

Se sentir coupable en situation de porte-au-nez : un éveil émotionnel en lien avec l'attitude initiale

Mauny, N., Cheam-Berniere, C., Bagneux, V. et Sénémeaud, C. (Université de Caen Normandie – LPCN – EA 7452)

Contexte & Objectif

La technique de porte-au-nez (PAN) [1] vise à amener les personnes à refuser une demande au coût extrême afin de favoriser l'acceptation d'une demande qui l'est moins (requête cible). L'explication théorique de l'effet PAN, initialement avancée par ces chercheurs, se base sur l'idée des concessions réciproques selon laquelle le passage de la requête extrême à la requête cible souligne la concession réalisée par le demandeur et par un principe de réciprocité, amène les personnes à réaliser également une concession en acceptant la seconde demande. Bien que régulièrement remise en question, la pertinence de cette explication a été attestée dans la dernière méta-analyse réalisée sur cette technique [2]. Elle montre en effet que la taille de la concession réalisée, mesurée par un ratio qui prend essentiellement en compte l'écart entre les deux requêtes, prédit l'ampleur de l'effet de PAN. Toutefois et comme souligné par Feeley et al. [2] eux-mêmes, le coût de la demande initiale et ce qu'il peut induire chez la personne qui refuse cette demande, indépendamment de son rapport à la requête cible, aurait un rôle à jouer dans la prédiction de l'effet PAN. La présente étude prend en compte le rôle du refus de la requête extrême, en lien avec la position initiale du destinataire vis-à-vis de la cause présentée, afin de mieux comprendre et prédire l'efficacité de la technique de la PAN. En effet, malgré bon nombre de modérateurs de la PAN étudiés [3], aucune recherche, à notre connaissance, ne s'est intéressée à l'attitude des destinataires. L'une des raisons provient certainement de la nécessité que les requêtes soient légitimées par une cause noble et louable comme prérequis à l'effet PAN. Or, la nature pro-sociale de la cause n'implique pas forcément l'homogénéité des attitudes envers cette cause [4]. Par exemple, alors que le don de sang fait figure du plus pur exemple d'acte pro-social et altruiste dans notre société occidentale [5], les études portant sur les déterminants du don de sang mettent en évidence des positions aussi bien modérées que favorables vis-à-vis du don [6]. L'objectif de l'étude présentée est de tester l'effet conjoint de l'attitude initiale vis-à-vis de la cause défendue (don de sang) et du coût de la requête extrême sur les émotions ressenties en situation de PAN.

Certaines recherches ont déjà montré que le refus de la requête extrême amène les participants à se sentir coupable [7]. L'hypothèse que nous défendons est que l'éveil de cette culpabilité suite au refus de la demande initiale sera d'autant plus important que l'ampleur de l'écart entre ce comportement de refus et l'attitude des participants sera grand [8]. Ainsi, plus l'attitude des destinataires est favorable au don de sang, plus refuser une requête concernant le don devrait éveiller chez eux de la culpabilité. Par ailleurs, nous attendons également à ce que le coût de la première demande apporte suffisamment de justification à son refus lorsque cette requête est considérée comme trop coûteuse [9]. Dans cette logique, la culpabilité devrait être moins élevée après le refus d'une requête très extrême comparée au refus d'une requête initiale au coût plus modéré.

Matériel & Méthode

Ces hypothèses ont été testées lors d'une étude réalisée à l'Université de Caen-Normandie auprès de 111 participants. Dans un premier temps, ils étaient invités à se positionner vis à vis de la valence

de l'attitude, de l'importance accordée au don de sang, de l'identité de rôle et des normes morales vis-à-vis du don. Dans un second temps, un autre expérimentateur leur demandait de s'engager à réaliser un don de plaquettes tous les 2 mois soit sur une période de 1 an (requête modérée) soit sur une période de 3 ans (requête extrême), soit aucune demande n'était faite. Après le refus des participants, dans un troisième temps, une mesure des émotions ressenties était réalisée par un questionnaire basé sur le thermomètre de la dissonance [10]. Les émotions de bases [11] ont été conservées, joie, colère, honte et dégoût, ainsi que des émotions spécifiques telles que anxieux, embêté, coupable, déçu, préoccupé, frustré, mal à l'aise et embarrassé.

Résultats & Discussion

Les résultats montrent un effet tendanciel de l'importance accordée au don de sang sur le niveau de culpabilité ressenti, $t(105) = 1,86$; $p = .066$, $b = 0,17$. Par ailleurs, plus les participants accordent de l'importance au don de sang, plus ils ressentent de la culpabilité après le refus de la requête extrême par rapport à la condition contrôle et ceci encore plus lorsque la requête est modérée comparé à la requête extrême, $t(105) = 2,94$; $p = .004$; $b = 0,35$.

Ces résultats seront discutés en référence tout d'abord aux effets du coût de la requête initiale dans le paradigme de la PAN, puis en lien avec l'éveil émotionnel classiquement observé dans les paradigmes de la dissonance cognitive. Nous aborderons enfin les retombées appliquées de nos travaux sur la mise en place de dispositifs de promotion du don de sang.

Références bibliographiques

- [1] Cialdini, R. B., Vincent, J. E., Lewis, S. K., Catalan, J., Wheeler, D., & Darby, B. L. (1975). Reciprocal concessions procedure for inducing compliance: The door-in-the-face technique. *Journal of personality and Social Psychology*, 31(2), 206.
- [2] Feeley, T. H., Fico, A. E., Shaw, A. Z., Lee, S., & Griffin, D. J. (2016). Is the Door-in-the-Face a Concession? *Communication Quarterly*, 65(1), 97–123.
- [3] O'Keefe, D. J., & Hale, S. L. (1998). The door-in-the-face influence strategy: A random-effects meta-analytic review. *Annals of the International Communication Association*, 21(1), 1–33.
- [4] Hale, J. L., & Laliker, M. (1999). Explaining the door-in-the face: Is it really time to abandon reciprocal concessions? *Communication Studies*, 50(3), 203–210.
- [5] Masser, B. M., White, K. M., Hyde, M. K., & Terry, D. J. (2008). The psychology of blood donation: current research and future directions. *Transfusion medicine reviews*, 22(3), 215–233.
- [6] Conner, M., Godin, G., Sheeran, P., & Germain, M. (2013). Some feelings are more important: Cognitive attitudes, affective attitudes, anticipated affect, and blood donation. *Health Psychology*, 32(3), 264.
- [7] Millar, M. (2002). Effects of a guilt induction and guilt reduction on door in the face. *Communication Research*, 29(6), 666–680.
- [8] Sénémeaud, C., Somat, A., Terrier, L., & Noël, Y. (2008). Porte au nez et préférence pour la consistance: quand les sujets à forte préférence pour la consistance ne reproduisent pas les effets de l'influence sociale. *L'Année psychologique*, 108(1), 51–78.
- [9] Mauny, N., Poulain, A., Jouanne, O., Mange, J., & Sénémeaud, C. (2018, juillet). Impact du coût des requêtes et de l'attitude initiale sur l'efficacité de la technique de porte-au-nez. Présenté à 12ème Congrès International de Psychologie Sociale en Langue Française.
- [10] Elliot, A. J., & Devine, P. G. (1994). On the motivational nature of cognitive dissonance: Dissonance as psychological discomfort. *Journal of personality and social psychology*, 67(3), 382.
- [11] Ekman, P. (1984). Expression and the nature of emotion. *Approaches to emotion*, 3, 19–344.