

## Quand la Motivation à l’Affiliation Médiatise l’Influence des Normes Sociales dans le Paradigme de l’Hypocrisie Induite

Maxime Mauduy<sup>a</sup>, Nicolas Margas<sup>b</sup>, Daniel Priolo<sup>c</sup>, Cécile Sénémeaud<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Laboratoire de Psychologie de Caen Normandie (EA 7452) – MRSN (USR 3486, CNRS-UNICAEN)

<sup>b</sup> Institut des Sciences du Sport, Université de Lausanne

<sup>c</sup> Laboratoire EPSYLON (EA 4556)

Le paradigme de l'hypocrisie induite est une procédure articulant deux étapes - promotion d'une norme sociale (NS) puis rappel des transgressions passées - conduisant à adopter un comportement conforme à la norme (Priolo et al., 2019 pour méta-analyse). Si cet effet est resté longtemps expliqué par une menace au soi provoqué par le rappel des transgressions (Aronson, 1999), l'approche de l'écart à la norme (Liégeois et al., 2017) considère l'effet d'hypocrisie comme le résultat d'un écart perçu entre la NS et le comportement transgressif. Or, il a été montré que renforcer (*vs.* affaiblir) la NS renforce (*vs.* affaiblit) l'effet d'hypocrisie (Mauduy et al., 2020). L'objectif du programme de recherche présenté est de mieux comprendre le rôle de la NS en situation d'hypocrisie en testant le rôle médiateur du besoin d'affiliation. Dans la mesure où les gens suivent les NS dans le but de maintenir leur besoin d'affiliation (*i.e.*, créer et maintenir des relations interpersonnelles fortes et stables, Baumeister & Leary, 1995), nous défendons l'hypothèse que le renforcement des NS produirait un effet d'hypocrisie plus élevé en raison d'une menace plus forte à l'affiliation.

Cette hypothèse a été testée via trois expérimentations suivant l'approche expérimentale du test de médiation (Pirlott & MacKinnon, 2016). La première ( $N = 105$ , préenregistrée : <https://osf.io/dwyqp>) testait l'effet de conditions contrôle *vs.* hypocrisie standard *vs.* hypocrisie renforcée (saillance normative forte) sur le niveau de motivation à l'affiliation mesuré de façon indirecte (tâche de détection de visages souriants) et directe (préférence pour une tâche individuelle ou collective). La deuxième expérimentation ( $N = 60$ , préenregistrée : <https://osf.io/dwyqp>) testait l'effet de la menace à l'affiliation (*i.e.*, conditions contrôle *vs.* faible menace *vs.* forte menace), via le paradigme du Cyberball, sur l'acceptation d'un comportement prosocial. La troisième expérimentation ( $N = 150$ , préenregistrée : <https://osf.io/7gbdq>) testait le blocage de l'effet d'hypocrisie (*i.e.*, acceptation d'un comportement conforme à la norme) par le rappel d'une situation passée d'acceptation sociale (*i.e.*, hypocrisie avec affiliation satisfaite). Consistant avec notre hypothèse, les résultats montrent que l'hypocrisie menace l'affiliation ( $OR = 6.37$ , 95%IC [2.23, 18.21]), que cette

menace augmente l'acceptation d'un comportement prosocial ( $OR = 9.09$ , 95%IC [3.10, 33.12]), et qu'offrir une opportunité de satisfaire la motivation à l'affiliation annule l'effet d'hypocrisie ( $OR = 1.50$ , 95%IC [1.05, 2.17]).

Ces résultats seront discutés en référence d'une part, aux processus jacents à l'effet d'hypocrisie et d'autre part, aux applications pratiques du paradigme dans l'obtention du changement comportemental.

### Mots-clés

Hypocrisie induite ; normes sociales ; besoin d'affiliation ; médiation

### Références

- Aronson, E., Fried, C., & Stone, J. (1991). Overcoming denial and increasing the intention to use condoms through the induction of hypocrisy. *American Journal of Public Health*, 81(12), 1636–1638. <https://doi.org/10.2105/AJPH.81.12.1636>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Liégeois, A., Codou, O., Rubens, L., & Priolo, D. (2017). « Faites ce que je dis, pas ce que je fais » : synthèse et perspectives du paradigme de l'hypocrisie induite. *Psychologie Française*, 62(2), 177–194. <https://doi.org/10.1016/j.psfr.2015.12.001>
- Mauduy, M., Priolo, D., Margas, N., & Sénémeaud, C. (2020, february). *When the Strength of Social Norm Impacts Induced-hypocrisy Effect: Application to Discrimination Prevention* [Poster]. Society for Personality and Social Psychology Convention, New Orleans, United States.
- Pirlott, A. G., & MacKinnon, D. P. (2016). Design approaches to experimental mediation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 66, 29–38. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.09.012>
- Priolo, D., Pelt, A., Bauzel, R. S., Rubens, L., Voisin, D., & Fointiat, V. (2019). Three Decades of Research on Induced Hypocrisy: A Meta-Analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45(12), 1681–1701. <https://doi.org/10.1177/0146167219841621>