). En prédisant son comportement, un individu prendrait conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait et se dirait, par exemple : « *Je sais ce qu'une bonne personne*

doit faire et j'ai largement (ou complètement) omis de le faire » (Spangenberg et al., 2003, p.59). Cette inconsistance cognitive entre les croyances normatives et le comportement passé serait source de dissonance appelant sa réduction par l'adoption du comportement. Si les auto-prophéties sont source de dissonance les effets sur l'inconfort psychologique devraient uniquement être observé auprès des participants n'agissant pas encore avec leur système de croyances. Autrement dit, en situation de prédiction, seuls les participants dont le comportement passé est inconsistant aux croyances normatives devraient ressentir les affects de la dissonance.

Les expériences présentées dans le chapitre IV mettent notamment l'accent sur la prise en compte du comportement passé (i.e. mesure de l'habitude) et des croyances normatives en situation de prédiction :

L'**expérience 4** teste les effets du comportement passé en situation de prédiction. Nous avons mesuré l'habitude concernant le recyclage (i.e., échelle de Verplanken & Orbell, 2003) trois semaines avant que les participants reviennent au laboratoire pour prédire leur comportement. Par ailleurs, nous avons manipulé la saillance des normes subjectives (cf. Cialdini et al., 1990, 1991) dans la requête de prédiction. Seuls les participants transgressifs devraient ressentir de la dissonance et ce notamment lorsque les normes subjectives sont rendues saillantes dans la requête de prédiction.

L'**expérience 5** teste les effets de l'habitude et des croyances injonctives et morales (cf. Cialdini et al., 1990; Klöckner et al. 2003) en situation de prédiction. Les croyances injonctives et morales renvoient aux attentes sociales et au sentiment de responsabilité personnel (Klöckner et al. 2003). Nous testerons l'hypothèse selon laquelle les auto-prophéties seraient source de dissonance uniquement dans le cas d'une inconsistance cognitive entre l'habitude et les croyances injonctives et morales.

Enfin, l'**expérience 6** teste la justification du comportement comme mode de réduction de la dissonance (cf. Fointiat et al., 2013). Si les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive, les effets sur l'inconfort psychologique ne devraient plus être observé si on donne l'opportunité au participant de justifier ses transgressions comportementales. La justification permet réduire la dissonance en donnant l'opportunité au participant de se désengager de ses transgressions (Mangard & Channouf, 1996).

Expérience 4 - Auto-prophéties : effets de l'habitude et des normes subjectives sur l'inconfort psychologique

1. Vue d'ensemble

L'expérience 4 a pour objectif de clarifier le rôle des transgressions comportementales dans le paradigme des auto-prophéties en ayant recours à une mesure encore inexploitée par les auteurs, celle de l'habitude. Si la réalisation d'une prédiction rend saillantes les transgressions comportementales, l'inconfort psychologique ne devrait être observé que pour les participants particulièrement transgressifs. La notion d'habitude est communément utilisée pour rendre compte de l'automatisation d'un comportement (e.g., Aarts & Dijksterhuis, 2000; Aarts, Verplanken, & Knippenberg, 1998; Klöckner et al., 2003; Ouellette & Wood, 1998; Verplanken & Orbell, 2003). Elles se définissent comme « *des séquences d'actes apprises et devenues automatiques en réponse à des signaux spécifiques, et qui sont fonctionnelles dans l'obtention de certains objectifs ou états finaux* » (Verplanken & Aarts, 1999, p.104). Un individu est considéré comme transgressif lorsqu'il n'a pas l'habitude d'agir de manière conforme à ce qui est socialement attendu (e.g., Klöckner et al., 2003). Par exemple, Köckner et Matthies (2004) montrent que l'habitude modère la relation entre la norme personnelle (i.e., sentiment de responsabilité personnelle, Schwartz, 1973) et le comportement. L'habitude et la norme personnelle concernant l'utilisation de la voiture étaient mesurées. Les résultats montrent que la norme personnelle détermine le comportement uniquement pour les participants dont l'habitude d'utiliser la voiture est faible. Pour les participants n'agissant pas en accord avec ce qui est socialement désirable (ceux dont l'habitude d'utiliser la voiture est forte) l'effet de la norme personnelle sur le comportement n'est pas significatif.

Demander à un individu de prédire son comportement l'amènerait à prendre conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait (e.g., Spangenberg et al., 2003; Spangenberg et al., 2012). Cette inconsistance cognitive entre comportement passé et croyances normatives serait source d'inconfort psychologique. Si la transgression du comportement est nécessaire à l'effet des auto-prophéties seuls les participants transgressifs, c'est-à-dire ceux n'ayant pas l'habitude de recycler, devraient ressentir de l'inconfort psychologique. Pour être en état de dissonance il est nécessaire que l'individu n'agisse pas en accord avec son système de croyances. Il doit considérer le recyclage comme un comportement socialement désirable

sans pour autant recycler ses déchets. C'est uniquement dans cette situation où l'habitude et les croyances normatives sont inconsistantes que les auto-prophéties devraient produire des effets sur l'inconfort psychologique.

En outre, nous souhaitons clarifier le rôle des normes subjectives dans les auto-prophéties en les rendant saillantes dans la requête de prédiction. Les normes descriptives renvoient au comportement de la majorité et les normes injonctives à ce qui est socialement désirable de faire (Cialdini et al., 1990). Les normes subjectives (descriptives et injonctives) orientent le comportement des individus pourvu qu'elles soient rendues focales (Cialdini, 2003; Cialdini et al., 1990, 1991), c'est-à-dire accessibles pour l'individu au moment de la prédiction. Par exemple, Schultz et al. (2007) montrent que les normes subjectives favorisent l'adoption de comportements pro-environnementaux. Les participants étaient contactés par courrier et recevaient des informations sur leur consommation d'électricité. Ces informations leur permettaient de se situer par rapport à la consommation moyenne de leur quartier (norme descriptive). La moitié des participants recevaient en supplément des informations impliquant une dimension injonctive. Ceux qui consommaient moins que la moyenne recevaient un smiley positif (☺) et ceux qui consommaient plus que la moyenne un smiley négatif (☹). Ces smileys permettaient d'associer la norme injonctive à la norme descriptive. En présence de la norme injonctive, les participants consommant plus que la moyenne réduisent de manière significative leur consommation d'électricité et ceux consommant moins que la moyenne maintiennent une basse consommation. Si les auto-prophéties rendent saillantes les croyances normatives associées au comportement ciblé par la prédiction (cf. Sprott et al., 2003), les effets sur l'inconfort psychologique devraient être renforcés par la saillance des normes subjectives. En effet, l'inconsistance entre les croyances normatives et le comportement passé devrait être d'autant plus saillante que les normes subjectives sont incluses dans la requête de prédiction.

Pour éviter que les effets observés soient imputables à la mesure de l'habitude, nous avons mesuré l'habitude trois semaines avant la requête de prédiction. Les participants venaient au laboratoire une première fois pour répondre à un questionnaire sur l'habitude en matière de recyclage. Trois semaines plus tard, les participants revenaient au laboratoire et on leur présentait une requête de prédiction rendant ou non saillantes les normes subjectives de manière explicite. Par ailleurs, tous les participants étaient déclarés libres de prédire leur comportement. Nos expériences 2 et 3 montrent que le libre-choix est une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties. Par exemple, nous montrons dans notre expérience 3

que les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique uniquement lorsque le participant est mis en contexte de libre-choix. Dans ce contexte, le participant est responsable de sa prédiction qu'il ne peut justifier par des facteurs externes.

L'étude comprend un plan factoriel 2 (Habitude: forte versus faible; traitée en tant que variable continue) x 3 (Prédiction: contrôle versus prédiction sans normes subjectives versus prédiction avec normes subjectives).

2. Méthode

2.1. Participants

130 étudiants (22 hommes et 108 femmes; $M_{\text{âge}}$ = 21 ans; *ET* = 4.25) inscrits en sciences humaines et sociales à l'université d'Aix-Marseille ont participé à cette étude dans le cadre de la validation d'une unité d'enseignement.

2.2. Procédure

L'habitude était mesurée lors d'une première passation individuelle en salle d'expérimentation. Les participants revenaient au laboratoire trois semaines plus tard. Il leur était alors demandé de prédire en contexte de libre-choix s'ils recycleraient ou non les produits pouvant l'être. Nous avons varié la saillance des normes subjectives en introduisant des informations normatives dans la requête de prédiction. Ces informations présentaient les normes descriptives (ce qui est réalisé par la majorité du groupe) et injonctives (ce qui est socialement approuvé par les membres du groupe) sous la forme de pourcentages ce qui facilite la saillance de l'information (Cialdini et al., 1991).

Dans la condition contrôle, aucune requête de prédiction n'était formulée et les participants devaient directement répondre au questionnaire comprenant les variables dépendantes de l'étude.

La consigne expérimentale permettait de manipuler la saillance des normes subjectives. On présentait la consigne une fois que le participant était installé dans la salle d'expérimentation.

Consigne pour la condition de prédiction sans normes subjectives :

Cette question est facultative. Vous êtes donc tout à fait libre de répondre ou non à cette question. Si vous acceptez d'y répondre, recopiez ci-dessous la phrase suivante: "J'accepte librement de répondre à cette question"

Une grande majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Si vous avez l'opportunité de recycler certains de ces produits, pouvez-vous prédire que lorsque vous les utiliserez...

a. *Vous les recyclerez*
b. *Vous ne les recyclerez pas*

Consigne pour la condition de prédiction avec normes subjectives :

Cette question est facultative. Vous êtes donc tout à fait libre de répondre ou non à cette question. Si vous acceptez d'y répondre, recopiez ci-dessous la phrase suivante: "J'accepte librement de répondre à cette question"

Selon une étude récente effectuée au sein de l'université d'Aix-Marseille :

83% *des étudiants recyclent quotidiennement leurs déchets*

76% *des étudiants considèrent ce comportement comme indispensable à la protection de l'environnement*

Une grande majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Si vous avez l'opportunité de recycler certains de ces produits, pouvez-vous prédire que lorsque vous les utiliserez...

a. *Vous les recyclerez*
b. *Vous ne les recyclerez pas*

2.3. Matériel

2.3.1. Habitude

L'habitude était mesurée au moyen de l'échelle de Verplanken et Orbell (2003). Cette échelle comprend un total de 12 items que nous avons mesurés sur des échelles en 15 points allant chacun de 1 (tout à fait d'accord) à 15 (pas du tout d'accord). Une analyse en composante principale révèle la présence d'un facteur unique expliquant 73.68% de la variance totale. En accord avec l'unique facteur identifié[29], nous avons créé un index « Habitude » correspondant à la moyenne de chacun des items (α = .96).

[29] Les itérations de chacun des items sont respectivement .87, .89, .68, .74, .94, .88, .76, .91, .92, .93, .84, et .91.

2.3.2. Affects

Nous avons utilisé l'échelle d'affects de Norton et al. (2003) traduite en français (Vaidis & Gosling, 2011). Cette échelle comprend un total de 6 items allant chacun de 1 (absolument pas) à 15 (extrêmement) et permet de distinguer l'inconfort psychologique des affects positifs. Une analyse en composante principale avec rotation Varimax révèle la présence de deux facteurs distincts expliquant respectivement 47.25% et 25.16% de la variance totale. En accord avec les deux facteurs identifiés[30], nous avons créé deux index correspondant à l'inconfort psychologique pour le premier (moyenne des items *gêné*, *mal à l'aise*, *embarrassé*; $\alpha = .84$) et aux affects positifs pour le deuxième (moyenne des items *joyeux*, *bien*, *optimiste*; $\alpha = .75$).

2.3.3. Mesures cognitives

L'attitude à l'égard du recyclage (« *Concernant la pratique du recyclage, je suis personnellement...* »), l'importance accordée à cette pratique (« *Il est important pour moi de recycler les produits que je consomme* »), la certitude (« *Je suis tout à fait certain de mon opinion envers la pratique du recyclage* ») et l'ambivalence envers l'attitude produite (« *Je ressens un certain conflit intérieur lorsque je pense au recyclage* »), ainsi que l'intention comportementale (« *J'ai l'intention de pratiquer le recyclage des déchets* ») étaient mesurées selon des échelles en 15 points allant de 1 (défavorable/pas du tout d'accord) à 15 (favorable/tout à fait d'accord).

3. Hypothèses

Effets de la réalisation d'une prédiction

H1 : on s'attend à ce que les participants ayant effectué une prédiction expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants du groupe contrôle.

[30] Les itérations de chacun des items après rotation sont respectivement .01, .85, -.23, .84, -.16, et .90 pour le premier facteur et .81, -.18, .82, -.05, .79, et -.15 pour le deuxième facteur.

Effets des normes subjectives

H2 : on s'attend à ce que les participants ayant effectué une prédiction avec normes subjectives expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants ayant effectué une prédiction sans normes subjectives. On s'attend également à ce que ces participants expriment une attitude et une intention plus favorables envers le recyclage que les participants ayant effectué une prédiction sans normes subjectives.

Effets de l'habitude

H3 : on s'attend à ce que les participants possédant une habitude faible expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant une habitude forte. On s'attend également à ce que les participants possédant une habitude forte expriment une attitude et une intention plus favorables envers le recyclage que les participants possédant une habitude faible.

Effets d'interaction entre l'habitude et la réalisation d'une prédiction

H4 : on s'attend à ce que les participants possédant une habitude faible expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant une habitude forte uniquement s'ils ont effectué une prédiction concernant le recyclage.

Effets d'interaction entre l'habitude et les normes subjectives

H5 : on s'attend à ce que les participants possédant une habitude faible expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant une habitude forte uniquement s'ils ont effectué une prédiction concernant le recyclage avec normes subjectives.

4. Résultats

Nous avons opté pour un traitement des données selon la méthode par régressions multiples (cf. Brauer, 2002; Frazier, Tix & Barron, 2004). Suivant cette procédure, la variable continue « Habitude » a été mise en forme centrée (HABFC) et la variable catégorielle « Prédiction » a été recodée en deux nouvelles variables correspondant aux contrastes orthogonaux. Un premier contraste, PREDC1 (-2, +1, +1, pour contrôle, prédiction sans normes subjectives, prédiction avec normes subjectives) teste les effets de la réalisation d'une prédiction (**H1**) et

un deuxième contraste, PREDC2 (0, -1, +1, pour contrôle, prédiction sans normes subjectives, prédiction avec normes subjectives) teste les effets des normes subjectives (**H2**). La variable HABFC teste les effets de l'habitude (**H3**). Nous avons ensuite créé deux variables d'interaction. La première, INTERFC1 (PREDC1 * HABFC) teste les effets d'interaction entre l'habitude et la réalisation d'une prédiction (**H4**) et la deuxième, INTERFC2 (PREDC2 * HABFC) teste les effets d'interaction entre l'habitude et les normes subjectives (**H5**). Nos variables dépendantes affectives (i.e., inconfort psychologique et affects positifs) et cognitives (i.e., attitude, certitude et ambivalence de l'attitude, importance et intention comportementale) ont été régressées sur ces cinq nouvelles variables[31].

4.1. Affects

La figure 13 ci-dessous présente les scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs observés pour les participants placés en condition contrôle, en condition de prédiction sans libre-choix et en condition de prédiction avec libre-choix.

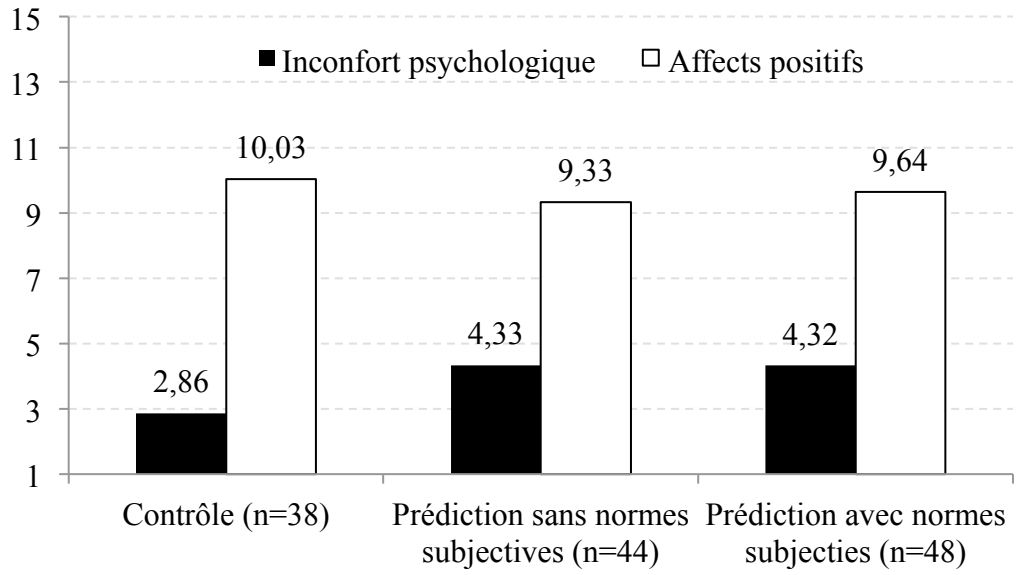

Figure 13. Scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs par condition expérimentale (expérience 4)

[31] Exemple d'équation de régression : INCONFORT = b_0 + b_1CROYFC + b_2PREDC1 + b_3PREDC2 + b_4INTERFC1 + b_5INTERFC2.

4.1.1. Inconfort psychologique

Les résultats montrent un effet significatif de la réalisation d'une prédiction sur l'inconfort psychologique, PREDC1, $b = .26$, $t(124) = 3.04$, $p < .01$. Les participants ayant effectué une prédiction éprouvent significativement plus d'inconfort psychologique ($M = 4.33$; $ET = 2.77$) que les participants du groupe contrôle ($M = 2.86$; $ET = 2.02$).

L'effet des normes subjectives sur l'inconfort psychologique n'est pas significatif, PREDC2, $b = -.00$, $t(124) = -.02$, $p = .99$.

L'habitude (standardisée) ne produit pas d'effet sur l'inconfort psychologique, $b = -.01$, $t(124) = -.18$, $p = .86$. La variable d'interaction entre l'habitude et la réalisation d'une prédiction n'est pas significative, INTERFC1, $b = .09$, $t(124) = 1.03$, $p = .30$.

La variable d'interaction entre l'habitude et les normes subjectives est significative sur l'inconfort psychologique, INTERFC2, $b = .18$, $t(124) = 2.14$, $p = .03$. Pour expliquer cet effet d'interaction, nous avons réalisé des régressions linéaires pour chacun des groupes expérimentaux en régressant l'inconfort psychologique sur l'habitude (cf. Figure 14).

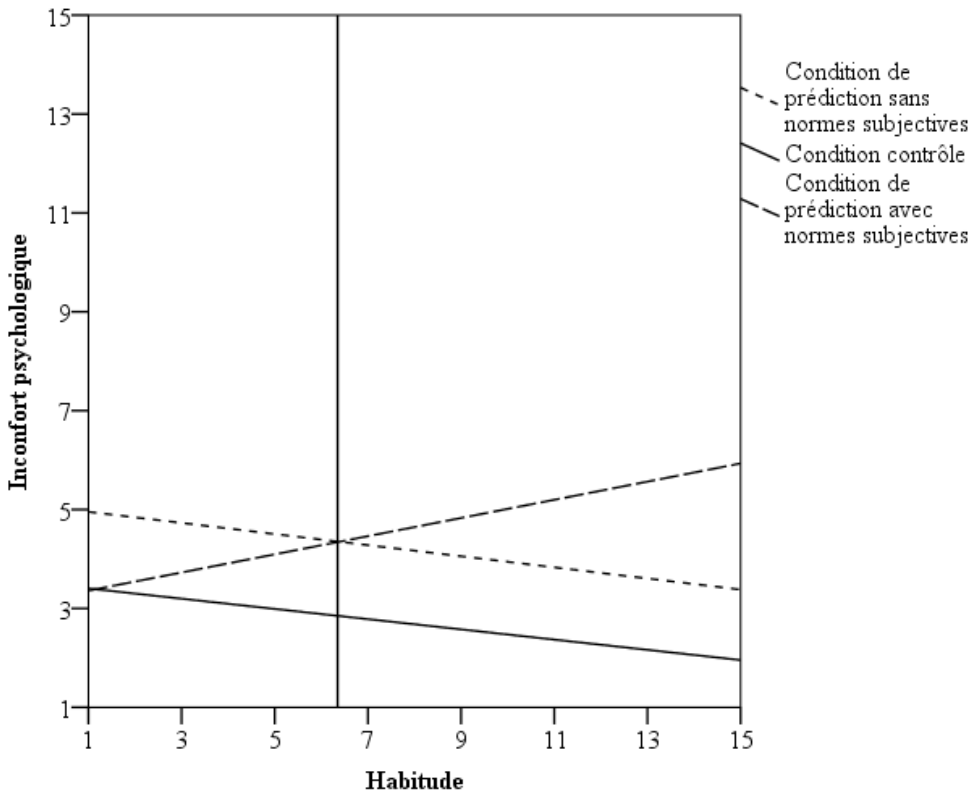

Figure 14. Régressions linéaires de l'inconfort psychologique sur l'habitude par condition expérimentale

L'habitude produit un effet tendanciellement significatif sur l'inconfort psychologique pour la condition de prédiction avec normes subjectives, $b = .27$, $t(46) = 1.88$, $p = .07$.

Pour la condition contrôle, $b = -.19$, $t(36) = -1.13$, $p = .26$, ainsi que la condition de prédiction sans normes subjectives, $b = -.15$, $t(42) = -1.00$, $p = .32$, cet effet n'est pas significatif.

4.1.2. Affects positifs

L'habitude (standardisée) n'est pas significative sur les affects positifs, $b = .11$, $t(124) = 1.24$, $p = .22$. Les variables de contraste, PREDC1, $b = -.11$, $t(124) = -1.20$, $p = .23$, et PREDC2, $b = .06$, $t(124) = .70$, $p = .48$, ainsi que les variables d'interaction, INTERFC1, $b = .12$, $t(124) = 1.34$, $p = .18$, et INTERFC2, $b = -.04$, $t(124) = -.44$, $p = .66$, ne sont pas significatives.

4.2. Mesures cognitives

4.2.1. Attitude

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur la mesure de l'attitude, $b = .33$, $t(124) = 3.88$, $p < .001$. Les participants possédant une habitude forte expriment une attitude plus favorable envers le recyclage que les participants possédant une habitude faible.

Les variables de contraste, PREDC1, $b = .08$, $t(124) = .99$, $p = .32$, et PREDC2, $b = -.01$, $t(124) = -.17$, $p = .87$, ainsi que les variables d'interaction, INTERFC1, $b = .07$, $t(124) = .86$, $p = .40$, et INTERFC2, $b = .06$, $t(124) = .72$, $p = .47$, ne sont pas significatives.

4.2.2. Certitude de l'attitude

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur la certitude de l'attitude, $b = .19$, $t(124) = 2.19$, $p = .03$. Les participants possédant une habitude forte expriment une plus grande confiance en leur attitude que les participants possédant une habitude faible.

Les variables de contraste, PREDC1, $b = .06$, $t(124) = .64$, $p = .52$, et PREDC2, $b = -.04$, $t(124) = .47$, $p = .64$, ainsi que les variables d'interactions, INTERFC1, $b = .01$, $t(124) = .14$, $p = .89$, et INTERFC2, $b = -.16$, $t(124) = -1.83$, $p = .07$, ne sont pas significatives.

4.2.3. Ambivalence de l'attitude

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur l'ambivalence ressentie envers l'attitude produite, b = -.17, $t(124)$ = -1.97, p = .05. Les participants possédant une habitude forte expriment moins d'ambivalence envers leur attitude que les participants possédant une habitude faible.

La variable de contraste opposant les participants ayant réalisé une prédiction au participant du groupe contrôle n'est pas significative, PREDC1, b = -.03, $t(124)$ = -.39, p = .70

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction avec et sans normes subjectives est tendanciellement significative sur la mesure de l'ambivalence de l'attitude, PREDC2, b = -.17, $t(124)$ = -1.91, p = .06. Les participants ayant effectué une prédiction sans normes subjectives expriment tendanciellement plus d'ambivalence (M = 5.84; ET = 4.23) que les participants ayant prédit leur comportement avec normes subjectives (M = 4.20; ET = 4.19).

Les variables d'interactions, INTERFC1, b = .04, $t(124)$ = .49, p = .62, et INTERFC2, b = .13, $t(124)$ = 1.47, p = .15, ne sont pas significatives.

4.2.4. Importance

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur l'importance accordée au recyclage, b = .52, $t(124)$ = 6.83, p < .001. Les participants possédant une habitude forte accordent plus d'importance au recyclage que les participants possédant une habitude faible.

Les variables de contraste, PREDC1, b = .02, $t(124)$ = .33, p = .74, et PREDC2, b = -.13, $t(124)$ = -1.73, p = .09, ainsi que les variables d'interaction, INTERFC1, b = -.01, $t(124)$ = -.13, p = .89, et INTERFC2, b = -.01, $t(124)$ = -.12, p = .90, ne sont pas significatives.

4.2.5. Intention comportementale

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur l'intention comportementale, b = .57, $t(124)$ = 7.69, p < .001. Les participants possédant une habitude forte expriment une intention de recycler plus élevée que les participants possédant une habitude faible.

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction à la condition contrôle, n'est pas significative, PREDC1, b = -.01, t(124) = -.15, p = .88.

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction avec et sans normes subjectives est significative sur l'intention comportementale, PREDC2, b = -.16, t(124) = -2.23, p = .03. Les participants ayant effectué une prédiction sans normes subjectives expriment une intention significativement plus élevée (M = 10.20; ET = 3.73) que celle des participants ayant prédit leur comportement sans normes subjectives (M = 8.39; ET = 4.91).

Les variables d'interaction, INTERFC1, b = .02, t(124) = .24, p = .81, et INTERFC2, b = -.04, t(124) = -.54, p = .59, ne sont pas significatives.

Le tableau 14 ci-dessous reprend les moyennes et écarts types observés par condition expérimentale pour chacune des variables dépendantes.

Tableau 14. Moyennes et écarts types observés par condition expérimentale, pour l'inconfort psychologique, les affects positifs, l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude exprimée, l'importance et l'intention comportementale (expérience 4).

	Contrôle (n = 38)		Prédiction sans normes subjectives (n = 44)		Prédiction avec normes subjectives (n = 48)	
	M	*ET*	*M*	*ET*	*M*	*ET*
Inconfort psychologique	2.86	2.02	4.33	2.77	4.33	2.79
Affects positifs	10.03	2.72	9.33	2.37	9.64	2.08
Attitude	12.29	2.51	12.86	2.38	12.71	2.97
Certitude	10.29	4.39	10.68	4.04	11.00	3.95
Ambivalence	5.39	4.40	5.84	4.24	4.21	4.20
Importance	9.10	4.22	10.18	4.18	8.67	4.60
Intention	9.32	3.79	10.20	3.73	8.39	4.91

Notes. Moyennes (M) et écarts types (ET). Les échelles vont de 1 (absolument pas/défavorable/pas du tout d'accord) à 15 (absolument/favorable/tout à fait d'accord).

4.3. Réponses à la requête de prédiction

Parmi les participants ayant effectué une prédiction sans normes subjectives, 68.20% d'entre eux (soit 30 participants sur 44) ont prédit qu'ils recycleraient leurs déchets. Parmi les participants ayant effectué une prédiction avec normes subjectives, 66.70% d'entre eux (soit 32 participants sur 48) ont fait la même prédiction. Le tableau 15 reprend les résultats sur la requête de prédiction.

Tableau 15. Réponses à la requête de prédiction selon la saillance ou non des normes subjectives.

	Prédiction sans normes subjectives (*n* = 44)		Prédiction avec normes subjectives (*n* = 48)	
	n	*%*	*n*	*%*
Oui, je recyclerai	30	68.20	32	66.70
Non, je ne recyclerai pas	14	31.80	14	29.20
Pas de réponse	0	0	2	4.20
Total	44	100	48	100

Notes. Effectifs (*n*) et pourcentage (*%*).

5. Discussion

Le premier objectif de cette expérience était de reproduire les résultats observés dans notre expérience 3 et de montrer que la réalisation d'une prédiction produit un inconfort psychologique caractéristique de l'état de dissonance cognitive. Nous avons fait l'hypothèse que les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique. Les résultats montrent que les participants ayant réalisé une prédiction ressentent plus d'inconfort psychologique que ceux du groupe contrôle. Selon Spangenberg et ses collaborateurs (2003, 2012), les auto-prophéties rendraient saillante une inconsistance cognitive opposant les croyances normatives aux comportements passés transgressifs. Nous souhaitions clarifier la présence de cette inconsistance d'une part en prenant en compte le comportement passé par une mesure de l'habitude et d'autre part en intégrant les normes subjectives dans la requête de prédiction.

Le concept d'habitude est couramment utilisé pour rendre compte du comportement passé (e.g., Aarts & Dijksterhuis, 2000; Aarts, Verplanken, & Knippenberg, 1998; Klöckner et al., 2003; Ouellette & Wood, 1998; Verplanken & Orbell, 2003). Un individu n'ayant pas l'habitude d'agir de manière conforme à ce qui est socialement attendu est considéré comme transgressif (Klöckner et al., 2003). Nous savons que l'état de dissonance requiert la présence

d'une inconsistance cognitive. Dans le cas des auto-prophéties, l'éveil de la dissonance reposerait notamment sur le caractère transgressif du comportement passé. Pour être en état de dissonance un individu devrait être transgressif, c'est-à-dire ne pas avoir l'habitude de pratiquer le recyclage. Nous avons fait l'hypothèse que l'habitude modère l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Par ailleurs, les normes subjectives qui renvoient au comportement adopté par la majorité (norme descriptive) et à ce qui est socialement désirable (norme injonctive) sont des déterminants du comportement pourvu qu'elles soient rendues focales, c'est-à-dire accessibles à l'individu lorsqu'il est sur le point d'agir (Cialdini, 2003; Cialdini et al., 1990, 1991). Nous nous attendions à ce que l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique soit plus important lorsque les normes subjectives sont rendues saillantes dans la requête de prédiction. En effet, l'inconsistance cognitive entre comportement passé et croyances normatives devrait davantage être saillante lorsque la requête de prédiction implique la présentation des normes subjectives.

Si les résultats montrent un effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique cet effet n'est modéré ni par l'habitude ni pas la saillance des normes subjectives. Ces résultats soulèvent une double interrogation : 1/ pourquoi les participants ayant une habitude faible n'expriment-ils pas un inconfort psychologique plus élevé que celui des participants ayant une habitude forte ? 2/ pourquoi la saillance des normes subjectives ne renforce-t-elle pas l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique ? Nous pensons que nos résultats renvoient à une résistance à l'information normative.

Spangenberg et al. (2003) montrent que l'inconfort psychologique généré par les auto-prophéties est réduit si on donne l'occasion à un individu de prédire le comportement d'autrui (i.e., « Pouvez-vous prédire que les autres recycleront... »). L'individu se dirait, par exemple, « *Les autres ne recyclent pas toujours, donc je ne suis pas si mauvais que ça* » (Spangenberg et al., 2003, p.54). Prédire le comportement d'autrui agirait comme un mode de réduction de la dissonance. Aussi, Spangenberg et al. (2012) montrent que la réalisation d'une prédiction peut biaiser l'évaluation du comportement d'autrui de sorte à davantage considérer les autres comme n'agissant pas en accord avec ce qui est socialement désirable. Autrement dit, les individus mis en situation de prédiction ont tendance à percevoir le comportement d'autrui comme étant plus transgressif qu'il n'est en réalité. Dans notre expérience, les normes subjectives étaient présentées au moyen de pourcentages indiquant qu'une majorité d'étudiants pratique le recyclage (norme descriptive) et que cette majorité considère ce comportement comme indispensable à la protection de l'environnement (norme injonctive).

Or, ces informations normatives sont susceptibles de permettre au participant de réduire la dissonance. Par exemple, McKimmie et al. (2003) présentent une étude sur la présentation d'informations normatives en situation de saillance des transgressions. On amenait les participants à affirmer leur attitude concernant la générosité en général avant de leur demander de se rappeler les dernières fois où ils ne se sont pas montrés généreux. Par la suite, on leur présentait des informations indiquant pour la condition de non-soutien de l'endogroupe que la majorité des étudiants de leur université faisaient régulièrement des actions charitables (i.e., faire des dons à des œuvres caritatives, offrir des verres à leurs amis et donner de l'argent aux sans-abris), et pour l'autre moitié (condition de soutien de l'endogroupe) que la majorité des étudiants ne se comportaient pas de manière généreuse. Lorsque l'attitude sur la générosité est mesurée, les résultats montrent que les participants qui ne soutiennent pas l'endogroupe (i.e., ceux dont les actions transgressent le comportement de la majorité) expriment une attitude significativement moins favorable que celle exprimée par les participants soutenant l'endogroupe (i.e., ceux dont les actions ne transgressent pas le comportement de la majorité). Pour McKimmie et ses collaborateurs (2003, 2009), le soutien social serait un moyen de réduire la dissonance. Par exemple, Matz et Wood (2005) montrent que le soutien social renforce l'attitude initiale en situation de dissonance. Ainsi, nous pensons que les participants de notre expérience ayant les habitudes les plus faibles résistent à l'information normative de sorte à réduire leur dissonance. Au regard des résultats de notre expérience, le recours aux normes subjectives ne permet pas de clarifier l'inconsistance cognitive rendue saillante par les auto-prophéties. Nous suggérons, par conséquent, pour nos prochaines expériences d'opposer la mesure de l'habitude à une mesure des croyances normatives telle que celle utilisée pour notre expérience 3.

Par ailleurs, nous nous attendions à ce que l'effet des auto-prophéties sur l'attitude et l'intention comportementale soit modéré par l'habitude et la saillance des normes subjectives. Nous montrons dans notre expérience 1 que les auto-prophéties produisent un ajustement cognitif : les participants expriment une attitude et une intention plus favorables envers le recyclage. Si cet ajustement cognitif correspond à un mode de réduction de la dissonance il ne devrait être observé que pour les participants dont les auto-prophéties rendent saillante une inconsistance cognitive entre le comportement passé et les croyances normatives (Spangenberg et al., 2003, 2012). Cependant les résultats ne montrent pas d'effet des auto-prophéties sur les mesures cognitives. Comme pour l'expérience 3, nous pensons que la simple mesure de l'inconfort psychologique est susceptible d'entraver le changement

d'attitude comme mode de réduction de la dissonance (cf. Lecrique, 2007). Ainsi, selon nous, l'effet des auto-prophéties sur l'attitude devrait être observé si la mesure de l'inconfort psychologique ne précédait pas celle de l'attitude.

En conclusion, l'expérience 4 montre que la réalisation d'une prédiction est source d'inconfort psychologique. Les hypothèses selon lesquelles l'habitude et les normes subjectives modèrent l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologie ne sont pas vérifiées. Nous pensons que ces résultats renvoient à un processus de résistance à l'information normative. Les participants auraient tendance à considérer les autres comme étant également transgressifs (cf. Spangenberg et al., 2003, 2012). La prise en compte dans une même expérience de l'habitude et des croyances normatives devrait permettre de clarifier la présence d'une inconsistance cognitive dans le paradigme des auto-prophéties. Si les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive, les effets sur l'inconfort psychologique devraient uniquement être observés dans le cas d'une inconsistance entre ces deux cognitions (i.e., habitude et croyances normatives).

En outre, ces mesures nous permettraient de calculer une variable inconsistance correspondant à l'écart entre l'habitude et le degré de croyances normatives. Par exemple, supposons qu'un individu réponde en moyenne 1 à l'échelle d'habitude (habitude faible) et en moyenne 15 aux items de croyances normatives (croyances normatives fortes). Dans ce cas, le score d'inconsistance entre l'habitude et les croyances normatives sera particulièrement élevé (15 - 1 = 14). Pour qu'un individu ressente de la dissonance en prédisant son comportement il ne doit pas agir en accord avec son système de croyances. Autrement dit, il doit posséder de fortes croyances normatives envers le comportement ciblé sans pour autant le réaliser. Ainsi, l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique ne devrait être observé que pour les participants possédant de fortes croyances normatives et n'ayant pas l'habitude de recycler.

L'expérience 5 propose de tester simultanément les effets de l'habitude et des croyances normatives dans le paradigme des auto-prophéties. La mesure de l'habitude permet de juger si le comportement d'un individu est transgressif, c'est-à-dire s'il n'agit pas en accord avec ce qui est socialement désirable (cf. Klöckner et al., 2003). Par ailleurs, la mesure des croyances normatives permet de savoir si un comportement un perçu comme étant socialement désirable par un individu (cf. Cialdini et al., 1990). Plus l'écart entre l'habitude et le degré de croyances normatives est élevé et plus l'inconsistance cognitive entre ces deux éléments (i.e., habitude et croyances normatives) devrait être important. Nous testerons l'hypothèse selon laquelle l'habitude et les croyances normatives modèrent l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Aussi, nous testerons si l'inconfort psychologique observé en situation de prédiction varie selon le degré d'inconsistance entre l'habitude et les croyances normatives.

Expérience 5 - Auto-prophéties : effets de l'habitude et des croyances injonctives et morales sur l'inconfort psychologique

1. Vue d'ensemble

Nos expériences 3 et 4 montrent que les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique. En effet, les résultats de ces expériences montrent que les participants mis en situation de prédiction éprouvent en moyenne plus d'inconfort psychologique que les participants n'ayant pas eu à prédire leur comportement de recyclage.

Nous souhaitons clarifier l'inconsistance cognitive rendue saillante par la réalisation d'une prédiction en prenant en compte le comportement passé et les croyances normatives concernant le recyclage. Selon Spangenberg et ses collaborateurs (2003, 2012) les auto-prophéties rendraient saillante une inconsistance entre ces deux cognitions (i.e., comportement passé et croyances normatives). En prédisant son comportement l'individu prendrait conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait. L'individu se dirait, par exemple : « *Je sais ce qu'une bonne personne doit faire et j'ai largement (ou complètement) omis de le faire* » (Spangenberg et al., 2003, p.59). Cette inconsistance cognitive serait source de dissonance appelant sa réduction par l'adoption du comportement (Spangenberg et al., 2003). Les croyances normatives et le comportement passé seraient des variables modératrices de l'effet des auto-prophéties. Si les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive, les effets sur l'inconfort psychologique devraient uniquement être observé lorsqu'un individu n'agit pas en accord avec ses croyances normatives, c'est-à-dire lorsque l'habitude est faible et les croyances normatives fortes.

Nous avons mesuré les croyances normatives dans notre expérience 3 en ayant recours à l'échelle de Sprott et al. (2003). Cependant, les résultats ne montrent pas une modération de l'effet des auto-prophéties par les croyances normatives. Selon nous, ces résultats s'expliquent par les items qui composent l'échelle de Sprott et al. (2003). Ces items permettent de mesurer les croyances descriptives, en référence au comportement de la majorité mais ne permettent pas la mesure des croyances injonctives et morales qui renvoient aux attentes sociales et au sentiment de responsabilité personnelle respectivement (Kaiser et al., 1999). Nous suggérons l'intervention des croyances injonctives et morales comme variables modératrices de l'effet des auto-prophéties. Par exemple, Chandon et al. (2011) montrent que l'effet des auto-

prophéties s'observe sur des comportements appartenant aux standards de conduites personnels. Ces derniers sont des références permettant de juger de la désirabilité sociale d'un comportement (cf. Schwartz, 1973). Selon Chandon et al. (2011), un individu modifie son comportement en situation de prédiction lorsqu'il prend conscience qu'il n'agit pas en accord avec son propre standard de conduite, c'est-à-dire lorsque la norme personnelle (aussi appelée norme morale) associée à ce comportement est forte. Néanmoins, à notre connaissance, aucune étude ne montre que les croyances injonctives et morales modèrent l'effet des auto-prophéties sur les affects de la dissonance.

Notre premier objectif sera de tester l'effet des croyances injonctives et morales (Cialdini et al., 1990, 1991; Kaiser et al., 1999; Schwartz, 1973) dans le paradigme des auto-prophéties. Par ailleurs, pour ressentir de la dissonance en situation de prédiction un individu doit être transgressif, c'est-à-dire ne pas agir en accord avec ce qui est socialement désirable (Spangenberg et al., 2012). Nous avons utilisé dans notre expérience 4 une mesure de l'habitude pour rendre compte du comportement passé (cf. Verplanken & Orbell, 2003). Un individu n'ayant pas l'habitude de pratiquer un comportement socialement désirable est considéré comme transgressif (cf. Klöckner et al., 2003).

Notre deuxième objectif est la prise en compte du comportement passé en situation de prédiction par une mesure de l'habitude. Si la transgression du comportement est nécessaire à l'effet des auto-prophéties, seuls les participants transgressifs, c'est-à-dire ceux n'ayant pas l'habitude de recycler, devraient ressentir de l'inconfort psychologique.

Enfin, la mesure des croyances injonctives et morales et de l'habitude dans une même expérience offre l'opportunité de clarifier la présence d'une inconsistance cognitive dans le paradigme des auto-prophéties. Par exemple, ces mesures nous permettent de calculer un degré d'inconsistance correspondant à l'écart entre le score moyen à l'échelle d'habitude et le score moyen aux items de croyances injonctives et morales. Un écart important entre ces deux mesures renvoie à un degré d'inconsistance élevé : l'individu serait particulièrement transgressif envers ce qui est socialement désirable. Aussi, plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et plus l'inconfort psychologique ressenti suite à la réalisation d'une prédiction devrait être important.

Pour éviter que l'habitude et les croyances injonctives et morales soient rendues saillantes au moment de la prédiction, nous avons effectué une mesure en deux temps (cf.

Tableau 16). Il s'agissait de nous assurer que les effets observés procèdent des auto-prophéties et non de la mesure de l'habitude ou des croyances injonctives et morales. Pour ce faire, pour la moitié des participants amenés à prédire leur comportement de recyclage, l'habitude était mesurée trois semaines avant la requête de prédiction et les croyances injonctives et morales juste avant la requête de prédiction. Pour l'autre moitié, ces mesures étaient inversées : l'habitude était mesurée juste avant la requête de prédiction et les croyances injonctives et morales trois semaines avant la requête de prédiction.

L'expérience comprend deux variables continues (i.e., croyances injonctives et morales, et habitude) et une variable catégorielle (i.e., prédiction).

Tableau 16. Conditions expérimentales de l'expérience 5 en fonction des étapes 1 et 2

Conditions	Etape 1	Etape 2
Contrôle	Mesure de l'habitude et des croyances injonctives et morales	Prédiction contrôle (cinéma)
Prédiction *croyances-habitude*	Mesure des croyances injonctives et morales	Mesure de l'habitude / Prédiction recyclage
Prédiction *habitude-croyances*	Mesure de l'habitude	Mesure des croyances injonctives et morales / Prédiction recyclage

Note. Les étapes 1 et 2 sont espacées de trois semaines.

Nous utilisons un plan factoriel 2 (Habitude: fortes versus faibles; traitée en tant que variable continue) x 3 (Prédiction: contrôle versus prédiction *croyances-habitude* versus prédiction *habitude-croyances*) pour les analyses selon l'habitude, puis un plan factoriel 2 (Croyances injonctives et morales: fortes versus faibles; traitée en tant que variable continue) x 3 (Prédiction: contrôle versus prédiction *croyances-habitude* versus prédiction *habitude-croyances*) pour les analyses selon les croyances injonctives et morales.

2. Méthode

2.1. Participants

136 étudiants (23 hommes et 113 femmes, $M_{\text{âge}}$ = 20 ans; *ET* = 4.22) inscrits en sciences humaines et sociales à l'université d'Aix-Marseille ont participé à cette expérience dans le cadre de la validation d'une unité d'enseignement.

2.2. Procédure

L'expérience se déroulait en deux temps. Dans la condition contrôle, les participants devaient répondre à un questionnaire mesurant l'habitude et les croyances injonctives et morales à l'égard du recyclage lors d'une première passation individuelle puis, trois semaines plus tard, prédire une sortie prochaine au cinéma. Dans la condition de prédiction *croyances-habitude*, les participants devaient répondre à un questionnaire sur les croyances injonctives et morales puis, trois semaines plus tard, revenir au laboratoire pour remplir une échelle d'habitude et prédire s'ils recycleraient leurs déchets. Enfin, dans la condition de prédiction *habitude-croyances*, les mesures étaient inversées : on demandait aux participants de remplir une échelle d'habitude lors d'une première passation individuelle puis, trois semaines plus tard, de revenir au laboratoire pour répondre à un questionnaire sur les croyances injonctives et morales et prédire s'ils recycleraient leurs déchets. Tous les participants étaient déclarés libres d'effectuer leur prédiction. Par la suite, les participants remplissaient une échelle d'affects comprenant une mesure de l'inconfort psychologique et des affects positifs (Norton et al., 2003; Vaidis & Gosling, 2011), suivie des mesures cognitives (i.e., attitude, certitude et ambivalence de l'attitude, importance et intention comportementale).

La consigne expérimentale permettait de manipuler la réalisation d'une prédiction concernant le recyclage. On présentait la consigne une fois que le participant était installé dans la salle d'expérimentation.

Consigne pour les conditions de prédiction (condition de prédiction *croyances-habitude* et condition de prédiction *habitude-croyances*) :

> *Cette question est facultative. Vous êtes donc tout à fait libre de répondre ou non à cette question, c'est à vous de voir.*
>
> *Une grande majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Nous avons tous l'opportunité de recycler certains de ces produits (bouteilles, cannettes, papiers, etc.).*
>
> *Pouvez-vous prédire que lorsque vous les utiliserez...*
>
> ***a.*** *Vous les recyclerez*
> ***b.*** *Vous ne les recyclerez pas*

Consigne pour la condition contrôle :

> *Cette question est facultative. Vous êtes donc tout à fait libre de répondre ou non à cette question, c'est à vous de voir.*
>
> *Il existe de nombreux cinémas à Aix-en-provence comme à Marseille permettant de voir les dernières oeuvres du 7ème art. Par exemple, sortiront prochainement, "X-men: Days of Future Past" (de Bryan Singer), "Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu ?" (de Philippe de Chauveron) et "Babysitting" (de Philippe Lacheau).*
>
> *Pouvez-vous prédire que...*
>
> ***a.*** *Vous irez au cinéma avant la fin de l'année*
> ***b.*** *Vous n'irez pas au cinéma avant la fin de l'année*

2.3. Matériel

2.3.1. Habitude

L'habitude était mesurée par l'échelle de Verplanken et Orbell (2003). Cette échelle comprend un total de 12 items allant chacun de 1 (*pas du tout d'accord*) à 15 (*tout à fait d'accord*). Les items utilisés sont identiques à ceux de notre expérience 4. Une analyse en composante principale révèle la présence d'un facteur unique expliquant 74.09% de la variance totale[32]. En accord avec l'unique facteur identifié, nous avons créé un index « Habitude » correspondant à la moyenne de chacun des items ($\alpha = .97$).

[32] Les itérations de chacun des items sont respectivement .91, .93, .93, .72, .93, .74, .93, .83, .77, .93, .83, et .82.

2.3.2. Croyances injonctives et morales

Les croyances injonctives et morales étaient mesurées à l'aide de 4 items allant chacun de 1 (*pas du tout d'accord*) à 15 (*tout à fait d'accord*). Deux items renvoient aux croyances injonctives (i.e., « *Les étudiants que je connais devraient recycler leurs déchets* » et « *Les étudiants que je connais devraient se sentir davantage concernés par le recyclage des déchets* ») en référence aux attentes sociales (items inspirés de Sprott et al., 2003) et deux items renvoient aux croyances morales (i.e., « *Je me sens responsable du recyclage de mes déchets* » et « *Je me sens responsable d'agir pour recycler les produits que je consomme* ») en référence au sentiment de responsabilité (items inspirés de Kaiser et al., 1999).

Une analyse en composante principale avec rotation Varimax révèle la présence d'un facteur unique expliquant 69.62% de la variance totale[33]. En accord avec l'unique facteur identifié, nous avons créé un index « Croyances injonctives et morales » correspondant à la moyenne de chacun des items (α = .85).

2.3.3. Affects

Nous avons utilisé l'échelle d'affects de Norton et al. (2003, Exp. 3) traduite en français par Vaidis et Gosling (2011). Cette échelle comprend un total de 6 items allant chacun de 1 (*absolument pas*) à 15 (*extrêmement*) et permet de distinguer l'inconfort psychologique des affects positifs. Une analyse en composante principale avec rotation Varimax révèle la présence de deux facteurs distincts expliquant respectivement 53.02% et 26.53% de la variance totale. En accord avec les deux facteurs identifiés[34], nous avons créé deux index correspondant à l'inconfort psychologique pour le premier (moyenne des items *gêné*, *mal à l'aise*, *embarrassé*; α = .91) et aux affects positifs pour le deuxième (moyenne des items *joyeux*, *bien*, *optimiste*; α = .82).

2.3.4. Mesures cognitives

L'attitude à l'égard du recyclage (« *Concernant la pratique du recyclage, je suis personnellement...* »), l'importance accordée à cette pratique (« *Il est important pour moi de*

[33] Les itérations de chacun des items après rotation sont respectivement .82, .85, .87, et .80.
[34] Les itérations de chacun des items après rotation sont respectivement -.14, .91, -.14, .92, -.14, et .90 pour le premier facteur et .88, -.12, .91, -.15, .74, et -.19 pour le deuxième facteur.

recycler les produits que je consomme »), la certitude (« *Je suis tout à fait certain de mon opinion envers la pratique du recyclage* ») et l'ambivalence envers l'attitude produite (« *Je ressens un certain conflit intérieur lorsque je pense au recyclage* »), ainsi que l'intention comportementale (« *J'ai l'intention de pratiquer le recyclage des déchets* ») étaient mesurées selon des échelles en 15 points allant de 1 (défavorable/pas du tout d'accord) à 15 (favorable/tout à fait d'accord).

3. Hypothèses

Effets de la réalisation d'une prédiction

H1 : on s'attend à ce que les participants ayant effectué une prédiction expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants du groupe contrôle.

Effets de l'habitude

H2 : on s'attend à ce que les participants possédant une habitude faible expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant une habitude forte. On s'attend également à ce que les participants possédant une habitude forte expriment une attitude et une intention plus favorables envers le recyclage que les participants possédant une habitude faible.

Effets des croyances injonctives et morales

H3 : on s'attend à ce que les participants possédant de fortes croyances injonctives et morales expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant de faibles croyances injonctives et morales. On s'attend également à ce que les participants possédant de fortes croyances injonctives et morales expriment une attitude et une intention plus favorables envers le recyclage que les participants possédant de faibles croyances injonctives et morales.

Effets d'interaction entre l'habitude et la réalisation d'une prédiction

H4 : on s'attend à ce que les participants possédant une habitude faible expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant une habitude forte, uniquement s'ils ont effectué une prédiction concernant le recyclage.

Effets d'interaction entre les croyances injonctives et morales et la réalisation d'une prédiction

H5 : on s'attend à ce que les participants possédant de fortes croyances injonctives et morales expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant de faibles croyances injonctives et morales, uniquement s'ils ont effectué une prédiction concernant le recyclage.

4. Résultats

Nous avons opté pour un traitement des données selon la méthode par régressions multiples (cf. Brauer, 2002 ; Frazier et al., 2004). Nous présenterons les résultats pour les traitements effectués selon l'habitude puis selon les croyances injonctives et morales.

4.1. Traitements selon l'habitude

La variable « Habitude » a été mise en forme centrée (HABFC) et la variable catégorielle « Prédiction » a été recodée en deux nouvelles variables de contraste. Un premier contraste, PREDC1 (-2, +1, +1, pour contrôle, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances*) teste les effets de la réalisation d'une prédiction (**H1**) et un deuxième contraste, PREDC2 (0, -1, +1, pour contrôle, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances*) contribue à la variance résiduelle. La variable HABFC teste les effets de l'habitude (**H2**). Nous avons ensuite créé deux variables d'interaction. La première, INTER-HAB1 (PREDC1 * HABFC) teste les effets d'interaction entre l'habitude et la réalisation d'une prédiction (**H4**) et la deuxième, INTER-HAB2 (PREDC2 * HABFC) contribue à la variance résiduelle. Nos variables dépendantes affectives (i.e., inconfort psychologique et affects positifs) et cognitives (i.e., attitude, certitude et ambivalence de l'attitude, importance et intention comportementale) ont été régressées sur ces cinq nouvelles variables[35].

[35] Exemple d'équation de régression : INCONFORT = b_0 + b_1HABFC + b_2PREDC1 + b_3PREDC2 + b_4INTER-HAB1 + b_5INTER-HAB2.

4.1.1. Affects

Inconfort psychologique

La figure 15 ci-dessous présente les scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs observés pour les participants placés en condition contrôle, en condition de prédiction *croyances-habitude* et en condition de prédiction *habitude-croyances*.

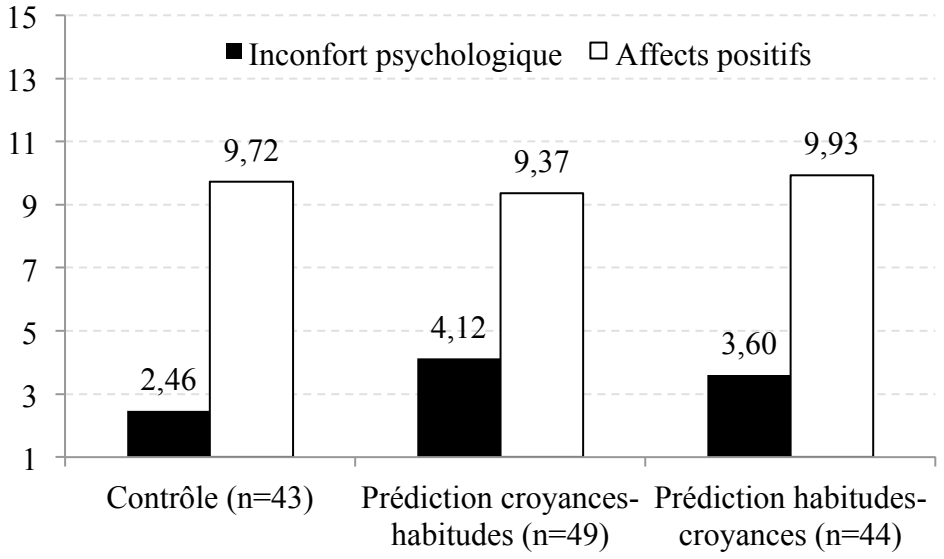

Figure 15. Scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs par condition expérimentale (expérience 5)

Les résultats montrent une effet de la réalisation d'une prédiction sur l'inconfort psychologique, PREDC1, $b = .22$, $t(130) = 2.67$, $p = .008$. Les participants ayant effectué une prédiction éprouvent significativement plus d'inconfort psychologique ($M = 4.12$; $ET = 3.22$ et $M = 3.60$; $ET = 3.28$) que celui des participants du groupe contrôle ($M = 2.46$; $ET = 1.76$).

La variable de contraste, PREDC2, n'est pas significative, $b = -.07$, $t(130) = -.93$, $p = .35$.

L'habitude (standardisée) produit un effet sur l'inconfort psychologique, $b = -.27$, $t(130) = -3.27$, $p = .001$. Les participants possédant une habitude faible ressentent significativement plus d'inconfort psychologique que les participants possédant une habitude forte.

La variable d'interaction entre l'habitude et la réalisation d'une prédiction est significative sur l'inconfort psychologique, INTER-HAB1, $b = -.209$, $t(130) = -2.58$, $p = .01$. La variable d'interaction contribuant à la variance résiduelle n'est pas significative, INTER-

HAB2, b = -.09, $t(130)$ = -1.06, p = .29. Pour expliquer cet effet d'interaction, nous avons réalisé des régressions linéaires pour chacun des groupes expérimentaux en régressant l'inconfort psychologique sur l'habitude (cf. Figure 16).

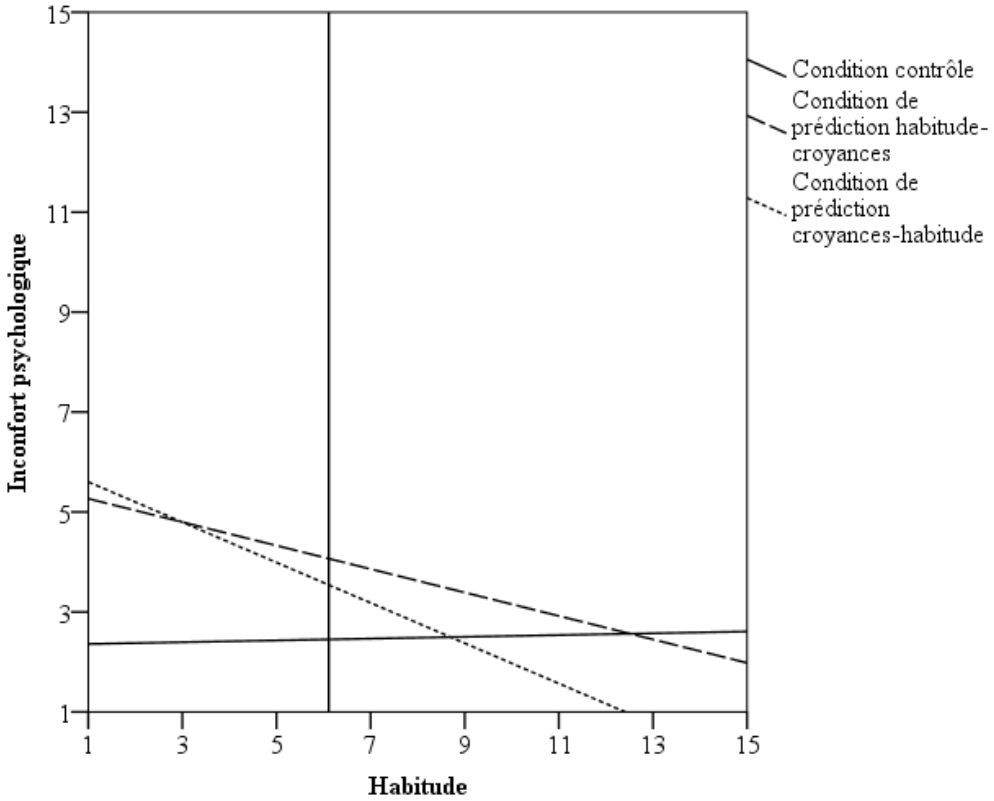

Figure 16. Régressions linéaires de l'inconfort psychologique sur l'habitude par condition expérimentale (expérience 5)

Les résultats montrent que l'habitude produit un effet significatif sur l'inconfort psychologique dans la condition de prédiction *habitude-croyances*, b = -.28, $t(47)$ = -1.99, p = .05, ainsi que dans la condition de prédiction *croyances-habitude*, b = -.42, $t(42)$ = -3.02, p < .01.

Dans la condition contrôle, l'effet de l'habitude sur l'inconfort psychologique n'est pas significatif, b = .04, $t(41)$ = .26, p = 79.

Ainsi, l'habitude produit-elle un effet sur l'inconfort psychologique si et seulement si les participants ont effectué une prédiction concernant le recyclage. Dans ce cas, (conditions de prédiction *habitude-croyances* et condition de prédiction *croyances-habitude*), les

participants possédant une habitude faible éprouvent un inconfort psychologique plus fort que celui des participants possédant une habitude forte.

Affects positifs

L'habitude (standardisée) ne produit pas d'effet significatif sur les affects positifs, b = .04, t(130) = .49, p = .62. Les variables de contraste, PREDC1, b = -.01, t(130) = -.17, p = .87, et PREDC2, b = .09, t(130) = 1.03, p = .31, ainsi que les variables d'interactions, INTER-HAB1, b = .10, t(130) = 1.20, p = 23, et INTER-HAB2, b = .03, t(130) = .38, p = .70, ne sont pas significatives.

4.1.2. Mesures cognitives

Attitude

L'habitude (standardisée) produit un effet sur l'attitude envers le recyclage, b = .34, t(130) = 4.16, p < .001. Les participants possédant une habitude forte expriment une attitude plus favorable envers le recyclage que les participants possédant une habitude faible.

Les variables de contraste, PREDC1, b = .03, t(130) = .42, p = .67, et PREDC2, b = -.01, t(130) = -.14, p = .89, ainsi que les variables d'interaction, INTER-HAB1, b = -.08, t(130) = -.93, p = .35, et INTER-HAB2, b = .01, t(130) = .11, p = .91, ne sont pas significatives.

Certitude de l'attitude

L'habitude (standardisée) produit un effet sur la certitude de l'attitude, b = .28, t(130) = 3.32, p < .01. Les participants possédant une habitude forte sont davantage certains de leur attitude envers le recyclage que les participants possédant une habitude faible.

Les variables de contraste, PREDC1, b = -.01, t(130) = -.17, p = .86, et PREDC2, b = -.09, t(130) = -1.12, p = .26, ainsi que les variables d'interaction, INTER-HAB1, b = -.11, t(130) = -1.28, p = .20, et INTER-HAB2, b = -.05, t(130) = -.63, p = .53, ne sont pas significatives.

Ambivalence de l'attitude

L'habitude (standardisée) produit un effet sur l'ambivalence de l'attitude, b = -.35, t(130) = -4.26, p < .001. Les participants possédant une habitude forte expriment moins d'ambivalence que les participants possédant une habitude faible.

La variable de contraste, PREDC1, b = .00, t(130) = .03, p = .97, n'est pas significative. La variable de contraste contribuant à la variance résiduelle, PREDC2, b = .19, t(130) = 2.41, p = .02, est significative sur l'ambivalence d'attitude. Les participants de la condition de prédiction *habitude-croyances* expriment significativement plus d'ambivalence (M = 7.50; ET = 5.09) que les participants de la condition de prédiction *croyances-habitude* (M = 5.22; ET = 4.73).

Les variables d'interaction, INTER-HAB1, b = .07, t(130) = .87, p = .39, et INTER-HAB2, b = -.02, t(130) = -.24, p = .81, ne sont pas significatives.

Importance

L'habitude (standardisée) produit un effet sur la mesure de l'importance, b = .68, t(130) = 10.75, p < .001. Les participants possédant une habitude forte accordent plus d'importance au recyclage que les participants possédant une habitude faible.

Les variables de contraste, PREDC1, b = -.05, t(130) = -.88, p = .38, et PREDC2, b = .03, t(130) = .56, p = .58, ainsi que les variables d'interaction, INTER-HAB1, b = .05, t(130) = .75, p = .45, et INTER-HAB2, b = -.10, t(130) = -1.53, p = .13, ne sont pas significatives.

Intention comportementale

L'habitude (standardisée) produit un effet sur l'intention comportementale, b = .65, t(130) = 9.88, p < .001. Les participants possédant une habitude forte expriment une intention de recycler plus élevée que celle des participants possédant une habitude faible.

Les variables de contraste, PREDC1, b = -.06, t(130) = -.94, p = .35, et PREDC2, b = .04, t(130) = .64, p = .52, ainsi que les variables d'interaction, INTER-HAB1, b = .08, t(130) = 1.28, p = .20, et INTER-HAB2, b = -.04, t(130) = -.55, p = .58, ne sont pas significatives.

4.2. Traitements selon les croyances injonctives et morales

La variable « Croyances injonctives et morales » a été mise en forme centrée (CROYFC) et la variable catégorielle « Prédiction » a été recodée en deux nouvelles variables de contraste. Un premier contraste, PREDC1 (-2, +1, +1, pour contrôle, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances*) teste les effets de la réalisation d'une prédiction (**H1**) et un deuxième contraste, PREDC2 (0, -1, +1, pour contrôle, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances*) contribue à la variance résiduelle. La variable CROYFC teste les effets de l'habitude (**H3**). Nous avons ensuite créé deux variables d'interaction. La première, INTER-CROY1 (PREDC1 * CROYFC) teste les effets d'interaction entre les croyances injonctives et morales et la réalisation d'une prédiction (**H5**) et la deuxième, INTER-CROY2 (PREDC2 * CROYFC) contribue à la variance résiduelle. Nos variables dépendantes affectives (i.e., inconfort psychologique et affects positifs) et cognitives (i.e., attitude, certitude et ambivalence de l'attitude, importance et intention comportementale) ont été régressées sur ces cinq nouvelles variables[36].

4.2.1. Affects

Inconfort psychologique

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction et la condition contrôle est significative sur l'inconfort psychologique, PREDC1, b = .22, $t(130)$ = 2.64, p < .01. Les participants ayant effectué une prédiction concernant le recyclage éprouvent un inconfort psychologique plus fort (M = 4.12; ET = 3.22 et M = 3.60; ET = 3.28) que celui des participants du groupe contrôle (M = 2.46; ET = 1.76).

Les croyances injonctives et morales (standardisées) ne sont pas significatives, b = .00, $t(130)$ = .06, p = .95. La variable de contraste contribuant à la variance résiduelle, PREDC2, b = -.07, $t(130)$ = -79, p = .43, ainsi que les variables d'interactions, INTER-CROY1, b = .07, $t(130)$ = .82, p = .41, et, INTER-CROY2, b = .07, $t(130)$ = .87, p = .39, ne sont pas significatives.

[36] Exemple d'équation de régression : INCONFORT = $b_0 + b_1$CROYFC + b_2PREDC1 + b_3PREDC2 + b_4INTER-CROY1 + b_5INTER-CROY2.

Affects positifs

Les croyances injonctives et morales (standardisées) ne sont pas significatives, $b = .04$, $t(130) = .50$, $p = .62$. Les variables de contraste, PREDC1, $b = -.02$, $t(130) = -.21$, $p = .83$, et PREDC2, $b = .09$, $t(130) = 1.07$, $p = .29$, ainsi que les variables d'interaction, INTER-CROY1, $b = .12$, $t(130) = 1.35$, $p = .18$, et INTER-CROY2, $b = -.10$, $t(130) = -1.21$, $p = .23$, ne sont pas significatives.

4.2.2. Mesures cognitives

Attitude

Les croyances injonctives et morales (standardisées) produisent un effet significatif sur la mesure de l'attitude, $b = .51$, $t(130) = 6.80$, $p < .001$. Les participants possédant de fortes croyances injonctives et morales présentent une attitude plus favorable envers le recyclage que les participants possédant de faibles croyances injonctives et morales.

Les variables de contraste, PREDC1, $b = .03$, $t(130) = .41$, $p = .68$, et PREDC2, $b = .01$, $t(130) = .17$, $p = .86$, ainsi que les variables d'interactions, INTER-CROY1, $b = -.10$, $t(130) = -1.36$, $p = .18$, et INTER-CROY2, $b = -.11$, $t(130) = -1.50$, $p = .14$, ne sont pas significatives.

Certitude de l'attitude

Les croyances injonctives et morales (standardisées) produisent un effet significatif sur la mesure de la certitude de l'attitude, $b = .46$, $t(130) = 5.96$, $p < .001$. Les participants possédant de fortes croyances injonctives et morales sont davantage certains de leur attitude envers le recyclage que les participants possédant de faibles injonctives et morales.

Les variables de contraste, PREDC1, $b = -.02$, $t(130) = -.20$, $p = .84$, et PREDC2, $b = -.07$, $t(130) = -.86$, $p = .39$, ainsi que les variables d'interactions, INTER-CROY1, $b = -.09$, $t(130) = -1.14$, $p = .25$, et INTER-CROY2, $b = -.04$, $t(130) = -.55$, $p = .59$, ne sont pas significatives.

Ambivalence de l'attitude

Les croyances injonctives et morales (standardisées) ne produisent pas d'effet sur l'ambivalence de l'attitude, b = -.10, $t(130)$ = -1.23, p = .22. Le premier contraste, PREDC1, b = .03, $t(130)$ = .30, p = .76, n'est pas significatif.

Le deuxième contraste opposant les conditions de prédiction *croyances-habitude* et *habitude-croyances* est significatif sur la mesure de l'ambivalence de l'attitude, PREDC2, b = .19, $t(130)$ = 2.19, p = .03. Les participants de la condition de prédiction *habitude-croyances* expriment significativement plus d'ambivalence (M = 7.50; ET = 5.09) que les participants de la condition de prédiction *croyances-habitude* (M = 5.22; ET = 4.73).

Les variables d'interaction, INTER-CROY1, b = .01, $t(130)$ = .13, p = .89, et INTER-CROY2, b = .03, $t(130)$ = .40, p = .69, ne sont pas significatives.

Importance

Les croyances injonctives et morales (standardisées) produisent un effet significatif sur l'importance accordée au recyclage, b = .69, $t(130)$ = 10.97, p < .001. Les participants possédant de fortes croyances injonctives et morales accordent plus d'importance au recyclage que les participants possédant de faibles croyances injonctives et morales.

Les variables de contraste, PREDC1, b = -.07, $t(130)$ = -1.07, p = .28, et PREDC2, b = .08, $t(130)$ = 1.31, p = .19, ainsi que les variables d'interactions, INTER-CROY1, b = -.05, $t(130)$ = -.80, p = .43, et INTER-CROY2, b = -.06, $t(130)$ = -1.01, p = .31, ne sont pas significatives.

Intention comportementale

Les croyances injonctives et morales (standardisées) produisent un effet significatif sur l'intention comportementale, b = .57, $t(130)$ = 8.10, p < .001. Les participants possédant de fortes croyances injonctives et morales ont davantage l'intention de recycler que les participants possédant de faibles croyances injonctives et morales.

Les variables de contraste, PREDC1, b = -.08, $t(130)$ = -1.15, p = .25, et PREDC2, b = .08, $t(130)$ = 1.15, p = .25, ainsi que les variables d'interactions, INTER-CROY1, b = .04,

$t(130) = .55$, *58*, et INTER-CROY2, $b = -.12$, $t(130) = -1.72$, $p = .09$, ne sont pas significatives.

Le tableau 17 ci-dessous reprend les moyennes et écarts types observés par condition expérimentale pour chacune des variables dépendantes.

Tableau 17. Moyennes et écarts types observés par condition expérimentale, pour l'inconfort psychologique, les affects positifs, l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude exprimée, l'importance et l'intention comportementale (expérience 5).

	Contrôle (n = 43)		Prédiction croyances-habitude (n = 49)		Prédiction habitude-croyances (n = 44)	
	M	*ET*	*M*	*ET*	*M*	*ET*
Inconfort psychologique	2.46	1.76	4.12	3.22	3.60	3.28
Affects positifs	9.72	2.59	9.37	2.53	9.93	2.74
Attitude	13.39	2.15	13.44	2.03	13.39	1.92
Certitude	12.28	2.67	12.35	3.06	11.70	3.22
Ambivalence	6.05	4.69	5.22	4.73	7.50	5.10
Importance	10.23	3.76	9.16	4.31	9.59	3.82
Intention	11.23	3.29	10.20	4.19	10.64	3.45

Note. Moyennes (*M*) et écarts types (*ET*). Les échelles vont de 1 (absolument pas/défavorable/pas du tout d'accord) à 15 (absolument/favorable/tout à fait d'accord).

4.3. Réponses à la requête de prédiction

Parmi les participants attribués à la condition de prédiction *croyances-habitude*, 51.02% d'entre eux (soit 25 participants sur 49) ont prédit qu'ils recycleraient leurs déchets. Parmi les participants attribués à la condition de prédiction *habitude-croyances*, 52.27% d'entre eux (soit 23 participants sur 44) ont fait la même prédiction. Le tableau 18 reprend les résultats sur la requête de prédiction.

Tableau 18. Réponses à la requête de prédiction selon la saillance ou non des normes subjectives.

	Prédiction *croyances-habitude* (n = 49)		Prédiction *habitude-croyances* (n = 44)	
	n	*%*	*n*	*%*
Oui, je recyclerai	25	51.02	23	52.27
Non, je ne recyclerai pas	20	40.82	17	38.63
Pas de réponse	4	8.16	4	9.10
Total	49	100	44	100

Notes. Effectifs (n) et pourcentage (*%*).

4.4. Analyse de médiation

Nous avons effectué une série de régressions pour déterminer si l'effet de l'habitude sur l'inconfort psychologique était médiatisé par les croyances injonctives et morales. L'habitude est positivement associée aux croyances injonctives et morales, b = .23, t(134) = 4.36, p = .001. Il est également montré que les croyances injonctives et morales déterminent l'inconfort psychologique, b = .24, t(134) = 2.37, p = .02. Nous avons alors réalisé une analyse de médiation de l'effet de l'habitude sur l'inconfort psychologique par les croyances injonctives et morales en ayant recours à la méthode du bootstrap (MacKinnon, Lockwood, & Williams, 2004; Preacher & Hayes, 2004). L'intervalle de confiance à 95% de l'effet indirect a été obtenu avec 5000 échantillons au bootstrap (Preacher & Hayes, 2008; Hayes, 2009). Les résultats de l'analyse de médiation confirment le rôle médiateur des croyances injonctives et morales dans la relation entre l'habitude et l'inconfort psychologique, b = -.26, t(134) = -3.79, p = .001. Par ailleurs, si on contrôle les croyances injonctives et morales, l'effet direct de l'habitude sur l'inconfort psychologique reste significatif, b = -.20, t(134) = -3.09, p = .002, révélant la présence d'une médiation partielle. Les résultats sont présentés dans la Figure 17 ci-dessous.

Ainsi, les croyances injonctives et morales (i.e., en référence aux attentes sociales et au sentiment d'obligation morale et personnelle) médiatisent-elles la relation entre habitude et inconfort psychologique.

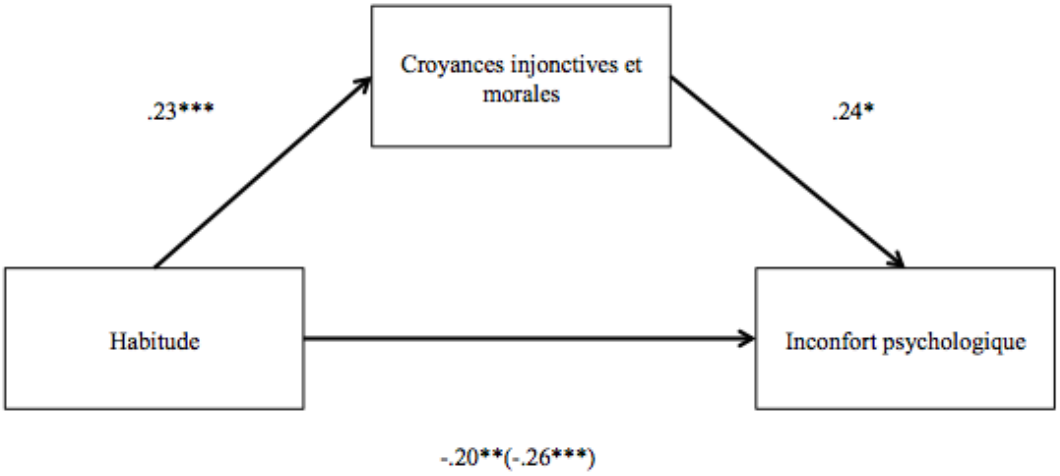

Figure 17. Effet indirect de l'habitude sur l'inconfort psychologique par les croyances injonctives et morales

Notes. *$p < .05$, **$p < .01$, ***$p < .001$

4.5. Variable inconsistance

Nous avons créé une variable inconsistance en soustrayant pour chaque participant son score moyen aux items de croyances injonctives et morales à son score moyen à l'échelle d'habitude. Par exemple, pour un participant ayant répondu en moyenne 15 aux items de croyances injonctives et morales et 1 à l'échelle d'habitude, son score d'inconsistance est de 14 (15 - 1 = 14). Ce participant n'agit pas de manière conforme à ce qu'il pense devoir faire, il possède un score d'inconsistance particulièrement élevé. Suivant ce calcul, la variable inconsistance présente pour chaque participant un score pouvant aller de -14 (inconsistance très faible) à 14 (inconsistance très forte).

Nous avons renouvelé nos traitements par régressions multiples suivant cette nouvelle variable. La variable inconsistance a été mise en forme centrée (INCFC) et nous avons conservé les deux variables correspondant aux contrastes orthogonaux, PREDC1 (-2, +1, +1, pour contrôle, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances*) et PREDC2 (0, -1, +1, pour contrôle, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances*). Les interactions entre ces deux contrastes et la variable inconsistance mise en forme centrée seront testées au moyen de deux nouvelles variables d'interaction, INTER-INC1 (PREDC1 * INCFC) et INTER-INC2 (PREDC2 * INCFC). Nos variables dépendantes affectives (i.e., inconfort psychologique et affects positifs) et cognitives (i.e., attitude, certitude et

ambivalence de l'attitude, importance et intention comportementale) ont été régressées sur ces cinq nouvelles variables[37].

4.5.1. Affects

Inconfort psychologique

La variable inconsistance (standardisée) produit un effet significatif sur l'inconfort psychologique, $b = .27$, $t(130) = 3.56$, $p = .001$. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et plus les participants éprouvent un inconfort psychologique fort.

Le premier contraste, PREDC1, $b = .23$, $t(130) = 2.94$, $p = .004$, produit un effet significatif sur l'inconfort psychologique, alors que le deuxième contraste, PREDC2, contribuant à la variance résiduelle, n'est pas significatif, $b = -.04$, $t(130) = -.55$, $p = .59$. Les participants ayant effectué une prédiction ressentent plus d'inconfort psychologique que les participants du groupe contrôle.

L'interaction entre la variable inconsistance et le premier contraste est significative, INTER-INC1, $b = .28$, $t(130) = 3.67$, $p < .001$, alors que l'interaction avec le deuxième contraste, contribuant à la variance résiduelle, n'est pas significative, INTER-INC2, $b = .09$, $t(130) = 1.23$, $p = .22$. Pour expliquer cet effet d'interaction nous avons réalisé des régressions linaires pour chacun des groupes expérimentaux en régressant l'inconfort psychologique sur la variable inconsistance (cf. Figure 18).

[37] Exemple d'équation de régression pour les traitements suivant la variable inconsistance : INCONFORT = b_0 + b_1INCFC + b_2PREDC1 + b_3PREDC2 + b_4INTER-INC1 + b_5INTER-INC2.

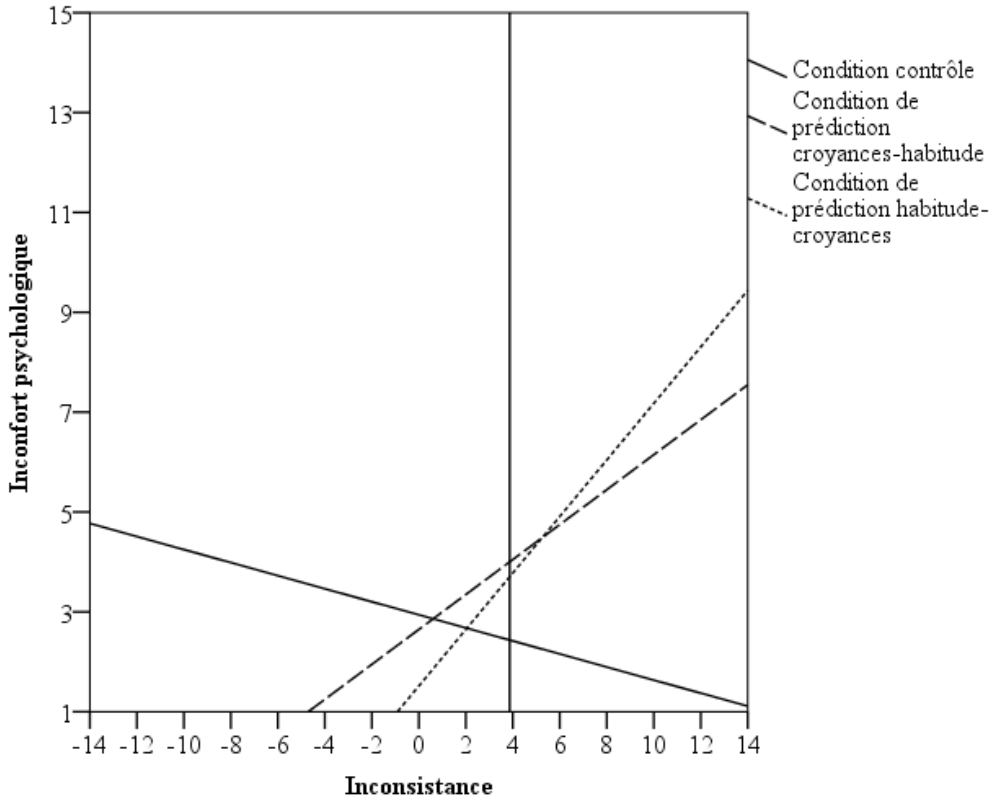

Figure 18. Régressions linéaires de l'inconfort psychologique sur l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales par conditions expérimentales (expérience 5)

Les résultats montrent que la variable inconsistance produit un effet sur l'inconfort psychologique dans la condition de prédiction *croyances-habitude*, $b = .34$, $t(47) = 2.35$, $p = .02$, ainsi que dans la condition de prédiction *habitude-croyances*, $b = .56$, $t(42) = 4.42$, $p < .000$.

En revanche, cette variable ne produit pas d'effet significatif sur l'inconfort psychologique pour la condition contrôle, $b = -.22$, $t(41) = -1.46$, $p = .15$.

Parmi les participants ayant effectué une prédiction, ceux dont l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée ressentent significativement plus d'inconfort psychologique que ceux dont l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est faible.

Affects positifs

La variable inconsistance (standardisée) n'est pas significative sur les affects positifs, $b = .01$, $t(130) = .13$, $p = .89$. Les variables de contraste, PREDC1, $b = -.02$, $t(130) = -.21$, $p = .83$, et PREDC2, $b = .09$, $t(130) = 1.07$, $p = .29$, ainsi que les variables d'interaction, INTER-INC1, $b = -.01$, $t(130) = -.06$, $p = .95$, et INTER-INC2, $b = -.13$, $t(130) = -1.47$, $p = .14$, ne sont pas significatives.

4.5.2. Mesures cognitives

Attitude

La variable inconsistance (standardisée) n'est pas significative sur l'attitude, $b = .07$, $t(130) = .87$, $p = .39$. Les variables de contraste, PREDC1, $b = -.00$, $t(130) = .01$, $p = .99$, et PREDC2, $b = -.00$, $t(130) = -.01$, $p = .99$, ainsi que les variables d'interaction, INTER-INC1, $b = .03$, $t(130) = .31$, $p = .76$, et INTER-INC2, $b = -.09$, $t(130) = -1.09$, $p = .28$, ne sont pas significatives.

Certitude de l'attitude

La variable inconsistance (standardisée) n'est pas significative sur la certitude de l'attitude, $b = .09$, $t(130) = 1.03$, $p = .30$. Les variables de contraste, PREDC1, $b = -.04$, $t(130) = -.45$, $p = .65$, et PREDC2, $b = -.08$, $t(130) = -.92$, $p = .36$, ainsi que les variables d'interaction, INTER-INC1, $b = .06$, $t(130) = .69$, $p = .49$, et INTER-INC2, $b = .03$, $t(130) = .37$, $p = .71$, ne sont pas significatives.

Ambivalence de l'attitude

La variable inconsistance (standardisée) produit un effet significatif sur l'ambivalence de l'attitude, $b = .33$, $t(130) = 4.11$, $p < .001$. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et plus les participants expriment de l'ambivalence envers leur attitude.

La variable de contraste, PREDC1, b = -.01, t(130) = .17, p = .86, n'est pas significative. La variable de contraste, PREDC2, contribuant à la variance résiduelle est significative, b = .21, t(130) = 2.58, p = .01. Les participants de la condition de prédiction *habitude-croyances* expriment significativement plus d'ambivalence (M = 7.50; ET = 5.09) que les participants de la condition de prédiction *croyances-habitude* (M = 5.22; ET = 4.73).

Les variables d'interaction, INTER-INC1, b = -.14, t(130) = -1.69, p = .09, et INTER-INC2, b = .01, t(130) = .11, p = .91, ne sont pas significatives.

Importance

La variable inconsistance (standardisée) produit un effet significatif sur l'importance accordée au recyclage, b = -.16, t(130) = -1.93, p = .06. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est faible et plus les participants accordent de l'importance au recyclage.

Les variables de contraste, PREDC1, b = -.09, t(130) = -1.05, p = .29, et PREDC2, b = .03, t(130) = .32, p = .75, ainsi que les variables d'interaction, INTER-INC1, b = -.05, t(130) = -.63, p = .53, et INTER-INC2, b = .14, t(130) = 1.16, p = .11, ne sont pas significatives.

Intention comportementale

La variable inconsistance (standardisée) produit un effet significatif sur l'intention comportementale, b = -.23, t(130) = -2.76, p = .007. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est faible et plus les participants ont l'intention de recycler.

Les variables de contraste, PREDC1, b = -.09, t(130) = -1.10, p = .27, et PREDC2, b = .03, t(130) = .38, p = .71, ainsi que les variables d'interaction, INTER-INC1, b = .00, t(130) = .02, p = .98, et INTER-INC2, b = .01, t(130) = .17, p = .86, ne sont pas significatives.

5. Discussion

Notre première hypothèse concernait l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Les résultats confirment ceux de nos expériences précédentes (i.e., expériences 3 et 4) et montrent que les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique. Les participants

ayant effectué une prédiction ressentent en moyenne significativement plus d'inconfort psychologique que les participants du groupe contrôle. Les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive en rendant saillante une inconsistance entre le comportement passé et les croyances normatives (Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003, 2012). En prédisant son comportement un individu prendrait conscience qu'il n'agit pas toujours en accord avec ce qui est socialement désirable. Notre expérience avait pour principal objectif de clarifier la relation d'inconsistance rendue saillante par les auto-prophéties.

Nous avons pris en compte le comportement passé en ayant recours à une mesure de l'habitude (Verplanken & Orbell, 2003). Un individu n'ayant pas l'habitude de pratiquer un comportement socialement désirable est un individu transgressif (cf. Klöckner et al., 2003). Ainsi, les auto-prophéties devraient-elles produire un effet sur l'inconfort psychologique uniquement pour les participants transgressifs, c'est-à-dire pour ceux n'ayant pas l'habitude de recycler. Les résultats montrent un effet de l'habitude sur l'inconfort psychologique : les participants possédant une habitude faible éprouve un inconfort psychologique plus élevé que ceux possédant une habitude forte. Les résultats montrent que l'habitude modère l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. L'habitude produit un effet sur l'inconfort psychologique uniquement en condition de prédiction. Parmi les participants ayant effectué une prédiction seuls ceux n'ayant pas l'habitude de recycler ressentent un inconfort psychologique. Autrement dit, les auto-prophéties rendent saillante une inconsistance cognitive impliquant le comportement passé. Lorsqu'un individu n'agit pas en accord avec ce qui est socialement désirable, il a tendance à éprouver de l'inconfort psychologique, caractéristique de l'état de dissonance cognitive (Festinger, 1957).

Par ailleurs, nous avons formulé l'hypothèse selon laquelle les croyances injonctives et morales, qui renvoient aux attentes sociales et au sentiment d'obligation morale et personnelle (cf. Cialdini et al., 1990, 1991; Kaiser et al., 1999) seraient impliquées dans l'effet des auto-prophéties. On s'attendait à ce que l'inconfort psychologique le plus fort soit observé chez les participants percevant une obligation morale au recyclage des déchets. Par exemple, Chandon et al. (2011) montrent que l'effet des auto-prophéties est observé sur des comportements appartenant aux standards de conduites personnels (cf. Schwartz, 1973). Les croyances injonctives et morales seraient une référence permettant à l'individu effectuant une prédiction de juger le caractère transgressif de son comportement passé. Les résultats de notre expérience ne montrent pas l'effet des croyances injonctives et morales sur l'inconfort psychologique : parmi les participants ayant réalisé une prédiction ceux associant de fortes

croyances injonctives et morales au recyclage n'éprouvent pas plus d'inconfort psychologique que les autres participants. Néanmoins, une analyse de médiation montre que la relation entre l'habitude et l'inconfort psychologique est partiellement médiatisée par les croyances injonctives et morales. En d'autres termes, les croyances injonctives et morales permettent d'expliquer une part significative de l'effet de l'habitude sur l'inconfort psychologique. Les participants n'ayant pas l'habitude de recycler ressentent de l'inconfort psychologique notamment lorsqu'ils possèdent de fortes croyances injonctives et morales. Autrement dit, en absence de croyances injonctives et morales, l'effet de l'habitude sur l'inconfort psychologique serait moins important. Ainsi, l'habitude et les croyances injonctives et morales sont-elles impliquées dans l'effet des auto-prophéties. La dissonance est éveillée en situation de prédiction lorsqu'un individu n'agit pas en accord avec ses standards de conduites personnels, c'est-à-dire lorsqu'il n'a pas l'habitude de réaliser un comportement pour lequel il ressent un sentiment d'obligation morale et personnelle (i.e., croyances injonctives et morales).

La mesure de l'habitude et des croyances injonctives et morales dans une même expérience nous permet d'approfondir l'étude de la relation d'inconsistance rendue saillante dans les auto-prophéties. Nous avons proposé la création d'une variable inconsistance correspondant à l'écart entre l'habitude et les croyances injonctives et morales. Un individu n'ayant pas l'habitude d'agir en accord avec son système de croyances possède un score d'inconsistance particulièrement fort. A l'inverse, pour un individu ayant l'habitude de recycler et possédant de fortes croyances injonctives et morales, le score d'inconsistance est relativement faible. Nous savons que la dissonance repose sur la présence d'une inconsistance cognitive (cf. Festinger, 1957). Si les auto-prophéties rendent saillante une inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales, plus cette inconsistance est élevée et plus l'inconfort psychologique éprouvé devrait être fort. De surcroît, l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales devrait être rendue saillante uniquement en situation de prédiction.

Nous avons renouvelé nos analyses (i.e., méthode par régressions multiples) pour tester les effets de notre variable inconsistance sur l'inconfort psychologique. Les résultats montrent que la variable inconsistance produit un effet significatif sur l'inconfort psychologique. En effet, les participants dont l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est forte éprouvent significativement plus d'inconfort psychologique que ceux dont

cette inconsistance est faible. L'inconfort psychologique dépend du degré d'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales : les résultats montrent que l'effet de notre variable inconsistance sur l'inconfort psychologique est uniquement observé en situation de prédiction. Nous pensons que les auto-prophéties rendent d'autant plus saillante une inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales lorsque cette inconsistance est forte. Autrement dit, en prédisant son comportement un individu prendrait davantage conscience qu'il n'agit pas en accord avec ce qui est socialement désirable lorsque l'écart entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est particulièrement important.

En conclusion, nos résultats vont dans le sens d'une introduction des auto-prophéties dans le champ de la dissonance cognitive. Nous montrons que la réalisation d'une prédiction est source d'inconfort psychologique. Nous montrons également que cet effet est uniquement observé chez les participants n'ayant pas l'habitude de recycler et possédant de fortes croyances injonctives et morales. L'effet de l'habitude sur l'inconfort psychologique est partiellement médiatisé par les croyances injonctives et morales suggérant l'implication de ces deux cognitions dans l'effet des auto-prophéties. Enfin, le degré d'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales modère l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Parmi les participants ayant réalisé une prédiction, ceux dont l'inconsistance est forte éprouvent plus d'inconfort psychologique que ceux dont l'inconsistance est faible.

Se pose désormais la question de savoir comment cet inconfort psychologique généré en situation de prédiction peut être réduit. Nous savons qu'il existe plusieurs modes de réduction de la dissonance (cf. Denizeau et al., 2009). Ces modes de réduction fonctionnent le plus souvent par la modification des cognitions inconsistances (e.g., changement d'attitude) ou par l'ajout de nouvelles cognitions (e.g., justification du comportement).

Notre expérience 6 propose de reproduire ces résultats en testant les effets d'un mode de réduction de la dissonance dans le paradigme des auto-prophéties. Si l'inconfort psychologique généré par la réalisation d'une prédiction relève de la dissonance cognitive, il devrait être réduit par la mise en place d'un mode de réduction de la dissonance. Parmi l'ensemble des modes de réduction de la dissonance, notre préférence porte sur la justification du comportement passé (Fointiat et al., 2013). Ce mode de réduction consiste à demander à un individu de justifier son comportement en précisant par exemple, « pourquoi » il a agi de la sorte. Notre expérience 6 teste les effets de la justification du comportement passé en situation de prédiction.

.

Expérience 6 - Auto-prophéties : effets de l'habitude, des croyances injonctives et morales et de la justification sur l'inconfort psychologique

1. Vue d'ensemble

L'expérience 6 contribue à approfondir la compréhension de l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Notre objectif est double. Premièrement, il s'agit de tester si 1/ les croyances injonctives et morales (Cialdini et al., 1990; Kaiser et al., 1999) et 2/ l'habitude (Verplanken & Orbell, 2003) concernant le recyclage sont susceptibles de modérer l'effet des auto-prophéties. Réaliser une prédiction serait source de dissonance en rendant saillante une inconsistance cognitive entre le comportement passé et les croyances normatives (Spangenberg et al., 2003, 2012). Nous montrons dans notre expérience 5 que l'habitude, qui permet de rendre compte du comportement passé (Verplanken & Orbell, 2003), modère l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Ainsi, les auto-prophéties sont-elles source d'inconfort psychologique uniquement pour les participants n'ayant pas l'habitude de recycler. Seuls les participants transgressifs, c'est-à-dire ceux n'ayant pas l'habitude de recycler prendraient conscience qu'ils n'agissent pas toujours comme ils le devraient. Par ailleurs, nous avons suggéré dans notre expérience 5 que les auto-prophéties opposent le comportement passé aux croyances injonctives et morales, qui renvoient aux attentes sociales et au sentiment de responsabilité personnelle (Kaiser et al., 1999). Chandon et al. (2011) montrent que les auto-prophéties augmentent la probabilité de réaliser un comportement si ce dernier appartient aux standards de conduites personnels. Ces standards sont des références permettant de juger de la désirabilité sociale d'un comportement (cf. Schwartz, 1973). Un individu prédisant son comportement et n'ayant pas l'habitude de le réaliser prendrait conscience d'être transgressif, c'est-à-dire de ne pas agir en accord avec ses croyances injonctives et morales. Autrement dit, une situation de prédiction amènerait le participant à se demander d'une part quel comportement il a l'habitude d'adopter dans cette situation (comportement passé) et d'autre part si ce comportement est socialement désirable (croyances injonctives et morales). Répondre à une question de prédiction permettrait au participant de savoir s'il transgresse ses croyances injonctives et morales.

Aussi, la mesure de l'habitude et des croyances injonctives et morales dans une même expérience nous permet de tester les effets du degré d'inconsistance sur l'inconfort psychologique. Nous souhaitons reproduire les résultats de l'expérience 5 selon lesquels l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales modère l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Si les auto-prophéties rendent saillante une inconsistance cognitive entre ces deux éléments (i.e., habitude et croyances injonctives et morales), les effets du degré d'inconsistance devraient être observés uniquement en situation de prédiction. Parmi les participants mis en situation de prédiction, seuls ceux dont l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est particulièrement élevée devraient ressentir de l'inconfort psychologique.

Deuxièmement, si nous savons que la dissonance a pour vocation d'être réduite par l'utilisation d'un mode de réduction de la dissonance (cf. Festinger, 1957), aucune de nos expériences ne permet de montrer que l'un de ces modes de réduction (e.g., changement d'attitude ou de comportement) réduit l'inconfort psychologique généré en situation de prédiction. Nous proposons le recours à un mode de réduction de la dissonance encore inexploité dans le domaine des auto-prophéties : la justification des transgressions (e.g., Fointiat, 1998; Fointiat et al., 2013). Nous montrons dans notre expérience 5 que le comportement passé est impliqué dans le processus de dissonance généré par les auto-prophéties. En effet, les participants possédant une habitude forte ressentent plus d'inconfort psychologique que les participants possédant une habitude faible. Permettre aux participants transgressifs de se justifier devrait réduire l'inconfort psychologique. Par exemple, dans l'expérience de Fointiat et al. (2013) on demandait aux participants de rédiger un texte en faveur de la protection de l'environnement puis de rappeler les dernières fois où ils n'avaient pas agi en accord avec cet argumentaire. La moitié des participants devaient ensuite expliquer pourquoi ils avaient agi de la sorte (condition avec justification) et l'autre moitié pas (condition sans justification). Les participants ayant justifié leur transgression expriment moins d'inconfort psychologique que ceux n'ayant pas eu à se justifier. Ainsi, la justification du comportement passé réduit-elle les affects associés à la dissonance. Pour ces auteurs, la justification des transgressions permettrait de restaurer la valeur sociale du comportement.

Nous utilisons un plan factoriel 2 (Habitude: forte versus faible; traitée en tant que variable continue) x 3 (Justification: contrôle versus prédiction sans justification versus prédiction avec justification) pour les analyses selon l'habitude, puis un plan factoriel 2 (Croyances injonctives et morales: fortes versus faibles; traitée en tant que variable continue) x 3 (Justification: contrôle versus prédiction sans justification versus prédiction avec justification) pour les analyses selon les croyances injonctives et morales.

2. Méthode

2.1. Participants

174 participants dont 147 femmes et 27 hommes ($M_{\text{âge}}$ = 19 ans; *ET* = 3.06) inscrits en sciences humaines et sociales à l'université d'Aix-Marseille ont participé à l'expérience dans le cadre de la validation d'une unité d'enseignement.

2.2. Procédure

L'expérience se déroulait en deux temps. Dans la condition contrôle, les participants devaient répondre à un questionnaire mesurant l'habitude et les croyances injonctives et morales à l'égard du recyclage lors d'une première passation individuelle puis, trois semaines plus tard, prédire une sortie prochaine au cinéma. Dans la condition de prédiction *croyances-habitude*, les participants devaient répondre à un questionnaire sur les croyances injonctives et morales puis, trois semaines plus tard, revenir au laboratoire pour remplir une échelle d'habitude et prédire s'ils recycleraient leurs déchets. Dans la condition de prédiction *habitude-croyances*, les mesures étaient inversées : on demandait aux participants de remplir une échelle d'habitude lors d'une première passation individuelle puis, trois semaines plus tard, de revenir au laboratoire pour répondre à un questionnaire sur les croyances injonctives et morales et prédire s'ils recycleraient leurs déchets. Tous les participants étaient déclarés libres d'effectuer leur prédiction. La moitié des participants répartis dans les conditions de prédiction devaient justifier leur comportement passé (i.e., « Merci de justifier votre réponse en précisant le ou les éléments qui pourraient vous empêcher de recycler ») et l'autre pas. Par la suite, les participants remplissaient une échelle d'affects comprenant une mesure de l'inconfort psychologique et des affects positifs (Norton et al., 2003; Vaidis & Gosling,

2011), suivie des mesures cognitives (i.e., attitude, certitude et ambivalence de l'attitude, importance et intention comportementale).

Le tableau 19 ci-dessous reprend les conditions expérimentales selon les étapes 1 et 2 et la présence ou non de justification.

Tableau 19. Conditions expérimentales de l'expérience 6 en fonction des étapes 1 et 2 et la présence ou non de justification.

Conditions	Etape 1	Etape 2
Contrôle	Mesure de l'habitude et des croyances injonctives et morales	Prédiction contrôle (cinéma)
Prédiction *croyances-habitude* sans justification	Mesure des croyances injonctives et morales	Mesure de l'habitude / Prédiction recyclage
Prédiction *habitude-croyances* sans justification	Mesure de l'habitude	Mesure des croyances injonctives et morales / Prédiction recyclage
Prédiction *croyances-habitude* avec justification	Mesure des croyances injonctives et morales	Mesure de l'habitude / Prédiction recyclage / Justification
Prédiction *habitude-croyances* avec justification	Mesure de l'habitude	Mesure des croyances injonctives et morales / Prédiction recyclage / Justification

Note. Les étapes 1 et 2 sont espacées de trois semaines.

La consigne expérimentale permettait de manipuler la justification dans la requête de prédiction. On présentait la consigne une fois que le participant était installé dans la salle d'expérimentation.

<u>Consigne pour les conditions de prédiction sans justification :</u>

> *Cette question est facultative. Vous êtes donc tout à fait libre de répondre ou non à cette question, c'est à vous de voir.*
>
> *Une grande majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Nous avons tous l'opportunité de recycler certains de ces produits (bouteilles, cannettes, papiers, etc.).*
>
> *Pouvez-vous prédire que lorsque vous les utiliserez...*
>
> ***a.*** *Vous les recyclerez*
> ***b.*** *Vous ne les recyclerez pas*

Consigne pour les conditions de prédiction avec justification :

Cette question est facultative. Vous êtes donc tout à fait libre de répondre ou non à cette question, c'est à vous de voir.

Une grande majorité des produits que nous consommons nécessite des emballages plastiques, cartons, ou métalliques. Nous avons tous l'opportunité de recycler certains de ces produits (bouteilles, cannettes, papiers, etc.).

Pouvez-vous prédire que lorsque vous les utiliserez...

a. *Vous les recyclerez*
b. *Vous ne les recyclerez pas*

Merci de justifier votre réponse en précisant le ou les éléments qui pourraient vous empêcher de recycler: .....

Consigne pour la condition contrôle :

Cette question est facultative. Vous êtes donc tout à fait libre de répondre ou non à cette question, c'est à vous de voir.

Il existe de nombreux cinémas à Aix-en-provence comme à Marseille permettant de voir les dernières oeuvres du 7ème art. Par exemple, sortiront prochainement, "Exodus: Gods and Kings" (de Ridley Scott), "Une heure de tranquilité" (de Patrice Leconte) et "Unbroken" (de Angelina Jolie).

Pouvez-vous prédire que...

a. *Vous irez au cinéma avant la fin de l'année*
b. *Vous n'irez pas au cinéma avant la fin de l'année*

2.3. Mesures

2.3.1. Habitude

L'habitude était mesurée par l'échelle de Verplanken et Orbell (2003). Cette échelle comprend 12 items allant chacun de 1 (*pas du tout d'accord*) à 15 (*tout à fait d'accord*). Les items utilisés sont identiques à ceux de nos expériences 4 et 5. Une analyse en composante principale révèle la présence d'un facteur unique expliquant 72.91% de la variance totale[38]. En accord avec l'unique facteur identifié, nous avons créé un index « Habitude » correspondant à la moyenne de chacun des items ($\alpha = .97$).

[38] Les itérations de chacun des items sont respectivement .88, .89, .89, .80, .91, .76, .94, .83, .78, .90, .83, et .82.

2.3.2. Croyances injonctives et morales

Les croyances injonctives et morales étaient mesurées à l'aide de 4 items allant chacun de 1 (*pas du tout d'accord*) à 15 (*tout à fait d'accord*). Deux items renvoient aux croyances injonctives (i.e., « *Les étudiants que je connais devraient recycler leurs déchets* » et « *Les étudiants que je connais devraient se sentir davantage concernés par le recyclage des déchets* ») en référence aux attentes sociales (items inspirés de Sprott et al., 2003) et deux items renvoient aux croyances morales (i.e., « *Je me sens responsable du recyclage de mes déchets* » et « *Je me sens responsable d'agir pour recycler les produits que je consomme* ») en référence au sentiment de responsabilité (items inspirés de Kaiser et al., 1999).

Une analyse en composante principale avec rotation Varimax révèle la présence d'un facteur unique expliquant 69.95% de la variance totale[39]. En accord avec l'unique facteur identifié, nous avons créé un index « Croyances injonctives et morales » correspondant à la moyenne de chacun des items (α = .86).

2.3.3. Affects

Comme pour les études précédentes, nous avons utilisé l'échelle d'affects de Norton et al. (2003) traduite en français par Vaidis et Gosling (2011). Cette échelle comprend un total de 6 items allant chacun de 1 (*absolument pas*) à 15 (*extrêmement*) et permet de distinguer l'inconfort psychologique des affects positifs. Une analyse en composante principale avec rotation Varimax révèle la présence de deux facteurs distincts expliquant respectivement 50.24% et 27.47% de la variance totale. En accord avec les deux facteurs identifiés[40], nous avons créé deux index correspondant à l'inconfort psychologique pour le premier (moyenne des items *gêné*, *mal à l'aise*, *embarrassé*; α = .91) et aux affects positifs pour le deuxième (moyenne des items *joyeux*, *bien*, *optimiste*; α = .76).

2.3.4. Mesures cognitives

L'attitude à l'égard du recyclage (« *Concernant la pratique du recyclage, je suis personnellement...* »), l'importance accordée à cette pratique (« *Il est important pour moi de*

[39] Les itérations de chacun des items après rotation sont respectivement .84, .84, .83, et .83.
[40] Les itérations de chacun des items après rotation sont respectivement -.15, .89, -.22, .93, .02, et .94 pour le premier facteur et .82, -.10, .87, -.12, .76, et -.13 pour le deuxième facteur.

recycler les produits que je consomme »), la certitude (« *Je suis tout à fait certain de mon opinion envers la pratique du recyclage* ») et l'ambivalence envers l'attitude produite (« *Je ressens un certain conflit intérieur lorsque je pense au recyclage* »), ainsi que l'intention comportementale (« *J'ai l'intention de pratiquer le recyclage des déchets* ») étaient mesurées selon des échelles en 15 points allant de 1 (défavorable/pas du tout d'accord) à 15 (favorable/tout à fait d'accord).

3. Hypothèses

Effets de la réalisation d'une prédiction

H1 : on s'attend à ce que les participants ayant effectué une prédiction expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants du groupe contrôle.

Effets de la justification

H2 : on s'attend à ce que les participants ayant justifié leur comportement expriment un score moyen d'inconfort psychologique moins élevé que celui des participants n'ayant pas justifié leur comportement. On s'attend également à ce que les participants ayant justifié leur comportement expriment une attitude et une intention moins favorables envers le recyclage que les participants n'ayant pas justifié leur comportement.

Effets de l'habitude

H3 : on s'attend à ce que les participants possédant une habitude faible expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant une habitude forte. On s'attend également à ce que les participants possédant une habitude forte expriment une attitude et une intention plus favorables envers le recyclage que les participants possédant une habitude faible.

Effets d'interaction entre l'habitude et la réalisation d'une prédiction

H4 : on s'attend à ce que les participants possédant une habitude faible expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant une habitude forte, uniquement s'ils ont effectué une prédiction.

Effets d'interaction entre l'habitude et la justification

H5 : on s'attend à ce que les participants possédant une habitude faible expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant une habitude forte, uniquement s'ils ont effectué une prédiction sans justification.

Effets des croyances injonctives et morales

H6 : on s'attend à ce que les participants possédant ayant de fortes croyances injonctives et morales expriment un score moyen d'inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant de faibles croyances injonctives et morales. On s'attend également à ce que les participants possédant de fortes croyances injonctives et morales expriment une attitude et une intention plus favorables envers le recyclage que les participants possédant de faibles croyances injonctives et morales.

Effets d'interaction entre les croyances injonctives et morales et la réalisation d'une prédiction

H7 : on s'attend à ce que les participants ayant de fortes croyances injonctives et morales expriment un inconfort psychologique plus élevé que celui des participants ayant de faibles croyances injonctives et morales, uniquement s'ils ont effectué une prédiction.

Effets d'interaction entre les croyances injonctives et morales et la justification

H8 : on s'attend à ce que les participants possédant de fortes croyances injonctives et morales expriment un inconfort psychologique plus élevé que celui des participants possédant de faibles croyances injonctives et morales, uniquement s'ils ont effectué une prédiction sans justification.

4. Résultats

Comme pour les études précédentes, nous avons opté pour un traitement des données selon la méthode par régressions multiples (cf. Brauer, 2002; Frazier et al., 2004). Nous présenterons les résultats, pour les traitements effectués, selon l'habitude puis selon les croyances injonctives et morales.

4.1. Traitements selon l'habitude

La variable « Habitude » a été mise en forme centrée (HABFC) et la variable catégorielle « Justification » a été recodée en quatre nouvelles variables de contraste. Un premier contraste, JUSTC1 (-4, +1, +1, +1, +1, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification) teste les effets de la réalisation d'une prédiction (**H1**). Un deuxième contraste, JUSTC2 (0, +1, +1, -1, -1, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification) teste les effets de la justification (**H2**). Les contrastes, JUSTC3 (0, -1, +1, 0, 0, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification) et JUSTC4 (0, 0, 0, -1, +1, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification) contribuent à la variance résiduelle. La variable HABFC teste les effets de l'habitude (**H3**). Nous avons ensuite créé quatre variables d'interaction. La première, INTER-HAB1 (JUSTC1 * HABFC) teste les effets d'interaction entre l'habitude et la réalisation d'une prédiction (**H4**). La deuxième, INTER-HAB2 (JUSTC2 * HABFC) teste les effets d'interaction entre l'habitude et la justification (**H5**). Les variables d'interaction INTER-HAB3 (JUSTC3 * HABFC) et INTER-HAB4 (JUSTC4 * HABFC) contribuent à la variance résiduelle. Nos variables dépendantes affectives (i.e., inconfort psychologique et affects positifs) et cognitives (i.e., attitude, certitude et ambivalence de l'attitude, importance et intention comportementale) ont été régressées sur ces neuf nouvelles variables[41].

4.1.1. Affects

La figure 19 ci-dessous présente les scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs observés pour les participants placés en condition contrôle, condition de prédiction *habitude-croyances*, condition de prédiction *croyances-habitude*, condition de prédiction *habitude-croyances* avec justification et condition de prédiction *croyances-habitude* avec justification.

[41] Exemple d'équation de régression : INCONFORT = b_0 + b_1HABFC + b_2JUSTC1 + b_3JUSTC2 + b_4JUSTC3 + b_5JUSTC4 + b_6INTER-HAB1 + b_7INTER-HAB2 + b_8INTER-HAB3 + b_9INTER-HAB4.

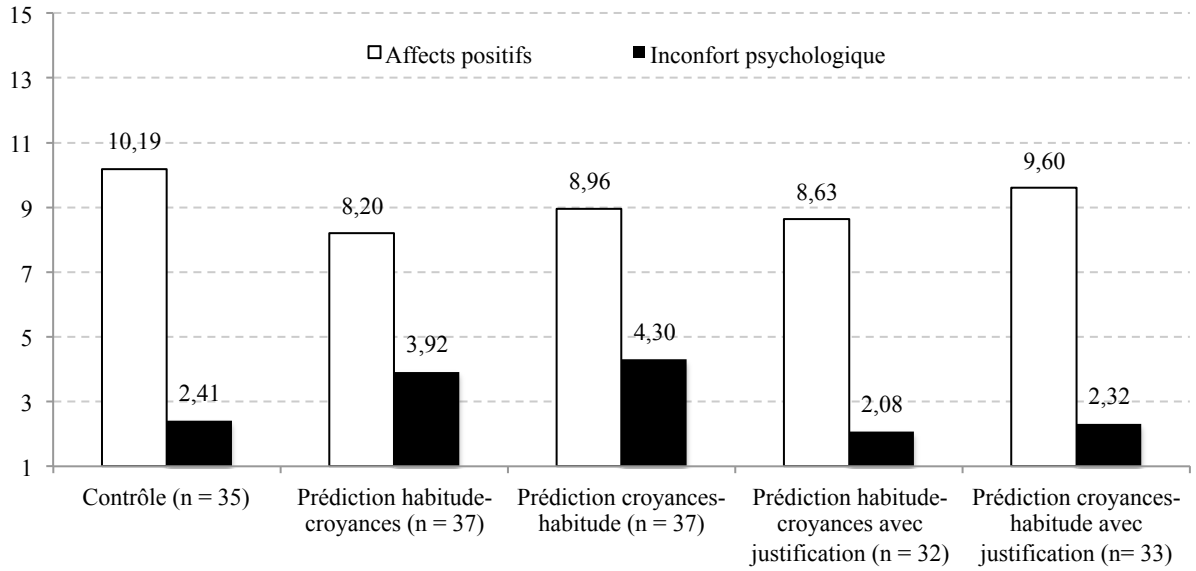

Figure 19. Scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs par condition expérimentale (expérience 6)

Inconfort psychologique

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction à la condition contrôle n'est pas significative sur l'inconfort psychologique, JUSTC1, $b = .11$, $t(164) = 1.62$, $p = .11$.

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction sans justification aux conditions de prédiction avec justification est significative sur l'inconfort psychologique, JUSTC2, $b = .33$, $t(164) = 4.67$, $p < .001$. Les participants ayant justifié leur comportement après avoir effectué une prédiction expriment un inconfort psychologique significativement moins fort ($M = 2.20$; $ET = 2.05$) que celui des participants des conditions de prédiction sans justification ($M = 4.11$; $ET = 3.46$).

Les variables de contraste, JUSTC3, $b = -.11$, $t(164) = -1.60$, $p = .11$, et JUSTC4, $b = -0.3$, $t(164) = -.44$, $p = .66$, ne sont pas significatives.

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur l'inconfort psychologique, $b = -.21$, $t(164) = -2.99$, $p < .01$. Les participants ayant les habitudes les plus faibles éprouvent un inconfort psychologique significativement plus fort que celui des participants ayant les habitudes les plus fortes.

La variable d'interaction entre l'habitude et la réalisation d'une prédiction est significative sur l'inconfort psychologique, INTER-HAB1, $b = -.16$, $t(164) = -2.33$, $p = .02$. La variable d'interaction entre l'habitude et la justification est également significative sur

l'inconfort psychologique, INTER-HAB2, b = -.25, t(164) = -3.52, p = .001. Par ailleurs, les variables d'interaction contribuant à la variance résiduelle, INTER-HAB3, b = .03, t(164) = .49, p = .63, et INTER-HAB4, b = -.04, t(164) = -.62, p = .54, ne sont pas significatives. Pour expliquer ces effets d'interaction nous avons réalisé des régressions linaires pour chacun des groupes expérimentaux en régressant l'inconfort psychologique sur l'habitude (cf. Figure 20).

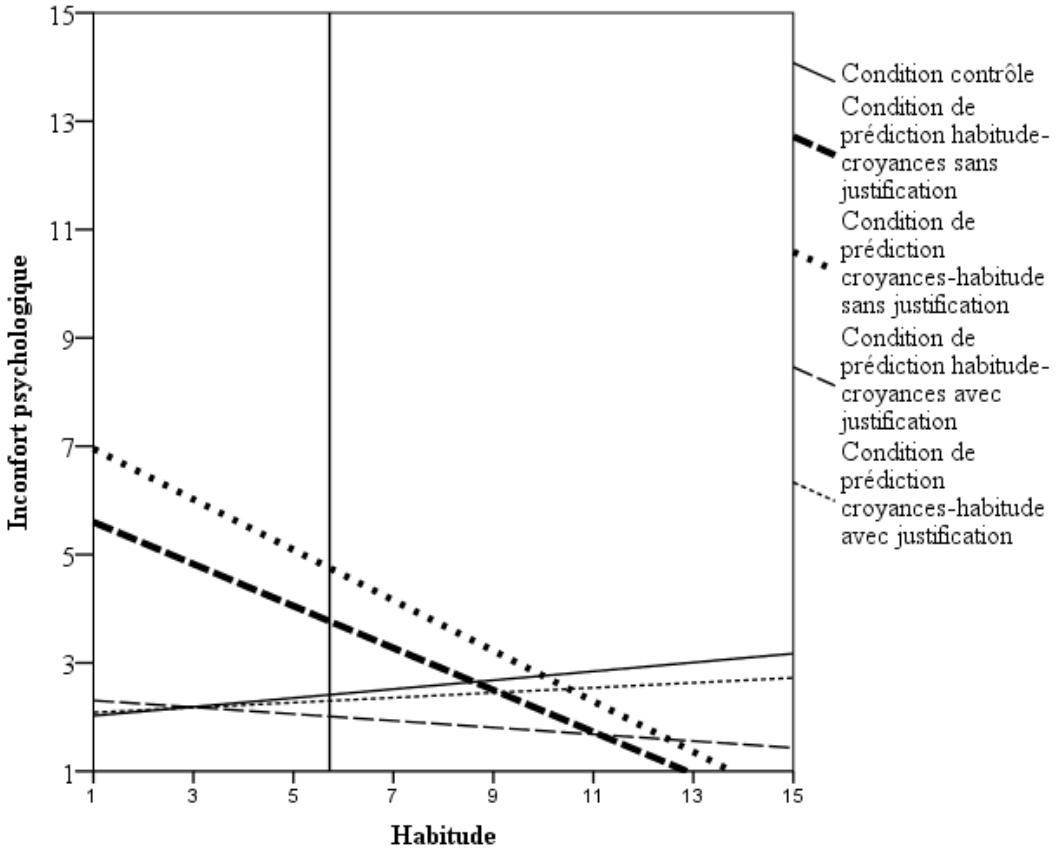

Figure 20. Régressions linéaires de l'inconfort psychologique sur l'habitude par conditions expérimentales (expérience 6)

Les résultats montrent un effet significatif de l'habitude sur l'inconfort psychologique pour la condition de prédiction *habitude-croyances* sans justification, b = -.47, t(35) = -3.18, p = .003, ainsi que pour la condition de prédiction *croyances-habitude* sans justification, b = -.46, t(35) = -3.03, p = .005. Parmi les participants ayant effectué une prédiction sans justification, ceux ayant les habitudes les plus faibles éprouvent un inconfort psychologique significativement plus fort que celui des participants ayant les habitudes les plus fortes.

Pour la condition contrôle, b = .15, t(33) = .89, p = .38, la condition de prédiction *habitude-croyances* avec justification, b = -.11, t(30) = -.60, p = .55, et la condition de

prédiction *croyances-habitude* avec justification, b = .08, $t(31)$ = .48, p = .64, l'effet de l'habitude sur l'inconfort psychologique n'est pas significatif.

Ainsi, l'habitude produit-elle un effet sur l'inconfort psychologique si et seulement si les participants ont effectué une prédiction sans avoir l'opportunité de justifier leur comportement.

Affects positifs

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur la mesure des affects positifs, b = .22, $t(164)$ = 2.88, p = .004. Les participants ayant les habitudes les plus fortes expriment des affects positifs significativement plus élevés que ceux des participants ayant les habitudes les plus faibles.

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction à la condition contrôle est significative sur les affects positifs, JUSTC1, b = -.21, $t(164)$ = -2.90, p = .004. Les participants du groupe contrôle expriment des affects positifs significativement plus élevés (M = 10.19; ET = 2.73) que celui des participants des conditions de prédiction (M = 8.83; ET = 2.55).

Les variables de contraste, JUSTC2, b = -.11, $t(164)$ = -1.51, p = .13, JUSTC3, b = -.05, $t(164)$ = -1.55, p = .53, et JUSTC4, b = -.10, $t(164)$ = -1.31, p = .20, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-HAB1, b = .05, $t(164)$ = .65, p = .52, INTER-HAB2, b = .12, $t(164)$ = 1.65, p = .10, INTER-HAB3, b = -.03, $t(164)$ = -.36, p = .72, et INTER-HAB4, b = .00, $t(164)$ = -.00, p = .99, ne sont pas significatives.

4.1.2. Mesures cognitives

Attitude

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur l'attitude, b = .27, $t(164)$ = 3.55, p = .001. Les participants ayant les habitudes les plus fortes expriment une attitude significativement plus élevée que celle des participants ayant les habitudes les plus faibles.

Les variables de contraste, JUSTC1, b = .11, $t(164)$ = 1.52, p = .13, JUSTC2, b = .04, $t(164)$ = .53, p = .59, JUSTC3, b = .01, $t(164)$ = .11, p = .91, et JUSTC4, b = .11, $t(164)$ =

1.40, p = .16, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-HAB1, b = .06, t(164) = .83, p = .40, INTER-HAB2, b = -.07, t(164) = -.88, p = .38, INTER-HAB3, b = -.03, t(164) = -.36, p = .72, et INTER-HAB4, b = -.06, t(164) = -.83, p = .40, ne sont pas significatives.

Certitude de l'attitude

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur la certitude de l'attitude, b = .37, t(164) = 4.91, p < .001. Les participants ayant les habitudes les plus fortes expriment une certitude de l'attitude significativement plus élevée que celle des participants ayant les habitudes les plus faibles.

Les variables de contraste, JUSTC1, b = -.03, t(164) = -.39, p = .70, JUSTC2, b = -.02, t(164) = -.24, p = .81, JUSTC3, b = .02, t(164) = .22, p = .82, et JUSTC4, b = -.01, t(164) = -.12, p = .90, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-HAB1, b = .02, t(164) = .28, p = .78, INTER-HAB2, b = -.06, t(164) = -.79, p = .43, INTER-HAB3, b = .01, t(164) = .16, p = .87, et INTER-HAB4, b = .04, t(164) = .53, p = .60, ne sont pas significatives.

Ambivalence de l'attitude

L'habitude (standardisée) produit un effet tendanciellement significatif sur la mesure de l'ambivalence de l'attitude, b = -.15, t(164) = -1.90, p = .06. Les participants ayant les habitudes les plus faibles expriment une ambivalence de l'attitude tendanciellement plus élevée que celle des participants ayant les habitudes les plus fortes.

Les variables de contraste, JUSTC1, b = .02, t(164) = .22, p = .83, JUSTC2, b = .14, t(164) = 1.76, p = .08, JUSTC3, b = -.05, t(164) = -.65, p = .51, et JUSTC4, b = -.08, t(164) = -1.04, p = .30, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-HAB1, b = -.06, t(164) = -.86, p = .39, INTER-HAB2, b = -.12, t(164) = -1.58, p = .12, INTER-HAB3, b = .05, t(164) = .60, p = .55, et INTER-HAB4, b = -.03, t(164) = -.43, p = .66, ne sont pas significatives.

Importance

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur l'importance accordée au recyclage, $b = .72$, $t(164) = 13.43$, $p < .001$. Les participants ayant les habitudes les plus fortes accordent significativement plus d'importance au recyclage que les participants ayant les habitudes les plus faibles.

Les variables de contraste, JUSTC1, $b = -.04$, $t(164) = -.76$, $p = .45$, JUSTC2, $b = .07$, $t(164) = 1.35$, $p = .18$, JUSTC3, $b = .04$, $t(164) = .85$, $p = .40$, et JUSTC4, $b = -.07$, $t(164) = -1.34$, $p = .18$, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-HAB1, $b = .01$, $t(164) = .15$, $p = .88$, INTER-HAB2, $b = -.06$, $t(164) = -1.18$, $p = .24$, INTER-HAB3, $b = -.08$, $t(164) = -1.53$, $p = .13$, et INTER-HAB4, $b = .00$, $t(164) = .06$, $p = .95$, ne sont pas significatives.

Intention comportementale

L'habitude (standardisée) produit un effet significatif sur l'intention comportementale, $b = .69$, $t(166) = 12.14$, $p < .001$. Les participants ayant les habitudes les plus fortes expriment une intention significativement plus élevée que celle des participants ayant les habitudes les plus faibles.

Les variables de contraste, JUSTC1, $b = -.01$, $t(164) = -.24$, $p = .81$, JUSTC2, $b = .03$, $t(164) = .58$, $p = .56$, JUSTC3, $b = .01$, $t(164) = .25$, $p = .81$, et JUSTC4, $b = -.05$, $t(164) = -.86$, $p = .39$, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-HAB1, $b = .02$, $t(164) = .35$, $p = .72$, INTER-HAB2, $b = -.07$, $t(164) = -1.18$, $p = .23$, INTER-HAB3, $b = -.03$, $t(164) = -.57$, $p = .57$, et INTER-HAB4, $b = .03$, $t(164) = .48$, $p = .63$, ne sont pas significatives.

4.2. Traitements selon les croyances injonctives et morales

La variable « Croyances injonctives et morales » a été mise en forme centrée (CROYFC) et la variable catégorielle « Justification » a été recodée en quatre nouvelles variables de contraste. Un premier contraste, JUSTC1 (-4, +1, +1, +1, +1, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification) teste les effets de la réalisation

d'une prédiction (**H1**). Un deuxième contraste, JUSTC2 (0, +1, +1, -1, -1, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification) teste les effets de la justification (**H2**). Les contrastes, JUSTC3 (0, -1, +1, 0, 0, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification) et JUSTC4 (0, 0, 0, -1, +1, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification) contribuent à la variance résiduelle. La variable CROYFC teste les effets des croyances injonctives et morales (**H6**). Nous avons ensuite créé quatre variables d'interaction. La première, INTER-CROY1 (JUSTC1 * CROYFC) teste les effets d'interaction entre les croyances injonctives et morales et la réalisation d'une prédiction (**H7**). La deuxième, INTER-CROY2 (JUSTC2 * CROYFC) teste les effets d'interaction entre les croyances injonctives et morales et la justification (**H8**). Les variables d'interaction INTER-CROY3 (JUSTC3 * CROYFC) et INTER-CROY4 (JUSTC4 * CROYFC) contribuent à la variance résiduelle. Nos variables dépendantes affectives (i.e., inconfort psychologique et affects positifs) et cognitives (i.e., attitude, certitude et ambivalence de l'attitude, importance et intention comportementale) ont été régressées sur ces neuf nouvelles variables[42].

4.2.1. Affects

Inconfort psychologique

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction sans justification aux conditions de prédictions avec justification est significative sur l'inconfort psychologique, JUSTC2, $b = .31$, $t(164) = 3.92$, $p < .001$. Les participants ayant justifié leur comportement après avoir effectué une prédiction éprouvent un inconfort psychologique significativement moins fort ($M = 2.20$; $ET = 2.05$) que celui des participants des conditions de prédiction sans justification ($M = 4.11$; $ET = 3.46$).

Les variables de contraste, JUSTC1, $b = .11$, $t(164) = 1.53$, $p = .13$, JUSTC3, $b = -.11$, $t(164) = -1.36$, $p = .18$, et JUSTC4, $b = -.01$, $t(164) = -.08$, $p = .93$, ne sont pas significatives. Les croyances injonctives et morales (standardisées) ne produisent pas d'effet sur l'inconfort

[42] Exemple d'équation de régression : INCONFORT = $b_0 + b_1$CROYFC + b_2JUSTC1 + b_3JUSTC2 + b_4JUSTC3 + b_5JUSTC4 + b_6INTER-CROY1 + b_7INTER-CROY2 + b_8INTER-CROY3 + b_9INTER-CROY4.

psychologique, b = -.08, t(164) = -.98, p = .32. Les variables d'interaction, INTER-CROY1, b = -.07, t(164) = -.91, p = .36, INTER-CROY2, b = -.11, t(164) = -1.43, p = .14, INTER-CROY3, b = .02, t(164) = .21, p = .83, et INTER-CROY4, b = -.01, t(164) = -.12, p = .91, ne sont pas significatives.

Affects positifs

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction à la condition contrôle est significative sur les affects positifs, JUSTC1, b = -.20, t(164) = -2.73, p = .007. Les participants du groupe contrôle expriment des affects positifs significativement plus élevés (M = 10.19; ET = 2.73) que celui des participants des conditions de prédiction (M = 8.83; ET = 2.55).

Les variables de contraste, JUSTC2, b = -.10, t(164) = -1.29, p = .20, JUSTC3, b = -.04, t(164) = -.56, p = .57, et JUSTC4, b = -.12, t(164) = -1.57, p = .12, ne sont pas significatives. Les croyances injonctives et morales (standardisées) ne produisent pas d'effet sur les affects positifs, b = .12, t(164) = 1.54, p = .12. Les variables d'interaction, INTER-CROY1, b = -.08, t(164) = -1.09, p = .27, INTER-CROY2, b = .13, t(164) = 1.55, p = .12, INTER-CROY3, b = -.02, t(164) = -.28, p = .77, et INTER-CROY4, b = .00, t(164) = .07, p = .95, ne sont pas significatives.

4.2.2. Mesures cognitives

Attitude

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction à la condition contrôle est tendanciellement significative sur l'attitude, JUSTC1, b = .13, t(164) = 1.80, p = .07. Les participants des conditions de prédiction expriment une attitude tendanciellement plus élevée (M = 12.31; ET = 2.11) que celle des participants du groupe contrôle (M = 12.66; ET = 2.66).

Les croyances injonctives et morales (standardisées) produisent un effet significatif sur la mesure de l'attitude, b = .34, t(164) = 4.32, p < .001. Les participants ayant des croyances injonctives et morales fortes expriment une attitude significativement plus favorable envers le recyclage que les participants ayant des croyances injonctives et morales faibles.

Les variables de contraste, JUSTC2, b = -.00, t(164) = -.07, p = .94, et JUSTC3, b = .05, t(164) = .61, p = .54 ne sont pas significatives. La deuxième variable de contraste contribuant à la variance résiduelle est tendanciellement significative, JUSTC4, b = .15, t(164) = 1.92, p = .06. Les variables d'interaction, INTER-CROY1, b = -.04, t(164) = -.57, p = .57, INTER-CROY2, b = -.00, t(164) = -.06, p = .95, INTER-CROY3, b = -.05, t(164) = -.60, p = .55, et INTER-CROY4, b = .08, t(164) = 1.01, p = .31, ne sont pas significatives.

Certitude de l'attitude

Les croyances injonctives et morales (standardisées) produisent un effet significatif sur la certitude de l'attitude, b = .37, t(164) = 4.64, p < .001. Les participants ayant les croyances injonctives et morales les plus fortes expriment une certitude de l'attitude significativement plus élevée que celle des participants ayant les croyances injonctives et morales les plus faibles.

Les variables de contraste, JUSTC1, b = -.01, t(164) = -.17, p = .86, JUSTC2, b = -.02, t(164) = -.25, p = .80, JUSTC3, b = .05, t(164) = .60, p = .55, et JUSTC4, b = .04, t(164) = .54, p = .59, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-CROY1, b = .06, t(164) = .86, p = .39, INTER-CROY2, b = -.05, t(164) = -.58, p = .56, INTER-CROY3, b = .05, t(164) = .67, p = .50, et INTER-CROY4, b = .04, t(164) = .48, p = .63, ne sont pas significatives.

Ambivalence de l'attitude

Les croyances injonctives et morales (standardisées) ne sont pas significatives sur l'ambivalence de l'attitude, b = -.01, t(164) = -.08, p = .93. Les variables de contraste, JUSTC1, b = .00, t(164) = .05, p = .96, JUSTC2, b = .13, t(164) = 1.56, p = .12, JUSTC3, b = -.01, t(164) = -.14, p = .89, et JUSTC4, b = -.08, t(164) = -.94, p = .35, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-CROY1, b = .01, t(164) = .17, p = .86, INTER-CROY2, b = -.01, t(164) = -.09, p = .93, INTER-CROY3, b = .00, t(164) = -.00, p = .99, et INTER-CROY4, b = -.06, t(164) = -.79, p = .43, ne sont pas significatives.

Importance

Les croyances injonctives et morales (standardisées) produisent un effet significatif sur la mesure de l'importance accordée au recyclage, b = .61, $t(164)$ = 9.14, p < .001. Les participants ayant les croyances injonctives et morales les plus fortes accordent significativement plus d'importance au recyclage que les participants ayant les croyances injonctives et morales les plus faibles.

Les variables de contraste, JUSTC1, b = -.02, $t(164)$ = -.36, p = .72, JUSTC2, b = .06, $t(164)$ = .88, p = .38, JUSTC3, b = .10, $t(164)$ = 1.45, p = .15, et JUSTC4, b = -.01, $t(164)$ = -.16, p = .87, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-CROY1, b = .10, $t(164)$ = 1.53, p = .13, INTER-CROY2, b = -.02, $t(164)$ = -.26, p = .79, INTER-CROY3, b = -.05, $t(164)$ = -.70, p = .49, et INTER-CROY4, b = .03, $t(164)$ = .40, p = .69, ne sont pas significatives.

Intention comportementale

Les croyances injonctives et morales (standardisées) produisent un effet significatif sur l'intention comportementale, b = .61, $t(164)$ = 9.14, p < .001. Les participants ayant les croyances injonctives et morales les plus fortes expriment une intention significativement plus élevée que celle des participants ayant les croyances injonctives et morales les plus faibles.

Les variables de contraste, JUSTC1, b = -.00, $t(164)$ = -.05, p = .96, JUSTC2, b = .03, $t(164)$ = .42, p = .67, JUSTC3, b = .09, $t(164)$ = 1.42, p = .16, et JUSTC4, b = -.01, $t(164)$ = -.10, p = .92, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-CROY1, b = .07, $t(164)$ = 1.17, p = .24, INTER-CROY2, b = .06, $t(164)$ = .91, p = .36, INTER-CROY3, b = -.02, $t(164)$ = -.36, p = .72, et INTER-CROY4, b = -.00, $t(164)$ = -.03, p = .97, ne sont pas significatives.

Le tableau 20 ci-dessous présente les moyennes et écarts types observés par condition expérimentale pour chacune des variables dépendantes.

Tableau 20. Moyennes et écarts types observés par condition expérimentale, pour l'inconfort psychologique, les affects positifs, l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude exprimée, l'importance et l'intention comportementale (expérience 6).

	Contrôle (*n* = 35)		Prédiction *habitude-croyances* sans justification (*n* = 37)		Prédiction *croyances-habitude* sans justification (n = 37)		Prédiction *habitude-croyances* avec justification (*n* = 32)		Prédiction *croyances-habitude* avec justification (*n* = 33)	
	M	*ET*	*M*	*ET*	*M*	*ET*	*M*	*ET*	*M*	*ET*
Inconfort psychologique	2.41	2.06	3.92	3.27	4.30	3.68	2.08	2.04	2.32	2.09
Affects positifs	10.19	2.73	8.20	2.24	8.96	2.24	8.63	3.09	9.60	2.54
Attitude	12.66	2.67	13.38	2.14	13.51	1.69	13.39	2.10	12.94	2.52
Certitude	12.40	2.87	12.08	4.07	12.27	2.66	11.69	4.02	12.45	2.82
Ambivalence	5.63	4.50	6.27	4.69	6.41	4.38	4.66	4.89	5.73	4.17
Importance	9.29	4.05	9.30	4.20	9.78	3.96	7.00	4.62	9.48	4.31
Intention	10.17	3.72	10.05	4.25	10.84	3.74	8.53	4.89	10.64	4.14

Notes. Moyennes (*M*) et écart-types (*ET*). Les échelles vont de 1 (absolument pas/défavorable/pas du tout d'accord) à 15 (absolument/favorable/tout à fait d'accord).

4.3. Réponses à la requête de prédiction

Parmi les participants attribués à la condition de prédiction *habitude-croyances* sans justification, 45.95% d'entre eux (soit 17 participants sur 37) ont prédit qu'ils recycleraient leurs déchets. Parmi les participants attribués à la condition de prédiction *croyances-habitude* sans justification, 48.65% d'entre eux (soit 18 participants sur 37) ont fait la même prédiction.

Par ailleurs, 37.50% (soit 12 participants sur 32) des participants attribués à la condition de prédiction *habitude-croyances* avec justification ont prédit qu'ils recycleraient leurs déchets. Enfin, 54.54% (soit 18 participants sur 37) des participants attribués à la condition de prédiction *croyances-habitude* avec justification ont fait la même prédiction. Le tableau 21 ci-dessous reprend les résultats sur la requête de prédiction.

Tableau 21. Réponses à la requête de prédiction selon la saillance ou non des normes subjectives.

	Prédiction *habitude-croyances* sans justification (*n* = 37)		Prédiction *croyances-habitude* sans justification (n = 37)		Prédiction *habitude-croyances* avec justification (*n* = 32)		Prédiction *croyances-habitude* avec justification (*n* = 33)	
	n	*%*	*n*	*%*	*n*	*%*	*n*	*%*
Oui, je recyclerai	17	45.95	18	48.65	12	37.50	18	54.54
Non, je ne recyclerai pas	16	43.24	15	40.54	20	62.50	15	45.45
Pas de réponse	4	10.81	4	10.81	0	0	0	0
Total	37	100	37	100	32	100	33	100

Notes. Effectifs (*n*) et pourcentage (*%*).

4.4. Variable inconsistance

Nous avons créé une variable inconsistance en soustrayant pour chaque participant son score moyen aux items de croyances injonctives et morales à son score moyen à l'échelle d'habitude. Par exemple, pour un participant ayant répondu en moyenne 15 aux items de croyances injonctives et morales et 1 à l'échelle d'habitude, son score d'inconsistance est de 14 (15 - 1 = 14). Ce participant n'agit pas de manière conforme à ce qu'il pense devoir faire, il possède un score d'inconsistance particulièrement élevé. Suivant ce calcul, la variable inconsistance présente pour chaque participant un score pouvant aller de -14 (inconsistance très faible) à 14 (inconsistance très forte).

Nous avons renouvelé nos traitements par régressions multiples suivant cette nouvelle variable. La variable inconsistance a été mise en forme centrée (INCFC) et nous avons conservé les quatre variables correspondant aux contrastes orthogonaux, JUSTC1 (-4, +1, +1, +1, +1, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification), JUSTC2 (0, +1, +1, -1, -1, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification), JUSTC3 (0, -1, +1, 0, 0, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification) et JUSTC4 (0, 0, 0, -1, +1, pour contrôle, prédiction *habitude-croyances*, prédiction *croyances-habitude*, prédiction *habitude-croyances* avec justification, prédiction *croyances-habitude* avec justification).

Nous avons ensuite créé quatre variables d'interaction : INTER-INC1 (JUSTC1 * INCFC), INTER-INC2 (JUSTC2 * INCFC), INTER-INC3 (JUSTC3 * INCFC) et INTER-INC4 (JUSTC4 * INCFC). Nos variables dépendantes affectives (i.e., inconfort psychologique et affects positifs) et cognitives (i.e., attitude, certitude et ambivalence de l'attitude, importance et intention comportementale) ont été régressées sur ces neuf nouvelles variables[43].

4.3.1. Affects

Inconfort psychologique

La variable inconsistance (standardisée) produit un effet sur l'inconfort psychologique, b = .23, $t(164) = 3.21$, $p = .002$. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et plus les participants ressentent un inconfort psychologique fort.

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction avec justification et les conditions de prédiction sans justification est significative sur l'inconfort psychologique, JUSTC2, $b = .29$, $t(164) = 4.08$, $p < .001$. Les participants ayant effectué une prédiction avec justification éprouvent un inconfort psychologique significativement moins fort ($M = 2.20$; $ET = 2.05$) que celui des participants des conditions de prédiction sans justification ($M = 4.11$; $ET = 3.46$).

Les variables de contraste, JUSTC1, $b = .10$, $t(164) = 1.50$, $p = .13$, JUSTC3, $b = -.01$, $t(164) = -.12$, $p = .90$, et JUSTC4, $b = -.01$, $t(164) = -.19$, $p = .85$, ne sont pas significatives.

L'interaction entre la variable inconsistance et la réalisation d'une prédiction est significative sur l'inconfort psychologique, INTER-INC1, $b = .16$, $t(164) = 2.22$, $p = .03$. L'interaction entre la variable inconsistance et la justification est également significative, INTER-INC2, $b = .16$, $t(164) = 2.33$, $p = .02$. Par ailleurs, les variables d'interaction contribuant à la variance résiduelle, INTER-INC3, $b = -.05$, $t(164) = -.74$, $p = .46$, et INTER-INC4, $b = .05$, $t(164) = .76$, $p = .45$, ne sont pas significatives. Pour expliquer ces effets d'interaction nous avons réalisé des régressions linaires pour chacun des groupes expérimentaux en régressant l'inconfort psychologique sur la variable inconsistance (cf. Figure 21).

[43] Exemple d'équation de régression : INCONFORT = $b_0 + b_1$INCFC + b_2JUSTC1 + b_3JUSTC2 + b_4JUSTC3 + b_5JUSTC4 + b_6INTER-INC1 + b_7INTER-INC2 + b_8INTER-INC3 + b_9INTER-INC4.

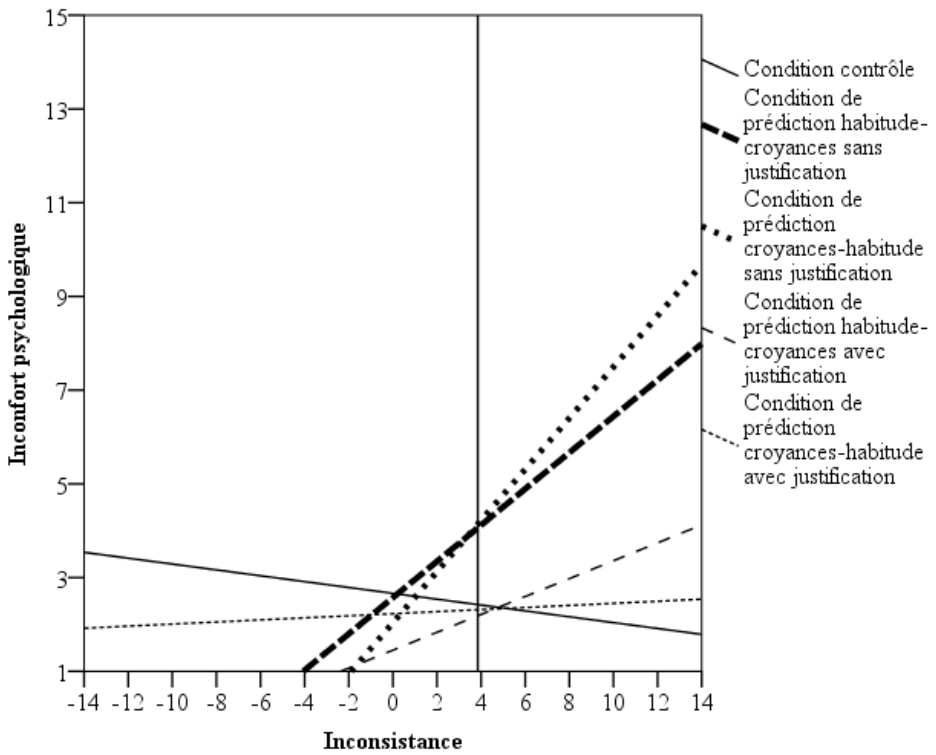

Figure 21. Régressions linéaires de l'inconfort psychologique sur l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales par conditions expérimentales (expérience 6)

La variable inconsistance produit un effet significatif sur l'inconfort psychologique pour la condition de prédiction *habitude-croyances* sans justification, $b = .35$, $t(35) = 2.19$, $p = .03$, ainsi que pour la condition de prédiction *croyances-habitude* sans justification, $b = .42$, $t(35) = 2.57$, $p = .01$. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et plus les participants ressentent un inconfort psychologique fort uniquement s'ils ont effectué une prédiction sans justification.

Pour la condition contrôle, $b = -.10$, $t(33) = -.58$, $p = .57$, la condition de prédiction *habitude-croyances* avec justification, $b = .26$, $t(30) = 1.50$, $p = .14$, et la condition de prédiction *croyances-habitude* avec justification, $b = .03$, $t(31) = .19$, $p = .85$, la variable inconsistance n'est pas significative sur l'inconfort psychologique.

Affects positifs

La variable inconsistance (standardisée) produit un effet significatif sur la mesure des affects positifs, $b = -.18$, $t(164) = -2.47$, $p = .01$. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et moins les participants expriment des affects positifs.

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction à la condition contrôle est significative sur les affects positifs, JUSTC1, b = -.20, t(164) = -2.77, p = .006. Les participants du groupe contrôle expriment des affects positifs significativement plus élevés (M = 10.19; ET = 2.73) que celui des participants des conditions de prédiction (M = 8.83; ET = 2.55).

La variable de contraste, JUSTC2, b = -.09, t(164) = -1.21, p = .23, JUSTC3, b = -.11, t(164) = -1.57, p = .11, et JUSTC4, b = -.13, t(164) = -1.76, p = .08, ne sont pas significatives.

L'interaction entre la variable inconsistance et la réalisation d'une prédiction est significative sur les affects positifs, INTER-INC1, b = -.16, t(164) = -2.19, p = .03. Pour expliquer cet effet d'interaction nous avons réalisé des régressions linaires pour chacun des groupes expérimentaux en régressant les affects positifs sur la variable inconsistance (cf. Figure 22).

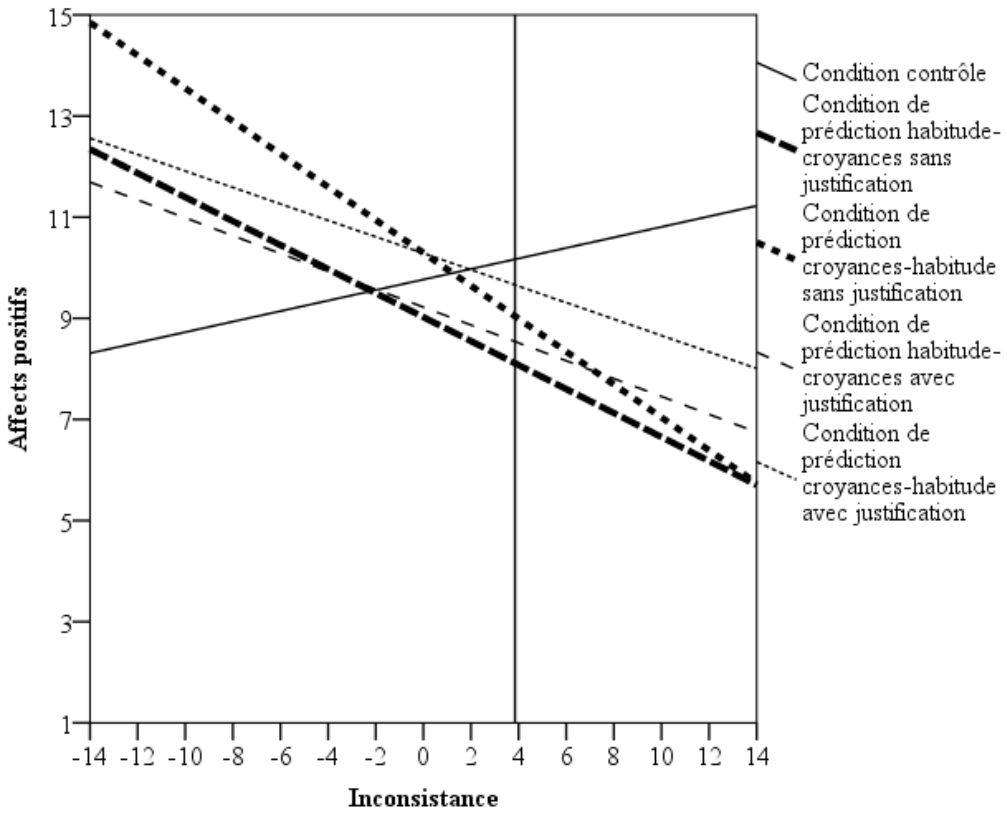

Figure 22. Régressions linéaires des affects positifs sur l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales par conditions expérimentales (expérience 6)

La variable inconsistance produit un effet significatif sur les affects positifs pour la condition de prédiction *croyances-habitude* sans justification, b = -.41, t(35) = -2.70, p = .01, et un effet tendanciellement significatif pour la condition de prédiction *habitude-croyances* sans justification, b = -.31, t(35) = -1.94, p = .06. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et moins les participants expriment des affects positifs élevés uniquement s'ils ont effectué une prédiction sans justification.

Pour la condition contrôle, b = .13, t(33) = .73, p = .47, la condition de prédiction *habitude-croyances* avec justification, b = -.16, t(30) = -.90, p = .38, et la condition de prédiction *croyances-habitude* avec justification, b = -.20, t(31) = -1.17, p = .25.

Les variables d'interaction, INTER-INC2, b = -.06, t(164) = -.75, p = .45, INTER-INC3, b = .03, t(164) = .43, p = .67, et INTER-INC4, b = -.00, t(164) = -.07, p = .95, ne sont pas significatives.

4.3.2. Autres mesures

Attitude

La variable inconsistance (standardisée) ne produit pas d'effet sur la mesure de l'attitude, b = .01, t(164) = .13, p = .90. Les variables de contraste, JUSTC1, b = .13, t(164) = 1.77, p = .08, JUSTC2, b = .04, t(164) = .48, p = .63, JUSTC3, b = -.02, t(164) = -.29, p = .77, et JUSTC4, b = .06, t(164) = .83, p = .41, ne sont pas significatives. Les variables d'interaction, INTER-INC1, b = -.11, t(164) = -1.44, p = .15, INTER-INC2, b = .00, t(164) = .03, p = .97, et INTER-INC3, b = .04, t(164) = .47, p = .64, ne sont pas significatives. La variable d'interaction contribuant à la variance résiduelle, INTER-INC4, b = .19, t(164) = 2.51, p = .01, est significative sur l'attitude.

Certitude de l'attitude

La variable inconsistance (standardisée) ne produit pas d'effet sur la certitude de l'attitude, b = -.06, t(164) = -.79, p = .42. Les variables de contraste, JUSTC1, b = -.03, t(164) = -.43, p = .67, JUSTC2, b = .02, t(164) = .21, p = .83, JUSTC3, b = -.02, t(164) = -.29, p = .77, et JUSTC4, b = -.07, t(164) = -.90, p = .37, ne sont pas significatives. Les variables

d'interaction, INTER-INC1, b = .05, t(164) = .59, p = .55, INTER-INC2, b = -.03, t(164) = -.41, p = .68, INTER-INC3, b = .08, t(164) = 1.08, p = .28, et INTER-INC4, b = .03, t(164) = .43, p = .66, ne sont pas significatives.

Ambivalence de l'attitude

La variable inconsistance (standardisée) produit un effet sur la mesure de l'ambivalence, b = .18, t(164) = 2.40, p = .02. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et plus les participants expriment une forte ambivalence de l'attitude.

Les variables de contraste, JUSTC1, b = .01, t(164) = .14, p = .89, JUSTC2, b = .11, t(164) = 1.51, p = .13, JUSTC3, b = .02, t(164) = .26, p = .79, et JUSTC4, b = -.07, t(164) = -.91, p = .36, ne sont pas significatives.

L'interaction entre la variable inconsistance et la justification est significative, INTER-INC2, b = .16, t(164) = 2.16, p = .03. Pour expliquer cet effet d'interaction nous avons réalisé des régressions linaires pour chacun des groupes expérimentaux en régressant l'ambivalence sur la variable inconsistance (cf. Figure 23).

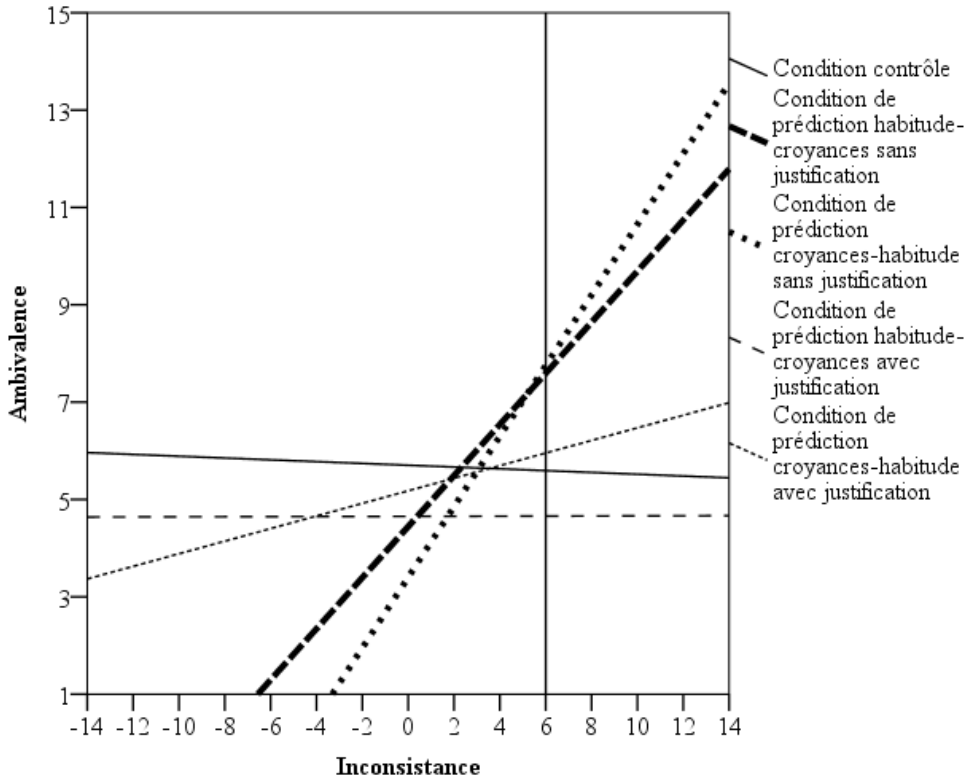

Figure 23. Régressions linéaires de l'ambivalence sur l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales par conditions expérimentales (expérience 6)

La variable inconsistance produit un effet significatif sur l'ambivalence pour la condition de prédiction *habitude-croyances* sans justification, $b = .33$, $t(35) = 2.06$, $p = .05$, ainsi que pour la condition de prédiction *croyances-habitude* sans justification, $b = .47$, t(35) = 3.18, $p < .01$.

La variable inconsistance n'est pas significative pour la condition contrôle, $b = -.01$, $t(33) = -.08$, $p = .94$, la condition de prédiction *habitude-croyances* avec justification, $b = .00$, $t(30) = .00$, $p = .99$, et la condition de prédiction *croyances-habitude avec justification*, $b = .10$, $t(31) = .56$, $p = .58$.

Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et plus les participants expriment une forte ambivalence uniquement s'ils ont effectué une prédiction sans justification.

Les variables d'interaction, INTER-INC1, $b = .10$, $t(164) = 1.38$, $p = .17$, INTER-INC3, $b = -.04$, $t(164) = -.56$, $p = .58$, et INTER-INC4, $b = -.03$, $t(164) = -.34$, $p = .73$, ne sont pas significatives.

Importance

La variable inconsistance produit un effet significatif sur l'importance accordée au recyclage, $b = -.28$, $t(164) = -3.79$, $p < .001$. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et moins les participants accordent de l'importance au recyclage.

La variable de contraste opposant les conditions de prédiction avec justification et les conditions de prédiction sans justification est tendanciellement significative sur l'importance accordée au recyclage, JUSTC2, , $b = .14$, $t(164) = 1.91$, $p = .06$. Les participants ayant réalisé une prédiction en l'absence de justification accordent tendanciellement plus d'importance au recyclage ($M = 9.54$; $ET = 4.06$) que les participants des conditions de prédiction avec justification ($M = 8.26$; $ET = 4.60$).

Les variables de contraste, JUSTC1, $b = -.04$, $t(164) = -.57$, $p = .57$, et JUSTC3, $b = -.06$, $t(146) = -.80$, $p = .42$, ne sont pas significatives. La variable de contraste contribuant à la variance résiduelle, JUSTC4, est significative sur l'importance accordée au recyclage, $b = -.19$, $t(164) = -2.65$, $p < .01$. Les variables d'interaction, INTER-INC1, $b = .07$, $t(164) = .98$, p

= .33, INTER-INC2, b = -.06, t(164) = -.90, p = .37, et INTER-INC4, b = .08, t(164) = 1.16, p = .25, ne sont pas significatives. La variable d'interaction contribuant à la variance résiduelle, INTER-INC3, est significative sur l'importance accordée au recyclage, b = .14, t(164) = 2.00, p = .05.

Intention comportementale

La variable inconsistance (standardisée) produit un effet significatif sur l'intention comportementale, b = -.22, t(164) = -2.88, p < .01. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée et moins les participants ont l'intention de recycler.

Les variables de contraste, JUSTC1, b = -.02, t(164) = -.26, p = .79, JUSTC2, b = .10, t(164) = 1.36, p = .17, et JUSTC3, b = -.07, t(164) = -.97, p = .34, ne sont pas significatives. La variable de contraste contribuant à la variance résiduelle, JUSTC4, est significative sur l'intention comportementale, b = -.18, t(164) = -2.34, p = .02. Les variables d'interaction, INTER-INC1, b = .03, t(164) = .42, p = .67, INTER-INC2, b = .02, t(164) = .33, p = .74, INTER-INC3, b = .12, t(164) = 1.68, p = .09, et INTER-INC4, b = .02, t(164) = .23, p = .82, ne sont pas significatives.

Nous proposons une synthèse des principaux résultats de l'expérience 6 page suivante, concernant notamment l'effet de la justification, de l'habitude et du degré d'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales sur l'inconfort psychologique.

Synthèse des principaux résultats de l'expérience 6

- **La justification produit un effet sur l'inconfort psychologique :** parmi les participants mis en situation de prédiction, ceux ayant justifié leur comportement éprouvent significativement moins d'inconfort psychologique que ceux n'ayant pas eu l'opportunité de se justifier.
- **L'habitude produit un effet sur l'inconfort psychologique :** les participants possédant une habitude faible éprouvent significativement plus d'inconfort psychologique que les participants possédant une habitude forte.
- **L'habitude modère l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique :** les participants possédant une habitude faible expriment significativement plus d'inconfort psychologique que les participants possédant une habitude forte uniquement s'ils sont mis en situation de prédiction sans justification.
- **Le degré d'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales produit un effet sur l'inconfort psychologique :** les participants dont l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée éprouvent significativement plus d'inconfort psychologique que les participants dont cette inconsistance n'est pas élevée.
- **Le degré d'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales modère l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique :** le degré d'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales produit un effet sur l'inconfort psychologique uniquement lorsque les participants sont mis en situation de prédiction sans qu'ils aient l'opportunité de justifier leur transgressions (conditions de prédiction sans justification).

5. Discussion

Notre premier objectif était de reproduire les effets de la réalisation d'une prédiction sur l'inconfort psychologique observés dans nos expériences précédentes (i.e., expériences 3, 4 et 5). Si les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive elles devraient être source d'inconfort psychologique (cf. Festinger, 1957). Nous n'observons pas l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Nous pensons que cet effet n'est pas observé car notre contraste oppose la condition contrôle aux conditions de prédiction avec et sans justification. Dans les conditions de prédiction avec justification, l'inconfort psychologique ne devrait pas être observé. Néanmoins, les participants ayant effectué une prédiction expriment significativement moins d'affects positifs que les participants du groupe contrôle. Les affects positifs s'opposent à l'inconfort psychologique (Norton et al., 2003; Vaidis & Gosling, 2011). L'analyse factorielle de notre échelle d'affects (i.e., analyse en composante principale avec rotation Varimax) identifie deux facteurs distincts. Le premier renvoie à l'inconfort psychologique (moyenne des items *gêné*, *mal à l'aise*, *embarrassé*) et le deuxième aux affects positifs (moyenne des items *joyeux*, *bien*, *optimiste*). La plupart des études ne montrent pas les effets de la dissonance sur les affects positifs (e.g., Harmon-Jones, 2000; Elliot & Devine, 1994) et c'est pourquoi nous n'avons pas formulé d'hypothèse sur cette mesure. Néanmoins, Vaidis et Gosling (2011) montrent qu'une situation de dissonance réduit significativement les affects positifs. Ainsi, la réduction des affects positifs exprimés en situation de prédiction est cohérente avec l'hypothèse d'une production de dissonance. Nos résultats montrent que les auto-prophéties produisent un éveil émotionnel allant dans le sens d'un inconfort psychologique. Les participants ayant effectué une prédiction sont moins *joyeux*, moins *biens* et moins *optimistes* que les participants du groupe contrôle.

Par ailleurs, nous souhaitions tester les effets de la justification du comportement en situation de prédiction. La justification est un mode de réduction de la dissonance (Fointiat et al., 2013). Donner l'opportunité à un individu de justifier le fait de ne pas recycler devrait réduire l'inconfort psychologique généré par les auto-prophéties. Les résultats montrent qu'une prédiction comportementale est source d'inconfort psychologique uniquement lorsque le participant n'a pas à justifier son comportement. Aussi, l'inconfort psychologique éprouvé par les participants répartis dans les conditions de prédiction avec justification est significativement moins élevé que celui exprimé par les participants des conditions de prédiction sans justification. La justification du comportement agit comme un mode de réduction de la dissonance et réduit l'inconfort psychologique ressenti en situation de

prédiction. A l'instar de Fointiat et al. (2013), nous pensons que la justification permet de restaurer la valeur sociale du comportement. Le participant n'est plus responsable de ses transgressions s'il est en mesure de les justifier en se disant, par exemple : « *Je ne recycle pas mes déchets car le local de tri est trop loin de chez moi* ». La justification des transgressions permettrait au participant d'abaisser l'engagement dans ses actes, réduisant ainsi la dissonance (Mangard & Channouf, 1996).

Notre deuxième objectif concernait l'identification des cognitions inconsistantes rendues saillantes dans les auto-prophéties. Selon Spangenberg et ses collaborateurs (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003, 2012), la réalisation d'une prédiction serait source de dissonance en rendant saillante une inconsistance cognitive entre le comportement passé et les croyances normatives. L'individu prédisant son comportement prendrait conscience qu'il n'agit pas toujours comme il le devrait. Nous montrons dans notre expérience 5 que l'habitude, qui permet de rendre compte du comportement passé (Verplanken & Orbell, 2003) modère l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique. Nous reproduisons ces résultats dans notre expérience 6. Les participants ayant les habitudes les plus faibles éprouvent un inconfort psychologique significativement plus fort que celui exprimé par les participants ayant les habitudes les plus fortes. Cet effet de l'habitude est également observé sur l'ambivalence de l'attitude. Ce concept caractérise l'existence d'un conflit entre deux évaluations cognitives (i.e., positive et négative) et est parfois associé à un état de tension similaire à celui de la dissonance cognitive (McGregor, Newby-Clark, & Zanna, 1999; Newby-Clark, McGregor, & Zanna, 2002). Les participants dont l'habitude est faible prennent conscience de leurs transgressions ce qui les met dans un état de dissonance cognitive (traduit par une augmentation de l'inconfort psychologique et de l'ambivalence de l'attitude). Par ailleurs, nous observons un effet de l'habitude sur les affects positifs : les participants ayant les habitudes les plus fortes expriment significativement plus d'affects positifs que les participants ayant les habitudes les plus faibles. Nous pensons que les participants dont l'habitude de recycler est forte ressentent un sentiment de satisfaction personnelle (traduit par une augmentation des affects positifs) en prenant conscience qu'ils agissent en accord avec la norme.

L'interaction entre l'habitude et la réalisation d'une prédiction (contraste opposant les conditions de prédiction à la condition contrôle) est significative sur l'inconfort psychologique. De même, l'interaction entre l'habitude et la justification (contraste opposant les conditions de prédiction sans justification aux conditions de prédiction avec justification)

est significative sur l'inconfort psychologique. L'habitude produit un effet sur l'inconfort psychologique uniquement en condition de prédiction sans justification. Ainsi, les auto-prophéties amènent-elles les participants n'ayant pas l'habitude de recycler à prendre conscience qu'ils sont transgressifs uniquement s'ils n'ont pas l'opportunité de se justifier.

Enfin, nous avons suggéré l'intervention des croyances injonctives et morales, qui renvoient aux attentes sociales et au sentiment de responsabilité personnelle (Kaiser et al., 1999), dans le paradigme des auto-prophéties. Chandon et al. (2011) montrent que les auto-prophéties favorisent l'adoption d'un comportement lorsque celui-ci appartient aux standards de conduites personnels (cf. Schwartz, 1973). Les croyances injonctives et morales seraient une référence permettant d'identifier les conduites socialement et moralement désirables. Un individu en situation de prédiction opposerait son comportement à ses croyances injonctives et morales pour juger de son caractère transgressif. Les résultats ne montrent pas l'effet des croyances injonctives et morales sur l'inconfort psychologique. Nous avons fait le choix de traiter nos résultats séparément selon l'habitude et les croyances injonctives et morales pour faciliter la lecture et l'interprétation des résultats. Peut-être que l'intégration de ces deux variables (i.e., habitude et croyances injonctives et morales) dans un même modèle pourrait approfondir leur relation dans le processus de dissonance. Par exemple, il est possible que les croyances injonctives et morales produisent un effet sur l'inconfort psychologique lorsque l'habitude est contrôlée. Cependant, les mesures de l'habitude et des croyances injonctives et morales dans une même expérience permettent de créer, comme dans l'expérience 5, une variable inconsistance correspondant à l'écart entre l'habitude et les croyances injonctives et morales. Un fort degré d'inconsistance signifie qu'un individu est particulièrement transgressif, c'est-à-dire qu'il n'a pas l'habitude de recycler alors que son système de croyances considère ce comportement comme étant socialement et moralement désirable. Si les auto-prophéties relèvent de la dissonance cognitive alors l'inconfort psychologique exprimé devrait être plus élevé pour les participants dont l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est élevée.

Les résultats montrent que l'inconfort psychologique varie selon le degré d'inconsistance. Les participants ayant un degré d'inconsistance élevé éprouvent significativement plus d'inconfort psychologique que les participants dont le degré d'inconsistance est faible. Les résultats montrent également un effet du degré d'inconsistance sur les affects positifs. Plus l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est faible et plus les participants expriment des affects positifs. Par ailleurs,

l'interaction entre le degré d'inconsistance et la réalisation d'une prédiction (i.e., contraste opposant les conditions de prédiction à la condition contrôle) est significative sur l'inconfort psychologique. De même, l'interaction entre le degré d'inconsistance et la justification (i.e., contraste opposant les conditions de prédiction sans justification aux conditions de prédiction avec justification) est significative sur l'inconfort psychologique. Ces résultats montrent que l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est uniquement rendue saillante en situation de prédiction sans justification. Donner l'opportunité à un individu de justifier son comportement réduit la saillance de l'inconsistance cognitive. Ainsi, les auto-prophéties rendent-elles saillante une inconsistance cognitive entre le comportement passé et les croyances injonctives et morales. Cette inconsistance est source d'un inconfort psychologique pouvant être réduit par la justification du comportement passé.

DISCUSSION GÉNÉRALE

Cette thèse contribue à intégrer le paradigme des auto-prophéties dans le champ de la dissonance cognitive. Les auto-prophéties consistent à demander à un individu de prédire la réalisation d'un comportement en répondant à une question de prédiction, par exemple, « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012). Répondre à une telle requête de prédiction augmente la probabilité que le comportement soit réalisé (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003; Spangenberg & Sprott, 2006; Sprott et al., 2003, 2004). Selon plusieurs auteurs, notamment Spangenberg et ses collaborateurs (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg & Greenwald, 1999; Spangenberg et al., 2003, 2012), les auto-prophéties relèveraient de la dissonance cognitive. Selon ces auteurs, répondre à une question de prédiction activerait deux cognitions potentiellement contradictoires : 1/ le comportement passé et 2/ les croyances normatives. En répondant à une question de prédiction un individu prendrait conscience d'une part, de ce qu'il fait ou ne fait pas (comportement passé) et d'autre part, de ce qu'il pense devoir faire (croyances normatives), c'est-à-dire de ce qui socialement et moralement bon de faire. Cet individu serait susceptible de se dire, par exemple, « *Je sais ce qu'une bonne personne doit faire et j'ai largement (ou complètement) omis de le faire* » (Spangenberg et al., 2003, p.59). Ainsi, la saillance d'une inconsistance entre le comportement passé et les croyances normatives serait source de dissonance appelant sa réduction par l'adoption du comportement (Spangenberg et al., 2003).

Apports théoriques

Les auto-prophéties serait source de dissonance en rendant saillante une inconsistance cognitive (Spangenberg et al., 2003, 2012). Cette inconsistance opposerait les croyances normatives au comportement passé transgressif. Un individu prédisant son comportement qui n'agirait pas en accord avec son système de croyances serait susceptible de ressentir de la dissonance.

Nous savons que les croyances normatives sont impliquées dans l'effet des auto-prophéties. La réalisation d'une prédiction produit des effets sur le comportement uniquement lorsque les participants possèdent de fortes croyances normatives (Sprott et al., 2003). Par ailleurs, Chandon et al. (2011) montrent que l'effet des auto-prophéties est uniquement observé sur des comportements appartenant aux standards de conduites personnels (cf.

Schwartz, 1973). Répondre à une question de prédiction rendrait saillante la valeur sociale du comportement, ce qui guiderait l'individu vers l'adoption du comportement socialement désirable.

Nous montrons dans notre expérience 1 que le recyclage est perçu comme un comportement normatif auprès d'une population universitaire. Les participants possèdent un score de clairvoyance normative particulièrement élevé. La clairvoyance normative renvoie aux connaissances concernant l'aspect normatif ou contre-normatif d'un comportement (Py & Somat, 1991, 1996). Ce résultat nous semblait indispensable pour tester l'effet des auto-prophéties sur ce comportement thématique. Si les auto-prophéties produisent des effets uniquement sur des comportements normatifs et que le recyclage est perçu comme étant socialement désirable, l'effet des auto-prophéties devrait être observé sur le recyclage des déchets.

La clairvoyance normative n'implique pas nécessairement l'adhésion à une norme (Py & Somat, 1996, 1997). Néanmoins, les individus clairvoyants possèdent des connaissances sur la désirabilité sociale d'un comportement et sont en mesure d'associer à ce comportement des croyances normatives. Les auto-prophéties sont susceptibles de produire des effets, comme le changement d'attitude, si les participants considèrent le comportement ciblé comme étant normatif (Sprott et al., 2003).

Notre expérience 2 teste les effets du libre-choix, variable indispensable à l'éveil de la dissonance (e.g., Cooper, 2007; Harmon-Jones et al., 2011; Linder et al., 1967) et d'une situation de fausse attribution (e.g., Fazio & Cooper, 1983; Fointiat, 1996; Martinie & Joule, 2000, 2004; Zanna & Cooper, 1974) dans le paradigme des auto-prophéties. Nos résultats montrent que l'effet des auto-prophéties sur l'attitude et l'intention de recycler est uniquement observé lorsque la prédiction est effectuée en contexte de libre-choix.

Si à notre connaissance le libre-choix n'a pas été testé dans les travaux portant sur les auto-prophéties, nous pensons que les auteurs l'on induit dans chacune de leurs études en laissant les participants libres de répondre à la question de prédiction (e.g., Spangenberg, 1997; Spangenberg et al., 2003, 2012; Sprott et al., 1999; Sprott et al., 2004). En effet, dans ces études, l'accord des participants ainsi que l'acceptation de répondre à la question de

prédiction n'est jamais présentée de manière obligatoire. Les participants sont à chaque fois responsables de leur prédiction qu'ils ne peuvent par exemple imputer à des facteurs externes.

Par ailleurs, nous montrons que le changement d'attitude observé en situation de prédiction ne l'est plus lorsque l'on donne l'occasion au participant d'attribuer faussement l'éveil de la dissonance à une source externe. Ce résultat va dans le sens des précédents travaux utilisant le paradigme de la fausse attribution en situation de dissonance (e.g., Fointiat, 1996; Joule & Martinie, 2008). La fausse attribution détourne l'individu de la source de la dissonance bloquant ainsi le changement d'attitude.

L'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique est testé dans nos expériences 3, 4, 5 et 6. L'inconfort psychologique correspond aux affects de la dissonance (Norton et al., 2003; Vaidis & Gosling, 2011) tels que définis par Festinger (1957). Nous montrons que les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique uniquement lorsque la prédiction est effectuée en contexte de libre-choix (expérience 3). Le libre-choix apparait comme une condition nécessaire à l'effet des auto-prophéties. Pour que la réalisation d'une prédiction produise les effets de la dissonance en conduisant, par exemple, au changement d'attitude ou de comportement, il est nécessaire que l'individu soit mis en contexte de libre-choix.

L'interprétation de l'effet des auto-prophéties par la théorie de la dissonance cognitive implique de clarifier la présence d'une inconsistance cognitive. Rappelons que pour Festinger (1957), la présence d'une inconsistance cognitive est indispensable à l'état de dissonance. Pour qu'un individu soit en état de dissonance, deux de ces cognitions doivent entretenir une relation d'inconsistance. Nous avons testé les effets du comportement passé (i.e., mesure de l'habitude) et des croyances normatives dont l'inconsistance est susceptible d'être rendue saillante en situation de prédiction (Spangenberg et al., 2003, 2012).

Premièrement, nous montrons que l'habitude, qui permet de rendre compte du comportement passé (e.g., Ouellette & Wood, 1998; Verplanken & Orbell, 2003) est impliquée dans l'effet des auto-prophéties. Une prédiction comportementale est source d'inconfort psychologique uniquement pour les participants transgressifs, c'est-à-dire pour ceux n'ayant pas l'habitude de recycler (expériences 5 et 6). D'une part, ces résultats suggèrent que le comportement passé est rendu saillant en situation de prédiction. D'autre part, les transgressions des participants seraient susceptibles d'être opposées à une seconde

cognition potentiellement inconsistante. Ainsi, les auto-prophéties rendraient saillante une inconsistance entre le comportement passé (i.e., mesure de l'habitude) et les croyances normatives.

Deuxièmement, nous avons testé les effets des croyances normatives en utilisant dans un premier temps les items de Sprott et al. (2003). L'absence d'effet sur l'inconfort psychologique nous a conduit à nous interroger sur le type de croyances normatives impliquées dans les auto-prophéties (expérience 3). Nous pouvons distinguer les croyances descriptives qui concernent le comportement de la majorité, les croyances injonctives qui correspondent aux attentes sociales et les croyances morales (ou personnelles) qui renvoient au sentiment de responsabilité personnelle (Cialdini et al., 1990, 1991; Kaiser et al., 1999).

Selon Chandon et al. (2011), les croyances injonctives et morales seraient une référence permettant à l'individu effectuant une prédiction de juger si son comportement est transgressif. Nous avons testé dans nos expériences 5 et 6 l'hypothèse selon laquelle les croyances injonctives et morales modèreraient l'effet des auto-prophéties sur l'inconfort psychologique sans observer les résultats escomptés. Nous avons fait le choix de traiter nos résultats séparément selon l'habitude et les croyances injonctives et morales pour faciliter la lecture et l'interprétation des résultats. Il est possible que l'intégration de ces deux variables (i.e., habitude et croyances injonctives et morales) dans un même modèle puisse approfondir l'étude de leur relation dans le processus de dissonance.

Nous avons ensuite testé les effets du degré d'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales en situation de prédiction. Si les auto-prophéties rendent saillante une inconsistance entre le comportement passé (i.e., mesure de l'habitude) et les croyances injonctives et morales, les effets sur l'inconfort psychologique devraient uniquement être observés pour les participants possédant une inconsistance élevée. Les résultats des expériences 5 et 6 confirment cette hypothèse et montrent que l'inconfort psychologique généré par la réalisation d'une prédiction varie selon le degré d'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales. Plus cette inconsistance est élevée et plus les participants éprouvent un inconfort psychologique fort. Ainsi, les auto-prophéties rendent-elles saillante une inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales.

Enfin, nous montrons dans l'expérience 6 que l'inconfort psychologique induit par la réalisation d'une prédiction est réduit lorsque l'on donne l'opportunité au participant de justifier son comportement. La justification du comportement est un mode de réduction de la dissonance (Fointiat et al., 2013) susceptible d'être utilisé en situation de prédiction. A l'instar de Fointiat et al. (2013) nous pensons que la justification permet de restaurer la valeur sociale du comportement. Le participant amené à se justifier se désengage de ses transgressions permettant ainsi de réduire la dissonance (Mangard & Channouf, 1996).

Pris dans leur ensemble, ces résultats vont dans le sens d'une production de dissonance dans le paradigme des auto-prophéties. L'effet des auto-prophéties est observé sur l'attitude envers le recyclage uniquement en contexte de libre-choix et en l'absence de fausse attribution (expérience 2). Répondre à une question de prédiction est source d'inconfort psychologique (expériences 3, 4, 5, et 6) uniquement pour les participant transgressifs, c'est-à-dire pour ceux n'ayant pas l'habitude de recycler (expériences 5 et 6) et pour les participants dont l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales est particulièrement élevée (expériences 5 et 6). Enfin, demander à un individu de justifier son comportement réduit l'inconfort psychologique généré par une situation de prédiction (expérience 6).

Perspectives théoriques

Nos résultats permettent de mieux comprendre les processus impliqués dans l'effet des auto-prophéties. Prédire son comportement serait source de dissonance en rendant saillante une inconsistance cognitive. Néanmoins, plusieurs points nécessitent encore d'être clarifiés.

Tout d'abord, nos mesures des affects de la dissonance ne prennent pas en compte les affects négatifs tournés vers le soi (cf. Elliot & Devine, 1994). Nous avons fait le choix d'utiliser l'échelle de Norton et al. (2003) traduite en français par Vaidis et Gosling (2011) qui distingue l'inconfort psychologique des affects positifs. Selon la version initiale de la théorie de la dissonance cognitive, le soi n'est pas nécessairement impliqué dans le processus de dissonance (Festinger, 1957). Néanmoins, dans le cas des auto-prophéties, il est possible que le soi modère les effets sur l'inconfort psychologique. Par exemple, Spangenberg et al. (2003) montrent en situation de prédiction qu'une procédure d'affirmation du soi réduit le besoin de restauration cognitive. Ainsi, le soi pourrait-il agir comme une ressource à la réduction de la

dissonance dans le paradigme des auto-prophéties (cf. Steele, 1988). De nouvelles expérimentations pourraient notamment porter sur une mesure des affects permettant la prise en compte des affects négatifs tournés vers le soi (e.g., échelle d'Elliot & Devine, 1994).

En outre, si l'on considère que les échelles d'affects ne permettent pas une mesure efficace de la dissonance, notamment du fait qu'elles sollicitent un traitement conscient des émotions (voir Lecrique, 2007), il est également envisageable d'avoir recours à des mesures physiologiques telles que l'activité électrodermale (e.g., Harmon-Jones et al., 1996; Martinie et al., 2013) qui ont le mérite de proposer une mesure non contrôlable par les participants.

Par ailleurs, nos expériences ne testent pas l'effet des auto-prophéties sur le changement de comportement alors que ce paradigme a notamment été étudié pour ses effets comportementaux (Spangenberg & Greenwald, 1999). Effectuer une prédiction augmente la probabilité d'adopter le comportement ciblé (e.g., Spangenberg, 1997; Sprott et al., 1999, 2003; Spangenberg et al., 2003). Nous n'avons pas utilisé de mesure comportementale dans nos expériences car nous avons fait le choix de nous centrer sur l'analyse des processus conduisant à l'effet des auto-prophéties. Par exemple, nos expériences mettent l'accent sur les conditions nécessaires à une production de dissonance (e.g., libre-choix) ou encore sur les cognitions inconsistantes rendues saillantes dans les auto-prophéties (i.e., comportement passé et croyances normatives). Néanmoins, une telle mesure serait notamment pertinente pour déterminer si le changement de comportement induit par les auto-prophéties permet de réduire les affects de la dissonance.

Une question fondamentale que l'on peut se poser concerne le principe même des auto-prophéties : l'effet des auto-prophéties est-il dépendant de la réponse à la requête de prédiction ? En d'autres termes, l'acceptation de répondre à la question de prédiction est-elle suffisante pour produire l'effet des auto-prophéties ou est-il nécessaire que l'individu réponde, par exemple, « oui, je recyclerai mes déchets », pour que les effets soient observés ?

Lorsque le paradigme est présenté par Sherman (1980), ce dernier considère que les participants font une « erreur de prédiction » en surestimant les chances de réaliser le comportement. Par la suite, cette erreur serait de nature auto-effaçante, c'est-à-dire que les participants finiraient par adopter le comportement ciblé. Or, les études sur les auto-prophéties ne spécifient pas de manière systématique si les participants retenus pour les

conditions de prédiction sont ceux ayant répondu « oui » à la requête de prédiction (e.g., Spangenberg et al., 2003; 2012).

Quand bien même, Spangenberg et al. (2003) montrent l'effet des auto-prophéties en utilisant une requête de prédiction présentée sous la forme d'un slogan (i.e., « *Demandez-vous... Recyclerez-vous ?* ») où il n'est pas demandé au participant de répondre à la question de manière explicite. Nous avons fait le choix de traiter nos résultats sans prendre en compte la réponse à la requête de prédiction. Ainsi, nos résultats suggèrent que l'acceptation de répondre est suffisante pour générer de la dissonance. Cette question sur le principe même des auto-prophéties nécessiterait d'être approfondie en opposant, par exemple, les participants ayant répondu « oui » aux participants ayant répondu « non » à la requête de prédiction.

Enfin, les résultats de notre expérience 6 montrent que la justification du comportement (cf. Fointiat et al., 2013) agit comme un mode de réduction de la dissonance. Les participants ayant justifié leur comportement expriment significativement moins d'inconfort psychologique que les participants des conditions de prédiction sans justification. Il serait tout à fait pertinent de tester d'autres modes de réduction de la dissonance comme, notamment, le changement de comportement, qui est le principal effet des auto-prophéties (Spangenberg & Greenwald, 1999; Dholakia, 2010) mais aussi le changement d'attitude et la trivialisation qui sont tous deux des modes de réduction de la dissonance couramment étudiés (Fointiat et al., 2013).

Perspectives appliquées

Le paradigme des auto-prophéties représente de nouvelles perspectives pour les campagnes de communication visant à changer le comportement des individus (Spangenberg et al., 2003). Nous l'avons vu, les auto-prophéties produisent des changements comportementaux dans des domaines variés concernant notamment les comportements civiques comme le vote (e.g., Greenwald et al., 1987, 1988), les comportements altruistes comme faire une donation à une œuvre caritative (e.g., Obermiller & Spangenberg, 2000), les comportements de santé comme manger équilibré (e.g., Sprott et al., 2003) ou encore les comportements pro-environnementaux comme le recyclage (e.g., Sprott et al. 1999; Spangenberg et al., 2003).

Par exemple, Spangenberg et al. (2003) montrent l'effet des auto-prophéties sur le comportement de recyclage en ayant recours à une requête de prédiction présentée sous la forme d'un slogan (i.e., « *Demandez-vous... Recyclerez-vous ?* »). On peut imaginer des campagnes de communication reposant sur le principe des auto-prophéties. Ce paradigme est potentiellement exploitable sur tous les supports de communication pouvant diffuser une requête de prédiction.

En outre, il est envisageable d'avoir recours aux auto-prophéties dans toutes les thématiques dans lesquelles les individus n'agissent pas toujours en accord avec leur système de croyances : la lutte contre le cancer ou les maladies infectieuses (e.g. accepter de se faire dépister, accepter de se faire vacciner), le don d'organe, de sang ou de plaquettes, le gaspillage alimentaire, la sécurité routière (e.g., respect des limitations de vitesse, ne pas boire au volant), le respect des comportements civiques (e.g., ne pas se garer sur une place prévue pour les personnes handicapées) ou des consignes de sécurité (e.g., accepter de mettre sa ceinture dans un bus, respecter le port du casque sur les chantiers), les activités sportives (e.g., privilégier le vélo pour les petits trajets), sont autant de thématiques dans lesquelles l'effet des auto-prophéties pourrait être testé.

Par exemple, Suri, Sheppes, Leslie et Gross (2014) présentent une étude que nous renvoyons volontiers aux paradigmes des auto-prophéties. Les auteurs ciblaient un comportement particulier : préférer les marches d'un escalier à un esclator. Pour se maintenir en bonne santé la situation imposerait de privilégier l'escalier. Sans le savoir, 5941 piétons participaient à l'étude qui se déroulait dans la gare de San Francisco. Les expérimentateurs déposaient une affiche à la vue des piétons soit juste devant les escaliers, c'est-à-dire à l'endroit où les participants prendraient la décision de prendre l'escalier ou l'escalator, soit une vingtaine de mètres avant les escaliers. On manipulait également l'information présentée. Dans une premier cas (condition « injonction »), l'affiche présentée contenait un message injonctif (i.e., « *Prenez les escaliers* »[44]) et dans un second (condition « interrogation ») une question de prédiction (i.e., « *Prendrez-vous les escaliers ?* »[45]). Enfin, dans une condition contrôle, aucune affiche n'était présentée. Les expérimentateurs comptabilisaient ensuite le nombre de participants privilégiant les marches de l'escalier à l'escalator. Lorsque l'affiche est

[44] « Take the Stairs » (Suri et al., 2014, p.4).
[45] « Will You Take the Stairs » (Suri et al., 2014, p.4).

présentée en bas des escaliers, les résultats montrent que les participants sont significativement plus nombreux à prendre l'escalier si le message est un ordre (17%) que s'il est une question (10%). En revanche, lorsque l'affiche est présentée vingt mètres avant les escaliers, les participants sont significativement plus nombreux à prendre l'escalier si le message est une question (16%) que s'il est un ordre (12%). En outre, quelle que soit la distance entre l'affiche et les escaliers, les participants des deux conditions expérimentales (injonction versus interrogation) sont toujours significativement plus nombreux que les participants du groupe contrôle à prendre les escaliers (6%).

Les auteurs interprètent ces résultats au regard des processus liés au traitement de l'information (cf. Modèle heuristique systématique, Chaiken, Liberman, & Eagly, 1989). Lorsque les ressources comme le temps pour traiter l'information sont limitées, les participants ont tendance à privilégier un traitement heuristique de l'information. Dans ce cas, le message injonctif est le plus efficace. A l'inverse, lorsque les ressources pour traiter l'information sont moins limitées, les participants privilégient un traitement systématique de l'information. Dès lors, le message sous la forme d'une question produit le plus d'effet sur le comportement.

Ainsi, nous pensons que les auto-prophéties sont susceptibles d'ouvrir de nouvelles perspectives entre les travaux issus de la persuasion et le champ de la dissonance cognitive. Par exemple, il est possible de se demander si les auto-prophéties produisent davantage de dissonance lorsque les participants disposent de suffisamment de ressources pour traiter la requête de prédiction. On peut également se demander si les processus de résistance à la persuasion, dont le rapprochement au champ de la dissonance cognitive a notamment été proposé par Sénémeaud, Girandola, Georget et Salès-Wuillemin (2013), seraient susceptibles de modérer l'effet des auto-prophéties. Par exemple, nous avons suggéré dans notre expérience 5 que les participants sont susceptibles de résister à une information normative pour justifier leurs transgressions. Ils se diraient par exemple, « *Les autres ne recyclent pas toujours, donc je ne suis pas si mauvais que ça* » (Spangenberg et al., 2003, p.54).

Par ailleurs, nous pensons que le paradigme des auto-prophéties peut être considéré comme une alternative au paradigme de l'hypocrisie induite (Spangenberg & Greenwald, 1999). L'hypocrisie induite se déroule en deux temps : 1/ obtenir un comportement d'adhésion

à la norme et 2/ rappeler les transgressions comportementales passées (Aronson, 1991; Fointiat, 2004, 2008; Fointiat & Grosbras, 2007; Fointiat et al., 2008). Les auto-prophéties proposent une procédure simplifiée par rapport à l'hypocrisie induite, ouvrant ainsi de nouvelles perspectives. Il s'agit simplement de demander à un individu de répondre à une question de prédiction.

Il serait intéressant de comparer les effets de ces deux paradigmes producteurs de dissonance sur le changement de comportement. Par exemple, on peut imaginer une expérience où il serait demandé aux participants mis en condition de prédiction de prédire un comportement normatif (e.g., faire un don pour une association œuvrant contre le cancer), aux participants mis en condition d'hypocrisie induite de prendre un engagement normatif (e.g., signer une charte d'engagement en faveur de la lutte contre le cancer) avant de rappeler les transgressions passées à cet engagement (e.g., décrire la ou les dernières fois qu'ils auraient pu se montrer charitable sans pour autant l'avoir fait) et enfin, aux participants mis en condition contrôle de prédire un comportement neutre (e.g., se rendre au cinéma). On demanderait ensuite aux participants de chaque condition s'ils accepteraient de faire un don pour une association œuvrant contre le cancer en précisant le montant de ce don.

Les auto-prophéties pourraient également être utilisées de manière complémentaire avec d'autres leviers d'action. Par exemple, il serait possible d'associer la technique de l'implémentation d'intention (Gollwitzer, 1999) à une requête de prédiction. Il ne s'agirait plus uniquement de demander à l'individu de prédire son comportement mais de préciser où, quand et comment il pourrait le réaliser. L'implémentation d'intention permet de favoriser le passage des intentions à l'action par l'identification des contraintes à la réalisation du comportement.

Conclusion

Les auto-prophéties consistent à demander à un individu de prédire son comportement en répondant à une question de prédiction, par exemple, « *Pouvez-vous prédire que vous recyclerez ?* » (Spangenberg et al., 2012). Une telle question de prédiction favorise l'induction de comportements normatifs (Spangenberg & Greenwald, 1999; Dholakia, 2010).

Bien que de nouvelles expérimentations pourraient approfondir l'analyse des processus expliquant l'effet des auto-prophéties, les résultats de nos expériences vont dans le sens d'une production de dissonance. Nous montrons que les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique uniquement en situation de libre-choix et uniquement si les participants sont transgressifs, c'est-à-dire s'ils n'ont pas l'habitude de pratiquer le recyclage.

Les auto-prophéties rendraient saillante une inconsistance cognitive entre le comportement passé transgressif et les croyances normatives associées à ce comportement (Spangenberg et al., 2003, 2012). Nous montrons que les auto-prophéties sont source d'inconfort psychologique notamment lorsque l'inconsistance entre le comportement passé (i.e., mesure de l'habitude) et les croyances normatives est particulièrement élevée. La saillance de cette inconsistance serait source de dissonance appelant sa réduction par l'adoption du comportement. Nous pouvons dire que les auto-prophéties font partie du renouveau paradigmatique de la dissonance cognitive (Priolo et al., 2013).

Nous encourageons vivement les chercheurs en psychologie sociale à poursuivre l'étude des auto-prophéties. L'analyse des éléments facilitant ou entravant l'effet des auto-prophéties permettrait de mieux comprendre les conditions d'applications du paradigme.

En outre, nous pensons que les auto-prophéties représentent un outil d'accompagnement simple pouvant intégrer les actions de prévention concernant notamment les comportements civiques, de santé ou de protection de l'environnement. Elles sont potentiellement exploitables à toutes les thématiques renvoyant à des valeurs socialement partagées. Ainsi, les auto-prophéties pourraient-elles être utilisées dans les situations où il semble nécessaire de mettre les individus face à leur contradiction, pour les amener *in fine* à adopter le comportement socialement souhaité.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Aarts, H., & Dijksterhuis, A. (2000). Habits as knowledge structures: Automaticity in goal-directed behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *1*, 53-63.

Aarts, H., Verplanken, B., & Van Knippenberg, A. (1998). Predicting behaviour from actions in the past: repeated decision making or a matter of habit? *Journal of Applied Social Psychology*, *28*, 1355-1374.

Aarts, H., Verplanken, B., & Van Knippenberg, A. (1998). Predicting behaviour from actions in the past: Repeated decision making or a matter of habit? *Journal of Applied Social Psychology*, *28*, 1355-1374.

ADEME (2014). Stratégie Recherche Développement Innovation: Orientations stratégiques de l'ADEME. ISBN. Récupéré depuis http://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/ademe_orientations_recherche_dev_innov_v13_md.pdf

Ajzen, I. (2000). Residual effects of past on later behavior: Habituation and reasoned action perspectives. *Personality and Social Psychology Review*, *6(2)*, 107-122.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, *84(5)*, 888-918.

Ansel, D., & Girandola, F. (2004). La surconfiance: un mode de réduction de la dissonance par ajout de cognitions consistantes. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *17*, 145-176.

Archibald, W. P. (1974). Alternative explanations for self-fulfilling prophecy. *Psychological Bulletin*, *81(1)*, 74-84.

Aronson, E. (1968). Discussion: Commitments about commitments. In *Theories of cognitive consistency: A sourcebook* (pp. 464-466). Chicago: Rand Mc Nally.

Aronson, E. (1969). The Theory of cognitive dissonance: A current perspective. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology, Vol. 4* (pp. 2-34). New York: Academic Press.

Aronson, E. (1992). The return of the repressed: Dissonance theory makes a comeback, *Psychological Inquiry*, *3*, 303-311.

Aronson, E. (1999). The power of self-persuasion. *American Psychologist*, *54(11)*, 875-884.

Aronson, E., & Carsmith, J. M. (1963). Effect of the severity of threat on the devaluation of forbidden behavior. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, *66*, 584-588.

Aronson, E., & Carsmith, J. M. (1962). Performance expectancy as a determinant of actual performance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *65*, 178-182.

Aronson, E., & Mettee, D. R. (1968). Dishonest behavior as a function of differential levels of induced self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, *9(21)*, 121-127.

Aronson, E., Fried, C. B., & 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, J., Cohen, G. L., & Nail, P. R. (1999). Self-affirmation theory: An update and appraisal. In E. Harmon-Jones & J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 127-147). Washington DC: American Psychological Association.

Bamberg, S., & Möser, G. (2007). Twenty years after Hines, Hungford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, *27*, 14-25.

Beauvois, J.-L. (1995). La connaissance des utilités sociales. *Psychologie Française*, *40*, 375-387.

Beauvois, J.-L., & Joule, R.-V. (1982). Dissonance "versus" self-perception theories: A radical conception of Festinger's theory. *Journal of Social Psychology*, *117*, 99-113.

Beauvois, J.-L., & Joule, R.-V. (1996). *A radical dissonance theory*. London: Taylor & Francis.

Beauvois, J.-L., & Rainis, N. (1993). Dissonance reduction and causal explanation in a forced compliance situation. *European Journal of Social Psychology, 23*, 103-107.

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*, 1-17.

Beauvois, J.-L., Michel, S., Py, J., Rainis, N., & Somat, A. (1996). Activation d'explications internes et externes du comportement problématique dans la situation de soumission forcée. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule & J.-M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales, 5* (pp. 273-291). Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.

Bem, D. J. (1965). An experimental analysis of self-persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology, 1*, 199-218.

Bem, D. J. (1967). Self-perception: an alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological Review*, *74(3)*, 183-200.

Bem, D. J. (1972). Self-perception theory. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (pp. 1-62). New York: Academic Press.

Bem, D. J., & McConnell, H. K. (1970). Testing the self-perception explanation of dissonance phenomena on the salience of premanipulation attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology, 14*, 23-31.

Bickman, L. (1972). Environmental attitudes and actions. *Journal of Social Psychology*, *87*, 323-324.

Blanton, H., Cooper, J., Skurnik, I., & Aronson, J. (1997). When bad things happen to good feedback: Exacerbating the need for self-justification with self-affirmation. *Personality and Social Psychological Bulletin*, *23*, 684-692.

Blanton, H., Pelham, B. W., DeHart, T., & Carvallo, M. (2001). Overconfidence as Dissonance Reduction. *Journal of Experimental Social Psychology*, *37*, 373-385.

Borle, S., Dholakia, U. M., Singh, S. S., & Westbrook, R. A. (2007). The impact of survey participation on subsequent customer behavior: An empirical investigation. *Marketing Science*, *26(5)*, 711-726.

Bourg, G. (2011). *L'apport de la communication engageante et des représentations sociales dans le cadre de la promotion de l'éco-mobilité*. Thèse de doctorat en Psychologie. Université de Bourgogne, Dijon.

Brauer, M., & McClelland, G. (2005). L'utilisation des contrastes dans l'analyse des données: comment tester des hypothèses spécifiques dans la recherche en psychologie? *L'année psychologique*, *105*, 273-305.

Brehm, J. W., & Cohen, A. R. (1962). *Explorations in cognitive dissonance*. New York: John Wiley & Sons.

Brundtland, G. H. (1987). Our common future: Report of the world commission on environment and development. Oxford: Oxford University Press.

Bundesumweltministerium (Ed.), (1992). *Agenda 21. Dokumente der konferenz der vereinten nationen für unwelt und entwicklung im juni 1992 in Rio de Janeiro.* [Documents of the United Nation's conference on environment and development in Rio de Janeiro, june 1992]. Bonn: Bundesumweltministerium.

Burn, S. M., & Oskamp, S. (1986). Increasing community recycling with persuasive communication and public commitment. *Journal of Applied Social Psychology*, *16(1)*, 29-41.

Cacioppo, J. T., Gardner, W. L., & Berntson, G. G. (1997). Beyond bipolar conceptualizations and measures: The case of attitudes and evaluative space. *Personality and Social Psychology Review, 1*, 3-25.

Centre d'analyse stratégique (2011). *"Nudges verts": de nouvelles incitations pour des comportements écologiques*. La note d'analyse, n°216.

Chaiken, S., Liberman, A., & Eagly, A. H. (1989). Heuristic and systematic processing within and beyond the persuasion context. In J. S. Uleman & J. A. Bargh (Eds.), *Unintended thought* (pp. 212–252). New York: Guilford Press.

Chandon, P., Morwitz, V. G., & Reinartz, W. J. (2004). The short- and long-term effects of measuring intent to repurchase. *Journal of Consumer Research*, *31(3)*, 566-572.

Chandon, P., Morwitz, V. G., & Reinartz, W. J. (2005). Do intentions really predict behavior? Self-generated validity effects in survey research. *Journal of Marketing*, *69(2)*, 1-14.

Chandon, P., Smith, R. J., Morwitz, V., Spangenberg, E. R., & Sprott, D. E. (2011). When does the past repeat itself? The interplay of behavior prediction and personal norms. *Journal of Consumer Research*, *38(3)*, 420-430.

Cialdini, R. B. (2003). Crafting normative messages to protect the environment. *American Psychological Society*, *12(4)*, 105-109.

Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., & Reno, R. R. (1991). A focus theory of normative conduct: a theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, *24*, 201-234.

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*, 1015-1026.

Cohen, A. R. (1959). Communication discrepancy and attitude change: A dissonance theory approach. *Journal of Personality, 27*, 386-396.

Cohen, J. (1988*). Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Cooper, J. (1971). Personal responsibility and dissonance: the role of foreseen consequences. *Journal Personality and Social Psychology*, *18*, 354-363.

Cooper, J. (2007). Cognitive dissonance: Fifty years of a classic theory. London: Sage publications.

Cooper, J., & Fazio, R. H. (1984). A new look at dissonance theory. In L. Berkowicz (Ed.), *Advances in experimental social psychology 17*, Orlando, FL: Academic Press.

Cooper, J., & Worchel, S. (1970). Role of undesired consequences in arousing cognitive dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology, 16*, 199-206.

Davis, K. E., & Jones, E. E. (1960). Changes in interpersonal perception as a means of reducing cognitive dissonance. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 61*, 402-410.

De Young, R. (1993). Changing behavior and making it stick. *Environment and Behavior*, *25(4)*, 485-505.

DeBono, K. G., & Edmonds, A. E. (1989). Cognitive dissonance and self-monitoring: A matter of context? *Motivation and Emotion*, *13*, 259-70.

Denizeau, M., & Gosling, P., & Oberlé, D. (2009). L'effet de l'ordre et du délai sur l'usage de trois modes de réduction de la dissonance cognitive: le changement d'attitude, la trivialisation et le déni de responsabilité. *L'année psychologique*, *109*, 629-654.

Devine, P. G., Tauer, L. 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-Jone & J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 297-323). Washigton DC: American Psychological Association.

Dholakia, U. M. (2010). A critical review of question-behavior effect research. *Review of Marketing Research, 7,* 147-199.

Dholakia, U. M., & Morwitz, V. G. (2002). The scope and persistence of mere measurement effects: Evidence from a field study of customer satisfaction measurement. *Journal of Consumer Research*, *29(2)*, 159-167.

Dholakia, U. M., Morwitz, V. G., & Westbrook, R. A. (2004). Firm-sponsored satisfaction surveys: Positivity effects of customer purchase behavior? *MSI Reports*, 04-121.

Dholakia, U. M., Singh, S. S., & Westbrook, R. A. (2009). Understanding the effects of satisfaction surveys on customer purchasing behavior: Evidence from the automotive services industry. Working paper, Rice University.

Dickerson, C. A., Thibodeau, R., Aronson, E., & Miller, D. (1992). Using cognitive dissonance to encourage water conservation. *Journal of Applied Social Psychology*, *22(11)*, 841-854.

Dubois, N. (1987). *La Psychologie du contrôle. Les croyances internes et externes*. Grenoble: Presses Universitaires de France.

Dubois, N. (1994). *La norme d'internalité et le libéralisme*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Dubois, N. (2005). Normes sociales de jugement et valeur: ancrage sur l'utilité et ancrage sur la désirabilité. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 18, 43-79.

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*, 382-394.

Farnham, S. D., Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1999). Implicit self-esteem. In D. Abrams & M. A. Hogg (Eds.), Social identity and social cognition, Vol. xvii (pp. 230-248). Malden, MA: Blackwell Publishers Inc.

Fazio, R. H., & Williams, C. J. (1986). Attitude accessibility as a moderator of the attitude–perception and attitude-behavior relations: An investigation of the 1984 presidential elections. *Journal of Personality and Social Psychology*, *51*, 505-514.

Feather, N. T. (1966). Effects of prior success and failure on expectations of success and subsequent performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *3,* 287-298.

Feather, N. T. (1968). Change in confidence following success or failure as a predictor of subsequent performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *9,* 38-46.

Feather, N. T. & Saville, M. R. (1967). Effects of amount of prior success and failure on expectations of success and subsequent task performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *5,* 226-232.

Félonneau, M.-L., & Becker, M. (2008). Pro-environmental attitudes and behavior: Revealing perceived social desirability. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *21(4)*, 25-53.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance.* Stanford, CA: Stanford University Press.

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. W., & Schachter, S. (1956/1993). *L'échec d'une prophétie*. Paris: Presses Universitaires de France.

Fisher, R. J., Sprott, D. E., & Sangenberg, E. R. (1999). *Are social norms a pre-condition for the self-prophecy effect?* Paper presented at the annual meeting of the Association for Consumer Research, Columbus, Ohio.

Fitzsimons, G. J., & Moore, S. G. (2008). Should we ask our children about sex, drugs and rock & roll? Potentially harmful effects of asking questions about risky behaviors. *Journal of Consumer Psychlogy*, *18*, 82-95.

Fitzsimons, G. J., & Williams, P. (2000). Asking questions can change choice behavior: Does it do so automatically or effortfully? *Journal of Experimental Psychology: Applied*, *6(3)*, 195-206.

Fitzsimons, G. J., Block, L. G., & Williams, P. (2007). Asking questions about vices really does increase vice behaviour. *Social Influence*, *2*, 237-243.

Fitzsimons, G. J., Nunes, J., & Williams, P. (2007). License to sin: the liberating role of reporting expectations. *Journal of Consumer Research*, *34(1)*, 22-31.

Fointiat, V. (1996). Rationalisation cognitive versus rationalisation en acte dans le paradigme de la fausse attribution de l'éveil de la dissonance, *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, *30*, 10-21.

Fointiat, V. (1998). Rationalization in act and problematic behavior justification. *European Journal of Social Psychology*, *28*, 471-474.

Fointiat, V. (2004). '*I know what I have to do, but...*': When hypocrisy leads to behavioural change. *Personality and Social Behavior, 32(8), 741-746.*

Fointiat, V. (2008). Being together in a situation of induced hypocrisy. *Current Research In Social Psychology, 13(12)*, 443-451.

Fointiat, V., Girandola, F., & Gosling, P. (2013). *La dissonance cognitive. Quand les actes changent les idées*. Paris: Armand Colin.

Fointiat, V., & Grosbras, J.-M. (2007). « Dire une chose et en faire une autre »: de la déclaration de liberté dans le paradigme de l'hypocrisie induite. *Psychologie française*, *52*, 445-458.

Fointiat, V., & Potier, S. (2000). Rationalisation d'un comportement problématique: Théorie radicale de la dissonance versus théorie de la gestion des impressions. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *13*, 59-68.

Fointiat, V., Morisot, V., & Pakuszewski, M. (2008). Effects of past transgressions in the induced hypocrisy paradigm. *Psychological Reports*, *103*, 625-633.

Fointiat, V., Priolo, D., Saint-Bauzel, R., & Milhabet, I. (2013). Justifier nos transgressions pour réduire notre hypocrisie? Hypocrisie induite et identification des transgressions. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *26(4)*, 49-78.

Folz, D. H. (1991). Recycling program design, management, and participation: A national survey of minicipal experience. *Public Administration Review*, *51*, 222-231.

Freedman, J. L. (1963). Attitudinal effects of inadequate justification. *Journal of Personality, 31*(3), 371-385.

Fried, C. B. (1998). Hypocrisy and identification with transgressions: A case of undetected dissonance. *Basic and Applied Social Psychology*, *20(2)*, 145-154.

Galinsky, A. D., Stone, J. & Cooper, J. (2000). The reinstatement of dissonance and psychological discomfort following failed affirmations. *European Journal of Social Psychology*, *30*, 123-147.

Gilovich, T., Medvec, V. H., & Chen, S. (1995). Commission, omission, and dissonance reduction: Coping with regret in the "Monty Hall" problem. *Personality and Social Psychological Bulletin*, *21*, 182-190.

Girandola, F. (2003). Psychologie de la persuasion et de l'engagement. Besançon: Presses Universitaires de Franche-Comté.

Girandola, F., Bernard, F., & Joule, R-V. (2010). Développement durable et changement de comportement: application de la communication engageante. In K. Weiss, et F. Girandola (Eds.), *Psychologie et développement durable* (p. 221-245). Paris: Editions In Press.

Glass, D. C. (1964). Changes in liking as a means of reducing cognitives discepancies between self-esteem and agression. *Journal of Personality*, *32*, 531-49.

Goethals, G. R., & Cooper, J. (1972). Role of intention and postbehavioral consequences in the arousal of cognitive dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology, 23*, 293-301.

Goethals, G. R., & Cooper, J. (1975). When dissonance is reduced: The timing of self-justificatory attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology, 32*, 361-367.

Goethals, G. R., Cooper, J., & Nacify, A. (1979). Role of foreseen, foreseeable, and unforeseeable behavioral consequences in the arousal of cognitive dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology, 37*, 1179-1185.

Gollwitzer, P. M., & Oettingen, G. (2008). The question-behavior effect from an action control perspective. *Journal of Consumer Psychology*, *18*, 107-110.

Gosling, P., & Lorin, C. (1999). L'effet de la présence d'une explication du feedback sur la réduction de la dissonance en situation de soumission forcée. *Revue Internationale de Psychologie Sociale, 2*, 107 127.

Gosling, P., Denizeau, M. & Oberlé, D. (2006). Denial of responsibility: A new mode of dissonance reduction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *90*, 722-733.

Greenwald, A. G., Carnot, C. G., Beach, R., & Young, B. (1987). Increasing voting behavior by asking people if they expect to vote. *Journal of Applied Psychology*, *72*, 315-318.

Greenwald, A. G., Klinger, M. R., Vande Kamp, M. E., & Kerr, K. L. (1988). The self-prophecy effect: increasing voter turnout by vanity-assisted consciousness raising. Unpublished manuscript : University of Washington, Seattle WA.

Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, *74*, 1464-1480.

Guingouain G. (2001). La clairvoyance normative: métacognition sociale? Une perspective métacognitive de l'étude de la clairvoyance normative. *L'orientation Scolaire et Professionnelle*, *3(30)*, 337-352.

Hakmiller, K. L. (1966). Threat as a determinant of downward comparison. *Journal of Experimental Social Psychology*, *2*, 32-39.

Harmon-Jones, E. (1999). Understanding the motivation. In E. Harmon-Jones & J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 71-99). Washington, DC: American Psychological Association.

Harmon-Jones, E. (2000). Cognitive dissonance and experienced negative effect: 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., Amodio, D. M., & Harmon-Jones, C. (2009). Action-based model of dissonance: a review, integration and expansion of conceptions of cognitive conflict. *Advances in Experimental Psychology*, *41*, 119-166.

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*, 5-16.

Harmon-Jones, E., Harmon-Jones, C., Serra, R., & Gable, P. A. (2011). The effect of commitment on relative left frontal cortical activity: Test of the action-based model of dissonance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *37*, 395-408.

Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millenium. *Communication Monographs*, *76(4)*, 408-420.

Heider, F. (1946). Attitudes and cognitive organization. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied, 21*, 107-112.

Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations.* New York: Wiley.

Heine, S. J., Lehman, D. R. (1995). Social Desirability among Canadian and Japanese students. *Journal of Social Psychology*, *135*, 777-779.

Hoshino-Browne, E., Zanna, A. S., Spencer, S. J., Zanna, M. P., Kitayama, S., & Lacken-Bauer, S. (2005). On the cultural guises of cognitive dissonance: The case of Easterners and Westerners. *Journal of Personality and Social Psychology*, *89*, 294-310.

Janis, L. L., & King, B. T. (1954). The influence of the role playing on opinion change. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 49*, 211-218.

Janiszewski, C. & Chandon, E. (2007). Transfer-appropriate processing, response fluency, and the mere measurement effect. *Journal of Marketing Research*, *44(2)*, 309-323.

Joule, R-V., & Bernard, F. (2004). La communication engageante au service de l'éco-citoyenneté : une recherche-action dans le sud de la France. In. N. De Picolli & G. P. Quaglino (Eds.), *Psicologia sociale in dialogo. Scritti in onore di Piero Amerio* (pp. 265-281). Miliano: Unicopli.

Joule, R.-V. (1986). Rationalisation et engagement dans la soumission librement consentie, thèse de doctorat d'Etat en Lettre et Sciences humaines, université des Sciences sociale de Grenoble.

Joule, R.-V. (1987). La dissonance cognitive: un état de motivation? *L'année Psychologique*, *87(2)*, 273-290.

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 (Eds), *Perspectives cognitives et conduites sociales* (pp. 293-307). Neuchâtel et Paris: Delachaux & Niestlé.

Joule, R.-V., & Azdia, T. (2003). Cognitive dissonance, double forced compliance and commitment. *European Journal of Social Psychology*, *33*, 565-571.

Joule, R.-V., & Azdia, T. (2004). Dissonance cognitive et engagement: lorsque deux comportements de soumission sont en contradiction avec la même attitude. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, *64*, 5-11.

Joule, R.-V., & Beauvois, J.-L. (1998). *La soumission librement consentie.* Paris: Presses Universitaires de France.

Joule, R.-V., & Martinie, M.-A. (2008). Forced compliance, misattribution and trivialization. *Social Behavior and personality*, *36(9)*, 1205-1212.

Joule, R.-V., & Lefeuvre, R. (2003). Contrat expérimental et réduction de la dissonance cognitive dans le paradigme de la double soumission: Une nouvelle perspective de recherche. *Nouvelle Revue de Psychologie Sociale*, *2*, 87-96.

Kiesler, C. A. (1971). *The psychology of commitment. Experiments liking behavior to belief.* New York : Academic Press.

Kiesler, C. A., & Sakumura, J. (1966). A test of a model of commitment. *Journal of Personality and Social Psychology*, *8*, 331-338.

Klöckner, C., & Matthies, E. (2004). How habits interfere with norm-directed behaviour: A normative decision-making model for travel mode choice. *Journal of Environmental Psychology*, *24*, 319-327.

Klöckner, C., Matthies, E., & Hunecke, M. (2003). Problems of operationalizing habits and integrating habits in normative decision-making models. *Journal of Applied Social Psychology*, *33*, 396-417.

Krosnick, J. A., Boninger, D. S., Chuang, Y. C., Berent, M. K., & Carnot, C. G. (1993). Attitude strength: one construct or many related constructs? *Journal of Personality and Social Psychology*, *65*, 1132-1151.

Lavine, H., & Snyder, M. (1996). Cognitive Processing and the Functional Matching Effect in Persuasion: The Mediating Role of Subjective Perceptions of Message Quality. *Journal of Experimental Social Psychology*, *32*, 580-604.

Lennox, R. D., & Wolfe, R. N. (1984). Revision of the self-monitoring scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, *46*, 1349-64.

Levav, J., & Fitzsimmons, G. J. (2006). When questions change behavior: The role of ease of representation. *Psychological Science*, *17(3)*, 207-213.

Leygue, C. (2009). *Aspects structuraux des attitudes: antécédents et conséquences de l'ambivalence ressentie*. Thèse de doctorat en Psychologie. Université Paris Ouest Nanterre La Défense, Paris.

Liégeois, A. (2011). Communiquer sur l'éco-consommation dans les organisations: leviers psychologiques pour favoriser des comportements durables. *Revue électronique de Psychologie Sociale*, *5*, 15-21.

Linder, D. E., Cooper, J., & Jones, E. E. (1967). Decision freedom as a determinant of the role of incentive magnitude in attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology, 16,* 191-198.

Lopez, A., Lassarre, D., & Rateau, P. (2011). Dissonance et engagement: comparaison de deux voies d'intervention visant à réduire les ressources énergétiques au sein d'une collectivité territoriale [Dissonance and commitment: Comparison of two ways of intervention to reduce energy resources within a territorial administration]. *Pratiques Psychologiques*, *17(3)*, 263-284.

Mangard, C. (2004). Dissonance cognitive et explication causale: Articulations théoriques et expérimentales. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *17*, 55-110.

Mangard, C., & Channouf, M. (1996). Explication du comportement de soumission et changement d'attitude. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, *32*, 54-72.

Martinie, M.-A. (2003). L'emprunt spontané des voies de réduction de la dissonance en situation de soumission forcée. *Nouvelle Revue de Psychologie Sociale*, *2*, 237-243.

Martinie, M.-A., & Fointiat, V. (2010). Enfreindre sans craindre: tolérance à la dissonance dans le paradigme de l'hypocrisie induite. *Psychologie Française*, *55(1)*, 41-47.

Martinie, M.-A., & Joule, R.-V. (2000). Trivialisation et rationalisation en acte dans le paradigme de la fausse attribution: deux voies alternatives de réduction de la dissonance. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *13(2)*, 93-114.

Martinie, M.-A., & Joule, R.-V. (2004). Changement d'attitude et fausse attribution: effet de la centration sur le comportement de soumission. *L'année Psychologique*, *104(3)*, 517-535.

Martinie, M.-A., Olive, T., Milland, L., Joule, R.-V., & Capa, R. L. (2013). Evidence that dissonance arousal is initially undifferentiated and only later labeled as negative. *Journal of Experimental Social Psychology*, *49*, 767-770.

Martinot, D. (2002). *Le Soi: Les approches psychosociales.* Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.

Matz, D. C., & Wood, W. (2005). Cognitive dissonance in groups: The consequences of disagreement. *Journal of Personality and Social Psychology*, *88*, 22-37.

McGregor, I., Newby-Clark, I. R., & Zanna, M. P. (1999). Remembering dissonance: Simultaneous accessibility of inconsistent cognitive elements moderates epistemic discomfort. In E. Harmon-Jones & J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Perspectives on a pivotal theory in social psychology* (pp. 325- 354). Washington, DC: American Psychological Association.

McFarlin, D. B., & Blascovich, J. (1984). On the Remote Associates Test (RAT) as an alternative to illusori performance feedback: A methodological note. *Basic and Applied Social Psychology*, *5(3)*, 223-229.

McKimmies, B. M., Terry, D. J., Hogg, M. A., Manstead, A. S. R., Spears, R., & Doosje, B. (2003). I'm hypocrite, but so is everyone else: Group support and the reduction of cognitive dissonance. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, *7*, 214-224.

McKimmies, B. M., Terry, D. J., & Hogg, M. A. (2009). Dissonance reduction in the context of group membership: The role of metaconsistency. *Group Dynamics, Theory, Research, and Practice*, *13(2)*, 103-119.

Michel, S., & Fointiat, V. (2002). Trivialisation versus rationalisation cognitive: Quand l'adhésion à la norme de consistance guide le choix du mode de réduction de la dissonance. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, *56*, 58-63.

Morwitz, V. G., & Fitzsimons, G. J. (2004). The mere measurement effect: Why does measuring intentions change actual behavior? *Journal of Consumer Psychology*, *14(1, 2)*, 64-74.

Morwitz, V. G., Johnson, E., & Schmittlein, D. (1993). Does measuring intent change behavior? *Journal of Consumer Research*, *20*, 46-61.

Nail, P., Misak, J., & Davis, R. (2004). Self-affirmation versus self-consistency: A Comparison of two competing self-theories of dissonance phenomenal. *Personality and Individual Differences*, *36*, 1893-1905.

Neil, E., Helmreich, R., & Aronson, E. (1969). Opinion change in the advocate as a function of the persuability of his audience: A clarification of the meaning of dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology, 10*, 291-297.

Newby-Clark, I. R., McGregor, I., & Zanna, M. P. (2002). Thinking and caring about cognitive inconsistency: When and for whom does attitudinal ambivalence feel uncomfortable? *Journal of Personality and Social Psychology, 82*, 157-166.

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*, 47-62.

Obermiller, C., & Spangenberg, E. R. (2000). Improving telephone fundraising by use of self-prophecy. *International Journal of Nonprofit and Volontary Sector Marketing*, *5*, 365-372.

Obermiller, C., Spangenberg, E. R., & Atwood, A. (1992). Getting people to give more: A telephone funds-soliciting strategy based on the self-erasing nature of errors of prediction. In C. T. Allen, T. J. Madden, T. A. Shimp, R. D. Howell, G. M. Zinkham, D. D. Heisley, R. J. Semenik, P. Dickson, V. Zeithaml & R. L. Jenkins (Eds.), *Marketing theory and applications* (Vol. 3., pp. 339-345). Chicago: American Marketing Association.

Ofir, C., & Simonson, I. (2001). In search of negative customer feedback: The effect of expecting to evaluate on satisfaction evaluations. *Journal of Marketing Research*, *38*, 170-182.

Ofir, C., Simonson, I., & Yoon, S. (2009). The robustness of the effects of consumers' participation in market research: The case of service quality evaluations. *Journal of Marketing*, *73(6)*, 105-114.

Oskamp, S., Harrington, M., Edwards, T., Sherwood, P. L., Okuda, S. M., & Swanson, D. L. (1991). Factors influencings household recycling behavior. *Environment and Behavior*, *23*, 494-519.

Petty, R. E., & Krosnick, J. A. (1995). *Attitude Strength: Antecedents and consequences*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Perkins, A., Smith, R. J., Sprott, D. E., Spangenberg, E. R., & Knuff, D. C. (2008). Understanding the self-prophecy phenomenon. *European Advances in Consumer Research*, *8*, 462-467.

Poitou, J. P. (1974). *La dissonance cognitive*. Evreux: Armand Colin.

Priolo, D., & Liégeois, A. (2008). Prôner une norme et la transgresser: le rôle des normes sociales dans le paradigme de l'hypocrisie induite. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, *79*, 19-32.

Priolo, D., Rubens, L., & Fointiat, V. (2013). Un renouveau paradigmatique. In V. Fointiat, F. Girandola & P. Gosling (Eds), *La dissonance cognitive. Quand les actes changent les idées* (pp.33-64). Paris: Armand Colin.

Py J, Ginet A. (2003). Knowledge of general social norms: Normative clearsightedness. In N. Dubois (Ed.), *A sociocognitive approach to social norms* (pp.170-182). Routledge: London.

Py J, Somat A. (1991). Normativité, conformité et clairvoyance: leurs effets sur le jugement évaluatif dans un contexte scolaire. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule & J. M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales. Quelles cognitions? Quelles conduites?* (pp.167-193). Cousset, Fribourg: DelVal.

Py J. & Somat A. (1996). Internalité, clairvoyance et autoreprésentation: quelques vérifications et prolongements. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule & J. M. Monteil (Eds.) *Perspectives cognitives et conduites sociales. Quelles cognitions? Quelles conduites?* Cousset, Fribourg: Delval.

Py J. & Somat A. (1997). La clairvoyance normative: variable d'autoprésentation ou variable de métaconnaissance? In J. Juhel, T. Marivain & G. Rouxel (Eds), *Psychologie et différences individuelles: questions actuelles* (pp. 229-234). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.

Regan, D. T., & Kilduff, M. (1988). Optimism about elections: Dissonance reduction at the ballot box. *Political Psychology*, *9*, 101-107.

Rosenberg, M. J. (1965). When dissonance fails: On eliminating evaluation apprehension from attitude measurement. *Journal of Personality and Social Psychology, 1(1)*, 28-42.

Rosenthal, R. (1973). *On the social psychology of the self-fulfilling prophecy: Further evidence for Pygmalion effects and their mediating mechanisms*. New York: MSS Modular Publications.

Rosenthal, R., & Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the classroom: Teacher expectation and pupils' intellectual development.* New York: Holt, Rinehart & Winston.

Roskos-Ewoldsen, D. R., & Fazio, R. H. (1997). The role of belief accessibility in attitude formation. *The Southern Communication Journal*, *62(2)*, 107-116.

Rubens, L. (2011). *Etre engagé, informé ou hypocrite: Quels leviers pour favoriser les comportements pro-environnementaux?* Thèse de doctorat en Psychologie. Université Paris Ouest Nanterre La Défense, Paris.

Sandberg, T., & Conner, M. (2009). A mere measurement effect for anticipated regret: Impacts on cervical screening attendance. *British Journal of Social Psychology*, *48(2)*, 221-236.

Sénémeaud, C., Girandola, F., Georget, P., & Salès-Wuillemin, E. (2013). Comment résiste-t-on au changement d'attitude? Processus psychosociaux à l'œuvre lors d'une mise en dissonance cognitive ou d'une attaque persuasive. In V. Fointiat, F. Girandola & P. Gosling (Eds), *La dissonance cognitive. Quand les actes changent les idées* (pp.165-190). Paris: Armand Colin.

Schultz, P. W., & Oskamp, S. (1994). Environmental concern and proenvironmental behaviors: Do only the concerned recycle? Paper presented at the annual meeting of the Western Psychological Association, Kona, HI.

Schultz, P. W., Nolan, J. M., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2007). The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms. *Psychological science*, *18(5)*, 429-434

Schultz, P. W., Oskamp, S., & Mainieri, T. (1995). Who recycles and when? A review of personal and situational factors. *Journal of Environmental Psychology*, *15*, 105-121.

Schultz, T. R., & Lepper, M. R. (1996). Cognitive dissonance reduction as constraint satisfaction. *Psychological Review, 103*, 219-241.

Sherif, M. (1935). A study of some social factors in perception. *Archives of Psychology, 27(187)*, 17-22.

Sherman, D. K., & Cohen, G. L. (2006). The psychology of self-defense: Self-affirmation theory. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Sociale Psychology* (vol. 38, pp. 183-242). New York: Academic Press.

Sherman, D. K., & Hartson, K. A. (2011). Reconciling self-protection with self-improvement: Self-affirmation theory. In M. D. Alicke & C. Sedikides (Eds.), *The Handbook of self-enhancement and self-protection* (pp. 128-151). New-York: Guilford Press.

Sherman, D. K., Nelson, L. D., & Steele, C. M. (2000). Do messages about health risks threaten the self? Increasing acceptance of health messages via self-affirmation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *26(9)*, 1046-58.

Sherman, S. J. (1980). On the Self-Erasing Nature of Errors of Prediction, *Journal of Personnality and Social Psychology*, *39*, 211-221.

Shrum, L. J., Lowrey, T. M., & McCarty, J. A. (1994). Recycling as a marketing problem: A framework for strategy development. *Special Issue: Psychology, marketing, and recycling. Psychology and Marketing*, *11(4)*, 393-416.

Simon, L., Greenberg, J., & Brehm, J. (1995). Trivialization: The forgotten mode of dissonance reduction. *Journal of Personality and Social Psychology*, *68*, 247-260.

Smith, J. K., Gerber, A. S., & Orlich, A. (2003). Self-prophecy effects and voter turnout: An experimental replication. *Policital Psychology*, *24(3)*, 593-604.

Snyder M. (1987) *Public appearances / private realities: The psychology of self-monitoring*. New-York: WH Freeman, Company.

Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, *30*, 526-37.

Snyder, M., & Tanke, E. D. (1976). Behavior and attitude: Some people are more consistent than others. *Journal of Personality*, *44(3)*, 501.

Somat, A., & Vazel, M.-A. (1999). Normative clearsightedness: A general knowledge of social valuation. *European Journal of Social Psychology*, *29*, 691-705.

Spangenberg, E. R. (1997). Increasing health club attendance through self-prophecy. *Marketing Letters*, *8(1)*, 23-31.

Spangenberg, E. R., & Greenwald, A. G. (1999). Social influence by requesting self-prophecy. *Journal of Consumer Psychology*, *8(1)*, 61-89.

Spangenberg, E. R., & Greenwald, A. G. (2001). Self-prophecy as a behavior modification technique in the United States. In W. Wosinska, R. B. Cialdini, D. W. Barret & J. Reykowski (Eds.), *The practice of social influence in multiple cultures* (pp. 51-62). Mahawah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Spangenberg, E. R., & Greenwald, A. G., & Sprott, D. E. (2008). Will you read this article's abstract? Theories of the question-behavior effect. *Journal of Consumer Psychology*, *18*, 102-106.

Spangenberg, E. R., & Obermiller, C. (1996). To cheat or not to cheat: Reducing cheating by requesting self-prophecy. *Marketing Education Review*, *6(3)*, 95-103.

Spangenberg, E. R., & Sprott, D. E. (2006). Self-monitoring and susceptibility to influence of self-prophecy. *Journal of Consumer Research*, *32*, 550-556.

Spangenberg, E. R., Sprott, D. E., Grohmann, B., & Smith, R. J. (2003). Mass-communicated prediction requests: practical application and cognitive dissonance explanation for self-prophecy. *Journal of Marketing*, *67*, 47-62.

Spangenberg, E. R., Sprott, D. E., Knuff, D. C., Smith, R. J., Obermiller, C., & Greenwald, A. G. (2012). Process evidence for the question-behavior effect: Influencing socially normative behaviors. *Social Influence*, *7(3)*, 211-228.

Spangenberg, E. R., Sprott, D. E., Obermiller, C., & Greenwald, A. G. (*manuscript non published*). Self-prophecy as dissonance reduction.

Sprott, D. E, Smith, R. J., Spangenberg, E. R., & Freson, T. S. (2004). Specificity of prediction requests: Evidence for the differential effects of self-prophecy on commitment to a health assessment. *Journal of Applied Social Psychology*, *34*, 1176-1190.

Sprott, D. E., Spangenberg, E. R., & Fisher, R. J. (2003). The importance of normative beliefs to the self-prophecy effect. *Journal of Applied Psychology*, *88*, 423-31.

Sprott, D. E., Spangenberg, E. R., & Perkins, A. W. (1999). Two more self-prophecy experiments. In L. Scott & E. J. Arnould (Eds.), *Advances in consumer research* (Vol. 25, pp. 621-626). Provo, UT: Association for consumer research.

Steele, C. M. (1988). The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 21, pp. 261-302). San Diego, CA: Academic Press.

Steele, C. M., & Liu, T. J. (1981). Making the dissonant act unreflective of self: Dissonance avoidance and the expectancy of a value-affirming response. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *7*, 393-397.

Steele, C. M., & Liu, T. J. (1983). Dissonance processes as self-affirmation. *Personality and Sociale Psychological Bulletin*, *7*, 393-397.

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*, 885-96.

Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, *29*, 309-317.

Stone, J. (2003). Self-consistency for low self-esteem in dissonance process: The role of self-standards. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *29*, 846-858.

Stone, J., & Cooper, J. (2001). A self-standards model of cognitive dissonance. *Journal of Experimental Social Psychology, 37*, 228-243.

Stone, J., & Cooper, J. (2003). The effect of self-attribute relevance on how self-esteem moderates attitude change in dissonance processes. *Journal of Experimental Social Psychology, 39*, 508-515.

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.

Schwartz, S. H. (1973). Normative explonations of hepling behavior: A critique proposal, and empirical test. *Journal of Experimental and Social Psychology*, *9*, 349-364.

Thaler, R., & Sunstein, C. (2010). *Nudge: La méthode douce pour inspirer la bonne décision.* Paris: Vuibert.

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*, 591-602.

Thompson, M. M., Zanna, M. P., & Griffin, D. W. (1995). Let's not be indifferent about (attitudinal) ambivalence. In R. E. Petty & J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength: antecedents and consequences* (pp. 361-386). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Vaidis, D. (2008). Degré d'inconsistance, engagement et information: ré-explorations dans le champ de la dissonance cognitive, Thèse présentée pour l'obtention du Doctorat Nouveau Régime en Psychologie, Université de Paris Ouest Nanterre La Défense.

Vaidis, D. (2011). *La dissonance cognitive.* Paris: Dunod.

Vaidis, D., & Gosling, P. (2011). Is commitment necessary for the arousal of informational dissonance? *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, *24(2)*, 33-63.

Vaidis, D., & Halimi-Falkowicz, S. (2007). La théorie de la dissonance cognitive: une théorie âgée d'un demi-siècle. *Revue électronique de Psychologie Sociale, 1*, 9-18.

Verplanken, B., & Orbell, S. (2003). Reflections on past behavior: A self-report of habit strength. *Journal of Applied Social Psychology*, *33(6)*, 1313-1330.

Voisin, D., Girandola, F., & Doridot, J. (2013). Le rôle du Soi dans la théorie de la dissonance cognitive. In V. Fointiat, F. Girandola & P. Gosling (Eds.), *La dissonance cognitive. Quand les actes changent les idées* (pp.147-164). Paris: Armand Colin.

Voisin, D., Rubens, L., N'Gbala, A., & Gosling, P. (2013). Le choix du mode de réduction. In V. Fointiat, F. Girandola & P. Gosling (Eds.), *La dissonance cognitive. Quand les actes changent les idées* (pp.87-117). Paris: Armand Colin.

Voisin, D., Stone, J., & Becker, M. (2012). The impact of an anti-tobacco norm on the selected mode of cognitive dissonance reduction. *Journal of Applied Social Psychology*, *43*, 57-67.

Wang, T. H., & Katzev, R. D. (1990). Group commitment and resource conservation: two field experiments on promoting recycling. *Journal of Applied Social Psychology*, *20*, 265-275.

Weigel, R., & Weigel, J. (1978). Environmental concerne: The development of measure. *Environment and Behavior*, *10*, 3-15.

Weiss, K., & Girandola, F. (2010). *Psychologie et développement durable*. Lisieux: In press.

Wicklund, R. A., & Brehm, J. W. (1976). *Perspectives on cognitive dissonance*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Williams, P., Block, L. G., & Fitzsimons, G. J. (2006). Simply asking questions about health behaviors inscreases both healthy and unhealthy behaviors. *Social Influence*, *1(2)*, 117-127.

Williams, P., Fitzsimons, G. J., & Block, L. G. (2004). When consumers do not recognize "benign" intention questions as persuasion attempts. *Journal of Consumer Research*, *31(3)*, 540-550.

Word, C. O., Zanna, M. P., & Cooper, J. (1974). The nonverbal mediation of self-fulfilling prophecies in interracial interaction. *Journal of Experimental Social Psychology*, *10*, 109-120.

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*, 703-709.

Zbinden, A., Souchet, L., Girandola, F., & Bourg, G. (2011). Communication engageante et représentations sociales: Une application en faveur de la protection de l'environnement et du recyclage. *Pratiques Psychologiques*, *17*, 285-299.

Zimbardo, P. G., Weisenberg, M., Firestone, I., & Levy, B. (1965). Communicator effectiveness in producing public conformity and private attitude change. *Journal of personnality*, *33*, 233-255.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1. Comparatif entre les recherches sur le paradigme des auto-prophéties et le paradigme de la simple mesure 79
Tableau 2. Comparatif entre les paradigmes de l'hypocrisie induite et des auto-prophéties 92
Tableau 3. Programme de recherche 102
Tableau 4. Moyennes et écarts types observées à l'index des réponses du questionnaire d'auto-présentation selon le type de consigne (standard, contre-normative et pro-normative). 108
Tableau 5. Conditions expérimentales de l'expérience 2 en fonction du contexte de liberté et de la présence ou non de fausse attribution. 115
Tableau 6. Coefficients de contrastes pour tester les effets de la réalisation d'une prédiction 118
Tableau 7. Effets des auto-prophéties sur l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude produite, l'importance accordée au recyclage, l'intention de recycler et le comportement déclaré 119
Tableau 8. Moyennes et écarts types sur l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude produite, l'importance accordée au recyclage, l'intention de recycler et le comportement déclaré pour la condition contrôle et les conditions de prédiction sans fausse attribution 120
Tableau 9. Effets du libre-choix sur l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude produite, l'importance accordée au recyclage, l'intention de recycler et le comportement déclaré 121
Tableau 10. Effets de la fausse attribution sur l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude produite, l'importance accordée au recyclage, l'intention de recycler et le comportement déclaré 122
Tableau 11. Effets d'interaction entre libre-choix et fausse attribution sur l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude produite, l'importance accordée au recyclage, l'intention de recycler et le comportement déclaré. 123
Tableau 12. Moyennes et écarts types observés par condition expérimentale, pour l'inconfort psychologique, les affects positifs, l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude exprimée, l'importance et l'intention comportementale (expérience 3). 141
Tableau 13. Réponses à la requête de prédiction selon la présence ou non de libre-choix. 142
Tableau 14. Moyennes et écarts types observés par condition expérimentale, pour l'inconfort psychologique, les affects positifs, l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude exprimée, l'importance et l'intention comportementale (expérience 4). 160
Tableau 15. Réponses à la requête de prédiction selon la saillance ou non des normes subjectives. 161
Tableau 16. Conditions expérimentales de l'expérience 5 en fonction des étapes 1 et 2 168
Tableau 17. Moyennes et écarts types observés par condition expérimentale, pour l'inconfort psychologique, les affects positifs, l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude exprimée, l'importance et l'intention comportementale (expérience 5). 181
Tableau 18. Réponses à la requête de prédiction selon la saillance ou non des normes subjectives. 182
Tableau 19. Conditions expérimentales de l'expérience 6 en fonction des étapes 1 et 2 et la présence ou non de justification. 195
Tableau 20. Moyennes et écarts types observés par condition expérimentale, pour l'inconfort psychologique, les affects positifs, l'attitude envers le recyclage, la certitude et l'ambivalence envers l'attitude exprimée, l'importance et l'intention comportementale (expérience 6). 210
Tableau 21. Réponses à la requête de prédiction selon la saillance ou non des normes subjectives. 211

LISTE DES FIGURES

Figure 1. La théorie de la dissonance cognitive (Vaidis, 2008) 25
Figure 2. Evaluation des tâches ennuyeuses : changement d'attitude envers la tâche (Festinger & Carlsmith, 1959, cité dans Cooper, 2007) 28
Figure 3. Processus de dissonance selon la théorie de l'auto-consistance (Aronson, 1968, cité dans Vaidis, 2011). 31
Figure 4. Processus de dissonance selon la théorie de l'auto-affirmation (Steele, 1988, cité dans Vaidis, 2011). 32
Figure 5. Processus de dissonance selon le modèle du New Look (Cooper & Fazio, 1984, cité dans Voisin, Girandola, & Doridot, 2013).....33
Figure 6. Processus de dissonance selon le modèle des standards du soi (Stone & Cooper, 2001, cité dans Voisin et al., 2013) 35
Figure 7. Processus de réduction de la dissonance selon le modèle des standards du soi (Stone & Cooper, 2001, cité dans Voisin et al., 2013).....36
Figure 8. Changement d'attitude envers la censure politique sur le campus en fonction du libre-choix et du montant de la récompense (Linder et al., 1967, cité dans Cooper, 2007) 38
Figure 9. Synthèse chronologique des terminologies employées pour désigner l'effet d'une prédiction comportementale 65
Figure 10. Scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs par condition expérimentale (expérience 3) 136
Figure 11. Régressions linéaires de l'attitude sur les croyances normatives par condition expérimentale.....138
Figure 12. Régressions linéaires de l'importance sur les croyances normatives par condition expérimentale.....140
Figure 13. Scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs par condition expérimentale (expérience 4) 156
Figure 14. Régressions linéaires de l'inconfort psychologique sur l'habitude par condition expérimentale.....157
Figure 15. Scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs par condition expérimentale (expérience 5) 174
Figure 16. Régressions linéaires de l'inconfort psychologique sur l'habitude par condition expérimentale (expérience 5).....175
Figure 17. Effet indirect de l'habitude sur l'inconfort psychologique par les croyances injonctives et morales.....183
Figure 18. Régressions linéaires de l'inconfort psychologique sur l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales par conditions expérimentales (expérience 5).....185
Figure 19. Scores moyens d'inconfort psychologique et d'affects positifs par condition expérimentale (expérience 6) 201
Figure 20. Régressions linéaires de l'inconfort psychologique sur l'habitude par conditions expérimentales (expérience 6) 202
Figure 21. Régressions linéaires de l'inconfort psychologique sur l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales par conditions expérimentales (expérience 6).....213
Figure 22. Régressions linéaires des affects positifs sur l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales par conditions expérimentales (expérience 6) 214
Figure 23. Régressions linéaires de l'ambivalence sur l'inconsistance entre l'habitude et les croyances injonctives et morales par conditions expérimentales (expérience 6) 216

ANNEXES

Annexe 1 (expérience 1) : questionnaire d'auto-présentation

Consigne standard :

S'il vous plait, répondez aux questions suivantes en essayant d'être le plus honnête possible.

J'essaie de recycler autant que je le peux.	1	*jamais*
	2	*rarement*
	3	*souvent*
	4	*toujours*
Je me débarrasse des piles usagées dans les endroits prévus à cet effet.	1	*jamais*
	2	*rarement*
	3	*souvent*
	4	*toujours*
Je trie tous mes déchets.	1	*jamais*
	2	*rarement*
	3	*souvent*
	4	*toujours*

Consigne pro-normative :

S'il vous plait, répondez aux questions suivantes comme si vous souhaitiez passer pour une "bonne personne", c'est-à-dire en donnant la meilleur impression possible.

J'essaie de recycler autant que je le peux.	1	*jamais*
	2	*rarement*
	3	*souvent*
	4	*toujours*
Je me débarrasse des piles usagées dans les endroits prévus à cet effet.	1	*jamais*
	2	*rarement*
	3	*souvent*
	4	*toujours*
Je trie tous mes déchets.	1	*jamais*
	2	*rarement*
	3	*souvent*
	4	*toujours*

Consigne contre-normative :

S'il vous plait, répondez aux questions suivantes comme si vous souhaitiez passez pour une "mauvaise personne", c'est-à-dire en donnant la plus mauvaise impression possible.

J'essaie de recycler autant que je le peux.	1	*jamais*
	2	*rarement*
	3	*souvent*
	4	*toujours*
Je me débarrasse des piles usagées dans les endroits prévus à cet effet.	1	*jamais*
	2	*rarement*
	3	*souvent*
	4	*toujours*
Je trie tous mes déchets.	1	*jamais*
	2	*rarement*
	3	*souvent*
	4	*toujours*

Annexe 2 (expérience 2) : questionnaire sur les variables dépendantes

Entourez le chiffre correspondant à votre réponse.

Concernant la pratique du recyclage, je suis personnellement...

défavorable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	*favorable*

Il est important pour moi de recycler les produits que je consomme.

pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	*tout à fait d'accord*

Je suis tout à fait certain de mon opinion envers la pratique du recyclage.

pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	*tout à fait d'accord*

Je ressens un certain conflit intérieur lorsque je pense au recyclage.

pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	*tout à fait d'accord*

J'ai l'intention de pratiquer le recyclage des déchets.

pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	*tout à fait d'accord*

Je pratique très rarement le recyclage de mes déchets.

pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	*tout à fait d'accord*

Il m'arrive de temps en temps de recycler mes déchets.

pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	*tout à fait d'accord*

Je pratique quotidiennement le recyclage de mes déchets.

pas du tout d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	*tout à fait d'accord*

Annexe 3 (expérience 3) : échelle d'affects

Répondez aux questions suivantes en entourant le point correspondant à votre état actuel.

	A cet instant, je me sens...	
Absolument pas joyeux(-se)	. . . . .	Extrêmement joyeux(-se)
	A cet instant, je me sens...	
Absolument pas gêné(e)	. . . . .	Extrêmement gêné(e)
	A cet instant, je me sens...	
Absolument pas bien	. . . . .	Extrêmement bien
	A cet instant, je me sens...	
Absolument pas mal à l'aise	. . . . .	Extrêmement mal à l'aise
	A cet instant, je me sens...	
Absolument pas optimiste	. . . . .	Extrêmement optimiste
	A cet instant, je me sens...	
Absolument pas embarrassé(e)	. . . . .	Extrêmement embarrassé(e)

Annexe 4 (expérience 3) : items sur les croyances normatives

Entourez le chiffre correspondant à votre réponse.

Les étudiants que je connais recyclent leurs déchets.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Les étudiants que je connais pensent qu'il est important de recycler.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

La plupart des étudiants font attention à recycler leurs déchets.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Les étudiants que je connais devraient recycler leurs déchets.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Les étudiants que je connais se sentent concernés par le recyclage des déchets.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Annexe 5 (expérience 3) : questionnaire sur les variables dépendantes

Entourez le chiffre correspondant à votre réponse.

Concernant la pratique du recyclage, je suis personnellement...

défavorable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*favorable*

Il est important pour moi de recycler les produits que je consomme.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Je suis tout à fait certain de mon opinion envers la pratique du recyclage.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Je ressens un certain conflit intérieur lorsque je pense au recyclage.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

J'ai l'intention de pratiquer le recyclage des déchets.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Annexe 6 (expérience 4) : échelle d'habitude

Entourez le chiffre correspondant à votre réponse.

Recycler mes déchets est une chose...

...que je fais fréquemment.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...que je fais automatiquement.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...que je fais sans avoir à me le rappeler.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...qui me rendrait bizarre si je ne le faisait pas.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...que je fais sans réfléchir.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...qui nécessiterait un effort pour ne pas la faire.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...qui fait parti de ma routine (quotidienne, hebdomadaire, mensuelle).

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...que je commence à faire avant de réaliser que je suis en train de la faire.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...que je trouve difficile de ne pas la faire.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...dont je n'ai pas besoin d'y penser pour la faire.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...qui est typiquement « moi ».

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

...que je fais depuis longtemps.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Annexe 7 (expérience 5) : items sur les croyances injonctives et morales

Entourez le chiffre correspondant à votre réponse.

Les étudiants que je connais devraient recycler leurs déchets.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Les étudiants que je connais devraient se sentir davantage concernés par le recyclage des déchets.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Je me sens responsable du recyclage de mes déchets.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Je me sens responsable d'agir pour recycler les produits que je consomme.

tout à fait d'accord	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	*pas du tout d'accord*

Annexe 8 : études sur les auto-prophéties

Etude	Comportement ciblé	N	Synthèse des résultats**	Taille de l'effet (r)
Sherman (1980, Exp.1)	Accepter de rédiger un essai contre-attitudinal	36	Contrôle: 67%; Prédiction: 33%* (29%)	.329
Sherman (1980, Exp.2)	Chanter « *the Star-Splangled Banner* » au téléphone	52	Contrôle: 68%; Prédiction: 42%* (44%)	.300
Sherman (1980, Exp.3)	Etre volontaire pour collecter des donations pour la Société Américaine du Cancer	91	Contrôle: 4%; Prédiction: 31%* (48%)	.352
Greenwald, Carnot, Beach, & Young (1987, Exp.1)	Voter pour les élections présidentielle des Etats-Unis de 1984	46	Contrôle: 9%; Prédiction: 21%* (71%)	.163
Greenwald, Carnot, Beach, & Young (1987, Exp.2)	Voter pour les élections présidentielles des Etats-Unis de 1984	56	Contrôle: 61.5%; Prédiction: 86.7%* (100%)	.289
Greenwald, Klinger,Vande Kamp, & Kerr (1988, Exp.1)	Voter pour les élections législatives de 1986	1139	Contrôle: 87%; Prédiction: 86% (100%)	.011

Annexe 8 : (suite)

Etude	Comportement ciblé	N	Synthèse des résultats**	Taille de l'effet (r)
Greenwald, Klinger,Vande Kamp, & Kerr (1988, Exp.2)	Voter pour les élections législatives de 1986	346	Contrôle: 35%; Prédiction: 44%* (83%)	.089
Obermiller, Spangenberg, & Atwood (1992)	Faire une promesse de don dans le cadre d'une campagne de fond pour un collège	390	Contrôle: 46%; Prédiction: 46% (53%)	-.007
Spangenberg & Obermiller (1996)	Ne pas tricher aux examens	81	Contrôle: 29%; Prédiction: 51%* (59%)	.232
Spangenberg (1997)	Se rendre à un club de santé physique (court terme, 10 jours)	142	Contrôle: 7%; Prédiction: 12% (60%)	.089
Spangenberg (1997)	Se rendre à un club de santé physique (long terme, 6 mois)	95	Contrôle: *M* = 5.11; Prédiction: *M* = 10.25[a*]	.198
Sprott, Spangenberg, & Perkins (1999, Exp.1)	Pratiquer le recyclage des canettes (comportement effectif)	325	Contrôle: *M* = 18.11; Prédiction: *M* = 30.53[b*]	.400
Sprott, Spangenberg, & Perkins (1999, Exp.2)	Pratiquer le recyclage des canettes (comportement rapporté)	126	Contrôle: *M* = 9.47; Prédiction: *M* = 8.99[b]	
Obermiller & Spangenberg (2000)	Faire un don dans le cadre d'une campagne de fond pour un collège	120	Contrôle: 30.5%; Prédiction: (78.5%) 49%*; Contrôle: *M* = 38.73; Prédiction: *M* = 40.63[c*]	

Annexe 8 : (suite)

Etude	Comportement ciblé	N	Synthèse des résultats[**]	Taille de l'effet (r)	
Spangenberg, Sprott, Grohmann, & Smith (2003, Exp.1)	Pratiquer le recyclage des canettes		Avant la campagne: 15.8%; Pendant la campagne: 27.6%[*]; Après la campagne: 28.2%[*]	.370[d]	.480[e]
Spangenberg, Sprott, Grohmann, & Smith (2003, Exp.2)	Se rendre à un club de santé physique	1665	Contrôle 1: 18.9%; Contrôle 2: 19.1%; Prédiction: 20.6%[f*]	.270[g]	.250[h]
Spangenberg, Sprott, Grohmann, & Smith (2003, Exp.3A)	Se rendre à un club de santé physique	202	Prédiction (pour soi uniquement): *M* = 2.82; Prédiction (pour soi puis pour autrui): *M* = 2.11[i*]	.210	
Spangenberg, Sprott, Grohmann, & Smith (2003, Exp.3B)	Pratiquer le recyclage des canettes	74	Prédiction (pour soi uniquement): *M* = 3.14; Prédiction (pour soi puis pour autrui): *M* = 1.97[i*]	.350	
Spangenberg, Sprott, Grohmann, & Smith (2003, Exp.4)[j]	Pratiquer le recyclage des canettes	92	Prédiction sans affirmation du soi (article recyclage): *M* = 4.69; Prédiction sans affirmation du soi (article exercice): *M* = 2.14; Prédiction avec affirmation du soi (article recyclage): *M* = 3.69[*]; Prédiction avec affirmation du soi (article exercice): *M* = 2.53[i*]	.660[k]	.300[l]

Annexe 8 : (suite)

Etude	Comportement ciblé	N	Synthèse des résultats**	Taille de l'effet (r)	
Spangenberg, Sprott, Grohmann, & Smith (2003, Exp.5)	Etre volontaire pour collecter des donations pour la Société Américaine du Cancer	83	Contrôle: 30.6%; Prédiction sans affirmation du soi: 52%*; Prédiction avec affirmation du soi: 18.2%*	.350[m]	.220[n]
Smith, Gerber, & Orlich (2003)	Voter pour les primaires présidentielles des Etats-Unis de 2000	1160	Contrôle: 43.4%; Prédiction: 43.3%; Prédiction plus raisons: 43.5%		
Sprott, Spangenberg, & Fisher (2003, Exp.1)	Choisir une collation équilibrée (faible en matières grasses)	80	Contrôle (croyances normatives faibles): 66.7%; Prédiction (croyances normatives faibles): 70.6%; Contrôle (croyances normatives fortes): 60%; Prédiction (croyances normatives fortes): 89.5%*	.337	
Sprott, Spangenberg, & Fisher (2003, Exp.2)	Participer à une évaluation de santé physique	137	Contrôle: 20.3%; Prédiction: 38.2%; Contrôle (croyances normatives faibles): 20%; Prédiction (croyances normatives faibles): 29.7%; Contrôle (croyances normatives fortes): 20.6%; Prédiction (croyances normatives fortes): 48.4%*	.197[o]	.294[p]

Annexe 8 : (suite)

Etude	Comportement ciblé	N	Synthèse des résultats[**]	Taille de l'effet (r)
Sprott, Smith, Spangenberg, & Freson (2004, Exp.1)	Participer à une évaluation de santé physique	243	Contrôle: 28%; Prédiction: 54.4%[*] (69.3%)	.270
Sprott, Smith, Spangenberg, & Freson (2004, Exp.2)	Participer à une évaluation de santé physique	181	Contrôle: 25%; Prédiction générale: 35% (91.7%); Prédiction spécifique: 52.5%[*] (72.1%)	.280
Spangenberg & Sprott (2006, Exp.1)[q]	Se rendre à un club de santé physique	125	Contrôle: 25.4%; Prédiction: 46.9%[*]; Contrôle (monitorage de soi faible): 25%; Prédiction (monitorage de soi faible): 63.6%[*]; Contrôle (monitorage de soi forte): 25.8%; Prédiction (monitorage de soi forte): 29%	.220[r] .380[s]
Spangenberg & Sprott (2006, Exp.2)[q]	Etre volontaire pour collecter des donations pour la Société Américaine du Cancer	87	Contrôle: 29%; Prédiction: 46.9%; Contrôle (monitorage de soi faible): 21.7%; Prédiction (monitorage de soi faible): 57.1%[*]; Contrôle (monitorage de soi forte): 36.8%; Prédiction (monitorage de soi forte): 36.7%	.360

Annexe 8 : (suite)

Etude	Comportement ciblé	N	Synthèse des résultats**	Taille de l'effet (r)
Perkins et al. (2008, Exp.1)[s]	Pratiquer le recyclage des déchets	76	Contrôle: $M_{identité\ personnelle} = .23$, $M_{attitude} = 1$, $M_{estime\ de\ soi} = .59$; Prédiction: $M_{identité\ personnelle} = .40^{*}$, $M_{attitude} = 1.1$, $M_{estime\ de\ soi} = .74^{*}$	
Perkins et al. (2008, Exp.2)[s]	Pratiquer le recyclage des déchets	166	Contrôle: $M_{identité\ personnelle} = .23$, $M_{attitude} = .93$, $M_{estime\ de\ soi} = .59$; Prédiction: $M_{identité\ personnelle} = .40^{*}$, $M_{attitude} = 1.03$, $M_{estime\ de\ soi} = .74^{*}$	
Spangenberg et al. (2012, Exp.1A)	Pratiquer le recyclage des déchets (comportement rapporté)	56	Contrôle: 51.4%; Prédiction: 67.1%*	
Spangenberg et al. (2012, Exp.1B)	Faire un don à une œuvre charitative (comportement rapporté)	56	Contrôle: 20.7%; Prédiction: 40.3%*	
Spangenberg et al. (2012, Exp.2A)[t]	Pratiquer le recyclage des déchets (estimation du comportement d'autrui)	155	Contrôle: 59.7%; Prédiction: 17.9%*	
Spangenberg et al. (2012, Exp.2B)[t]	Ne pas tricher (estimation du comportement d'autrui)	113	Contrôle: 59.7%; Prédiction: 76.3%*	

Annexe 8 : (suite)

Etude	Comportement ciblé	N	Synthèse des résultats**	Taille de l'effet (r)
Spangenberg et al. (2012, Exp.3)[u]	Pratiquer le recyclage des déchets (temps de réponse à un test d'accessibilité de l'attitude)	99	Contrôle: $M = .233 \times 10^{-3}$; Prédiction: $M = .228 \times 10^{-3}$; Accessibilité de l'attitude: $M = .157 \times 10^{-3}$*	.250

Notes.
* Différence significative à $p < .05$.
** Le pourcentage entre parenthèse correspond au pourcentage de participants de la condition de prédiction à prédire qu'ils réaliseront le comportement ciblé.
a. Moyenne du nombre de visites parmi les membres toujours inscrits en décembre, soit 6 mois après le contact téléphonique.
b. Moyenne du nombre de canettes correctement recyclées.
c. Montant moyen du don effectué pour le collège en dollars.
d. Taille de l'effet concernant la comparaison du taux de canettes correctement recyclées avant versus pendant la campagne.
e. Taille de l'effet concernant la comparaison du taux de canettes correctement recyclées avant versus après la campagne.
f. Fréquentation moyenne en pourcentage du club de sport.
g. Taille de l'effet concernant la comparaison entre la condition contrôle 1 et la condition de prédiction.
h. Taille de l'effet concernant la comparaison entre la condition contrôle 2 et la condition de prédiction.
i. Mesure de l'inconfort psychologique par l'échelle d'Elliot et Devine (1994).
j. Dans l'étude de Spangenberg et al. (2003, Exp.4) on demande aux participants de prédire leur comportement de recyclage. La moitié d'entre eux réalise ensuite une tâche d'affirmation du soi (i.e., Sherman, Nelson & Steel, 2000) et l'autre pas. Pour finir, tous les participants doivent choisir entre deux articles à lire, l'un portant sur le recyclage, l'autre sur le fait qu'il est important de s'exercer quotidiennement (article non pertinent avec le recyclage).
k. Taille d'effet concernant la comparaison entre les participants de la condition de prédiction sans affirmation du soi ayant choisit l'article sur le recyclage ($M = 4.69$) et les participants de la même condition ayant choisit l'article sur l'exercice ($M = 2.14$).
l. Taille d'effet concernant la comparaison entre les participants de la condition de prédiction avec affirmation du soi ayant choisit l'article sur le recyclage ($M = 3.69$) et les participants de la même condition ayant choisit l'article sur l'exercice ($M = 2.53$).
m. Taille d'effet concernant la comparaison entre la condition de prédiction sans affirmation du soi et la condition de prédiction avec affirmation du soi.
n. Taille d'effet concernant la comparaison entre la condition contrôle et la condition de prédiction avec affirmation du soi.
o. Taille d'effet concernant la comparaison entre la condition contrôle et la condition de prédiction (sans prendre en compte le degré de croyances normatives).
p. Taille d'effet concernant la comparaison entre la condition contrôle et la condition de prédiction pour les participants ayant de fortes croyances normatives.

Annexe 8 : (suite)

Notes.

q. Dans leurs études, Spangenberg et Sprott (2006, Exp.1 et 2), s'intéressent à l'impact des différences individuelles sur l'effet des auto-prophéties. Ils utilisent l'échelle de monitorage de soi de Lennox & Wolfe (1984) pour comparer les personnes dont le comportement est influencé par des facteurs situationnelles (monitorage de soi forte) aux personnes dont le comportement est influencé par des facteurs dispositionnels (monitorage de soi faible).

r. Taille d'effet concernant la comparaison entre la condition contrôle et la condition de prédiction (sans prendre en compte le degré de monitorage de soi).

s. Perkins et al. (2008) testent l'activation de l'identité sociale comme interprétation de l'effet des auto-prophéties. Les auteurs utilisent pour les deux expériences une mesure implicite de l'attitude, de l'identité personnelle et de l'estime de soi (i.e., Farnham, Greenwald, & Banaji, 1999). Les résultats indiquent que l'identité sociale est activée et l'estime de soi augmentée lorsque les participants prédisent un comportement normatif.

t. Dans les études de Spangenberg et al. (2012, Exp.2A et 2B) on demande aux participants de la condition de prédiction de prédire le comportement d'autrui. Les résultats indiquent que les participants sous estiment les chances que les autres réalisent le bon comportement.

u. Dans l'étude de Spangenberg et al. (2012, Exp.3) les auteurs opposent la théorie de l'accessibilité de l'attitude à la théorie de la dissonance cognitive comme interprétation de l'effet des auto-prophéties. Ils utilisent un matériel pour tester l'accessibilité de l'attitude (i.e., Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998) et calculer le temps de réponses (voir Fazio & Williams, 1986).