

*Colloque international INS HEA « Toucher pour apprendre, toucher pour communiquer »
17 et 18 mars 2016 - Cité des Sciences, Paris*

« Si je te touche, je t'influence »

Perception du demandeur et effet du toucher

David Vaidis, *Université Paris Descartes (EA4471)*

Séverine Halimi-Falkowicz, **Nicolas Buttafoghi**, **Didier Courbet**,
Marie-Pierre Fourquet-Courbet, *Aix-Marseille Université (EA4262)*

Trois types d'effets du toucher



- effet sur la perception de l'environnement
(e.g., Silverthorne, Noreen, Hunt, & Rota 1972 ; Hornik, 1992a)
- effet sur la perception du « toucheur »
(e.g., Alagna, Whitcher, Fisher, & Wicas, 1979 ; Wycoff & Holley, 1990 ; Hornik, 1992b, exp. 2)
- effet sur le comportement de soumission
(e.g., Kleinke, 1977 ; cf. méta-analyse de Guéguen, 2002a)

Effet sur le comportement de soumission

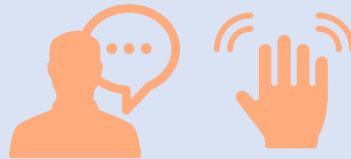
Toucher la personne sollicitée augmente de façon significative la probabilité d'acceptation de la requête.



Première expérimentation – Kleinke (1977)



63 %



96 %

Effet sur le comportement de soumission

Toucher la personne sollicitée augmente de façon significative la probabilité d'acceptation de la requête.

Première expérimentation – Kleinke (1977)



29 %



51 %

Effet sur le comportement de soumission

Diverses applications :

- bénévolat pour un Téléthon
(Goldman, Kiyoura, & Pfannensteil, 1985)
- réponse à un questionnaire gênant
(Nannberg & Hansen, 1994)
- comportement d'achat d'un produit
(Hornik, 1992)
- consommation d'alcool
(Kaufman & Mahoney, 1999)
- prise alimentaire par des personnes âgées
(Eaton, Mitchell-Bonair, & Friedmann, 1986)



Conditions optimales du toucher



Durée

- peu efficace si trop courte ($\frac{1}{2}$ s) (Vaidis & Halimi-Falkowicz, 2007)
- 1 à 2 secondes (e.g., Guéguen, 2002c)
- 2 à 3 secondes (e.g., Kaufman & Mahoney, 1999)
- délétère si trop longue (5 s) (Vaidis & Halimi-Falkowicz, 2007)



Localisation

- main (e.g., Fisher, Rytting, & Hesling, 1976)
- avant bras (e.g., Guéguen, 2001, 2002b)
- bras (e.g., Goldman et al., 2001; Guéguen & Fisher-Lokou, 2003)
- dos du bras (e.g., Bohm & Hendricks, 1997; Vaidis & Halimi-Falkowicz, 2007)
- épaule (5 s) (Silverthorne et al., 1972 ; e.g., Kaufman & Mahoney, 1999)



Coût de la requête

- donner quelques pièces (e.g., Kleinke, 1977, exp.2)
- garder un gros chien (Guéguen & Fisher-Lokou, 2002)
- participer à une animation en maison de retraite (Halimi-Falkowicz, Quaderi, Joule, 2007)
- gain plus important pour un coût intermédiaire (Vaidis & Halimi-Falkowicz, 2007)

Explications théoriques du phénomène

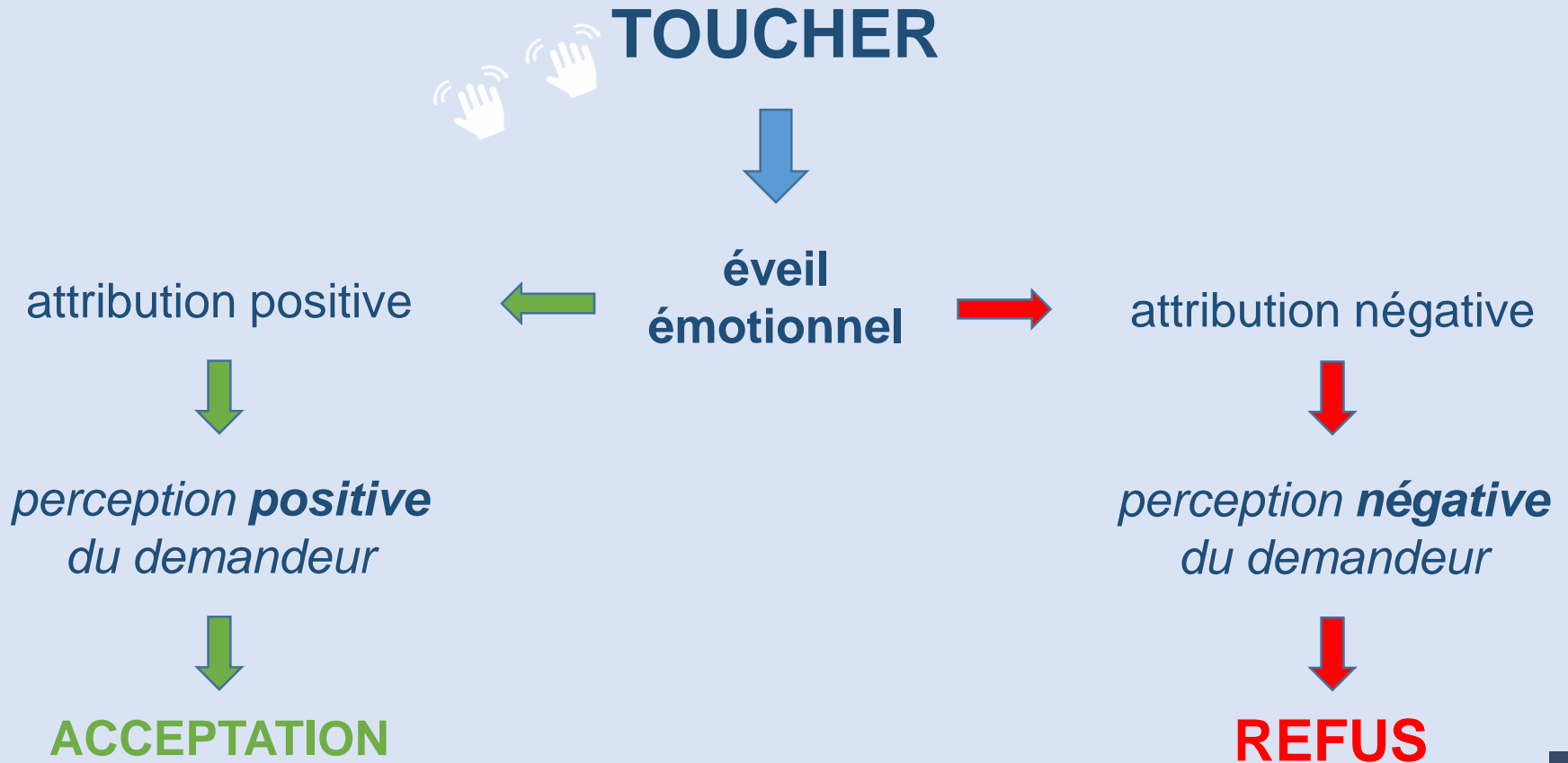
Comment expliquer le phénomène ?

- perception positive du demandeur (Fisher, Rytting, & Heslin, 1976)
- effet de familiarité (Goldman & Fordyce, 1983)
- activation d'une humeur positive (Howard, 1988)
- renforcement de la perception du besoin du demandeur (Bohm & Hendricks, 1997)
- renforcement du statut du demandeur (Guéguen, 2001)



L'hypothèse attributionnelle

Halimi-Falkowicz, Vaidis, & Joule, 2005



Etude 1 – Toucher et expression du visage

Requête : Obtenir un euro pour prendre le bus

Sujets : 240 étudiants aixois



	Toucher	Abs. de toucher
Sourire	65.0% (26/40)	37.5% (15/40)
Neutre	45.0% (18/40)	25.0% (10/40)
Sourcils froncés	12.5% (5/40)	22.5% (9/40)

Etude 2 – Toucher et odeur

Requête : Prêt d'un téléphone pour un appel

Sujets : 56 étudiants parisiens



	Toucher	Abs. de toucher
Echarpe sans odeur	71.4% (10/14)	57.1% (8/14)
Echarpe vinaigrée	45.0% (18/40)	25.0% (10/40)

Les résultats, non significatifs, vont néanmoins dans le sens de nos hypothèses

Pour conclure

La perception que le touché se fait du toucheur
(et plus, généralement de la signification globale de la situation) impacterait les effets du toucher.



En tenir compte



*Pensez à sourire si vous souhaitez
influencer ceux que vous touchez !*

Très touchés par votre attention lors de notre présentation 😊