



**UNIVERSITÉ  
DE GENÈVE**

**Archive ouverte UNIGE**

<https://archive-ouverte.unige.ch>

Master

2010

Open Access

This version of the publication is provided by the author(s) and made available in accordance with the copyright holder(s).

---

## La régulation de l'humeur : des effets aux préférences pour des films

---

Roch, André

### How to cite

ROCH, André. La régulation de l'humeur : des effets aux préférences pour des films. Master, 2010.

This publication URL: <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:12699>

© This document is protected by copyright. Please refer to copyright holder(s) for terms of use.



**UNIVERSITÉ  
DE GENÈVE**

**FACULTÉ DE PSYCHOLOGIE  
ET DES SCIENCES DE L'ÉDUCATION**

**LA REGULATION DE L'HUMEUR :  
DES EFFETS AUX PREFERENCES POUR DES FILMS**

**MEMOIRE REALISE EN VUE DE L'OBTENTION DU/DE LA**

**MAITRISE EN PSYCHOLOGIE**

**ORIENTATIONS**

*PSYCHOLOGIE AFFECTIVE*

*PSYCHOLOGIE APPLIQUEE*

**PAR**

**ANDRÉ ROCH**

**DIRECTEUR DU MEMOIRE**

GUIDO GENDOLLA

**JURY**

KERSTIN BRINKMANN

ALISON MONTAGRIN

**LIEU, MOIS ET ANNEE**  
GENEVE 08 2010

**UNIVERSITE DE GENEVE  
FACULTE DE PSYCHOLOGIE ET DES SCIENCES DE L'EDUCATION  
SECTION PSYCHOLOGIE**

## RESUME

Conformément aux prédictions du Mood-Behavior Model (Gendolla, 2000) et aux résultats de premières études insistant sur l'influence directionnelle de l'humeur sur le comportement, cette recherche propose que les états d'humeur intenses positive et négative prédisent des préférences pour une régulation affective dite hédonique.

Les participants induits dans un état d'humeur positive, neutre ou négative doivent évaluer deux films durant un laps de temps établi. Débutant par le visionnement d'un film neutre, ils peuvent passer au visionnement d'un film positif (forte instrumentalité) dès qu'ils le désirent. Les préférences sont mesurées à l'aide du temps que le participant met avant de passer au film positif.

Les résultats ne confirment pas les prédictions, les participants dans un état d'humeur négative réagissant à l'instrumentalité de façon significativement différente et plus lente que ceux dans un état d'humeur positive.

Des interprétations en lien avec le MBM et d'autres théories de la régulation affective sont formulées.

# Remerciements

En préambule à ce mémoire, je souhaite adresser mes remerciements les plus sincères aux personnes qui m'ont apporté leur aide et contribué à l'élaboration de cette recherche, ainsi qu'à l'accomplissement de la maîtrise universitaire en psychologie.

Je tiens à remercier sincèrement Monsieur Gendolla, Directeur de la présente étude, pour son écoute et sa disponibilité durant les différentes phases du travail, ainsi que pour la clarté des consignes, l'aide, la patience et le temps consacrés ayant largement favorisé la réalisation de ce mémoire.

Mes remerciements s'adressent également, et de façon évidente, à l'équipe du Laboratoire Genevois de Motivation du Professeur Gendolla : à Madame Brinkmann pour le temps consacré lors de la mise en place du paradigme expérimental, l'humeur positive et les conseils au terme de l'étude; à Monsieur Richter pour les apports et réflexions méthodologiques indirectes mais précieuses de son séminaire; à Monsieur Silvestrini et sa patience avec E-Prime; à Ruta et son frère en Lituanie pour avoir résolu *l'énigme des vidéos et E-Prime*, et de ce fait pour le temps consacré sans concession.

J'exprime ma gratitude à Pierre-François qui a aussi largement contribué à ce travail, de par ses réflexions sur le MBM et ses encouragements durant les derniers mois du projet.

Mes remerciements s'adressent également à Monsieur Grandjean, dont les séminaires formateurs ont certainement favorisé la réalisation de cette recherche et resteront des moments forts de la formation.

Je remercie aussi sincèrement Loriane pour son soutien, sa présence quotidienne et son aide concrète des plus précieuses, et sans qui ce mémoire n'aurait pu être pareillement réalisé.

Enfin, je tiens à remercier mes parents pour leur contribution, leur soutien inconditionnel et leur patience durant toutes ces années, sans oublier Marco, Yves et Sabine, dont l'écoute, leur incroyable compréhension et soutien tout aussi précieux ont permis cette étude.

Finalement, je remercie les étudiants ayant participé à cette étude, et de façon plus particulière et personnelle, la régulation hédonique offerte par le pays du feu et de la glace, l'Islande.

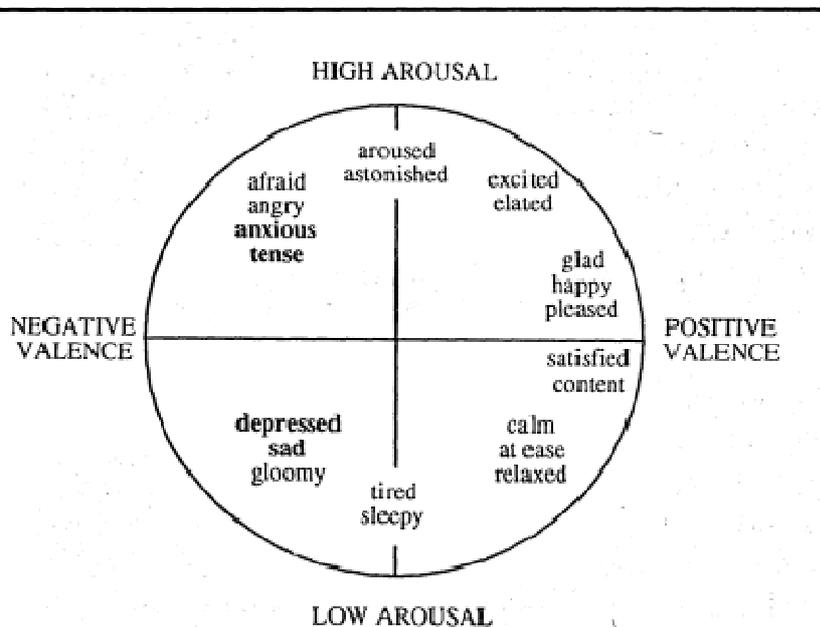
# Table des matières

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. INTRODUCTION</b>  | <b>6</b>  |
| <b>2. CADRE THÉORIQUE / ETAT DE LA QUESTION</b>   | <b>12</b> |
| <b>2.1 Origines et considérations initiales de l'humeur</b>   | <b>12</b> |
| 2.1.1 Une théorie (médicale et pré-psychologique ?) des humeurs   | 12        |
| 2.1.2 Autres étymologies de l'humeur et ses utilisations progressives   | 13        |
| <b>2.2. Vers une (tentative de) définition et une compréhension de l'humeur : le construit humeur dans l'affect</b>                                 | <b>14</b> |
| 2.2.1 L'humeur, une composante de l'affect  | 15        |
| 2.2.2 Définitions et Caractéristiques de l'humeur   | 15        |
| 2.2.3 Fonctions des humeurs   | 16        |
| 2.2.4 Antécédents de l'humeur   | 16        |
| 2.2.5 Tentative de classification des humeurs par types   | 17        |
| <b>2.3 Modes de régulations de l'affect et régulation de l'humeur</b>   | <b>18</b> |
| 2.3.1 Stratégie de régulation positive pour l'individu selon un modèle classique de régulation de l'affect  | 18        |
| 2.3.2 Régulation de l'humeur : processus, stratégies et hédonicité  | 19        |
| <b>2.4 Sphères d'influences et effets des humeurs</b>   | <b>21</b> |
| 2.4.1 Influence des humeurs sur les processus cognitifs   | 21        |
| 2.4.1.1 Effets de l'humeur sur la mémoire   | 21        |
| 2.4.1.2 L'humeur comme information : effets sur la perception et les jugements  | 22        |
| 2.4.1.3 Effets de l'humeur sur la perception de soi   | 23        |
| 2.4.2 Influence des humeurs sur l'action  | 24        |
| 2.4.2.1 Reconsidérer le processus plus ou moins direct des jugements en lien et supportant l'action, et le principe d'hédonicité dans la régulation | 25        |
| <b>2.5 Un modèle intégratif : le Mood-Behavior Model</b>  | <b>26</b> |
| 2.5.1 Impact informationnel de l'humeur sur le comportement   | 27        |
| 2.5.1.1 Congruence de l'humeur et amorçage de(s) associations) l'humeur sous condition  | 28        |
| 2.5.2 Impact directionnel de l'humeur sur le comportement   | 28        |
| 2.5.2.1 Instrumentalité   | 29        |
| 2.5.2.2 Motif hédonique   | 29        |
| 2.5.2.3 Intensité de l'humeur et prédictions du MBM en lien avec l'étude  | 31        |
| <b>3. HYPOTHÈSES / QUESTIONS DE RECHERCHE</b>   | <b>32</b> |
| <b>3.1 Etudes antérieures dans le domaine</b>   | <b>32</b> |
| <b>3.2 Proposition d'une étude dans la continuité selon les prédictions du MBM</b>  | <b>33</b> |
| <b>3.3 Formulation de l'hypothèse de recherche</b>  | <b>34</b> |
| 3.3.1 Hypothèse expérimentale de régulation hédonique ou non hédonique de l'humeur selon l'intensité de l'humeur                                    | 34        |
| 3.3.2 Hypothèse corrélationnelle de régulation hédonique ou non hédonique de l'humeur selon l'intensité de l'humeur                                 | 35        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>4. MÉTHODE</b>   | <b>36</b> |
| <b>4.1 Echantillon</b>  | <b>36</b> |
| <b>4.2 Procédure &amp; Matériel</b>   | <b>37</b> |
| 4.2.1 Situation   | 37        |
| 4.2.2 Contexte, consignes, formulaire de consentement   | 37        |
| 4.2.3 L'expérience proprement dite  | 38        |
| 4.2.3.1 Mesures de l'humeur   | 38        |
| 4.2.3.2 Manipulations de l'humeur   | 39        |
| 4.2.3.2.a Induction de l'humeur   | 39        |
| 4.2.3.2.b Régulation de l'humeur  | 40        |
| <b>5. RÉSULTATS</b>   | <b>43</b> |
| <b>5.1 Retour aux hypothèses : Préférences comportementales</b>                                       | <b>43</b> |
| 5.1.1 Hypothèse opérationnelle expérimentale  | 44        |
| 5.1.2 Hypothèse opérationnelle corrélacionnelle   | 45        |
| <b>5.2 Mesures de l'humeur</b>  | <b>46</b> |
| 5.2.1 Baseline  | 46        |
| 5.2.2 Comparaisons avec la baseline   | 46        |
| 5.2.2.1 Induction de l'humeur   | 47        |
| 5.2.2.2 Mesure de l'humeur en fin d'étude   | 47        |
| <b>5.3 Résultats complémentaires</b>  | <b>48</b> |
| 5.3.1 Estime de soi   | 49        |
| 5.3.2 Tâche et questions évaluatives  | 49        |
| <b>6. DISCUSSION</b>  | <b>50</b> |
| <b>6.1 Etat d'humeur positive et contingences hédoniques</b>  | <b>50</b> |
| <b>6.2 Tentatives d'interprétations de l'état d'humeur négative</b>                                   | <b>51</b> |
| 6.2.1 Correspondances avec un mode de régulation propre aux dépressifs et dépressifs sous-cliniques ? | 51        |
| 6.2.2 Impact informationnel éventuel ?  | 53        |
| <b>6.3 Humeur négative et Film neutre : régulation (possible) hédonique de l'affect ?</b>             | <b>55</b> |
| <b>6.4 Critiques de l'expérience et considérations futures du thème</b>                               | <b>57</b> |
| <b>7. BIBLIOGRAPHIE</b>   | <b>59</b> |

# 1. Introduction

« La fortune et l'humeur gouvernent le monde ». Cette maxime du 17<sup>e</sup> siècle de La Rochefoucauld (1665) insiste déjà sur l'intervention continuelle que peut exercer l'humeur dans le quotidien de chaque individu. En effet, il n'est pas étonnant alors que cette composante de l'affect (au même titre que ce dernier) ait fait, et fait toujours l'objet de nombreuses études notamment en psychologie, tout en intéressant d'une façon plus large encore, d'autres sphères en raison de ses incidences.



**Illustration A.** Valence/arousal circumplex model of mood adjectives basé sur Russell (1980).

**Source :** Feldman, L. A. (1995). Variations in the circumplex structure of mood. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, p.807.

Ainsi, en 1980 déjà, la tentative de Russell de représenter la structure de l'humeur sous la forme d'un circumplex (*mood circumplex model*) est reconnue par de nombreux chercheurs (Larsen et Diener, 1992; Russell, 1980; Watson et Tellegen, 1985). Si d'autres interprétations de ce modèle ont été proposées depuis (voir Feldman, 1995; Feldman-Barrett et Russell, 1998), la formulation initiale reste intéressante proposant ainsi l'arrangement circulaire de termes humoraux autour de deux dimensions, les dimensions initiales étant la valence, soit le

caractère hédonique de l'expérience de l'humeur et l'arousal (énergie), ce dernier représentant la perception d'énergie (Feldman, 1995). La représentation schématique de ce modèle valence/arousal (voir Illustration A) est obtenue à l'aide de mesures de similarités sémantiques (juger la similarité de deux adjectifs d'humeur sur un continuum), de perceptions d'expressions faciales et de mesures self-reportées. Il est ainsi possible de demander aux individus, de placer, selon le PANAS (*Positive & Negative Affect Schedule* : Watson et Tellegen, 1985; Watson, Clark et Tellegen, 1988), une extension du circumplex, leur état d'humeur actuel, et ce, chaque heure pendant une semaine par exemple ou chaque jour (Hockey, Maule, Clough et Bdzola, 2000). Ainsi, dans la majorité des cas, on s'attend à observer des changements inévitables avec le temps, voire des patterns : humeur positive plus élevée le matin par exemple (Wood et Magnello, 1992). Les humeurs changent et les différences interindividuelles sont importantes. On constate donc qu'elles engendrent une coloration de la vie affective en général et peuvent ainsi refléter des styles de vie (dispositions affectives).

La présente recherche s'intéresse ainsi aux humeurs, qui composent avec les émotions, les attitudes et autres expériences cognitives et corporelles, l'affect (Damasio, 1994; Mc Dougall, 1908; Schwarz et Clore, 1996). En lien avec ce que l'on vient d'évoquer ci-dessus, les humeurs sont en effet capables de modifier nos réponses affectives, cognitives et comportementales (une précision nécessaire en lien avec la dimension motivationnelle, en ce qui concerne l'influence de l'humeur sur le comportement, sera apportée par la suite) concernant un grand nombre d'objets et d'évènements, contrairement aux émotions par exemple, engendrant quant à elles une gamme de réponses plus limitées (Morris, 1989). Jacobsen (1957) relève que les changements d'humeur trouvent leurs expressions au niveau des sentiments, processus de pensées et performances tout au long de la journée, quel que soit leur objet. Ces changements humoraux influencent ainsi les choix affectant tout type d'activités : personnelles, professionnelles etc.

Si les humeurs exercent ces différentes influences, elles remplissent aussi des fonctions et informent ainsi l'individu sur sa façon d'être en général. Pribram (1970) parle de « moniteurs reflétant notre évaluation des circonstances de la vie », alors que Nowlis et Nowlis (1956) décrivent l'humeur comme « un facteur prédispositionnel, source d'information pour l'organisme, concernant les caractéristiques fonctionnelles actuelles de ce dernier ». Par conséquent, et selon le Mood-Behavior Model (Gendolla, 2000), modèle sur

lequel se base notre étude, les humeurs facilitent l'autorégulation (Morris, 1989) : soit la réponse de l'individu à son propre comportement et à ses effets (Mowrer, 1956). On considère comme sous processus de l'autorégulation, celui de la régulation de l'affect, consistant au contrôle du ressenti actuel de la personne, soit à son maintien ou à son changement (Clark et Isen, 1982; Thayer, Newman et McClain, 1994). Ce processus (au niveau des humeurs) va retenir notre attention.

La régulation de l'affect et en l'occurrence des humeurs apparaît en effet primordial pour le maintien du bien-être et de la santé mentale (Klinger, 1993). Kessler *et al.* (1994) constatent à l'aide de statistiques de prévalence, que la majorité des troubles psychiques sont liés à des problèmes affectifs. Les individus semblent réguler concrètement leur humeur quotidienne selon des stratégies comportementales passives (regarder la télévision) ou davantage actives (marcher etc.). Sur un plan appliqué, les préférences comportementales sont particulièrement observables au niveau des prises de décision (Isen, 2000) et des comportements pro-sociaux. Ainsi, la probabilité d'aider semble, par exemple, plus importante dans un état d'humeur positive selon Isen et Levin (1972) (Cialdini, Darby et Vincent [1973] proposent eux que ce sont les individus dans un état d'humeur négative qui sont plus enclins à aider autrui). Ces préférences comportementales ont aussi fait l'objet de beaucoup d'études dans le champ des comportements d'accomplissement (soit atteindre un standard de performance dans une tâche (Murray, 1938), alors que l'on peut relever leurs pertinences d'une façon générale : dans le domaine organisationnel (Gendolla, Brinkmann et Richter, 2007), sportif (Stevens et Lane, 2001), sur la créativité (Baas, De Dreu et Nijstad, 2008) etc.

Pour spécifier le rôle des états d'humeur dans ces processus préférentiels, la régulation de l'humeur doit être considérée selon une perspective hédonique et motivationnelle.

En effet, que cela concerne le comportement pro-social ou ce qui vient d'être cité ci avant, les individus tendent à réguler leur ressenti de façon positive. On parle ainsi de régulation hédonique de l'affect. Ainsi, selon les deux processus de régulation de l'humeur proposés par Isen (1984), les individus dans un état d'humeur positive tendent à vouloir maintenir celui-ci (*mood maintenance*), alors que ceux dans un état d'humeur négative tente d'élever leur humeur négative afin de la rendre plus positive (*mood repair*).

Par ailleurs, la majorité des études dans le domaine de l'humeur se sont focalisées sur la manière dont les humeurs influencent les processus cognitifs alors que peu se sont

intéressées à leur influence sur les actions humaines (Gendolla, 2000). Le Mood-Behavior Model (Gendolla, 2000) offre l'avantage d'intégrer les deux perspectives : cognitive et motivationnelle hédonique, en étudiant leurs façons d'influencer l'action. Le caractère intégratif de ce modèle théorique fournit une alternative plus aboutie, afin d'investiguer l'humeur, plutôt que le simple approfondissement d'un champ d'influence très précis de cette composante affective (cognitif ou motivationnel uniquement par exemple).

Le MBM est basé sur l'idée que les humeurs ne sont pas des états motivationnels en soi, n'étant pas connectés à un objet. De plus, contrairement aux premières approches comme celles évoquées ci-dessus (*mood repair*, *mood maintenance*) ou encore l'hypothèse du cognitive tuning (Schwarz, 1990) - un état d'humeur négative signale une interaction personne-situation problématique, alors qu'un état d'humeur positive indique que la situation est satisfaisante pour l'individu - postulant des effets stables et spécifiques de l'humeur sur le comportement et la motivation, le MBM ne retient pas cette stabilité et spécificité de l'influence exercée par l'humeur sur la motivation mais considère néanmoins, que les humeurs peuvent influencer les aspects comportementaux (initiation et direction en l'occurrence) déterminés par le processus motivationnel (Geen, 1995). Ces effets de l'humeur sur le comportement sont, en outre, modérés par des processus hautement dépendants du contexte (Richter, Gendolla et Krüsken, 2006). Des études concernant les effets de l'humeur sur la persistance (Martin, Ward, Achee et Wyer, 1993) et la régulation de l'affect (Erber et Erber, 2000; Erber, Wegner et Therriault, 1996) fournissent le même constat. Ces processus hautement dépendants du contexte sont appelés selon le MBM : impact informationnel et impact directionnel de l'humeur, influençant respectivement la mobilisation des ressources et les préférences à l'action. Ces deux impacts peuvent par ailleurs s'exercer de façon distincte ou conjointe.

La présente étude s'intéresse aux préférences comportementales évoquées précédemment. Par conséquent, la partie directionnelle du MBM et donc l'influence de l'humeur sur l'initiation et la direction du comportement (en lien avec le motif hédonique) nous importent plus précisément. Si le modèle intégratif de l'humeur de Gendolla (2000) reconnaît l'existence d'une régulation hédonique de l'affect, il permet aussi de relativiser et quelque peu remettre en cause cette affirmation. Assurément, les individus ne semblent pas chercher continuellement la maximisation de leur affect positif selon les postulats théoriques du MBM. Ainsi, des éléments modérateurs comme les facteurs situationnels évoqués ci-

dessus par exemple, font que l'intérêt pour une régulation hédonique de l'affect n'est pas systématique mais répond à des conditions spécifiques, postulées par le modèle.

De ce fait, le besoin actuel de bien être (motif hédonique), déterminé par un certain nombre de composantes, ne suffit pas pour engendrer une régulation affective hédonique. La quasi-totalité des études sur l'humeur se sont focalisées sur la bipolarité de l'humeur, ne retenant ainsi que la valence positive et négative de celle-ci (Isen, 1984; Russell, 1980 etc.). Néanmoins, les résultats des études de Handley et Lassiter (2002) et de Gendolla (2010), incorporant aussi la condition d'humeur neutre dans leurs designs expérimentaux montrent le même intérêt pour expérimenter l'affect positif chez les participants à l'humeur positive et négative, contrairement à ceux à l'humeur neutre. L'affirmation de Morris (1989) « *qu'un individu ne peut jamais être d'humeur neutre mais d'humeur plus ou moins positive ou négative* » - soit d'une intensité plus faible -, fait ainsi écho à ces résultats. Par conséquent, il s'agit de considérer l'intensité de l'humeur comme potentiellement responsable des préférences comportementales suivant le motif hédonique, plutôt que la valence de l'humeur.

Selon le MBM, une deuxième condition en plus du motif hédonique est nécessaire à l'établissement de ces préférences comportementales chez l'individu, à savoir l'instrumentalité. Le concept d'instrumentalité rend compte des actes possibles afin de satisfaire le motif, soit maximiser l'affect positif et minimiser l'affect négatif.

Finalement, la présente étude s'inscrit dans la continuité des quelques recherches s'intéressant à l'influence de l'humeur sur les actions comportementales (Gendolla, 2010; Handley et Lassiter, 2002). A l'image de ces dernières, on suggère que la régulation hédonique de l'affect (humeurs) émane de la variable d'intensité de l'humeur. Le paradigme expérimental se veut alors davantage focaliser sur l'action, en comparaison avec ces deux études citées. Celui-ci propose ainsi l'utilisation de films pour l'induction d'humeur des participants (positive vs neutre vs négative) et le comportement d'instrumentalisation (les participants visionnent un film hédoniquement neutre et peuvent choisir de passer au visionnement d'un film drôle dès qu'ils le désirent durant 10 minutes).

Ainsi, une forte intensité de l'humeur (très positive ou négative) et la proposition hédoniquement forte faite aux participants de pouvoir regarder un film très drôle répond aux conditions du MBM : Motif hédonique X Instrumentalité, suggérant alors une régulation plus favorable au matériel (film) positif. Ceci ne propose donc pas la réalisation d'une régulation

hédonique par défaut et d'un type de régulation d'humeur plus forte qu'une autre. La considération de l'humeur selon une perspective autre que bipolaire (valence), lorsque que l'on investigate son influence sur l'action comportementale, est susceptible - on le souhaite, et ce dans la continuité des résultats des premières études - d'apporter des réponses intéressantes et complémentaires au phénomène.

## **2. Cadre théorique / Etat de la question**

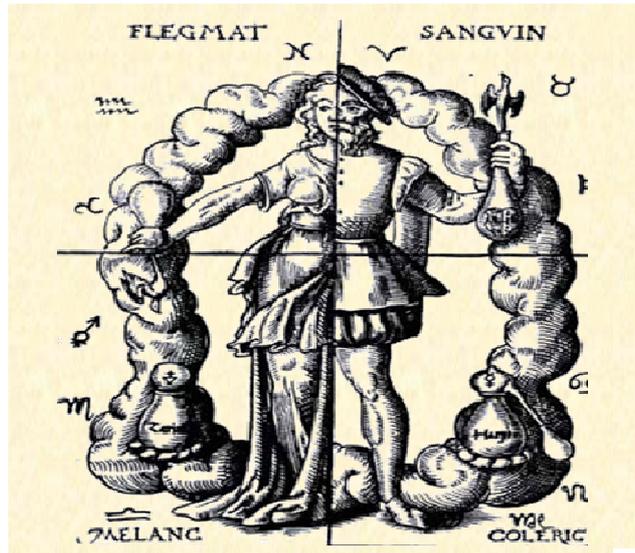
Après avoir introduit l'importance du thème et de ses différents contextes d'application, il semble fondamental de mieux cerner au niveau théorique les principaux concepts liés à l'humeur et à sa régulation. Après une brève tentative de retraçage historique de l'humeur depuis ses potentielles origines, on définira la dimension affective en fonction de différents auteurs et modèles, notamment le Mood-Behavior Model. Il s'agit, par ailleurs, de cerner la place du construit humeur au sein de l'affect (affect, émotion notamment), de ses liens avec la motivation et le comportement comme l'indique le modèle sur lequel va reposer notre étude. Ainsi la nature de la régulation - hédonique mais sous certaines conditions, postulées en accord avec le MBM - mise en relief avec les processus de régulation classique, focalisera notre attention, au même titre que la traduction de cette régulation en terme d'action et de préférences comportementales.

### **2.1 Origines et considérations initiales de l'humeur**

#### **2.1.1 Une théorie (médicale et pré-psychologique ?) des humeurs**

Etymologiquement, le terme humeur découle du latin *humor* signifiant liquide. Sous un angle médical, il s'agit du liquide de l'organisme, réel (sang, lymphe etc.) ou hypothétique (atrabile) (Le Petit Larousse Illustré, 2006). Cela rejoint le sens attribué au terme humeur lors de ses premières utilisations, illustrées dans la théorie des humeurs, base de la médecine antique. Cette théorie diffusée par Hippocrate (1962) propose que la santé du corps humain soit fonction de l'équilibre entre quatre humeurs (fluides) : le sang, le phlegme, la bile jaune, la bile noire. La théorie humorale peut être considérée comme issue des psychologies pré-scientifiques, et se présente comme une des premières théories à décrire les différences individuelles, s'appliquant à chacun. Les humeurs déterminent le tempérament en lien avec les éléments (air, feu, eau, terre) et leurs caractéristiques. Si on ne relève pas d'attributions univoques, les humeurs changent aussi selon les époques et les influences. Ainsi, la bile jaune, chaude et sèche, domine en été (correspond au feu) et est liée à un tempérament plus violent et colérique (ce serait l'humeur la plus stable). Les humeurs sanguines, flegmatiques et

atrabilaires détermineraient quant à elles des tempéraments respectivement joyeux, lents et mélancoliques.



**Illustration B** : Représentation de la théorie des humeurs selon la diffusion d'Hippocrate.

**Source** : Arhika, N. (2007). *Passions and Tempers : A history of the humours*. New York: Harper Collins.

### 2.1.2 Autres étymologies de l'humeur et ses utilisations progressives

Par ailleurs, l'origine anglaise (vieil anglais) du terme humeur : *mood* désignant alors férocité et véhémence, découle du mot allemand courage : *Mut* et de son dérivé *Gemüt*, signifiant tempérament (partie intérieure de l'individu) (Fisher, 2002). Il est intéressant de constater que Platon dans sa structure tripartite de l'âme et de la société, déjà au 6<sup>e</sup> siècle avant J.C., inclut aussi le courage, l'ardeur (au niveau individuel) et la classe des guerriers et autres hommes d'action (au niveau sociétal). Ces caractéristiques sont regroupées sous l'étiquette *thúmos* que l'on peut considérer comme proche de l'émotion. Néanmoins *thúmos*, *Gemüt* et *mood* désignent la même chose, à savoir la vie interne de l'individu.

Quelles que soient les origines de l'humeur, celle-ci fut très vite potentiellement prédictive du fonctionnement de l'individu et intégrée dans le langage populaire.

Initialement, et suivant l'inspiration d'Aristote, la physiognomonie de Della Porta propose de découvrir le dissimulé en l'homme (1586, cité dans Desjardins, 2001). Ainsi, il compare les animaux et leurs humeurs (par exemple en considérant les faciès) aux hommes, justifiant que l'animal est vrai et ne cache rien. Une correspondance du faciès d'un individu avec la tête d'un bélier pourrait être synonyme par exemple d'une humeur vive et têtue chez le premier cité. Les humeurs se renforcent ou s'affaiblissent selon Della Porta.

Au niveau du langage populaire, les humeurs sont souvent utilisées afin d'illustrer le tempérament, à l'image de la théorie des humeurs citée précédemment. Les flegmatiques sont ainsi souvent considérés comme des gens difficilement excitables, alors que faire un coup de sang signifie réagir fortement.

Ces premières considérations de l'humeur et de sa théorie obtiennent finalement des équivalents dits modernes, lorsque Eysenck établit au milieu du 20<sup>e</sup> siècle des liens entre la proposition d'Hippocrate (1962) et deux principales dimensions de la personnalité : introversion-extraversion et névrotisme (Pervin et John, 2004). Néanmoins, si certains aspects historiques, voire évolutionnaires peuvent susciter l'intérêt, les explications physiologiques datant de l'Antiquité semblent davantage appartenir à la fantaisie et ainsi délaissées par la médecine. Ceci s'avère insuffisant pour véritablement comprendre le construit affectif.

## **2.2. Vers une (tentative de) définition et une compréhension de l'humeur : le construit humeur dans l'affect**

Le courant humaniste en psychologie dès le début des années 1960, avec notamment le mouvement des "*encounter-group*", insiste déjà sur l'importance d'être en contact avec ses sentiments et son ressenti (Morris, 1989). Désormais, on sait l'importance générale de l'affect que ce soit dans la sphère du travail (Brief et Weiss, 2002) ou dans les loisirs (Loken, 2006) par exemple, dans lesquels on promet aux individus le plein d'émotions ou de sensations. Néanmoins, les termes affect, émotions ou humeurs, semblant facilement interchangeables dans le langage courant, ont des natures et des fonctions propres qui méritent et qu'il est nécessaire de distinguer, si l'on veut cerner au mieux l'humeur.

### **2.2.1 L'humeur, une composante de l'affect**

Ainsi, le terme affect est utilisé pour décrire dans quelle mesure quelque chose est positif ou négatif pour un individu (Schwarz et Clore, 1996). L'affect prend plusieurs formes et est ainsi constitué de différentes composantes. On relève notamment l'attitude, définie par Eagly et Chaiken (1993) comme une tendance psychologique qui s'exprime par l'évaluation d'une entité particulière à travers un continuum allant de « *favorable/positif* » à « *défavorable/négatif* ». Le continuum rend ainsi compte de la disposition affective. Les sentiments s'apparentent quant à eux à des vécus affectifs actuels, « *subjectifs, à des pensées* », selon Damasio (1999). Les sentiments en lien avec des processus de traitement de l'information ou la connaissance d'un individu constituent des expériences cognitives (la stupéfaction ou surprise, la facilité ou difficulté dans le rappel, pouvant influencer le jugement de vie par exemple). Celles-ci font partie de l'affect selon Schwarz et Clore (1996), au même titre que les réactions somatiques, qu'elles soient liées aux besoins de base, à un état de privation (drives : faim, douleur : McDougall, 1908) ou dites non spécifiques (marqueurs somatiques par exemple : Damasio, 1994). Enfin, les émotions et les humeurs composent évidemment l'affect et c'est en se focalisant plus précisément sur ces deux dernières composantes, considérées comme voisines (Morris, 1989; Schwarz et Clore, 1996), que l'on va tenter au mieux de définir le construit de l'humeur.

### **2.2.2 Définitions et Caractéristiques de l'humeur**

En effet, si initialement un bon nombre de théoriciens des émotions ne proposent pas de définitions propres pour l'humeur et l'utilisent au même titre que affect et émotion, comme écrit précédemment (Bower, 1981; Watson et Tellegen, 1985), d'autres ont tenté de préserver une distinction avec l'humeur au niveau sémantique (Isen, 1984; Nowlis, 1965; Pribram, 1970). Morris relève en effet une sorte de consensus pour le construit malgré les écoles de pensées différentes auxquelles appartiennent les auteurs venant d'être cités. Cet aspect permet de mieux légitimer l'existence de l'humeur et de ses caractéristiques. Les humeurs sont ainsi souvent présentées comme des états affectifs diffus (Isen, 1984), d'une durée relativement longue, les individus se trouvant toujours dans un état d'humeur positif ou négatif plus ou moins intense (Gendolla, 2000; Morris, 1989; Schwarz et Clore, 1996). Contrairement aux

émotions qui produisent une gamme relativement limitée de réponses en lien avec un intérêt, objet ciblé (Ortony, Clore, et Collins, 1988; Smith et Ellsworth, 1985), les humeurs peuvent modifier les réponses affectives, cognitives et comportementales concernant un grand nombre d'objets ou d'évènements (Jacobsen, 1957; Morris, 1989).

### **2.2.3 Fonctions des humeurs**

Les humeurs ont par ailleurs un rôle informationnel. En effet, Nowlis et Nowlis (1956) et Pribram (1970) insistent sur le fait que les humeurs nous informent de manière générale sur notre façon d'être (état). On verra de façon plus concrète par la suite les effets de l'humeur, notamment sur la mémoire, la perception (en général et de soi), les jugements.

Néanmoins, les humeurs sont aussi des états affectifs dont ni l'objet, ni la cause ne sont connus. Schwarz et Clore parlent de sentiments isolés du contexte en eux-mêmes (1996), ainsi expérimentés par l'individu sans une conscience simultanée de leurs causes (Clark et Isen, 1982; Frijda, 1993). Le fait que les humeurs ne soient pas liées à un « référent identifiable » (Schwarz et Clore, 1996) rend l'interprétation de son impact sur le comportement plus délicate. Ainsi, et contrairement aux émotions (nécessitent des buts, tendances à l'action : fuite en cas de peur), les humeurs n'ont pas de fonction motivationnelle claire, stable et spécifique (Gendolla, 2000). Ceci n'empêche cependant pas qu'elles soient susceptibles d'exercer leur influence sur certains aspects comportementaux, ce qui sera développé par la suite.

### **2.2.4 Antécédents de l'humeur**

En outre, les humeurs sont aussi influencées et peuvent être affectées par des évènements « doucement » positifs ou négatifs selon Ruckmick (1936), fruits de circonstances : une série d'incidents durant la journée par exemple. Les évènements et l'influence peuvent aussi être naturelles : le temps (Schwarz, & Clore, 1983), la luminosité (Baron, Rea, & Daniels, 1992).

Morris (1989) propose, de plus, comme autre antécédent de l'humeur, la fin d'un stimulus d'induction d'émotion, synonyme d'une baisse d'intensité de l'émotion devenant alors humeur. Dans ce cas on parle de résidus d'émotions (Isen, 1984) en lien avec un évènement dont la cause

n'est plus consciente pour l'individu (Bollnow, 1956). Cela insiste sur la distinction entre humeur et émotion que l'on peut retrouver dans le langage courant : on peut être fâché à propos de quelque chose alors qu'il arrive que l'on soit de bonne humeur. Scherer (1982) considère ainsi les émotions comme des processus (des actions pour Damasio [1999]) plutôt que des états (terme davantage de rigueur pour l'humeur). Malgré ces distinctions et le caractère résiduel d'émotion qu'attribue Isen à l'humeur, humeur et émotion pourraient opérer en parallèle, provoqués tous deux par le même stimulus émotionnel.

Par ailleurs, le fait de se rappeler ou d'imaginer une expérience émotionnelle positive ou négative (sans caractère hédonique) peut être susceptible d'induire une humeur selon Clark et Isen (1982). L'intensité de l'état émanant de l'évènement rappelé serait ainsi plus faible que celle vécue à l'origine. L'aspect diffus rappelle les caractéristiques définitionnelles de l'humeur, citées précédemment.

L'humeur pourrait, de plus, résulter de l'inhibition d'une réponse lorsque l'individu est confronté à des évènements au fort contenu. Ainsi, Jacobsen (1957) propose qu'en cas de conflits menaçants, une forte réaction émotionnelle se produit à la source de ce conflit et engendre un état affectif généralisé : l'humeur.

Des facteurs endogènes de nature non psychologiques peuvent aussi, sans entrer dans les détails, être sources d'humeur (Morris, 1989) : aspects neurobiologiques des troubles de l'humeur (dépression et manie) par exemple.

### **2.2.5 Tentative de classification des humeurs par types**

Enfin, certains points évoqués jusqu'à présent peuvent se retrouver dans les différents types majeurs d'humeur que bon nombre d'auteurs ont tenté d'établir. Si l'on a conscience de l'existence des troubles de l'humeur que l'on vient de citer, la dichotomie de l'humeur : normale - pathologique (Jacobsen, 1957) n'a en principe pas plus de pertinence pour notre problématique.

La distinction de deux types de processus cognitifs durant l'humeur par Clark et Isen (1982), à savoir automatiques (déroulement sans intention et conscience) et contrôlés (déroulement conscient et coûteux en terme d'efforts, pouvant au contraire des processus automatiques, interrompre d'autres activités cognitives) est quant à elle plus centrale. Bien que les

auteurs ne soient pas clairs au niveau des mécanismes expliquant le passage d'un traitement automatique à un traitement contrôlé, leur proposition concernant la poursuite d'un évènement aux conséquences ou caractéristiques hédoniques chez les individus à l'humeur négative et positive, nous intéresse, de par la nature autorégulatrice du processus.

## **2.3 Modes de régulations de l'affect et régulation de l'humeur**

La régulation de l'affect, sous processus fondamental de l'autorégulation déjà évoqué dans l'introduction, reflète le contrôle du ressenti actuel par l'individu, traduit soit par son maintien ou son changement (Clark et Isen, 1982; Thayer, Newman et McClain, 1994). Son importance est notamment indispensable à l'équilibre de l'individu et à sa santé mentale (Klinger, 1993).

### **2.3.1 Stratégie de régulation positive pour l'individu selon un modèle classique de régulation de l'affect**

Ainsi, certaines formes de régulation de l'affect semblent plus saines que d'autres. John et Gross (2004) privilégient, en effet, certaines stratégies de régulation spécifiques de l'émotion. Celles-ci sont dérivées de son modèle du processus de la régulation des émotions (2001), proposant l'influence que peut exercer l'individu sur le déclenchement, la manifestation, le vécu ou l'expression de l'émotion. Deux stratégies régulatrices sont alors possibles. L'individu peut se focaliser sur les antécédents de l'émotion, précédant donc son déclenchement, à savoir : la sélection de la situation, la modification de la situation, le déploiement de l'attention et le changement évaluatif ou cognitif (nouvelle évaluation). Il est aussi possible d'intervenir lors de la réaction émotionnelle par la suppression du vécu, du comportement et des réponses physiologiques.

La stratégie de réévaluation cognitive, consistant à créer une situation potentiellement émotionnelle de manière à ce qu'elle change son impact émotionnel, apparaît plus saine que la suppression. Les conséquences affectives, cognitives et sociales à court et à long terme sont ainsi meilleures en exerçant une réévaluation cognitive, dont l'utilisation tend à s'accroître à

l'âge adulte au détriment de la suppression (John et Gross, 2004). Ainsi, la réévaluation nécessite par exemple moins d'effort sur le plan cognitif, changeant la séquence émotionnelle avant la génération de l'expression (Gross, 2004). La suppression ou le fait de devoir cacher ses sentiments (focalisation sur les réactions) engendre souvent pour sa part une intensification des réactions physiologiques et du ressenti (Gross, 1998).

### **2.3.2 Régulation de l'humeur : processus, stratégies et hédonicité**

Notre étude se focalise sur l'humeur que l'on a distinguée des émotions au niveau définitionnel. De plus, bien que l'on ait énoncé les potentiels antécédents de celle-ci, le même type de régulation proposé par Gross sur les antécédents de l'humeur ne semble pas aisément envisageable. En effet, le caractère diffus de l'humeur et le fait qu'elle ne soit pas liée à un référent font que la régulation des antécédents est plus difficile que pour les émotions.

La régulation des humeurs comprend en général deux processus (Isen, 1984). Selon le modèle de contingence hédonique (Wegener et Petty, 1994), les individus recherchent des activités plaisantes, afin de maintenir leur humeur positive : processus de *mood maintenance*. D'humeur négative, ceux-ci vont désirer élever cette humeur, afin de la rendre plus positive : processus de *mood repair*. On remarque ainsi le but d'une issue positive lors de la régulation, que ce soit lors de la régulation de l'affect, de l'émotion ou en l'occurrence de l'humeur. Si les humeurs peuvent, de plus, influencer les décisions comportementales (ce qui nous intéresse directement), la raison réside dans leurs orientations fréquentes vers leurs conséquences hédoniques (Damasio, 1994; Loewenstein, 1996). Ces constats semblent logiques et naturels si l'on considère les principes de base de la motivation tentant d'expliquer le comportement humain. En effet, le comportement de l'organisme est motivé par la recherche du plaisir et l'évitement de la douleur selon le concept clé de l'hédonisme (Thrasymache), déjà évoqué chez les philosophes grecs et repris selon différentes approches (Freud, 1952, cité dans Gendolla, 2000; Isen, 1984; Taylor, 1991).

Par ailleurs, un grand nombre de stratégies comportementales et cognitives ont été identifiées dans le champ de la régulation de l'humeur, lorsque les gens ont un ressenti négatif et désirent une amélioration de leur humeur. Thayer, Newman et McClain (1994) proposent

ainsi une structure de comportements selon plusieurs facteurs : une régulation directe de l'humeur par un rôle actif de l'individu (exercices physiques, relaxation), dans sa recherche d'activités plaisantes (loisirs) ou encore par la réduction de la tension (alcool, relations sexuelles), l'évitement de personnes ou choses causant une humeur négative, une régulation plus passive (se reposer, regarder la télévision), l'apport du support social (parler à quelqu'un, la gratification).

Suivant l'idée que l'individu tend à réguler son état d'humeur en faveur d'une issue affective positive, certains auteurs ont proposé que le processus de *mood repair* pouvait s'exercer de façon automatique, le déficit d'hédonicité activant systématiquement celui-ci (Taylor, 1991; Schaller et Cialdini, 1990). Ces derniers affirment ainsi que ce processus régulateur serait plus fort que le désir de maintenir son humeur positive. Les stratégies de Thayer *et al.* (1994) énoncées ci-dessus montrent en effet l'importance d'élever son humeur négative mais on accorde tout autant de crédit au modèle de contingence hédonique, aussi cité précédemment (Wegener et Petty, 1994), et ainsi à l'importance du maintien de l'humeur positive.

Si le besoin d'un des deux types de régulation des humeurs proposés ne semble par conséquent pas plus crucial que l'autre, certaines études remettent en cause l'hédonicité dans la régulation. En effet, les individus semblent parfois ne pas élever leur humeur négative de façon automatique, évitant même activement le processus de *mood repair*. Ceci est compréhensible par exemple en considérant les normes sociales et ainsi les contraintes que peuvent engendrer le contexte (Erber et Erber, 2000; Erber, Wegner et Thierrault, 1996; Richter, Gendolla et Krüsken, 2006) : le vécu affectif positif peut alors être inapproprié. Parrot (1993, cité dans Gendolla, Brinkmann et Richter, 2007) l'illustre ainsi dans le domaine managérial et organisationnel. On reviendra sur cet élément, composant le Mood-Behavior Model (Gendolla, 2000) que nous testons pour cette étude, et modère ainsi, entre autres, la systématisation d'une régulation des humeurs de type hédonique.

Enfin, les stratégies peuvent apparaître comme des buts ou plus justement une façon d'instrumentaliser le but (on parlera plutôt de préférences), à savoir atteindre une issue affective positive. Au niveau motivationnel, les buts ont une fonction régulatrice pour le comportement (Locke, Shaw, Saari et Latham, 1981). Les émotions produisent en effet des buts (la sécurité pour un individu confronté à la peur par exemple). En revanche, les humeurs,

de par leur définition, ne produisent pas de buts et de tendances à l'action leur pouvant être associées. Elles n'ont pas d'implication motivationnelle stable et spécifique. Néanmoins, elles fournissent une information sur l'état d'humeur et facilitent l'autorégulation selon Morris (1989), comme déjà énoncé. Les humeurs exercent ainsi une influence sur le comportement au niveau de certains déterminants motivationnels, observable donc au niveau des préférences à l'action mais aussi de la mobilisation des ressources, ce qui sera davantage détaillé avec la présentation du modèle testé (cf. 2.5).

## **2.4 Sphères d'influences et effets des humeurs**

Avant de se centrer sur cette influence des humeurs sur le comportement, il semble important de cerner l'influence du construit affectif sur les processus cognitifs, ce qui a fait l'objet de nombreuses études dans la littérature.

### **2.4.1 Influence des humeurs sur les processus cognitifs**

#### **2.4.1.1 Effets de l'humeur sur la mémoire**

Les effets que l'humeur peut exercer sur la perception, le jugement et le comportement peuvent être modérés par les effets qu'elle peut avoir sur la mémoire, ce qui rend la relation entre mémoire et humeur déjà importante (Morris, 1989). L'humeur peut ainsi activer l'information en mémoire. Dans cette perspective, Bower (1981) considère que les humeurs (bien que ses propositions théoriques initiales furent basées sur les émotions) sont connectées avec des représentations distinctes (ou unités) en mémoire. Il parle même de « nœuds d'humeur ». A l'image de l'information organisée sous la forme de réseaux sémantiques et associatifs (Anderson et Bower, 1973), l'activation de ceux-ci provoque l'amorçage d'autres unités d'information en lien avec le « nœud d'humeur ».

L'amorçage de l'humeur ou *mood as priming* est particulièrement observable au niveau de la congruence pouvant s'établir entre l'humeur et la mémoire. Ainsi, selon Bower (1981), le rappel d'un item est meilleur lorsque l'état d'humeur est identique lors de la

mémorisation et du rappel, alors facilité : on parle de congruence de l'humeur et en l'occurrence d'apprentissage intentionnel. Lorsqu'un contenu est en lien avec l'état d'humeur (tâche de lecture), son rappel est plus important : le phénomène de congruence favorise ici un apprentissage incidentel. Une hypothèse similaire est aussi proposée par Blaney (1986) quant à l'activation de l'information en mémoire par l'humeur, avec le concept de mémoire dépendante de l'état. Un évènement vécu dans un état d'humeur donné bénéficie alors d'un meilleur rappel lorsque l'individu se trouve dans ce même état d'humeur. Ce concept est notamment illustré dans les cas de consommation d'alcool (Parker, Birnbaum et Noble, 1976).

#### **2.4.1.2 L'humeur comme information : effets sur la perception et les jugements**

En plus de l'influence de l'humeur sur la mémoire, celle-ci s'étend aussi à la perception et aux jugements de l'individu (modérée ou non par la mémoire). Ainsi comme l'écrit Morris (1989), l'environnement est perçu différemment pour les individus selon leurs différents états d'humeur. L'humeur apparaît comme une source d'information pouvant modifier la perception d'un évènement, les jugements et actions en lien avec ce dernier (Martin *et al.*, 1993). Concrètement, l'individu attribue son état d'humeur actuel à l'objet du jugement en se demandant « comment je me sens ? ». Cette attribution erronée fut proposée par Schwarz et Clore (1983, 1988) en critique aux modèles de réseaux associatifs cités ci-dessus (Bower, 1981), en insistant sur la fonction directe informationnelle de l'humeur. Les évaluations sont ainsi plus positives lorsque l'individu est de bonne humeur et inversement selon un principe de congruence de l'humeur. Ce phénomène semble moins efficace sur les jugements quand l'individu est conscient des causes de son état d'humeur actuel (Schwarz et Clore, 1983; Gendolla, 2000). Cela nécessite de s'interroger sur une des principales caractéristiques définitionnelles de l'humeur, « dont ni l'objet, ni la cause n'est connue » (Schwarz et Clore, 1996). La proposition théorique d'utilisation de l'humeur comme information et le processus heuristique d'attribution erronée engendré sera reconsidéré par la suite par Schwarz (1990) selon la perspective de *cognitive tuning*, déjà évoquée dans l'introduction. On reviendra d'ailleurs sur ce point dans la discussion.

### **2.4.1.3 Effets de l'humeur sur la perception de soi**

Enfin, l'humeur influence aussi la perception de soi et attire même l'attention sur soi-même et son propre état (Jacobsen, 1957; Morris, 1992; Nowlis et Nowlis, 1956). La majorité des travaux sur cette influence concerne l'étude de l'humeur négative et des jugements et perceptions en lien avec l'affect négatif (Beck, 1967, 1976). Néanmoins, plutôt que de se focaliser sur les individus dépressifs négatifs envers leur self, il est déjà plus intéressant de considérer certaines études considérant le réalisme dépressif. Les personnes dépressives auraient ainsi des jugements moins biaisés, moins égocentrés (Zuckerman, 1979) et enclins à des déformations de la réalité. Pyszczynski et Greenberg (1985) relèvent ainsi que c'est davantage l'incapacité à déformer la réalité dans une direction positive qui caractérise les dépressifs, contrairement aux non dépressifs.

Bien que cette perspective oppose néanmoins une population clinique à une population contrôle, son ouverture permet de considérer d'autres variables en lien avec l'humeur, influentes au niveau de la perception de soi. Les non dépressifs auraient une estime de soi plus élevée que les dépressifs, en raison des implications motivationnelles à désirer maintenir celle-ci élevée (surestiment le degré de contrôle etc.) (Alloy et Abramson, 1979). Si selon Alloy et Abramson (1988), une faible estime de soi et d'autres symptômes dépressifs maladaptatifs sont en partie des conséquences d'une absence d'illusions personnelles saines, quelques études ont montré le rôle modérateur de l'estime de soi dans la relation humeur - perception de soi, et ce sans considérer des participants dépressifs. Les individus à l'estime de soi basse ou haute s'évaluent plus favorablement dans un état d'humeur positif, alors que ceux à l'estime de soi basse ont davantage tendance à s'évaluer plus négativement dans un état d'humeur négatif (Brown et Mankowski, 1993).

De plus, d'autres études ont souligné l'interaction entre l'humeur et l'estime de soi, responsable de l'influence plus importante d'une humeur négative chez des individus à l'estime de soi basse, contrairement à des individus possédant une haute estime de soi (Dodgson et Wood, 1998). Ceci retient d'autant plus notre attention que cette interaction intervient au niveau de la régulation de l'humeur, le thème de la présente recherche. Ainsi, selon Smith et Petty (1995), les individus avec une faible estime de soi semblent peu motivés et enclins à s'engager dans une régulation et amélioration de leur humeur. Dans le cadre de leur expérience, les participants effectuaient une tâche comprenant la complétion du TAT

(*Thematic Apperception Test*), puis une tâche de rappel autobiographique et de mémoire. On ne remarquait pas de différence dans ces tâches entre les participants à l'estime de soi élevée et faible, induits dans un état d'humeur neutre. En revanche, dans un état d'humeur négative, les participants ayant une faible estime de soi montraient plus de réponses négatives que ceux ayant une forte estime de soi, parvenant pour leur part, en activant des pensées et des rappels positifs, à s'engager dans une régulation de l'humeur négative et à diminuer la dysphorie causée par la manipulation de l'affect négatif. Les individus possédant une faible estime de soi sont donc plus enclins à faire preuve d'une régulation congruente (et non incongruente basée sur l'hédonicité) de l'humeur.

Ainsi, l'affect négatif attire l'attention sur les aspects négatifs de la situation (Schwarz et Clore, 1996); et l'influence de l'humeur (modérée ou non) sur le self (Morris, 1989), et sur la régulation (interaction de l'humeur avec l'estime de soi : Smith et Petty, 1995) semble alors généralement congruente.

## **2.4.2 Influence des humeurs sur l'action**

Si la littérature semble fournie au niveau de l'influence des humeurs sur les processus cognitifs, l'influence de celles-ci sur l'action a largement moins fait l'objet d'études. L'action est un processus scindé en deux parties comprenant la motivation et la volition (Heckhausen, 1986). La motivation consiste aux raisons et incitations d'agir, alors que la volition se traduit par l'exécution du comportement afin d'atteindre un but, et nécessite l'intention (soit l'engagement pour un but). Ainsi, on relève des effets de l'humeur sur différents types de comportements, comme les comportements d'aide ou pro-sociaux, exécutés par un individu dans le but d'améliorer la situation d'autrui (Dovidio, 1984). Les individus d'humeur positive semblent, par exemple, plus enclins à aider autrui que ceux dans une humeur négative (Dovidio, 1984; Isen et Levin, 1972). Les comportements d'accomplissement illustrent aussi l'influence comportementale de l'humeur. Ainsi, selon l'état d'humeur des participants, le standard de performance est poursuivi, par exemple, selon deux objectifs (Abele, 1992a). Les individus dans un état d'humeur négative instrumentalisent la performance, afin de réguler leur affect, tandis que ceux se trouvant dans un état d'humeur positif effectuent la tâche pour l'intérêt.

### **2.4.2.1 Reconsidérer le processus plus ou moins direct des jugements en lien et supportant l'action, et le principe d'hédonicité dans la régulation**

Si les études sur l'humeur et son influence sur l'action se font moins nombreuses, il faut considérer que généralement les influences exercées sur les processus cognitifs ont des conséquences comportementales. Ainsi, lorsque Morris (1992) considère l'apport de l'humeur comme information, cette dernière est utilisée pour l'autorégulation, en lien donc avec le comportement. L'humeur positive signalant la satisfaction, l'individu privilégie la conservation des ressources, alors qu'une humeur négative rend compte des déficits et provoque ainsi une mobilisation des ressources. Il en est de même avec l'hypothèse de *cognitive tuning* formulée par Schwarz (1990) et déjà énoncée : les états d'humeurs ont des influences motivationnelles au niveau du traitement des informations. Ces auteurs considèrent de ce fait que les humeurs ont des effets motivationnels stables et spécifiques sur le comportement. Or, des exemples déjà formulés précédemment illustrant la dépendance au contexte des effets de l'humeur (Parrott, 1993, cité dans Gendolla, Brinkmann et Richter, 2007; Richter, Gendolla et Krüsken, 2006) sur la régulation (Erber et Erber, 2000; Erber, Wegner et Therriault, 1996) ou la persistance (*mood as input* de Martin *et al.*, 1993) viennent relativiser l'idée que le caractère informationnel engendre plus ou moins automatiquement l'action.

De plus, outre la dépendance au contexte venant d'être rappelé, les stratégies de régulation de l'affect et de l'humeur (*mood repair*, *mood maintenance*, *cognitive tuning*) se basent sur le principe motivationnel de base : l'hédonisme. Comme on l'a vu, ce principe n'est pas suffisant à la régulation de l'affect, les individus ne semblant pas chercher une issue affective positive systématiquement.

Par conséquent, la présente étude s'intéressant à la régulation de l'humeur et aux préférences comportementales, on favorise l'utilisation d'un modèle non basé sur une maximisation de l'affect positif par défaut, et proposant une explication plus précise des mécanismes d'influences de l'humeur sur le comportement, à la fois au niveau des processus cognitifs et motivationnels (hédoniques). Ainsi, on s'attend à des conditions plus spécifiques pour permettre une régulation hédonique (dépendant de variables on le verra), car si on considère que celle-ci n'est pas systématique, il semble logique que l'individu tende au bien-être. Enfin, si le modèle de la séquence Affect-Action (Salovey et Rodin, 1985) se présente

comme un outil de travail potentiellement intéressant dans notre perspective, son focus étant orienté sur les comportements d'aide (en plus de postuler une indépendance du cognitif et de la régulation), fait que l'on préférera tester un modèle (MBM) formulant des principes applicables à tout type de comportements (Gendolla, 2000).

## **2.5 Un modèle intégratif : le Mood-Behavior Model**

Le Mood-Behavior Model (Gendolla, 2000) propose ainsi d'intégrer les perspectives cognitives et motivationnelles (hédoniques) dans le but d'expliquer de quelle façon les humeurs affectent l'action. Reprenant des caractéristiques définitionnelles déjà énoncées, ce modèle intégratif considère l'humeur comme des états transitionnels, aux effets fortement dépendants sur le comportement (Richter, Gendolla et Krüsken, 2006). Le fait que les humeurs ne soient pas connectées à un objet (cf 2.1), justifie pour l'auteur, que les humeurs elles-mêmes ne sont pas des états motivationnels. Ainsi, contrairement aux émotions spécifiques, les humeurs elles-mêmes ne peuvent avoir d'effets stables sur les buts (initiation), l'intensité ou la persistance du comportement. Elles peuvent néanmoins avoir une influence sur ces aspects comportementaux déterminés par le processus motivationnel, à savoir l'initiation, l'intensité et la persistance du comportement (Geen, 1995). Ces influences, fortement dépendantes du contexte d'expérience de l'humeur, comme déjà dit, sont appelées impacts informationnels et directionnels de l'humeur.

L'impact informationnel concerne l'intensité et la persistance du comportement et influence les jugements et évaluations en lien avec le comportement. L'impact directionnel se concentre quant à lui sur l'initiation et la direction du comportement et influence les préférences comportementales en accord avec le motif hédonique. Ce dernier impact va donc nous intéresser directement, désirant investiguer la régulation de l'humeur et les préférences pour les films. Néanmoins, si parmi les postulats du Mood-Behavior Model (résumé des 5 postulats du MBM : voir Illustration C), chaque impact peut se dérouler de façon indépendante et suffit à influencer le comportement, il est possible que l'impact informationnel et directionnel puissent se dérouler simultanément. Ainsi, il est indispensable de considérer l'impact informationnel de l'humeur sur le comportement.

### The Mood-Behavior-Model (MBM)

- (1) *Moods have—in contrast to emotions—no stable or specific motivational implications or function.* Moods are experienced without simultaneous awareness of their causes. Consequently, moods do not urge the organism to act in a specific way toward objects or incidents that elicited the moods.
- (2) *Moods influence behavior by their informational and directive impacts.* The informational impact refers to congruency effects on behavior-related judgments and appraisals. The directive mood impact refers to the pursuit of a hedonic motive, and thus behavioral preferences are affected.
- (3) *The informational and directive mood impacts can influence behavior independently.* Either of these impacts is sufficient to mediate mood states to behavior, but both can occur simultaneously as well. In addition, both mood impacts can be so weak that neither has a significant influence.
- (4) *The strength of the informational mood impact is a function of the effective informational weight of mood and the extent of mood-primed associations.* Mood is particularly diagnostic for evaluative judgments, and mood-primed associations are especially likely to be activated in specific mood states, when moods are residuals of specific emotions.
- (5) *The strength of the directive mood impact is jointly determined by the strength of the hedonic motive and the magnitude of behaviors' instrumentality for motive satisfaction.* The strength of the hedonic motive is, in turn, determined by mood intensity, mood salience, and situational context. The magnitude of behaviors' instrumentality for motive satisfaction is determined by the hedonic tone of behavior itself, the hedonic tone of behavioral outcomes, and mood valence.

**Illustration C** : les 5 postulats du Mood-Behavior Model.

**Source** : Gendolla, G. H. E., Brinkmann, K., & Richter, M. (2007). Mood, motivation, and performance: An integrative theory, research, and applications. In A. M. Lane (Eds.), *Mood and human performance: Conceptual, measurement, and applied issues* (pp. 37). Hauppauge, NY: Nova Science.

## 2.5.1 Impact informationnel de l'humeur sur le comportement

Ainsi, l'impact informationnel s'intéresse à l'exécution du comportement instrumental et à la manière dont les états d'humeur influencent la mobilisation des ressources dans l'atteinte d'un but. Les humeurs influencent l'intensité (« *Quel effort dois-je mobiliser ?* ») et la persistance (« *En ai-je fait suffisamment ?* ») du comportement au niveau des évaluations par un processus de congruence de l'humeur (cf 2.4.1.2). L'état d'humeur peut ainsi influencer la performance : l'individu persiste davantage en cas de mauvaise humeur en raison de son manque d'approche au but (Martin *et al.*, 1993). L'impact sur la persistance et la mobilisation de l'effort peut s'expliquer par l'utilisation de l'humeur comme une partie de

l'information intégrée avec d'autres informations disponibles pour le jugement évaluatif (Abele et Gendolla, 1999, cité dans Gendolla *et al.*, 2007). Ainsi, confronté à une tâche (challenge), l'exigence subjective (déterminant l'intensité de l'effort tant que la réussite semble possible et justifiée) est par exemple plus basse lorsque l'humeur est positive et plus haute quand l'humeur est négative. Selon le processus de congruence de l'humeur, le MBM propose aussi que les humeurs activent des associations.

### **2.5.1.1 Congruence de l'humeur et amorçage de(s) associations) l'humeur sous condition**

Néanmoins, la partie informationnelle insiste surtout sur l'importance du poids informationnel effectif de l'humeur, davantage que sur les événements rappelés. Les effets d'amorçage de l'humeur ne concernent en effet que les résidus d'émotions spécifiques (Niedenthal, Halberstadt et Setterlund, 1997). L'effet de congruence de l'humeur semble ainsi le mieux ajusté aux jugements évaluatifs, la valence de l'état d'humeur donnant directement l'information (poids informationnel effectif de l'humeur) pour répondre à ceux-ci. (Clore, Schwarz et Conway, 1994; Gendolla, 2000).

Enfin, l'utilisation de l'humeur dans cette perspective peut aussi déterminer l'engagement à une tâche, en considérant la loi de la difficulté de la motivation (Ach, 1935) et la théorie de l'intensité de la motivation (Brehm et Self, 1989). Des tâches on alors testé l'impact de l'humeur sur l'intensité de la motivation dans des paradigmes comprenant ou non des standards de performance ou des récompenses. Notre étude n'excluant certes pas un impact informationnel, elle ne mesure néanmoins pas (explicitement) l'engagement suivant un de ces paradigmes. Par conséquent, nous ne proposons pas davantage de détails sur ces points (voir Gendolla *et al.*, 2007, p.40-50).

## **2.5.2 Impact directionnel de l'humeur sur le comportement**

Si l'impact informationnel se focalisait sur « comment » les individus font (« *how* »), l'impact directionnel s'intéresse à ce « que » les gens effectuent (« *what* »). L'impact est

exercé sur l'initiation et la direction du comportement en lien avec le motif hédonique, soit le besoin actuel de bien être pour l'individu. L'intérêt est ainsi focalisé sur les préférences comportementales, permettant une régulation basée sur la maximisation de l'affect (Gendolla, 2000). A l'image des stratégies de régulation des humeurs de Isen (1984), les individus maintiennent ou élèvent leur état d'humeur actuel. Néanmoins, et comme déjà énoncé, le principe de l'hédonicité ne suffit pas à engendrer des comportements de régulation. Le MBM ne postule pas d'effets stables des humeurs, à l'image d'un état d'humeur négatif activant automatiquement le processus de mood repair (Schaller et Cialdini, 1990). Ainsi, la régulation (hédonique) de l'humeur répond à des conditions plus précises et notamment à l'interaction de deux variables, elles-mêmes déterminées par de propres sous-variables. L'impact directionnel est de ce fait déterminé par la force du motif hédonique de la personne et l'instrumentalité (les actes possibles pour satisfaire le motif). Les individus régulent ainsi leur humeur seulement lorsqu'ils ressentent le besoin de se sentir bien et qu'il est possible de choisir des actes assurant leur bien être, leur promettant des conséquences (récompenses : plaisir extrinsèque) ou associations (plaisir intrinsèque) hédoniques (Thayer *et al.*, 1994) selon la théorie motivationnelle Attente x Valeur (Heckhausen, 1991, cité dans Gendolla, 2000).

### **2.5.2.1 Instrumentalité**

Ainsi, l'instrumentalité est définie et préférée selon le MBM, en considérant les conséquences et associations d'actes hédoniques. La valence de l'humeur apparaît comme troisième déterminant de l'instrumentalité et suppose que l'instrumentalité pour la régulation de l'affect doit être plus forte dans un état d'humeur négative que positive, la distraction par n'importe quel type de comportement pouvant réguler l'humeur négative. Néanmoins, le MBM prédit l'importance de l'intensité de l'humeur pour le motif hédonique et non celle de la valence.

### **2.5.2.2 Motif hédonique**

Le motif hédonique, comme tout motif est un concept dynamique, initiant un processus motivationnel, son activation et sa force dépendant de facteurs situationnels. L'activation motive l'organisme à le satisfaire au plus vite, et ce d'autant plus que le motif est

fort (Gendolla, 2000; McClelland, 1985). La force du motif hédonique est déterminée par la saillance de l'humeur, le contexte situationnel et l'intensité de l'humeur. La force est augmentée lorsque les individus se rendent compte de leur état d'humeur (McFarland et Buehler, 1997), alors que l'interdiction ou l'inappropriation de vécu positif comme déjà énoncé (Parrott, 1993, cité dans Gendolla *et al.*, 2007) a l'effet contraire sur le motif hédonique et diminue sa force. Celui-ci est finalement déterminé par l'intensité de l'humeur, une des variables clés de notre étude.

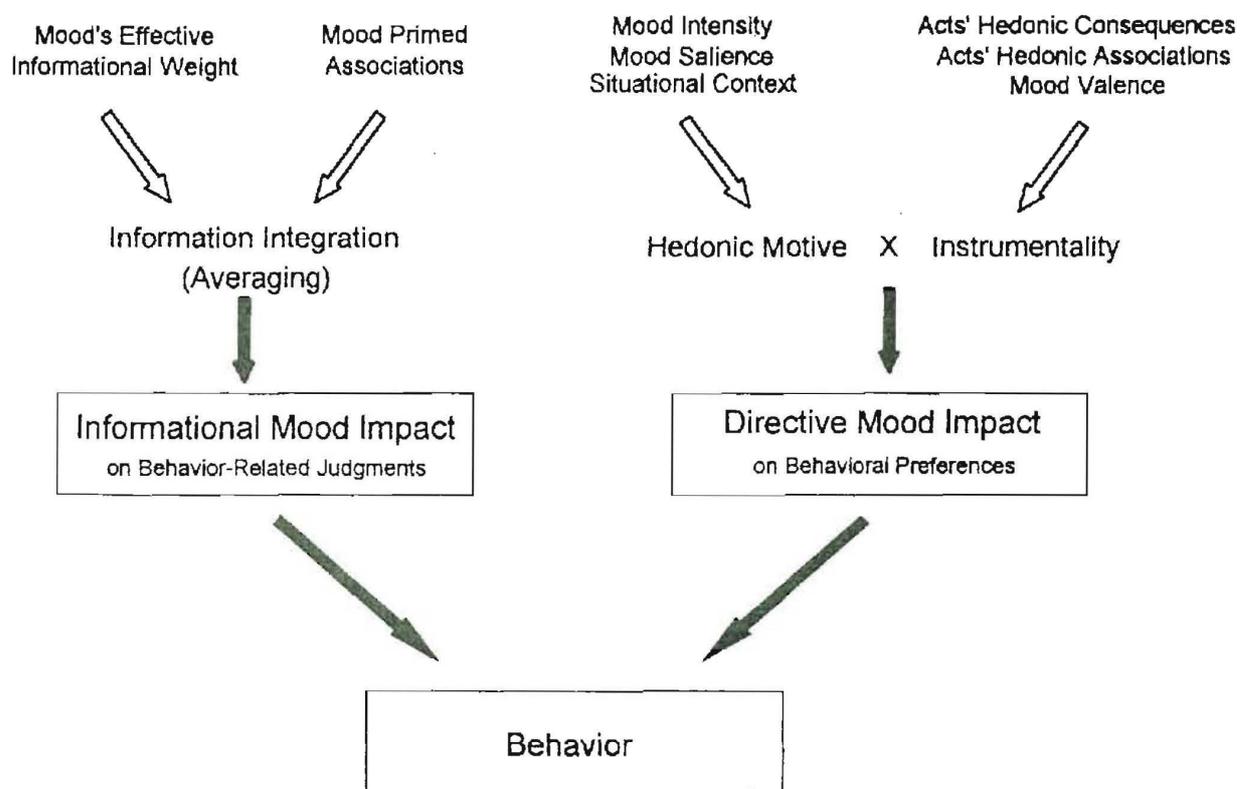


Figure 1. Informational and directive mood impacts on behavior according to the mood-behavior model. The strength of the informational impact depends on the effective informational weight of mood and the extent of mood-primed associations and is shown in mood congruency effects on behavior-related judgments and appraisals. The strength of the directive mood impact depends on the strength of a person's hedonic motive and the extent of instrumentality possible behaviors have for affect regulation. This is shown in behavioral preferences and interests. Given that these processes depend on different factors, they can affect behavior alone or simultaneously.

**Illustration D :** Impact informationnel et directionnel de l'humeur sur le comportement selon le Mood-Behavior Model.

Source : Gendolla, G. H. E. (2000). On the impact of mood on behavior: An integrative theory and a review. *Review of General Psychology*, 4, 387.

### 2.5.2.3 Intensité de l'humeur et prédictions du MBM en lien avec l'étude

En effet, le MBM propose que l'intensité de l'humeur (et non la valence) soit la variable déclenchant l'intérêt pour le bien être. Comme évoqué précédemment (cf 2.3.2), l'intérêt pour une issue affective positive est réelle, que l'individu soit dans une humeur positive (Wegener et Petty, 1994) ou négative (Thayer *et al.*, 1994; Schaller et Cialdini, 1990). Par conséquent, la valence ne peut être responsable d'un fort motif hédonique. L'intensité de l'humeur et le besoin de se sentir bien peuvent être comparés à l'intensité de facteurs viscéraux, par exemple, comme la faim déterminant le besoin de manger (Gendolla, 2010).

Le MBM postule donc que les individus dans une humeur intense positive ou négative (intensité de l'humeur) et à la fois conscients de leur état d'humeur actuelle (saillance de l'humeur) affichent leurs préférences pour des comportements leur assurant des récompenses extrinsèques (conséquences hédoniques de l'acte) ou intrinsèques (associations hédoniques de l'acte). La régulation de l'humeur de type hédonique est donc possible en terme de *mood repair* et *mood maintenance* lorsque l'expérience de bien être n'est pas contrainte et interdite par le contexte situationnel de la personne (Gendolla *et al.*, 2007). Enfin, les prédictions basées sur la variable clé d'intensité de l'humeur prennent en compte l'humeur intense positive et négative mais considèrent aussi l'humeur neutre, c'est-à-dire une humeur positive ou négative d'intensité faible, voire très faible<sup>1</sup>. En effet, les individus ne sont jamais sans humeur (Morris, 1989), ni n'indiquent que leur état d'humeur actuel puisse être neutre (Gendolla, 2000). Dans un état d'humeur dit « neutre », la force du motif hédonique est ainsi plus faible que dans un état d'humeur positive et négative. Par conséquent, c'est sur la base de ces prédictions, renforcées par quelques études les ayant mises en évidence et/ou testées, que nous proposons la présente étude et légitimons son intérêt.

---

<sup>1</sup> L'utilisation du terme humeur neutre dans la suite du rapport doit être comprise dans ce sens.

### **3. Hypothèses / Questions de recherche**

Ainsi, plus le motif hédonique et l'instrumentalité d'un comportement, promettant le bien-être sont forts, plus la préférence pour le comportement et sa probabilité d'être initiée sont fortes. Ce sont les préférences pour des films qui vont en l'occurrence nous intéresser.

#### **3.1 Etudes antérieures dans le domaine**

Les recherches sur la régulation de l'humeur s'étant focalisées notamment sur le rôle de la valence de l'humeur, à savoir des états affectifs positifs ou négatifs déclenchant en général une régulation affective hédonique (selon le principe d'hédonicité), l'humeur « neutre » n'a que rarement été testée. En considérant le rôle crucial de l'intensité de l'humeur pour notre étude, il s'agit alors de tester les trois conditions d'humeur (positive, neutre et négative).

La présente étude s'appuie, en plus des prédictions théoriques du modèle MBM, sur quelques études dont les résultats sont en accord avec ledit modèle. Ainsi, les résultats de la première étude menée par Handley et Lassiter (2002) montrent qu'à la fois une humeur intense positive et négative produisent identiquement un fort intérêt pour expérimenter un affect positif. Les participants devaient effectuer une tâche d'« unitisation » consistant à indiquer les événements d'une séquence - segmentation comportementale qu'ils jugeaient importants, selon des instructions adaptées de Ploutz-Snyder (1998). La tâche était alors davantage unitisée chez les participants d'humeur positive et négative lorsque le contenu était positif, contrairement à un contenu neutre. En revanche, les participants dans une humeur neutre ne désignaient pas plus d'évènements importants pour eux, que le contenu fut positif ou neutre. Si les résultats rejoignent les prédictions du MBM, leur recherche s'étant focalisée sur le traitement de l'information selon la qualité affective de celle-ci, l'influence de l'humeur sur les choix comportementaux n'est pas clairement explicitée.

Les prédictions (du MBM) concernant les préférences comportementales ont été directement testées dans une étude de Gendolla (2010), utilisant des films pour l'instrumentalité, au même titre que la présente étude. Après une tâche de rappel

autobiographique (Gendolla, Abele et Krüsken, 2001; Gendolla et Krüsken, 2002b) servant à l'induction d'humeur (positive, neutre ou négative) du participant, celui-ci devait noter et choisir l'ordre de préférence parmi trois films (positif, neutre et négatif) qu'il leur était proposé de visionner. Ces trois films représentent les différents degrés d'instrumentalité, permettant au participant de réguler hédoniquement son affect. Les préférences pour le film positif étaient plus importantes dans les conditions d'humeur positive et négative (qui ne différaient d'ailleurs pas) que dans la condition d'humeur neutre. De plus, l'étude a révélé que ces préférences pour le film positif étaient prédites par l'intensité de l'humeur, plutôt que par la valence de l'humeur (analyse de régression). Les résultats confirment ainsi les prédictions du MBM.

### **3.2 Proposition d'une étude dans la continuité selon les prédictions du MBM**

Ainsi, la présente étude s'inspire fortement de la dernière recherche présentée (Gendolla, 2010), et propose quelques modifications au niveau du paradigme expérimental, présentant deux phases distinctes (explicité en détails dans la méthode). Bien que le design expérimental offre l'avantage d'être écologique chez Gendolla (2010), nous proposons certes l'utilisation de films pour mesurer les préférences comportementales mais aussi le visionnement concret de ceux-ci, dans le but de renforcer le focus sur l'action et la préférence à l'action lors de la seconde phase. De plus, bien qu'il puisse sembler intéressant de tester un autre type de stimulus, le recours aux films garde notre préférence et l'avantage selon nous, de favoriser la mesure de l'humeur. En effet, l'utilisation d'images IAPS (International Affective Picture System) aurait engendré une évaluation après chaque image, contrairement à la seule évaluation au terme du visionnement de film.

De plus, l'utilisation de films, ayant déjà prouvé son efficacité (Gendolla et Krüsken, 2002b, 2002c; Silvestrini et Gendolla, 2007), est aussi retenue pour la phase d'induction d'humeur (première phase) : positive, neutre ou négative. Ainsi, l'intensité de l'humeur peut être testée avec les trois conditions d'humeur.

On considère que les participants sont conscients de leur état d'humeur (saillance de l'humeur), des questions sur leur état d'humeur actuelle leur étant soumises avec d'autres

questions évaluatives (cover story), bien que la mesure de l'état d'humeur tente d'être légitimée comme une mesure standard expérimentale.

Par ailleurs, le contexte situationnel ne nécessite pas d'inhibition du vécu positif.

Enfin, l'instrumentalité est représentée par les associations hédoniques que le visionnement d'un film positif (très drôle) promet au participant. Les préférences comportementales sont alors mesurées en unité de temps (millisecondes) pendant la seconde phase, durant dix minutes. Celle-ci comprend le visionnement d'un premier film hédoniquement neutre puis d'un second film positif, à forte instrumentalité. Il est précisé au participant, avant qu'il ne débute cette deuxième phase, qu'il va pouvoir visionner deux films et qu'il a la chance que le deuxième film soit très drôle. De plus, celui-ci peut visionner et passer au film positif quand il le désire durant les dix minutes. Ainsi, le comportement d'instrumentalisation (préférences comportementales), à savoir le temps que met le participant avant de passer au visionnement du film positif (instrumentalité), correspondant à la régulation de l'affect en faveur de celui-ci, peut être mesuré. Des variations au niveau des préférences comportementales sont attendues en fonction de l'induction d'humeur (force du motif hédonique).

### **3.3 Formulation de l'hypothèse de recherche**

Ainsi, ceci nous permet de proposer la formulation d'une hypothèse opérationnalisée d'une manière expérimentale puis corrélationnelle, en lien avec les prédictions théoriques du MBM.

#### **3.3.1 Hypothèse expérimentale de régulation hédonique ou non hédonique de l'humeur selon l'intensité de l'humeur**

Au niveau théorique, l'intensité de l'humeur prédit les préférences pour le matériel positif. La force du motif hédonique étant forte dans un état d'humeur intense positive et négative, et le film positif proposant une forte instrumentalité, ceux-ci engendrent une régulation de l'humeur plus urgente en faveur de ce film positif contrairement à un motif hédonique faible caractérisé par un état d'humeur neutre de faible intensité. Ainsi, les

participants dans un état d'humeur intense ont plus de préférences pour le matériel positif que les participants dans un état d'humeur de faible intensité.

Hypothèse opérationnelle : les participants dans un état d'humeur positive ou négative passent plus rapidement au visionnement du film positif (dans la deuxième partie de l'expérience) que les participants dans un état d'humeur neutre.

Le temps de visionnement du film neutre (soit jusqu'au moment où les participants passent au film positif) est ainsi plus court dans un état d'humeur positive et négative que dans un état d'humeur neutre.

De plus, on ne postule pas de différence au niveau du temps de visionnement entre la condition d'humeur positive et négative.

### **3.3.2 Hypothèse corrélacionnelle de régulation hédonique ou non hédonique de l'humeur selon l'intensité de l'humeur**

Au niveau théorique, à nouveau, l'intensité de l'humeur prédit les préférences pour le matériel positif.

Hypothèse opérationnelle : Plus les participants sont dans un état d'humeur intense positive ou négative, plus ils passent rapidement au visionnement du film positif (dans la deuxième partie de l'expérience), contrairement aux participants dans un état d'humeur neutre faiblement intense.

Ainsi, on postule une corrélation négative entre l'intensité de l'humeur et le temps de visionnement. Plus les scores d'humeur (valeurs absolues des scores standardisés : voir résultats) après induction de l'état d'humeur sont élevés (état d'humeur positive et négative vs état d'humeur neutre), plus le temps de visionnement du film neutre lors de la deuxième partie de l'expérience (soit jusqu'au moment où les participants passent au film positif) est court.

## 4. Méthode

### 4.1 Echantillon

Quarante-six étudiant(e)s : 39 femmes et 7 hommes ont participé à l'expérience dans le cadre d'un cours en première année de psychologie à l'Université de Genève, pour l'obtention de crédits partiels. ). La répartition de ces derniers dans chacune des conditions d'humeur (positive vs neutre vs négative) pour la phase d'induction s'est effectuée de manière aléatoire.

Des analyses descriptives préliminaires ont révélé, que le score à la variable temps dans la condition d'humeur positive chez deux participants, était respectivement 1,5 fois plus élevée que l'écart interquartile (outlier) pour l'un, et plus de 3 fois supérieur à l'écart interquartile (valeur extrême) pour l'autre.

Par conséquent, ces deux participants furent retirés pour l'ensemble des analyses, engendrant un échantillon composé finalement de 44 participants : 38 femmes et 6 hommes dont l'âge moyen s'élève à 22 ans (minimum : 17 ans et maximum : 49 ans). On relève ainsi au final quatorze participants dans la condition d'humeur positive contre quinze participants dans les conditions d'humeur neutre et négative.

La complétion des questions biographiques confirme par ailleurs que quarante-deux participant(e)s sont en effet en première année de Bachelor en Psychologie contre deux réponses différentes (« Autres »). De plus, quarante-trois participants sont francophones, alors que l'ensemble de l'échantillon ne présente aucune difficulté à comprendre le français.

## **4.2 Procédure & Matériel**

### **4.2.1 Situation**

La participation à l'expérience était ainsi proposée à des étudiants de psychologie en première année, dans l'obtention de crédits partiels (travaux pratiques). En effet, le fait d'effectuer plusieurs heures d'expériences en lien avec l'enseignement dispensé (Motivation et Apprentissage) est une des alternatives offertes répondant aux conditions de validation dudit enseignement et de la participation à son évaluation finale.

L'inscription à l'étude s'est effectuée à l'aide de grilles horaires distribuées en cours. Une brève indication figurant sur celles-ci présentait le thème de la recherche, à savoir les préférences des individus pour des films. Afin de ne pas dévoiler les buts véritables de l'expérience et de fournir une cover story crédible, il était précisé que l'étude servait d'évaluation pour les médias.

### **4.2.2 Contexte, consignes, formulaire de consentement**

L'étude s'est déroulée dans un laboratoire expérimental de psychologie au sein du bâtiment universitaire genevois d'Unimail. Chaque passation d'une durée de 25 à 30 minutes s'est effectuée de manière individuelle devant un poste informatique, alors que l'expérimentateur restait à disposition de chaque participant durant l'ensemble de la tâche, aussi installé discrètement dans le laboratoire.

La passation débutait par la complétion (non informatisée) du formulaire de consentement de participation à la recherche par le participant. Les principales informations de la recherche étaient résumées au recto de celui-ci. Les objectifs généraux y étaient rappelés et la procédure (cover story) précisée : il était demandé aux participants de répondre à des questions en lien avec le visionnement et l'évaluation de films.

La signature du participant était requise au verso pour attester du choix volontaire et anonyme de la participation. L'engagement du chercheur était aussi confirmé par une

signature, certifiant le respect du Code d'éthique concernant la recherche au sein de la Faculté de psychologie et des sciences de l'éducation, et de l'Université de Genève. Une copie du formulaire de consentement était enfin proposée à chaque participant selon son souhait.

### **4.2.3 L'expérience proprement dite**

La procédure expérimentale débutait alors au terme de la complétion du formulaire de consentement. L'ensemble des consignes et de la tâche à effectuer était indiqué au fur et à mesure et de façon exhaustive sur le support informatique, afin de limiter les interactions entre le participant et l'expérimentateur. Ainsi, l'ensemble de la conception et de la programmation de l'expérience (fiche biographique, consignes, vidéos, mesures évaluatives, mesures de l'humeur, mesure du temps de visionnement et mesure de l'estime de soi) fut réalisée à l'aide du programme E-prime (version 2.0). E-Prime est un logiciel de conception d'expérience en psychologie, utile notamment pour les études nécessitant la mesure du temps, ce qui nous intéressait en l'occurrence avec la mesure du temps de visionnement d'un film en millisecondes (ms), la variable dépendante (voir régulation de l'humeur ci-dessous).

Le participant commençait ainsi la tâche en remplissant une fiche biographique, indiquant son âge, le genre, le degré d'étude, s'il est francophone et rencontre d'éventuelles difficultés à comprendre le français sur une échelle au continuum allant de 1 = *pas du tout* à 7 = *tout à fait*.

#### **4.2.3.1 Mesures de l'humeur**

Suivant ces informations personnelles, une première mesure self-report de l'humeur des participants fut réalisée à l'aide de deux items positifs (gai, joyeux) et négatifs (abattu, triste) issus de l'UWIST mood adjective checklist (Matthews, Jones et Chamberlain, 1990). Les participants devaient indiquer pour chacun des quatre items à quel point ce dernier reflétait leur état d'humeur actuel (« *En ce moment, je me sens gai / joyeux / abattu / triste* »), en répondant sur une échelle s'étendant de 1 = *pas du tout* à 7 = *tout à fait*.

Cette mesure de l'humeur fut ainsi présentée sous la forme de quatre questions, et on insiste sur son caractère standard (contrôle) en début de tâche, légitimé par le fait que chaque participant peut se trouver dans un état différent en arrivant au laboratoire. Ceci tendait à éviter une éventuelle méfiance du participant face à la mesure. Cette mesure initiale (UWIST 1) permit de constituer la baseline de l'humeur. Constituant en outre un des fondements de la présente recherche, l'humeur et ainsi l'échelle UWIST fut mesurée de manière répétée : à l'arrivée du participant au laboratoire (UWIST 1 = première mesure de l'humeur), afin de vérifier l'efficacité de l'induction d'humeur (UWIST 2 = deuxième mesure de l'humeur) et au terme de la phase de régulation / de l'expérience (UWIST 3 = troisième mesure de l'humeur).

#### **4.2.3.2 Manipulations de l'humeur**

En outre, la tâche de visionnement et d'évaluation des films était composée de deux phases principales et présentée comme distinctes. Initialement, l'ensemble des participants fut affecté de manière aléatoire dans une condition d'humeur (positive vs neutre vs négative), comptant pour la phase d'induction d'humeur. Ensuite, les participants effectuèrent la tâche de régulation d'humeur proprement dite, mesurée en unité de temps (millisecondes.).

##### 4.2.3.2.a Induction de l'humeur

Après avoir établi la baseline de l'humeur chez le participant, on manipula une première fois son humeur par la présentation d'un film. La tâche fut présentée comme une évaluation pour les médias, afin de dissimuler la manipulation de l'humeur. Le participant regardait ainsi un film en lien avec la condition d'humeur à laquelle il était affecté aléatoirement. Celui-ci visionnait la vidéo standardisée durant 8 minutes, durée de cette première phase dite d'induction de l'humeur et identique dans chacune des trois conditions.

En effet, de façon similaire à des études précédentes sur l'humeur (Gendolla et Krüsken, 2002b, 2002c; Silvestrini et Gendolla, 2007), les participants dans la condition d'humeur positive regardaient des extraits amusants du film *Y a-t-il un flic pour sauver le président ? (Naked Gun 2-1/2)*, alors que la fin du film *Love Story* au caractère déprimant était

proposé aux participants dans la condition d'humeur négative. Les participants dans la condition d'humeur neutre visionnaient quant à eux deux extraits documentaires hédoniquement neutre proposant l'exploration de contrées portugaises.

#### 4.2.3.2.b Régulation de l'humeur

Au terme des huit minutes de visionnement du film servant d'induction de l'humeur, il était annoncé aux participants qu'ils allaient pouvoir débiter la deuxième partie de l'expérience. Néanmoins, quelques questions étaient posées afin de débiter celle-ci, avant la tâche de régulation de l'humeur proprement dite. En effet, trois questions servant d'items distracteurs en lien avec la cover story et l'évaluation pour les médias, et portant sur le film visionné (lors de l'induction de l'humeur) étaient soumises à chaque participant : « *Le film est-il intéressant selon vous ?* » ; « *Le film a-t-il un apport selon vous ?* » ; « *Avez-vous apprécié le film ?* ».

Le choix d'administrer ces interrogations au début de la deuxième phase et non en fin de celle initiale est justifié par la mesure une nouvelle fois de l'état d'humeur actuelle des participants à l'aide de l'échelle UWIST. Ainsi, comme au début de l'expérience (légitimation de l'utilisation standard de la mesure au commencement d'une nouvelle tâche), les participants devaient indiquer à quel point les deux items positifs (gai, joyeux) et négatifs (triste, abattu) reflétaient leur état d'humeur actuel sur une échelle allant de 1 = *tout à fait* à 7 = *pas du tout* (« *En ce moment, je me sens...* ») Cette manière de procéder permet ainsi de former un bloc de questions comprenant à la fois les questions évaluatives (cover story) puis celles liées à l'humeur, ces dernières ayant pour but de vérifier l'efficacité des inductions lors des analyses (UWIST 2 = deuxième mesure de l'humeur). Ceci tend par conséquent à empêcher la suspicion potentielle du participant.

Après avoir répondu à ces questions, les consignes concernant le visionnement de films dans le cadre de la deuxième partie de l'expérience (régulation de l'humeur) étaient présentées au participant sur l'écran informatique. Il lui était alors précisé qu'il disposait de 10 minutes pour visionner deux films toujours dans le cadre d'une évaluation pour les médias, afin d'établir les préférences des individus pour des films. En appuyant sur une touche configurée, il lui était possible de passer quand il le désirait, durant le visionnement du

premier film, à la seconde vidéo. Avant de débiter la tâche de visionnement, le participant se devait d'appeler l'expérimentateur, afin que ce dernier rappelle et clarifie, le cas échéant, les consignes<sup>2</sup>. Cette intervention avait aussi pour but d'induire une attente affective chez le participant, en précisant que le participant avait la chance que le deuxième film soit vraiment drôle. Ainsi, à l'image de l'expérience de Gendolla, Brinkmann et Scheder (2008), une indication orale serait plus efficace dans le but d'induire une telle attente, plutôt que des consignes reposant seulement sur un support visuel.

Par conséquent, le temps de visionnement s'étendant du début du premier film jusqu'au choix de vouloir changer et procéder au visionnement de la seconde vidéo permettait de mesurer le comportement d'instrumentalisation, soit notre variable dépendante, en millisecondes (ms.)<sup>3</sup>. Le premier film, hédoniquement neutre, présentait une intervention en bourse (vidéo internet sur <http://www.youtube.com/watch?v=ANvU4XpWxPw> : *Démonstration réelle d'une intervention en bourse*), alors que le second film, d'une valence positive (forte instrumentalité), était composé des meilleurs moments du film *Monty Python : Sacré Graal (Monty Python and the Holy Grail)*. La durée de visionnement de 10 minutes était chronométrée par l'expérimentateur qui signalait au participant, à leur terme, de passer à la suite en pressant une touche prédéfinie. Cette alternative fut choisie par contrainte au niveau de la programmation.

Au terme du visionnement des deux films, un nouveau bloc de questions, similaire à celui proposé au début de cette deuxième phase était soumis aux participants. Celui-ci comprenait de ce fait, les trois questions évaluatives (voir ci-dessus) respectives pour chaque film ainsi que les quatre questions en lien avec l'état d'humeur actuelle mesuré à l'aide de l'échelle UWIST (UWIST 3 = troisième mesure de l'humeur). Cette nouvelle mesure de l'humeur est effectuée au terme de la recherche, afin de constater si un éventuel effet de l'humeur est observable en considérant les résultats obtenus avec la baseline.

---

<sup>2</sup> NB : la programmation avait été faite de manière à ce que les sujets ayant ignoré cette indication et désirant continuer consciemment ou inconsciemment l'expérience ne pouvaient démarrer le visionnement des films avant l'intervention de l'expérimentateur.

<sup>3</sup> NB : Les participants visionnaient les deux films durant 10 minutes. Néanmoins, il était impossible de visionner l'intégralité des deux films et ceci n'était pas le but de la recherche, les participants visionnant suffisamment chaque film dans tous les cas, afin de pouvoir les évaluer (cover story).

Enfin, suivant le bloc de questions, les participants terminaient l'expérience par la complétion des 10 items constituant le test du Rosenberg (adaptation française de Vallières et Vallerand, 1990) mesurant l'estime de soi des individus (5 items à connotation positive comme « *Je pense que je suis une personne de valeur, au moins égale à n'importe qui d'autre* » ; « *Je pense que je possède un certain nombre de belles qualités* » et 5 items à connotation négative comme « *Tout bien considéré, je suis porté à me considérer comme un raté* » ; « *Je sens peu de raisons d'être fier de moi* »). A chacune des 10 questions, le participant devait indiquer son degré d'accord sur une échelle allant de 1= *tout à fait en désaccord* à 4 = *tout à fait en accord*. Le choix d'administrer cette adaptation française du Rosenberg est justifiée par le rôle que peut jouer l'estime de soi sur l'humeur : en effet, on a énoncé précédemment (voir 2.4.1.3) l'interaction possible entre humeur et estime de soi (Smith et Petty, 1995). Il s'agit donc pertinent de tester dans la présente recherche l'effet potentiel de l'estime de soi sur / avec l'humeur.

L'étude se terminait, finalement, par un bref échange sur l'expérience, animé par l'avis du participant quant à la tâche, et la signature de l'expérimentateur attestant de la participation. Un débriefing complet apportant les précisions et buts de la recherche sera dispensé à l'ensemble des étudiants au terme de l'enseignement nécessitant ces travaux pratiques, ceci afin d'éviter que des collègues et futurs participants, appartenant à la même population, puissent être au courant de l'étude.

## 5. Résultats

Avant d'effectuer un retour aux hypothèses, une transformation des données fut effectuée afin de satisfaire aux postulats de base de l'Anova. Les mesures de temps de la variable dépendante obtenues en millisecondes furent initialement converties en secondes, afin de rendre la distribution des données plus lisible. Néanmoins, la distribution des temps de visionnement en secondes n'apparaît pas normale graphiquement et tend vers une asymétrie positive.

Afin d'y remédier et parce qu'une vérification graphique ne doit servir qu'à titre indicatif, il est pertinent de calculer si les données de notre échantillon proviennent bien d'une loi normale de moyenne estimée par la moyenne de l'échantillon (et écart type estimé par l'écart-type de l'échantillon) (Ratcliff, 1993). C'est ce que propose le test (de conformité) de Kolmogorov-Smirnov (K-S), mesurant l'écart maximum (en valeur absolue) entre la fonction de répartition de la variable testée et la répartition d'une variable normale (Osborne, 2002). S'appliquant à des distributions continues, le test de K-S teste donc concrètement la normalité de la variable temps, en appliquant une transformation par la racine carrée de chaque donnée en secondes. La nouvelle distribution obtenue en racine carrée de secondes : SQ-SEC (square seconds) satisfait alors davantage aux conditions d'application de l'Anova et à son postulat de distribution des données selon une loi normale.

### 5.1 Retour aux hypothèses : Préférences comportementales

L'hypothèse testée s'intéressait ainsi à la régulation (ou non régulation) hédonique de l'humeur selon l'intensité de l'état d'humeur. Celle-ci, prédisant donc les préférences pour le matériel positif fut présentée sous la forme d'une double opérationnalisation. La première opérationnalisation de type expérimentale propose que les participants dans un état d'humeur positive ou négative passent plus rapidement au visionnement du film positif (dans la deuxième partie de l'expérience), que les participants dans un état d'humeur neutre. La seconde opérationnalisation de type corrélationnelle propose, pour sa part, que plus les participants sont dans un état d'humeur intense positive ou négative, plus ils passent rapidement au visionnement du film positif (dans la deuxième partie de l'expérience),

contrairement aux participants dans un état d'humeur neutre faiblement intense. Voici ci-dessous, les résultats relatifs, respectivement à la première, puis à la seconde hypothèse.

### 5.1.1 Hypothèse opérationnelle expérimentale

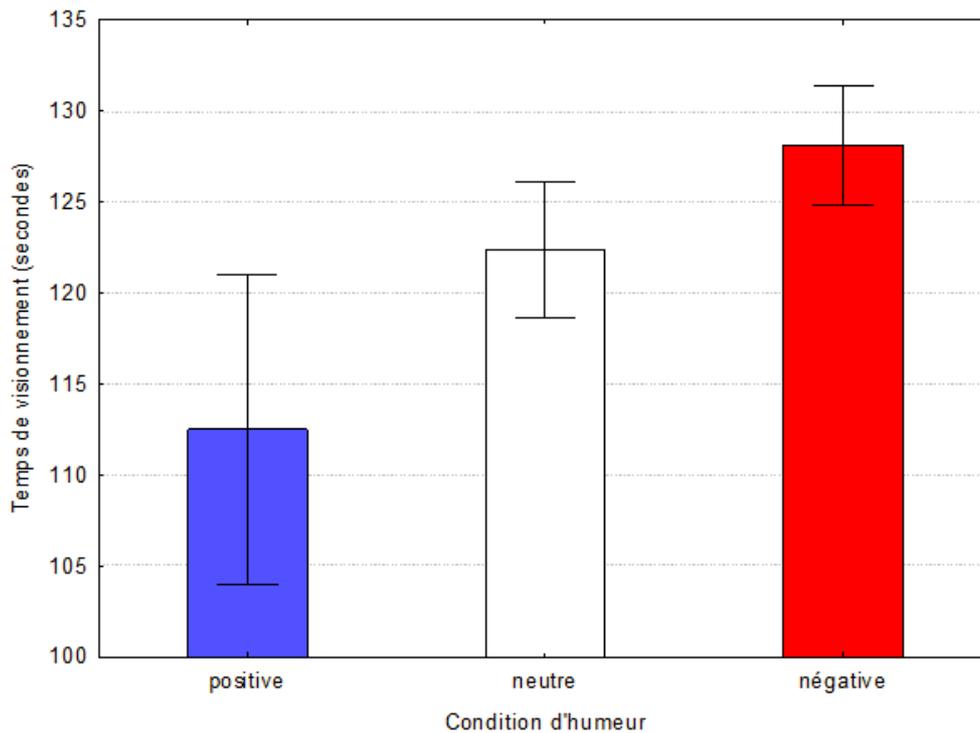
Afin de tester l'hypothèse concernant les préférences comportementales, une Anova one-way du temps de visionnement (sq-sec) en fonction de l'état d'humeur (positive vs neutre vs négative) révèle un effet significatif de l'humeur,  $F(2, 41) = 3.97, p < .03$ . Voir Table 1 pour la présentation des valeurs moyennes en sq-sec en fonction de l'état d'humeur.

Plus intéressant, les contrastes planifiés pour les trois conditions d'humeur présentent une différence significative entre la condition d'humeur positive et la condition d'humeur négative,  $F(1, 41) = 7.86, p < .008$ . Les contrastes planifiés entre la condition d'humeur positive et la condition d'humeur neutre ne diffèrent pas significativement,  $F(1, 41) = 1.44, p > .23$ , et il en est de même entre la condition d'humeur négative et la condition d'humeur neutre, où l'on ne constate pas de différence significative,  $F(1, 41) = 2.66, p > .10$ . Les résultats ne confirment pas l'hypothèse au niveau de l'analyse expérimentale. Voir Figure 1 pour les valeurs moyennes en secondes (utilisation des sq-sec pour l'analyse mais présentation graphique plus lisible en secondes).

**Table 1.** Moyennes et Erreurs Standard des Mesures du comportement d'instrumentalisation et des préférences pour le film positif, traduits par le visionnement du premier film (neutre) lors de la deuxième phase de l'étude

| Humeur | Moyenne  |        |          | Erreur Standard |        |          |
|--------|----------|--------|----------|-----------------|--------|----------|
|        | positive | neutre | négative | positive        | neutre | négative |
| SQ-SEC | 7.65     | 9.43   | 11.80    | 2.95            | 3.18   | 5.31     |

*Remarque.*  $n = 14$  humeur positive, 15 humeur neutre, et 15 humeur négative. SQ-SEC: square seconds, soit la racine carrée du temps en secondes obtenue après une première conversion en secondes des temps initiaux récoltés en millisecondes. Ces conversions répondent au postulat de normalité de la distribution et à une meilleure lisibilité.



**Figure 1.** Moyennes et Erreurs Standard du temps de visionnement du film neutre lors de la seconde phase de l'étude (en secondes) en fonction de la condition d'humeur (positive, neutre, négative).

### 5.1.2 Hypothèse opérationnelle corrélacionnelle

La deuxième façon de tester l'hypothèse concernant les préférences comportementales consiste à effectuer des corrélations entre les scores d'humeur obtenus après induction de l'état d'humeur des participants et le temps (sq-sec). Premièrement, une standardisation des scores des participants lors de la deuxième mesure de l'humeur (UWIST 2)<sup>4</sup> fut ainsi réalisée. Plus les scores standardisés sont élevés, plus l'humeur est positive. Puis, en utilisant les valeurs absolues de ces scores standardisés, cela nous permet de tester l'hypothèse corrélacionnelle. En effet, plus les scores sont élevés, plus l'humeur est intense (positive ou négative). La corrélation entre les scores d'humeur UWIST 2 standardisés et le temps est non significative ( $r = -.11$ ), et, plus important, la corrélation entre les scores absolus des valeurs UWIST 2 standardisées et le temps n'est pas significative non plus ( $r = .14$ ). Par conséquent,

<sup>4</sup> Les scores d'humeur obtenus lors des trois mesures de l'humeur (UWIST 1, UWIST 2 et UWIST 3) furent créés en additionnant les valeurs des deux items positifs (joyeux, gai) aux valeurs des deux items négatifs (abattu, triste) codés inversement.

le résultat ne permet pas de confirmer l'hypothèse au niveau de l'analyse corrélacionnelle. Voir Table 2.

**Table 2.** *Corrélacions des scores après induction de l'humeur (UWIST 2), puis de l'estime de soi (Rosenberg) avec le temps de visionnement du film neutre lors de la deuxième phase de l'étude*

|                  | Temps (SQ-SEC) |
|------------------|----------------|
| UWIST 2          |                |
| Scores Z         | -.11           |
| Scores Z absolus | .14            |
| Rosenberg        |                |
| Scores           | .10            |

*Remarque.*  $n = 44$ . Concernant les corrélacions UWIST 2 - Temps, des valeurs basses sont synonymes de basse intensité et de préférences moindres en faveur du matériel positif (film). Toutes les valeurs sont n.s.

## 5.2 Mesures de l'humeur

### 5.2.1 Baseline

La première mesure de l'état d'humeur des participants en arrivant au laboratoire (UWIST 1) ne révèle pas d'effet significatif de l'humeur :  $F < 1$ .

### 5.2.2 Comparaisons avec la baseline

Mesurant à trois reprises (en arrivant au laboratoire, pour vérifier l'induction de l'état d'humeur, puis une mesure au terme de l'étude) l'état d'humeur (positive vs neutre vs négative) des participants, nous effectuons une Anova à mesures répétées. Des scores de changement d'humeur sont créés en soustrayant les scores d'humeur obtenus lors de l'induction de l'état d'humeur (UWIST 2) puis au terme de l'expérience (UWIST 3) avec les scores des participants à la Baseline (UWIST 1), soit Changement 1 :  $\Delta$  UWIST 2 – UWIST 1

et Changement 2 :  $\Delta$  UWIST 3 – UWIST 1. Les analyses révèlent à la fois un effet significatif de l'humeur,  $F(2, 41) = 3.54, p < .04$ , un effet significatif du changement  $F(1, 41) = 28.64, p < .001$  et une interaction Changement X Humeur significative,  $F(2, 41) = 18.04, p < .001$ .

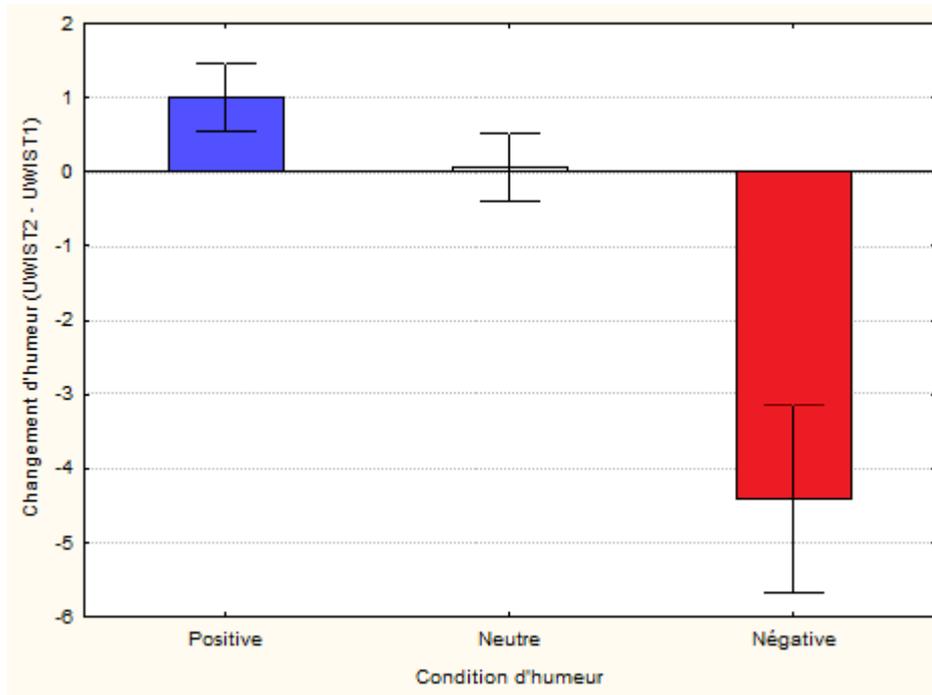
### 5.2.2.1 Induction de l'humeur

Ainsi, une Anova one-way testant respectivement chaque Changement d'humeur en fonction des trois conditions d'humeur (positive vs neutre vs négative) est proposée. La création des scores de changement d'humeur : Changement 1 permet de vérifier si l'induction de l'état d'humeur est bonne. L'Anova one-way testant le Changement 1 révèle un effet significatif de l'humeur,  $F(2, 41) = 12.07, p < .001$ . On s'attend à ce que les scores de changement d'humeur diffèrent selon la condition d'induction de l'humeur, synonyme de bonne induction. Des contrastes significatifs sont constatés entre la condition d'humeur positive ( $M = 1.00, SE = 1.71$ ) et la condition d'humeur négative ( $M = -4.40, SE = 4.90$ ),  $F(1, 41) = 20.78, p < .001$ , ainsi qu'entre la condition d'humeur neutre ( $M = 0.07, SE = 1.75$ ) et la condition d'humeur négative  $F(1, 41) = 14.73, p < .001$ . Le contraste entre la condition d'humeur positive et négative n'est pas significatif,  $F < 1$ .

On considère néanmoins que l'induction de l'humeur est bonne (voir Figure 2), bien que les 3 contrastes ne soient pas significatifs. Il ne semble pas toujours facile de différencier l'humeur neutre, à l'image de l'affirmation de Morris, considérant les individus n'étant jamais dans un état d'humeur neutre mais plus ou moins positif (1989). Voir Table 3 pour les valeurs moyennes.

### 5.2.2.2 Mesure de l'humeur en fin d'étude

Enfin, si l'induction de l'humeur nous intéresse plus spécifiquement, une Anova one-way testant le Changement 2 permet de constater si l'état d'humeur d'un participant à l'arrivée au laboratoire persiste tout au long de l'expérience. L'analyse ne révèle pas d'effet significatif,  $F < 1$ . Voir Table 3 pour les valeurs moyennes.



**Figure 2.** Moyennes et Erreurs Standard du Changement d'humeur 1 (Induction de l'humeur :  $\Delta$  UWIST 2 – UWIST 1) en fonction de la condition d'induction d'humeur (positive, neutre, négative).

**Table 3.** Moyennes et Erreurs Standard des Mesures d'humeur UWIST : Baseline (UWIST 1), Induction de l'humeur (UWIST 2), Mesure au terme de l'expérience (UWIST 3) et Comparaisons avec la Baseline (Scores de Changement 1 et 2)

| Humeur                                     | Moyenne  |        |          | Erreur Standard |        |          |
|--|----------|--------|----------|-----------------|--------|----------|
|  | positive | neutre | négative | positive        | neutre | négative |
| Baseline (UWIST 1)                         | 22.07    | 22.73  | 21.67    | 4.30            | 4.15   | 4.55     |
| Induction d'humeur (UWIST 2)               | 23.07    | 22.80  | 17.27    | 3.73            | 2.98   | 5.52     |
| Changement 1 ( $\Delta$ UWIST 2 - UWIST 1) | 1.00     | 0.07   | -4.40    | 1.71            | 1.75   | 4.90     |
| Mesure au terme de l'expérience (UWIST 3)  | 23.21    | 23.60  | 22.93    | 3.40            | 3.40   | 3.77     |
| Changement 2 ( $\Delta$ UWIST 3 - UWIST 1) | 1.14     | 0.87   | 1.27     | 1.87            | 3.07   | 3.85     |

Remarque.  $n = 14$  humeur positive, 15 humeur neutre, et 15 humeur négative.

### 5.3 Résultats complémentaires

On propose, pour terminer, l'exposition de quelques résultats complémentaires en explorant les éventuels liens ou modulation de l'estime de soi avec l'humeur. Aucune hypothèse n'a été clairement postulée en lien avec l'estime de soi mais ces résultats font écho à la littérature présentée précédemment (voir 2.4.1.3). De plus, on s'est intéressé aux liens

éventuels de l'évaluation des films, soit la tâche proprement dite exposée au sujet (cover story), avec l'humeur.

### 5.3.1 Estime de soi

Les scores obtenus au test de Rosenberg (sommation des items codés inversement), mesurant l'estime de soi, sont ainsi corrélés avec le temps de visionnement du film neutre lors de la deuxième phase de l'étude, afin de constater un éventuel lien avec la régulation de l'humeur. L'analyse corrélationnelle ne révèle pas de lien significatif,  $r = .10$ . Voir Table 2.

Afin de tester l'influence modératrice de l'estime de soi sur l'humeur, nous proposons d'effectuer une Ancova. Les résultats présentent un effet significatif de l'humeur,  $F(2, 40) = 3.93$ ,  $p < .03$ , dont les valeurs sont comparables à l'effet de l'humeur révélé par l'hypothèse opérationnelle expérimentale (voir 5.1.1). On ne relève pas d'effet significatif de la modulation de l'estime de soi sur l'humeur,  $F < 1$ .

### 5.3.2 Tâche et questions évaluatives

Enfin, au terme de chaque séquence de visionnement de films, les participants devaient répondre à des questions évaluatives, l'expérience étant présentée comme une étude évaluative pour les médias (cover story). Voici ci-dessous (Table 4) les corrélations obtenues entre chacune des questions d'évaluation (voir méthode 4.2.3.2.b) en fonction de la condition d'humeur (positive vs neutre vs négative). Toutes les corrélations sont non significatives.

**Table 4.** *Corrélations des scores aux questions évaluatives sur les films lors de la deuxième phase avec l'humeur*

| Questions évaluatives | item 1 | item 2 | item 3 | item 4 | item 5 | item 6 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Humeur                | .13    | .11    | .10    | -.06   | .04    | .01    |

*Remarque.*  $n = 44$ . Items 1 à 3 : évaluation du premier film; items 4 à 6 (similaires aux trois premiers) : évaluation du deuxième film. Toutes les valeurs sont n.s. :  $p > .19$ .

## 6. Discussion

La présente recherche s'est donc intéressée aux préférences comportementales pour les films et ainsi à la régulation hédonique (ou non hédonique selon les conditions) de l'humeur. Selon les prédictions du Mood-Behavior Model (Gendolla, 2000), l'intensité de l'humeur prédit les préférences pour un comportement, pour autant que celui-ci assure une issue affective positive. Les opérationnalisations expérimentales et corrélationnelles testant cette prédiction fournissent des résultats ne permettant pas de confirmer celle-ci.

Ainsi, la première opérationnalisation révèle que les participants dans un état d'humeur positive visionnent en effet moins longtemps le film neutre dans la deuxième phase de l'étude. Néanmoins, contrairement aux prédictions de base du MBM, le contraste planifié entre la condition d'humeur positive et négative est significatif. Les participants dans un état d'humeur négative n'agissent ainsi pas de façon similaire à ceux dans un état d'humeur positive, et sont même ceux mettant le plus de temps, avant de passer au visionnement du film positif. Les contrastes, entre respectivement, l'humeur positive puis négative, et l'humeur neutre, ne sont pas significatifs. Contrairement aux attentes qui seraient illustrées graphiquement par un V inversé (Figure 1), on remarque une relation linéaire entre l'humeur et le temps de visionnement, à savoir que plus l'humeur est négative, plus le temps de visionnement du film neutre ou que le sujet met avant de passer au film positif s'accroît.

La seconde opérationnalisation de l'hypothèse présente aussi des corrélations non significatives entre les scores d'humeurs (valeurs absolues des scores [UWIST 2] standardisés) et le temps de visionnement. On ne peut ainsi pas confirmer l'hypothèse basée sur le rôle crucial de l'intensité de l'humeur dans la régulation de l'affect.

### 6.1 Etat d'humeur positive et contingences hédoniques

Néanmoins, on remarque que les participants dans un état d'humeur positive sont les plus rapides à passer au visionnement du film positif. Le contraste significatif avec la condition d'humeur négative et l'absence de contraste significatif avec la condition d'humeur neutre, comme évoqué ci-dessus, ne permet certes pas de confirmer les prédictions du MBM.

Toutefois, ce résultat peut sembler interprétable selon le modèle de contingence hédonique proposé par Wegener et Petty (1994), postulant que les individus dans un état d'humeur positive sont plus sensibles aux aspects régulateurs de l'affect. Ce sont les activités positives qui permettent le maintien ou l'amélioration de l'humeur positive (film positif), contrairement à n'importe quelle action tendant à pouvoir réguler un état d'humeur négatif. Cette interprétation semble recevable si l'on considère l'instrumentalité dans le modèle du MBM. Néanmoins, cela revient à considérer le rôle crucial de la valence dans le processus de régulation et non de l'intensité. L'instrumentalité ne saurait être, de plus, suffisante pour engendrer l'initiation du comportement, selon les conditions spécifiques proposées par le MBM et testées en l'occurrence.

## **6.2 Tentatives d'interprétations de l'état d'humeur négative**

Selon les prédictions du MBM, une humeur intense positive et négative prédisent une préférence pour le matériel positif assurant des associations (ou conséquences) hédoniques à l'individu. Les résultats de l'étude illustrent, de façon inattendue, des temps de visionnement différents significativement, ne concordant pas avec les résultats de Gendolla (2010) et Handley *et al.* (2002). Ainsi, on propose plusieurs explications pouvant potentiellement expliquer le temps de visionnement plus long des participants dans la condition d'humeur négative.

### **6.2.1 Correspondances avec un mode de régulation propre aux dépressifs et dépressifs sous-cliniques ?**

Evoqué dans le cadre théorique, les individus dépressifs exercent certes une focalisation négative sur le soi. Le réalisme dépressif pourrait néanmoins mieux préciser le résultat observé, les dépressifs faisant davantage preuve d'incapacité à déformer la réalité de façon positive, contrairement aux non dépressifs (Pyszczynski et Greenberg, 1985). Ainsi, cela concerne la partie instrumentale de l'impact directionnel du MBM. La possibilité de visionner le film positif lors de la deuxième phase de l'étude ne fournit pas d'associations hédoniques intrinsèques pour les participants dans un état d'humeur négative.

Ce constat résonne de plus avec les résultats d'une étude de Brinkmann, Schüpbach, Joye et Gendolla (2009), testant la mobilisation des ressources dans la dysphorie selon une influence directionnelle de l'humeur sur le comportement. On évoquera d'éventuelles influences informationnelles par la suite. Bien que notre recherche ne mesure pas à proprement parler de mobilisation des ressources, ni n'incorpore de récompenses ou punitions, la mesure de la même influence sur le comportement légitime davantage sa considération. De plus, il est possible d'interpréter la proposition de visionnement du film positif telle une récompense.

Ainsi, des participants dépressifs sous cliniques (étudiants avec de hauts scores de dépression) montrent une diminution de la réponse cardiovasculaire face à la récompense ou la punition. Cette attitude face aux conséquences de la performance souligne une évaluation moins importante de l'importance du succès. En lien avec l'étude de Brinkmann *et al.* (2009) et la présente recherche, il a été démontré que l'humeur négative peut être liée avec moins de plaisir (anticipé et obtenu) dans de nombreuses activités (Carson et Adams, 1980, cité dans Brinkmann *et al.*, 2009). Certaines études insistent même sur l'ignorance des dépressifs concernant les issues positives ou négatives d'une tâche (Layne, Merry, Christian et Ginn, 1982). Ribot (1896) qualifie l'incapacité d'expérimenter le plaisir d'anhédonie. Selon cette perspective, les participants dans un état d'humeur négative (appartenant à une population clinique ou sous clinique) pourraient ainsi souffrir d'un déficit d'hédonicité.

Ceci est ainsi problématique au niveau de l'autorégulation du comportement orienté vers les buts (Carver et Scheier, 1998), et l'action (Kuhl, 1983). Le participant ne réalise pas la valeur objective du but (bien qu'annoncée par l'expérimentateur), probablement pas la divergence entre l'état actuel et futur, ainsi que les actions afin de réduire cette divergence (l'instrumentalité, soit regarder un film positif). Tout ceci parle en faveur d'une orientation de l'individu vers son état et non l'action, et pourrait expliquer pourquoi les participants dans l'état d'humeur négative mettent plus de temps pour passer au visionnement du film positif.

Des stratégies de régulation de l'humeur négative vers une issue positive ont, par ailleurs, déjà été illustrées (Thayer *et al.*, 1984), à l'image de la centration de l'individu sur soi-même d'une façon réflexive. Cette façon de pouvoir contrôler son affect contraste avec un mode de réflexion basé sur la rumination. Les deux modes de focalisation sur soi interviennent aussi au niveau de l'instrumentalité selon le MBM (Gendolla, 2000). La

subjectivité de cette dernière est ainsi moins forte pour les individus qui ruminent et considèrent alors que peu de choses peuvent être faites afin de réguler l'affect. La non-régulation hédonique (cette affirmation sera relativisée ci-dessous au point 6.3) des participants à l'état d'humeur négative pourrait aussi trouver ici sa justification.

Enfin, la dépression est fortement corrélée avec des perceptions négatives de soi et notamment une faible estime de soi (Gilbert, Allan, Brough, Melley et Miles, 2002). Ainsi, les individus avec des hauts scores de dépression (Josephson, Singer et Salovey, 1996) ou une basse estime de soi (Smith et Petty, 1995) ne régulent pas leur affect négatif de façon non congruente à l'humeur lors d'une tâche de rappel. Par conséquent, si l'on considère que les participants dans un état d'humeur négative peuvent se rapprocher des dépressifs ou d'une population sous-clinique, les résultats de l'étude peuvent être compris selon un déficit d'hédonicité (observable au niveau de la perception de l'instrumentalité) et ainsi de régulation hédonique de l'affect. Nous n'avons toutefois pas trouvé de corrélations significatives entre l'estime de soi et le temps de visionnement, ni d'effet modérateur de l'estime de soi sur l'humeur.

### **6.2.2 Impact informationnel éventuel ?**

Si les propositions d'explication ci-dessus peuvent être présentées, nous n'avons pas l'assurance que les participants à l'état d'humeur négative puissent avoir des scores élevés de dépression (bien que l'on ait aussi évoqué l'humeur négative seule). Un des postulats du MBM repose sur l'exercice possible d'un seul impact de l'humeur sur le comportement ou sur le déroulement simultané de l'impact informationnel et directionnel. Bien que nous nous soyons concentrés sur l'influence de l'humeur sur l'initiation et la direction du comportement, quelques réflexions faisant recours à l'influence informationnelle de l'humeur sur le comportement peuvent aussi tenter d'expliquer le résultat observé chez les participants dans la condition d'humeur négative.

Le modèle classique informationnel *mood as information* (Schwarz, 1990) propose l'utilisation directe de l'humeur comme information diagnostique. Néanmoins, on peut imaginer que l'humeur est utilisée comme une pièce d'information, en lien avec d'autres

informations aussi disponibles. Ceci rejoint les formulations théoriques de l'approche *mood-and-information-integration* (Abele et Gendolla, 1999; Abele et Petzold, 1994), privilégiée d'ailleurs par le MBM dans l'explication de la congruence de l'humeur avec les jugements relatifs au comportement. Après avoir répondu aux questions mesurant l'induction d'humeur au début de la deuxième phase, le participant débute la phase de visionnement de cette deuxième partie par le film neutre : une démonstration d'intervention en bourse. Le temps de visionnement important avant le passage au film positif suscite deux interrogations. La première, conforme à l'approche *mood-and-information-integration*, implique que le film sur la Bourse peut être aussi source d'information négative (en plus de la saillance de l'humeur en raison de la mesure de l'humeur), voire particulièrement dans le contexte de crise économique actuelle. Ce type d'information étant congruent, cela renforce la congruence de l'humeur (négative) dans le jugement (négatif).

La seconde interrogation consiste à l'intérêt éventuel que peut porter le participant dans l'état d'humeur négative au film négatif. Celui-ci se demande alors si le visionnement du film neutre est plaisant. Dans une humeur négative, la persistance face à cette évaluation est moindre (Martin *et al.*, 1993) et ne peut ainsi pas expliquer ce résultat. De plus, les analyses complémentaires n'ont pas révélé de corrélations significatives entre l'item évaluatif concernant les films et l'humeur.

Par ailleurs, la présente étude n'intègre pas de standard de performance au sein du paradigme expérimental. Il se peut toutefois que le participant tente de faire au mieux. Selon les études testant l'intensité de l'humeur sans standard de performance, les individus à l'état d'humeur négative s'engagent davantage que ceux dans une humeur positive, pour autant que la valeur de l'humeur ne soit pas en question (Gendolla *et al.*, 2007). Comme évoqué précédemment, on considère que les participants sont conscients de l'état d'humeur. Ainsi, on ne suppose pas de mobilisation des ressources. La persistance en terme de jugement progressif (« *est-ce que j'en ai déjà fait assez ?* ») tendrait davantage à pouvoir interpréter le temps de visionnement plus long en condition d'humeur négative. Selon le modèle de *mood as input* (Martin *et al.*, 1993), la persistance dans ce cas est plus élevée dans une humeur négative que positive, et ce d'autant plus que l'individu sait comment il se sent (saillance de l'humeur). Néanmoins, selon le MBM, on l'a vu la saillance de l'humeur n'a pas une influence informationnelle mais directionnelle, tendant à renforcer la force du motif hédonique.

Enfin, on peut se demander si la différence entre le temps de visionnement dans la condition d'humeur positive et négative ne résulte pas respectivement d'un traitement de l'information heuristique ou plus élaboré. Néanmoins, conformément à l'utilisation de l'humeur comme information (Schwarz, 1990), son influence directe sur le comportement, soit implicitement les implications motivationnelles stables et spécifiques qu'elles engendrent, s'opposent aux prédictions du MBM. On peut néanmoins retenir les styles de focalisation sur le soi (réflexif vs rumination) cités dans la partie précédente (6.2.1), en lien avec le modèle.

### **6.3 Humeur négative et Film neutre : régulation (possible) hédonique de l'affect ?**

Si les résultats ne confirment pas une tendance à la régulation hédonique de l'affect, systématique dans les conditions d'humeur positive et négative (selon les prédictions du MBM : film positif et pas de contrainte contextuelle), on ne peut pas non plus parler d'équilibre hédonique concernant celles-ci (Solomon et Corbit, 1974). Les participants à l'état d'humeur positive tendent à désirer maximiser leur affect positif. L'équilibre hédonique peut être plutôt retenu pour les participants dans la condition d'humeur neutre. Néanmoins, les contrastes respectifs avec l'humeur positive et négative ne diffèrent pas significativement, et c'est ce qui pose problème au même titre que la durée de visionnement du film neutre significativement plus longue dans la condition d'humeur négative que positive.

Il semble très important de relativiser les différentes tentatives d'explications apportées jusqu'à présent au regard du paradigme expérimental. En effet, lors de la deuxième phase de l'expérience, si les résultats ne sont pas en lien avec les prédictions du MBM, on remarque cependant que tous les participants, indépendamment de leur condition d'humeur passent au visionnement du film positif de façon volontaire (appuient durant le visionnement du film neutre pour passer au deuxième film positif). Ainsi, le comportement est initié aussi chez les individus dans un état d'humeur négative, qui ont besoin de davantage de temps. Le résultat ne s'accorde pas avec le processus hédonique de *mood repair* mais il y a régulation néanmoins, remettant en cause la comparaison des participants d'humeur négative avec des individus au profil dépressif clinique ou sous clinique, et l'anhédonie qui semble les caractériser.

De plus, la considération des moyennes des scores d'humeur de la condition d'humeur négative (Table 3), offre un constat intéressant. Les participants dans la condition d'humeur négative ont presque la moyenne la plus élevée (22.93 vs 23.21 pour les participants dans la condition d'humeur positive). On remarque d'ailleurs, en ce qui les concerne, une augmentation importante de la moyenne des scores entre la deuxième (UWIST 2 = 17.27) et troisième (UWIST 3 = 22.93) mesure de l'humeur, soit respectivement entre l'induction de l'humeur (avant la tâche de visionnement de 10 minutes) et la mesure de l'humeur au terme de l'expérience (fin des 10 minutes). Les participants dans la condition d'humeur négative présentent même les plus grandes différences (1.27 vs 1.14 et 0.87) de moyenne aux scores d'humeur entre la première et troisième mesure de l'humeur d'une part, et - ce qui n'a pas été mesuré et révèle des différences encore plus conséquentes - la deuxième et troisième mesure de l'humeur d'autre part. Cette différence n'a pas été calculée car on ne peut pas expliquer concrètement, au regard du paradigme expérimental, à quoi serait due, par exemple, une augmentation ou une diminution de celle-ci. En effet, durant les dix minutes de visionnement, les participants, indépendamment de leur condition d'humeur et des différences de temps de visionnement alloué au premier film neutre, finissent par regarder le deuxième film positif (voient donc deux films).

Cette différence importante au niveau de la moyenne des scores d'humeur entre le troisième et le deuxième temps de mesure de l'humeur dans la condition d'humeur négative suppose, ainsi, qu'il puisse se passer quelque chose potentiellement. Les participants dans cette condition mettent donc plus de temps avant de vouloir passer au film positif et on propose que le film neutre puisse éventuellement servir d'acte régulateur. Le film neutre, bien que non positif est déjà plus positif que le film négatif. Ces participants plus lents, régulent toutefois leur comportement. On considère la régulation comme progressive selon la perception de la valence du matériel. Le matériel neutre permet au participant à l'état d'humeur négative de réguler son humeur, avant que le matériel positif ne devienne plus attrayant, car possédant une valence supérieure.

Ceci pourrait mettre l'accent sur le rôle alors plus crucial de la valence de l'humeur plutôt que de l'intensité pour la régulation. Dans cette perspective, n'importe quel comportement peut élever l'état d'humeur momentanément négatif par distraction (Wegener et Petty, 1994). Conformément au MBM et à nos prédictions, l'élément déclencheur d'une régulation hédonique est l'intensité de l'humeur. Néanmoins, le modèle théorique comprend

aussi la valence de l'humeur comme sous composante de l'instrumentalité. La régulation de l'affect, ne dépendant pas seulement de la force du motif hédonique ou d'une forte instrumentalité, l'interaction nécessaire à l'initiation et à la direction du comportement peut théoriquement impliquer à la fois l'intensité de l'humeur (motif hédonique) et la valence de l'humeur (instrumentalité). Un fort motif hédonique, soit une humeur intense chez le participant tend en effet à une régulation (hédonique) de l'affect, celle-ci promettant des associations ou conséquences hédoniques. Cependant, ceci peut être fonction de la valence de l'humeur. Les participants dans un état d'humeur positive tendent à maintenir ou élever leur humeur positive alors que les participants dans un état d'humeur négative cherchent aussi à maximiser leur affect positif mais ne régulent directement leur affect en faveur du matériel positif (trop de contraste affectif ?), un matériel neutre leur permettant déjà d'élever quelque peu leur humeur avant de passer plus tard au film positif (alors plus fort instrumentalement).

## **6.4 Critiques de l'expérience et considérations futures du thème**

Enfin, il semble important de constater les différentes limites de la présente étude, dans le but de proposer d'éventuelles améliorations quant aux investigations futures du thème.

Le paradigme expérimental proposait l'utilisation de films ayant prouvé leur efficacité dans des études antérieures. Toutefois, lors de la deuxième mesure de l'humeur, afin de vérifier l'induction de l'état d'humeur chez les participants, le contraste entre la condition d'humeur positive et neutre n'est pas significatif. On considère, certes, qu'une humeur neutre en tant que telle n'existe pas, et que conformément aux propositions de Morris (1989), l'individu est toujours d'humeur plus ou moins positive. Néanmoins, il semble important de pouvoir déterminer encore plus précisément les différents degrés d'intensité. Dans cette optique, il semblerait légitime et nécessaire d'effectuer un pré test au niveau de la valeur inductive de l'ensemble du matériel utilisé. Ce manquement méthodologique concernant les deux films utilisés lors de la deuxième partie de l'étude est regrettable et ne tend pas à optimiser le test de l'hypothèse proposée.

La présence de l'expérimentateur lors des passations peut, par ailleurs, exercer une certaine influence. Les difficultés rencontrées dans l'établissement du paradigme

expérimental à l'aide du programme E-Prime nous a contraints à se résoudre de considérer le déroulement de l'expérience en présence de l'expérimentateur. On aurait pu craindre que certains individus préfèrent ou soient même contraints d'inhiber (une des conditions du MBM proposant un impact directionnel plus faible) leur vécu affectif. La conceptualisation de la deuxième partie de l'étude ne tend pas à le permettre.

On peut se demander, de plus, si la présentation puis l'indication orale des consignes (attente affective) aux participants furent vraiment optimales. La deuxième phase de la recherche comprenant les 10 minutes de visionnement a nécessité quelques clarifications au niveau de la compréhension du déroulement de la tâche. De plus, bien que l'ajout d'une attente affective ait fait ses preuves (Gendolla *et al.*, 2008), sa standardisation ne semble pas toujours facile. La disposition affective de l'expérimentateur est alors potentiellement en cause.

Enfin, la présente étude a eu pour but de renforcer les résultats trouvés dans des études antérieures (Gendolla, 2010; Handley et Lassiter, 2002), les premières à révéler ou tester le rôle de l'intensité de l'humeur dans la régulation de l'affect. Un des intérêts de la recherche consistait aussi à proposer un paradigme expérimental davantage axé sur l'action, testant au mieux l'impact directionnel de l'humeur sur le comportement. L'efficacité de l'échelle d'humeur UWIST est certaine. Néanmoins s'agissant d'une mesure self report, cela pose toujours le problème de l'objectivité de la mesure, pouvant être illustrée par John Stuart Mill : "*Ask yourself whether you are happy, and you cease to be so.*". Il est certain que de tester l'influence de l'humeur sur les préférences comportementales dans la réalité environnementale serait intéressant mais reste difficile à opérationnaliser. Vu le peu d'études s'étant focalisé sur l'humeur et son impact dans le domaine motivationnel et comportemental (contrairement aux processus cognitifs), une accentuation de la recherche dans le domaine constitue déjà un avancement dans la tentative de sa compréhension. Finalement, l'utilisation du modèle intégratif Mood-Behavior Model nous apparaît pertinente, dans le sens où celui-ci propose des prédictions bien plus précises, quant au rôle étendu de l'humeur sur le comportement, que la simple considération de l'humeur (jugements en lien avec le comportement) aux effets motivationnels stables et spécifiques et dont la régulation semble systématiquement hédonique. Les prédictions s'étendant à l'explication de tout type de comportement, renforcent encore l'intérêt du modèle

## 7. Bibliographie

Abele, A. (1992a). Alltagsvorstellungen über den Einfluss positiver und negativer Stimmung auf die aufgabenbezogene Motivation [Everyday beliefs about the impact of positive and negative mood on task-related motivation]. *Zeitschrift für Experimentelle und Angewandte Psychologie*, 39, 345-371.

Abele, A., & Gendolla, G. H. E. (1999). Satisfaction judgments in positive and negative moods: Effects of concurrent assimilation and contrast producing processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25, 883-895.

Abele, A., & Petzold, P. (1994). How does mood operate in an impression formation task? An information integration approach. *European Journal of Social Psychology*, 24, 173-187.

Ach, N. (1935). Analyse des Willens. [Analysis of will]. In E. Abderhalden (Hg.), *Handbuch der biologischen Arbeitsmethoden*. [Handbook of biological methods]. Berlin: Urban and Schwarzenberg. American Psychiatric Association. (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (4th ed.). Washington, DC: American Psychiatric Association.

Alloy, L. B., & Abramson, L. Y. (1979). Judgment of contingency in depressed and nondepressed students: Sadder but wiser? *Journal of Experimental Psychology: General* 108, 441-485.

Alloy, L. B., & Abramson, L. Y. (1988). Depressive realism: Four theoretical perspectives. In L.B. Alloy (Ed.), *Cognitive processes in depression*. New York: Guilford

Anderson, J. R. & Bower, G. H. (1973). *Human associative memory*. Washington, DC: Winston.

Arhika, N. (2007). *Passions and tempers: A history of the humours*. New York: Harper Collins.

Baas, M., De Dreu, C., & Nijstad, B. (2008). A meta-analysis of 25 years of mood-creativity research: Hedonic tone, activation, or regulatory focus? *Psychological Bulletin*, 134, 779-806.

Baron, R. A., Rea, M. S., & Daniels, S. G. (1992). Effects of indoor lighting (illuminance and spectral distribution) on the performance of cognitive tasks and interpersonal behaviors: The potential mediating role of positive affect. *Motivation and Emotion, 16*, 1-33.

Beck, A. T. (1967). *Depression: Clinical, experimental, and theoretical aspects*. New York: Hoeber. Republished as *Depression: Causes and treatment*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press).

Beck, A. T. (1976). *Cognitive therapy and the emotional disorders*. New York: The New American Library.

Blaney, P. H. (1986). Affect and memory: A review. *Psychological Bulletin, 99*, 229-246.

Bollnow, O. F. (1956). *Das Wesen der Stimmungen* [The origin of moods]. Frankfurt, Germany: Klostermann.

Bower, G. H. (1981). Mood and memory. *American Psychologist, 36*, 129-148.

Brehm, J. W., & Self, E. A. (1989). The intensity of motivation. *Annual Review of Psychology, 40*, 109-131.

Brief, A. P., & Weiss, H. (2002). Organizational behavior: Affect in the workplace. *Annual Review of Psychology, 53*, 279-307.

Brinkmann, K., Schüpbach, L., Ancel Joye, I., & Gendolla, G.H.E. (2009). Anhedonia and effort mobilization in dysphoria: Reduced cardiovascular response to reward and punishment. *International Journal of Psychophysiology, 74*, 250-258.

Brown, J. D., & Mankowski, T. A. (1993). Self-esteem, mood, and self-evaluation: Changes in mood and the way you see you. *Journal of Personality and Social Psychology, 64*, 421-430.

Carson, T. P., & Adams, H. E. (1980). Activity valence as a function of mood change. *Journal of Abnormal Psychology, 89*, 368-377.

Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1998). *On the self-regulation of behavior*. New York: Cambridge University Press.

Cialdini, R. B., Darby, B., & Vincent, J. (1973). Transgression and altruism: A case for hedonism. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 502–516.

Clark, M. S., & Isen, A. M. (1982). Toward understanding the relationship between feeling states and social behavior. In A. Hastorf & A. M. Isen (Eds.), *Cognitive Social Psychology* (pp. 73–108). New York: Elsevier.

Clore, G. L., Schwarz, N. & Conway, M. (1994). Affective causes and consequences of social information processing. In R. S. Wyer & T. K. Srull (Eds.), *Handbook of Social Cognition: Vol.1. Basic processes* (2<sup>nd</sup> ed., pp. 323-417). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Damasio, A. R. (1994). *Descartes' error*. New York: Avon Books.

Damasio, A. R. (1999). *Le Sentiment même de soi : corps, émotions, conscience*. Paris: Odile Jacob.

Desjardins, L. (2001). *Le corps parlant. Savoirs et représentation des passions au XVIIe siècle*. Paris: L'Harmattan.

Dodgson, P. G., & Wood, J. V. (1998). Self-esteem and the cognitive accessibility of strengths and weaknesses after failure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 178–197.

Dovidio, J. F. (1984). Helping behavior and altruism: An empirical and conceptual overview, in L. Berkowitz (Eds.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 17, pp.361-427). New York: Academic Press.

Eagly, A., & Chaiken, S. (1993). *Psychology of Attitudes*. New York: Harcourt.

Erber, R., & Erber, M. W. (2000). The self-regulation of moods: Second thoughts on the importance of happiness in everyday life. *Psychological Inquiry*, 11, 142–148.

Erber, R., Wegner, D. M., & Therriault, N. (1996). On being cool and collected: mood regulation in anticipation of social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, *70*, 757–766.

Feldman, L. A. (1995). Variations in the circumplex structure of mood. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *21*, 806-817.

Feldman-Barrett, L. F., & Russell, J. A. (1998). Independence and bipolarity in the structure of current affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, *74*, 967-984.

Fisher, P. (2002). *The vehement passions*. Princeton: University Press.

Freud, S. (1952). Triebe und Tribschicksale [Drives and fates of drives]. *Gesammelte Werke*. Frankfurt, Germany: Fischer. (Originally published 1915).

Frijda, N. (1993). Moods, emotion, episodes, and emotions. In M. Lewis & J. M. Haviland (Eds.), *Handbook of Emotions* (pp. 381-403). New York: Guilford Press.

Geen, R. G. (1995). *Human motivation: A social psychological approach*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Gendolla, G. H. E. (2000). On the impact of mood on behavior: An integrative theory and a review. *Review of General Psychology*, *4*, 378–408.

Gendolla, G. H. E. (2010). *The role of mood in hedonic affect regulation: An experiment on behavioral preferences*. Manuscript submitted for publication.

Gendolla, G. H. E., Abele, A., & Krüsken, J. (2001). The informational impact of mood on effort mobilization: A study of cardiovascular and electrodermal responses. *Emotion*, *1*, 12–24.

Gendolla, G. H. E., Brinkmann, K., & Richter, M. (2007). Mood, motivation, and performance: An integrative theory, research, and applications. In A. M. Lane (Eds.), *Mood and human performance: Conceptual, measurement, and applied issues* (pp. 35-61). Hauppauge, NY: Nova Science.

Gendolla, G.H.E., Brinkmann, K., & Scheder, D. (2008). Ego involvement moderates the assimilation effect of affective expectations. *Motivation and Emotion*, 32, 313-320.

Gendolla, G. H. E., & Krüsken, J. (2002b). Informational mood impact on effort-related cardiovascular response: The diagnostic value of moods counts. *Emotion*, 2, 251–262.

Gendolla, G. H. E., & Krüsken, J. (2002c). The joint effect of informational mood impact and performance-contingent incentive on effort-related cardiovascular response. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 271-285.

Gilbert, P., Allan, S., Brough, S., Melley, S., & Miles, J. N. V. (2002). Relationship of anhedonia and anxiety to social rank, defeat and entrapment. *Journal of Affective Disorders*, 71, 141-151.

Gross, J. J. (1998). The emerging field of emotion regulation: An integrative review. *Review of General Psychology*, 2, 271-299.

Gross, J. J. (2001). Emotion regulation in adulthood: Timing is everything. *Current Directions in Psychological Science*, 10, 214-219.

Handley, I. M., & Lassiter, G. D., (2002). Mood and information processing: When happy and sad look the same. *Motivation and Emotion*, 26, 223-255.

Heckhausen, H. (1986). Why some time out might benefit achievement motivation research. In J. H. L. van der Nercken, T. C. M. Bergen, & E. E. J. De Bruyn (Eds.), *Achievement and task motivation* (pp.7-39). Lisse, the Netherlands : Swets & Zeitlinger.

Heckhausen, H. (1991). *Motivation and action*. New York: Springer.

- Hippocrate (1962). *Oeuvres complètes d'Hippocrate*. Amsterdam: Adolf Hakkert.
- Hockey, G. R. J., Maule, A. J., Clough, P. J., & Bdzola, L. (2000). Effects of negative mood states on risk in everyday decision making. *Cognition and Emotion*, *14*, 823-855.
- Isen, A. M. (1984). Towards understanding the role of affect in cognition. In R. S. Wyer & T. K. Srull (Eds.), *Handbook of social cognition (Vol. 3, pp. 179–236)*. Hillsdale: Erlbaum.
- Isen, A. M. (2000). Positive affect and decision making. In M. Lewis and J. M. Haviland-Jones (Eds.), *Handbook of Emotions (2nd ed., pp. 417-435)*. New York: Guilford.
- Isen, A. M., & Levin, P. F. (1972). Effect of feeling good on helping: Cookies and kindness. *Journal of Personality and Social Psychology*, *21*, 384-388.
- Jacobsen, E. (1957). Normal and pathological moods: Their nature and functions. In R.S. Eisler, A.F. Freud, H. Hartman, & E. Kris (Eds.), *The psychoanalytic study of the child (pp. 73-113)*. New York: International Universities Press.
- John, O. P., & Gross, J. J. (2004). Healthy and unhealthy emotion regulation: Personality processes, individual differences, and life span development. *Journal of Personality*, *72*, 1301–1333.
- Josephson, B. R., Singer, J. A, & Salovey, P. (1996). Mood regulation and memory: Repairing sad moods with happy memories. *Cognition and Emotion*, *10*, 437-444.
- Kessler, R. C., McGonagle, K. A., Zhao, S., Nelson, C. B., Hughes, M., Eshleman, S., Wittchen, H. U., Kendler, K. S. (1994). Lifetime and 12-month prevalence of *DSM-III-R* psychiatric disorders in the United States: Results from the National Comorbidity Survey. *Archieve of General Psychiatry*, *51*, 8-19.
- Klinger, E. (1993). Clinical approaches to mood. In D.M Wegner & J.W. Pennebaker (Eds.), *Handbook of mental control (pp. 344-369)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Kuhl, J. (1983). *Motivation, Konflikt und Handlungskontrolle* [Motivation, conflict, and action control]. Berlin: Springer.

Kuhl, J. (1992). A theory of self-regulation: Action versus state orientation, discrimination, and some applications. *Applied Psychology: An International Review*, *41*, 97-129.

Larsen, R. J., & Diener, E. (1992). Promises and problems with the circumplex model of emotion. In M. S. Clark (Eds.), *Review of Personality and Socialpsychology: Emotion (Vol. 13, pp. 25-59)*. Newbury Park, CA: Sage.

Layne, C., Merry, J., Christian, J., & Ginn, P. (1982). Motivational deficits in depression. *Cognitive Therapy and Research*, *6*, 259–274.

Locke, E. A., Shaw, K. N., Saari, L. M., & Latham, G. P. (1981). Goal setting and task performance: 1969–1980, *Psychological Bulletin*, *90* (1), 125–152.

Loewenstein, G. (1996). Out of control: Visceral influences on behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Making*, *65*, 272-292.

Loken, L. M. (2006). Critical thinking abilities of undergraduate entry-level athletic training students. *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences*.

Martin, L. L., Ward, D. W., Achee, J. W., & Wyer, R. S. (1993). Mood as input: People have to interpret the motivational implications of their moods. *Journal of Personality and Social Psychology*, *64*, 317–326.

Matthews, B., Jones, D., & Chamberlain, A. G. (1990). Refining the measurement of mood: The UWIST mood adjective checklist. *British Journal of Psychology*, *81*, 17–42.

McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. Glenview, IL: Scott, Foresman.

McDougall, W. (1908). *An introduction to social psychology*. London: Methuen.

McFarland, C., & Buehler, R. (1997). Negative affective states and the motivated retrieval of positive life events: The role of affect acknowledgement. *Journal of Personality and Social Psychology, 73*, 200-214.

Morris, W. N. (1989). *Mood: The frame of mind*. New York: Springer-Verlag.

Morris, W. N. (1992). A functional analysis of the role of mood in affective systems. In M. S. Clark (Eds.), *Review of personality and social psychology (Vol. 13, pp. 256-293)*. Newbury Park, CA: Sage.

Mowrer, O. H. (1956). Two-factor learning theory reconsidered, with special reference to secondary reinforcement and the concept of habit. *Psychology Review, 63*, 114-28.

Murray, H. A. (1938). *Exploration in personality*. New York: Oxford University Press.

Niedenthal, P. M., Halberstadt, J. B., & Setterlund, M. B. (1997). Being happy and seeing “happy”: Emotional state mediates visual word recognition. *Cognition and Emotion, 11*, 403-432.

Nowlis, V., & Nowlis, H. H. (1956). The description and analysis of mood. *Annals of the New York Academy of Sciences, 65*, 345-355.

Ortony, A., Clore, G. L., & Collins, A. (1988). *The cognitive structure of emotions*. New York: Cambridge University Press.

Osborne, J. (2002). Notes on the use of data transformations. *Practical Assessment, Research & Evaluation, 8* (6).

Parker, E. S., Birnbaum, I. M., & Noble, E.P. (1976). Alcohol and memory: Storage and state dependency. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behaviour, 15*, 691-702.

Parrott, W. G. (1993). Beyond hedonism: Motives for inhibiting good moods and for maintaining bad moods. In D. M. Wegner & J. W. Pennebaker (Eds.), *Handbook of mental control (pp. 278- 305)*. Engelwood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Ploutz-Snyder, R. J. (1998). *The effects of manipulating salience and unitization rate on evaluations of causality, dispositional and situational attributions, and memory*. Unpublished doctoral dissertation. Athens: Ohio University.

Pervin, L. A., & John, O. P. (2004). *La personnalité: De la théorie à la recherche*. Bruxelles: De Boeck.

Pribram, K. H. (1970). Feelings as monitors. In M. B. Arnold (Eds.), *Feelings and emotions: The Loyola Symposium*. New York: Academic Press.

Pyszczynski, T., & Greenberg, J. (1985). Depression and preferences for self-focusing stimuli after success and failure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 1066-1075.

Ratcliff, R. (1993). Methods for dealing with reaction time outliers. *Psychological Bulletin*, 114, 510-532.

Ribot, T. (1896). *La psychologie des sentiments*. Paris: Felix Alcan.

Richter, M., Gendolla, G. H. E., & Krüsken, J. (2006). Contextdependent mood effects on mental effort mobilization: A view from the mood-behavior-model. In A. V. Clark (Eds.), *The psychology of moods* (pp. 57–79). Hauppauge, NY: Nova Science.

Ruckmick, C. A. (1936). *The psychology of feeling and emotion*. New York, NY: McGraw-Hill.

Russell, J. A. (1980). A circumplex model of affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 1161-1178.

Salovey, P., & Rodin, J. (1985). Cognitions about the self: Connecting feeling states to social behavior. In M. S. Clark (Eds.), *Review of personality and social psychology* (Vol. 6, pp. 143-166). Newbury Park, CA: Sage.

Schaller, M., & Cialdini, R. B. (1990). Happiness, sadness, and helping: A motivational integration. In E. T. Higgins & R. Sorrentino (Eds.), *Handbook of motivation and social cognition: Foundations of social behavior (Vol. 2, pp. 265-296.)*. New York: Guilford.

Scherer, K. R. (1982). Emotion as a process: Function, origin, and regulation. *Social Science Information, 21*, 555-570.

Schwarz, N. (1990). Feelings as information: Information and motivational functions of affective states. In E. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Eds.), *Motivation and cognition: Foundations of social behavior (pp. 527-561)*. New York: Guilford Press.

Schwarz, N., & Clore, G. (1983). Mood, misattribution, and judgments of well-being: Informative and directive functions of affective states. *Journal of Personality and Social Psychology, 45*, 513-523.

Schwarz, N., & Clore, G. (1988). How do I feel about it? The informative function of affective states. In K. Fielder & J. P. Forgas (Eds.), *Affect, cognition and social behavior (pp. 42-62)*. Göttingen, Germany: Hogrefe.

Schwarz, N., & Clore, G. (1996). Feelings and phenomenal experiences. In E. T. Higgins & A. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles (pp. 433-465)*. New York: Guilford.

Silvestrini, N., & Gendolla, G.H.E. (2007). Mood state effects on autonomic activity in mood regulation. *Psychophysiology, 44*, 650-659.

Smith, C. A., & Ellsworth, P. C. (1985). Patterns of cognitive appraisal in emotion. *Journal of Personality and Social Psychology, 48*, 813-838.

Smith, S. M., & Petty, R. E. (1995). Personality moderators of mood congruency effects on cognition: The role of self-esteem and negative mood regulation. *Journal of Personality and Social Psychology, 68*, 1092-1107.

Solomon, R. L. & Corbitt, J. D. (1978). An opponent process theory of motivation. *The American Economic Review*, 68, 12-24.

Stevens, M. J., & Lane, A. M. (2001). Mood-regulating strategies used by athletes. *Athletic Insight*, 3 (3).

Taylor, S. E. (1991). Asymmetrical effects of positive and negative events: The mobilization-minimization hypothesis. *Psychological Bulletin*, 110, 67-85.

Thayer, R. E., Newman, J. R., & McClain, T. M. (1994). Self-regulation of mood: Strategies for changing a bad mood, raising energy, and reducing tension. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67 (5), 910-925.

Vallières, E. F., Vallerand, R. J. (1990). Traduction et validation canadienne française de l'Échelle d'estime de soi de Rosenberg. *Revue Internationale de Psychologie*, 25, 305-316.

Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 1063-1070.

Watson, D., & Tellegen, A. (1985). Toward a consensual structure of mood. *Psychological Bulletin*, 98, 219-235.

Wegener, D. T., & Petty, R. E. (1994). Mood management across affective states: The hedonic contingency hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 1093-1104.

Wood, C., Magnello, M. E. (1992). Diurnal changes in perceptions of energy and mood. *Journal of the royal society of medicine*, 85 (4), 191-194.

Zuckerman, M. (1979). *Sensation seeking: Beyond the level of optimal arousal*. New York: Wiley.