



HAL
open science

Intention de soutenir l'existence de phénomènes paranormaux : comparaisons exploratoires entre une approche psychosociologique versus marketing

Jean-Louis Pernin

► To cite this version:

Jean-Louis Pernin. Intention de soutenir l'existence de phénomènes paranormaux : comparaisons exploratoires entre une approche psychosociologique versus marketing. 2022. hal-03544450

HAL Id: hal-03544450

<https://hal.science/hal-03544450>

Preprint submitted on 26 Jan 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Jean-Louis Pernin est maître de conférences au Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales–Cercle d'étude et de recherche en information-communication (LERASS-CERIC, EA 827), Université Paul Sabatier-Toulouse 3, Université Paul Valéry-Montpellier 3.

Courriel : jean.louis.pernin@iut-tarbes.fr

Intention de soutenir l'existence de phénomènes paranormaux : comparaisons exploratoires entre une approche psychosociologique versus marketing

Mots clés : data paper, paranormal, théorie de l'action raisonnée, expériences passées, connaissance subjective, identité personnelle, fidélité composite

Cette base de données (BDD) est issue d'une enquête quantitative par questionnaire (n= 787). Elle est construite sur la base de la théorie de l'action raisonnée (TAR, Fishbein et Ajzen, 1975) étendue aux expériences passées, à la connaissance subjective et à l'identité personnelle au niveau de la spiritualité.

La variable dépendante peut être soit l'intention de soutenir l'existence de phénomènes paranormaux lors d'une discussion ; ceci dans une approche psychosociologique (la TAR) soit dans une approche développée en marketing autour du concept de fidélité (Lichtlé et Plichon, 2008) qui intègre une large diversité de dimensions dont la conative, le bouche à oreille positif et l'affectif. Cette dernière est proche de la dimension d'identité personnelle (envers la spiritualité et le paranormal dans notre enquête).

Les objectifs (et les utilisations possibles) de la BDD sont principalement orientés vers les chercheurs. Les objectifs théoriques résident :

- dans la prise en compte des expériences passées, de la connaissance subjective et de l'identité personnelle dans la formation de l'intention comportementale et du comportement ; ceci dans le cadre de la TAR ;
- dans la comparaison entre les résultats de l'approche TAR versus une approche basée sur celui de fidélité composite conative/identitaire.

Les utilisations possibles de cette BDD sont également pédagogiques : les étudiants comme les enseignants pourront s'en inspirer notamment pour expérimenter l'impact des choix théoriques sur les résultats.

Phase qualitative

Les croyances sur les bénéfices attendus, les items de l'identité personnelle en termes de spiritualité et les divers types d'expériences paranormales furent identifiés a) suite à une enquête exploratoire conduite en 2018 et b) à l'aide d'un travail de groupe lors d'une séance de travaux dirigés d'1 heure 20, avec une classe de 30 étudiants environ en L1 « DUT techniques de Commercialisation ». Le questionnaire fut co-construit avec cette même classe de TD ; chaque énoncé a été discuté collectivement dont l'adaptation des énoncés standards associés aux mesures des concepts de la théorie de l'action raisonnée (intention, attitude, normes descriptives et injonctives) et des extensions intégrées (connaissance subjective et identité personnelle en termes de spiritualité).

Particularités de l'enquête

1 - Le choix du sujet a été proposé par la classe de travaux dirigés qui a ensuite co-construit le questionnaire

2 - L'accent est mis sur la mesure des croyances sur les bénéfices attendus (13 items) et sur l'identité personnelle en termes de spiritualité (7 items) dont l'échelle peut être discutée en référence aux travaux sur le sujet : par exemple MacDonald et al, 2015 , Roussiau et Renard, 2021.

Contenu de la base de données

Le questionnaire comprend les mesures suivantes : la mesure des expériences passées (3 items), l'intention comportementale (1 item), la connaissance subjective (2 items), les croyances sur les bénéfices attendus (13 items), l'attitude (4 items), les normes descriptives (3 items) et injonctives (2 items), l'identité personnelle en termes de paranormal et de spiritualité (8 items), 3 variables signalétiques et 1 question ouverte (commentaire libre). L'administration étant réalisée en ligne, la base de données comprend également une variable « temps de saisie » du questionnaire qui pourra servir à épurer la base. Toutes les variables à échelle sont mesurées en 7 points (avec une modalité « neutre » dans les échelles de Likert).

Variables, énoncés et modalités de réponses du questionnaire

Le tableau 1 ci-dessous présente les énoncés et les modalités de réponses du questionnaire.

Tableau 1 : Variables, énoncés et modalités de réponses du questionnaire

variables	énoncés	Modalités de réponse
Item d'engagement	1 - L'idée de remplir ce questionnaire m'ennuie profondément (merci de noter de 1 pas du tout d'accord à 7 tout à fait d'accord)	Pas du tout d'accord ; Pas d'accord ; Plutôt pas d'accord ; Neutre ;

		Plutôt d'accord ; D'accord ; Tout à fait d'accord
Expériences passées	2 - J'ai vécu des expériences paranormales (merci de noter de 1 jamais à 7 très souvent)	Jamais ; Très rarement ; Rarement ; De temps en temps ; Régulièrement ; souvent ; Très souvent
	3 - Quels types d'expériences paranormales avez-vous vécues ou entendues dire	question texte ouverte
	4 - Des personnes dignes de foi m'ont raconté des expériences paranormales (merci de noter de 1 jamais à 7 très souvent)	Jamais ; Très rarement ; Rarement ; De temps en temps ; Régulièrement ; souvent ; Très souvent
Intention comportementale	5 - J'aurai tout à fait l'intention de soutenir l'existence de phénomènes paranormaux lors d'une discussion 6 - Je suis le type de personne qui soutiendrait l'existence de phénomènes paranormaux lors d'une discussion	Pas du tout d'accord ; Pas d'accord ; Plutôt pas d'accord ; Neutre ; Plutôt d'accord ; D'accord ; Tout à fait d'accord
Connaissance subjective	7 - J'en connais un rayon au sujet du paranormal 8 - Je suis le type de personne qui s'informe souvent/ régulièrement sur le paranormal	Pas du tout d'accord ; Pas d'accord ; Plutôt pas d'accord ; Neutre ; Plutôt d'accord ; D'accord ; Tout à fait d'accord
Bénéfices attendus	Enoncé générique : Croire en l'existence de phénomènes paranormaux cela me permettrait : 9 - D'avoir des explications à des phénomènes que la science n'explique pas 10 - De rendre la vie plus excitante 11 - De découvrir d'autres choses que les aspects matériels 12 - De sortir d'une vie trop matérialiste de la vie 13 - D'avoir l'espoir d'une bonne réincarnation 14 - D'être en accord avec moi-même 15 - D'avoir quelque en quoi croire 16 - D'être en accord avec ma culture 17 - De m'ouvrir à d'autres croyances 18 - D'avoir une vie plus riche 19 - De s'identifier à quelque chose 20 - De faire partie d'un groupe 21 - D'explorer mes propres dons potentiels	Pas du tout d'accord ; Pas d'accord ; Plutôt pas d'accord ; Neutre ; Plutôt d'accord ; D'accord ; Tout à fait d'accord
Attitude (cognitive et affective)	Enoncé générique : L'idée de soutenir l'existence de phénomènes paranormaux me donne une sensation : 22 - Notez de 1 complètement inutile à 7 très utile 23 - Notez de 1 très désagréable à 7 très agréable 24 - Notez de 1 très négative à 7 très positive	1 ; 2 ; 3 ; 4 ; 5 ; 6 ; 7

	25 - Notez de 1 pas du tout pertinente à 7 très pertinente	
Normes descriptives	26 - Il est très probable que la plupart de mes ami-e-s croient en l'existence de phénomènes paranormaux 27 - Il est très probable que la plupart des membres de ma famille pour qui j'ai de l'estime croient en l'existence de phénomènes paranormaux 28 - Il est très probable que des personnages publics pour qui j'ai de l'estime croient en l'existence de phénomènes paranormaux	Pas du tout d'accord ; Pas d'accord ; Plutôt pas d'accord ; Neutre ; Plutôt d'accord ; D'accord ; Tout à fait d'accord
Normes injonctives	29 - Il est très probable que la plupart de mes ami-e-s pensent que je devrais croire en l'existence de phénomènes paranormaux 30 - Il est très probable que la plupart des membres de ma famille pour qui j'ai de l'estime pensent que je devrais croire en l'existence de phénomènes paranormaux	Pas du tout d'accord ; Pas d'accord ; Plutôt pas d'accord ; Neutre ; Plutôt d'accord ; D'accord ; Tout à fait d'accord
Identité personnelle au niveau du paranormale et de la spiritualité	31 - Je suis le type de personne qui croit en l'existence de phénomènes paranormaux	Pas du tout d'accord ; Pas d'accord ; Plutôt pas d'accord ; Neutre ; Plutôt d'accord ; D'accord ; Tout à fait d'accord
	Enoncé générique : Je suis le type de personne qui : 32 - Croit en la réincarnation 33 - Pour qui la spiritualité c'est très important 34 - Croit aux pouvoirs paranormaux 35 - Croit aux esprits 36 - Croit aux pratiques exorcistes 37 - S'informe sur le paranormal	
Signalétique	1 - Je suis :	Un homme ; Une femme ; Transgenre ;
	2 – Merci d'indiquer votre âge	Variable numérique (à recoder)
	3 - Merci de mentionner votre catégorie socio-professionnelle (que vous soyez ou non en activité)	Agriculteurs exploitants ; Artisans, commerçants, chefs entreprise ; Cadres, professions intellectuelles sup. ; Professions intermédiaires ; Employés ; Ouvriers ; Retraité s ; Autres sans activité professionnelle
	Commentaire libre	question texte ouverte

Ordre des items dans le questionnaire

- 1 item d'engagement

- Les 3 items sur les expériences passées (dans l'ordre du tableau)
- 1 item d'intention comportementale (n°5 dans le tableau)
- 1 item d'identité personnelle en termes de paranormal (n° 31 dans le tableau)
- Les 2 items sur la connaissance subjective (dans l'ordre du tableau)
- Les 13 items sur les bénéfices attendus (dans l'ordre du tableau)
- Les 4 items d'attitude (dans l'ordre du tableau)
- Les 3 items sur les normes descriptives (dans l'ordre du tableau)
- Les 2 items sur les normes injonctives (dans l'ordre du tableau)
- 1 item d'intention comportementale (n°6 dans le tableau)
- 6 items d'identité personnelle en termes de spiritualité (dans l'ordre du tableau)
- Les 3 items de signalétique (dans l'ordre du tableau)
- L'item commentaire libre

Methodologie.

La collecte de données fut réalisée en mars 2019 via un questionnaire en ligne (sous sphinx) auprès de l'ensemble des étudiants en L1 du DUT techniques de commercialisation de l'IUT de Tarbes, de leurs réseaux d'amis, de leur frères/sœurs et autres connaissances de leur âge, de personnes de l'âge de leur parents et de personnes de l'âge de leur grands-parents (moyens utilisés : e-mails, réseaux sociaux et sms).

787 observations furent récoltées. Les réponses à la quasi-totalité des questions étaient obligatoires. De ce fait il n'y a pas de non réponses.

Résultats exploratoires

Les résultats présentés sont réalisés hors épuration de la BDD et sans traitement des outliers : valeurs extrêmes qui diminuent le pouvoir explicatif du modèle lors des régressions multiples. Ils sont destinés à montrer la validité exploratoire de la BDD au niveau des construits (validité convergente) et de la théorie (validité nomologique).

a) Composition de l'échantillon

- Genre : 56.2 % de femmes (43.6 % d'hommes)
- Age : jeunes (15-25 ans) : 43.8 %, personnes de l'âge des parents des étudiants (38 à 57 ans : 37.5 %) et personnes de l'âge des grands-parents des étudiants (58 ans et plus : 17.4 %)

b) Validité convergente des construits

Les alphas de Cronbach (1952) pour les divers construits sont les suivants : Intention (0.88), attitude (0.92), normes descriptives (0.85), normes injonctives (0.84), connaissance subjective (0.87), identité personnelle en termes de spiritualité / paranormal (0.89), et la fidélité composite qui intègre l'item d'intention et l'échelle d'identité (0.93).

Ce dernier construit est issu de 8 items (n°6 et n° 31 à 37 du tableau 1) ; une analyse en composante principale donne les résultats suivants : valeur propre > à 5 et plus de 64 % de la variance expliquée. En intégrant l'item d'intention l'analyse conduit à des résultats similaires ce qui légitime pleinement la variable fidélité composite.

Le choix est alors soit de considérer la TAR avec une échelle mono-item sur l'intention, soit de considérer un construit plus global qui intègre les dimensions conative et identitaire en tant que variable à expliquer.

c) Régressions multiples exploratoires

Les 3 variables explicatives du modèle de base de la théorie de l'action raisonnée (attitude, normes descriptives et normes injonctives) expliquent 49.3% de la variance de l'intention comportementale : l'attitude est de loin la variable la plus influente avec un coefficient béta de 0,59, suivi par les normes descriptives (béta = 0,32) et les normes injonctives (béta = 0,12).

Le rajout de la connaissance subjective conduit à expliquer 53.3 % de la variance de l'intention comportementale. Dans ce cas, l'attitude conserve son leadership dans l'explication de la formation de l'intention avec un béta de 0.45, suivi par la connaissance subjective avec un béta de 0.36 et les normes descriptives (0.26). Les normes injonctives restent significatives mais à un très faible niveau : leur béta passe à 0.05 (au lieu de 0.12 dans le modèle initial).

Notons que le rajout de l'identité personnelle en termes de spiritualité/paranormal conduit à expliquer 60.9 % de la variance de l'intention comportementale en perturbant fortement le modèle initial : l'identité personnelle en termes de spiritualité devient de loin la variable la plus influente avec un coefficient béta de 0,70, suivi, à égalité, par les normes descriptives et la connaissance subjective qui maintiennent leur capacité prédictives (béta = 0,18). L'attitude, par contre, devient non significative tout comme les normes injonctives.

Le rajout des expériences passées conduit à expliquer 55.4 % de la variance de l'intention comportementale. Dans ce cas, l'attitude conserve son leadership dans l'explication de la formation de l'intention avec un béta de 0.42, suivi par la connaissance subjective (0.25) et les normes descriptives (0.23). Les expériences passées des proches prennent une place significative (0.20) alors

que celles de l'individu sont peu significatives (0.09). Les normes injonctives deviennent non significatives (au lieu de 0.12 dans le modèle initial).

Le modèle sur la fidélité composite, qui intègre l'ensemble des variables testées dans le cadre de la TAR étendue, permet d'expliquer 73.3 % de la variance. L'attitude conserve son influence avec un bêta de 0.45, suivi par la connaissance subjective à 0.29 et des normes descriptives qui passent 0.23. par contre les expériences passées des proches deviennent non significative alors que celle de l'individu reste significatives à 0.10 ; les normes injonctives sont, comme dans la TAR, non significatives.

Ces résultats comparés entre un modèle conatif versus fidélité composite peut conduire à des discussions autour de la place de ces expériences passées au sein de ces modèles.

La formation de l'attitude est expliquée à hauteur de 56% par les divers bénéfices perçus dont 6 présentent des coefficients bêta supérieurs à 0.10. Le principal bénéfice attendu réside dans le fait «d'avoir des explications à des phénomènes que la science n'explique pas » (bêta = 0.23).

d) Typologie exploratoire

Une typologie exploratoire basée sur les variables explicatives de l'intention et de la fidélité a été conduite. Les résultats du test de Fisher sont significatifs à $p < 0.001$ pour chaque variable. Quatre classes sont identifiées dont des convaincus (11 % de l'échantillon) qui ont des moyennes, scores, significativement supérieurs sur toutes les variables, des réfractaires dont les scores sont à l'inverse, des indifférents/neutres et des engagés qui ont des scores supérieurs aux deux dernières classes mais inférieurs à ceux de la classe des convaincus.

Tableau 1 : Typologie en fonction des moyennes sur les 7 variables significatives des deux modèles étendus

CLASSIFICATION (% de l'échantillon)	Fréq expé ind	Fréqu proches	Intention	Attitude	Normes descriptives	Connaissance Subj	Fidélité composite
Convaincus (11%)	4,10	5,19	5,76	5,11	5,01	4,79	5,45
Réfractaires (34.9 %)	1,22	1,70	1,40	1,61	2,04	1,27	1,51
Engagés (24.1 %)	2,24	3,64	4,76	4,06	4,16	3,31	4,35

indifférents neutres (30 %)	1,59	2,42	3,31	2,98	3,37	1,83	3,17
TOTAL	1,90	2,76	3,26	2,99	3,27	2,32	3,12

Notons que la classe d'âge des « parents » est surreprésentée parmi les réfractaires alors que les jeunes le sont dans la classe des engagés ($\chi^2 = 19,65$, ddl = 6, 1-p = 99,68%).

Disponibilité et formats de la BDD

La BDD est disponible sur la plateforme Researchgate au format Excel (formats sphinx et SPSS disponibles à la demande).

DOI : 10.5281/zenodo.5881866

Lien : <https://zenodo.org/record/5881866#.YekpdXqZOUk>

Licence : Creative Commons Attribution 4.0 International

Citation : Pernin Jean-Louis. (2022). Intention de soutenir l'existence de phénomènes paranormaux : une application de la théorie de l'action raisonnée étendue (UTF 8) [Data set]. Zenodo.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.5881866>

Bibliographie

Ajzen I., « The Theory of Planned Behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, n° 50, 32 p.

Cialdini R. B., Kallgren C. A. et Reno R. R., « A focus theory of normative conduct: A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior », dans Zanna M. P. (sous la dir. de), *Advances in experimental social psychology*, San Diego, CA: Academic Press, 1991, 32 p.

Cronbach L.J., « Coefficient alpha and the internal structure of tests », *Psychometrika*, vol. 16, 1951, 37 p.

Fishbein M. et Ajzen I., *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley, 1975, 126 p.

Fishbein M., "Predicting, understanding, and changing socially relevant behaviors: Lessons learned", dans McGarty C.E. & Haslam S.A. (sous la dir. de), *The Message of Social Psychology: Perspectives on Mind in Society*, Cambridge (MA), Blackwell, 1997, 77-91.

Lichtlé Marie-Christine et Véronique Plichon. "Mieux comprendre la fidélité des consommateurs." *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, vol. 23, n° 4, 2008, 20 p.

Likert R., « A Technique for the Measurement of Attitudes », *Archives of Psychology*, vol. 140, 1932, 5 p.

MacDonald DA, Friedman HL, Brewczynski J, Holland D, Salagame KKK, Mohan KK, et al. Spirituality as a Scientific Construct: Testing Its Universality across Cultures and Languages. *PLoS ONE*, vol. 10, n° 3, 2015, 38 p.

Marwin H. M. S., Gjaltn-Jorn Y. P. et Gerjo K., « The operationalization of self-identity in reasoned action models: a systematic review of self-identity operationalizations in three decades of research », *Health Psychology and Behavioral Medicine*, vol. 9, n°1, 2021, 21 p.

Roussiau, Nicolas, and Elise Renard. *Psychologie et spiritualité: Fondements, concepts et applications*. Dunod, 2021, 287 p.

Paquin R.S. et Keating D.M., « Fitting identity in the reasoned action framework: A meta-analysis and model comparison », *The Journal of Social Psychology*, vol. 157, n° 1, 2017, 16 p.