

Adil Ghazali, Kaoutar Beggar  
& Ghizlan Benbrahim

## « **Ma routine quotidienne** » entre la **logique des Youtubeurs et celle des Followers : cas de dissonance cognitive**

“MY DAILY ROUTINE” BETWEEN THE LOGIC  
OF YOUTUBERS AND THAT OF FOLLOWERS:

CASE OF COGNITIVE DISSONANCE

**Abstract:** Historically, the public space was almost dominated by males to the detriment of females. However, with the emergence of the new information and communication technologies, the virtual world presents itself as a privileged space for women to explore this technology, as a place of free expression and fulfillment, of which “my daily routine” is an example.

**Keywords:** Cognitive Dissonance; Emotional Dissonance; Daily Routine; Youtubers; Followers.

**ADIL GHAZALI**

ghazaliadil@hotmail.com

**KAOUTAR BEGGAR**

beggarkaoutar@gmail.com

**GHIZLAN BENBRAHIM**

g.benbrahim15@gmail.com

Université Hassan II, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Mohammedia, Maroc

DOI: 10.24193/cechinox.2022.42.10

### 1. Problématique

Si la femme au sein de la société marocaine est marginalisée dans le milieu professionnel, l'émergence des technologies de l'information et de la communication, et leurs facilités d'appropriation, se présentent comme un enjeu majeur du développement économique et social de la femme. De ce fait, des formes du travail informel qui n'exigent pas une qualification professionnelle ou des compétences spécifiques, ont vu le jour ; « ma routine quotidienne » est un exemple concret de ces nouveaux modes de travail.

Il s'agit de femmes qui filment leur quotidien surtout au sein de leur espace domestique, en exposant leur corps avec des gestes suggestifs, pour stimuler les followers à suivre le maximum de ces vidéos. Ceci a des répercussions économiques très intéressantes. En contrepartie, ces pratiques sont contradictoires avec les convictions, les valeurs et les croyances de ces femmes youtubeuses. En outre, les followers malgré les critiques qu'ils développent par rapport

à ce phénomène de “ma routine quotidienne” comme étant des pratiques contre la religion islamique et la culture marocaine, continuent quand même à suivre, avec une fréquence remarquable ces vidéos. Ces pratiques génèrent une double dissonance cognitive chez les youtubeuses et les followers.

De ce fait, les youtubeuses ne trouvent pas de difficultés à réaliser ces vidéos, mais en réalité, elles sont censées gérer des émotions négatives, masquées évidemment aux followers (Hochschild, 1979 ; Zapf et al., 2003). Selon Hochschild (1979) la dissonance émotionnelle désigne l'inconfort psychologique chez l'individu entre l'émotion ressentie et l'émotion à exprimer, ou une forme de conflit personne-rôle provenant du conflit entre les émotions exprimées et vécues (Rebecca, 1998), ou bien c'est l'expression d'une divergence structurelle entre, d'une part, les émotions ressenties, et d'autre part, les émotions affichées telles qu'elles sont attendues et appropriées dans le contexte de travail (Zapf, 2002).

La gestion des émotions semble une question cruciale chez les praticiennes de « ma routine quotidienne » ; des études dans ce domaine révèlent que l'expression des émotions est une variable explicative de l'insatisfaction, de l'absentéisme ou de la détérioration de la santé des employés (Holman, 2002) tels que les troubles de l'humeur (Wieclaw, Agerbo, Mortensen, Burr, Tuchsén & Bonde, 2008 cités par Machado et Desrumaux, 2015) en particulier la dépression (Muntaner et al., 2006). D'autres études, montrent un lien significatif entre la gestion des émotions et l'épuisement professionnel (Dagot & Perié, 2014 ; Lourel, 2006). Dans une étude comparative, Dagot et Perié (2014) ont montré que

les salariés ayant pour activité la prise en charge de clients sur des questions liées au care (santé, accidents, urgences) présentent des scores de burnout et de dissonance émotionnelle plus élevés que les salariés évoluant sur des missions plus techniques et commerciales.

Dans la présente étude nous examinerons deux hypothèses essentielles ; la première postule que la dissonance cognitive chez les youtubeuses réside dans le fait que le corps féminin constitue une propriété de masculin. La deuxième hypothèse dicte que le corps féminin est conçu par les followers comme une source du plaisir (norme individuelle), ainsi qu'un tabou (norme sociale).

## 2. Le cadre théorique

Devant l'émergence des réseaux sociaux et les divers contenus offerts, l'exposition des individus à des situations de dissonance cognitive semble être un résultat inévitable à son interaction avec le monde virtuel, ce dernier constitue une station de plusieurs situations dilemmes qui pose notre système de pensées devant des contractions interminables entre nos croyances, nos émotions, nos attitudes et même les comportements que nous adoptons. L'ampleur de cette situation de dissonance, dépend souvent de l'importance de nos croyances et nos valeurs qui constituent le noyau sujet de dissonance, ainsi que la proportion des idées dissonantes engendrées au sein de notre système de traitement d'information.

La dissonance cognitive est un état de tension psychologique produite par le maintien simultané des cognitions contradictoires et opposées, motivant la

personne à réduire la tension soit en rejetant l'une des deux croyances opposées, ou en conciliant les deux cognitions contradictoires, ou encore en adoptant une nouvelle cognition alternative. La source de la dissonance est endogène c'est-à-dire interne à l'individu, elle prend son origine dans son économie cognitive. Plus précisément, elle découle d'un certain type de relation entre deux cognitions, entre deux cognitions, connaissances, opinions ou croyances relatives à l'environnement, à soi ou à son comportement, et la relation entre ces croyances peut être consonante ou encore non pertinente. Dans ce sens, Festinger (1957) parle de quatre sources principales de dissonance ; qui peut être d'ordre logique (incongruence entre deux cognitions contradictoires), ou culturelle (interférence entre un comportement et une norme), ou encore un rapport entre le spécifique et le général (incongruence entre une opinion ou un comportement particuliers et une série d'opinions ou de comportements), ou finalement l'effet de la nouveauté ou le rapport entre une expérience passée et une expérience présente (incongruence entre une attente et un fait) (Clemence, 1993).

La théorie de la dissonance cognitive qui a été développée par Festinger (1957) est devenue la théorie la plus étudiée en psychologie sociale. Selon cette théorie, la production d'un état de dissonance s'effectue quand une personne croit en deux ou plusieurs cognitions (bits d'informations) hétérogènes et qui ne forment pas un pattern cognitif harmonieux. Ces cognitions englobent les pensées, les attitudes, les croyances, la prise de conscience de nos conduites, et nos comportements. Dans ce sens, la présence de dissonance cognitive

génère des pressions visant à réduire ou à éliminer la dissonance. La force des pressions exercées pour diminuer la dissonance est fonction de la magnitude de la dissonance. En d'autres termes, la dissonance agit à la manière d'une motivation, d'un besoin ou d'une tension. Sa présence conduit à adopter des mesures visant à la réduire (Festinger, 1957. p. 31).

Une autre notion s'est émergée de cette théorie de dissonance cognitive, qui est celle de *la dissonance émotionnelle* qui se détecte lorsqu'un individu produit un comportement en décalage avec ses croyances, il ressent un inconfort qu'il tend à faire cesser. En d'autres termes, la dissonance émotionnelle émerge lorsque des émotions qui doivent être exprimées pour répondre aux normes organisationnelles ne sont pas conformes aux émotions réellement ressenties (Mainhagu et Moulin, 2014). Autrement dit, la dissonance émotionnelle est l'expression d'un état d'inconfort psychologique provenant du conflit entre les émotions exprimées et vécues. Un principe de dissonance émotionnelle, analogue au principe de dissonance cognitive, est en effet à l'œuvre : sur le long terme, maintenir une différence entre « ressentir » et « faire semblant de ressentir » engendre de la tension. Nous essayons de réduire cette tension en faisant converger les deux, soit en modifiant ce que nous ressentons, soit en modifiant ce que nous simulons. Lorsqu'une certaine manière de paraître est exigée par le travail, c'est d'ordinaire nos sentiments qui doivent s'adapter ; et lorsque nos conditions de travail nous éloignent de ce qu'exprime notre visage, elles nous éloignent aussi parfois de nos sentiments (Hoschschild, 2017. p. 140). La réduction de la dissonance

émotionnelle s'effectue via le travail émotionnel qui est défini par Hoschschild (1983) comme l'ensemble des régulations et des efforts fournis pour se plier aux normes émotionnelles. Toutefois, il existe une nuance entre le travail émotionnel et la suppression ou le contrôle émotionnel ; Le travail émotionnel est différent de la « suppression » ou du « contrôle » émotionnel. Ces deux derniers termes suggèrent un effort orienté, seulement dans le dessein de réprimer ou d'empêcher un sentiment. Le « travail émotionnel » fait référence de façon plus large à l'acte qui vise à évoquer ou à façonner, ou tout aussi bien à réprimer un sentiment. J'évite le terme « manipuler », car il suggère une superficialité que je n'ai pas l'intention de laisser supposer. Nous pouvons ainsi parler de deux grandes catégories de travail sur les émotions : l'évocation, pour laquelle la cognition vise un sentiment désiré initialement absent, et la suppression, pour laquelle la cognition vise un sentiment involontaire initialement présent (Hoschschild, 2003.p.33).

Dans cette perspective, les youtubeuses sont amenées à trancher entre l'émotion superficielle imposée par la tâche (ce qu'il doit ressentir), et le travail émotionnel (ce qu'il essaie de ressentir). Ce qui donne lieu à des écarts entre la tâche prescrite et la tâche réelle. Cet écart est dénommé la déviance émotionnelle (Ashforth et Humphrey, 1993) ou « la dissonance émotionnelle » (Hoschschild, 2003).

De sa part, Chatzidakis et al. (2006) expliquent dans *la théorie de la neutralisation* comment les personnes adoptent un comportement final hétérogène avec leurs croyances cristallisées mais, sans sentir un inconfort psychologique. En effet, selon Chatzidakis et al. (2006) l'acceptation

de l'incohérence entre les croyances et les comportements peut être atteinte de quatre façons possibles ; soit en culpabilisant les autres (le déni de responsabilité), ou en considérant que le comportement d'aurait pas trop d'effet sur autrui (déni de préjudice), ou encore en attaquant l'incapacité des acteurs de la cause qu'on est censé soutenir (la condamnation des juges), ou finalement en adoptant une autre cause ou cognition plus importante, qui obligerait à faire entrave à ses principes personnels (l'appel à une autre priorité). Cette théorie a été largement utilisée pour expliquer le comportement déviant ou délinquant, ainsi que les conduites des utilisateurs de technologies numériques.

### 3. Cadre méthodologique de la recherche

#### 3.1. Questions et hypothèses de recherche

Dans cette présente étude, nous essaierons de répondre aux questions de recherche suivantes :

- Comment les followers se représentent les femmes youtubeuses ?
- Comment les femmes youtubeuses et les followers gèrent leur dissonance cognitive ?
- Quels sont les facteurs qui amènent les youtubeuses et les followers à la dissonance cognitive ?

Dans ce cadre, nous avons supposé deux hypothèses. Selon la première, la dissonance cognitive chez les youtubeuses réside dans le fait que le corps féminin est une propriété de masculin. Et la deuxième, suggère que le corps féminin est conçu par les followers comme une source

du plaisir (norme individuelle), mais également comme un tabou (norme sociale).

### 3.2. Méthode et outils de recherche

Pour vérifier nos hypothèses et répondre à nos questions de recherche, nous avons opté pour une approche mixte, combinant deux outils ; un outil d'ordre quantitatif (a) et un outil d'ordre qualitatif (b) :

a) Une échelle (28 items) : conçue pour évaluer le niveau de dissonance cognitive chez les followers. Cette échelle comprend trois dimensions : émotionnelle, comportementale et sociale.

b) Des entretiens semi-directifs auprès des femmes youtubeuses ;

### 3.3. Échantillon de recherche et ses caractéristiques

Cette étude a été menée auprès de 189 individus, dont 60% sont des femmes et 40% sont des hommes. Il s'agit majoritairement de jeunes individus (48% sont âgés entre 16 et 26 ans), 30% sont âgés entre 27 et 37 ans, 12% sont âgés entre 38 et 48 ans et finalement 10% sont âgés de 49 ans et plus. En ce qui concerne la situation familiale, la moitié de l'échantillon est des célibataires, 41% sont mariés, 8% sont divorcés et 1% sont des veufs. Pour le niveau scolaire, la plupart des interrogés ont un niveau universitaire (soit 87%), 8% ont un niveau lycéen, 3% ont un niveau collégial et seulement 2% sont non scolarisés. Relativement à la profession, plus que la moitié de l'échantillon n'exerce aucune profession (soit 53%), 18% exercent un métier commercial, 6% travaillent dans le secteur de l'enseignement, 6% dans le secteur de la santé, 2% travaillent au Droit, 2% sont des artistes,

et 13% travaillent dans d'autres domaines. Concernant le salaire, 55% ne touchent aucun salaire, 4% touchent un salaire de moins de 3000 MAD, 11% touchent entre 3001 et 5000 MAD, 14% touchent un salaire entre 5001 et 10 000 MAD et 16% touchent plus de 10 000 MAD.

Les données collectées ont été analysées à l'aide du logiciel SPSS 25. Nous avons procédé par une analyse des trois dimensions de la dissonance cognitive, dimension émotionnelle, dimension comportementale et dimension sociale.

## 4. Résultats principaux

Les résultats obtenus par cette étude montrent que 30% des personnes interrogées sont des followers des vidéos de « ma routine quotidienne ». En plus, 39% des followers regardent ces vidéos à une fréquence très élevée (toujours), 17% les regardent souvent, 14% les regardent parfois, et 10% les regardent rarement.

L'analyse du score de la dissonance cognitive a montré que tous les répondants ont un niveau très élevé dans les deux dimensions : émotionnelle ( $M = 43.22$ ) et sociale ( $M = 26.07$ ), et un niveau élevé dans la dimension comportementale ( $M = 15.75$ ).

La comparaison des moyennes selon le facteur genre a montré que ce sont les femmes qui enregistrent un niveau plus élevé dans la dimension émotionnelle, mais ce sont les hommes qui ont un niveau plus élevé en matière de dissonance comportementale. Concernant la dimension sociale, les deux (femmes & hommes) ne représentent aucune différence significative.

À propos du facteur âge, ce sont les personnes d'âge moyen (âgées entre 38 et 48 ans) qui ont le plus haut niveau de

dissonance émotionnelle ( $M = 44,81$ ). Pour la dimension comportementale, ce sont toujours les personnes de la même tranche d'âge qui ont un niveau plus élevé ( $M = 17,45$ ). Par contre, ce sont les plus âgés (49 ans et plus) qui ont un niveau plus élevé dans la dimension sociale ( $M = 27,11$ ).

Relativement, au facteur de la situation familiale, ce sont les personnes divorcées qui représentent un niveau élevé dans la dimension émotionnelle ( $M = 48,85$ ), alors que ce sont les veufs qui ont un niveau plus élevé dans la dimension comportementale ( $M = 18$ ) ainsi que, dans la dimension sociale ( $M = 31$ ).

Quant au facteur du niveau scolaire, ce sont les répondants qui ont un niveau collégial qui enregistrent un niveau plus élevé dans la dimension émotionnelle ( $M = 50$ ) et dans la dimension sociale ( $M = 26,66$ ). Pourtant, ce sont les personnes qui ont un niveau scolaire lycéen qui ont le niveau le plus élevé dans la dimension comportementale ( $M = 16$ ).

En ce qui concerne le facteur de la profession, ce sont les personnes travaillant dans le secteur de la santé qui enregistrent un niveau élevé dans la dimension émotionnelle ( $M = 50$ ). D'autre part, ce sont les artistes qui ont le plus haut niveau dans la dimension comportementale ( $M = 18$ ) et dans la dimension sociale ( $M = 31$ ).

Finalement, par rapport au facteur salaire mensuel, ce sont les personnes qui touchent un salaire oscillant entre 3001 et 5000 MAD qui ont un haut niveau dans la dimension émotionnelle ( $M = 45,40$ ), par contre, ce sont ceux qui touchent 10 000 MAD et plus qui ont un le niveau le plus élevé dans la dimension comportementale ( $M = 17,73$ ) et la dimension sociale ( $M = 28,06$ ).

## Discussion

Les résultats de cette étude ont indiqué que le niveau de la dissonance détectée chez notre échantillon d'étude semble être élevé avec des différences notables entre les trois composantes ; émotionnelle, comportementale et sociale. En contrepartie, les données croisées avec les indicateurs socioprofessionnels, ont montré un impact significatif de l'âge, du genre, de la situation maritale, du niveau scolaire, du secteur professionnel et du salaire, sur les scores obtenus dans l'ensemble des dimensions de la dissonance cognitive en ce qui concerne la gestion des tensions cognitives engendrées par le phénomène de « ma routine quotidienne » chez les followers étudiés.

Le phénomène des vidéos YouTube de « ma routine quotidienne » illustre parfaitement l'une des situations dilemmes créatrices d'un état de dissonance cognitive, d'une part chez les Youtubeuses, et d'autres part chez les followers. En effet, nous vivons dans une société conservatrice, dans laquelle les croyances et les représentations sociales de l'image de la femme, s'articulent autour d'un stéréotype de la femme qui ne devrait pas montrer son corps. Ainsi, l'émergence de l'état de dissonance cognitive observée chez les participants est fortement liée à la non appartenance du corps féminin à la femme, qui s'intègre étroitement au sein de l'imaginaire collectif marocain, et qui se nourrit de la perception de la relation homme/femme qui a été marquée historiquement par de multiples formes de domination et de résistance perpétuelle.

Devant les croyances et les stéréotypes et l'image sociale de la femme marocaine qui illustre les représentations de la femme

mère, la femme sœur, et la femme épouse idéale, les youtubeuses agissent en désaccord avec l'ensemble de leurs croyances cristallisées avec leur identité marocaine, en exposant leurs corps dans un contenu accessible à tout le monde. Cette contradiction croyance/comportement qui induit un état de dissonance cognitive génère souvent un autre type de dissonance, dite émotionnelle, puisque malgré elle, cette youtubeuse qui crée ces vidéos de « ma routine quotidienne » doit exprimer des émotions contradictoires à ses émotions réelles. De même pour les followers, le fait de porter un intérêt pour ce contenu, de le suivre et de le regarder, les posent également dans une situation d'hétérogénéité avec les croyances et les cognitions cristallisées autour l'image de la femme marocaine et musulmane.

Ce qui explique les résultats obtenus par la présente étude, qui indiquent que les Youtubeuses et leurs followers en créant et en regardant le contenu des vidéos « ma routine quotidienne », ils agissent en désaccord avec leurs croyances et leurs cognitions et se retrouvent ainsi dans un état de dissonance cognitive et d'inconfort psychologique. La dimension émotionnelle était notablement élevée à la palpation de l'état de la dissonance chez notre échantillon d'étude avec une moyenne qui dépasse 42, ceci est expliqué par le degré de désaccord et d'hétérogénéité par les émotions exprimées et les émotions ressentis réellement chez les interrogés. En deuxième position, vient la dimension sociale de cette dissonance avec une moyenne de 26.7, témoignant la présence d'un écart significatif entre le comportement de créer et de regarder le contenu des vidéos « ma routine quotidienne », et les normes et

les croyances cristallisées avec l'éducation marocaine chez notre échantillon d'étude.

Ces résultats semblent être en accord avec une étude (Jeong et al., 2019) réalisée auprès 425 utilisateurs des réseaux sociaux, qui indique l'existence d'un lien statistiquement significatif entre la consommation d'informations provenant du monde virtuel et le degré d'inconfort psychologique chez les utilisateurs des réseaux sociaux. En effet, les résultats de cette étude indiquent qu'afin de faire face à l'état de dissonance cognitive engendrée par les informations consommées sur les réseaux sociaux, les individus optent pour l'exposition sélective (*selective exposure*) afin d'éviter les opinions qui peuvent augmenter la situation d'inconfort psychologique. Mais, lorsque la croyance revêt une valeur élevée, les individus optent pour un comportement affectif (*affective behavior*) afin de persuader les autres à adopter les mêmes cognitions (Jeong et al., 2019). Puisque toute situation de dissonance cognitive est génératrice d'un état d'inconfort psychologique, l'individu cherche à trouver un recours de rapprochement et d'ajustement des cognitions et des actions dans le but de réduire la dissonance et de réaliser une cohérence et un équilibre entre le comportement adopté et la vie affective.

L'effort fourni par l'individu pour réduire l'état de dissonance est souvent proportionnel au degré d'inconfort psychologique engendré et l'ampleur de cet état de dissonance. Selon Festinger (1947), il existe trois voies de recours possibles qui permettent à l'individu de réduire un état de dissonance cognitive ; le changement du comportement avec le respect de la cognition, ou l'aménagement de la cognition conflictuelle, ou encore l'adoption



de nouvelles cognitions (Vaidis et Halmi-Falkowicz, 2007). Sans oublier l'impact du « collectif ». En effet, devant une situation de d'inconfort et de dissonance (comme celle de trouver du plaisir à regarder et suivre un contenu jugé inapproprié sur YouTube, et être à la fois contre ce contenu), l'individu cherche naturellement, à argumenter ses attitudes et ses comportements afin de maintenir une certaine zone de confort cognitif. Pourtant, notre traitement d'information est souvent biaisé par des biais cognitifs comme le biais de confirmation (privilégier les informations favorables au renforcement de ses idées), et ces biais individuels se retrouvent parfois renforcés par l'impact du groupe et du collectif. Autrement dit, il s'est avéré que l'influence du groupe est plus déterminante que la logique et la réflexion individuelle sur l'adoption du comportement sociale.

L'influence du facteur âge sur les moyennes de la dissonance obtenues, surtout dans la dimension émotionnelle, peut être expliqué par le changement du vécu émotionnel selon l'âge. En ce sens, une étude réalisée sur le changement des expériences émotionnelles par rapport à l'âge chez une population adulte, en se référant au modèle cognitive de l'émotion appelé l'évaluation cognitive (*the appraisal theory*), a trouvé que les changements cognitifs, motivationnels, et physiques qui sont liés à l'âge ont une influence significative sur le système d'évaluation (*the appraisal system*), ainsi les adultes âgés effectuent des évaluations différentes à celles des adultes jeunes, de ce fait les expériences et les vécus émotionnels différent selon l'âge, entre les adultes âgées et les adultes jeunes (Young, 2021).

En ce qui concerne l'impact du facteur du genre, on a trouvé que les femmes

vivent une dissonance émotionnelle très élevée par rapport aux hommes, ceci peut être expliqué par la nature des normes et des jugements de notre société marocaine, qui reste malgré l'énorme progrès sociétal, une société masculine par excellence, dans laquelle l'homme bénéficie toujours des circonstances atténuantes, en contrepartie la femme doit toujours prétendre et cacher ses réelles émotions pour ne pas être mal jugée et condamnée par les circonstances aggravantes de la société. Mais en l'occurrence de la dimension émotionnelle, on a noté que la moyenne de la dissonance comportementale était plus élevée chez l'homme, puisque ce dernier constitue la cible du premier degré du contenu de ces vidéos de « ma routine quotidienne » sujet de cette dissonance.

De même pour l'effet de la situation maritale, les résultats obtenus montrent que les participants divorcés ont un score de dissonance émotionnelle très élevée, puisque c'est la catégorie qui vit plus d'écart entre les émotions exprimées et les émotions réellement ressenties, tant que le fait d'être un/une divorcé(e) constitue en principe sociétal marocain une position désavantageuse, surtout pour la femme. Finalement, l'impact des facteurs professionnels (secteur du travail et salaire) sur la dimension émotionnelle de la dissonance palpée chez notre échantillon d'étude, semble être en accord avec plusieurs études qui indiquent la présence d'une relation statistique significative entre le bien-être au travail et la dissonance émotionnelle (Djediati, 2020).

## Conclusion

L'objectif de ce travail de recherche était de comprendre et de clarifier par



une approche psychosociale la situation de dissonance cognitive palpée autour du phénomène « ma routine quotidienne », et de vérifier la relation entre cette erreur de traitement cognitif et les comportements et les attitudes entretenus par les Youtubeuses d'une part, et les Followers d'autre part, vis-à-vis les vidéos « ma routine quotidienne » dont les irradiations et les effets ne se limitent pas seulement au monde virtuel, mais atteignant également la vie psychosociale des personnes concernées ainsi que leur entourage social. La réalisation de la présente étude s'appuie sur une méthodologie quantitative, ainsi différents résultats ont été obtenus. En effet, ces résultats montrent la présence d'un état de dissonance cognitive statistiquement significative sur les trois dimensions, émotionnelle, comportementale et sociale, chez les participantes youtubeuses. En outre, on trouve l'effet statistique prouvé des variables socio-démographiques sur l'état de dissonance cognitive chez la totalité

des participants, et qui est noté sur les trois dimensions ; émotionnelle, comportementale et sociale.

L'intérêt de l'approche psychosociale, dans la compréhension et l'explication de ce phénomène de « ma routine quotidienne », réside dans le fait qu'elle nous offre de nouvelles pistes d'intervention, car il s'est avéré que la compréhension de ce phénomène de dissonance constitue une voie prometteuse de prévention, de sensibilisation et de changement des comportements des individus. Autrement dit, la compréhension et la prise de conscience de la présence d'un état de dissonance génère un inconfort psychologique qui conduit l'individu à faire les efforts nécessaires afin d'harmoniser ses conduites avec ses croyances et ses cognitions, ainsi cet état de dissonance cognitive peut être exploité positivement comme moyen pour changer les comportements, il suffit d'engager un dialogue déclenchant le processus du questionnement et la prise de conscience chez l'interlocuteur.

## RÉFÉRENCES

- Cahour, B., et Lancry, A., « Emotions et activités professionnelles quotidiennes », in *Le Travail Humain*, no. 74(2), 2011, p. 97-106.
- Chatzidakis, A., Smith, A., et Hibbert, S., « Ethically Concerned, Yet Unethically Behaved », in *Advances in Consumer Research*, no. 33, 2006, p. 693-698.
- Clemence, A., « Les Théories de la Dissonance Cognitive », in *Analyse Psychologique*, no. 2 (Xi), 1993, p. 237-251.
- Djediati, A., Battistelli, A., et Pohl, S., « Dissonance émotionnelle et bien-être dans la profession infirmière : le rôle médiateur des stratégies de régulation émotionnelle », in *Psychologie du Travail et des Organisations*, no. 26, 2020, p. 158-170, ISSN 1420-2530.
- Festinger, L., *A cognitive dissonance theory*, Stanford, Stanford University Press, 1957.
- Festinger, L., et Aronson, E., « Éveil et Réduction de la dissonance dans les contextes sociaux », in Faucheux, C., et Moscovici, S., (dir.), *Psychologie sociale théorique et expérimentale*, édition Mouton Editeur, paris, 1971, p. 11-35.
- Gallen, C., et Brunel, O., *La théorie de la dissonance cognitive : un cadre unificateur pour la recherche en marketing sur les conflits*, in HAL, no. 00924000, 2014, p. 1-13.
- Hochschild, A. R., *Travail émotionnel, règles de sentiments et structure sociale*, in *Travailler*, no. 9(1), 2003, p. 19-49.

- Hochschild, A., R., *Le prix des sentiments. Au cœur du travail émotionnel*, édition de La Découverte, Trad. Salomé Fournet-Fayas et Cécile Thomé, Paris, 2017.
- Jeong, M., Zo, H., Lee CH., et Ceran, Y., «*Feeling displeasure from online social media postings: A study using cognitive dissonance theory, Computers*», in *Human Behavior*, no. 97, 2019, p. 231-240, ISSN 0747-5632.
- Lahire, B., *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, La Découverte, 2004, Paris.
- Mainhagu, S., et Moulin, Y., «*Les antécédents de l'expression d'émotions dans un centre d'appels. Relations industrielles* », n° 1, vol. 69, 2014, p. 87-114.
- Vaidis, D., et Halimi-Falkowicz, S., «*La théorie de la dissonance cognitive : une théorie âgée d'un demi-siècle* », in *Revue électronique de Psychologie Sociale*, n°1, 2007, p. 9-18.
- Young, N., A., Minton, A., R., et Mikels, J., A., *The appraisal approach to aging and emotion: An integrative theoretical framework*, édition Developmental, De Paul University, United States, 2021.