

ORIENTATION PSYCHOLOGIE SOCIALE

Liste de recherches
(2020-2021)

1. Inégalités économiques, mobilité économique et processus de comparaison, ou la richesse supérieure d'autrui en tant que source de menace et d'inspiration

Les inégalités économiques constituent une préoccupation fondamentale dans nos sociétés. La recherche a montré jusqu'à présent qu'elles étaient associées à différents effets psychologiques, notamment sur le bien-être. La recherche proposée vise à investiguer dans quelle mesure les processus de comparaison par le haut expliquent ces effets. Cette comparaison est connue pour parfois être inspirante et motiver les individus à s'améliorer, générant alors des affects positifs (p. ex. : inspiration, détermination). Mais elle peut aussi menacer les individus dans leur évaluation de soi, générant alors des affects négatifs (p. ex. : jalousie, honte). La recherche visera à montrer qu'en matière d'inégalités économique, ces deux effets opposés apparaissent en fonction des perceptions des possibilités de mobilité sociale et des cibles de comparaison.

Personne de contact : Alain.Quiamzade@unige.ch

2. MeToo et les hommes

Depuis le scandale Weinstein en octobre 2017, plusieurs mouvements (#BalanceTonPorc, #MeToo, #Payetafac) visant à dénoncer le harcèlement sexuel, ont vu le jour. Les débats et les témoignages ont mis en évidence l'effet bénéfique de ces mouvements sur la libération de la parole des femmes. Mais quelles sont les réactions des hommes envers ces mouvements ? Pourquoi certains hommes sont-ils solidaires et soutiennent les mouvements? Pourquoi d'autres se sentent-ils menacés ou mal à l'aise? A quel point ces mouvements peuvent-ils influencer les interactions entre les hommes et les femmes ? En s'appuyant sur les théories de l'évaluation cognitive (Grandjean & Scherer, 2014), la présente étude basée sur une série de mesures physiologiques et un questionnaire vise à évaluer, d'un part, les réactions émotionnelles et cognitives des hommes qui sont confrontés aux témoignages des femmes sur les réseaux sociaux. D'autre part, d'un point de vue pratique, l'étude a pour but d'observer comment ces mouvements peuvent encourager les hommes à prendre conscience des questions de sexismes et de harcèlement sexuel et ainsi s'impliquer dans la promotion de l'égalité.

Personne de contact : Klea.Faniko@unige.ch

3. Mobilité sociale descendante : Quelles conséquences pour les attitudes intergroupes ?

Les sociétés contemporaines sont caractérisées par une fluidité et une mobilité sociale croissantes. Les changements économiques et climatiques amènent à l'accentuation des clivages entre les classes sociales qui, additionnés à l'accélération des flux migratoires, produisent des situations dans lesquelles les individus font souvent l'expérience d'une mobilité descendante (p.ex., le chômage, professions moins valorisées lors de la migration vers un autre pays, etc.). Cette mobilité peut alors conférer une moindre valeur à leur identité sociale. Comment ces individus, qui furent préparé.es à occuper un meilleur statut, font-ils face à cette nouvelle situation qui est inconsistante avec leur statut hérité ? Cette recherche vise à investiguer l'impact de ce déclassement sur leurs dynamiques identitaires et attitudinales envers leurs groupes d'appartenance, d'autres minorités, et la société globale. Par exemple, est-ce qu'un *manager* qui en vient à occuper un emploi de faible qualification dans un nouveau pays où son éducation et ancien statut ne sont pas reconnus s'identifie-t-il avec son nouveau groupe professionnel acquis, et change-t-il ses attitudes envers d'autres minorités ? Dans l'affirmative, quels sont les processus expliquant ce phénomène (p. ex., le fait que la personne comprend mieux leur

situation) ? Cette recherche débutera avec une revue de littérature, et visera ensuite à développer une étude corrélationnelle ou expérimentale.

Personne de contact : Clara.Kulich@unige.ch

4. Une mesure du contexte subjectif basée sur CAPTION

Même si la tradition psychosociale met l'accent sur le contexte comme déterminant essentiel du comportement des individus, relativement peu de recherches ont tenté de caractériser le contexte (Halevy, N., Kreps, T. A., & De Dreux, C. K. (2019). Psychological situations illuminate the meaning of human behavior: Recent advances and application to social influence processes. *Social and Personality Psychology Compass*, 13(3), e12437). Le contexte subjectif (*psychological situation*) est l'ensemble des « subjective meanings individuals attach to sensory inputs from their immediate environment » (Halevy et al., 2019). DIAMONDS et CAPTION sont des tentatives récentes d'identification des dimensions fondamentales utilisées par les personnes pour évaluer les situations. CAPTION en identifie sept : Complexity, Adversity, Positive Valence, Typicality, Importance, humor, Negative Valence (Parrigon, S., Woo, S. E., Tay, L., & Wang, T. (2017). CAPTION-ing the situation: A lexically-derived taxonomy of psychological situation characteristics. *Journal of Personality and Social Psychology*, 112(4), 642)). Ce projet de master consistera à développer et évaluer une mesure de la situation subjective basée sur CAPTION. Le projet s'appuiera sur une première version d'un questionnaire développé dans le cadre de l'évaluation des contextes d'évaluations en neuropsychologie (neuro-CAPTION) pour aboutir à une version générale pouvant être utilisée pour n'importe quel contexte. La partie empirique consistera à tester la validité du questionnaire d'un point de vue psychométrique.

Personne de contact : Olivier.Desrichard@unige.ch

5. Eviter les frites, ou rechercher la salade ? Comprendre les motivations sous-tendant des comportements de santé

Ce projet s'intéresse aux motivations expliquant les comportements en matière de santé. La théorie du focus de régulation, qui distingue une motivation de promotion (rechercher la salade) d'une motivation de prévention (éviter les frites) a été abondamment utilisée pour cadrer les messages d'influence dans ce domaine. Des études préliminaires ont montré un effet de fit (ou correspondance) selon lequel une intervention cadrée en termes de « prévention » était plus efficace auprès de personnes motivées par des raisons davantage extrinsèques. En d'autres termes, pour éviter l'obésité, il semblerait qu'il vaut mieux pousser les gens à éviter les produits malsains (ou éviter de ne pas faire d'activité sportive, etc.), plutôt qu'à rechercher les produits sains (ou rechercher l'activité sportive, etc.), ce pour autant que les raisons du comportement soient attribuables à des éléments externes. Le but du présent projet est d'étendre ces résultats en explorant plus avant les variations en fonction du degré plus ou moins extrinsèque des motifs, c'est-à-dire les types de motivations extrinsèques. Une des recherches proposées portera sur la santé, une autre sur le respect de l'environnement.

Personne de contact : Alain.Quiamzade@unige.ch

6. Consommation responsable et relations sociales

Cette recherche étudiera si l'adhésion à une idéologie et les pratiques de consommation (traditionnelle vs. responsable) ont une influence sur les relations sociales. Notamment, elle étudiera l'impact sur le degré d'engagement d'un individu dans des relations sociales diverses telles que l'amitié, la famille ou le couple. Il s'agira d'abord d'identifier différents indicateurs de consommation et de rejet de produits et services consommables (recyclage, remplacement d'objets, etc.), ainsi que des indicateurs de

'consommation' dans les relations sociales (e.g., engagement, fidélité, capacité à dépasser les difficultés, etc.). Ensuite, il s'agira de voir le lien entre ces indicateurs dans une perspective expérimentale.

Personne de contact : Juan.Falomir@unige.ch

7. Stratégies de promotion de la vaccination

Comment encourager les gens à se faire vacciner ? Malgré des campagnes de communication à destination du public, ce type de comportement reste difficile à promouvoir. Les recherches ont établi que dans des situations de dilemme social, la perception de ce que font les autres influence fortement le choix individuel. Les effets de free-riding ou l'impact de la norme perçue sur l'efficacité de l'acte individuel seront examinés dans cette recherche. Le type d'étude (corrélationnel ou expérimental) reste à déterminer. Selon l'évolution du développement du vaccin contre le COVID-19, il est possible que cette recherche teste les effets précités dans le cadre de ce vaccin en particulier.

Personne de contact : lisa.moussaoui@unige.ch

8. Appel à la peur et inégalité sociale : une rhétorique menaçante est-elle plus légitime et persuasive dans un système inégalitaire ?

Les figures d'autorité (e.g., leaders politiques, managers) peuvent utiliser diverses stratégies d'influence afin d'obtenir le consentement des individus. L'une d'elles consiste à faire usage de la peur à travers une menace explicite (e.g., « si tu ne travailles pas plus, tu vas perdre ton emploi »). C'est ce qu'on appelle un appel à la peur. Selon le niveau de peur véhiculé, l'utilisation d'une telle stratégie peut entraîner de fortes réactions de résistance et soulèvent des enjeux éthiques évidents. Néanmoins, notre quotidien témoigne d'un usage encore largement répandu de la peur par certaines figures d'autorité. Dans la présente recherche, nous nous interrogerons sur les conditions sociales dans lesquelles l'appel à la peur est susceptible d'être une technique d'influence perçue comme légitime et persuasive. Plus spécifiquement, nous testerons l'idée qu'un système inégalitaire (vs. égalitaire) pourrait augmenter l'acceptabilité et la réceptivité des individus à une rhétorique basée sur la peur. Différents mécanismes explicatifs seront examinés. L'étude se fera en ligne auprès d'une population tout-venante.

Personne de contact : Jerome.Blonde@unige.ch

9. Pourquoi certaines femmes au pouvoir manifestent-elles du sexismе envers les jeunes femmes ?

Est-il raisonnable de penser que l'accès d'un nombre accru de femmes à des rôles de direction a un impact positif sur les carrières des femmes ? Vous avez vu le film « Le diable s'habille en Prada » ? Vous vous rappelez à quel point la directrice incarnée par Meryl Streep était malveillante envers la jeune stagiaire ? En effet, plusieurs études récentes montrent que des femmes ayant gravi les échelons hiérarchiques dans des milieux professionnels traditionnellement masculins mobilisent des opinions et des comportements qui nuisent à l'ascension professionnelle des autres femmes. Ce phénomène, dénommé la Reine des abeilles, s'enracine dans les difficultés que connaissent les femmes, mais également d'autres catégories sociales sous-représentées dans les hautes sphères des hiérarchies professionnelles, au cours de leurs carrières professionnelles. Notre recherche montre que les réactions de la Reine des abeilles ne sont pas une caractéristique innée des femmes, mais une conséquence des conditions défavorables au travail, notamment des choix difficiles que certaines femmes ont fait pour leur carrière (Faniko, Ellemers, Derks, et Lorenzi-Cioldi, 2017). Dans le cadre de ce travail de recherche, nous vous proposons d'identifier, à travers des études expérimentales, des pistes qui permettraient de réduire les comportements hostiles et sexistes de certaines femmes au

pouvoir envers les jeunes femmes qui démarrent leur carrière.

Personne de contact : Klea.Faniko@unige.ch

10. Le *glass cliff* « la falaise de verre »

Les femmes, ainsi que les autres groupes minoritaires, font face à des barrières discriminatoires qui freinent leur ascension dans les hautes sphères politiques et organisationnelles. Malgré ces difficultés, on observe une certaine augmentation de la représentation des membres de ces minorités dans des postes, tâches et fonctions à responsabilité. Les recherches sur le phénomène du « glass cliff » (expression consacrée pour la « falaise de verre ») montrent que les femmes sont davantage susceptibles d'être engagées dans des postes à responsabilité dans un environnement qui connaît des difficultés d'ordre économique, politique ou social. Plusieurs études ont recensé ce phénomène dans des contextes divers, tels que les partis politiques et les organisations. De plus, d'autres groupes minoritaires (p.ex., minorités ethniques), semblent également concernés. La présente recherche vise à identifier les facteurs responsables de l'émergence du phénomène du « glass cliff » et ses conséquences.

Personne de contact : Clara.Kulich@unige.ch

11. Prise de risque : une manière de se distinguer ?

La théorie de l'unicité suggère que les personnes ont un besoin de se sentir différentes et uniques. De nombreuses recherches ont montré que la perception d'une similarité excessive motive les individus à rétablir, à travers leurs choix, des niveaux modérés de distinction. En effet, menacer le sentiment d'unicité des individus diminuerait les comportements de conformisme et inciterait des actions distinctives. Entreprendre des actions risquées peut-il dans certaines circonstances fournir une voie à la distinction ? Le risque associé à un comportement pourrait-il avoir un effet sélectif, et par conséquent donner une visibilité à la personne en lui procurant un sentiment d'unicité ? Séparément, les concepts d'unicité et de prise de risque ont été l'objet d'une quantité considérable de recherches, néanmoins la littérature s'est rarement focalisée sur le lien potentiel entre ces deux concepts. Les étudiants qui travailleront sur ce projet examineront si la prise de risque peut avoir un objectif identitaire, et plus précisément si le risque peut satisfaire un besoin urgent d'unicité. La méthodologie employée sera de type expérimental, avec induction d'un sentiment d'unicité vs. de similarité, et mesure de la prise de risque en VD.

Personne de contact : Olivier.Desrichard@unige.ch

12. Compensation ou relâchement ? Une étude des effets d'un comportement passé négatif sur les intentions et actions futures

Réaliser qu'on a agi de façon moralement « bonne » ou « mauvaise » par le passé a des conséquences importantes pour le comportement futur. Ce projet se focalise sur le fait d'avoir « mal agi » (e.g., comportement immoral, anti-environnemental, pas assez d'activité sportive ou mauvaise alimentation...) en fonction de l'orientation motivationnelle de la personne. En effet, la recherche passée indique des résultats contradictoires, les comportements négatifs passés conduisant parfois à un effort de ratrappage (ou compensation), et parfois à une répétition du comportement négatif (effet « à quoi bon »). Ce projet a donc pour but de comprendre quel cas amènera l'observation de telle ou telle réaction, notamment en fonction de la distance au but de l'individu. Une des recherches proposées portera sur le respect de l'environnement, une sur l'activité sportive et la santé, et finalement une sur les comportements immoraux au travail.

Personne de contact : Alain.Quiamzade@unige.ch

13. Consommation de tabac et processus identitaires

Au-delà des enjeux de santé, de nombreux travaux récents montrent que les comportements tabagiques soulèvent d'importants enjeux identitaires. Il a notamment été montré qu'arrêter de fumer implique la perte d'une identité de fumeur et l'acquisition d'une nouvelle identité d'ex-fumeur, ce qui, en retour, a de fortes répercussions sur la motivation à arrêter de fumer. Suivant ces travaux, la présente étude aura pour objectif d'améliorer la compréhension des processus identitaires associés à la consommation de tabac. L'étude se fera en ligne auprès d'une population de fumeurs réguliers.

Personne de contact : Jerome.Blonde@unige.ch

14. Regret anticipé et delay-discounting

Le biais de delay-discounting influence la réalisation de comportements dont les conséquences ont lieu à long terme. Ceci est le cas de la consommation de tabac par exemple, mais aussi des comportements pro-environnementaux. Cette étude a pour but de voir si la technique des regrets anticipés permet de contrer ce biais pour promouvoir ces comportements. Cette hypothèse sera testée à la fois sur le sujet de la consommation de tabac (1 étudiant) et sur les comportements écologiques (1 étudiant). L'étude sera de type expérimentale, via une tâche ou questionnaire sur ordinateur.

Personne de contact : lisa.moussaoui@unige.ch

15. Quand l'Avenue William-Favre devient l'Avenue Alice-Favre : Les réactions identitaires vis-à-vis des changements normatifs dans le contexte urbain

L'espace public et le panorama urbain subissent actuellement des changements radicaux afin de proposer une société davantage inclusive, diverse et égalitaire. Par exemple, les derniers mois ont vu une multitude de débats concernant le déboulonnement des statues et monuments à l'effigie de personnalités dont les valeurs étaient en opposition avec celles d'aujourd'hui. De manière similaire, ce projet de recherche s'intéresse aux actions visant à féminiser le nom des rues de Genève. En effet, le Conseil d'Etat a récemment accepté la féminisation de 10 noms de rues, parcs, places, avenues et chemins en Ville de Genève. Cette décision vise à entériner une première étape vers plus de reconnaissance et de visibilité des femmes dans l'espace public. A l'instar de nombreux changements sociaux, cette action peut susciter des réactions divergentes. Si certains l'accueillent avec enthousiasme, d'autres dénoncent un pied de nez à l'histoire et une « tyrannie des minorités ». La présente recherche aura pour objectif de mieux comprendre les motivations identitaires des uns et des autres faces à ce type de changement normatif.

Personne de contact : Clara.Kulich@unige.ch

16. La variation contextuelle des performances cognitives des personnes âgées

Les stéréotypes du vieillissement (en particulier concernant l'association d'une diminution des capacités de mémoire avec l'âge) ont un impact sur les performances de mémoire et sur le déclin de la mémoire avec l'âge. Des indices contextuels peuvent activer subtilement ces stéréotypes qui vont interférer avec la réalisation optimale du test. Les recherches réalisées dans ce cadre viseront à examiner le rôle de certains indices subtils comme l'âge de l'examinateur-trice ou le lieu de passation (hôpital vs: domicile). Elles pourront s'intégrer à des programmes en cours sur l'utilisation de la réalité virtuelle dans le cadre de consultations neuropsychologiques ou sur le modèle CAPTION pour mesurer la perception du contexte.

Personne de contact : Olivier.Desrichard@unige.ch

17. Etre honnête ou ne pas être honnête, là est la question ; ou quand il y a quelque chose de pourri au royaume de la créativité

La théorie du focus de régulation, qui distingue une motivation de promotion d'une motivation de prévention a été utilisé à la fois dans le cadre de l'étude de la créativité et dans celui de la malhonnêteté. Les recherches passées ont montré que les individus ayant un focus de promotion sont plus créatifs que ceux ayant un focus de prévention. De même les études ont montré que les individus ayant un focus de promotion sont plus enclins à être malhonnêtes que ceux ayant un focus de prévention. En parallèle à ces travaux, certaines études suggèrent que la malhonnêteté est liée à la créativité : les individus plus créatifs créent plus aisément des distorsions pour rendre compte de leurs comportements, ce qui leur permet d'expliquer plus aisément des comportements malhonnêtes ou considérés comme peu éthiques. La recherche proposée visera à montrer que le lien entre ces deux dimensions découle du focus, en ce sens que le focus de promotion augmente la créativité ce qui permet en cascade de justifier et ainsi d'assumer plus aisément des comportements malhonnêtes.

Personne de contact : Alain.Quiamzade@unige.ch

18. Rôle de la couverture médiatique de l'immigration sur le malaise vis-à-vis de l'extrême droite populiste

Le discours de l'extrême droite populiste est parfois perçu comme controversé. Il peut déranger, rendre mal à l'aise, et ce en particulier parce qu'il contrevient aux normes d'ouverture et de tolérance vis-à-vis des étrangers et des minorités ethniques. Une partie importante des informations acquises par la population sur l'immigration est transmise par les médias, qui jouent donc un rôle important dans la formation du climat social et des attitudes individuelles sur le sujet. Toutefois, la couverture médiatique de l'immigration tend dans l'ensemble à être négative et stéréotypée, ce qui peut favoriser un discours hostile à l'immigration. Cette recherche portera sur le rôle de la couverture médiatique de l'immigration et des minorités ethniques sur le malaise éprouvé vis-à-vis de l'extrême droite populiste. Elle se focalisera également sur des facteurs individuels et sociaux qui pourraient influencer ce lien, comme par exemple l'idéologie et l'ambivalence attitudinale.

Personne de contact : Matthieu.Vetois@unige.ch

19. Glass cliff decisions in politics: The role of ideologies

A compound of research has shown that women and minority groups are prone to become political leaders under precarious circumstances. This project seeks to understand the reasons for this phenomenon by focusing on the role of political and gender ideologies in the choice of female leaders. Prior research has shown that motivations for glass cliff decisions can arise from positive or negative views of minority groups. People may thus aim with their choice to set the minority candidate up for failure, or they may believe that the minority candidate is better suited to signal change and handle a crisis. The sparse investigations in the literature on the impact of political and gender-related ideologies, such as feminist and sexist attitudes, provide mixed results. Experimental evidence reveals that both left- and right-wing orientation and also non-sexist and hostile sexist orientation can lead to glass cliff appointments, but in different situational circumstances. This project looks into disentangling these contexts experimentally.

Supervision will take place in English. However, the memoir can be written in French or English.

Personne de contact : Ruri.Takizawa@unige.ch

20. Identité sociale et médecine complémentaire et alternative

Malgré un coût important et une efficacité rarement démontrée, les médecines complémentaires et alternatives (CAM) sont très répandues dans les sociétés occidentales. Les caractéristiques qui les rend attractives (i.e. nature, vitalisme, scientisme et spiritualité) ont déjà été proposées et des déterminants individuels ont été identifiés (i.e. scepticisme envers la médecine conventionnelle, sensibilité aux effets secondaires, valeurs). Il a aussi été montré que l'usage des CAM est corrélé positivement au niveau d'étude et au statut socio-économique. Cette relation est souvent analysé d'un point de vue économique (coût des CAM) et plus rarement sur la base de processus identitaires. Cette recherche portera sur l'étude du recours au CAM comme marqueur identitaire.

Personne de contact : olivier.desrichard@unige.ch, jerome.blonde@unige.ch

21. Réseaux sociaux et processus de comparaison : quand la vie des autres semble meilleure que la nôtre sur Instagram

Cette recherche vise à investiguer les effets de la comparaison par le haut dans une pratique quotidienne : l'utilisation des réseaux sociaux. La comparaison par le haut est connue pour parfois être inspirante et motiver les individus à s'améliorer, générant alors des affects positifs (p. ex. : inspiration, détermination). Mais elle peut aussi menacer les individus dans leur évaluation de soi, générant alors des affects négatifs (p. ex. : jalousie, honte). La recherche visera à investiguer les situations dans lesquelles l'un ou l'autre de ces effets opposés peuvent apparaître lorsque les individus s'exposent aux réseaux sociaux dans lesquels les autres donnent des informations sur leur vie quotidienne.

Personne de contact : Alain.Quiamzade@unige.ch

22. Féminisation de l'homme et affirmation de la masculinité

Depuis l'émancipation des femmes et la subséquente remise en question des rôles traditionnels de genre, les sociétés occidentales assistent à une légère mais significative évolution des normes de genre avec des rôles sociaux qui deviennent de plus en plus similaires. De manière générale, le rôle de la femme a changé plus que celui de l'homme. Néanmoins, un changement dans les normes de masculinité est aussi observé, suggérant qu'on assiste aujourd'hui à une relative « féminisation de l'homme ». Ces changements peuvent avoir des conséquences à différents niveaux, et notamment sur les choix professionnelles et de vie des hommes, ainsi que sur relations intergroupe. Dans cette recherche il sera question d'investiguer les conséquences que la féminisation perçue des hommes peut avoir dans nos sociétés.

Personnes de contact : Vincenzo.lacoviello@unige.ch; Giulia.Valsecchi@unige.ch

23. La falaise de verre en politique : Aspirations au leadership en temps de crise

Une falaise de verre en politique se produit lorsque des femmes ou des candidats appartenant à une minorité ethnique, raciale ou issue de l'immigration se présentent de manière disproportionnée aux élections dans des conditions de crise ou de scandale, ou dans des districts historiquement moins favorables pour leur parti politique par rapport aux collègues masculins majoritaires. Alors que des recherches ont montré que les partis politiques sont davantage susceptibles de recruter ou d'encourager les candidatures de femmes dans des circonscriptions difficiles à gagner, peu de recherches se sont penchées sur le fait que les candidats minoritaires choisissent également d'accepter ces candidatures ou potentiellement les recherchent activement. Nous tenterons donc de répondre à la question suivante : Quels facteurs motivent les femmes ou d'autres minorités à se présenter dans des circonstances précaires ? Les pistes d'enquête suggérées pourraient inclure les

différences d'opportunités en ce qui concerne la mobilité professionnelle perçues ou encore la différence motivationnelle liée à l'environnement du parti (i.e., qui encourage plus ou moins la diversité).

L'encadrement peut avoir lieu en français ou en anglais.

Personne de contact : Sarah.Robinson@unige.ch

24. Argumente-t-on mieux lorsqu'on défend une position minoritaire que lorsqu'on promeut la norme majoritaire ?

Cette recherche vise à investiguer la façon d'argumenter des groupes sociaux majoritaires et minoritaires pour obtenir de l'influence. Lorsqu'on dispose du soutien de la majorité, le rapport de force favorable suffit généralement pour obtenir l'adhésion. Assez souvent, les majorités disposent et usent d'outils sociaux, comme les pressions au conformisme, le rejet des déviants, etc.. Ces ressources de groupe permettent de ne pas vraiment avoir besoin d'argumenter. Par contre, lorsqu'on doit argumenter en faveur d'une cause, il est toujours plus difficile de le faire lorsque la position que l'on défend dérange et remet en question l'ordre établi. Convaincre les membres de la majorité d'abandonner la norme sociale en vigueur pourrait dès lors nécessiter des arguments autrement plus forts que ceux qui sont nécessaires lorsqu'on doit plus simplement défendre l'opinion majoritaire. La recherche proposée investigue les qualités argumentatives développées selon si les positions défendues individus se pensent minoritaires ou majoritaires.

Personne de contact : Alain.Quiamzade@unige.ch

25. Ne rien faire ou faire quelque chose qui ne sert à rien ? L'*action bias* comme carburant des médecines complémentaires et alternatives

Dans le système de soin actuel, l'entrée dans la maladie implique typiquement une adaptation comportementale (e.g. adhérence à un traitement) dont les modalités sont largement décidées par le.la médecin et (plus ou moins librement) subies par le.la patient.e. Du point de vue des modèles d'adaptation comme l'approche transactionnelle de Lazarus et Folkman ou la Théorie de la Motivation à la Protection, cette situation est considérée comme adaptée aux besoins et motivations des personnes et devrait donc s'avérer satisfaisante. Néanmoins, dans ce cadre, on observe un recours très fréquent aux médecines complémentaires qui, malgré une efficacité non démontée scientifiquement, sont utilisées en parallèle des soins médicaux (par exemple, en moyenne 40% des patients atteints de cancer, Horneber et al., 2012). Dans ce projet de recherche, le rôle de l'*action bias* (AB ; Patt, A., & Zeckhauser, R. (2000). Action bias and environmental decisions. *Journal of Risk and Uncertainty*, 21(1), 45-72.) sera étudié. L'AB désigne la décision de s'engager dans une action alternative ou complémentaire au statu quo (la situation actuelle), alors que cela n'a pas d'utilité pour résoudre le problème auquel la personne fait face. En utilisant des vignettes qui décrivent des situations de dilemmes médicaux, le projet pourra aborder certaines des questions suivantes : peut-on observer l'AB dans une situation de soin (e.g. toutes choses égales par ailleurs, une personne faisant face à une maladie va-t-elle s'engager dans des comportements de soins qui n'ont pas de valeur ajoutée par rapport au statu quo) ? ; Le stress engendré par la maladie est-il un élément qui potentialise l'AB ? L'AB peut-il être considéré comme une forme de contrôle secondaire (e.g. coping actif centré sur l'émotion) ? Quel processus de prise de décision (e.g. empowerment du ou de la patient.e) permet de réduire l'AB ?

Personne de contact : Olivier.Desrichard@unige.ch