Représentations du leadership politique féminin et différences culturelles : comparaison entre la France et le Cameroun

Emmanuel Wassouo

▶ **To cite this version:**

Emmanuel Wassouo. Représentations du leadership politique féminin et différences culturelles : comparaison entre la France et le Cameroun. Psychologie. Université Grenoble Alpes; Université de Yaoundé I, 2017. Français. NNT : 2017GREAH005 . tel-01691968

HAL Id: tel-01691968

https://theses.hal.science/tel-01691968

Submitted on 24 Jan 2018

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.

Communauté
UNIVERSITÉ Grenoble Alpes

THÈSE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE LA COMMUNAUTÉ UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES

préparée dans le cadre d'une cotutelle entre la *Communauté Université Grenoble Alpes* et Université de Yaoundé I

Spécialité : **PSYCHOLOGIE TRAVAIL ERGONOMIE**

Arrêté ministériel : 25 mai 2016

Présentée par

Emmanuel Aimé WASSOUO

Thèse dirigée par **Elisabeth DOUTRE**

Codirigée par **André EMTCHEU**

préparée au sein des Laboratoires Interuniversitaire de Psychologie/Personnalité, Cognition et Changement Social (LIP/PC2S) et de Psychologie Sociale et Expérimentale de l'Université de Yaoundé I.

dans les Écoles Doctorales des Sciences de l'Homme, du Politique et du Territoire (SHPT) et des Sciences Humaines, Sociales et Educatives de Yaoundé.

REPRESENTATIONS DU LEADERSHIP POLITIQUE FEMININ ET DIFFERENCES CULTURELLES: COMPARAISON ENTRE LA FRANCE ET LE CAMEROUN

Thèse soutenue publiquement le **21 Avril 2017**
devant le jury composé de :

M. Philippe Sarnin
Professeur, Université Lumière, Lyon 2, Rapporteur
M. Dongo Rémi KOUABENAN
Professeur, Université Grenoble Alpes, Président
M. Réné MOKOUNKOLO
Maitre de conférences, HDR Université de Tours, Rapporteur
Mme. Elisabeth DOUTRE
Maitre de conférences émérite, HDR Université de Grenoble Alpes, Directeur de thèse
M. André EMTCHEU
Professeur, Université de Yaoundé I, Co-directeur de thèse
Mme. Allison HARELL
Professeure, Université du Québec A Montréal, Examinatrice

A la famille Wassouo,

Abigaël Leslie, Manuela Danielle, Loïc Donald et Reine Catherine.

Remerciements

Au terme du rendu de ce manuscrit de recherche, il me semble évident que la thèse est une grande aventure riche en émotions multiples, alliant lassitude, crainte, dynamisme, déprime, désir d'abandon ou d'aller de l'avant. Dans ce cheminement, chaque rencontre et chaque discussion a permis d'inspirer ce travail de thèse et ouvrir de nouvelles perspectives. Remercier toutes les personnes qui ont contribuées à la réalisation de cette œuvre est un exercice très complexe, car il est fort possible de ne pas mentionner tout le monde ou d'en oublier. D'ores et déjà, je sollicite l'indulgence des personnes qui pourraient ne pas être mentionnées dans la présente thèse ou celles pour qui les mots choisis ne traduiraient pas suffisamment l'importance de leur contribution à ce travail.

Je tiens à remercier en premier ma directrice de thèse Elisabeth Doutre qui après plusieurs échanges, a finalement accepté mon projet de thèse et a tout mis en œuvre pour me permettre de réaliser ce travail. De nos nombreux échanges, j'ai été particulièrement marqué par sa patience, son sens d'écoute, sa rigueur et sa disponibilité. Merci de m'avoir mis le pied à l'étrier dans l'exaltant et exigeant champ de la recherche, merci d'avoir cru en moi. Ma reconnaissance va aussi à l'endroit de mon co-directeur André Emtcheu pour ses encouragements et son soutien tout au long de cette thèse.

Je remercie très sincèrement les rapporteurs de cette thèse, Philippe Sarnin et Réné Mokounkolo, qui ont accepté d'évaluer ce travail. Je remercie également le Professeur Rémi Kouabenan qui au-delà de ses conseils et de ses encouragements a accepté de siéger dans le jury de cette thèse. Merci au Professeur Allison Harrel qui malgré ses multiples occupations a accepté de faire le déplacement du Canada pour examiner ce travail.

Cette thèse n'aurait jamais pu se faire sans le support et la confiance de l'école doctorale SHPT et du Laboratoire Interuniversitaire de Psychologie (LIP EA4145) de Grenoble. Je remercie son directeur, Dominique Muller, et particulièrement Anne Chabaud qui a été une véritable boussole pour moi au sein du laboratoire. Merci à tous les membres du LIP dont l'accueil et la gentillesse ont été essentiels à mon intégration. J'adresse de sincères remerciements aux membres de l'atelier « Marguerite » et de l'équipe TSCO actuel RAC, où les échanges autour des présentations ont toujours été très riches et structurants. Un merci particulier à mes collègues doctorants du bureau 245 : Soufian Azouaghe, Emma Cippelletti, Francisco Comiran, Lucie Cormons, Perrine Douce, Julie Jacquet, Lysiane Minkoue Pira, Caroline Salas Toquero, Ekaterina Shemlova. Merci aux doctorants du bureau 234 : Nicolas Bochard, Jordane Boudesseul, Florian Loeser, Marine Rougier, Elisa Sarda, Charles

Tchagneno. Je n'oublie pas les anciens doctorants ou ATER du laboratoire : Jennifer Bastart, Carine Meslot, Damien Dupré, Emannuelle Ceaux, Elsa Laneyrie , Marie-Pierre Fayant, Damien Ferdandez, Fabrice Gabarrot, Youssef Hasan, Anne-Laure Hernandez, Juliette Manto-Jonte, Robert Ngueutsa, Laina Ngom, Naoil Sbai, Oulmann Zerhouni.
Merci aux statutaires (Michel Dubois, Emmanuel Monfort, Caroline Poulet, Dominique Muller, Marc Gandit, Anna Tcherkassof, Florian Delmas, Céline Baeyens, Eric Depret, Aurelie Landry) et à Martine Paulicand. Chacun d'entre vous a apporté sa modeste contribution à la réalisation de ce travail.

Je suis très reconnaissant pour le soutien de Sallah Makafui qui a généreusement accepté de relire tout le manuscrit de cette thèse au fur et à mesure que je le rédigeais. Toute ma reconnaissance va également à l'endroit de Jules Mambi, Robert Ngeutsa, Juliette Manto, Tchagneno Charles Le Grand pour les remarques et suggestions qui ont permis d'améliorer la qualité de ce travail.

Je remercie les étudiants et ami(e)s qui m'ont assisté bénévolement dans le recueil des données lors de mes séjours au Cameroun. Je pense à Ekoko Michel, Abel Thierry Onna, Noumbissi Désiré, Ghislaine Nga Onana, Clarisse Wandji. Je remercie les près de 700 participants issus des 6 études dans cette thèse. Vous avez donné du vôtre pour prendre part à mes études et sans votre participation, cette thèse n'aurait jamais pu voir le jour. Je pense principalement pour les participants français à l'Association des Conseillères Municipales et Femmes élues de Savoie (ACMS) qui a accepté de diffuser mon questionnaire auprès de ses adhérents.

Je remercie la région Rhône-Alpes qui a financé pour un an cette thèse en m'octroyant la bourse CMIRA. Ces remerciements seraient incomplets sans une pensée particulière pour Josiane Noumbissi, Félix Bamseck, Cattaneo patricia, Christiane Genet pour leur soutien. Enfin, une pensée particulière à la famille wassouo : Abigaël Leslie, Manuela Danielle, Loic Donald, Reine Catherine. Merci pour votre sacrifice et votre soutien. Merci à Jacqueline Djoda, Jean-François Moussa, Marie-Noel Zouyanné, Florence Asta et tous mes autres frères et sœurs. Une pensée très émue pour ceux qui sont partis trop tôt et qui de l'au-delà j'en suis convaincu ont continué à m'accompagner dans la réalisation de ce projet: mon père Benoit Dama Wassouni et mon oncle Marcel Daouda Wassouni.

Résumé

La présente thèse s'appuie sur le constat selon lequel, malgré leurs atouts démographiques, politiques et économiques réels, malgré les mesures réglementaires et juridiques visant à promouvoir la participation des femmes à la vie publique et politique, la présence des femmes à des positions de leader en politique reste faible. Pourtant, la participation des femmes aux instances de décisions est un élément important d'évaluation du niveau de démocratie et de développement (ONU, 2000). Il est aussi un moyen pour les femmes d'utiliser des instruments politiques afin d'en déterminer des priorités et des axes de développement bénéfiques pour la société et la communauté mondiale. Afin de comprendre pourquoi malgré tous ses atouts, les camerounais(e)s et français(e)s adhèrent très peu au leadership politique féminin, cette thèse se propose d'appréhender les intentions et les comportements électoraux à l'occasion des élections municipales et législatives de 2013 au Cameroun et les élections municipales de 2014 en France. Nous partons de l'idée que les représentations et les croyances peuvent éclairer les comportements individuels. Nous postulons que les différences culturelles exprimées par les représentations du leadership politique féminin peuvent permettre de cerner les comportements des camerounais(e)s et français(e)s sur la présence des femmes à des positions de leader en politique.

Trois études empiriques pour le Cameroun d'une part (avec 338 participants) et pour la France d'autre part (avec 310 participants) sont conduites. Toutes les études utilisent un questionnaire élaboré à partir d'une vingtaine d'entretiens réalisés auprès des Camerounais (e)s et des Français(e)s. La construction du questionnaire s'inspire principalement de la démarche proposé par Ajzen et Fishbein (1985) pour la théorie du comportement planifié et par celle de Vergès (1992 ; 1994) pour les représentations du leadership politique féminin.

Dans la première étude (Cameroun et France), on note que les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin sont d'autant plus fortes que les représentations sont favorables au leadership politique féminin. De même, lorsque les électeurs ont une attitude favorable envers le leadership politique féminin, ils se le représentent comme une force et expriment une intention favorable au leadership politique féminin. Les stéréotypes de genre féminin (chaleureuse, conciliante, maternelle) induisent au Cameroun des représentations du leadership politique favorables; ce qui n'est pas le cas en France. En outre, ces représentations médiatisent le lien entre les attitudes, les stéréotypes et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, tandis qu'en France, elles médiatisent uniquement le lien entre attitudes et intention de vote en faveur du leadership politique féminin.

La deuxième étude (Cameroun et France), utilise les mêmes données que l'étude 1. Cette étude examine la variation des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin en fonction de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et des normes subjectives. On note qu'en France, lorsque les participant(e)s adhèrent fortement aux croyances et valeurs culturelles, leurs intentions de vote sont favorables au leadership politique. Par contre, on observe chez les participant(e)s camerounais(e)s aucun lien entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les représentations du leadership politique féminin des camerounais(e)s sont d'autant plus favorables qu'ils adhérent fortement aux croyances et valeurs culturelles. Les représentations du leadership politique féminin des participants français ne varient pas significativement avec leur adhésion aux croyances et valeurs culturelles féminin. Au Cameroun comme en France, lorsque les participants accordent une importance au point de vue des personnes considérées comme référents sur la question du leadership des femmes en politique et sont motivés à s'y conformer, leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est forte. Les résultats dans cette étude ont montré également que l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, et des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin n'est pas médiatisé par les représentations du leadership politique féminin.

L'étude 3 évalue l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin en fonction du contrôle comportemental perçu, puis examine l'interaction entre ce contrôle comportemental perçu et l'expérience électorale. Les résultats ne sont pas concluant sur les deux échantillons (France, Cameroun).

Enfin, le modèle global (Cameroun et France) est testé avec toutes les variables de nos trois études en même temps. Le modèle conceptuel final camerounais est confirmé par les résultats de l'analyse. Ce modèle présente une bonne adéquation avec les données collectées et s'avère être le plus parcimonieux. Mais le modèle français semble moins en adéquation avec les données collectées et s'avère être moins parcimonieux. Ces résultats apportent une intéressante contribution aux recherches antérieures et sont discutés en lien avec les connaissances théoriques. Les suggestions qui sont faites portent sur des actions fondées sur la spécificité des représentations du leadership politique féminin de chaque contexte en s'appuyant sur les institutions politiques et sociales existantes.

Abstract

This thesis was based on the observation that, despite the real demographic, political and economic qualities, despite the regulatory and judicial measures which all aim at promoting the participation of women in public and political life, the presence of women in political leadership positions remains low. However, women's participation during the decision making process was an essential element for evaluating the level of democracy as well as the level of development (UNO, 2000). It was also a means for women to use political instruments in determining priorities and developmental axes which are beneficial to society and the world as a whole. In order to understand why despite all these qualities, Cameroonians and French citizens adhere very little to female political leadership, this thesis suggests to apprehend electoral intentions and electoral behaviors using the 2013 municipal and legislative elections in Cameroun and the 2014 municipal elections in France. The core of our reasoning worked on the assumption that representations as well as beliefs can explain individual behaviors. Hence we argued that cultural differences portrayed by the representations of female political leadership can allow for the identification of Cameroonian and French citizens' behaviors with regards to the presence of women in political positions.

Three empirical studies for Cameroun on one hand (N=338) and for France (N=310) on the other hand were conducted. These studies were conducted using a questionnaire elaborated from about twenty interviews with Cameroonian and French public. The construction of the questionnaire was mainly inspired by two approaches, namely the theory of planned behavior by Ajzen and Fishben (1985) and the representation of female political leadership by Vergès (1992;1994).

In the first study (Cameroun and France), we observed that voting intentions in favor of female political leadership were all the more high that the representations were positive towards female political leadership. Likewise, when the electorates showed a positive attitude towards female political leadership, they perceived it as strength and thus portrayed a favorable intention towards the female political leadership. Female gender stereotypes (e.g. warmth, accommodating, maternal) induced positive political leadership representations in Cameroun; unlike in France. In other words, these representations mediated the link between attitudes, stereotypes and voting intentions in favor of female political leadership whereas in France these representations mediated only the link between attitudes and voting intentions in favor of female political leadership.

The second study (Cameroun and France) used the same data as the Study 1. Here, we

examined the variations of voting intentions in favor of female political leadership with regards to adherence to beliefs, cultural values and subjective norms. We observed that in France, when participants adhere strongly to beliefs and cultural values, their voting intentions tend to be favorable towards female political leadership. However, we did not observe a link between adherence to beliefs and cultural values and favorable voting intentions towards female political leadership with the Cameroonian participants. Concerning Cameroonians, the representation of female political leadership was all the more favorable when they adhered strongly to beliefs and cultural values. With reference to the French participants, female political leadership did not vary significantly in function of their adhesion to beliefs and cultural values. In Cameroun as well as in France, when participants attributed importance to the viewpoints of people who are considered as experts in women political leadership and are motivated to conform to it, their voting intentions in favor of female political leadership was high. The results from this study also revealed that adhering to beliefs and cultural values as well as subjective norms was not mediated by the representations of female political leadership.

The third study evaluated voting intentions in favor of female political leadership in relation to perceived behavioral control. We then examined the interaction between perceived behavioral control and electoral experience. The results were not conclusive for the two samples (France, Cameroun).

Finally, the global model (Cameroun and France) was tested simultaneously with all variables of the three studies. The final conceptual model for Cameroun was confirmed by the results of the analysis. This model fitted with the data collected and proved to be the most parsimonious. However the French model appeared to be less satisfactory with the data collected and was less parsimonious. These results conveyed an interesting contribution to the research and were discussed in light of existing theoretical knowledge. The suggestions made were founded on actions based on the specificity of female political leadership representations of each context whilst relying on existing political and social institutions.

TABLES DES MATIERES

Introduction générale **17**

PARTIE I : LES CONSTRUCTIONS CONCEPTUELLES ET THEORIQUES AUTOUR DES REPRESENTATIONS LIEES AU LEADERSHIP POLITIQUE FEMININ **22**

Chapitre 1 : Pour une théorie du leadership **24**

Introduction **24**

1. Les approches du leadership. 24

1.1. L'approche centrée sur les traits de personnalité. 27

1.2. L'approche des comportements de leadership 28

1.3. L'approche centrée sur la situation 29

1.4. Les approches récentes du leadership. 30

1.4.1. Le leadership charismatique (Burns, 1978). 30

1.4.2. Le leadership Transformationnel / Leadership transactionnel (Bass, 1995). . 31

Conclusion **33**

Chapitre 2 : Leadership féminin et pouvoir **34**

Introduction **34**

1. Le leadership au féminin. 34

2. « Think Manager, think Male » versus « Think Crisis, think Female » (Schein, 1973). 37

3. Le leadership politique féminin (Adler, 1993). 39

4. La notion de Pouvoir. 42

4.1. Le pouvoir Politique : une pratique sociale. 43

4.2. La perception africaine du pouvoir politique. 44

4.3. Les femmes africaines et le pouvoir politique 45

Conclusion **47**

Chapitre 3 : Sexe, genre et culture **48**

Introduction **48**

1. Du sexe au genre. 48

1.2. Le genre comme rapport de pouvoir. 49

2. Les Femmes dans la sphère publique. 51

3. Qu'est-ce que la Culture ? 53

4. Les croyances et valeurs culturelles. 54

Conclusion **56**

Chapitre 4 : Les variables explicatives des représentations du leadership politique féminin et des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : approche théorique **58**

Introduction **58**

1. Les représentations sociales un champ d'analyse du leadership politique féminin. 58

1.1. Le modèle structural et la théorie du Noyau central (Abric, 1994, Guimelli, 1994). 59

1.2. Le modèle des principes organisateurs (Doise, Clémence & Lorenzi-Cioldi, 1992). 60

1.3. Le modèle bidimensionnel des représentations sociales (Moliner, 1995). 60

2. Attitudes et représentations sociales. 61

3. Stéréotypes et représentations sociales. 62

4. Pratiques sociales et représentations sociales. 63

5. Le modèle du comportement planifié ou la théorie du comportement planifié : TCP. 65

5.1. Croyances comportementales, attitudes et intention de vote en faveur du leadership politique féminin. 67

5.2. Croyances normatives, normes subjectives et intention de vote en faveur du leadership politique féminin. 68

5.3. Croyances de contrôle, contrôle comportemental perçu et intention de vote en faveur du leadership politique féminin. 69

5.4. La formation de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin. ... 70

Conclusion **71**

Chapitre 5 : Problématique et hypothèses. **72**

1. Problématique 72

2. Les hypothèses. 80

DEUXIEME PARTIE : ETUDE EMPIRIQUE ET MODELISATION DES INTENTIONS DE COMPORTEMENT ELECTORAL POUR UN LEADERSHIP POLITIQUE FEMININ : METHOTODOLOGIE GENERALE ET RESULTATS **87**

Chapitre 6 : Analyse descriptive des populations françaises et camerounaises. **89**

Introduction **89**

1. Les participants Camerounais 89

2. Les participants français. 93

3. Synthèse de l'Analyse descriptive des deux populations de l'étude. 98

4. Les collectes des données. 99

Conclusion **101**

Chapitre 7 : Effet des attitudes et des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin (Etude 1). 102

Introduction 102

1. Problématique et hypothèses de l'étude 1. 102
2. Méthodologie. 104
   2.1. Matériels et procédures. 104
   2.2. Mesure des variables inspirées de l'approche du comportement planifié. 104
      2.2.1. Mesure des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin. 106
      2.2.2. Mesures de stéréotypes de genre. 106
      2.2.3. Mesure des représentations du leadership politique féminin : une analyse qualitative. 107
      2.2.4. Mesure des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. .. 110
   2.3. Validation des échelles et résultats 111
      2.3.1. Echelle de mesure des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin. . 112
      2.3.2. Echelle de mesure des stéréotypes de genre. 112
      2.3.3. Echelle de mesure des représentations du leadership politique féminin. 114
      2.3.4. Echelle de mesure des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. 115
3. Les résultats de l'étude 1. 116
   3.1. Les résultats de l'étude 1 (Cameroun). 116
      3.1.1. Effet positif des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les représentations du leadership politique féminin (H1). 117
      3.1.2. Effet positif des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H2). 118
      3.1.3. Effet positif des stéréotypes de genre sur les représentations du leadership politique féminin (H3). 118
      3.1.4. Effet positif des stéréotypes de genre sur les intentions de comportement électoral (H4). 119
      3.1.5. Les Analyses de Médiations Etude 1, Cameroun. 119
   3.2. Synthèse des résultats étude 1 (Cameroun). 122
   3.3. Variabilité des attitudes, stéréotypes de genre, représentations du leadership politique féminin et intention de vote en fonction des variables personnelles et sociodémographiques. 124
      3.3.1. L'effet du sexe 124
      3.3.2. L'effet du niveau d'étude. 125

3.3.3. Synthèse des résultats portant sur les variables sociodémographiques. 126
3.4. Analyse d'interaction. 127
3.4.1. Interaction entre le niveau d'étude et les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin. 127
3.5. Discussion et conclusion de l'étude 1 Cameroun. 128
Conclusion 135
4. Les résultats de l'étude 1 (France). 137
4.1. Effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les représentations du leadership politique féminin (H1). 138
4.2. Effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H2). 138
4.3. Effet des stéréotypes de genre sur les représentations du leadership politique féminin (H3). 139
4.4. Effet des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H4). 139
4.5. Les Analyses de Médiations Etude 1 (France). 140
4.6. Synthèse des résultats étude 1 France 141
4.7. L'effet des variables personnelles et sociodémographiques sur les différentes variables de l'étude 1 (France). 143
4.7.1. L'effet du sexe. 144
4.7.2. L'effet de l'âge 145
4.7.3. L'effet du statut matrimonial 147
4.7.4. L'effet du niveau d'étude. 148
4.7.5. L'effet de la catégorie socioprofessionnelle 150
4.7.6. L'effet du sentiment vis-à-vis de la politique 151
4.7.7. L'effet du sentiment de proximité avec un groupe politique. 153
4.7.8. L'effet de l'expérience électorale. 155
4.8. Synthèse des résultats portant sur les variables sociodémographiques. 158
4.9. Quelques analyses d'interaction 160
4.9.1. Effet d'interaction entre l'âge et les stéréotypes de genre féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. 160
4.9.2. Effet d'interaction des stéréotypes de genre féminin et du sentiment de proximité avec un groupe politique sur les représentations du leadership politique féminin 162
4.10. Discussion et conclusion de l'étude 1 France. 163
Conclusion 171

5. Comparaison modèle étude 1, France / Cameroun. 172

Chapitre 8 : Effet des croyances et valeurs culturelles et des normes subjectives sur les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (Etude 2). 179

Introduction 179

1. Problématique et Hypothèses 179
2. Méthodologie 182

2.2. Matériels et procédures 182

2.3. Mesure de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles. 183

2.4. Mesure des normes subjectives. 183

2.5. Validation des échelles et résultats 184

2.5.1. Validation de l'échelle de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles .. 184

2.5.2. Validation de l'échelle des normes subjectives 185

3. Les résultats de l'étude 2 (Cameroun) 186

3.1. L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles oriente positivement les représentations du leadership politique féminin (H1) 188

3.2. Les normes subjectives prédisent positivement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H4) 189

3.3. Les Analyses de Médiations Etude 1 (Cameroun) 189

3.4. Synthèse des résultats étude 2 (Cameroun). 190

3.5. L'effet des variables sociodémographiques sur les différentes variables de l'étude 2 (Cameroun). 192

3.5.1. L'effet du sexe 192

3.5.2. L'effet de l'âge 192

3.5.3. L'effet du Statut matrimonial 193

3.5.4. L'effet du niveau d'étude. 193

3.5.5. L'effet de l'appartenance ethnique 193

3.5.6. L'effet de l'expérience électorale 193

3.6. Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques 194

3.7. Analyse d'interaction. 195

3.7.1. Effet d'interaction entre l'expérience électorale et l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. 195

3.8. Discussion et conclusion de l'étude 2 (Cameroun). 196

Conclusion 203

4. Les résultats de l'étude 2 (France). 205

4.1. Effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de comportement électoral (H2). 206

4.2. Effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H4). 207

4.3. L'effet des variables sociodémographiques sur les différentes variables de l'étude 2 (France). 209

4.3.1. L'effet du sexe. 209

4.3.2. Le statut matrimonial. 210

4.3.3. Le niveau d'étude. 210

4.3.4. Le statut socioprofessionnel. 210

4.3.5. Sentiment de proximité avec un groupe politique. 211

4.4. Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques 212

4.5. Quelques analyses d'interaction. 213

4.5.1. Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et le sexe sur les représentations du leadership politique féminin. 213

4.5.2. Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et le niveau d'étude sur les représentations du leadership politique féminin. 214

4.5.3. Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et le sentiment vis-à-vis de la politique sur les représentations du leadership politique féminin. 215

4.5.4. Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et l'expérience électorale sur les représentations du leadership politique féminin. 216

4.5.5. Effet d'interaction entre les normes subjectives et le sexe sur les représentations du leadership politique féminin. 217

4.6. Synthèse des résultats des analyses d'interaction. 218

4.7. Discussion et conclusion de l'étude 2 (France). 220

Conclusion 224

5. Comparaison résultats étude 2, Cameroun / France. 226

Chapitre 9 : Effet du contrôle comportemental perçu sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (Etude, 3) 230

Introduction 230

1. Problématique et Hypothèses, étude 3. 230

2. Méthodologie. 232

2.1. Matériels et procédures. 232

2.2. Mesure du contrôle comportemental perçu. 232

2.3. Mesure de l'expérience électorale. 232
2.4. Validation des échelles et résultats. 232
2.4.1. Validation de l'échelle du contrôle comportemental perçu. 232
3. Les résultats de l'étude 3 (Cameroun). 233
4. Discussion et conclusion de l'étude 3 (Cameroun). 234
5. Les résultats de l'étude 3 (France) 235
5.1. L'effet des variables sociodémographiques sur le contrôle comportemental perçu, étude 3 (France) 236
5.1.1. L'effet du niveau d'étude 236
5.1.2. L'effet du sentiment vis-à-vis de la politique 236
5.1.3. L'effet du sentiment de proximité avec un groupe politique 236
5.1.4. L'effet de l'expérience électorale 237
6. Discussion et conclusion de l'étude 3 (France) 237
7. Comparaison résultats étude 3, France / Cameroun 237
Chapitre 10 : Pour un modèle explicatif de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin : vers une tentative de validation du modèle. 239
Introduction 239
1. Evaluation de la mesure. 239
2. Résultats modèle de mesure Cameroun. 241
3. Résultats modèle de mesure France. 243
4. Fiabilité, validité convergente et validité discriminante des échelles, Cameroun 244
5. Fiabilité, validité convergente et validité discriminante des échelles, France 246
6. Résultats des Modèles de structure 247
6.1. Modèle X, Cameroun (sans la variable médiatrice) 247
6.2. Modèles-Y, Cameroun (avec la variable médiatrice) 250
6.3. Modèles-Z, Cameroun (avec relations directes et indirectes entre les variables) 252
6.4. Test de parcimonie. 254
6.5. Test du modèle de structure (Modèle, X), France 256
6.6. Modèles-Y, France (avec la variable médiatrice) 258
6.7. Modèles-Z, France (avec relations directes et indirectes entre les variables) 260
6.8. Test de parcimonie 262
Conclusion 264
Discussion générale 265
Conclusion générale 274

BIBLIOGRAPHIE **278**
Liste des Tableaux **326**
Liste des Figures **328**
ANNEXES **330**
ANNEXE 1 : PROTOCOLE D'ENTRETIEN **331**
ANNEXE 2 : DEPOUILLEMENT DES ENTRETIENS **336**
ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE (ETUDES, 1, 2, 3) **343**
ANNEXE 4 : LES ANALYSES FACTORIELLES CONFIRMATOIRES **358**

Introduction générale

Le 2 octobre 2011 vers 10 heures du matin, à quelques jours de l'élection présidentielle, le marché de la Rue Manguier quartier populaire de Yaoundé la capitale du Cameroun, connaît une effervescence inhabituelle. Une foule de personnes composée en majorité de femmes acclament à tout rompre Edith Kabang Wallah, leader du Cameroon People Party (CPP). Il s'agit en effet de la première candidature féminine « sérieuse » pour une élection présidentielle au Cameroun. Au fur et à mesure que l'échéance électorale approchait, Mme Kabang Wallah, s'imposait comme un véritable chalengeur de Paul Biya au pouvoir depuis 29 ans, candidat à sa propre succession. Elle fut désignée étoile d'or politique du Cameroun en 2011 et candidate la plus populaire dans le pays et au sein de la diaspora (Nya, 2011). Autour de cette forte candidature féminine inédite, le paysage politique camerounais a connu une nouvelle redistribution des cartes politiques avec en bonne position Edith Kabang Wallah. Cette candidature semblait susciter beaucoup d'engouement chez les jeunes et les femmes, entraînant la mobilisation de certains organismes non-gouvernementaux pour le vote en faveur des candidatures féminines. Cet épisode a fortement marqué les esprits des Camerounais[1] en général et des jeunes en particulier, car pour la première fois, une femme était l'une des favoris d'un scrutin jusqu'ici exclusivement masculin et âprement disputé.

En effet, avec une représentativité de 51% d'une population estimée à près de 20 millions d'habitants, les Camerounaises sont encore loin du quota de 30% des places à des postes de décision et de pouvoir fixé par la plateforme de Beijing et ratifié par le Cameroun (Diffo Tchuikam, 2013). Au Cameroun les femmes représentent près de 40% de la force de travail, décident à près de 80% des achats de ménages (INS[2], 2009), mais ne constituent que 2 à 4 % des assemblées élues. La France ne fait que difficilement mieux malgré la loi de 2010 en matière de parité et celle de 2008 portant la non-discrimination concernant les femmes. En France les femmes représentent 52% d'une population estimée à plus de 60 millions et constituent 46% de la population active. Leur quota est de 18,5% à l'assemblée nationale et de 13,8% pour les mairies (Ministère de l'intérieur, 2011). Ainsi, que ce soit en France ou au Cameroun, les femmes représentent une force politique et économique considérable, mais qui paradoxalement est une force « sans pouvoir, situées en marge de la politique » (Roudy 1982, p. 33). Pourtant, l'histoire du continent africain est riche des exemples de grandes mobilisations des femmes dans l'espace politique. On peut citer à titre d'exemple,

[1] Le genre masculin est utilisé dans cette thèse dans le seul but d'alléger le contenu du texte.
[2] INS : Institut National de la Statistique

l'opposition des femmes dans plusieurs pays africains (Cameroun, Ghana, Congo, etc.) aux travaux forcés vers la fin de la seconde guerre mondiale sous la houlette du Bloc africain ou du National Congress anglophone (Sow, 2005). Lors des luttes pour les indépendances de certains pays africains (Cameroun, Benin, Togo, Ghana, etc.) les femmes ont été des véritables actrices, dans la mesure où leur appui et leur engagement étaient indispensables aux mouvements nationalistes. Même après les indépendances, les femmes ont continué à jouer des rôles éminents dans le dénouement de quelques crises politiques graves : on se souvient à l'occasion des vendeuses du marché de Conakry (Guinée) en 1977, qui ont organisé une marche vers le palais pour protester contre la décision présidentielle de limiter les libertés individuelles et collectives. De même, en 1991, une mobilisation forte de femmes et de jeunes a contraint la dictature militaire au pouvoir au Mali depuis 1968, à prendre des décisions concrètes visant à réduire l'inflation des prix des produits de première nécessité (Sow, 2005).

De leur côté, les françaises ne se sont pas désintéressées du politique, au contraire. Leur engagement dans la modernité démocratique s'est d'abord exprimé par la protestation des femmes contre leur exclusion de la citoyenneté. Olympe de Gouges en est le témoin le plus illustre à travers sa déclaration des droits de la femme et de la citoyenne de 1791, calqué sur celle des droits de l'homme et du citoyen et dont l'article 10 est resté célèbre : « Nul ne doit être inquiété pour ses opinions, mêmes fondamentales. La femme a le droit de monter sur l'échafaud. Elle doit avoir également celui de monter à la tribune. » (Bataille et Gaspard, 1999). Ironie de l'histoire, Olympe de Gouges est morte sur l'échafaud pour avoir notamment osé réclamer de monter à la tribune. En 1848, les françaises vont organiser des manifestations pour dénoncer le caractère masculin du suffrage dit universel. En 1900, à l'initiative du quotidien *Le Journal*, plus d'un demi –million de françaises va répondre au référendum et dire son désir de voter. De même en 1914, une manifestation va conduire des milliers de françaises jusqu'à la statue de Condorcet pour dire qu'elles voulaient voter et être élues (Bataille & Gaspard, 1999). Nonobstant ces actions, la division sexuelle de l'action et du champ politique semble agir en faveur du maintien des femmes à de second rôle (Ella Essissima, 2001). Le leadership féminin notamment en politique qui fait l'objet de la présente recherche est un sujet transversal autour duquel plusieurs positions théoriques se sont développées.

Des recherches (Eagly & Carli, 2003; Eagly, Johannesen-Schmidt & Engen, 2003; Ashleigh Shelby & Leigh Plunkett, 2010; Pinker, 2011) ont montré que dans la société contemporaine fondée sur l'information, le leadership évolue dans le sens d'une « direction partagée » et d'une « direction redistribuée » où les dirigeants sont au centre d'un cercle,

plutôt qu'au sommet d'une pyramide. En outre du fait des rôles sociaux qui leur sont généralement assignées, les femmes ont développé et intégré des comportements très proches d'une direction partagée et redistribuée (Eagly & Carli, 2003). Ces comportements sont fortement compatibles avec le style de leadership recherché par la société contemporaine. Pinker (2011) note que, les femmes africaines ont été et continueront d'être des forces pacificatrices et leur présence en grand nombre au sommet de la hiérarchie politique serait une chance pour la paix et le développement. Selon lui, la guerre traditionnelle est un jeu d'hommes : les femmes de tribus ne se réunissent jamais en bande pour attaquer les villages voisins. Quoi qu'il en soit, l'invisibilité des femmes à des positions de leaders notamment politique est certaine. On observe d'ailleurs que les élites politiques camerounaises ou françaises se recrutent en grande partie parmi les diplômés en droits, en sciences politiques ou en économie, des filières de formation qui comptent une majorité de femmes. Paradoxalement, celles-ci semblent peu présentes à des positions de pouvoir. Comme le note Bataille & Gaspard (1999, p.41), en parlant du faible taux des candidates aux élections : « plus un parti a des chances d'avoir des élus, moins il présente de femmes ». On s'interroge dans ce contexte sur les facteurs qui déterminent le choix d'une femme à une position de leader politique ? Les femmes se retrouvent ainsi cantonnées à la périphérie du pouvoir (Lunghi, 2002) et sont dépréciées non seulement par les hommes (Hurtig & Pichevin, 1986, Bem, 1986), mais aussi par leur consœurs (Doutre & Dubois, 2000 ; Doutre, 2002 ; Houel, 2002 ; Wassouo, 2009,). Etre femme et responsable ou cadre, semble être une contradiction. Plusieurs travaux montrent que pour assumer son statut de responsable, la femme cadre devra à un moment donné, choisir son groupe d'appartenance. Elle doit être femme ou cadre, et adopter le comportement qui correspond à cette catégorie, c'est-à-dire, un comportement masculin pour un cadre (Belle, 1991, Lorenzi-Cioldi, 2002, Lorenzi-Cioldi & Buschini, 2005). A ce propos, une étude souligne le caractère trop féminin de Ségolène Royale pour un poste stéréotypé masculin, comme étant le principal facteur de son échec aux élections présidentielles françaises de 2007 (Doutre, 2008a). Pour Leroux et Sourd (2005), la femme est historiquement et culturellement liée au monde de l'intérieur, du domestique. Il semble que malgré les évolutions, ces schèmes d'appréhension restent des catégories puissantes de représentations desquelles les entrepreneuses politiques peinent à s'émanciper.

L'univers domestique se révèle comme un principe majeur de ritualisation de la représentation des femmes. Celles-ci peuvent faire de la politique, mais à la différence des hommes, elles doivent avant tout apporter la preuve de la bonne prise en charge de leur univers domestique. Tout se passe ici, comme si l'ordre social lui-même exige qu'une femme

remplisse ses rôles « privés » pour être un personnage public acceptable. Dans ce contexte, on peut noter que l'espace politique n'accueille les femmes qu'en les mettant dans des situations contradictoires auxquelles elles ne pourraient satisfaire. Elles doivent incarner la « féminité » dans un univers défini par des stéréotypes dominants, et partant implicitement masculin (Doutre, 2008b). Ainsi, les représentations que les gens ont du rôle et de la place de la femme en politique sont susceptibles d'orienter le choix qu'ils feront ou non d'une femme à une position de leader politique au cours d'une opération de vote. L'une des fonctions des représentations sociales est de prédire le comportement (Abric, 1994). Dans la perspective théorique du noyau central (Abric, 1994), les éléments d'une représentation sociale font partie de deux systèmes sociocognitifs : l'un est qualifié de « central » et l'autre de « périphérique ». Ces deux systèmes sont interdépendants tout en présentant chacun des modes de fonctionnement spécifiques, une autonomie relative et ont un effet variable sur l'orientation du comportement observé. Les éléments centraux sont stables, organisateurs et caractérisent l'objet de la représentation. Les éléments périphériques quant à eux sont négociables, ils n'organisent pas la représentation et sont par conséquent relativement instables. En effet, dans les représentations sociales d'un objet émerge des croyances, des opinions, des stéréotypes et des descriptions (Moliner, 1996). La saillance et surtout l'impact sur le comportement de ces différents éléments qui composent la représentation sociale va dépendre de leur position dans la structure de celle-ci. En d'autres termes, en fonction de la structure de l'élément (périphérique ou central) qui compose une représentation sociale, il est tout à fait envisageable de planifier le comportement que pourraient avoir une catégorie de personne dans un cadre déterminé. Dans ce contexte, il est possible d'établir un lien entre l'approche structurale des représentations sociales (Moliner, 1988 ; Abric, 1989 ; Guimelli & Rouquette, 1992) et l'approche théorique du comportement planifié d'Ajzen (1985). Selon Ajzen (1985), les croyances influencent les attitudes vis-à-vis d'un comportement et l'intention de réaliser ou pas ce comportement. Or, les croyances fournissent la force à travers laquelle les représentations constituent nos réalités et rendent possibles nos affiliations (Apostolidis et al. 2002). En identifiant les croyances les plus saillantes issues des représentations sociales du leadership politique féminin, par l'analyse prototypique de Vergès (1992), nous envisageons dans une étude exploratoire de recueillir des éléments saillants ayant une forte valeur prédictive pour enrichir le modèle du comportement planifié.

Notre travail a pour ambition de mieux cerner l'effet des différences culturelles des représentations du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des camerounais et français. Deux modèles théoriques ont servi

de cadre de référence à cette thèse. Premièrement le modèle des représentations sociales (Abric, 1984 ; Moliner, 1996). Deuxièmement le modèle du comportement planifié (Ajzen, 1985 ; Triandis, 1989 ; Yeniyurt & Towsend, 2003)

La première partie de ce travail est consacrée à la revue de la littérature et aux approches théoriques portant sur la notion de leadership (Chapitres 1, 2 et 3). Cette partie va par ailleurs permettre de mieux cerner l'objet de la recherche à la lumière des fondements théoriques basés sur la théorie des représentations sociales et sur celle du comportement planifié (Chapitre 4), dans un contexte culturel marqué par une culture individualiste d'une part, et collectiviste d'autre part (Hofstede, 2001). L'observation de ces différences culturelles à travers la pratique de certaines activités et croyances culturelles, va permettre de dégager la problématique générale de la recherche. Cette problématique va déboucher sur les hypothèses à tester en identifiant clairement les variables en jeu ainsi que le modèle théorique (Chapitre 5), avant d'entamer la phase empirique de la recherche.

La deuxième partie quant à elle est empirique et méthodologique. Elle se propose tout d'abord de définir nos deux espaces de recherche (Cameroun et France) en analysant ce qui les distingue et les rapproche tant du point de vue de la population d'étude que du choix méthodologique (Chapitre 6) ce qui justifiera nos outils de collecte des données. Ensuite, trois études (études 1, 2, et 3,) seront tour à tour exposées, avec pour objectif commun de mesurer la pertinence de l'approche que nous avons présentée dans la partie théorique.

L'étude 1 (Chapitre 7) examinera l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et des stéréotypes de genre sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

L'étude 2 (Chapitre 8), traite de l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et des normes subjectives sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Enfin, notre étude 3 (Chapitre, 9) traite d'abord de l'effet du contrôle comportemental perçu sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Ensuite, cette étude examinera l'interaction du contrôle comportemental perçu et de l'expérience électorale sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Le chapitre 10 teste dans leur globalité les modèles conceptuels camerounais et français développés dans la présente thèse. La thèse se termine par une discussion et une conclusion générales formulant des suggestions visant à favoriser l'émergence des femmes en politique en France et au Cameroun.

PARTIE I : LES CONSTRUCTIONS CONCEPTUELLES ET THEORIQUES AUTOUR DES REPRESENTATIONS LIEES AU LEADERSHIP POLITIQUE FEMININ

Cette première partie est constituée de cinq chapitres dans lesquels nous posons de façon globale, les bases conceptuelles et théoriques qui vont orienter notre travail. Nous aborderons tour à tour les approches théoriques du leadership (Chapitre, 1), les notions de pouvoir et de culture et verrons la spécificité de celles-ci lorsque le genre est pris en compte, notamment en politique (Chapitres 2 et 3). Dans ce cheminement, nous ferons allusion également aux « études sur le genre » notamment concernant la manière dont ces études présentent et analysent la situation de la femme dans la sphère publique et politique. Pour mieux comprendre et expliquer la situation de la femme en politique, nous nous intéresserons aux représentations et croyances qu'en ont les électeurs et électrices. C'est ainsi que dans le chapitre 4, nous nous appuierons sur la théorie des représentations sociales (Abric, 1984 ; Moliner, 1996), et sur la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1985). D'autres variables portant sur les stéréotypes de genre et sur l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles seront également pris en compte. Ce balayage conceptuel, et théorique va permettre de conceptualiser la problématique générale de la thèse (Chapitre 5). Différentes hypothèses et variables en seront déclinées pour élaborer un modèle prédicteur qui sera testé tout au long de cette recherche. Une conclusion reprendra les principaux points clés de cette première partie.

Chapitre 1 : Pour une théorie du leadership

Introduction

Le terme « leadership » vient de l'anglais « leader », qui désigne un chef (choisi par ses pairs) d'un parti politique en Grande Bretagne. Le leadership est la capacité, la qualité, l'art de conquérir, exercer et conserver cette fonction de leader. Dans la langue, française, le terme « leader » a été introduit au XIXe siècle et sert à désigner un meneur, un chef de file, un dirigeant de terrain, un acteur influent, écouté, qui conduit des personnes vers des objectifs, souvent associés à la conduite de changements (CIDR[3], 2010). Le terme leadership est ainsi emprunté à l'anglais, et pourrait également être associé à l'aura reconnue à une personne ou à un groupe de personnes dans son aptitude à motiver, impliquer, impulser, guider, inspirer et/ou influencer son entourage. Il faut faire une distinction entre un leader et un manager ou un décideur, lequel a des capacités pour l'administration, sans pour autant «mener» le groupe, l'organisation ou le pays à un autre stade de son développement. Un bon gestionnaire ou manager peut être un leader, mais les deux qualités ne sont pas automatiquement liées. Longtemps associé à la sphère politique, le leadership est une qualité aujourd'hui recherchée dans un grand nombre de domaines. Ainsi, on parlera aussi de leadership dans le monde des affaires, celui de la culture ou de la science ou encore dans le domaine du sport. Autant les champs couverts par le leadership ont évolué, autant les qualités qui le définissent se sont multipliées. Comme le fait remarquer Stogdill (1974) il existe autant de définition de leadership que de chercheurs qui travaillent sur ce concept.

1. Les approches du leadership.

Pour illustrer la diversité de ces définitions Yulk (2002, p. 3) nous donne un aperçu des définitions recensées entre 1959 et 1999. Le leadership est :

1) « Le comportement d'un individu… dirigeant les activités d'un groupe vers un but commun » (Hemphill & Coons, 1957) ;
2) « La domination de l'influence sur l'allégeance mécanique aux directives standards de l'organisation » (Katz & Kahn, 1978) ;
3) « Exercé quand les individus…mobilisent… des ressources institutionnelles, politiques, psychologiques et d'autres ressources afin d'engager et de satisfaire la motivation des subordonnés » (Burn, 1978) ;

[3]CIDR : Centre International de Développement et de Recherche

4) « Le processus d'influencer les activités d'un groupe organisé vers l'accomplissement d'un objectif » (Rauch & Behling, 1984) ;
5) « Un processus qui consiste à donner un but (une direction sensée) à l'effort collectif et à provoquer un effort volontaire afin d'accomplir ce but » (Jacobs & Jaques, 1990) ;
6) « La capacité de dépasser la culture…pour initier les processus de changement plus adaptatifs » (Schein, 1992) ;
7) « Le processus de donner un sens à ce que les gens font ensemble pour qu'ils comprennent et s'engagent » (Drath & Palus, 1994) ;
8) « un processus visant à articuler des visions représentant des valeurs et à créer l'environnement dans lequel les choses peuvent être réalisées » (Richard & Engle, 1986) ;
9) « La capacité d'un individu d'influencer, de motiver et de permettre aux autres de contribuer à l'efficacité et au succès de l'organisation » (House, Hanges, Ruiz-Quintanilla, Dorfman, Javidan & Dickson, 1999).

Si le leadership dans le passé était associé intimement à la personnalité du leader et particulièrement à son charisme, beaucoup d'études récentes (Judge & Bono, 2000 ; Bono & Judge, 2004) suggèrent une grande part de capacité apprise, fruit de l'expérience et liée à des contextes spécifiques. Parmi les compétences (ou qualités) que l'on retrouve chez les leaders, on peut citer : la vision, la stratégie, la persuasion, la communication, la confiance et l'éthique. Selon Levy-Leboyer (1980), la psychologie du travail et des organisations définit le leadership comme un processus d'influence sociale par lequel un individu amène un groupe à atteindre des objectifs. Le leadership n'implique pas seulement le fait de faire faire quelque chose à d'autres individus, mais également (ce qui n'est pas le cas pour les relations d'autorité) la capacité à changer l'attitude des membres du groupe, à les mobiliser et à entraîner leur adhésion à des buts communs. De ce fait le leader doit savoir susciter les motivations et entraîner ceux qui le suivent bien plus que les diriger de manière autoritaire (Guimond, 2010). Il s'agit d'un type d'influence interpersonnelle par lequel un individu amène un autre individu ou groupe à s'acquitter de la tâche qu'il veut voir menée à bien. Le leadership est associé à la situation d'un individu qui détient le pouvoir d'influencer les membres d'un groupe afin d'atteindre des objectifs communs, dans le sens d'une réalisation volontaire d'objectif.

Ainsi, et comme nous le montrerons plus loin, le leadership est étroitement lié à la notion de pouvoir de persuasion. Or toutes les formes de pouvoir ne sont pas du leadership. Exercer un leadership c'est surtout convaincre, persuader et orienter, plutôt que vouloir soumettre par

la force. En d'autres termes, et comme l'a dit Bass (1985) être leader c'est pouvoir faire un mélange efficace d'exercice d'autorité et de pouvoir. En effet, plusieurs courants de recherches se sont succédé concernant les études sur le leadership. Dans les années 1940, sous l'impulsion du climat de guerre qui régnait entre les pays, des chercheurs américains, financés par l'armée se sont intéressés aux traits et caractéristiques innés propres à un bon leader susceptible de mener les troupes à la victoire. C'est d'ailleurs ainsi qu'au départ, la psychologie sociale a apporté une attention spécifique à la personnalité des « chefs ». Il était question de voir s'il existait des traits de personnalité stables susceptibles de définir un leader. Cependant, les recherches vont très vite montrer qu'aucun trait unique ne suffisait à caractériser de manière consistante le leader et qu'en plus, même l'intelligence ne constituait pas un trait majeur pour définir le leadership. L'intérêt des psychologues va donc se porter de la fin des années 40 à la fin des années 60 sur un éventuel style idéal de commandement.

Selon l'approche du style idéal de leadership, l'efficacité du leadership réside dans le comportement du leader (Bryman, 1992). Les années 1970 vont voir se développer des recherches dites de « contingence » sur le leadership c'est-à-dire que ces recherches essayent de montrer que l'efficacité du leader est affectée par la situation (Yukl, 2002 ; Hersey, 2009). A la suite de ces recherches, les années 1980 vont voir se développer des approches basées sur la vision du leader. On note que les différentes approches s'enrichissent des approches qui les ont précédés. Ainsi par exemple, l'approche sur le leadership transformationnel et le leadership transactionnel qui se réfère au charisme et aux comportements de leader combine les deux premières décennies de recherche (Ton-nu, 2014). Pour résumer ces différentes approches Yulk (2002) repris par Ton-nu (2014) va proposer une classification qui semble bien en résumer les différentes approches.

Tableau 1 : Les approches du leadership selon Yukl (2002)

Approche	Exemple
Traits	Théorie des traits
Comportement	Etudes de l'université d'Ohio, du Michigan
Situation	Théories de contingence
Pouvoir - influence	Leadership participatif
Approche intégrative	Leadership charismatique, transformationnel

Ces différentes catégories proposées par Yulk (2002) peuvent servir de base pour une revue théorique des différentes approches.

1.1. L'approche centrée sur les traits de personnalité.

C'est la première approche qui au début des études sur le leadership a retenu l'attention des chercheurs. L'objectif principal était d'arriver à identifier le « grand homme », le leader idéal. Cette approche postule que les caractéristiques des leaders sont différentes des autres individus. Il s'agissait d'identifier chez des leaders des traits communs observables et considérés comme désirables. L'objectif était d'arriver à identifier un ensemble de traits qui pourrait servir de prédicteurs d'un leadership efficace chez un individu et servir à mettre en place des programmes de formation pour des futurs leaders. A travers les traits, il est question d'identifier les qualités personnelles des leaders et les attributs qui les distinguent des non leaders. Dans cette optique trois sortes de traits ont été identifiés :

- ✓ Les traits physiques (taille, âge, etc.) ;
- ✓ Les aspects de la personnalité (l'estime de soi, la domination, la stabilité émotionnelle, etc.) ;
- ✓ Les aptitudes (l'éloquence, l'intelligence, etc.).

Dans ses travaux, Stogdill (1974) indique par exemple que les leaders sont plus intelligents, plus actifs, plus fiables, plus participatifs que les non leaders et proviennent des milieux socio-économiques plus élevés que ces derniers. Cependant, Stogdill reconnait qu'il n'existe pas encore de preuves concrètes démontrant l'universalité de ces traits chez tous les leaders. Dans une méta-analyse, Lord De Vader et Alliger (1986), repris par Ton-Nu (2014) montraient que l'intelligence, la dominance, la masculinité-féminité sont associées de manière significative à la perception du leadership et ce, à un degré élevé et de façon plus constante que ne le montre souvent la littérature. Ces auteurs précisent par ailleurs que ces traits sont fondamentalement masculins et le leader ici est d'abord une personne de sexe masculin.

L'approche centrée sur les traits au-delà du fait qu'elle exclue les femmes dans l'exercice du leadership, présente au moins deux limites majeures. Premièrement, du fait de la nature innée des traits, cette approche a du mal à fournir des indicateurs précis, indispensables pour la formation et le développement du leadership. De plus, même si certains traits peuvent aider à distinguer les leaders des autres, il semble théoriquement complexe d'associer des traits de leadership à certains résultats tels la motivation ou la productivité d'un groupe (Liu & Liu, 2006). Deuxièmement, l'approche des traits se base exclusivement sur le leader et omet de prendre en compte les membres du groupe ou les situations dans lesquelles se déploie le leadership. L'approche des comportements de leadership va donc tenter de dépasser ses limites.

1.2. L'approche des comportements de leadership

Les traits de personnalités du leader comme centre d'intérêt des chercheurs vont faire place à l'approche centrée sur les comportements du leader qui favorisent l'efficacité des subordonnés. L'idée ici est d'arriver à avoir des connaissances pertinentes sur les comportements efficaces des leaders afin de mettre en place des programmes de formations au leadership (Bryman, 1992). Trois approches développées par trois écoles peuvent être distinguées ici :

- *L'approche comportementale de l'université d'Iowa :* construit la particularité de son modèle sur la manière dont le leader exerce son pouvoir (autocratique ; démocratique) et l'impact de celui-ci sur la performance de son équipe (Lewin & Lippett, 1938) ;
- *L'approche comportementale de l'université d'Ohio :* identifie deux dimensions pouvant expliquer les variations des comportements des leaders. « La structuration » correspond à la manière avec laquelle le leader va définir ou structurer son rôle et celui de ses collaborateurs pour l'atteinte des objectifs. « La considération » renvois aux comportements du leader susceptibles de créer chez les collaborateurs ou chez les employés un sentiment de satisfaction, de confort psychologique, de confiance et de considération.
- *L'approche comportementale de l'université du Michigan :* identifie les caractéristiques comportementales des dirigeants qui semblent être liées à des mesures d'efficacité et de performance. On distingue deux grandes dimensions : la dimension centrée sur la production (les résultats, les profits) et la dimension centrée sur les employés (examine la relation des leaders avec les subordonnés). Chacune de ces dimensions va impliquer des comportements qui seront soient centrés sur la tâche ou centrés sur la personne.

L'approche des comportements du leadership a donc eu pour but de comprendre les comportements des leaders en créant des catégories de styles de leadership auxquelles correspondent des actions que le leader peut mettre en place ainsi que les méthodes à utiliser pour atteindre les objectifs. Cette approche contrairement à la précédente ne lie pas le leadership performant au genre du leader. Toutefois, elle n'a pas pu mettre en évidence les facteurs clairs et précis qui peuvent prédire l'efficacité du leadership (Bryman, 1992). Une troisième approche dite approche situationnelle va tenter de faire une synthèse des deux approches précédentes.

1.3. L'approche centrée sur la situation

Le postulat principal de cette approche stipule que l'efficacité du leadership s'explique non seulement par des traits du leader, par son comportement, mais aussi par des variables situationnelles. Le leadership situationnel fait donc une sorte de synthèse des différentes approches que nous avons évoquées précédemment. Dans sa démarche elle va prendre en compte un certain nombre de variables qui vont s'appuyer sur :

- les caractéristiques personnelles du leader : personnalité, attitudes, attentes, besoins et motivation ;

- les caractéristiques des subordonnés : personnalité, attitudes, attentes, besoins, motivation ;

- les caractéristiques de la structure organisationnelle et de la situation : règles, procédures, structure formelle ou informelle, nature de la tâche, etc.

Plusieurs modèles ont été développés dans le cadre du leadership situationnel. Il s'agit entre autre :

- *Du modèle de contingence de Fiedler (1969)* : le leadership tient compte de l'ambiance du groupe (bonne ou mauvaise), de la structure de la tâche (ordonnée ou non), et de la force de la position du leader (fort ou faible). En fonction de la combinaison de ces variables, une situation favorisera un style de leadership axé sur la tâche ou axé sur les relations interpersonnelles.
- *Du modèle de cheminement critique de House (1996)* : l'efficacité du leader dépend de sa capacité à conduire les employés dans le sens de la réalisation des objectifs de l'organisation et à engendrer chez ces derniers un sentiment de satisfaction (Northouse, 1997).
- *Du modèle situationnel de Hersey et Blanchard (1996)* : le leadership efficace est celui qui prend en compte le niveau de maturité des subordonnées c'est-à-dire leurs capacités et connaissances techniques à accomplir leur travail ainsi que leur niveau de confiance et d'estime de soi par rapport à la tâche à accomplir.

- *Du modèle de décision normative de Vroom et Yetton (2003) :* le leader efficace est celui qui est capable de changer ou de s'adapter en fonction de la situation.

L'efficacité du leadership dans le modèle situationnel est fondamentalement liée à la prise en compte de la situation dans laquelle se déploie le leadership. Ici, les traits de personnalité du leader ou son genre ne sont pas suffisants pour un leadership efficace. Pourtant, les approches récentes vont approfondir les spécificités du leadership situationnel en mettant un accent particulier sur les caractéristiques du leadership en fonction du genre du leader.

1.4. Les approches récentes du leadership.

Les modèles du leadership qualifiés de récents peuvent être rangés dans le cadre des approches situationnelles. Elles prennent en compte la relation entre les leaders, les subordonnés et la situation. Ces approches récentes vont cependant se distinguer des autres approches situationnelles en accordant une importance égale aux leaders, aux subordonnés et à la situation. Elles vont surtout introduire la spécificité du leadership en tenant compte de la variable genre. Selon Bass (1999) inspiré par les travaux de Burns (1978), ces approches introduisent les notions d'obligation morale et éthique des leaders vis-à-vis de leurs subordonnés. La morale et l'éthique étant considérés comme des valeurs qui expriment plus un leadership féminin, c'est-à-dire caractériser par des valeurs généralement reconnu aux femmes plutôt qu'aux hommes (Pinker, 2011 ; Clerc, 2013). Dans la catégorie des approches récentes du leadership, nous nous intéresserons au leadership charismatique et au leadership transformationnel / transactionnel.

1.4.1. Le leadership charismatique (Burns, 1978).

Le leadership charismatique est fondé sur le rayonnement du leader, il est lié à une forme de pouvoir personnel qui génère l'allégeance, le dévouement et même certains comportements de crainte. Ce style de leadership a abondamment été utilisé dans la littérature ces dernières décennies (Burns, 1978 ; Conger & Kanungo, 1987 ; Kuhnert & Lewis, 1987). Selon Shamir et al. (1993), reprit par Ton-nu (2014, p.60) « Le leader charismatique est capable d'inspirer et de motiver les gens à faire plus que ce qu'ils auraient fait normalement en dépit des obstacles et des sacrifices personnels que cela implique. Le leader charismatique a un impact émotionnel sur les autres, car il fait appel autant au cœur qu'à l'esprit ». Dans une étude portant sur le personnel militaire, Bass (1985) montrait que les gens décrivent les leaders charismatiques comme ceux qui communiquent aux autres l'enthousiasme pour les tâches à accomplir, qui inspirent la loyauté, qui commandent du respect. Le leadership

charismatique est principalement utilisé dans les contextes religieux et politiques, même si de plus en plus on l'utilise dans les organisations.

Les situations de crises et d'incertitudes sont en général très favorables à l'émergence du leadership charismatique (Popper & Zakkai, 1994). Certains grands leaders politiques ont émergé à l'occasion de grands bouleversements politiques et sociaux. L'exemple de Martin Luther King, leader pacifiste des afro américains dans les années 60 ou même l'appel du 18 Juin, du général de Gaulle illustre ces moments de crises et d'incertitudes. Ainsi donc, un environnement dynamique changeant et incertain est propice à l'émergence du leadership charismatique. Dans cette optique, des études (Hunt, Boal & Dodge, 1999 ; Haslam et al. 2001) ont montré que les gens croient que les femmes géreraient mieux les moments de crise dans les organisations que les hommes, parce que les caractéristiques attendues d'un leader en période de crise sont proches de celles généralement reconnues aux femmes. A ce propos, Pinker cité par Nye (2012), souligne que tout au long de l'histoire, les femmes ont été et continueront d'être des forces pacificatrices. La guerre traditionnelle est un jeu d'hommes : les femmes de tribus ne se réunissent jamais en bande pour attaquer les villages voisins. En tant que mères, les femmes visent, en effet, à élever leur progéniture et à assurer la survie de leurs gènes dans la génération suivante. De plus ajoute-t-il, il est aussi vrai que ces femmes (Margaret Thatcher, Golda Meir et Indira Ghandi) se sont hissées au pouvoir en jouant très souvent selon les règles politiques « d'un monde d'hommes ». Dans un monde dans lequel les femmes partageraient une part proportionnelle (la moitié) des postes de direction, elles se comporteraient différemment au pouvoir, conclut-il. Le leadership charismatique se déploie donc dans une dynamique qui offre des opportunités pour impulser le changement et qui fait appel à des nouvelles réponses et des niveaux différents d'efforts et d'investissements (Shamir & Howell, 1999). Pourtant le modèle, du leadership charismatique ne permet pas de donner une vision globale du leadership parce que son émergence est dans la plupart de cas liée à un contexte (crises, incertitudes, etc.). Des recherches vont donc s'orienter vers un modèle plus abouti et plus global : le leadership transformationnel et le leadership transactionnel.

1.4.2. Le leadership Transformationnel / Leadership transactionnel (Bass, 1995).

Vers la fin des années 1970 et début des années 1980, Burns (1978) va dans ses travaux énoncer les notions de leadership transformationnel et de leadership transactionnel. Le premier caractérise selon lui les leaders qui ont de haut standards de comportements et qui se

considèrent eux-mêmes comme modèle en gagnant la confiance et la confidence des autres membres de l'organisation. Ici le leader répond aux besoins spécifiques de ses collaborateurs pour leur montrer qu'ils font partie de l'organisation et espère ainsi les faire progresser dans l'organisation. Le leadership transactionnel quant à lui est plus attaché à la surveillance et au contrôle des collaborateurs et membres du groupe par des moyens rationnels et économiques. Sa stratégie c'est l'échange des ressources contre les efforts et les performances des membres de l'organisation. Ici, le leader contrôle les performances et punit si nécessaire. Il se comporte en négociateur, il a le pouvoir de récompenser et de renforcer les bons comportements mais également de punir les mauvais. Ainsi, alors que le leadership transactionnel est basé principalement sur des comportements de récompenses et de sanctions eu égard à la performance des employés, le leadership transformationnel ajoute une dimension affective fondée sur la rétroaction continue, la confiance et le dépassement de soi.

Qu'elle soit transformationnelle ou transactionnelle, les recherches sur ces deux types d'approches se sont beaucoup développées sur les leaders politiques. Ces approches se basent sur la mouvance du pouvoir selon les contextes et la nature des réactions potentielles des personnes soumises à celui-ci. Qu'ils soient dirigeants ou travailleurs, les rapports entre les individus dans une approche transactionnelle se basent sur la réciprocité où les uns comme les autres recherchent des bénéfices. Ici, la relation entre le cadre et ses subordonnés est vue sous le prisme d'une sorte de contrat individuel et bilatéral. Il s'agit en fait d'un processus très complexe où le dirigeant habile se montre ouvert aux demandes de ses collaborateurs en les faisant en majeure partie siennes (Pelletier, 1998).

Avec l'essoufflement général des modèles traditionnels de fonctionnement et l'engagement actuel dans d'importantes transformations organisationnelles et sociales, le leadership transformationnel suscite aujourd'hui un très grand intérêt. Burns (1978) dans ses travaux a pu mettre en valeur les caractéristiques de ce type de leadership et son efficacité à mobiliser les personnes, particulièrement lorsque l'environnement socio-économique devient incertain et que le projet d'entreprise perd de son sens. Les subordonnés ici n'ont pas seulement besoin de comprendre, ils ont aussi besoin d'être convaincu et, pour cela, il faut savoir aussi les interpeller au niveau de leurs émotions. Et il semble selon certains auteurs (Eagly, Johannesen-Schmidt & Van Engen, 2003; Doutre, 2007) que le leadership transformationnel est celui qui caractérise le plus les femmes leaders dans leur gestion de la vie de l'organisation. Le leader transformationnel va impulser des changements majeurs dans les attitudes et les croyances des individus en renforçant leur engagement dans l'accomplissement des objectifs de l'organisation (Podsakokk, Todor, Grover & Huber, 1996).

Le leadership transformationnel est la plus importante aujourd'hui en termes de production de recherche et nous semble être celle qui est plus proche du leadership politique féminin.

Conclusion

Au total, trois principales approches du leadership ont permis aux chercheurs d'approfondir les connaissances sur le leadership. La première approche basée sur les traits de personnalité du leader à très tôt montré ses limites et a fait place à l'approche du comportement du leader. Celle-ci va élargir l'étude du leadership en prenant en compte les subordonnés. Le leadership situationnel va en plus des subordonnés suggérer la prise en compte de la situation pour un leadership plus efficace. Dans le prolongement de cette dernière approche, les approches récentes du leadership comme le leadership charismatique, le leadership transformationnel / transactionnel vont permettre des approches plus globales et plus élaborées du leadership. Ces nouvelles approches vont servir de tremplin pour de nombreuses études (Eagly et Johnson, 1990; Lorenzi-Cioldi, 1994; Eagly, 1995; Bass, Avolio & Atwater, 1996 ; Eagly & Johannesen-Schmidt 2001; Eagly, Johannesen-Schmidt & Van Engen, 2003) qui se sont intéressées à la différence dans les styles de leadership en fonction de la variable genre. Notre travail s'inscrit dans la suite de ces travaux et particulièrement à la suite de l'approche de Bass (1995) sur le leadership transformationnel qui nous semble plus en adéquation avec la question du leadership politique féminin.

Chapitre 2 : Leadership féminin et pouvoir

Introduction

Les vingt dernières années ont vu les femmes entrées en nombre croissant sur le marché du travail et dans le champ politique. Suivant une dynamique mondiale, elles sont également de plus en plus nombreuses à exercer des fonctions d'encadrement et à avoir accès à des professions qualifiées de haut niveau. L'industrialisation plus généralisée des économies comme l'expansion du secteur financier, et plus généralement des services, ont ouvert aux femmes de nouvelles possibilités (Davidson & Burke, 2004). Le développement du secteur public, notamment dans les pays en développement comme le Cameroun, a également eu un effet identique. Les évolutions politiques et légales ont favorisé cette émergence des femmes. Les mentalités quant à elles, même si elles ont changé notamment par rapport au regard généralement posé sur les femmes qui travaillent et qui ont un mari ou un conjoint avec enfants, restent fortement imprégnées des croyances culturelles locales. Celles-ci vont notamment donner une orientation particulière aux notions de pouvoir et de leadership, lorsque le genre est pris en compte. En effet, la notion de pouvoir est généralement associée au masculin, à la virilité et apparaît comme un moyen important de hiérarchisation sociale surtout en contexte africain sur lequel nous allons nous attarder plus loin. Dans ce positionnement social de dominant et de dominé, les femmes qui occupent une position de leader ou qui ont cette ambition, sont placées dans une situation de double contrainte. Trop féminines, elles ne correspondraient plus au profil traditionnel du leader, calqué sur le modèle masculin. Et si elles se conforment aux stéréotypes du leader traditionnel, elles ne refléteraient plus les canons traditionnels de féminité et pourraient être sanctionnés (Rudman & Glick, 2001 ; Eagly & Karau, 2002 ; Eagly 2004 ; Heilman, Wallen, Fuchs & Tamkins, 2004 ;). Pourtant, des études montrent que ces stéréotypes commencent à changer (Duehr & Bono, 2006 ; Eagly & Sczesny, 2009), notamment avec la montée en puissance du leadership transformationnel (Bass, 1985) qui considère certaines spécificités généralement reconnues aux femmes comme un atout pour l'exercice d'un leadership efficace. Il devient dans ces conditions indispensable de revisiter la notion de leadership dans une perspective « genre ».

1. Le leadership au féminin.

Les études sur le leadership ont jusqu'à la fin des années 1970 concerné presque essentiellement les hommes, très peu d'études se sont intéressées à la différence du leadership

en fonction du sexe. D'ailleurs la question ne se posait vraiment pas puisque le masculin est la référence traditionnelle de définition du leadership et donc logiquement, une position de leader revenait naturellement à un homme. Pourtant l'histoire des peuples nous apprend que les femmes n'ont pas toujours été de tout temps inexistantes à des positions de leader. Certaines d'entre elles ont été d'ailleurs des véritables meneuses qui ont joué des rôles éminemment stratégiques, notamment en politique (Adler, 1993). Pourtant, aucun véritable intérêt scientifique sur la spécificité du comportement de ces femmes à des positions ayant des caractéristiques fortement masculines n'a été manifesté. Il faut attendre les années 1980, avec le nombre de plus en plus croissant de femmes à des positions de leader dans les organisations et en politique, pour voir un nombre sans cesse grandissant de recherches sur le leadership féminin se développer (Doutre, 2009). L'un des axes majeurs de ces recherches est en relation notamment avec l'effet du genre sur le style de leadership.

Pour certains chercheurs, les différences entre homme et femme par rapport au leadership seraient peu variables, voire minimes (Kanter, 1977; Powell, 1993). Il n'existerait donc pas de différence significative quant au style de leadership mis en œuvre par les leaders des deux sexes. Ces chercheurs s'appuient sur la théorie structurelle de Kanter (1977), et argumentent que le rôle de leader demande un certain type de leadership intériorisé aussi bien chez les hommes que chez les femmes qui exercent les mêmes rôles et se comportent de la même manière. Cet argument part du principe que, les hommes et les femmes ont dû traverser les mêmes nécessitées pour atteindre leur rôle de leader et être en première position. Dans ce contexte, le comportement du leader est modélisé et orienté dans une direction particulière dans le but de satisfaire les attentes associées à son rôle de leader. Cette pression des comportements similaires entre hommes et femmes leaders fait qu'il n'y aurait pas de différence, liée au genre, sur le style de leadership. Et si ces différences existaient, elles doivent être relativement faibles. Par ailleurs, les femmes et les hommes leaders ont subi un processus de socialisation et d'assimilation qui explique cette conformité des comportements entre hommes et femmes (Cornet & Bonnivert, 2008).

Pour d'autres chercheurs par contre, il existerait une différence suffisamment marquée entre le style de leadership développé par les hommes et les femmes. Les résultats de ces recherches montrent que dans leur style de leadership, les femmes seraient susceptibles d'accroître la participation et la démocratie dans la prise de décision (Eagly, 1991) et seraient plus centrées sur l'équipe (Ferrario, 1994). Il faut dire que les prémices de ces résultats étaient déjà annoncées par les travaux de Burns (1978), qui ont introduit les notions de leadership transformationnel et transactionnel.

S'inspirant des styles de leadership transformationnel et transactionnel, Helgesen (1990) a mis en évidence que les femmes leaders, comparées aux hommes leaders ont un comportement directionnel moins hiérarchisé, plus coopératif et collaboratif et plus orienté vers l'épanouissement personnel de leurs subordonnés. Dans la même logique, les études portant par exemple sur ce qu'on appelle communément l'évaluation à 360 degrés (Levy-leboyer, 2011), qui est une approche qui permet aux supérieurs hiérarchiques, aux pairs et aux subordonnés d'évaluer le leadership, montrent un leadership transactionnel et transformationnel différent en fonction du genre. Ces études montrent que pour les supérieurs hiérarchiques, le leadership des femmes est perçu comme moins efficace comparativement à celui des hommes. Dans le même temps, les pairs et les subordonnés trouve plutôt ce style de leadership efficace et transformationnel (Alimo-Metcalfe & Alban-Metcalfe 2002). Dès lors, on peut remarquer que : « la recherche met ainsi en lumière un hiatus entre les patrons qui portent un plus grand intérêt aux comportements transactionnels et les employés qui se préoccupent eux des comportements transformationnels » (Alimo-Metcalfe & Alban-Metcalfe 2002, p.33).

Dans une méta-analyse de 87 études visant à analyser le lien entre les styles de leadership transactionnel, transformationnel, laissez faire, et l'efficacité du leader, des chercheurs (Lowe, Kroeck & Sivasubramaniam, 1996 ; Judge & Piccolo, 2004), arrivent à la conclusion que le leadership transformationnel est plus efficace que les autres styles de leadership. Ils précisent néanmoins que la composante « récompense contingente » du leadership transactionnel, qui est associée à la récompense d'un subordonné pour un comportement approprié, était également prédictive de l'efficacité autant que le leadership transformationnel. En effet, encourager les bonnes performances des subordonnés par des récompenses, est plus prédictif d'un leadership satisfaisant que les menaces ou les sanctions. Qu'il soit transactionnel ou transformationnel, le leadership dépend fortement du contexte dans lequel il se déploie et surtout des normes et valeurs culturelles en vigueur dans l'environnement. Aujourd'hui, surtout dans les sociétés occidentales, le modèle du leadership traditionnel intrinsèquement rattaché aux référents masculins, semble de moins en moins sollicité. Le leadership le plus efficace semble davantage se décliner en terme par exemple d'une personne politique ouverte et impliquée, plutôt qu'en terme d'une personne d'autorité qui se charge de dire simplement aux autres ce qu'ils sont censés faire (Eagly, 2007). Dans un contexte de crise ou dans la situation d'une organisation qui a du succès, le style de leadership sollicité ou le genre du leader approprié semble variable (Schein, 1973).

2. « Think Manager, think Male » versus « Think Crisis, think Female » (Schein, 1973).

Dans l'ensemble, le parcours d'une femme en politique par exemple est largement différent de celui d'un homme. Des recherches (Eagly, Makhijani, & Klonsky, 1992 ; Kulich, Ryan, & Haslam, 2007), montrent que pour un comportement identique, les leaders féminins sont évaluées moins positivement que les leaders masculins. De plus, on observe souvent un certain scepticisme quant à l'efficacité d'un leadership au féminin (Sczesny, 2003). Pour des auteurs comme Schein, (1973) ; Eagly et Karau, (2002) et Agars, (2004), l'explication de ce manque de confiance au leadership féminin semble se trouver dans les croyances que les gens ont des caractéristiques d'un bon leader d'une part et le fait d'être une femme d'autre part. C'est l'association de ces deux croyances que Schein a dès le début des années 1970 appelé le « Think Manager-Think Male ».

En partant d'un index descriptif de 92 termes descriptifs et qualificatifs (Créatif, émotionnellement stable, intelligent etc.), Schein (1973) demande à des hommes cadres moyens d'indiquer jusqu'à quel point les caractéristiques proposées étaient descriptives d'un homme en général, d'une femme en général, ou d'un bon cadre moyen. Les résultats montrent que pour les hommes cadres moyens, les hommes sont ceux qui ont le plus de caractéristiques associées au bon cadre moyen. En effet, des 92 termes proposés, 60 (agressif, énergique, objectif, etc.) ont été choisis comme caractéristiques à la fois d'un homme et d'un bon cadre moyen, tandis que huit (compréhensive, sensible aux ressentis des autres, etc.) ont été associés à la fois à la femme et au bon cadre moyen. D'une manière générale, on notera que les caractéristiques du bon manager qui correspondent aux caractéristiques masculines ne sont pas que descriptives, elles sont aussi dans une grande mesure prescriptives. Elles disent en réalité comment les gens doivent se comporter et énoncent en filigrane les comportements désirables (Heildman, 2001 ; Rudman & Glick, 2001 ; Sczesny, 2003). Dans ce contexte, il est possible soit de conclure à une inadéquation entre la position de leader et les caractéristiques féminines, soit alors de mal évaluer le comportement réel et actuel des femmes en situation de leader.

Des recherches récentes (Duehr & Bono, 2006 ; Eagly & Sczesny 2009) suggèrent que ces stéréotypes liés aux caractéristiques d'un bon leader seraient en train de changer pour prendre de plus en plus en considération des caractéristiques traditionnellement reconnues comme féminines. Le leadership transformationnel (Bass, 1985) doit d'ailleurs sa popularité

ces dernières années à la reconnaissance et à la prise en compte de plus en plus croissante des qualités féminines du leadership. Seulement, ces qualités féminines semblent davantage être sollicitées dans des circonstances et des contextes particuliers de la vie de l'organisation. S'il est clair que pour le « Think Manager-Think Male » le leader d'une organisation à succès correspond aux caractéristiques masculines, il est cependant moins évident que cette logique se maintienne lorsque l'organisation vit un moment de crise. Des études (Pillai & Meindl, 1998 ; Hunt, Boal & Dodge, 1999 ; Haslam et al. 2001) montrent que les caractéristiques attendues d'un leader d'une organisation en période de succès sont bien différentes de celles attendues d'un leader en période de crise. Ainsi, le choix d'un leader en période de crise, ou lorsque les indicateurs pertinents semblent montrer que le risque d'échec est élevé, s'appuie sur des facteurs autres qu'en période de succès (Ryan & Haslam, 2005, 2007 ; Ryan, Haslam, & Kulich, 2010). Les facteurs qui sont généralement sollicités sont ceux qui sont perçus comme relevant des caractéristiques féminines (la sollicitude ; gestion pragmatique etc.) et par conséquent favoriseraient le choix d'une femme comme leader. Il se produit donc une nouvelle association selon laquelle les gens croient que les femmes géreraient mieux les moments de crise dans les organisations que les hommes, d'où le « Think Crisis-Think Female » (Ryan & Haslam, 2007). Bruckmüller et Branscombe (2010) ont pu dans leurs travaux établir que tout comme les caractéristiques masculines du leadership généralement associées au succès prédisent le choix d'un leader mâle en période de succès organisationnel, les caractéristiques féminines quant à elles, prédiraient le choix d'une femme comme leader en période de crise. Il faut tout de même admettre avec Ryan, Haslam et Bongiorno (2011) que le « Think Crisis-Think Female » n'était pas perçu de la même façon par les hommes et par les femmes. Pour les premiers en effet, les caractéristiques d'un leader d'une organisation en crise ne sont pas masculines, et pour les seconds, il y aurait une relation plutôt faible entre les caractéristiques féminines et le leader idoine d'une organisation en crise.

En résumé, lorsque les gens pensent succès d'une organisation, ils pensent leadership masculin, et lorsqu'ils pensent organisation en crise ou même en faillite, ils ne pensent pas leadership masculin. Dans ces conditions, les hommes seraient épargnés d'une position de leadership précaire et risquée, laissant le soin aux femmes de s'en occuper. Toutefois, l'adéquation entre les caractéristiques féminines et le leadership en temps de crise dépend du contexte de la crise et des qualités qui semblent attendues du leader (Ryan, Haslam, Hersby, & Bongiorno, 2011). Lorsqu'il est attendu du leader qu'il continue à gérer et à maintenir l'organisation, en prenant sur lui les échecs, en faisant le dos rond dans l'attente des jours meilleurs, le « Think Crisis-Think Female » est fortement mis en évidence. Par contre, lorsque

les qualités attendues du leader ont plutôt trait au redressement de l'organisation, à l'amélioration de ses performances, et à un rôle de parole, les gens ne sont plus prêt à faire confiance à un leadership féminin (Ryan et al., 2011). Il y a clairement ici, une préférence pour des caractéristiques « communales » (Eagly, 1987) dans le contexte d'une crise où il est attendu que le leader joue un rôle passif. Les caractéristiques « communales » ou « communicationnelles » sont associées à la femme, et renvoient à des capacités d'écoute, de compréhension, de communication (Lorenzi-Cioldi, 2002). La préférence pour ces caractéristiques s'effondre lorsque le leader est plutôt appelé à jouer un rôle « agentique » (Eagly, 1987), plus actif et potentiellement très gratifiant quand le résultat est atteint. Les caractéristiques « agentiques » sont associées à l'homme et renvoient à l'action, à la force, à la domination. Les femmes, même si elles sont préférées comme leader dans certaines situations de crise, semblent plutôt hériter de situation désespérée où elles servent davantage de vannes de secours en attendant que le mauvais temps passe. Dans la plupart des cas, l'expérience se solde par un échec, mais si elles arrivent à sauver la situation, elles sont très souvent mises de côté au profit d'un homme qui semble avoir plus les qualités requises pour mener l'organisation vers le succès ; c'est ce que l'on appelle le concept de paroi de verre (Ryan et al. 2007). Dans cette sorte de « bouc-émissairisation » des femmes, le leadership féminin mérite d'être revisité, notamment dans le contexte politique où comme l'a souligné Bataille (1999), plus un parti politique a des chances de remporter des élections, moins il aura tendance à proposer des femmes à des positions de leader. Le leadership politique féminin pourrait donc bien subir le sort du « Think Crisis-Think Female ».

3. Le leadership politique féminin (Adler, 1993).

En évoquant la place des femmes dans les cercles du pouvoir et dans l'exercice du politique, Adler (1993, p.12) pense que « elles ne l'ont jamais occupée : jamais on ne la leur a donnée. Au centre du pouvoir, elles ne se sont jamais trouvées, tant les forteresses étaient bien construites ». Mais, de la périphérie, elles ne s'en sont jamais contentées et progressivement elles vont intégrer le monde politique, d'abord comme simple militante, ensuite comme responsable politique à de niveau divers. Pour certains auteurs (Achin & Lévêque, 2006), si le XX ème siècle a été celui de l'accès des femmes aux droits d'élire et d'être élu, le XXI ème pourrait être celui de leur réel accès à la représentation. En France par exemple, si jusqu'aux années 1970, le pourcentage de femmes est très faible à tous les échelons (en moyenne, inférieur à 5%), le « décollage » de la représentation féminine s'opère dans les années 1970 et

1980 (Achin & Lévêque, 2006). Ce décollage va se faire d'abord aux niveuax des communes, des régions et au niveau européen. Il faut attendre la fin des années 1990 pour voir le pourcentage des députés, des conseillères générales et des sénatrices augmenter très légèrement.

La préoccupation d' « investir l'arène politique » est en effet relativement récente dans les mouvements de femmes ou les organisations non gouvernementales, comme dans les instances nationales et supranationales. La présence des femmes à des positions de pouvoir politique est devenue une priorité depuis la quatrième conférence mondiale de l'ONU sur les femmes en 1995 (plate-forme d'action de Beijing). Le programme de travail de la quarante-neuvième session de la commission de la condition de la femme à l'ONU à New York en 2005 a fait de cette présence l'un de ses sujets majeurs (ONU – Femme, 2013). On observe en fonction des pays un certain nombre d'actions. Des formations au leadership politique seront par exemple données aux femmes. De même, de « démarchage » auprès des parties politiques ou encore de « négociation » de quotas par le truchement des organisations de femmes sont mis en place pour favoriser l'émergence du leadership politique féminin. Cependant, l'efficacité de toutes ces mesures reste tributaire de la « bonne volonté des acteurs politiques nationaux et de l'opinion publique ». C'est ici que semble finalement se situer tout le problème. En effet, le parcours des femmes vers les sommets de la hiérarchie politique soulève la question de la relation entre le sexe et le pouvoir. Le pouvoir, c'est bien connu, cela ne se partage pas, or le pouvoir serait par essence masculin (Doutre, 2014). D'ailleurs, Bourdieu (1998) va dans ses travaux établir une dichotomie fondamentale entre l'univers public masculin, et les mondes privés féminins. La femme serait par conséquent historiquement et culturellement liée au monde de l'intérieur, du domestique. L'univers domestique se révèle comme un principe majeur de ritualisation de la représentation des femmes. Ces schèmes d'appréhension restent des catégories puissantes de représentations dont les entrepreneuses politiques peinent à s'émanciper.

Toutefois, on a assisté ces dernières décennies à l'émergence politique de certaines femmes à un très haut niveau de leadership politique. On pourrait par exemple entre autres citer : Ellen Jonhson Sirleaf au Libéria, Ségolène Royal en France, Hilary Clinton aux USA, Angela Merkel en Allemagne, Dilma Roussef au Brésil. Si ces figures féminines peuvent êtres considérés à juste titre comme une « vitrine » de l'expression par excellence du leadership politique féminin, force est de constater que de façon générale, les femmes sont moins bien représentées à l'échelle nationale. D'ailleurs, elles sont mieux représentées à l'échelon municipal que nationale. Un certain nombre de facteurs pourraient expliquer ce phénomène

notamment dans le contexte camerounais et dans une certaine mesure dans le contexte français aussi. Dans un premier temps, l'élection dans une commune, surtout lorsque celle-ci est située dans une zone rurale serait un trophée peu convoité, rendant la compétition pour l'accession au pouvoir moins intense, et par conséquent plus ouverte aux personnes moins aguerries à la politique à l'instar des femmes. En revanche, cela ne signifie pas l'inexistence d'une lutte politique âpre, car si le pouvoir des conseillers municipaux est réduit, ce n'est pas le cas des maires ou de leurs adjoints. La progression de la représentation féminine dans les municipalités serait davantage dû au fait que les postes à ce niveau sont plus accessibles comparativement aux postes au niveau régional ou national, plus convoités. Comme le souligne Paoletti (2008), l'une des explications se trouverait également dans l'adéquation entre les responsabilités qui relèvent des compétences d'un conseil municipal et les « rôles féminins ». Dans le sens commun, les qualités attendues des élus locaux sont souvent très proches de celles qui sont prêtées aux femmes : le sens de l'écoute, le sens du contact, la « concrétude » (Paoletti, 2008).

On observe que, plus on s'élève dans la hiérarchie des positions politiques, plus les mailles de la « sélection sexuelle » des leaders politiques semblent se rétrécir. En France, les conseils généraux (départementaux depuis 2015) peuvent être considérés dans le système institutionnel français comme des véritables bastions masculins les mieux protégés. La part des femmes y a toujours été la plus basse. D'abord inférieure à 3% dans les années 1970, elle a dépassé le seuil de 5% en 1992, pour atteindre 10,9% en 2004, 13,1% en 2008 et enfin 13,8% en 2011(Observatoire des inégalités, 2012). Les conseils régionaux de leur côté affichent un pourcentage de 47,8% de femme en 2015 (Insee, 2015)[4]. Si pour un grand nombre d'hommes politiques, le conseil régional est un tremplin vers d'autres mandats plus prestigieux, pour la majorité des femmes, il s'agit plutôt d'une sorte d'antichambre, donnant presque rarement une ouverture vers une investiture pour les législatives par exemple (Doutre & Roux, 2016)[5]. Ainsi, la situation des femmes dans les positions de leadership en politique, ressemblerait fortement à une pyramide dont la base prétendument moins prestigieuse compterait un grand nombre de femme, alors que le sommet plus élitiste et plus prestigieux serait d'abord une affaire d'homme. En effet, la politique est le lieu par excellence de la conquête et de la conservation du pouvoir. Le pouvoir est au cœur même de l'activité politique et le leader en politique incarne généralement ce pouvoir, d'où la nécessité de bien cerner cette notion en fonction notamment du contexte culturel dans lequel il se déploie.

[4] Insee : Institut national de la statistique et des études économiques.
[5] Préparation d'un contrat ANR (Agence Nationale de la Recherche).

4. La notion de Pouvoir.

Les questions liées à la notion de pouvoir et de l'autorité, sont des questions qui se posent à toute société humaine, même rudimentaire. Ces questions se posent dans toutes les sociétés sous des formes diverses et se rencontrent également dans le règne animal. On peut d'ailleurs observer que des partis, des factions, des clans ou des familles se battent constamment pour prendre le pouvoir ou s'y maintenir. Nous devons les premières réflexions théoriques sur la notion de pouvoir à la philosophie politique, notamment avec Platon qui s'interrogeait alors pour savoir comment et sous quelles conditions un ou plusieurs hommes peuvent gouverner toute une cité. Dans une approche purement psychologique, le pouvoir est un concept qu'il faut opérationnaliser non seulement en tant que variable explicative des comportements et des représentations, mais aussi comme une variable à expliquer. Il s'agit d'une relation entre individus dans laquelle les différents types de rapport sociaux n'apparaissent que comme paramètres de la situation où cette relation s'est instaurée. Ainsi, toute relation qui permet à un individu de modifier le comportement d'un autre individu peut alors être considéré comme une relation de pouvoir.

Si dans les interactions habituelles, le critère généralement retenu est celui de la symétrie de la relation c'est-à-dire que dans un échange, les deux partenaires donnent et reçoivent des biens ou des services de valeur (subjective) égale, dans une relation de pouvoir, la relation n'est pas nécessairement symétrique. Elle peut être non symétrique, ou même antisymétrique (Cartwright, 1959). La notion de pouvoir apporte des renseignements sur la dynamique des influences entre les individus et surtout sur l'orientation impulsée par cette dynamique dans les croyances, représentations et conduites, particulièrement lorsque lorsqu'on aborde la question du leadership politique féminin. A ce propos, la notion de pouvoir peut permettre de mieux comprendre l'origine et l'efficacité des leaders et plus que la notion d'autorité, elle s'applique à l'ensemble des relations individuelles, sociales, politiques ou économiques. Dans le leadership, le pouvoir ne se confond pas avec la force ni la contrainte. Il suppose comme le dit Doutre (2009, p. 14) : « la capacité d'influence, de persuasion qui s'appuie souvent sur l'autorité et le prestige. L'essence même du pouvoir se situe dans la capacité qu'a celui ou celle qui le détient d'influer sur le comportement d'autrui ». Il faut relever que si le pouvoir est la force à laquelle on recourt pour que les choses se passent comme on le désire, l'influence est l'effet sur autrui du pouvoir qu'on exerce, c'est -à-dire la réaction comportementale à l'exercice du pouvoir. Pour être mieux cerné, le comportement qui résulte de l'exercice du pouvoir doit nécessairement prendre en compte les

perceptions de la notion de pouvoir, fruit des croyances et représentations culturelles susceptibles d'expliquer les comportements. Dans ce contexte, une approche anthropologique de ce concept pourrait permettre de repartir aux sources des constructions mentales, qui dans le cadre de cette thèse éclaireront le comportement des électeurs et électrices en lien avec le leadership des femmes notamment en politique. Le pouvoir en effet comme précédemment relevé est une pratique sociale, mais aussi un enjeu politique important, on peut même dire qu'il est au cœur de toute action politique.

4.1. Le pouvoir Politique : une pratique sociale.

Lorsque les rapports sociaux vont au-delà de la parenté, les individus et les groupes entrent souvent dans une sorte de compétition plus ou moins apparente où chacun cherche à orienter les décisions de la collectivité dans le sens de ses intérêts particuliers (Adler, 2007). Dans ce contexte, le pouvoir politique apparaît alors comme un produit de la compétition et comme un moyen de la contenir et est inhérent à toute société. Une action sociale ne devient politique que quand elle vise à contrôler ou à influencer les décisions publiques. Une action politique n'est pas pensable en dehors d'une vie collective. Il y a comme une synchronie et une complémentarité simultanée entre les facteurs sociaux et les facteurs politiques, car les effets conjugués des dynamiques sociales se ressentent dans l'espace politique. Et inversement, les actions et décisions politiques ont un impact évident sur l'équilibre et la stabilité de la société. Il n'y a donc pas à proprement parlé une démarcation nette entre le politique et le social. D'ailleurs, tout au long de l'histoire, la politique s'est toujours voulue comme une pratique sociale qui a revêtu plusieurs significations avec pour ambition à chaque fois de répondre à des objectifs plus ou moins différents (Doutre, 2009).

D'une manière générale, le concept de politique s'appréhende comme un ensemble d'actions prévues ou mises en œuvre par un Etat, une institution, une organisation, un parti, une entreprise, un individu... en vue d'atteindre un objectif préalablement fixé. Plus spécifiquement, il désigne l'art et la manière de gouverner, d'organiser des pouvoirs et de conduire des affaires publiques. Il s'agit donc d'une réalité éminemment social qui touche à quasiment tous les domaines de la vie des individus comme la sécurité, la défense, l'éducation, la culture, la justice, les finances publiques etc. Les femmes en tant que membre de cette réalité sociale sont des potentielles actrices du pouvoir politique. En réalité, le pouvoir ou les relations de pouvoirs, sa structuration dans la société, constituent l'objet même de la politique. Les phénomènes de pouvoir par exemple, sont essentiellement des

phénomènes organisationnels où des acteurs sociaux négocient leur participation en utilisant au mieux les ressources qu'ils contrôlent pour atteindre leurs objectifs (Crozier, 1977 ; Martin, 2000). Dans ce contexte, les acteurs politiques vont mettre en place des stratégies pour accéder au pouvoir ou le conserver. Malheureusement ce jeu politique lié à l'accession, au partage ou à la conservation du pouvoir s'illustre dans plusieurs pays africains par de graves crises politiques récurrentes qui déchirent le continent. Il nous semble à cet effet important d'analyser quelques spécificités de la perception qu'ont les africains du pouvoir en général et du pouvoir politique en particulier, avant de nous intéresser à la place de la femme africaine dans le pouvoir politique, elle qui semble être considérée comme une force pacificatrice (Nye, 2012).

4.2. La perception africaine du pouvoir politique.

Selon Babou Diatta (2012, p. 5) :

> « L'africain aime singulièrement le trône. Il considère le pouvoir comme une fin en soi. Il adore les commandes et l'autorité. Il aime souverainement donner des ordres et se faire obtempérer. Il aime qu'on lui darde des éloges et des louanges qu'il sanctionne en retour par des largesses financières. Il vénère qu'on le vénère. Et à force d'être adulé, il finit toujours par se forger un mythe autour de lui, ce qui lui permet d'inspirer la peur auprès de ses semblables, afin de mieux conforter et maintenir sa posture d'autorité ».

Pour certains auteurs (Boyon, 1963 ; Barbier, 1985), cette propension à commander peut trouver ses racines dans l'histoire et dans l'organisation sociopolitique et culturelle d'une Afrique qui était jadis saucissonnée en royaumes, en dynasties, en petites tribus, ou encore en de minuscules cercles claniques ou familiaux. Selon ces auteurs, les chefs, souvent enfermés dans l'orgueil nobiliaire de caste, se livraient des batailles hégémoniques pour asseoir leur domination, les uns sur les autres. C'est probablement cet héritage sociopolitique et culturel, exacerbé par les différentes colonisations (occidentales en particulier) qui a façonné des générations et des générations, et qui continuent encore à marquer, à modeler la perception qu'ont les africains du pouvoir. Il est d'ailleurs probable, par exemple, que le modèle du pouvoir absolu (civil ou militaire) d'un certain nombre de dictateurs africains récents ou actuels doit beaucoup plus à l'héritage colonial qu'au pouvoir modérateur du chef précolonial (Coquery-Vidrovitch, 1983). En effet, dans la société traditionnelle africaine, le pouvoir politique a toujours été considéré comme un instrument que la tradition ou le peuple donne à un homme, (dans de très rare cas à une femme) ou un groupe d'hommes pour qu'il contribue

au bien être de toute sa communauté (Babou Diatta, 2012). De façon globale, le pouvoir n'était pas à vrai dire considéré comme un bien devant servir à la protection des intérêts individuels. Dans la société africaine traditionnelle, le chef était aimé plus en fonction de ce qu'il faisait pour son peuple, qu'en fonction de ce qu'il faisait pour lui-même ou pour sa famille. Les chefs politiques traditionnels semblaient donc plus conscients de leur responsabilité vis-à-vis de leur peuple.

Le chef de village devait être « le plus grand sorcier », non seulement pour se maintenir au pouvoir, mais surtout pour contrôler toutes les autres forces capables de s'attaquer à son village ou de jeter un mauvais sort sur le peuple. Le chef devait avoir également des grands champs, non pas pour être l'homme le plus riche du village, mais pour faire face aux dépenses de sa charge et venir en aide aux malheureux (Coquery-Vidrovitch, 1983). Dans l'Afrique moderne, le chef traditionnel continue de trouver sa place, plus que symbolique, dans une société qui globalement se définit comme républicaine, démocratique, avec un parlement, des élections et un gouvernement (le sultan Bamoun au Cameroun ; le souverain des Mossi le «*mogho naaba* » au Burkina Faso pour ne citer que ceux-là). Cette position du chef est un héritage des traditions africaines intimement liées à l'environnement religieux et écologique et selon Coquery-Vidrovitch (1983) profondément inégalitaires. L'inégalité est d'abord intrinsèque à la famille elle-même : les aînés gouvernent les cadets mais surtout les femmes et les esclaves travaillent et obéissent. Au juste, dans l'histoire, à partir de quand est-ce que les femmes africaines, les femmes de la civilisation Bantoue par exemple, eurent-elles comme statut de se soumettre à l'homme ? Puisque dans l'histoire de l'Afrique, les premières reines, les plus grandes reines ont été des reines bantoues à l'exemple de Béatrice du Congo (Ben Messaoud & Kala lobe, 2000). Il y a donc bien eu des femmes qui ont dirigé et ont eu le pouvoir principal.

4.3. Les femmes africaines et le pouvoir politique

Le pouvoir politique comme le relève Adler (2007, p.78) :

> « Est généralement pourvu, en Afrique noire comme dans la plupart des régions du monde, des attributs les plus caractéristiques de la masculinité. Symboliquement (et aussi, il faut bien le dire, dans la phraséologie moderne des États africains), le détenteur suprême de l'autorité est un père pour ses sujets (en principe, quel que soit le système de filiation) et, en tout cas, un homme, pleinement homme au sens que lui donne le système de valeurs qui prédomine dans la société ».

Pourtant, il existe dans l'histoire africaine même s'ils sont rares, des cas où c'est une femme qui règne. Il s'avère alors que c'est plutôt à une reine masculine ou masculinisée que nous avons à faire (Adler, 2007). Ces « femmes-Chefs » sans homme, ou du moins dont le conjoint n'avait pas de pouvoir en son nom propre sont signalées dans des régions fort éloignées les unes des autres. On peut citer à titre d'exemple : la reine Amina de Zarina du Nigeria qui régna de 1588 à 1589, la reine Nzinga du Congo qui régna de 1582 à 1663, ou encore la reine Ndate Yalla Mbodj du Waalo au Sénégal qui régna de 1810 à 1860 (Coquery-Vidrovitch, 2004). Mais de façon générale, partout en Afrique, que l'on fût en système patrilinéaire ou matrilinéaire, la mère du chef était un personnage important. D'abord, et toujours, puisqu'elle était mère, et que de son ventre était issu le pouvoir. Dans les systèmes matrilinéaires la place de la mère est encore plus importante, puisque le chef appartient à son matrilignage, dont sa mère était l'incarnation vivante. La mère du chef avait un pouvoir religieux, spirituel et parfois réel. C'était un personnage important, mais aussi symbolique. Chez les Akan du Ghana par exemple, d'après Coquery-Vidrovitch (2008), chaque village ou groupe de villages avait sa famille régnante issue des premiers occupants du terroir ; les aînés du lignage choisissaient parmi ses membres le chef et la mère du chef ou reine mère. Cette dernière appartenait à la génération précédente, mais n'était pas nécessairement la mère biologique du chef. Elle pouvait être une tante ou une grande cousine du chef. C'était une femme d'expérience qui connaissait la généalogie du clan. Les reine mères jouaient un rôle déterminant dans le choix du nouveau chef, et on les surnommait à cet effet les « faiseuses de rois » (Stoelje, 1997). Leur autorité reposait sur l'idée qu'elle possède savoir et sagesse sur des questions aussi importantes que la coutume, le droit, la politique, et la généalogie de la chefferie. Même si son influence était incontestable, en temps ordinaire, la reine mère se devait de garder une grande discrétion publique. La représentation sociale que l'on a de la femme est qu'elle doit être discrète, conciliatrice, évitant le plus possible de se mettre en avant. Pourtant elle reste influente, au point de contredire la volonté royale dans l'intimité de la maison, voire de la nuit s'il s'agissait d'une épouse.

De façon générale, les femmes africaines sont très souvent restées, du moins en apparence, au second plan, même si c'était une fiction de convenance. C'est l'exemple de la fameuse reine Yoruba (Nigéria) qui ne voulut jamais s'afficher comme reine, mais comme « mère » d'un fils en bas âge en qualité de régente (Coquery-Vidrovitch 2004). Dans l'Afrique contemporaine, le titre de reine-mère est devenu avec le temps un titre honorifique qui n'a plus grand chose à voir avec la parenté réelle, mais signifie l'hommage rendu à une femme d'importance (Winnie Mandela a été sacrée reine mère au Nigéria). De plus, selon

Coquery-Vidrovitch (2004), ces usages d'autrefois qui relevaient du pouvoir de la mère, se serait transmis à l'épouse. La façon dont agis la première dame et la façon dont son action est perçue, reçue, voire réclamée par les nationaux, est révélatrice de la place prise désormais par les femmes, ou du moins certaines femmes, dans l'espace public africain. Cependant, malgré ce rôle très influent joué soit par la reine mère ou par la première dame, la discrétion voire l'effacement reste de mise. On est tenté de dire que s'il est clair que ces femmes semblent posséder un pouvoir certain, il reste cependant peu évident qu'elles puissent prétendre à un réel leadership.

Conclusion

En somme, même si les chercheurs restent divisés quant à l'existence d'un leadership spécifiquement féminin, on peut néanmoins relever que les femmes leaders font en général plus attention à la qualité de l'harmonie entre les membres de l'organisation et sont plus portées vers un style transformationnel. Dans leur gestion de la vie de l'organisation, les femmes feraient montre d'un style de leadership particulier lorsqu'elles ont l'occasion d'accéder à des positions de pouvoir. Pourtant, l'accès à ces positions de pouvoir peut aussi se faire au détriment de la femme. Les gens sont en effet plus disposés à confier ces positions de pouvoir aux femmes lorsque ces positions sont soumises à des incertitudes, à des crises ou tout simplement vouées à l'échec. Pouvoir et leadership semblent donc très liés et on observe que les cercles du pouvoir dans l'exercice du politique restent pour le moment peu ouverts aux femmes. Le pouvoir est par essence masculin, surtout en politique. Cette perception est liée à une construction culturelle des rôles attribués aux hommes et aux femmes.

Chapitre 3 : Sexe, genre et culture

Introduction

En consacrant au lendemain de la seconde guerre mondiale une étude qui va aboutir à la publication de son livre *le deuxième sexe*, Simone De Beauvoir va ouvrir le débat sur la sexualité des femmes et la contraception (Okely, 1986). Or, jusque-là, ces thèmes étaient tabous et relevaient de l'intime, du privé. Elle remet en cause les frontières entre le public et le privé et par le même coup déstabilise l'ordre familial culturellement construit. Le privé et la sexualité deviennent dès lors politiques. En soutenant que : « on ne nait pas femme, on le devient », De Beauvoir , contribuera à un dépassement des représentations ordinaires de ce que sont les sexes, féminin et masculin, représentations précisément marquées par un biologisme et un naturalisme fonciers, par la croyance que l'on est homme ou femme par la grâce de la nature (Pfefferkorn, 2012). Il s'agit finalement d'interroger l'apport de la culture dans la construction de l'identité de l'homme ou de la femme. Dans les sciences sociales, malgré la présence de la variable sexe dans les différentes enquêtes, elle semble très peu prise en compte comme un axe stratégique de réflexion et d'investigation. Néanmoins certains domaines comme la psychologie essaye de plus en plus de s'intéresser à la différence entre la masculinité et la féminité, en considérant le sexe comme l'exemple de la relation entre groupes dominants et dominés (Hurtig & Pichevin, 1986; Eagly, 1987 ; Lorenzi-Cioldi, 2002).

1. Du sexe au genre.

Les notions de sexe et de genre posent en d'autres termes la question du débat entre les notions de nature et de culture. La grande question ici est celle de savoir si l'identité sexuée est une donnée biologique ou une construction sociale ? Si pour Mead (1934) l'identité sexuée est une construction sociale, Héritier (1996) quant à elle ne nie pas l'existence matérielle des deux sexes. Il est question de partir selon Héritier (1996, p. 23) :

> « véritablement du biologique pour expliquer comment se sont mis en place aussi bien des institutions sociales que des systèmes de représentation et de pensée, mais en posant en pétition de principe que ce donné biologique, réduit à ses composantes essentielles et irréductibles, ne peut pas avoir une seule et unique traduction, et que toutes les combinaisons logiquement possibles dans les deux sens du terme - mathématiques, pensables -, ont été explorées et réalisées par les hommes ».

Ainsi, comme l'a souligné Gandon (2010), quand bien même l'existence d'un support

matériel de l'identité sexuée est admise, c'est bien la construction sociale qui crée les inégalités et non la nature qui les porte en son sein. Pfefferkorn (2012, p.18) va même plus loin, lorsqu' en reprenant Nicole-Claude Mathieu il énonce que : « les sexes ne sont pas de simples catégories bio sociales, mais des classes (au sens marxien) constituées par et dans le rapport de pouvoir des hommes sur les femmes, qui est l'axe même de la définition du genre (et de sa précédente sur le sexe) : le genre construit le sexe ».

La notion de genre est venue tout d'abord compléter la notion de sexe qui ne désignait seulement que le sexe dans son existence matérielle. Mais très vite le concept de genre va connaître une importante élaboration théorique et une diffusion internationale en fonction des pays, des langues et des disciplines. En sciences humaines et sociales, les analyses en termes de genre se sont très rapidement imposées, particulièrement en sociologie, en anthropologie, en psychologie et en histoire. Il s'est même formé une discipline à part entière sous le nom de « *gender studies* » très implantés dans les pays anglo-saxons. C'est à Oakley (1972) que nous devons en effet la première définition du concept de genre comme désignant le sexe social. Pour Hurtig et Pichevin (1985), le genre est tout ce qui n'est pas biologique, c'est -à- dire : les attitudes, les comportements, les rôles de sexes, les attributs psychologiques (comme les processus d'attribution causale), mais aussi les caractéristiques prescrites à l'un et l'autre sexe qui sont des indicateurs des rapports de pouvoir.

1.2. Le genre comme rapport de pouvoir.

Pfefferkorn (2012, p.65) définit le genre comme : « un système de signes et de symboles qui inscrivent une relation de pouvoir et de hiérarchie entre les sexes ». Ainsi, la catégorisation puis la hiérarchisation ne saurait s'expliquer en dehors du pouvoir qui est le principe fondateur de la constitution des notions comme le sexe ou la race, qui seront ensuite naturalisées pour justifier ou non la nature de la domination sociale. Il y a ici l'idée selon laquelle les rapports entre les hommes et les femmes sont des rapports de pouvoir et de ce fait permet de penser la hiérarchie sociale entre les hommes et les femmes. À travers deux approches basées sur la division sexuelle du travail et sur la sexualité, Tabet (1998) montre comment la division sexuelle du travail et l'accès différencié des hommes et des femmes aux ressources concourent à la hiérarchisation sociale entre les hommes et les femmes. Cette différenciation a selon Tabet (1998) des conséquences sur les autres aspects du genre comme les attitudes, les vêtements, les inégalités d'accès aux ressources matérielles et mentales etc. À côté de ces aspects du genre, des auteurs (Mosse, 1996 ; Fassin, 2004) soulignent que les

rapports de pouvoir s'expriment aussi dans le langage du genre. Une métaphore féminine sera fréquemment utilisée dans le but d'infériorisier un homme, une femme, voire un groupe social ou une nation. En revanche pour marquer la supériorité on aura davantage recours à des métaphores viriles. Lors des débats politiques français de la fin du XIXème siècle, les républicains « féminisaient » le peuple afin de pouvoir l'infériorisier alors que les socialistes le « virilisaient » pour le magnifier (Fassin, 2004).

Les rapports sociaux de sexes se traduisent aussi par une sorte d'asymétrie issue de la catégorisation à laquelle s'ajoute une valence différentielle couplée d'une hiérarchisation. Du point de vue cognitif par exemple, l'appartenance sexuée d'une femme est plus flagrante que l'appartenance sexuée d'un homme (Hurtig & Pichevin, 1986). La description d'une femme commence par l'appartenance au sexe féminin contrairement aux hommes qui sont perçus comme des individus et pas comme appartenant à un groupe. Le sexe masculin dans les perceptions a valeur de référence alors que le sexe féminin est une variante ou une déviance (Hurtig & Pichevin, 1986). Si l'on compare l'homme à la femme, il y a plus de différences entre eux deux que si l'on compare la femme à l'homme. En d'autres termes, la femme a plus de points communs avec l'homme, que l'homme n'en a avec la femme (Gandon, 2010). Des auteurs (Clémence, Lorenzi-Cioldi & Deschamps, 1998 ; Lorenzi-Cioldi, 2009), montrent dans leurs travaux que les dominants sont perçus comme des individus et les dominés comme membres d'un groupe. Les dominés sont des entités interchangeables. Lorenzi-Cioldi (2002) parle de « groupe collection » pour les groupes dominants et de « groupe agrégat » pour les groupes dominés. Le groupe dominant, la « *collection* », est un ensemble de personnes ayant chacune sa propre spécificité. Les membres de ce groupe se présentent et sont traités comme des exemplaires spécifiques du groupe. Chaque membre du groupe conçoit son appartenance comme volontaire, dérivée et accessoire. Le groupe cumule les caractéristiques de ses membres en les juxtaposant et sa cohérence provient de la complémentarité de ses membres. Le groupe dominé, l' « *agrégat* », est un ensemble de personnes plus indifférenciées les unes des autres. Les membres de ce groupe se présentent et sont traités comme des personnes interchangeables. Ici, le groupe entretient une relation d'antériorité avec les personnes et est doté d'une réalité unique en son genre. Le groupe fusionne les caractéristiques de ses membres dans un tout cohérent et homogène. La personnalité d'un membre du groupe apparaît comme une extension des attributs du groupe qui engendre une cohérence par similitude (Lorenzi-Cioldi, 2002). Il y a une asymétrie entre les hommes et les femmes qui se traduisent par une domination des hommes sur les femmes. Il s'agit non seulement d'une domination considérée comme naturelle, mais aussi comme idéologique, et révélatrice des

stéréotypes de sexe et de la position des femmes dans la sphère publique.

2. Les Femmes dans la sphère publique.

La répartition du travail entre hommes et femmes est un véritable indicateur de la place des femmes dans la sphère publique. La division sexuée du travail assigne des métiers et travaux spécifiques aux hommes d'une part et aux femmes d'autre part. Des auteurs (Eagly & Karau, 2002 ; Laufer & Pochic, 2004) montrent que les hommes sont d'emblée assignés à des tâches liées à la production alors que les femmes sont assignées à des tâches liées à la sphère familiale. La nature de la femme (La maternité par exemple est considérée comme naturelle, alors que la paternité est considérée comme sociale) la prédispose au travail domestique, invisible du point de vue économique (Mathieu, 1991 ; Gandon, 2010). Dans un grand nombre de pays, le travail domestique pèse lourdement sur la journée de la femme comme le montre le psychopédagogue Camerounais Sakou repris par Nkolo Foé (2002, p.15), en parlant de la femme camerounaise dans une étude intitulée « Femme comment es-tu ? ». Il dit en effet que dans les villages africains :

> « La femme se lève la première, allume le feu, donne le sein au bébé, fait la toilette des enfants et les habille. Elle fait un kilomètre à pied pour aller chercher de l'eau, en fait un autre pour revenir, donne à boire et à manger au bétail, prend son petit-déjeuner, fait la vaisselle, passe le balai dans l'enclos, fait la lessive, donne le sein au bébé, pile le riz, allume le feu, prépare le déjeuner, donne le sein au bébé. Elle fait un kilomètre à pied pour aller porter à manger au mari dans le champ de coton, déjeune, fait un kilomètre à pied pour revenir des champs. Elle fait un kilomètre pour aller à son propre champ, arrache les mauvaises herbes, donne le sein au bébé, ramasse du bois pour le feu sur le chemin du retour, fait un kilomètre pour chercher de l'eau, en fait un autre pour revenir. Elle pile le maïs, fait un kilomètre pour chercher de l'eau, en fait un autre pour revenir, allume le feu, prépare le dîner, donne le sein au bébé, range la maison, et se couche tard. De son côté, l'homme se lève quand le petit-déjeuner est prêt, il prend son petit-déjeuner, fait un kilomètre à pied jusqu'au champ de coton, travaille dans le champ, mange quand sa femme arrive avec le repas, se remet au travail, marche un kilomètre pour rentrer à la maison, mange et va se coucher ».

Malgré le volume du travail effectué par la femme comme décrit ci-dessus, ce travail n'est à proprement pas considéré comme un vrai travail, puisqu'il est dans la continuité du rôle social

et culturel attribué à la femme, c'est-à-dire s'occuper des tâches domestiques.

Lorsqu'on observe les répartitions des hommes et des femmes dans les différents métiers, on se rend compte qu'une grande proportion de femmes se retrouve dans les métiers typiques du *care* (aide-soignante, infirmière, sage-femme, enseignement). Selon les données de l'INSEE en 2008, seul 8 métiers sur 86 sont mixte en France, car malgré une évolution progressive du travail des femmes, ces dernières n'atteignent pas encore le seuil de parité. Même si on recense des hommes « secrétaire » ou « assistants maternels » et des femmes « routiers » ou « pompiers », la répartition des professions par sexe reste globalement cloisonnée de façon assez traditionnelle. Le travail qui est réservé aux hommes est aussi en droite ligne de ce qu'on leur attribue comme compétences naturelles. Les hommes en effet sont dédiés aux gros travaux qui nécessitent une habilité technique et une maîtrise d'outils et d'instruments. On voit bien qu'ici, le travail des hommes va bien au-delà de la simple constitution naturelle du corps pour prendre en considération l'exigence d'une acquisition de compétence, car le travail est avant tout une notion intrinsèquement masculine (Laufer & Pochic, 2004). Et comme le dit Laufer (2003), les femmes ne figurent dans le travail que comme problème à négocier surtout lorsque l'on aborde les professions perçues comme prestigieuses et où la présence des femmes est souvent perçue comme une intrusion. Dans une étude portant sur la question des inégalités professionnelles de genre dans une grande entreprise d'électronique, Doutre (2011) a montré que les stéréotypes de genre étaient préalablement activés dans les écoles d'ingénieurs. Ainsi, plus l'école est très bien placée dans le classement national, plus les étudiants développent un sexisme hostile vis-à-vis des femmes ingénieurs, alors que lorsque l'école est généraliste et mal placée, ce sexisme disparaît au profit d'attitudes de tolérance et d'équité. Il semble qu'il en est de même dans l'espace public.

En effet, l'espace public confère un certain avantage, et un privilège notamment politique que ne donne pas la sphère privée. La sphère publique est tournée vers l'extérieur, elle est extravertie ; tandis que la sphère privée est recroquevillée sur elle-même et introverti (Nkolo Foe, 2002). Dans ce contexte, la grande présence de l'homme dans l'espace politique pourrait donc s'expliquer par le contrôle de l'espace public, mais aussi de l'espace privé puisque c'est lui le chef de famille. Il y a donc une continuité entre l'espace privé et l'espace public et politique. C'est d'ailleurs dans ce sens que Pionchon et Derville (2004) font remarquer qu'en politique, les femmes font bien plus souvent que les hommes l'objet d'interrogation sur leur vie privée. Elles ont le sentiment de devoir rendre des comptes sur cette dimension de leur vie, de devoir faire la preuve de leur féminité à travers le statut

d'épouse et de mère. De ce fait, la femme célibataire et/ou sans enfant est souvent exposée à des insinuations, des rumeurs, voire de véritables agressions (Freedman 1997). Dans la même veine, Sourd (2003), note que la plupart des portraits de femmes en politique renvoient à la sphère privée (nom et profession du conjoint, nombre et âge des enfants, etc.) ; tandis que les mêmes informations pour un homme découlent plus généralement d'une instrumentalisation par lui-même de son intimité. Il s'agit donc selon Bourdieu (1998, p.82) d'une dichotomie fondamentale entre « l'univers public masculin, et les mondes privés féminins ». Pour Leroux et Sourd (2005), l'espace politique impose aux femmes des exigences contradictoires auxquelles elles ne pourraient satisfaire : incarner la « féminité » dans un univers défini par des stéréotypes dominants souvent reconnu aux hommes. Dans l'ensemble on peut remarquer que ces contradictions auxquelles sont soumises les femmes s'appuient largement sur les fondements de la « *culture* » qu'il nous semble important de définir et de mieux cerner.

3. Qu'est-ce que la Culture ?

Etymologiquement le mot culture vient du latin « *cultura* » qui désigne l'action de cultiver notamment dans le domaine de l'agriculture. Progressivement le terme va s'élargir aux êtres humains pour désigner l'hommage rendu à une divinité. La variété des définitions que l'on retrouve dans des domaines tout aussi varié, nous renseigne sur la richesse de la notion de culture. Les différentes approches de définition (Ton-nu, 2014), suggèrent que la culture englobe nos valeurs, nos croyances, nos coutumes, nos langues et nos traditions. Elle est reflétée par notre histoire, notre patrimoine et notre façon d'exprimer les idées et la créativité. En psychologie, la culture est définie comme : « l'ensemble (…) lié des significations acquises les plus persistantes et les plus partagées que les membres d'un groupe (…) sont amenés à distribuer sur les stimuli provenant (…) d'eux-mêmes, induisant vis-à-vis de ces stimuli des attitudes, des représentations et des comportements communs valorisés, dont ils tendent à assurer la reproduction par des voies non génétiques » (Camilleri, 1989). Selon Guimond (2013), les processus psychologiques sont des éléments que tous les humains partagent, mais dont les manifestations sont susceptibles d'être influencées par la culture.

Ainsi, la diversité des pratiques culturelles pourrait très souvent cacher une similitude sous-jacente au niveau des processus et des fonctionnements psychologiques. La culture apparait ainsi comme une variable fondamentale dans la compréhension des comportements individuels et collectifs, parce qu'elle porte en elle les croyances, les représentations partagées par les membres d'un groupe social. Dans ce sens, Kouabenan (2001) présente la culture

comme un système de croyances, de valeurs, de représentations et d'expériences partagées par les membres d'un groupe social donné. Et dans ce sens selon lui, elle peut être une importante source de biais dans les jugements. Lorsque les camerounais ou les français sont interrogés sur la question de la présence des femmes à des positions de pouvoir en politique qui est un sujet susceptible d'être fortement influencé par leur appartenance culturelle, on peut s'attendre à de nombreux biais dans leur jugement. Mais ces biais sont justement d'une grande importance pour comprendre leurs représentations du leadership politique féminin. En effet, comme le dit Pidgeon (2010), la culture représente pour les personnes qui la partagent une manière évidente et indiscutable d'agir parce qu'elle porte entre autres un ensemble de valeur. Ces valeurs sont en quelque sorte des instances évaluatives qui guide les choix comportementaux (Schwartz, 1992, 1994).

4. Les croyances et valeurs culturelles.

Par le biais d'une enquête menée par l'entreprise américaine IBM spécialisée dans les technologies et le conseil, Hofstede (2001) va réunir une importante quantité de données sur les valeurs culturelles de plusieurs pays du monde. Les items de son échelle ont permis d'évaluer cinq dimensions de valeurs culturelles :

1- *Dimension Distance au pouvoir hiérarchique (PDI) :* Cette dimension mesure le ressenti des gens par rapport au niveau de distribution du pouvoir dans une culture donnée.
2- *Dimension Individualisme / Collectivisme (IDV) :* Cette dimension désigne le degré auquel les individus sont intégrés aux groupes. Elle porte sur le degré avec lequel une société reconnait les accomplissements collectifs ou individuels.
3- *Dimension Masculinité / Féminité (MAI) :* cette dimension mesure le niveau d'importance qu'une culture accorde aux valeurs stéréotypées masculines telles que l'agressivité, l'autoritarisme, la compétition et le matérialisme, ainsi qu'aux valeurs stéréotypées féminines telles que la construction des relations humaines.
4- *Dimension Contrôle de l'incertitude (UAI) :* Cette dimension évalue ici la tolérance d'une société pour l'incertitude et l'ambiguïté. Elle mesure la façon dont une société gère les situations inconnues, les évènements inattendus et l'anxiété face au changement.
5- *Orientation à long terme / Orientation à court terme :* Cette dimension décrit

l'horizon temporel d'une société. Les cultures orientées court terme donnent de la valeur aux méthodes traditionnelles, elles perçoivent le temps comme circulaire. Les cultures orientées long terme quant à elles, perçoivent le temps comme linéaire et regarde le futur plutôt que le présent ou le passé. Une telle société vise des objectifs et donne de la valeur aux récompenses.

Les travaux de Hofstede ont permis de mettre en évidence des dimensions culturelles étudiées comme points de divergences entre cultures nationales. Cependant, Bien que considérée comme révolutionnaire, l'échelle de Hofstede a essuyé de multiples critiques. En effet, les participants qui ont servi à la conception de la version originale de l'échelle étaient tous salariés d'une seule multinationale (Smith, 2002). De plus, l'auteur conçoit la culture nationale comme étant une entité historiquement déterminée, homogène et stable ; ce qui pour Cray et Mallory (1998) est vague, contradictoire et sans fondement théorique de base. D'autres auteurs trouvent que Hofstede ne mesure pas la culture en soi, mais plutôt les perceptions que les salariés d'une entreprise ont des valeurs et des comportements (Bartholomew & Adler, 1996; Roberts & Boyacigillier, 1984).

Pour sa part, Schwartz (1999) suggère trois préoccupations que toute société doit régler en vue d'assurer sa survie : 1) le lien entre l'individu et le groupe ; 2) les comportements recommandés pour la préservation du modèle social ; 3) le lien entre l'individu, la nature et la société. D'après Schwartz, face à chacune de ces préoccupations, chaque société développe des réactions spécifiques qui fondent son modèle culturel. Ces réactions spécifiques sont de trois ordres, réparties en 3 dimensions bipolaires à savoir : « ancrage ou fusion / autonomie intellectuelle et affective » ; « égalitarisme / hiérarchie» ; « harmonie / maîtrise ». Ainsi, certaines sociétés vont favoriser l'autonomie intellectuelle et/ou affective comme lien idéal entre l'individu et le groupe tandis que d'autres vont privilégier l'ancrage ou fusion de l'individu dans le groupe. S'agissant de la préservation du modèle social, certaines sociétés vont privilégier l'égalité entre tous ses membres tandis que d'autres seront favorables pour un ordre social hiérarchisé. Enfin, certaines sociétés vont favoriser l'harmonie avec la nature tandis que d'autres auront tendance à la transformer en vue de la maîtriser. Pour Schwartz (1999), mesurer les valeurs culturelles revient à capturer ces caractéristiques prédominantes dans une société à travers les trois dimensions bipolaires. La mesure originale des valeurs culturelles (Schwartz, 1992) repose sur ces 7 dimensions que l'auteur considère comme étant non orthogonales afin de se démarquer de Hofstede (1980).

Reynolds, Quevillon, Boyd et Mackey (2006) proposent une mesure des croyances et valeurs culturelles américaines, susceptible d'évaluer le rapport individuel aux pratiques culturelles. A partir des entretiens avec plusieurs personnes ressources et pratiquantes des us et coutumes des tribus indiennes, Reynolds et ses collaborateurs constituent un ensemble de 12 valeurs, croyances ou pratiques culturelles des peuples Dakota/Nakota/Lakota. Ces valeurs, croyances ou pratiques culturelles se réfèrent à l'identification et au sentiment d'appartenance à la communauté, la connaissance de l'héritage culturelle, la connaissance de la langue, l'appropriation des rituels spirituels et des pratiques coutumières. L'échelle de Reynolds et al. (2006), présente l'avantage d'évaluer le rapport individuel aux pratiques culturelles du groupe d'appartenance, en dépassant le seul fait d'appartenir à un groupe comme critère d'identification à la culture de ce groupe. Ces différentes approches de la culture et particulièrement celle de Reynolds (2006) peuvent être de sources d'inspiration pour voir l'impact des représentations culturelles parfois transmises de générations en générations, sur les comportements des individus vis-à-vis d'un objet social comme le leadership politique féminin.

Conclusion

Le chapitre qui s'achève, nous a permis de voir que la participation des femmes à la vie publique et politique a été le fruit d'une longue marche des mouvements féministes qui se sont battus pour déconstruire le sexe comme une donnée naturelle et proposer le genre comme sexe social. Cette déconstruction a permis de nourrir une grande réflexion des chercheurs sur les rapports sociaux de sexe notamment en lien avec les relations asymétriques entre hommes et femmes. Il y a non seulement une différence entre les hommes et les femmes, mais aussi une hiérarchisation. Cette hiérarchisation découle d'une catégorisation sociale qui se traduit par une sorte de domination des hommes sur les femmes. Les dominants sont perçus comme des individus alors que les dominés sont perçus comme membre d'un groupe. La sphère publique va également porter les marques de cette catégorisation, notamment à travers le travail salarié qui a été un facteur important d'ouverture des femmes à la sphère publique. La division sexuée du travail permet de voir que les hommes sont assignés à la sphère productive alors que les femmes sont liées à la sphère familiale, car le travail domestique reste typiquement féminin. Le travail de « plein air » semble en effet offrir un certain prestige et un pouvoir que la sphère privé n'apporte pas. La politique par exemple, reste encore un domaine presque exclusivement masculin où existe de nombreuses discriminations, institutionnalisées

ou de fait, entre hommes et femmes. Ces discriminations trouvent une partie importante de leurs explications dans les contextes culturels qui les portent. Les approches théoriques développées par Hofstede (1980), Schwartz (1992) et Reynolds et al. (2006) sont dans ce sens de très bons indicateurs d'explication des comportements en vigueur. En effet, l'émergence de la problématique de l'égalité entre les sexes dans les prises des décisions collectives bouscule aujourd'hui avec une grande acuité les croyances, les attitudes et stéréotypes des camerounais et français. Les représentations liées au leadership politique féminin vont être imprégnées de ces positions sociales de l'homme et de la femme et orienter les conduites.

Chapitre 4 : Les variables explicatives des représentations du leadership politique féminin et des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : approche théorique

Introduction

Les démarches visant à favoriser une plus grande présence des femmes à des positions de pouvoir en politique sont soumises à des contraintes non seulement conjoncturelles, mais aussi culturelles et sociales. Si les contraintes conjoncturelles peuvent être plus ou moins facilement identifiées (les textes, conventions, règlements et lois), les contraintes culturelles et sociales quant à elles sont plus implicites. Pourtant, ces dernières sont profondément enracinées dans la société et dans les structures mentales. Elles nous intéressent particulièrement dans ce chapitre où croyances, stéréotypes de genre et représentations en rapport avec le leadership politique féminin seront abordés comme facteurs de compréhension et d'explication des comportements ou des intentions de comportements électorales. Et pour mieux cerner les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, nous nous intéresserons aux attitudes, aux normes subjectives et au contrôle perçu en lien avec le choix d'une femme à une position de leader en politique. Le lien entre nos différentes variables va nous permettre de mettre en rapport deux principales approches théoriques à savoir les représentations sociales (Abric, 1984 ; Moliner, 1996) et la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1985, 1991, 2002). Le rapprochement que nous tenterons de faire entre ces deux approches théoriques dans l'explication des intentions du comportement électoral des français et camerounais débouchera sur la problématique générale de cette thèse ainsi que sur les différentes hypothèses de recherches.

1. Les représentations sociales un champ d'analyse du leadership politique féminin.

Il est difficile de définir les représentations sociales tant ce concept revêt de nombreuses définitions en fonction de l'épistémè dans laquelle il s'intègre (Doutre, 2007). Tantôt utilisé au singulier, tantôt utilisé au pluriel, la notion de représentations sociales est utilisée par des champs disciplinaires multiples et traitée selon des méthodologies diverses. Ainsi, « il n'est pas étonnant que les définitions de la représentation sociale changent suivant les auteurs et les

contextes […], elles sont elles-mêmes des représentations du concept, et elles doivent être reformulées pour fonctionner dans le schéma du discours qui l'utilise » (Lahlou, 1998, p.19). Rappelons que c'est Moscovici qui, en 1961 a le premier fait allusion à la notion de représentations sociales. Cet auteur définissait alors les représentations sociales comme :

> « des systèmes qui ont une logique et un langage particuliers, une structure d'implications qui portent autant sur des valeurs que sur des concepts. Un style de discours qui leur est propre. Nous ne les considérons pas comme des opinions sur, ou des images de, mais comme des théories, des sciences collectives sui generis, destinées à l'interprétation et au façonnement du réel » (Moscovici, 1961, p. 48).

Etudier les représentations sociales revient à étudier un système d'interprétation de la réalité, le « sens commun » en quelque sorte, c'est-à-dire la façon dont les individus se représentent quelque chose, quelqu'un, un évènement ou une idée. Cette connaissance socialement élaborée et partagée, permet au sujet, de construire une réalité qu'il partagera avec les autres (Jodelet, 1989). La formation des représentations sociales obéit à une démarche qui consiste pour le sujet dans un premier temps à sélectionner des informations qui ont pour lui une forte signification. C'est « *le processus d'objectivation* » (Moscovici, 1961). Dans un second temps, les informations sélectionnées par le sujet vont être transformées pour être intégrer dans un système de pensées préexistant et inhérent à son groupe d'appartenance. C'est « *le processus d'ancrage* », qui permet selon Doise & Palmonari, (1986, p.22) « d'incorporer quelque chose qui ne nous est pas familier ». Ainsi constituées, les représentations sociales vont permettre au sujet d'appréhender la réalité sociale environnante. Plusieurs démarches théoriques élaborées par les chercheurs vont permettre de mieux cerner comment l'objet de la représentation est intégré dans la réalité sociale de l'individu.

1.1. Le modèle structural et la théorie du Noyau central (Abric, 1994, Guimelli, 1994).

Le modèle structural décrit la structure et l'organisation d'une représentation mais aussi ses modalités de transformation. Il apporte des éléments de compréhension importants, quant à l'organisation interne des représentations sociales. Selon cette approche, toute représentation comporte deux sphères distinctes, celle de « *la centralité » (le noyau central)* qui définit et construit l'objet de représentation, et celle de « *la périphérie »* qui sert à ajuster la représentation aux situations quotidiennes complexes (Doutre, 2009). Le noyau central représente l'élément stable et essentiel à l'existence de la représentation. C'est lui qui en détermine la signification et l'organisation. Le système périphérique quant à lui permet

l'adaptation de la représentation aux évolutions du contexte et aux caractéristiques propres de l'individu. Dans l'opérationnalisation du concept de représentation du leadership politique féminin, nous nous intéressons particulièrement à la centralité des éléments qui pour nos participants traduisent leur représentation du leadership politique féminin.

1.2. Le modèle des principes organisateurs (Doise, Clémence & Lorenzi-Cioldi, 1992).

Le modèle des principes organisateurs aborde les représentations sociales comme de véritables « *principes organisateurs* » qui se chargent de réguler les rapports symboliques et rendent compte des variations entre individus. En d'autres termes, les représentations sociales permettent à l'individu de prendre position dans les rapports sociaux (Doise, 1986). Plus que des opinions consensuelles, les représentations sociales sont de véritables prises de positions, même si des repères communs peuvent être utilisés (Simonnet-Toussaint, Lecigne & Keller, 2005).

1.3. Le modèle bidimensionnel des représentations sociales (Moliner, 1995).

Ce modèle montre l'intérêt heuristique d'une association de l'étude de la dimension structurale à celle de la dimension évaluative, reflétant le comportement des sujets envers l'objet de la représentation. Ce modèle selon Doutre (2009) a démontré que certains éléments (des cognitions) composant les représentations sont investis d'une valeur qu'ils soient centraux ou périphériques. La représentation sociale va alors se composée des cognitions consensuelles (approche du noyau central) pas ou peu connotées qui définissent l'objet de la représentation sociale. Elle se composera aussi du champ des normes (approche des principes organisateurs) qui connote fortement les éléments selon une logique évaluative fondée sur des valeurs sociales (Moliner, 1996). La représentation selon ce modèle se compose aussi d'un système périphérique organisé en deux champs. Il s'agit du champ :

> « des descriptions (issu de la théorie du noyau) qui permet de comprendre les situations quotidiennes, et celui des attentes (issu de la théorie des principes organisateurs), désirs ou craintes du groupe social à l'égard de l'objet. Ce dernier champ autorise l'expression évaluative individuelle mais dépend du champ central des normes et en actualiserait les valeurs » (Doutre, 2009, p. 85).

L'approche du modèle bidimensionnel semble particulièrement cadrée avec l'orientation théorique que nous donnons à nos différentes études dans le cadre de ce travail. En effet, la configuration particulière du modèle bidimensionnel peut permettre de mieux appréhender le rôle des cognitions qui influencent les représentations et nous aider à identifier les pratiques en lien avec les prises de positions de nos participants. L'idée ici est d'arrivé à cerner les intentions de vote de nos participants en faveur du leadership politique féminin à travers l'étude de leurs représentations. Il est notamment question de voir comment à travers les attitudes, les stéréotypes de genre, les normes subjectives et l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, il est possible d'apporter des éclairages en lien avec les pratiques.

2. Attitudes et représentations sociales.

Des études qui ont essayé d'articuler « attitudes » et « représentations sociales », notamment d'un point de vue empirique, en montrant les mécanismes qui les relient sont peu nombreuses (Salès-Wuillemin, Stewart & Dautun, 2004 ; Bergamaschi, 2011). Les premières études montrent que ces deux concepts ne traduisent pas le même niveau de la relation sujet-objet. Selon Doise (1986), les représentations sociales dépendraient de systèmes idéologiques plus larges, et impliqueraient donc un niveau collectif. En ce sens, elles seraient révélatrices du rapport qu'un groupe entretient avec un ensemble social, alors que les attitudes correspondraient à des modulations de nature plus particulière. Elles traduiraient alors le rapport d'un individu à un ensemble social. C'est dans ce sens que Jasper et Fraser (1984) considèrent que la principale différence entre attitudes et représentations sociales résiderait dans l'opposition entre la dimension collective des représentations sociales et la dimension individuelle des attitudes. En effet selon ces auteurs, les représentations sociales sont des systèmes de croyances collectivement élaborés et collectivement partagés, alors que les attitudes sont plutôt de dispositions individuelles qui permettent de rendre compte des variations observées dans les réponses de sujets soumis à une même source de stimulation. C'est pourquoi, Jasper et Fraser (1984) suggèrent d'appréhender les attitudes comme des réponses évaluatives de nature individuelle qui sont produites sur la base d'un cadre de référence commun (Tafani, 2001). En d'autres termes, il y 'aurait chez les individus un consensus autour des représentations sociales d'un objet et une variation interindividuelle dans les attitudes ou les évaluations que ces individus font de l'objet. Les participants français et camerounais pourraient ainsi se différencier de façon significative dans l'évaluation qu'ils

font de la présence des femmes à des positions de leader en politique, mais on observera un certain consensus dans leurs représentations du leadership politique féminin, notamment en ce qui concerne les éléments centraux de cette représentation. Bien entendu, cette proposition n'exclut nullement le fait que ces prises de position puissent s'avérer consensuelles au sein de groupes sociaux occupant une position spécifique (Le groupe des femmes ou le groupes des hommes) relativement à l'objet considéré (Bethlehem, 1990; Fraser et Gaskell, 1990 ; Fraser, 1994). C'est dans le prolongement de ces considérations que s'inscrit le modèle bidimensionnel des représentations sociales introduit par Moliner (1994, 1995, 1996). Moliner et Tafani (1997) ont proposé de poser l'attitude envers un objet de représentation donné comme une variable de nature évaluative se traduisant par des variations interindividuelles dans les prises de position envers les croyances associées à celui-ci. En ce sens, on doit s'attendre à ce que les différences attitudinales observées à propos d'un objet donné modulent la représentation de l'objet en question. La modulation de la représentation va aussi être sous l'influence des stéréotypes de genre.

3. Stéréotypes et représentations sociales.

Selon Abric (1987), la catégorisation joue un rôle essentiel dans l'élaboration, le maintien et l'évolution d'une représentation sociale. Elle a une fonction heuristique au sens où elle permet de réduire la complexité de l'environnement en le découpant et en l'ordonnant, ce qui en facilite la compréhension et la maîtrise. La catégorisation contribue également à assurer la cohérence de la représentation, en orientant le tri et la sélection des informations relatives à l'objet de représentation, leur traitement, voire leur réinterprétation dans le cas où ces informations sont en contradiction avec la représentation. La catégorisation sociale (Tajfel, 1972) fait appel à la notion de stéréotype. Des recherches (Jodelet, 1984 ; Abric, 1987 ; Corneille & Leyens, 1999 ; Clémence, 2002 ; Rosa et al., 2011) indiquent que catégorisation sociale et représentations sociales sont deux processus théoriques qui ne sont pas étrangers l'un à l'autre, et qui sont imbriqués. Jodelet (1984, p. 360) par exemple définit les représentations sociales comme : « des catégories qui servent à classer les circonstances, les phénomènes, les individus auxquels nous avons affaire ». Pour Abric (1987, p.71) « le propre d'une représentation est de produire un système de catégorisation ». Selon Corneille et Leyens (1999, p.63) « Les représentations sociales entretiennent de nombreux aspects communs avec les catégories... ». Ainsi, pour savoir comment des sujets perçoivent les individus qu'ils ont classés dans une même catégorie, il convient de s'interroger sur les divers traits constitutifs de

cette catégorie. Ces traits sont souvent empreints de stéréotypes qui peuvent être définis comme l'ensemble des caractéristiques que les membres d'un groupe attribuent, de manière consensuelle, aux membres d'un autre groupe. Les stéréotypes issus des catégorisations sociales et les représentations sociales sont tous deux des savoirs naïfs que les individus élaborent à propos de ce groupe. Dans les deux cas, nous avons bien affaire à des cognitions permettant la compréhension et l'évaluation. Il s'agit de deux élaborations conceptuelles d'un même phénomène qui correspondent à la manière dont les individus perçoivent les groupes sociaux. On pourrait donc logiquement penser que « les éléments centraux de la représentation d'un groupe social soient identiques aux éléments de stéréotypes de ce même groupe » (Moliner & Vidal, 2003, p.161). Ainsi, lorsqu'une représentation est étudiée à travers l'approche structurale, les éléments de stéréotypes et éléments centraux se confondent (Vidal, 2003). Cependant, dans une approche des « principes organisateurs » les représentations montrent que sous ce consensus se cachent de profondes variations pouvant être captées par plusieurs sortes d'analyses multi variées (Doise, Clémence & Lorenzi-Cioldi, 1992). Les différents traits stéréotypiques qui constituent la catégorie des hommes et des femmes politiques pourraient dans ce sens être à la base de variations significatives des représentations du leadership politique féminin. De plus, les stéréotypes sont des schémas simplifiés des éléments de la catégorie, alors que les éléments centraux des représentations sociales sont à la base même de la représentation et il ne saurait avoir des représentations sans éléments centraux (Abric, 1987). On pourrait imaginer dans le cadre de notre étude que les stéréotypes de genre soient corrélés aux représentations du leadership politique féminin et engendrent une prise de position par rapport aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Il s'agit précisément d'un contexte social (le contexte politique) où les rapports de domination sont les plus prégnants et sont fortement imprégnés des normes, valeurs et pratiques sociales et culturelles.

4. Pratiques sociales et représentations sociales.

La représentation selon Jodelet (1988) sert à agir sur le monde et sur autrui. La représentation sociale va déterminer le niveau d'implication du sujet, sa motivation et va influencer ses pratiques. Et en observant et identifiant les pratiques sociales ou culturelles d'un groupe on peut arriver à cerner ses représentations. Les pratiques sociales comme le dit Abric (1994, p.7) renvoient à des « systèmes complexes d'action socialement investis et

soumis à des enjeux socialement et historiquement déterminés». Les pratiques communes participent à l'élaboration de la représentation par le groupe. De même, le changement de pratiques ou l'introduction de pratiques nouvelles a un impact sur l'évolution de la représentation (Flament, 1987 ; Guimelli, 1994 ; Guimelli & Jacobi, 1990 ; Guimelli & Rouquette, 1992 ; Guimelli & Reynier, 1999 ; Flament, 2001). Ces pratiques peuvent recouvrir différentes réalités. Elles peuvent être soient des actes isolés ou des pratiques régulières (Flament & Rouquette 2003). Dans le contexte de notre travail, ces pratiques s'expriment à travers les croyances et valeurs culturelles susceptibles d'orienter la représentation du leadership politique féminin. Ces différentes pratiques peuvent impacter la structuration de la représentation du leadership politique féminin, notamment son organisation hiérarchique (système central/périphérique) et ses dimensions (descriptive, fonctionnelle, évaluative). Selon Rateau (2000), lorsque les individus ont une pratique de l'objet, la représentation apparaît plus structurée. L'influence mutuelle entre pratiques et représentations a été maintes fois établie. Par exemple Rouquette (1994) montre que les populations urbaines et rurales du fait de leur différence de pratique de la foule en construisent des représentations sociales très différentes. En effet, les ruraux activent davantage d'éléments négatifs comme « émeutes » ou « danger » lorsqu'il s'agit d'aborder cette question. De même, Fraïssé (1999) en étudiant la représentation sociale de la médecine naturelle, révèle que l'absence de pratique entretenue à l'égard de l'objet aboutit à une absence de structuration de la représentation sociale étudiée. En revanche, les sujets déclarant une pratique rapportent une représentation clairement structurée. Nous pouvons donc nous attendre à ce que le champ des représentations soit organisé en fonction du niveau de pratique en rapport avec des activités liées aux croyances et valeurs culturelles des individus. L'approche des représentations sociales peut au final être résumée dans le modèle que propose Moliner (1996) :

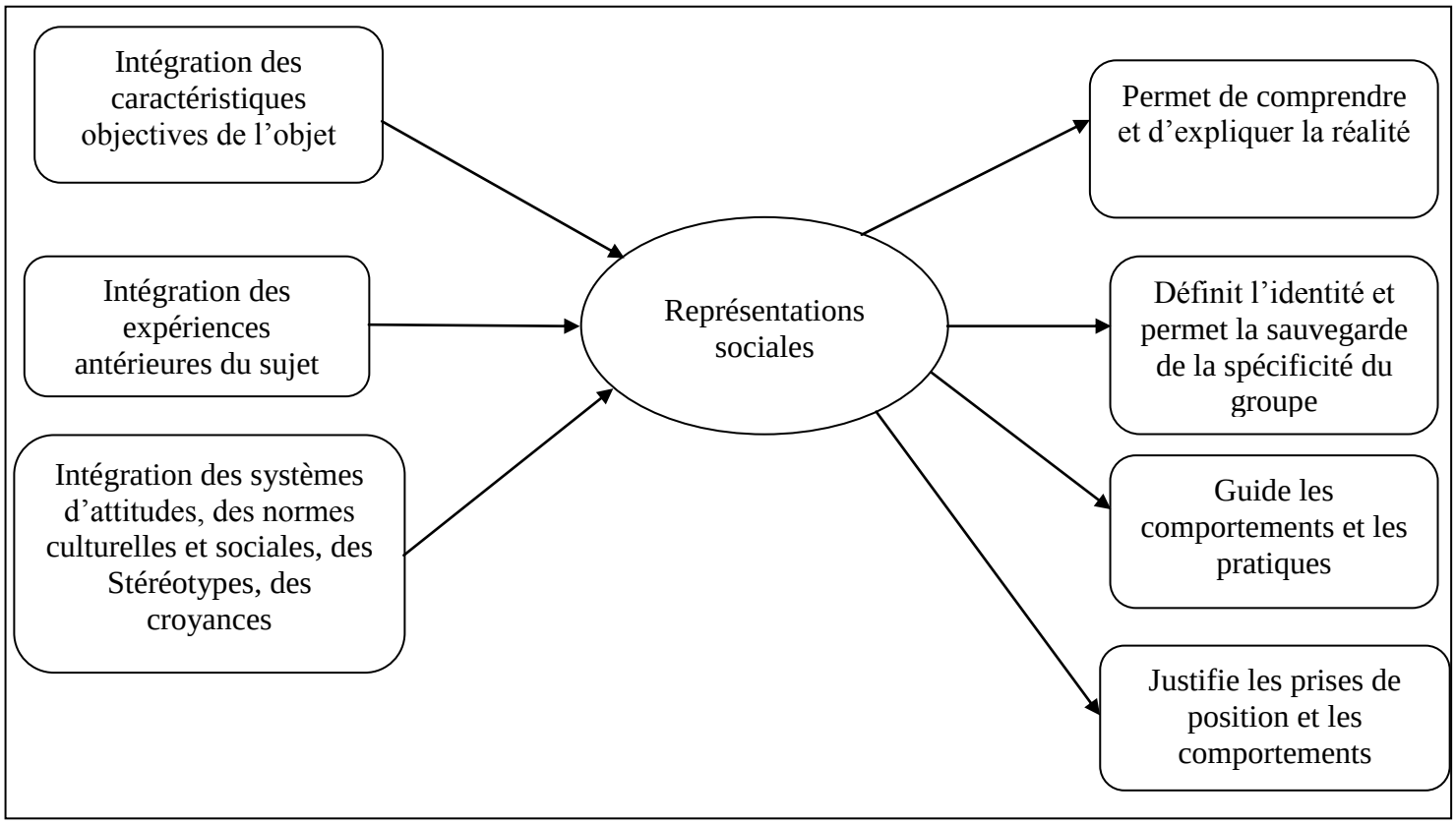


Figure 1 : Elaboration et Fonction des représentations sociales (Moliner, 1996).

Comme nous le montre la figure ci-dessus, l'une des fonctions des représentations sociales est d'orienter le comportement et dans le contexte de notre étude d'orienter les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Ces intentions de comportement s'intègrent dans le cadre théorique de l'approche du comportement planifié (Ajzen, 1991).

5. Le modèle du comportement planifié ou la théorie du comportement planifié : TCP

La théorie du comportement planifié (TCP) (Ajzen, 1985, 1991, 2002) est une extension de la théorie de l'action raisonnée (TAR) (Ajzen & Fishbein, 1980). Cette dernière postule que le déterminant le plus direct du comportement est l'intention comportementale. Cette intention comportementale est sous-tendue par les attitudes à l'égard du comportement et les croyances normatives. Les limites de la TAR vont permettre à ses auteurs d'introduire un troisième facteur, *le contrôle comportemental perçu*. Comme les attitudes et les normes subjectives, le contrôle comportemental perçu peut non seulement avoir un effet sur

l'intention, mais aussi prédire directement le comportement lorsque celui-ci n'est pas sous le contrôle volontaire de l'individu. La théorie du comportement planifié a permis de montrer et de préciser le lien entre les croyances et le comportement. Elle postule que la production (ou la non production d'un comportement spécifique) se fonde sur un processus comparatif de trois catégories de croyances associées au comportement. Les « *croyances comportementales* » portent sur la perception des avantages et des inconvénients à produire le comportement. Les « *croyances normatives* » renvoient aux attentes de l'individu concernant les individus et groupes de référence qui approuveront ou désapprouveront la production du comportement. Enfin, les « *croyances de contrôle* » concernent la perception d'éléments liés aux raisons personnelles et/ou aux éléments liés à la situation et qui vont faciliter ou empêcher la production du comportement *(*Ajzen, 2002*)*. Selon la TCP, les individus ne seront susceptibles d'adopter une forte intention d'agir ou de se comporter d'une certaine façon que s'ils croient qu'ils ont les ressources nécessaires ou les opportunités pour y parvenir (Contrôle perçu). Cette intention de comportement tiendra aussi compte, des attitudes des individus à l'égard du comportement et de l'importance qu'a pour eux ce que pensent leur entourage ou ceux qui ont de l'importance à leurs yeux (normes subjectives). L'influence des croyances dans la production du comportement est déterminée par trois caractéristiques *(*Ajzen & Fishbein, 2000*)* :

- *La probabilité subjective* associée à la croyance, désigne la force de la croyance. Ainsi plus la probabilité subjective qu'un comportement possède une caractéristique est grande plus la croyance est forte ;
- *La valeur positive ou négative associée au comportement.* Dans ce sens, une croyance est le résultat de la valeur accordée à une caractéristique en fonction de la probabilité subjective que le comportement présente cette caractéristique ;
- *L'accessibilité des croyances* désigne le fait qu'elle soit facilement récupérable en mémoire pour intervenir dans la production du comportement. L'accessibilité est définie « comme l'activation potentielle d'une connaissance disponible» *(*Higgins, 1996, p. 134*)*.

Ainsi, comme le mentionnent Letirand et Delhomme (2006, p.4) « Au total, selon la TCP, plus une croyance est accessible en mémoire, plus la probabilité subjective qu'elle caractérise le comportement est grande, et plus elle est positive ou négative ; plus il est attendu qu'elle déterminera l'adoption (ou non) du comportement. ». L'influence qu'exercent nos croyances sur les intentions de comportement et les comportements se traduisent dans le lien

qu'entretiennent ces croyances avec les attitudes, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu.

5.1. Croyances comportementales, attitudes et intention de vote en faveur du leadership politique féminin.

« Les croyances comportementales portent sur la perception des avantages et des inconvénients à produire le comportement » (Letirand & Delhomme, 2006, P.4). Elles constituent une forme d'évaluation anticipée, une hypothèse que fait le sujet sur les conséquences probables du comportement visé, s'il est effectivement mis en œuvre. Chaque croyance est caractérisée par la valeur (négative ou positive) attribuée par l'individu à un résultat et par la probabilité estimée par l'individu que le comportement aboutisse à ce résultat. La somme des croyances comportementales forme l' « *attitude envers le comportement* » qui représente l'évaluation globale des conséquences engendrées par le comportement.

L'attitude selon Fishbein et Ajzen (1975), est la position d'une personne sur une échelle d'évaluation bipolaire. C'est une évaluation psychologique d'un objet selon un certain degré de faveur ou de défaveur (Eagly & Chaiken, 1993). Selon Rosenberg et Hovland (1975), reprit par Bergamaschi (2011) l'attitude correspond à l'évaluation d'un objet suivant trois dimensions :

- *Affective :* les sentiments favorables ou défavorables suscités par le stimulus. Une attitude favorable envers le leadership des femmes en politiques pourraient se traduire par une intention de vote favorable au leadership politique féminin. A l'inverse, une attitude défavorable se traduirait par une intention de vote moins favorable.
- *Cognitive :* les perceptions et les croyances. Cette dimension se construit sur la base des expériences personnelles et des débats qui alimentent la présence des femmes à des positions de pouvoir notamment en politique. Sur ce point, ces dernières années le débat sur la présence des femmes à des positions de pouvoir en politique est une question hautement émergente (Amougou, 2013).
- *Conative :* la disposition à l'action, orientée vers le futur ou le passé. Cette dimension renvoie directement à la préparation du comportement sous la forme d'une intention d'agir favorable ou défavorable par rapport à l'objet de l'attitude ; naturellement cette dimension est présumée être la plus proche, donc la plus

prédictive, du comportement réel (Fishbein & Ajzen, 1975 ; Ajzen, 1987).

Notons que la relation entre la dimension conative de l'attitude et le comportement réel reste vivement discuté (Fazio, 1986 ; Krauss, 1995 ; Channouf, Py & Somat, 1996). L'intérêt de cette dimension pour notre étude porte non seulement sur sa capacité à prédire les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, mais également dans la possibilité qu'elle pourrait apporter des éléments de compréhension du processus de choix des électeurs qui conduit à ce résultat.

5.2. Croyances normatives, normes subjectives et intention de vote en faveur du leadership politique féminin.

Les croyances normatives font référence à l'adhésion de l'individu à un ensemble de propositions portées et valorisées par son groupe d'appartenance. Elles renvoient comme le soulignent Letirand et Delhomme (2006, P. 4) « aux attentes de l'individu concernant les individus et groupes de référence qui approuveront ou désapprouveront la production du comportement. » Les individus vont donc adhérer à des règles implicites qui leur font penser, agir et qui vont orienter leur comportement sans pour autant qu'elles aient un quelconque critère de vérité. Ces croyances font l'objet d'un apprentissage social et sont l'expression d'une collectivité. Des déclarations comme « chez nous les femmes s'occupent du ménage et non de politique », peuvent traduire l'adhésion à une norme sociale implicite et qui pourrait conduire les individus à être moins favorables au leadership politique féminin. Ses croyances sont parfois très ancrées dans les comportements et peuvent sous de formes différentes s'exprimer aussi bien dans les sociétés dites collectivistes comme le Cameroun ou individualistes comme la France. L'ensemble des croyances normatives contribue à former « *la norme subjective* » qui représente les pressions sociales perçues quant à la production ou à l'inhibition du comportement.

Les normes subjectives peuvent être injonctives et renvoient aux attentes de l'individu quant à l'approbation (ou à la désapprobation) que la production du comportement pourrait engendrer chez des personnes et/ou des groupes importants pour lui. Chaque croyance est caractérisée par la probabilité subjective qu'une personne de référence approuve le comportement et par la motivation de l'individu à se soumettre à la position de cette personne. Dans ce sens, selon Kouamen (2009, p. 51) : « La famille constitue un lieu essentiel de l'apprentissage politique et une instance potentielle de mobilisation qui peut se relever particulièrement efficace en période électorale. C'est en son sein que se fait la socialisation

initiale et se transmettent durablement les repères politiques et les préférences idéologiques ». Les normes subjectives peuvent aussi être descriptives et renvoient à la perception par l'individu de ce que des personnes ou groupes importants font ou ne font pas. Chaque croyance est caractérisée par la probabilité subjective que les référents importants produisent un comportement et par la motivation de l'individu à faire ce que les autres font. Lancelot (1988) reprit par Kouamen (2009) dans son étude portant sur les comportements électoraux établissait que les femmes célibataires par exemple s'abstenaient plus que les femmes mariées. Il est en effet établi que le devoir électoral se remplit très souvent en couple car les maris ont tendance à inciter leur épouse à se rendre aux urnes. On observe une homogénéité élevée des comportements matrimoniaux dans la participation électorale : les conjoints ont tendance à voter et à s'abstenir ensemble.

5.3. Croyances de contrôle, contrôle comportemental perçu et intention de vote en faveur du leadership politique féminin.

Les croyances de contrôle sont un ensemble d'attitude qui donne le sentiment à l'individu d'avoir ou non la maîtrise d'une situation et ce sans pouvoir le justifier de façon objective. Selon l'approche théorique choisie, la croyance de contrôle peut prendre une orientation plus ou moins différente. Dans la théorie sociale cognitive de Bandura (1977, 1997) par exemple, la croyance de contrôle est associée à l'auto-efficacité perçue, alors que dans la théorie du comportement planifié de Ajzen (1985) elle est en lien avec le contrôle comportemental perçu. Selon Ajzen (2002), les croyances de contrôle concernent la perception d'éléments, endogènes (les raisons personnelles) et (ou) exogènes (les éléments de la situation) à l'individu, pouvant faciliter ou empêcher la production du comportement. Les croyances de contrôle contribuent à former « *le contrôle comportemental perçu* » qui synthétise le contrôle que l'individu croit détenir sur la production d'un comportement (Ajzen, 2002). Dans la littérature, le contrôle comportemental perçu se décompose en trois facteurs principaux : l'efficacité perçue (Taylor & Todd, 1995 ; Compeau & Higgins, 1995), la facilité d'utilisation perçue (Davis, 1989 ; Ajzen, 1991 ; Mathieson, 1991) et la disponibilité (Lenhart, 2002). Le contrôle comportemental perçu : « joue un rôle important dans la mesure où l'individu est contraint dans son comportement (capacité limitée, temps limité, environnement, etc.), et qui in fine a une influence sur son intention d'agir » (Hajer, 2010, p. 52). L'apport principal de la TCP par rapport aux théories alternatives réside dans la prise en compte des facteurs de contrôle comportementaux et sociaux, qu'il importe de considérer dans l'étude des

comportements électoraux. Si par exemple pour un choix électoral donné, le genre du candidat représente entre autres critères, un élément important pour une personne, on peut s'attendre à ce que l'absence d'une candidature féminine par exemple impacte significativement son comportement électoral. Au Cameroun par exemple, la non inscription sur les listes électorales du fait entre autre de la complexité de la procédure, la proximité ou l'éloignement des bureaux de vote et la transparence du processus électoral, sont autant de facteurs pouvant faciliter ou entraver les intentions de vote en général et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin en particulier.

5.4. La formation de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin.

« L'intention comportementale » est le projet de réaliser ou de ne pas réaliser le comportement. L'intention est le déterminant immédiat du comportement (Ajzen, 1991). La combinaison des trois facteurs que sont : l'attitude envers le comportement, la norme subjective et le contrôle comportemental perçu, conduit à la formation d'une intention comportementale. Cette relation est modélisée selon la formule générale d'une régression linéaire. Le poids des facteurs dans la détermination de l'intention comportementale varie en fonction du comportement ciblé et, par conséquent, doit être évalué pour chaque nouvelle application de la théorie. Le comportement de l'électeur disent Denni, Lê van Truoc et Astor (2014, p. 1) : « ne devient réalité qu'avec cette proclamation du scrutateur « a voté ! ». Jusque-là, ses déclarations, même les plus sincères, sur ce qu'il fera dans l'isoloir ne relèvent que du possible ». Pourtant, dans un contexte de forte variabilité des votes, la connaissance de ces hésitations est devenue essentielle pour comprendre la dynamique des intentions de comportement électoral et le résultat d'une élection surtout lorsqu'il est question de prendre en compte le leadership politique féminin. Au-delà de cette dynamique, l'objectif consiste aussi à voir dans quelle mesure certaines variables (stéréotypes de genre, croyances et valeurs culturelles, etc.) contribuent à mieux cerner les représentations du leadership politique féminin de nos participants et jusqu'à quel point ces dernières peuvent prédire les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Au total, la théorie du comportement planifié peut être appliquée partiellement (relation entre intention et comportement, entre attitude, norme subjective, contrôle comportemental perçu et intention) ou intégralement (des croyances aux comportements). La somme des produits des croyances comportementales, normatives et de contrôle permet ainsi d'obtenir

une évaluation de l'attitude, de la norme subjective et du contrôle comportemental perçu envers le comportement. Ces mesures servent alors à prédire l'intention comportementale comme nous montre la figure ci-dessous :

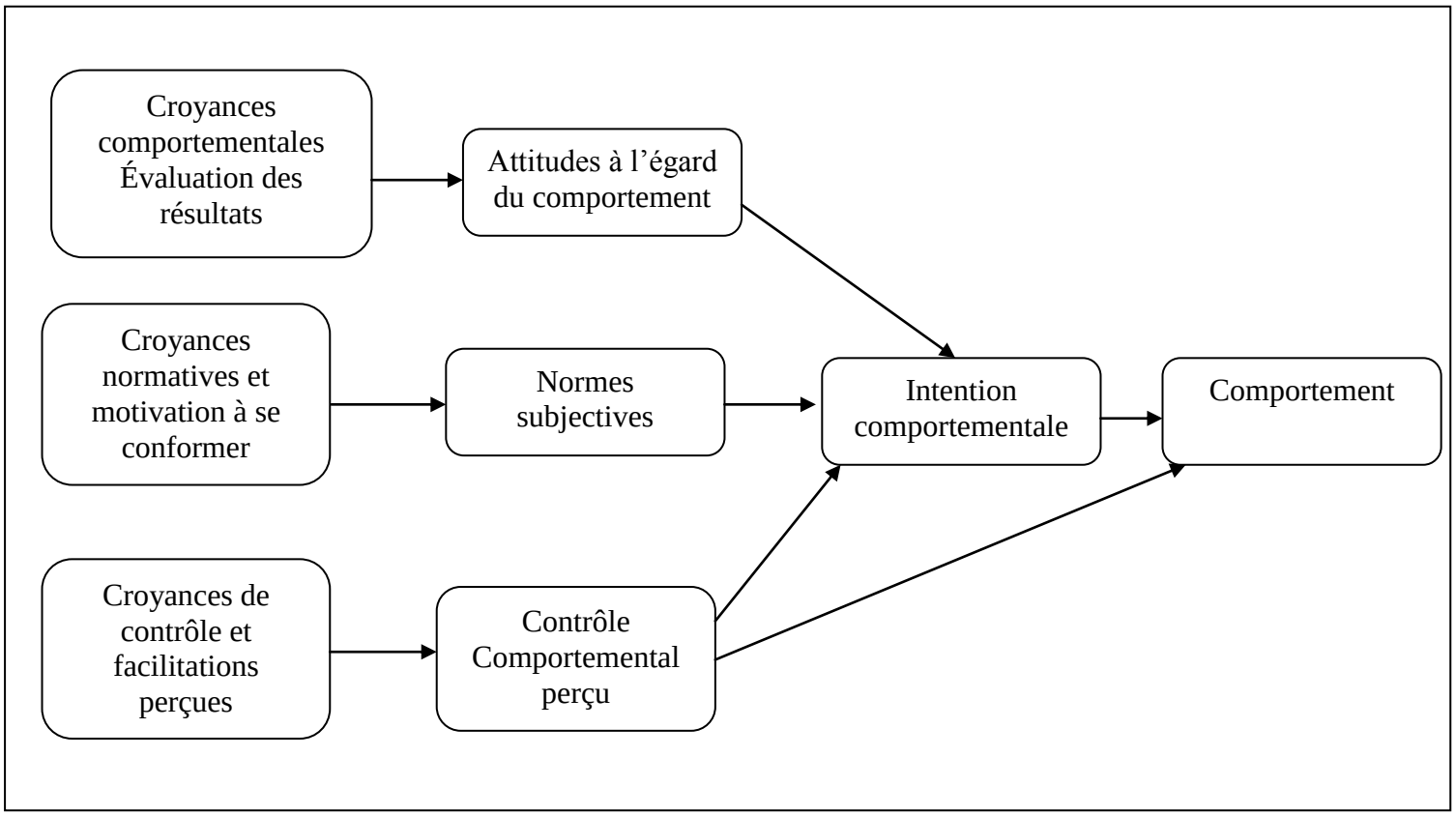


Figure 2 : Modèle du comportement planifié (Ajzen, 1991, 2002).

Conclusion

En définitive, les représentations sont dépendantes de la place qu'occupent les individus dans les groupes ou la société, et de la situation dans laquelle ce rapport s'inscrit. Ainsi, certaines parties de la représentation d'un groupe d'individus peuvent être communes, ce qui leur permet alors de débattre du même objet et d'échanger à son propos, mais surtout d'autres parties de la représentation peuvent être différentes. C'est autour de ces oppositions que les différences interindividuelles vont se créer. En fonction de leurs représentations, les individus vont prendre position vis-à-vis d'un objet, et avoir les comportements effectifs correspondants à ces représentations. La TCP est une approche théorique flexible qui admet la prise en compte d'autres variables (Ajzen, 1985) comme celles que peut-nous proposer l'approche des représentations sociales. Et dans ce sens elle est susceptible de nous apporter des réponses aux différentes questions soulevées par notre problématique générale que nous présentons dans le chapitre ci-dessous.

Chapitre 5 : Problématique et hypothèses.

1. Problématique

Les données émanant de diverses institutions du système des Nations unies concordent pour établir la faible participation des femmes dans les instances officielles de prise de décisions (Union Interparlementaire –U.I, 2015). Les Nations-Unies vont d'ailleurs faire de la question de la participation des femmes aux instances de décisions un élément important non seulement d'évaluation du niveau de démocratie et de développement des pays, mais aussi un des objectifs du millénaire pour le développement. Autrement dit, les pays développés comme la France sont autant concernés par cette problématique que ceux qui sont en voie de développement comme le Cameroun. D'ailleurs, les statistiques semblent très frappantes quand on compare le taux des femmes dans les différentes instances électives de ces deux pays. Pour la dernière élection législative de 2012 en France, la proportion des femmes élues atteint 26,2% pour un effectif total de 151 femmes élues sur 577 sièges (Union Interparlementaire –U.I, 2015). Au Cameroun, le pourcentage des femmes élues à l'Assemblée Nationale est de 31,1% soit un effectif de 56 députés sur 180 sièges (Union Interparlementaire –U.I, 2014). On peut remarquer en considérant le nombre de siège total disponible pour les deux pays précédemment cités que les différences ne sont pas très grandes.

Pourtant les femmes au Cameroun comme en France sont loin d'être une minorité. Elles représentent une force démographique, politique et économique considérable, mais qui paradoxalement est une force sans pouvoir, située en marge de la politique. Malgré un grand nombre d'action, de décision et de résolution prises tant au niveau national que supranational, le problème semble rester intact. Même si en France par exemple au cours des dernières législatives 2012, le nombre des femmes à l'Assemblée Nationale a augmenté de 48 places, on peut néanmoins constater qu'elles se retrouvent loin derrière des pays comme la Suède ou le Rwanda (Union Interparlementaire, 2012). Dans l'ensemble, les inégalités dans les instances de décisions politique ou publique restent importantes entre hommes et femmes. Or, une démocratie forte et dynamique n'est possible que lorsque le parlement par exemple, reflète totalement la population qu'il représente. Il existe un lien fondamental entre démocratie d'une part et partenariat véritable entre hommes et femmes dans la gestion de la chose publique d'autre part.

Le Parlement en effet est le lieu où sont définies les grandes orientations d'un pays. Un

parlement démocratique reflète les vues et les intérêts de la société dont il est issu, et il s'en inspire pour façonner l'avenir social, économique et politique de la collectivité. Lorsque les femmes sont associées à tous les aspects de la vie politique, y compris en tant que parlementaires, la société est plus équitable et la démocratie s'en trouve renforcée et rehaussée. De plus, comme le souligne Sarnin, Vignet et Chappert (2015), prendre en compte le genre pour analyser un tel problème, permet aux acteurs concernés d'ouvrir le champ des hypothèses possibles, de révéler des dysfonctionnements et de remonter aux causes structurelles. Depuis la première Conférence mondiale des Nations Unies sur les femmes, tenue à Mexico en 1975, la communauté internationale accorde une grande attention à la représentation des femmes dans les instances de décision politique, et à leur impact sur la prise de décision. Toutefois, malgré cet intérêt de la communauté internationale, l'entrée des femmes dans les instances de décisions a été très lente. En 1975, les femmes occupaient 10,9% des sièges parlementaires dans le monde. Après plus de 30 ans, les femmes occupent, en 2013, 21,8% des Assemblées parlementaires dans le monde (Union Interparlementaire, 2014).

L'inclusion des femmes dans la prise de décision politique, n'est pas seulement une question du droit des femmes à l'égalité et à la participation à la chose publique. C'est aussi l'utilisation par les femmes des instruments politiques pour déterminer des priorités politiques et des axes de développement bénéfiques pour la société et la communauté mondiale. En d'autres termes, il ne s'agit pas seulement d'une question de droit, mais aussi de résultats. En parlant justement de droit, plusieurs lois et résolutions ont été votées et mises en place.

Au niveau des Nations Unies on peut citer entre autres:

- La Convention sur 1'é1imination de toutes les formes de discrimination à 1'égard des femmes qui a été adoptée le 18 décembre 1979 par l'Assemblée générale des Nations Unies. Elle est entrée en vigueur en tant que traité international le 3 septembre 1981 après avoir été ratifié par 20 pays. Dix ans après son adoption, en 1989, c'est presque une centaine de pays qui se sont engagés à respecter ses clauses ;
- Le troisième OMD (Objectif du Millénaire pour le Développement) a été consacré à la promotion de l'égalité des sexes et à l'autonomisation des femmes. Selon l'ONU, l'égalité des sexes, qui est inscrite dans les droits de l'homme, est au cœur de la réalisation des OMD. Sans cette égalité, il sera impossible de vaincre la faim, la pauvreté, la maladie dans plusieurs pays du monde. Donner aux femmes la possibilité d'intervenir dans les décisions des instances les plus élevées de leur gouvernement, c'est leur donner la clef de leur autonomie ;
- La résolution 1325 portant sur les femmes, la paix et la sécurité, adoptée à l'unanimité du

coseil de sécurité en octobre 2000. Le conseil de sécurité à travers cette résolution exhorte les États Membres à accroître la représentation des femmes à tous les niveaux de prise de décision pour la prévention, la gestion et la résolution des conflits. Il exhorte également le Secrétaire général à nommer plus de femmes en tant que ses représentantes et envoyées spéciaux, et d'élargir le rôle des femmes et leur contribution dans les opérations de l'ONU sur le terrain.

Au plan national, les Etats ont également mis en place des lois qui visent à lutter contre toutes formes de discrimination à l'égard des femmes et accroitre leur participation à la vie publique. Ainsi, en France depuis 1850, un certain nombre de lois ont été mis en place pour favoriser la parité hommes-femmes (Centre national d'information sur les droits des femmes et des familles – CNIDFF, 2016). C'est le cas par exemple :

- En 1907, les femmes mariées peuvent disposer librement de leur salaire ;
- En 1944, les femmes obtiennent le droit de vote et l'éligibilité ;
- En 1946, le préambule de la Constitution pose le principe de l'égalité des droits entre hommes et femmes ;
- En 1972, le principe de l'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes pour les travaux de valeur égale est retenu ;
- Plus récemment, les lois du 6 juin 2000, du 10 juillet 2000, du 11 avril 2003, du 31 janvier 2007 et du 28 février 2008 tendent à promouvoir l'égal accès des femmes et des hommes aux mandats électoraux et aux fonctions électives.
-La loi de janvier 2014 sur l'égalité professionnelle ;
- la dernière loi sur la parité appliquée en 2015 pour les élections départementales et régionales.

De son côté le Cameroun, en plus des chartes, conventions et résolutions des Nations Unies auxquelles il a adhéré, a pris un certain nombre de décisions notamment juridiques pour favoriser la participation des femmes à la vie publique (Kouam, 2014). Par exemple :

- En 1945 les femmes camerounaises obtiennent le droit de voter et de se faire élire ;
- Le 24 août 1994, le Cameroun ratifie la convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes. Il s'est ainsi engagé à aménager un cadre légal interne qui facilite la pleine et complète jouissance des droits fondamentaux des femmes ;
- Le 29 mai 2009 l'Etat du Cameroun ratifie le protocole additionnel de la charte africaine des droits de l'homme et des peuples relatifs aux droits des femmes. Pour le rendre applicable, l'Etat du Cameroun, s'est engagé à entreprendre des actions positives spécifiques. L'une d'entre elles par exemple vise à promouvoir la gouvernance participative et la participation

paritaire des femmes dans la vie politique de leurs pays, à travers une action affirmative et une législation nationale et d'autres mesures ;

- La loi de 2012 portant code électoral, prescrit la prise en compte du facteur genre dans le processus électoral.

Cet aperçu des lois, règlementations et résolutions tant au niveau national que supranational montre qu'il existe un grand nombre de textes visant à favoriser la participation des femmes à la vie publique. Cependant, l'observation sur le terrain, montre que les avancées sont très peu sensibles. Comme le dit Kouabenan en parlant de la perception des risques dans le domaine de la circulation routière, et repris par Ngueutsa (2012), la législation est utile, mais n'a que des résultats limités. Il en va de même dans le domaine de la politique où les enjeux et les intérêts sont souvent tellement importants que les lois en matière de parité apparaissent pour un grand nombre d'acteurs politiques comme un luxe. Les mesures incitatives comme on le voit en France, qui consistent à accorder un soutien financier aux partis politiques qui respectent la parité dans les investitures, semblent ne pas avoir l'effet escompté, surtout quand il y a des grandes chances que le parti remporte le ou les sièges en compétitions. D'ailleurs, très souvent les formations politiques prennent le risque de transgresser ces lois et acceptent de subir les sanctions prévues par la réglementation en vigueur. En outre, l'Etat lui-même que ce soit en France ou au Cameroun n'est pas le meilleur exemple en matière d'intégration des femmes dans la vie publique. Même si en France par exemple, le gouvernement de 2012 a vu l'entrée d'un nombre presque égal de femmes et d'hommes au gouvernement. De même, au Cameroun on assiste ces deux dernières années à l'entrée des femmes à la préfectorale par exemple. Ces avancés restent tout de même négligeables, et les postes qui sont occupés n'ont très souvent pas de véritables enjeux ou de pouvoir (Kala-lobe, 2015).

En somme, les lois et autres résolutions sont effectivement importantes pour que les femmes soient associées au développement démocratique, au développement tout court des nations et de l'humanité. Cependant, les résultats jusqu'ici obtenus montrent néanmoins que la réglementation à elle seule ne suffit plus tant que ceux pour qui cette réglementation est mise en vigueur ne seront pas véritablement associés à son élaboration et à sa mise en pratique. Et comme le dit Kouabenan cité par Ngeutsa (2012, P. 92) : *«* la définition des règles, leur compréhension, leur perception, leur respect, dépendent des représentations, des croyances et des motivations des individus cibles qui sont sensés les appliquer *»*. Il est question de tenir compte de la perception, de l'explication et de la compréhension que les individus ont de la participation des femmes à des instances de pouvoir politique et public.

En d'autres termes, il est important de cerner la perception du leadership politique féminin des français(e)s et camerounais(e)s et de voir son impact sur leurs comportements. Dans cette optique, les attitudes, les comportements véhiculés par les croyances, les stéréotypes et représentations liés à la participation des femmes aux charges publiques ou politiques peuvent être une source d'une grande importance pour mieux cerner les comportements et dans le cadre de notre travail, mieux comprendre les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Comme nous le soulignons précédemment, pour Moliner et Tafani (1997) l'attitude envers un objet de représentation est une variable de nature évaluative et se traduit par des variations interindividuelles dans les prises de position. C'est d'ailleurs pour cette raison que les discours sur le rapport entre les femmes et le pouvoir notamment en politique peuvent être fort révélateur de la position des individus face à cette question. A travers les discours sur le pouvoir emprunts de cultures locales et tenus par les sujets, peut émerger la perception que ceux-ci ont de la place des femmes en politique en tant que leader et traduire par exemple leurs représentations culturelles du masculin et du féminin (Rogier & Yzerbyt, 1999). Cette représentation culturelle peut être un bon indicateur des représentations du leadership politique féminin des individus, notamment en ce qui concerne les éléments centraux de cette représentation (Abric, 1984). Si on peut observer un consensus au niveau des représentations du leadership politique féminin, les participants pourraient différer de façon significative dans l'évaluation qu'ils font de la présence des femmes à des positions de leader en politique, à travers leurs attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin. Cette évaluation psychologique du leadership politique féminin selon un certain degré de faveur ou de défaveur est susceptible d'orienter de façon significative les intentions de comportement (Fishbein & Ajzen, 1975 ; Eagly & Chaiken, 1993) et dans le cade de ce travail les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. De plus, comme le souligne Harell (2013), des récentes études ont mis non seulement l'accent sur le gap qu'il y a dans la participation électorale des hommes et des femmes, mais ont aussi insisté sur les différences significatives des attitudes des hommes et des femmes vis-à-vis de la politique.

La question du leadership politique féminin pose par ailleurs la problématique des stéréotypes de genre. Celles-ci peuvent comme le disent Amodio et Devine (2006) impacter la perception que les individus ont des membres d'un groupe. Dans ce sens, on note dans la littérature l'idée selon laquelle il existerait des différences stables et importantes entre hommes et femmes (Tajfel, 1978). En réalité, ce n'est pas le fait d'être un homme ou une femme en tant que tel qui est responsable des différences, mais plutôt le fait de décrire le

leadership politique en termes de masculins ou de féminins en conformité avec les stéréotypes qui correspondent au groupe des hommes, ou au groupe des femmes. Dans ce contexte, plus les individus adhéreront aux stéréotypes de genre, plus ils auront tendance à se conformer aux représentations portées par leur groupe d'appartenance (Doutre, 2010). Les représentations sont aussi le produit des croyances. Or, les croyances ainsi que le relèvent Fishbein et Ajzen (1985), sont le produit de l'utilisation par des personnes des stéréotypes appris et qui orientent leurs comportements. Ces croyances sont susceptibles d'orienter pas seulement le comportement des hommes, mais aussi et surtout celui des femmes, avec pour conséquence parfois un taux très bas de candidatures féminines à certains postes électifs. La menace des croyances et des stéréotypes a probablement fini par convaincre certaines femmes qu'elles ne sont pas faites pour la chose publique ou politique. La question du leadership des femmes en politique comme nous l'avons relevé plus haut, est en effet un phénomène complexe qui apparait aux yeux de beaucoup de personnes comme un paradoxe, une contradiction qui s'appuie sur de nombreux stéréotypes susceptibles d'orienter de façon significative les intentions de vote en faveur du leadership politique. Même si les attitudes et stéréotypes en lien avec la participation des femmes à des positions de leader en politique sont riches d'informations, une bonne compréhension d'un tel phénomène ne saurait se faire sans prendre en compte le poids des normes sociales implicites, des normes subjectives (Ajzen, 2002) ainsi que celui des croyances et pratiques culturelles fondées sur la répartition sociale des rôles en fonction du genre.

En effet, par le biais des interactions et du partage des expériences, les individus, membres d'un même groupe vont élaborer une vision et une culture commune sur les éléments centraux d'un même phénomène. La question du leadership politique féminin par exemple va se construire autour d'un certain nombre de normes et de croyances. Ces normes et croyances peuvent s'exprimer notamment à travers certaines pratiques culturelles partagées par les membres du groupe et qui fondent les différences entre hommes et femmes. Les individus construisent en fonction des réalités normatives et de certaines croyances et pratiques culturelles de leur milieu, des réalités mentales qui orientent au final leur comportement. La pratique des activités liées aux valeurs culturelles en rapport avec un objet de représentation, participent à la structuration de la représentation (Fraïssé, 1999). Les normes subjectives (Ajzen, 2002) et les croyances culturelles identifiables à travers certaines activités et pratiques culturelles peuvent être non seulement une source d'information sur la structuration de la représentation du leadership politique féminin, mais aussi sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Si par exemple comme nous avons montré

dans une précédente recherche (Wassouo, 2009, p.12), les gens croient que, pour une femme, « faire de la politique équivaut à se prostituer du fait de ses multiples sorties publiques », on s'attend logiquement qu'une telle croyance impacte le comportement vis-à-vis du leadership politique féminin. De même, si les gens perçoivent la femme comme celle qui doit s'occuper exclusivement de son mari et de ses enfants, on peut s'attendre à ce qu'une telle représentation du rôle de la femme oriente les comportements vis-à-vis du leadership politique féminin. Cette perception résulte des rôles de genre qui sont eux-mêmes le résultat d'une construction sociale dépendant de l'histoire et des expériences des peuples, de leurs besoins, de leur niveau de développement, et de l'évolution des mentalités et des connaissances. Une forte adhésion aux croyances et valeurs culturelles dans ce contexte, peut être un facteur intéressant susceptible d'expliquer les variations de comportements vis-à-vis du leadership politique féminin.

En effet, la prise en compte des explications que les individus donnent à un phénomène social comme celui de la participation des femmes à des positions de leader en politique peut refléter leurs croyances et représentations. Cette participation est en effet une question complexe, car elle peut être influencée par des déterminants à la fois sociaux, psychologiques, politiques et culturels. De plus, la politique est souvent perçue comme un univers impitoyable où tous les coups sont permis et semble donc être en parfaite contradiction avec l'image de la douceur et de la soumission souvent attribuée aux femmes (William & Best, 1990 ; Desrumeaux, Lemoine, & Mahon, 2004). C'est probablement pour cette raison que le sujet suscite aujourd'hui un intérêt de plus en plus croissant et de nombreux débats, aussi bien chez les politiques, les universitaires que chez monsieur ou madame tout le monde (Bommelaer, 2013). Il y a en réalité comme une contradiction ainsi que nous le mentionnions plus haut entre le fait d'être une femme et l'accès à des positions de pouvoir en général et de pouvoir politique en particulier (Doutre, 2009).

Si on s'accorde à reconnaitre leur force non seulement démographique, mais aussi intellectuelle et même économique, le chemin des femmes vers les positions de pouvoir, semble hautement plus compliqué que celui de leur collègue masculin. Face à la complexité du sujet, et même à un probable inconfort psychologique généré par cette contradiction, les croyances et les représentations vont prendre une place importante, surtout lorsqu'on sait qu'elles tendent à orienter les comportements (Kouabenan, 2007). Elles auront en quelques sortes pour fonction de restaurer l'équilibre ébranlé par la contradiction, de retrouver ainsi un certain confort psychologique et surtout d'économiser cognitivement. Cette économie cognitive est liée à ce que Cadet et Kouabenan (2005) appellent « procédé heuristique ». Il

s'agit d' « un procédé cognitif de jugement qui va permettre d'aboutir à une évaluation sans avoir à mettre en œuvre ni de démarche analytique autour de dimensions, ni de contraintes de quantification ou de traitement. L'évaluation est donc obtenue très rapidement en mobilisant une charge cognitive faible » (Cadet & Kouabenan, 2005, pp. 29-30). En recourant ainsi aux procédés heuristiques, les gens voudraient restaurer leur équilibre psychologique perturbé. Or, en le faisant, ils s'exposent à des erreurs et à des biais sur lesquels seront fondés leurs conclusions et leurs comportements.

En effet, au niveau le plus simple, le comportement résulte d'un choix entre deux options symétriques : produire ou ne pas produire le comportement (Ajzen et Fishbein, 1980 ; Jaccard & Wood, 1988 ; Jaccard & Blanton, 2005). À un niveau plus complexe, les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin sont l'aboutissement d'un choix entre plusieurs options non-symétriques d'une même classe de comportement (voter pour femme ou pour un homme ou ne pas voter). Et comme le relève Letirand et Delhomme (2006, p.3) :

« L'évaluation de plusieurs options non-symétriques d'une même classe de comportements (cf. Davidson et Morrison, 1983 ; Fishbein et Ajzen, 1981 ; Fishbein, Ajzen et Hinkle, 1980 ; Jaccard, 1981, 1985 ; Letirand et Delhomme, 2003, 2005 ; van den Putte, Hoogstraten, et Meertens, 1996) ou de comportements différents (Ajzen et Fishbein, 1969) contribue davantage à expliquer et à prédire un comportement et (ou) l'intention de le produire que lorsqu'une seule option est considérée. ».

Si on arrive à cerner comment nos participants perçoivent, comprennent et expliquent un phénomène social comme le leadership politique féminin en s'inspirant de leurs croyances et valeurs culturelles liées aux rôles de genre et des représentations qu'ils en font, on peut logiquement envisager des stratégies qui les emmènent à être plus réceptifs aux messages qu'on veut leur faire parvenir et ainsi les inciter à amorcer le changement. La connaissance et la prise en compte des croyances et représentations liées au leadership politique féminin deviennent par conséquent incontournables. Pourtant, tous les comportements ne sont pas toujours sous le contrôle de l'individu. Les intentions de comportement et les comportements peuvent être soumis à l'influence directe ou indirecte des éléments, endogènes (les raisons personnelles) et (ou) exogènes (les éléments de la situation) à l'individu, et peuvent par conséquent faciliter ou empêcher la réalisation du comportement (Ajzen, 2002). Des facteurs extérieurs à l'individu sont susceptibles d'orienter les intentions de comportement (Ajzen, 1985), surtout quand il s'agit des comportements électoraux. Dans une étude sur la prédiction des intentions de vote chez les jeunes adultes, Demis (2008) associe la croyance de contrôle aux obstacles que l'individu perçoit comme pouvant l'empêcher d'accomplir son opération de

vote au cours d'un scrutin. Par exemple s'il perçoit l'éloignement et les difficultés d'accès au bureau de vote comme un obstacle, sa perception de contrôle sera probablement faible. A la suite de cet auteur, il est intéressant dans le cadre de ce travail de voir comment dans le contexte camerounais par exemple, la persistance de la fraude électorale tout en décrédibilisant les élections peut entrainer un désintéressement de la population et impacter négativement la présence des femmes à des positions de pouvoir en politique (Friedrich Ebert Stiftung, 2012).

En somme, la problématique de cette thèse suscite des questions à la fois théoriques et pratiques. Au préalable, comment s'organisent et se structurent les représentations qu'ont nos participants du leadership politique féminin ? Quel peut être l'effet des attitudes et des stéréotypes de genre sur ces représentations ? Les attitudes et les stéréotypes de genre, liés au leadership politique féminin prédisent-ils significativement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin ? Par ailleurs, les représentations du leadership politique féminin, étant supposées être plus consensuelles (Moliner, 1996) que les attitudes et les stéréotypes, peuvent-elles médiatisées l'effet des attitudes et des stéréotypes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin ? La répartition sociale des rôles en fonction du genre étant socialement et culturellement construit dans les sociétés, quelle peut être l'impact des normes subjectives et de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles qui en sont issues sur les représentations du leadership politique féminin d'une part et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin d'autre part ? Enfin, si tous les comportements ne sont pas toujours sous le contrôle de l'individu, quelle est l'importance du rôle joué par le contrôle comportemental perçu sur son intention de vote en faveur du leadership politique féminin ? De façon pratique, l'ambition de ce travail est de contribuer à faire des propositions au terme des résultats obtenus, allant dans le sens d'amener les Camerounais et les Français, chacun en fonction des réalités culturelles de son milieu à agir et avoir un comportement favorable au leadership politique féminin. Il sera donc question d'identifier les éléments de la réalité politico-sociale et psychosociale des Camerounais et des Français sur lesquels il va falloir agir pour impulser le changement de comportement et favoriser davantage la présence des femmes à des positions de leadership notamment en politique.

2. Les hypothèses.

L'hypothèse générale de notre thèse stipule que : *les différences culturelles construisent les représentations du leadership politique féminin et orientent les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des participants.*

On peut globalement représenter la thèse soutenue dans ce travail comme suit :

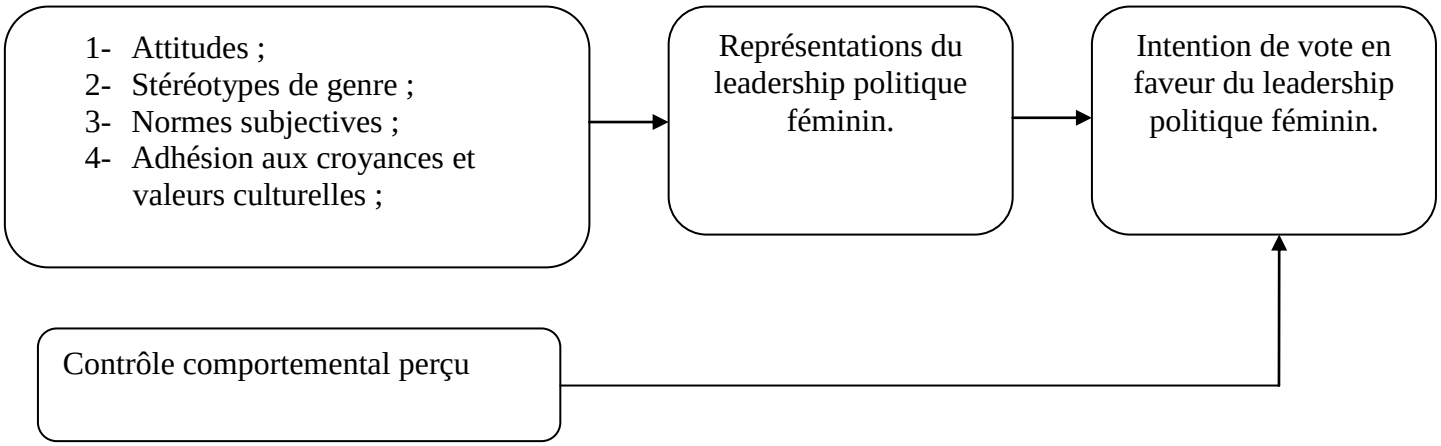


Figure 3 **:** Hypothèse générale de la Thèse.

Les études qui seront menées dans cette thèse se sont structurées autour de deux grands axes de recherche constitués du terrain camerounais et du terrain français. Trois études seront menées respectivement dans chacun des axes avec des sujets camerounais d'une part et français d'autre part.

Dans la première étude de notre travail (Etude, 1), nous postulons que l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, sera médiatisé par les représentations du leadership politique féminin (Hypothèse Générale Etude 1).

Plus spécifiquement, nous postulons que les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin auront un effet positif sur les représentations du leadership politique féminin (H1) et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H2). De même, les stéréotypes de genre vont faire varier de façon significative les représentations du leadership politique féminin (H3) ainsi que les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H4) de nos participants.

La littérature sur les représentations sociales montre que l'une des fonctions de celles-ci est d'orienter et de prédire le comportement (Abric, 1984 ; Jodelet, 1989 ; Guimelli & Jacobi, 1990). En nous appuyant sur cette littérature nous pouvons postuler que l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin sera médiatisé par les représentations du leadership politique féminin (H5). De même, nous nous attendons que l'effet des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin soit médiatisé par les

représentations du leadership politique féminin (H6). Les hypothèses de l'étude 1 se résument dans la figure ci-dessous :

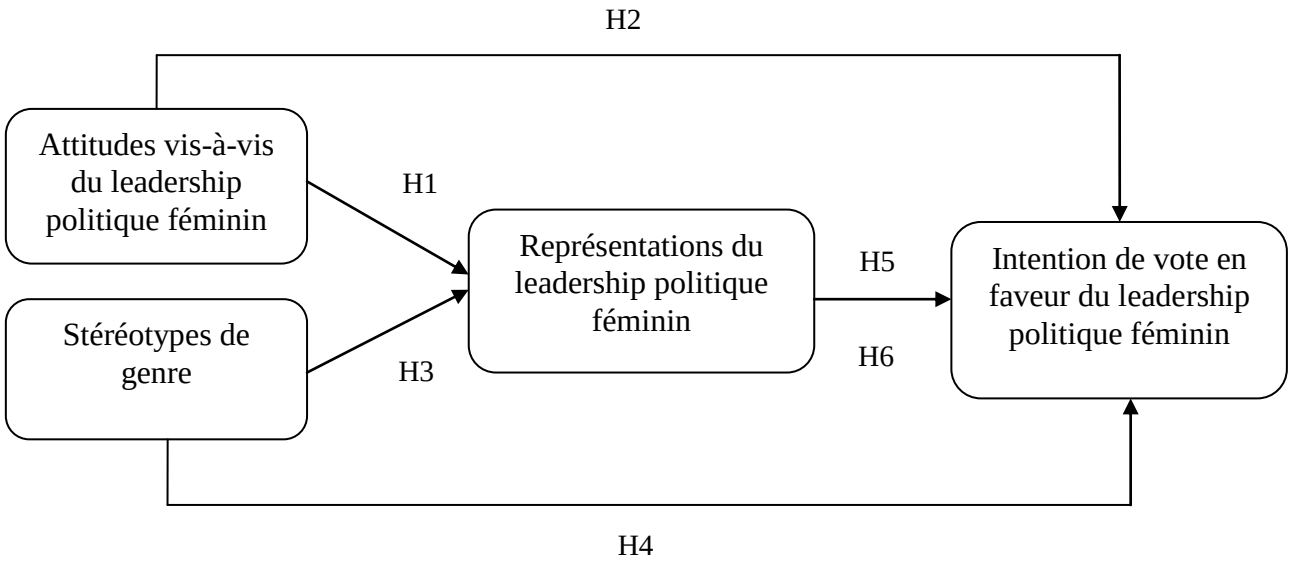


Figure 4 : Hypothèses Etude 1.

L'idée comme le relève Fiske (2008) selon laquelle les attitudes prédisent les comportements est une vision très occidentale des choses. Dans un contexte de culture collectiviste par exemple, fonder son comportement sur ses opinions personnelles peut être mal vu, alors que penser aux besoins des autres semblent être la réponse la plus valorisée. Les comportements des individus en fonction du contexte culturel, font appel à de nombreuses croyances et valeurs culturelles. Et dans cette optique, la présence des femmes à une position de pouvoir en politique est une question qui fait fortement appel aux croyances et valeurs culturelles des individus et pose en filigrane la problématique de l'impact des normes subjectives dans les représentations et les comportements. C'est dans ce sens que s'inscrit la deuxième étude de notre travail.

L'étude 2 vise à voir l'impact des normes subjectives (Ajzen, 1985) et de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles (Reynolds, Quevillon, Boyd & Mackey, 2006 ; Ngueutsa, 2012), sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. La fréquence de la pratique des activités liées aux croyances et valeurs culturelles, de même que l'importance que les individus accordent aux normes subjectives et leur motivation à s'y conformer, construisent le contenu des représentations sociales (Apostolidis, Duveen & Kalampalikis, 2002). Ces deux variables méritent également d'être prises en compte dans l'analyse des attentes et du comportement des individus (Heider, 1958). Nous postulons donc qu'il y'aura médiation de l'effet des

normes subjectives et de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (Hypothèse Générale Etude 2).

Plus concrètement, nous nous attendons à ce que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles orientent positivement les représentations du leadership politique féminin (H1) et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H2). Nous faisons également l'hypothèse que les normes subjectives vont prédire de manière significative les représentations du leadership politique féminin de nos participants (H3) ainsi que leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H4). Comme nous l'avons relevé précédemment, les représentations sociales ont entre autre fonction de prédire le comportement (Abric, 1984). Dans cette logique, nous faisons l'hypothèse qu'il y aura médiation de l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (H5). Nous postulons également que l'effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin sera médiatisé par les représentations du leadership politique féminin (H6). Les hypothèses de cette deuxième étude se résument dans le modèle ci-dessous :

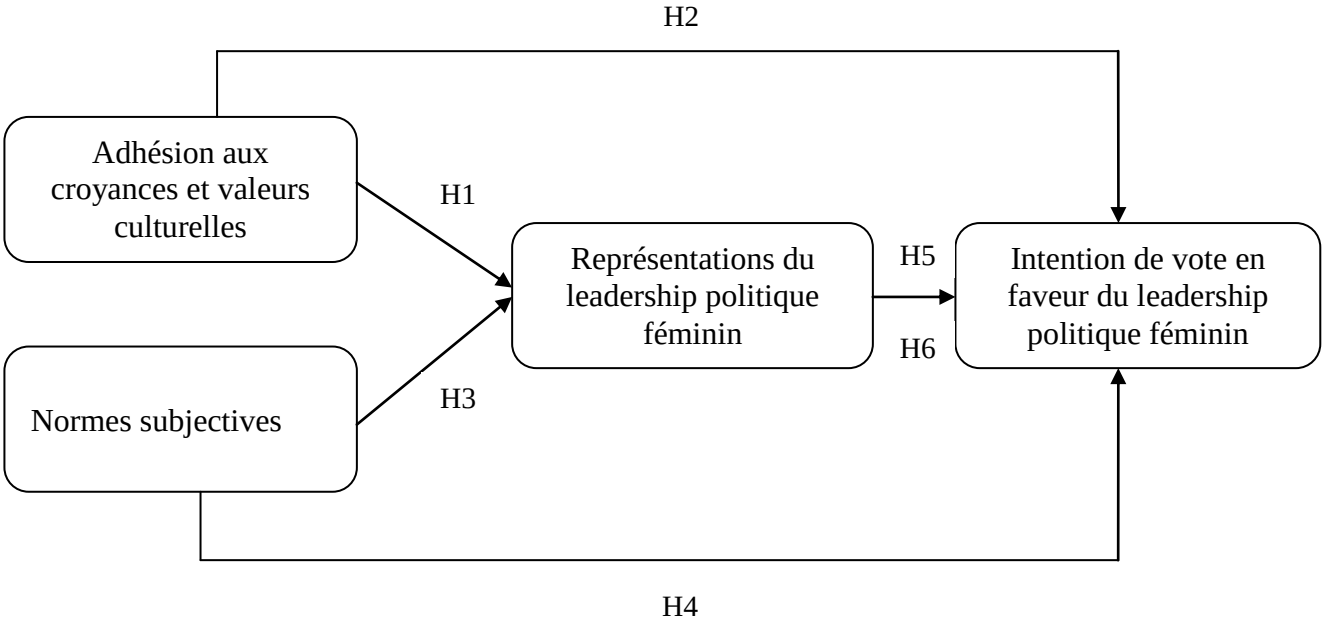


Figure 5 **:** Hypothèses Etude 2.

La littérature nous indique que les comportements des individus ne sont pas toujours sous leur contrôle (Ajzen, 1985). Certains facteurs peuvent faciliter ou au contraire empêcher

la réalisation d'une intention de comportement ou d'un comportement, surtout lorsqu'on s'intéresse au comportement électoral. La troisième étude de notre travail va prendre en compte cette caractéristique du comportement électoral. Elle va principalement s'intéresser au contrôle comportemental perçu (Ajzen, 1985) et à l'expérience électorale (le fait d'avoir déjà voté) comme variables susceptibles d'impacter significativement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (Hypothèse Générale Etude 3). Nous faisons l'hypothèse que le contrôle comportemental perçu va impacter positivement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H1). Nous postulons également que l'interaction entre le contrôle comportemental perçu et l'expérience électorale aura un effet significatif sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H2).

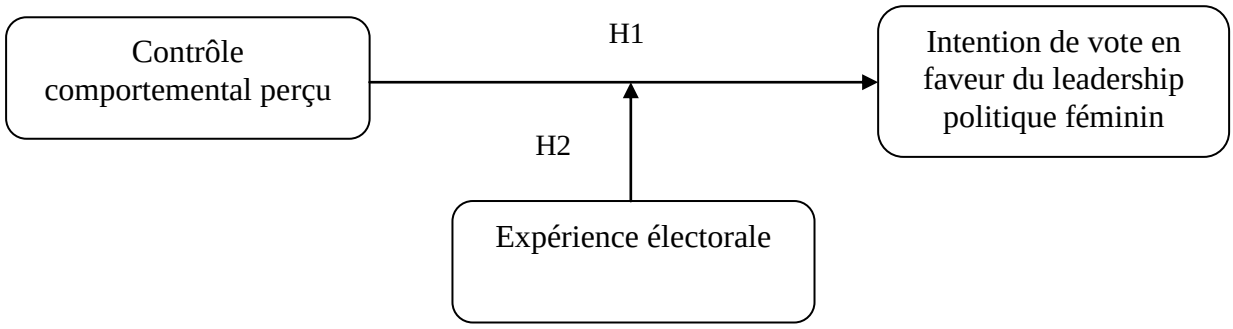


Figure 6 **:** Hypothèses Etude 3.

De manière complémentaire, nous nous intéresserons aussi à l'effet des variables telles que l'âge, le sexe, le groupe ethnique d'appartenance, le niveau d'étude, le statut matrimonial et le statut socioprofessionnel sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les hypothèses de nos trois études peuvent être résumées dans le modèle général que nous présentons ci-dessous :

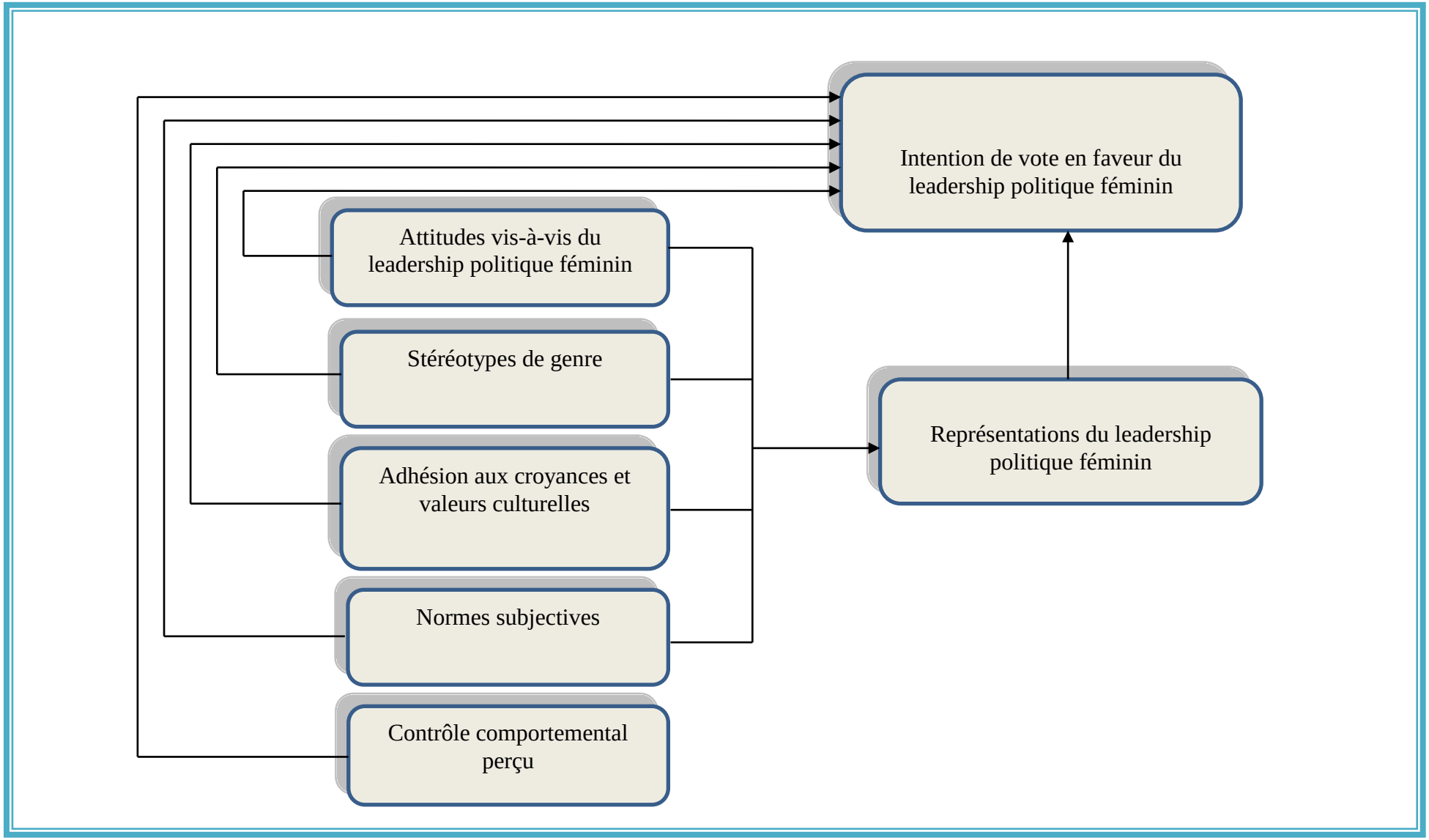


Figure 7 : Modèle d'analyse des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin à partir des représentations du leadership politique féminin

Les variables en jeu dans le modèle générale de la thèse peuvent être regroupées dans le tableau ci-dessous :

Tableau 2 : Synthèse des variables en jeu dans le modèle général de la thèse**.**

Variables Indépendantes	Variable Médiatrice	Variable Dépendante
Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin		
Stéréotypes de genre		
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles	Représentations du leadership politique féminin	Intentions de vote en faveur du leadership politique féminin
Normes subjectives		
Contrôle comportemental perçu		

Les liens entre ces différentes variables de notre modèle seront testés dans la deuxième partie de notre travail.

DEUXIEME PARTIE : ETUDE EMPIRIQUE ET MODELISATION DES INTENTIONS DE VOTE EN FAVEUR DU LEADERSHIP POLITIQUE FEMININ : METHOTODOLOGIE GENERALE ET RESULTATS

Cette deuxième partie de notre travail est constituée dans un premier temps (Chapitre 6) de la présentation de l'analyse descriptive de nos populations d'études ainsi que de quelques indications sur la technique de collecte des données. Nous avons mené dans un second temps trois études empiriques dont l'objectif est de vérifier les hypothèses que nous avons formulées dans la problématique de cette thèse. Les trois études, sont menées d'abord sur la population camerounaise (3 études) et ensuite sur la population française (3 études). A chaque fois il y a une comparaison des résultats obtenus pour chaque population et pour chaque étude. Une comparaison générale vient ensuite conclure l'analyse des différentes études.

La première étude présentée dans le chapitre 7 analyse l'effet des attitudes et des stéréotypes de genre sur les représentations du leadership politique féminin d'une part et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin d'autre part. Elle s'intéresse aussi au rôle médiateur joué par les représentations du leadership politique féminin dans le lien entre attitudes, stéréotypes de genre et intention de vote en faveur du leadership politique féminin. La deuxième étude quant à elle (Chapitre 8) analyse l'impact des normes subjectives et de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Comme dans la première étude nous nous intéresserons aussi au rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin. Le chapitre 9 sera consacré à l'analyse de l'effet du contrôle comportemental perçu sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Elle s'intéressera également à l'effet de l'interaction entre l'expérience électoral et le contrôle comportemental perçu sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Dans le cadre de ce travail, deux recueils de données sont réalisés. Tout d'abord, une étude préalable exploratoire et qualitative a permis par le biais des entretiens de dégager la structuration des représentations du leadership politique féminin. Grâce à ces entretiens, nous avons aussi pu identifier les différents types de croyances (croyances comportementales, croyances normatives, croyances de contrôle). Ensuite, nous appuyant sur les données recueillies lors des entretiens préliminaires, nous sommes parvenus à construire un questionnaire que nous avons validé et utilisé pour tester les hypothèses de nos trois études.

Chapitre 6 : Analyse descriptive des populations françaises et camerounaises.

Introduction

Les différentes études de cette thèse ont été menées auprès de 653 participants français et camerounais présentant des caractéristiques à la fois très proches et variées. L'analyse descriptive qui suit tentera de présenter les spécificités de chaque population avant de procéder à une synthèse permettant de ressortir les ressemblances et les différences des deux groupes de participants. Ce chapitre s'achèvera avec la présentation de la démarche de collecte des données pour chaque terrain d'étude.

1. Les participants Camerounais

Cette étude est réalisée sur un ensemble de 338 participants camerounais. Les caractéristiques personnelles et sociodémographiques de nos participants camerounais se répartissent dans les proportions suivantes :

Tableau 3: Caractéristiques sociodémographiques des participants camerounais

Caractéristiques	Dimensions	Pourcentages	Ecart types
Sexe	Homme	54,7%	0.50
	Femme	45,3%	
Age	20-25 ans	24,6%	0.88
	26-30 ans	42,3%	
	31-35 ans	27,8%	
	36-40 ans	4,1%	
	Plus de 40 ans	1,2%	
Statut Matrimonial	Célibataire	70,7%	0.71
	Marié	17,5%	
	En ménage sans être marié	11,2%	
	Divorcé	0,6%	
	Veuf / Veuve	--	

Niveau d'étude	Secondaire	0,9%	0.31
	Lycée	7,1%	
	Universitaire	92%	
Appartenance religieuse	Chrétiens	46,7%	0.81
	Musulmans	34%	
	Adeptes religion Traditionnelle	17,5%	
	Autres	1,8%	
Situation socioprofessionnelle	Fonctionnaire	24,6%	2,40
	Employés du secteur privé	13,9%	
	Auto employeur	3%	
	Sans emploi	10,9%	
	Retraité	0,3%	
	Etudiant	34%	
	Stagiaire	7,4%	
	Contractuel d'administration	5,9%	
Appartenance ethnique	Bantous des Grassfields	37,6%	1,12
	Bantous de la forêt	32,5%	
	Bantous des plaines côtières	11,2%	
	Soudanos sahéliens	16,9%	

Notre population est constituée majoritairement de personnes de sexe masculin. Il s'agit de participants majoritairement jeune dont la plupart ont un âge situé entre 26 et 30 ans. Ils sont suivis par ceux dont la tranche d'âge est située entre 31 et 35 ans. Les participants qui ont un âge supérieur à 40 ans sont les moins nombreux. La majorité de nos participants est célibataire, ce qui semble cohérent avec leur jeune âge. La religion chrétienne est celle à laquelle la majorité de nos participants disent appartenir, toute chose qui pourrait se justifier par la division du Cameroun en aire culturelle. En effet, le Cameroun peut être divisé en quatre aires culturelles : Bantous des Grass Fields, bantous de la forêt, soudano-sahélienne et bantous des plaines côtières (Bela, 2004 ; Ngeutsa, 2012). Dans cette division, seule l'aire soudano-sahélienne est majoritairement constituée de personnes de religion musulmane, les trois autres aires sont en majorité d'obédience chrétienne.

Notons toutefois qu'au Cameroun, même lorsque les individus déclarent appartenir à la religion chrétienne ou musulmane, il n'est pas rare qu'ils pratiquent des rites et cultes liés à la religion traditionnelle. C'est dans ce sens que Kamdem (2008) parle de syncrétisme religieux des camerounais. Il s'agit des individus se déclarant comme chrétien ou musulman parfois pratiquant, mais qui dans le même temps pratiquent fréquemment des rites issus des religions traditionnelles ou animistes.

Lorsqu'on considère le statut socioprofessionnel, la majorité de nos participants sont étudiants. Ils sont suivis par des participants fonctionnaires, eux-mêmes suivis par les employés du secteur privé et enfin par les participants sans emploi. On peut s'attendre à ce que la participation de notre population camerounaise aux différentes élections soit élevée. Il s'agit en fait de personnes instruites au vu de leur statut socioprofessionnel et donc potentiellement plus sensibilisées aux questions électorales.

Tableau 4 : Participations aux élections (Cameroun).

Items	Dimensions	Pourcentages	Ecart type
Avez-vous déjà voté ?	Oui	61,5%	0.49
	Non	38,5%	
A quel type de scrutin national avez-vous pris part ?	Présidentiel	18%	52,06
	Législative	3%	
	Municipale	4,4%	
	Aucun	37,6%	
Au cours de ce ou ces élections avez-vous déjà eu à choisir entre un homme ou une femme ?	Oui	42,6%	0.50
	Non	57,4%	
Si oui, quel a été votre choix ?	Homme	36,7%	0.63
	Femme	7,1%	
	Aucun	56,2%	
Au cours de ce ou ces scrutins avez-vous déjà eu à choisir entre une liste conduite par une femme et une liste conduite par un homme ?	Oui	30,8%	0.46
	Non	69,2%	

Si oui quel a été votre choix	La liste conduite par un homme	25,1%	0.61
	La liste conduite par une femme	6,8%	
	Aucun	68%	
Au cours de ce ou ces scrutins avez-vous déjà eu à choisir entre une liste comportant une ou plusieurs femmes et une liste n'en comportant aucune ?	Oui	28,7%	0.45
	Non	71,3%	
Si oui quel a été votre choix ?	La liste comportant une ou plusieurs femmes	19,5%	0.67
	La liste ne comportant aucune femme	10,7%	
	Aucune	69,8%	
Pour les prochains scrutins législatif et municipal, avez-vous l'intention de voter pour une femme ?	Oui	80,8%	0.39
	Non	19,2%	
Si oui à quel scrutin ?	Au législatif seulement	4,1%	1,2
	Au municipal seulement	7,7%	
	Aux législatif et municipal	68,9%	
	A aucun des deux	19,2%	

L'objet de cette thèse portant non seulement sur le leadership politique féminin, mais aussi sur les intentions de comportement électoral, nous avons dans un premier temps identifié la proportion de nos participants qui a déjà participé à une élection (présidentielle, législative ou municipale). Il ressort que la majorité de nos participants disent avoir participé au moins à une élection depuis leur majorité électorale (61,5%). Lorsqu'on s'intéresse aux différents types de scrutins auxquels ont pris part ces participants, on observe que les élections présidentielles enregistrent le plus grand taux de participation (18%) suivi des élections municipales (4,4%). On remarque que le taux de participants en âge de voter et qui disent n'avoir jamais participé à une élection est largement plus élevé (37%) que le taux de participants aux élections présidentielles et municipales cumulées (22,4%). Ces résultats peuvent s'expliquer par : « la désaffection des populations vis- à- vis de la politique du fait d'un déficit criard de culture politique démocratique et de l'inefficacité des politiques actuelles

à transformer positivement les conditions de vie des populations, notamment en créant des emplois pour une population de jeunes en croissance rapide » (F.E.S[6], 2012, p.3). Les résultats indiquent également qu'il y a un faible taux de candidature féminine aux cours de ces différents scrutins, puisque plus de la moitié de nos participants disent n'avoir jamais eu l'occasion de choisir entre une candidature féminine et masculine (57,4%). D'ailleurs, les résultats montrent que même lorsqu'il y a une candidature féminine lors des scrutins, le choix de nos participants va plus vers les candidatures masculines (36,7%) que vers des candidatures féminines (7,1%). De plus, même dans les scrutins de liste (Municipal et législative), une grande majorité des participants disent n'avoir jamais eu l'occasion de choisir une liste conduite par une femme. Et même lorsqu'il était possible de choisir une liste conduite par une femme, la liste conduite par un homme était largement préférée à celle conduite par une femme. Paradoxalement, on relève que plus de 80% de nos participants disent avoir l'intention de voter pour une candidature féminine pour les prochaines élections législatives et municipales. On peut logiquement penser que cela est probablement du au fait qu'au cours de ces dernières années, des femmes se sont distinguées en politique et ont occupé des hautes fonctions augmentant par le fait même une plus grande visibilité des femmes en politique (Kalla-Lobe, 2015). On peut aussi penser que la classe politique actuelle majoritairement masculine, n'a pas répondu aux attentes des camerounais, d'où leur volonté de se tourner vers un leadership politique féminin.

2. Les participants français.

La population française est constituée de 315 personnes dont les caractéristiques sociodémographiques sont présentées dans le tableau ci-dessous :

Tableau 5 : Caractéristiques sociodémographiques des participants français.

Caractéristiques	Dimensions	Pourcentages	Ecart-type
Sexe	Homme	33,3%	0.47
	Femme	66,7%	
Age	18 – 22 ans	9,5%	1,63
	23 – 28 ans	40,6%	

[6] F.E.S : Friedrich Ebert Stiftung (Fondation Friedrich-Eber).

	29 – 33 ans	14,3%	
	34 – 38 ans	10,8%	
	39 – 43 ans	9,2%	
	Plus de 43 ans	15,6%	
Situation matrimoniale	Célibataire	39,4%	1,32
	Marié	21,9%	
	En ménage sans être marié	20,3%	
	Pacsé	10,2%	
	Divorcé	7,3%	
	Veuf ou veuve	1%	
Niveau d'étude	Secondaire	2,9%	0.37
	Lycée	2,9%	
	Universitaire	94,3%	
Statut socioprofessionnel	Fonctionnaire	16,8%	2,31
	Employé du secteur privé	26%	
	Auto employeur	4,1%	
	Sans emploi	11,1%	
	Retraité	6%	
	Etudiant	21,3%	
	Stagiaire	5,7%	
	Contractuel d'administration	7,9%	

Le tableau ci-dessus nous indique que notre population française est majoritairement féminine. Cette proportion élevée de femmes pourrait être un indicateur de l'intérêt que les françaises accordent aux questions liées à la participation de la femme en politique et confirmé s'il en était besoin l'émergence des problématiques liées au genre notamment en politique. Nos participants sont pour la plupart jeune et célibataire, avec une moyenne d'âge de 33 ans. Le statut matrimonial de nos participants semble suffisamment varié, comparativement au niveau d'étude où la quasi-totalité de nos participants ont un niveau d'étude universitaire. Cette proportion du niveau d'étude semble cohérente avec les statistiques de l'institut national de la statistique et des études économiques (Charnoz & Oran, 2016) qui indiquaient que 64% des jeunes âgés de 18 à 24 ans sont titulaires d'un baccalauréat et que la grande majorité poursuit leurs parcours scolaires par des études supérieures. D'ailleurs en observant le statut socioprofessionnel de nos participants on note qu'une proportion non négligeable est encore étudiante. Les salariés du secteur privé, les fonctionnaires et les sans-emplois ne sont pas en reste. Cette diversité de statut socioprofessionnel à l'avantage de nous apporter des informations provenant de toutes les couches socioprofessionnelles de la population française. Cette diversité pourrait permettre d'augmenter la probabilité que nos résultats reflètent le plus possible le comportement réel des français face à la politique en générale mais aussi face à la participation des femmes en politique à des positions de leader comme semble nous indiquer le tableau ci-dessous :

Tableau 6 : Rapport des français à la politique.

Items	Dimensions	Pourcentage	Ecart type
Quand vous pensez à la politique, vous éprouvez d'abord ?	De la méfiance	29,5%	1,66
	Du dégoût	16,8%	
	De l'ennui	17,8%	
	De l'intérêt	20,3%	
	De l'espoir	10,2%	
	De la peur	2,9%	
	Du respect	1%	
	De l'enthousiasme	1,6%	
De quel groupe politique vous sentez-vous le plus proche ?	Extrême gauche	9,2%	3,54
	Extrême droite	2,2%	
	Centre gauche	2,2%	
	Extrême droite	1,9%	
	Gauche	32,7%	

	Doite	9,8%	
	Centre	7%	
	Gauche radical	2,5%	
	Centre droit	1,9%	
	Ecologiste	12,1%	
	Aucun	18,4	
Pour faire avancer l'égalité entre hommes et les femmes en politique en France, vous faites davantage confiance aux :	Association des droits des femmes	23,8%	1,30
	Aux femmes politiques	32,4%	
	Aux partis politiques	11,4%	
	Aux médias	17,8%	
	Autres	1%	
	Aucun	13,7%	
Diriez-vous que depuis que vous êtes en âge de voter, vous avez voté :	A toutes les élections nationales	35,2%	1
	A presque toutes les élections nationales	32,7%	
	A quelques-unes des élections nationales	20,6%	
	A aucune élection nationale	11,4%	
Au cours de ces scrutins, avez-vous déjà eu à choisir entre un homme et une femme ?	Oui	72,4%	0.45
	Non	27%	
Si oui quel a été votre choix	Un homme	31,4%	0.68
	Une femme	51,4%	
	Aucun	16,8%	
Au cours de ces scrutins nationaux, avez-vous déjà eu à choisir entre une liste conduite par une femme et une liste conduite par un homme ?	Oui	67,6%	0.47
	Non	32,4%	

Si oui quel a été votre choix ?	La liste conduite par un homme	48,6%	0.73
	La liste conduite par une femme	35,6%	
	Aucune	15,9%	

Ainsi, en pensant à la politique, la plupart de nos participants disent éprouver en premier un sentiment de méfiance, même s'il y a une part non négligeable qui éprouve plutôt de l'intérêt. De façon globale, si on s'en tient à ces proportions, on peut relever que la majorité de nos participants perçoivent la politique comme une activité néfaste voir dangereuse vis-à-vis de laquelle ils se méfient. Toute chose qui peut justifier comme le relève Parodi (2007) une perte de plus en plus croissante d'intérêt des français pour la politique. Il faut préciser cependant qu'il n'y a pas que de la méfiance et du dégoût qui sont évoqués comme sentiments suscités par la politique, il y a aussi de l'intérêt, de l'enthousiasme et du respect, même si pour les deux dernières caractéristiques les proportions sont très faibles. Pourtant, nos participants ont presque tous participé à au moins une élection nationale, ce qui semble cohérent avec le niveau d'étude de la majorité de nos participants. En effet, comme le disent Niel et Loncot (2012), plus on est diplômé, plus on se sent concerné par la politique, mieux on comprend les enjeux et le fonctionnement du système politique, et plus on s'inscrit sur les listes électorales et plus on participe aux élections. Concernant la proximité avec les idées portées par les différents groupes politiques, une partie importante de nos participants se sent proches des idées portées par la gauche de façon générale (32,7%). Les écologistes recueillent aussi l'adhésion d'une partie non négligeable de nos participants (12,1%).

Notons toutefois qu'il y a une bonne proportion de nos participants qui disent n'être proche d'aucune idée portée par les groupes politiques (18,4%). Ces résultats pourraient conforter ce que nous relevions plus haut, c'est-à-dire le désintérêt de plus en plus croissant des français de la politique ou du moins de la politique telle que portée par les groupes politiques français. Dans la même veine, lorsque la question de l'égalité de la participation des hommes et des femmes en politique est évoquée, une faible proportion de nos participants dit faire confiance aux partis politiques pour faire avancer les choses (11,4%). La plupart font d'abord confiance aux femmes politiques elles-mêmes (32,4%) et aux associations de défense des droits des femmes (23,8%). Les médias semblent aussi être pour nos participants un moyen non négligeable de l'avancement de l'égalité homme – femme en politique (17,8%). Et lorsque nos participants avaient le choix entre un homme et une femme au cours d'un scrutin électoral, le choix était pour la plupart porté vers les candidatures féminines (51,4%).

Si l'on s'en tient à ces pourcentages, on peut conclure que les candidatures féminines au cours

des élections en France ont la préférence des électeurs, même si paradoxalement au final les résultats des élections n'atteignent pas ces proportions. De plus, lorsque l'on s'intéresse aux scrutins de liste (municipal par exemple), on remarque qu'il y a une préférence de nos participants pour les listes conduite par un homme (48,6%) plutôt que par une femme (35,6%). Ces résultats sont des indicateurs qui montrent que même si la question de l'égalité entre les hommes et les femmes en politique est de plus en plus émergente aujourd'hui en France, le comportement des français face au leadership politique féminin semble être fortement influencé par des variables complexes qui méritent d'être cernées pour une meilleure compréhension.

3. Synthèse de l'Analyse descriptive des deux populations de l'étude.

Les études de ce travail porte sur une population générale de 653 participants dont 338 camerounais et 315 français. Si pour le Cameroun la population est majoritairement masculine, en France, les participantes françaises sont les plus nombreuses. On peut donc penser que la participation libre et volontaire aux études de cette thèse à travers un questionnaire, a suscité plus l'intérêt des françaises que des camerounaises, probablement du fait de la très grande médiatisation du débat sur les questions d'égalité et de parité en France. De ce fait, les femmes françaises se sentent les premières concernées puisque d'ailleurs pour la plupart de nos participants les femmes sont les premières ressources sur lesquelles il faut s'appuyer pour faire évoluer la situation de la participation de la femme en politique. Pourtant, la politique pour nos participants dont la plupart ont un niveau d'étude universitaire et ont un âge situé entre 30 et 33 ans ne semble plus faire rêver. En France par exemple, nos résultats descriptifs montrent que la plupart des personnes que nous avons interrogées éprouvent de la méfiance et du dégoût vis-à-vis de la politique telle que pratiquée en France. Au Cameroun, ce sentiment se traduit par une participation de plus en plus maigre notamment des jeunes aux différents scrutins. La proportion de la participation des français aux différents scrutins est légèrement plus élevée que celle des camerounais. Ces différents scrutins offrent aux français plus qu'aux camerounais la possibilité de choisir entre des candidatures féminines et des candidatures masculines. Et lorsqu'ils ont la possibilité entre une candidature féminine et une candidature masculine, la préférence de la plupart des camerounais se portera vers les candidatures masculines alors que celle des français se portera vers des candidatures féminines. Cette préférence pour les candidatures féminines en France est cependant inversée quand il s'agit d'un scrutin de liste (municipal par exemple). La plupart des participants français disent porter leur choix sur une liste conduite par un homme. Au Cameroun, la préférence pour les candidatures masculines est conservée même dans un scrutin de liste. Il faut cependant noter que l'on retrouve moins de femmes camerounaises candidates aux élections comparativement à la France où la

présence des femmes à des positions de leader en politique semble plus en débat. Pourtant, comme nous le disions plus haut malgré cette ouverture apparente des participants français au leadership politique féminin, la proportion générale de la présence des femmes à des positions de pouvoir en politique ne s'éloigne pas significativement de celles du Cameroun. Il s'agit pourtant de deux contextes en apparence très différents mais qui au final présentent des caractéristiques très proches.
Il nous semble de ce fait intéressant de prendre en compte d'autres variables, qui vont nous permettre de collecter des données afin de mieux cerner la question du leadership politique féminin en France et au Cameroun.

4. Les collectes des données.

Au Cameroun

Le double scrutin municipal et législatif prévu courant décembre 2013 au Cameroun constituait l'occasion idoine pour interroger nos participants sur leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les données ont été recueillies dans plusieurs régions à savoir : le Centre (Yaoundé), le Sud (Ebolowa), le Littoral (Douala), l'Extrême – Nord (Maroua) de fin février à début mars 2012 sur une durée d'environ trois semaines. La plus grosse partie des données a été recueillie à Yaoundé, la capitale politique du Cameroun. La capitale camerounaise est en effet une ville cosmopolite constituée de personnes d'origine culturelle et socioprofessionnelle variée. Les appartenances religieuses et politiques sont également très diversifiées. Yaoundé de ce point de vue est un échantillon suffisamment intéressant de ce qu'on pourrait observer sur l'ensemble du territoire.

Dans la collecte des données, nous avons été assistés par 5 étudiants en psychologie, volontaires et disponibles. Nous avons pris au préalable le soin de les « briefer » non seulement sur l'enquête que nous menions, mais aussi sur la technique d'enquête par questionnaire en général. Préalablement à la construction du questionnaire, nous avons réalisé des entretiens (Annexe 1) auprès de 20 Camerounais sur une durée moyenne de 40 minutes chacun. L'exploitation des données de ces entretiens a permis non seulement de faire une analyse qualitative des représentations du leadership politique féminin, mais aussi de construire les échelles du questionnaire (Annexe 4). La construction des échelles s'appuie aussi sur la littérature et les échelles existantes portant sur l'objet de notre travail. Il s'appuie enfin sur notre expérience et sur nos connaissances. Par ailleurs, des échanges ont également eu lieu avec un panel de personnes ressources issues des différents milieux culturels. Ces personnes grâce à leur connaissance des réalités culturelles de leur milieu (France / Cameroun) sont susceptibles de nous apporter des informations pertinentes sur le rôle et la place de la femme dans leur société en général, mais aussi plus spécifiquement sur la place de la femme en politique. Le questionnaire sous sa forme définitive

est pré testé auprès d'une vingtaine de camerounais et présente une consistance interne satisfaisante. Les enquêtés ont été recrutés aléatoirement par la méthode du tout-venant. Après leur accord préalable pour participer à l'étude, les participants ont été invités à répondre au questionnaire pendant une durée moyenne d'une heure.

En France

Les données collectées en France ont été précédées par une série d'entretiens de face à face (20 entretiens) menés entre autres sur le campus de l'université de Grenoble, dans les parcs et les rues de la ville de Grenoble (Annexe 1). Ces entretiens nous ont permis de construire notre questionnaire (Annexe 4) dont la plupart des échelles évaluent les mêmes dimensions que celles du questionnaire camerounais avec cependant des items construites sur la base des réalités françaises. Le questionnaire a ensuite été pré testé auprès de 20 personnes de nationalité française avec une consistance interne dans l'ensemble acceptable, avant d'être définitivement administré. Le questionnaire définitif a permis de recueillir les données via un logiciel de sondage en ligne appelé *Survey Monkey*. La collecte des données s'est étalée sur environ trois mois (de Janvier à Mars 2014) et a permis de recueillir un total de 315 réponses exploitables. Les participants étaient recrutés parmi nos différents contacts qui eux-mêmes à leur tour pouvaient proposer le questionnaire à leur contact. De même, les membres des associations, le personnel des mairies et des autres structures ont été également sollicités. Pour participer à l'enquête les répondants devaient être de nationalité française et être âgé d'au moins 18 ans. Le questionnaire dans sa partie introductive expliquait clairement aux participants l'objectif principal de l'enquête et la démarche générale pour le remplir convenablement. La plupart des items étaient obligatoires, de sorte qu'il n'était pas possible pour un répondant de continuer si une question obligatoire n'était pas renseignée. Cette condition a l'avantage d'avoir à terme moins d'items omis, mais a aussi l'inconvénient d'augmenter le taux d'abandon. La collecte des données s'est faite dans le contexte du double scrutin municipal et européen du printemps 2014. En interrogeant nos participants sur leurs intentions comportementales en lien avec une activité actuelle, il est possible de rendre compte de la réalité comportementale des français.

Notons qu'il y a quelques différences méthodologiques dans la collecte des données en France et au Cameroun. D'abord dans la méthode de questionnement, même si nos questionnaires (Cameroun / France) évaluaient les mêmes dimensions, les différents items de nos échelles pour nos deux populations n'étaient pas formulés exactement de la même façon. Il a fallu formuler les items en tenant compte des réalités culturelles de chaque contexte d'étude. Ensuite, la démarche de la collecte des données s'est faite par un questionnaire papier pour le Cameroun et par un questionnaire en ligne pour la France. Ces différences se justifient par le fait que pour le Cameroun

le questionnaire papier semble le plus approprié parce qu'internet et dans une certaine mesure l'outil informatique ne sont pas largement accessibles. Le questionnaire papier permettait non seulement d'entrer directement en contact avec les enquêtés et donc de répondre aux éventuelles questions, mais aussi de nous assurer que le questionnaire est bien rempli par l'enquêté. En France par contre, le questionnaire en ligne nous a semblé le mieux indiqué du fait de l'accessibilité à l'outil informatique et à internet par une bonne majorité de la population. De plus, le questionnaire en ligne permet de réduire considérablement les coûts, les délais et les risques d'erreurs. Il facilite également le recueil de données dans des zones géographiques étendues. Cependant, le fait que les enquêtés s'auto-administrent le questionnaire est susceptible d'entrainer une mauvaise compréhension de certaines questions. En outre, il est possible que les personnes qui choisissent de répondre au questionnaire le fassent parce que concernées ou intéressées par l'objet de l'étude. Ceci aura pour inconvénient de laisser de côté les personnes qui ne se sentent pas interpellées par l'objet de l'étude et dont l'opinion est pourtant importante dans la compréhension du comportement étudié. Quoiqu'il en soit, les items de notre questionnaire papier et ceux du questionnaire en ligne ont pour objectif d'évaluer les mêmes dimensions. Cependant, ces deux procédures d'administration du questionnaire seront prises en compte dans l'interprétation des résultats.

Conclusion

De façon globale on note que nos participants sont majoritairement jeunes et pour la plupart diplômés de l'enseignement supérieur. Le désintérêt vis-à-vis de la politique et des acteurs politiques est aussi fort remarquable, notamment chez les participants français qui estiment dans une certaine mesure que le leadership politique féminin peut être une alternative à envisager face à cette situation. Au total, on observe qu'au Cameroun il y a chez nos participants une préférence forte pour les leaders masculins probablement du fait d'une présence plus importante de candidatures masculines comparativement aux candidatures féminines. En France, les femmes semblent plus présentes en nombre dans les différentes élections, même si au final la proportion générale des femmes à des positions de pouvoir en politique ne s'éloignent pas significativement de celle du Cameroun. Ces analyses sociodémographiques apportent ainsi plus d'éléments de compréhension de la problématique du leadership politique féminin dans les contextes camerounais et français.

Chapitre 7 : Effet des attitudes et des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin (Etude 1).

Introduction

Malgré les avancées importantes de ces trente dernières années en matière d'égalité de genre et d'égalité raciale, les individus stigmatisés lorsqu'ils progressent dans les échelles supérieures des domaines où on ne les attend pas, font face à de nombreuses attitudes négatives basées sur des stéréotypes en lien avec leur incompétence (Forbes & Schmader, 2010). Les stéréotypes que les personnes développent vis-à-vis des autres personnes ou des objets vont influencer leurs attitudes vis-à-vis de ces objets ou de ces personnes. Dans ce sens par exemple, une étude de Nosek, Banaji et Greenwald (2002) menée auprès des élèves d'un collège, montre que les élèves de sexe féminin qui étaient moins performantes en mathématiques comparativement aux élèves de sexe masculin, faisaient une association stéréotypée entre le fait d'être un homme et d'être performant en mathématique. On observait alors chez ces participantes une attitude fortement négative envers les mathématiques. C'est d'ailleurs selon cette étude, l'une des raisons de la faible présence des filles dans les études scientifiques. Comme nous l'avons déjà signifié précédemment, attitudes et stéréotypes sont deux variables importantes qui peuvent influencer de façon significative le comportement des individus. Dès lors, il nous semble important d'analyser comment les attitudes et les stéréotypes de genre influencent les représentations qu'ont nos participants (Cameroun et France) du leadership politique féminin, et leur intention de choisir ou non une femme à une position de pouvoir en politique.

1. Problématique et hypothèses de l'étude 1.

Des recherches portant sur les attitudes ont été menées sur différentes thématiques. On peut citer entre autres des travaux sur le turnover (Holtom, Smith, Lindsay & Burton, 2014), la satisfaction professionnelle (Wallen, Mor, & Devine, 2014), l'acceptabilité d'un produit (Lee, Gregg, & Park, 2013), ou les discriminations (Paustian-Underdahl, Walker, & Woehr, 2014 ; Lemaster, Strough, Stoiko & Didonato, 2015). D'autres études (Fishbein & Coombs, 1974 ; Fishbein & Ajzen, 1981 ; Friese, Bluemke, &Wänke, 2007) portant sur les comportements en politique de façon globale et sur les intentions de comportement électoral en fonction des attitudes des participants ont été aussi abordées. Rappelons que Ajzen et Fishbein (1981) ont montré dans

une étude portant sur les comportements électoraux des participants américains que les intentions de vote et dans une grande probabilité le choix final, sont en plus du parti politique auquel appartient le candidat (Démocrates, républicains) , fortement orientés par les attitudes que les électeurs ont vis-à-vis des différents candidats. Ces attitudes selon ces auteurs, sont basées sur les croyances généralement partagées par les électeurs relatifs aux caractéristiques personnelles du candidat, ses traits de personnalité mais aussi son appartenance perçu ou réel à un groupe social donné (fonctionnaire, homme ou femmes d'affaires, etc.). Cette appartenance à un groupe va favoriser la construction des stéréotypes. Les stéréotypes en général et les stéréotypes de genre en particulier se construisent par un effet de contraste en accentuant des différences entre le groupe social des hommes et des femmes, ou tout simplement par effet d'assimilation en mettant en avant les ressemblances au sein des différents groupes. Stéréotypes et attitudes vont donc contribuer à construire les représentations que les individus vont avoir d'un objet social donné. Or, ce sont les représentations qui donnent un sens aux conduites des individus et vont prédire les comportements (Abric, 1984).

Dans ce contexte, les représentations peuvent être de bons médiateurs dans la prédiction des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (HG1). Plus concrètement nous postulons que des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin vont induire des représentations du leadership politique féminin favorables (H1) et des intentions de vote favorables au leadership politique féminin (H2).

Nous analysons ensuite l'effet positif des stéréotypes de genre sur les représentations du leadership politique féminin (H3) et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H4). En d'autres termes, nous faisons l'hypothèse qu'une forte adhésion aux stéréotypes de genre va induire des représentations du leadership politique favorables et des intentions de vote favorables au leadership politique féminin. Enfin, nous examinons la médiation de l'effet des attitudes (H5) et des stéréotypes de genre (H6) sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin. La figure suivante permet d'illustrer les relations entre les variables en jeu dans cette étude 1.

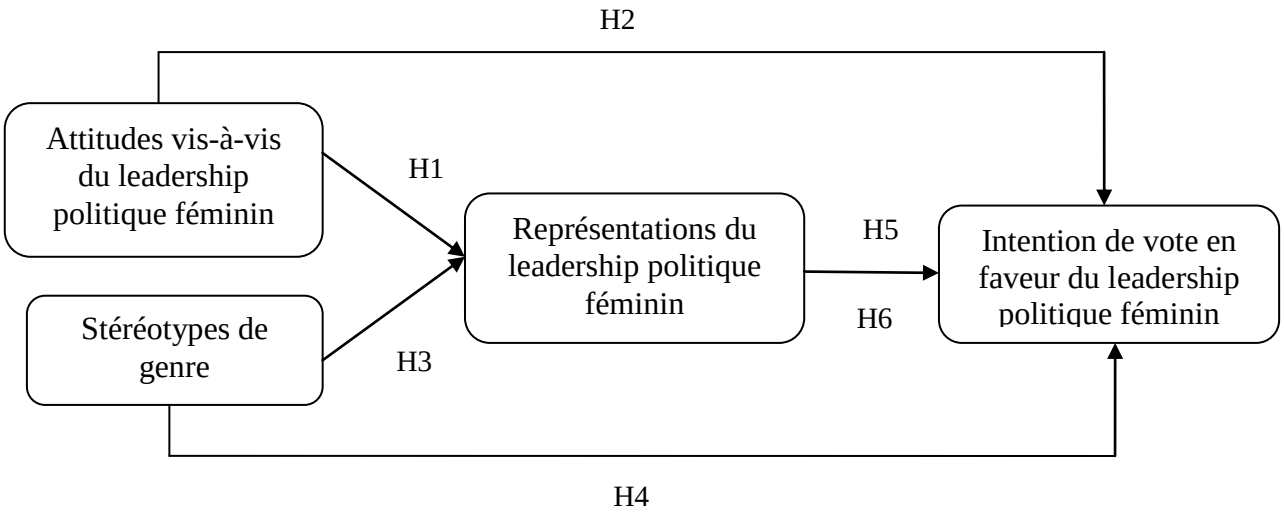


Figure 8 : Modèle étude 1.

2. Méthodologie.

2.1. Matériels et procédures.

L'étude 1 a été réalisée à partir d'un questionnaire composé d'échelles de type Likert en 5 points qui mesurent les attitudes à l'égard du leadership politique féminin, les stéréotypes de genre, les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (Annexe 4). Comme nous l'avons dit précédemment, des entretiens et des items issus des échelles existantes, ont permis de construire les échelles du questionnaire de l'étude. D'autres variables portant sur les éléments sociodémographiques et sur la participation aux différents scrutins électoraux sont mises à contribution pour apporter plus de lumière aux différentes hypothèses de cette étude. Nous présentons dans les paragraphes qui suivent les mesures des échelles. Afin de s'assurer de la consistance interne des items de chaque échelle, des analyses de fiabilité de Cronbach sont opérées sur les données. En vue de valider les échelles et les différentes sous-dimensions qui peuvent s'en dégager, les données sont traitées par une Analyse en Composantes Principales (ACP) avec rotation varimax.

2.2. Mesure des variables inspirées de l'approche du comportement planifié.

Les variables « *attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin* », « *normes subjectives* », « *contrôle comportemental perçu* » et « *intention de vote en faveur du leadership politique féminin* » ont été élaborées sur la base de la méthodologie suggérée par Ajzen & Fishbein (1985).

Le comportement électoral est évalué par le biais des mesures indirectes. Ce choix se justifie par la difficulté d'évaluer directement les comportements électoraux. La mesure de ces construits indirects s'est faite en quatre étapes (Gagné & Godin, 1999) :

1) Identifier les croyances saillantes des participants.

Par le biais d'un entretien semi directif mené auprès d'une vingtaine de participants camerounais d'une part et une vingtaine de participants français d'autre part, les croyances saillantes ont été identifiées. Nous avons pu les identifier grâce aux informations suivantes:

- a) la liste *des avantages* et *des désavantages* perçus associés à l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin (pour les croyances comportementales) ;
- b) la liste des personnes ou groupes de personnes qui *approuveraient* ou *désapprouveraient* le fait de porter son choix sur une candidature féminine en position de leader en politique (pour les croyances subjectives);
- c) la liste *des barrières* perçues et *des conditions qui facilitent* la réalisation de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin (pour les croyances de contrôles).

2) Analyser le contenu des croyances saillantes des participants.

Les croyances exprimées par les participants n'étaient parfois pas énoncées de la même manière, d'où l'analyse de contenu. L'analyse de contenu a permis de regrouper les croyances exprimant la même idée ou une idée semblable et d'indiquer la fréquence de chacune de ces croyances (Godin & Kok, 1996).

3) Identification des croyances saillantes modales.

Ajzen & Fishbein (1980) suggèrent trois critères à cet effet. L'une des possibilités consiste à choisir les 10 ou les 12 croyances les plus souvent exprimées. Une autre façon de faire consiste à retenir les croyances dont la fréquence atteint un pourcentage donné (par exemple 10% ou 20%). C'est cette dernière possibilité que nous retenons pour l'identification des croyances saillantes. Pour les trois variables (attitudes, normes subjectives et contrôle comportemental perçu) nous avons retenu les croyances dont la fréquence atteint au moins 10% ou 20%.

4) Construction des items visant la mesure des construits indirectes.

La construction des items visant la mesure des construits indirects a été formulé en fonction du contenu des croyances saillantes modales tout en respectant les critères retenus pour la définition du comportement (action, objet, contexte, temps). Afin d'éviter les répétitions inutiles, la mesure des variables a été précédée d'un énoncé général qui s'applique à chacun des items.

2.2.1. Mesure des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin.

Les réponses des participants à cette échelle permettent de mesurer si le fait d'être favorable ou pas au leadership politique féminin est considéré pour eux comme quelque chose de désirable ou de pas désirable. En clair, nos participants estiment-ils comme une attitude positive le fait de porter leur choix pour une candidature féminine à une position de leader en politique pour les prochains scrutins (Municipal en France, Municipal et législatif au Cameroun). Cette échelle a aussi pour objectif de mesurer les éventuelles conséquences que les participants pensent que leur intention de choix pourrait avoir (Ajzen, 2006). Cette échelle va permettre grâce à une mesure indirecte, d'évaluer les attitudes de nos participants par rapport à leur intention de choisir une femme à une position de leader en politique (attitude vis-à-vis du leadership politique féminin). Les participants étaient donc invités à se positionner sur une échelle allant de 1 (*Pas du tout désirable*) à 5 (*Tout à fait désirable*). Exemple d'items : « *Avoir le sentiment d'avoir accompli quelque chose de positif en votant pour une femme » ; « Contribuer pour le développement du pays en votant pour une femme ».*

2.2.2. Mesures de stéréotypes de genre.

Les items de l'échelle portant sur les stéréotypes de genre sont inspirés non seulement des entretiens que nous avons recueillis auprès de nos participants, mais aussi des items du Personnal Attributes questionnaire (PAQ) de Spence, Helmreich et Holahan (1979) ; du Sex-Role Inventory (BSRI) de Bem (1981); des études menées par Diekman et Eagly (2000) ainsi que de celles de Sanbonmatsu (2002, 2003). Les items de ces échelles étant très proches et complémentaires, il nous a semblé pertinent de croiser ces différentes approches. L'objectif est d'arriver à une mesure qui tienne compte non seulement de l'auto perception de nos participants (perception des hommes des autres hommes) comme le ferait le BSRI par exemple, mais aussi de l'hétéro perception (perception des femmes par des hommes et vice versa). De plus, notre échelle a voulu tenir compte à la fois des stéréotypes positifs et négatifs. On note cependant qu'au Cameroun comme en France ce croisement a eu pour effet de réduire parfois de façon importante la consistance interne générale de ces échelles, et surtout la consistance interne des sous dimensions portant sur les stéréotypes négatifs. Les participants sont invités sur une échelle en cinq points allant de 1= *pas du tout d'accord* à 5= *tout à fait d'accord* à se positionner par rapport aux propositions qui sont en fait des traits et des caractéristiques (positifs et négatifs) généralement reconnus comme étant spécifiques aux hommes ou/et aux femmes. Exemple d'items *: « En parlant des **hommes politiques** au Cameroun, vous direz, ou alors les gens en général autour de vous disent, qu'ils seraient sans scrupules » ; « En*

*parlant des **femmes politiques** au Cameroun, vous direz ou alors les gens en général autour de vous disent, qu'elles seraient digne de confiance ».*

2.2.3. Mesure des représentations du leadership politique féminin : une analyse qualitative.

Pour étudier l'impact des différences culturelles sur la manière dont nos participants construisent et pensent le leadership politique féminin, nous avons opté pour la méthode des associations libres. Cette technique permet d'explorer les significations spontanées face à l'objet de représentation ; elle est alors particulièrement adaptée à la mise en évidence de catégories cognitives sur le plan de leur organisation et de leur systématisation par les sujets (Abric, 1994). L'intérêt de cette technique se trouve également dans sa capacité à pointer les mécanismes d'approbation sociale (Valence & Roussieau, 2005).Cette méthode propre à l'étude des représentations sociales permet de repérer les éléments constitutifs de la représentation et d'en connaitre l'organisation et la structure (Pachtchenko-de Preville, 2006). Elle permet de « révéler les éléments constitutifs du champ sémantique activé par un mot-stimulus, c'est-à-dire tout le dictionnaire de la représentation (Pachtchenko-de Preville, 2006, P.63). La méthode des associations libres permet d'accéder plus facilement à l'univers sémantique de l'objet étudié du fait de sa nature projective. Il existe deux méthodes d'association verbale, celle d'évocation hiérarchisée et celle des schèmes cognitifs de base. La *méthode d'évocation hiérarchisée* (Vergès, 1992) consiste à faire produire aux sujets des associations à partir d'un mot inducteur. On demande aux sujets de produire un certains nombres d'associations, à partir d'un mot ou d'une expression, qu'on appelle inducteur. Vergès fait l'hypothèse d'un fonctionnement cognitif ou certains termes sont plus immédiatement mobilisés pour exprimer une représentation (Vergès, Tyszka & Vergès, 1994). On parle alors de saillance, par la fréquence d'un terme à une question d'évocation. L'analyse des mots suite à l'évocation hiérarchisée, peut se faire soit en s'intéressant aux fréquences ou alors à l'analyse du rang dans la liste de mots cités. On arrive ainsi à croiser analyse quantitative et analyse qualitative en croisant la fréquence d'apparition, indicateur de la saillance, avec le rang moyen qui reflète l'importance que le sujet accorde à l'item. Quatre catégories peuvent être possibles dans ce croisement:

1- Les items fréquemment évoqués et dont le rang moyen dans la suite associative tend vers 1.
2- Les items peu évoqués et dont le rang moyen tend vers 1.
3- Les items fréquemment évoqués et dont le rang moyen tend vers 5 (le rang le moins important).

4- Les items peu évoqués et dont le rang moyen tend vers 5.

Les items qui appartiennent à la première catégorie sont saillants et significatifs pour toute la population, ils ont donc, la plus forte probabilité d'appartenir au système central de la représentation car ils reflètent une congruence positive entre les deux critères. Cependant Abric (2003), propose d'abandonner le critère du rang moyen pour lui substituer celui du rang d'importance. En effet le rang moyen suppose que le premier mot produit par le sujet est le plus important pour lui, or ce n'est pas forcément le cas. Avec le rang d'importance, les sujets hiérarchisent eux-mêmes ses productions par ordre d'importance. L'hypothèse de la centralité se fait en regardant les seuils d'évocations et d'importances. Si 10% de la population a associé un même mot, alors ce dernier présente une centralité quantitative. Pour qu'un élément soit central, il doit avoir à la fois une centralité quantitative, mais aussi qualitative. La centralité qualitative est donnée par l'importance moyenne accordée à une production de données. Cependant, il faut rappeler que cette méthode permet uniquement de faire une hypothèse de centralité, on ne peut pas être sûr de la centralité des éléments d'où l'importance de mesurer l'importance des éléments identifiés dans un questionnaire pour une population plus importante.

Au cours des 40 entretiens (20 au Cameroun et 20 en France enregistrés sur support audio) que nous avons menés avec les participants camerounais et français, il leur était demandé d'indiquer tous les mots ou expressions qui leur viennent spontanément à l'esprit après avoir entendu un ou plusieurs mots stimuli. La consigne était d'indiquer quatre mots selon la technique dite multiple des associations libres, où le nombre de mots est fixé d'avance. Et comme l'ont relevé Abric, (1994) ; Flament et Rouquette, (2003), les mots les premiers employés sont prédominants dans la représentation. Concrètement dans cette partie portant sur les représentations du leadership politique féminin, nous avons cherché à collecter des évocations lors d'une tâche d'associations de mots afin de repérer les contenus des représentations. Un ensemble de mots stimuli a été utilisé : *Leadership politique féminin.* Les verbatim recueillis aux entretiens ont été analysés avec le logiciel d'analyse EVOC 2000. Il s'agit d'un logiciel d'analyse lexical élaboré par Vergès qui l'a utilisé pour la première fois dans une étude portant sur les représentations sociales de l'argent (Vergès, 1992). A la suite de Vergès, d'autres auteurs vont également l'utiliser (Dany & Apostolidis, 2002 ; Doutre, 2008). Nous avons pu ainsi procéder à une « lemmatisation » c'est-à-dire, regrouper les réponses qui ne diffèrent entre elles que selon un critère grammatical (Flamment & Rouquette, 2003). Nous nous sommes intéressés uniquement au critère le plus classique de l'analyse à savoir les fréquences des évocations et leur rang d'importance (Annexe 3). Les mots qui ont une fréquence supérieure ou égale à 10% (Pachtchenko-de Preville, 2006) ont été retenus, comme nous le montre le tableau ci-dessous.

Tableau 7 : Termes les plus fréquents associés aux mots-stimulus leadership politique féminin par les participants camerounais et français.

	Rang< 2.5		Rang>2.5	
	Cameroun	France	Cameroun	France
	ZONE1		ZONE2	
Fréquence >10	Elles feraient mieux de s'occuper de leur mari et enfants (F68,Rg 1,3)	C'est un effet de mode (F69, Rg 1,18)	Insoumises (F25,Rg 3)	
			Pistonnées (F 18, Rg 2,8)	
	Elles sont à l'écoute (F60, Rg 1,14)	Elles apportent plus de moralité en politique (F66, Rg 1,3)		
	Elles sont pragmatiques (F57, Rg 2,3)	C'est une chance pour la société (F22, Rg, 2,2)		
	Elles pensent plus au développement de la société (F 52, Rg 2,33)	Elles sont plus à l'écoute (F17, Rg 2,11)		
	C'est dévalorisant pour une femme (F24, Rg 2.15)	Elles sont inconscientes (F18, Rg 2.1)		
	ZONE3		ZONE4	
Fréquence <10			Courageuse (F 6, Rg 2,6)	Charismatique (F4, Rg 2,66)
			Sans scrupule (F 4, Rg 3,1)	Personne alibi (F3, Rg 3.14)
				Ambietieuse (F7, Rg 3.11)
				C'est des modèles (F 5, Rg, 4.10)

F : Fréquence
Rg : Rang

Le tableau ci-dessus présente la structure de la représentation du leadership politique féminin et permet de mettre en évidence des éléments plus ou moins forts, et des informations dites ambigües (Flament & Rouquette, 2003). Un élément dit fort possède une forte fréquence d'apparition et un rang moyen faible. Il est présent dans la zone centrale de la représentation, c'est-à-dire la zone 1. Un élément faible possède une faible fréquence d'apparition et un rang moyen élevé, il est dans la zone périphérique, soit la zone 4. Les zones 2 et 3 regroupent les termes ayant soit une fréquence d'apparition forte et un rang moyen élevé, soit une fréquence d'apparition faible et un rang moyen faible. Ce sont donc des termes plus flous, dits périphériques. Dans l'ensemble, les éléments de la zone 1 et 4 sont ceux qui seront utilisés pour construire notre échelle sur les représentations du leadership politique féminin. Cette échelle sera administrée à l'ensemble de nos participants. Les mesures de notre échelle vont de 1= *Pas du tout d'accord* à 5= *Tout à fait d'accord*. Exemples d'items Camerounais: « *Célibataire ou marié, le statut matrimonial de la femme camerounaise peut être un obstacle pour occuper une position de leader (député, maire, etc.) en politique » ; « Dans notre pays, le sens pragmatique souvent reconnu aux femmes élues politiques leur permet de se démarquer en politique* ». Exemples d'items Français *: « En France, la présence des femmes à des positions de leaders en politique est plus un effet de mode qu'une véritable nécessité » ; « En France la présence des femmes à des positions de leaders en politique pourraient apporter plus de moralité ».*

2.2.4. Mesure des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

La mesure des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est inspirée de l'échelle d'Ajzen (1985) sur le comportement planifié. Nous avons utilisé pour cette échelle une mesure indirecte qui évalue les intentions à partir de trois items. L'échelle des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin propose des dimensions qui vont de 1= *Pas du tout d'accord* à 5= *Tout à fait d'accord*. Exemple d'items camerounais : *J'ai l'intention de voter pour une femme qui a un bon programme et qui est compétente ; Je voterai pour une femme pour apporter plus de moralité à la politique au Cameroun.* Exemples d'items Français: *J'ai l'intention de voter pour une femme qui a un bon programme et qui est compétente au cours d'un scrutin ; J'accorderai volontiers mon vote à une femme compétente et qui a un bon programme au cours d'un scrutin électoral ».*

2.3. Validation des échelles et résultats

Afin de tester nos hypothèses, le recours à l'analyse factorielle exploratoire est nécessaire. Elle permet, en effet, de déterminer la structure factorielle d'un instrument de mesure et d'extraire les dimensions sous-jacentes au construit, en retenant les principaux facteurs correspondant aux différentes facettes du construit étudié (Evrard, Pras, & Roux, 2003). L'analyse exploratoire permet ainsi d'estimer la fiabilité des construits mobilisés (Evrard et al., 2003 ; Conway & Huffcutt, 2003), mais aussi de vérifier que la contribution factorielle de chaque item, permet de mesurer de manière satisfaisante le construit en question. Son objectif principal étant d'épurer un instrument de mesure des items qui détériorent la qualité de la structure factorielle (Evrard et al., 2003), son application exige un choix en termes de méthodes d'extraction et d'interprétation des données. Ces méthodes d'extraction et d'interprétation font référence au type d'analyse réalisé pour restituer le nombre de facteurs d'un construit et les rotations appliquées pour faciliter leur interprétation. Nous avons choisi d'utiliser l'analyse en composantes principales (ACP). L'épuration de nos instruments de mesure par analyse exploratoire a été réalisée au regard des critères suivants (Scarpello, Huber, &Vandenberg, 1988 ; Evrard et al. 1993) :

- rejet des items dont la saturation factorielle est inférieure à 0,5 sur le même facteur;
- rejet des items isolés sur un facteur ;
- rejet des items présentant une saturation élevée sur plusieurs facteurs (> 0,5).

Ces critères ont néanmoins été assouplis afin de ne pas nuire à la validité des contenus de l'échelle (Scarpello et al., 1988 ; Evrard et al., 1993). Nous avons aussi pris en compte d'autres critères lors de cette phase d'épuration (Evrard et al., 2003). Il s'agit :

- du coefficient de fiabilité interne ;
- de l'indice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ;
- du pourcentage de variance ;
- du test de sphéricité de Bartlett.

Le coefficient de fiabilité utilisé est l'alpha de Cronbach dont le niveau d'acceptation recommandé est de .70 (Nunnally & Bernstein, 1994). Dans notre travail, nous avons toutefois pris en compte les échelles dont les alphas étaient limites c'est-à-dire situé entre .50 et .70 (Eunseong & Seonghoon, 2015). L'indice KMO permet d'examiner le caractère factorisable des données. Un indice KMO élevé (> .70) indique que la solution factorielle est statistiquement satisfaisante (Evrard et al., 2003). Le pourcentage de variance expliquée permet de s'assurer que les items sont bien représentés dans la solution factorielle. Il doit être supérieur à .50 dans une ACP en deçà, il est préférable de spécifier le modèle (Evrard et al., 2003). Le test de sphéricité de Bartlett permet de vérifier si l'on peut rejeter l'hypothèse nulle, selon laquelle toutes les corrélations seraient égales à zéro. Il doit être

significatif ; soit inférieur à .05. Tous ces critères ont été pris en considération dans notre travail.

2.3.1. Echelle de mesure des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin.

Au Cameroun

L'échelle de cette variable après ACP et après épuration (Annexe 5) se compose de deux items (α = .66). Exemple d'items : *« Avoir le sentiment d'avoir accompli quelque chose de positif en votant pour une femme » ou « Contribuer pour le développement du pays en votant pour une femme »*. L'ACP révèle l'unidimensionnalité de cette échelle. Pour chaque participant, son score est obtenu en faisant la moyenne de ses réponses aux items de l'échelle globale.

En France

Initialement composé de trois items, l'ACP après épuration va permettre d'élaborer une échelle composée de deux items convergents (Annexe 5). L'ACP révèle l'unidimensionnalité de cette échelle avec une fiabilité interne satisfaisante (α = .80). Exemple d'items *:* « *Avoir le sentiment d'avoir accompli quelque chose de positif en votant pour une femme »* ou « *Contribuer à apporter plus de moralité à la politique dans mon pays en votant pour une femme*». Le score de chaque participant est obtenu en faisant la moyenne de ses réponses aux items de l'échelle globale.

2.3.2. Echelle de mesure des stéréotypes de genre.

Les stéréotypes de genre ici sont déclinés en stéréotypes de genre féminin et stéréotypes de genre masculin. Même si en définitive nos analyses vont se centrer sur les stéréotypes de genre féminin. Ainsi, on considèrera que nos hypothèses sur les stéréotypes de genre sont validées que lorsque les hypothèses sur les stéréotypes de genre féminin sont vérifiées. Néanmoins, nous procéderons à quelques analyses sur l'effet des stéréotypes de genre masculin sur nos différentes variables, car elles peuvent être intéressantes dans la compréhension de la problématique de l'objet de notre travail.

Au Cameroun

Cette échelle se divise en deux catégories portant d'une part sur les stéréotypes masculins et sur les stéréotypes féminins d'autre part. L'ACP après épuration pour cette échelle a permis de retenir un ensemble de sept items (α = .64) sur une échelle qui au départ était constituée de dix items. Cette échelle se décline pour les deux catégories de stéréotypes en deux sous-dimensions. La

sous-dimension stéréotypes féminin positif composé de quatre items et présente une consistance interne satisfaisante (α = .81). Exemple d'item : « *En parlant des **femmes politiques** au Cameroun, vous direz ou alors les gens en général autour de vous disent qu'elles seraient honnêtes* ». La sous-dimension stéréotypes féminin négatif quant à elle regroupe deux items et présente une consistance interne très faible (α = .47). Exemple d'item : « *En parlant des **femmes politiques** au Cameroun, vous direz ou alors les gens en général autour de vous disent qu'elles ne laissent souvent pas de marge de manœuvre aux collaborateurs* ».

L'échelle des stéréotypes masculins composée au départ de 10 items se résume après analyse factorielle exploratoire à quatre items (α = .67). La sous-dimension stéréotypes masculins positif présente une consistance interne satisfaisante (α = .81). Exemple : « *En parlant des **hommes politiques** au Cameroun, vous direz ou alors les gens en général autour de vous disent qu'ils sont digne de confiance* ». La sous-dimension stéréotypes masculins négatifs quant à elle présente une consistance interne très faible (α = .48). Exemple d'item : « *En parlant des **hommes politiques** au Cameroun, vous direz ou alors les gens en général autour de vous disent qu'ils sont sans scrupules* ».Pour les échelles, le score des items portant sur les stéréotypes de genre négatifs est inversé et le score du participant à l'échelle globale est obtenu en faisant la moyenne de ses réponses.

En France

Les échelles sur les stéréotypes de genre en France après ACP se composent de neuf items après que nous ayons éliminé un item aberrant. Comme au Cameroun, les stéréotypes de genre se décline ici en deux échelles, avec chacune deux sous-dimensions. La première échelle des stéréotypes porte sur les stéréotypes de genre féminin avec une très bonne consistance interne (α = .90). La sous-dimension stéréotypes de genre féminin positifs présente une très bonne consistance interne (α = .94). Exemple d'item : « *En parlant des **femmes politiques** en France, vous direz ou alors les gens en général autour de vous disent qu'elles seraient de bon leader* ». La sous-dimension stéréotypes de genre féminin négatifs quant à elle présente une consistance interne faible (α = .67). Exemple d'item : « *En parlant des **femmes politiques** en France, vous direz ou alors les gens en général autour de vous disent qu'elles seraient agressives* ».

La deuxième échelle portant sur les stéréotypes de genre masculin montre une consistance interne très satisfaisante (α = .82). La sous-dimension stéréotypes de genre masculin positifs présente une très bonne consistance interne également (α = .89).Exemple d'item : « *En parlant des **hommes politiques** en France, vous direz ou alors les gens en général autour de vous disent qu'ils sont compétents* ». La sous-dimension stéréotypes de genre masculin négatifs montre par contre une faible consistance interne (α = .56). Exemple d'item : « *En parlant des **hommes politiques** en*

France, vous direz ou alors les gens en général autour de vous disent qu'ils seraient arrogants ».Le score des items portant sur les stéréotypes négatifs de genre pour les deux échelles est inversé, et le score du participant à l'échelle globale est obtenu en faisant la moyenne de ses réponses.

2.3.3. Echelle de mesure des représentations du leadership politique féminin.

Précisons comme nous le verrons plus loin que cette échelle va se décliner en deux sous dimensions à savoir : représentations du leadership politique féminin favorables et les représentations du leadership politique féminin peu favorables. Dans le souci d'alléger les premières analyses, les représentations du leadership politique féminin peu favorables sont inversées. Cependant, dans les analyses factorielles confirmatoires, ces deux sous dimensions vont être prises en compte distinctement.

Au Cameroun

Constitué au départ de 10 items, cette échelle après l'ACP exploratoire et après épuration va se composer de 9 items (α = .68). Les neufs items ainsi constitués se déclinent en deux sous-dimensions. La première sous-dimension dénommée *représentation du leadership politique féminin favorable* est composée de cinq items (α = .69). Exemples d'items : *« Dans notre pays, le sens pragmatique souvent reconnu aux femmes élues politiques leur permet de se démarquer en politique » ou « En occupant plus de position de pouvoir en politique (député, maire), les femmes pourraient apporter plus de développement à notre pays que les hommes »*. La deuxième sous-dimension que nous avons appelé *représentation du leadership politique féminin peu favorable*, compte quant à elle quatre items (α = .74). Exemple d'items : *« Une femme qui choisit de faire de la politique dans notre pays sacrifie forcément son couple et l'éducation de ses enfants » ou « Au Cameroun des femmes leaders politiques (Députés, maires, etc.) sont très souvent de mauvaises épouses »*. Le score des items portant sur les représentations du leadership politique peu favorable est inversé et le score du participant à l'échelle globale est obtenu en faisant la moyenne de ses réponses.

En France

Cette échelle était à l'origine constituée de 10 items, mais l'analyse factorielle exploratoire a permis de supprimer cinq items aberrants. Les 5 items retenus pour l'échelle (α = .72) se déclinent en deux sous-dimensions. La première sous-dimension que nous avons dénommé *représentation du leadership politique féminin favorable* se compose de trois items (α = .76). Exemple d'items : *« En France la présence des femmes à des positions de leaders en politique pourrait apporter plus de*

moralité » ; « Grâce à leurs émotions et à leur instinct maternel, les femmes politiques françaises remplissent mieux leur mandat d'élue (député, maire, ...) que les hommes politiques ». La deuxième sous-dimension que nous avons nommé *représentations du leadership politique féminin peu favorable* regroupe quant à elle deux items (α = .56). Exemple d'items : *« En France, la présence des femmes à des positions de leaders en politique n'est qu'un effet de mode, mais pas une véritable nécessité » ; « En position de leader (député, maire, sénatrice, etc.), les femmes politiques françaises n'ont pas toujours la capacité en période de crise économique de prendre les bonnes décisions pour sortir la France de cette situation »*. Le score du participant à l'échelle globale est obtenu en faisant la moyenne de ses réponses aux items. Les réponses des participants à la sous-dimension représentation du leadership politique féminin peu favorable ont été inversées.

2.3.4. Echelle de mesure des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Au Cameroun

La mesure indirecte des intentions proposée par Ajzen (1985) dans son modèle du comportement planifié et repris par d'autres chercheurs se décline à l'origine en trois items. En suivant cette démarche méthodologique et après une analyse factorielle exploratoire et après épuration, deux items (α = .72) composent l'échelle unidimensionnelle des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Exemple d'items: « *J'ai l'intention de voter pour une femme qui a un bon programme et qui est compétente » et « Je voterai pour une femme pour apporter plus de moralité à la politique au Cameroun »*. Le score du participant à l'échelle globale est obtenu en faisant la moyenne de ses réponses aux items.

En France

Conformément à la méthodologie de l'approche du comportement planifié, notre échelle des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin regroupe trois items (α = .75). L'ACP exploratoire indique l'unidimensionnalité de cette échelle. Exemple d'items : « *J'ai l'intention de voter pour une femme qui a un bon programme et qui est compétente au cours du prochain scrutin électoral » ; « J'accorderai volontiers mon vote à une femme compétente et qui a un bon programme au cours du prochain scrutin électoral »*. La moyenne des réponses aux items de cette échelle permettait pour chaque participant d'avoir son score à l'échelle globale.

Les échelles de notre étude 1 ainsi que leurs alphas peuvent être résumés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 8: Consistance interne des échelles de l'étude 1.

Echelles	Cameroun	France
	Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach
Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin	.66	.80
Stéréotypes de genre Féminin	.64	.90
Stéréotypes de genre Masculin	.67	.82
Représentations du leadership politique féminin	.68	.72
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	.72	.75

3. Les résultats de l'étude 1.

Rappelons que l'objectif principal de cette étude était d'arriver à déterminer si l'effet des attitudes, des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin était médiatisé par les représentations du leadership politique féminin. Pour tester l'hypothèse de l'effet d'une variable indépendante (VI) sur une variable dépendante (VD), nous menons une analyse de régression sur les variables continues. Les analyses qui intégrent les variables sociodémographiques vont être faites par le biais d'une analyse de comparaison de moyenne (ANOVA). Des analyses d'interactions seront aussi menées par le biais des ANOVA univariées. L'approche de Preacher et Hayes (2004) va nous permettre de tester nos hypothèses de médiation par le biais de régression sur les différentes variables continues de nos hypothèses.

3.1. Les résultats de l'étude 1 (Cameroun).

Avant de mener les analyses, nous examinons les corrélations entre nos différentes variables. Le tableau ci-dessous montre que les différentes dimensions de nos échelles sont presque toutes corrélées entre elles :

Tableau 9: Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 1 Cameroun (N=338).

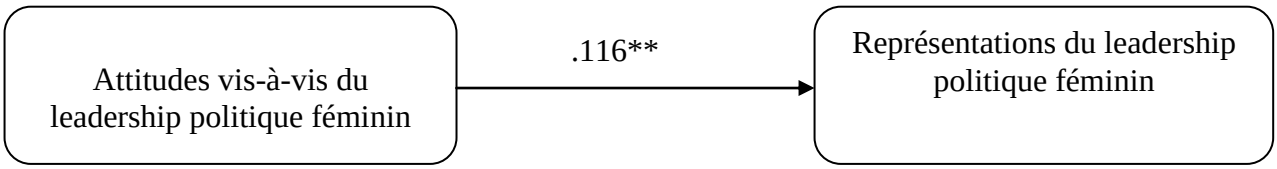
	Facteurs	1	2	3	4	5
1	Attitudes	1				
2	Stéréotypes Féminin	.119**	1			
3	Stéréotypes Masculin	.052	.467**	1		
4	Représentations du Lead.Po.Fem	.166**	.119**	.028	1	
5	Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	.650**	.183**	.037	.228**	1
	Moyenne	3,55	3,02	2,7	3,02	3,41
	Ecart-Type	.99	.71	.83	.70	1,10

*Note: Lead.Po.Fem = Leadership Politique Féminin ; **p < .01 ; *p < .05*

On note par exemple que nos deux variables dépendantes, représentations du leadership politique féminin et intention de vote en faveur du leadership politique féminin sont corrélées à toutes les autres variables en dehors de celle portant sur les stéréotypes masculins. Les stéréotypes féminins sont positivement corrélés à toutes les autres variables, contrairement aux stéréotypes masculins qui ne sont corrélés qu'aux stéréotypes féminins (*r =.467, p < .05)*. Les attitudes sont positivement corrélées aux stéréotypes féminins (*r =.119, p < .01),* aux représentations du leadership politique féminin (*r =.166, p < .01)* et aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (*r =.650, p < .01).*

3.1.1. Effet positif des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les représentations du leadership politique féminin (H1).

Les analyse de régression montrent que les attitudes à vis-à-vis du leadership politique ont un effet positif sur les représentations du leadership politique féminin, *b= .116 ; t(337) = 3,09 ; p<.01 ; R^2 =.025.* Ces résultats vont donc dans le sens de notre hypothèse (H1), et indiquent que lorsque les camerounais ont des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin, on observe que leurs représentation du leadership politique féminin sont également favorables.

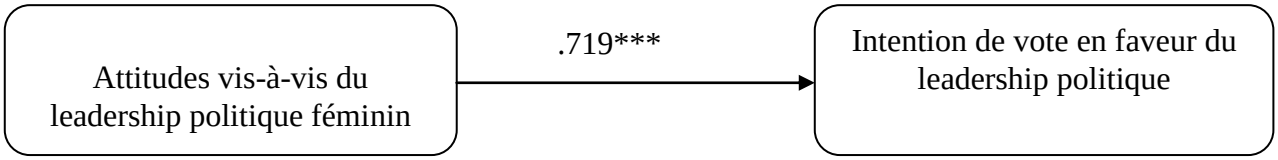


*p < .05, **p < .01

Figure 9 : Résultat hypothèse 1, Etude 1, Cameroun.

3.1.2. Effet positif des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H2).

Concernant la deuxième hypothèse (H2), l'analyse de régression indique que les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin prédisent de manière significative les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, $b= .719 ; t(337) = 15,68 ; p<.001 ; R^2 = .421$. Lorsque les participants camerounais déclarent avoir des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin, ils présentent également des intentions de vote favorables au leadership politique féminin. Ces résultats sont donc cohérents avec notre Hypothèse 2 (H2).



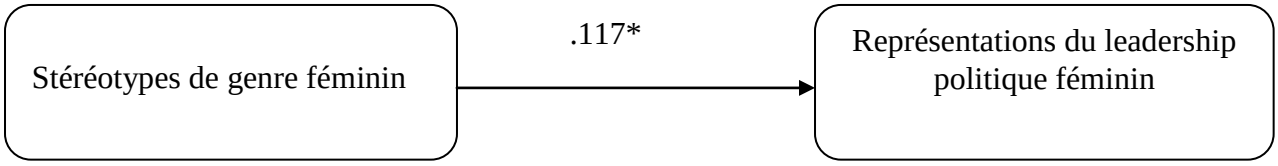
*p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Figure 10 : Résultat hypothèse 2, Etude 1, Cameroun.

3.1.3. Effet positif des stéréotypes de genre sur les représentations du leadership politique féminin (H3).

Les analyses de régression linéaire sur les variables continues montrent qu'il y a un effet positif des stéréotypes de genre féminin sur les représentations du leadership politique féminin des participants $b= .117 ; t(337) = 2,203 ; p =.028 ; R^2 = .011$. Plus concrètement, lorsque les camerounais accordent une grande importance aux stéréotypes de genre féminin, leurs représentations du leadership politique féminin sont favorables. Les résultats indiquent par contre qu'il n'y a pas d'effet des stéréotypes de genre masculin sur les représentations du leadership

politiques féminins. Notre hypothèse (H3) se trouve donc confirmée.

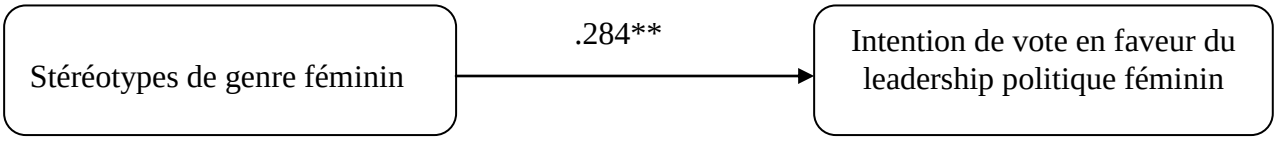


*p < .05, **p < .01

Figure 11 : Résultats hypothèse 3, Etude 1, Cameroun.

3.1.4. Effet positif des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H4).

Les résultats montrent qu'il y a un effet positif des stéréotypes de genre féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des camerounais, *b= .284 ; t (337) =3,41; p<.01* ; R^2 = .031. L'intention de nos participants de porter leur choix sur une candidature féminine pour les prochains scrutins législatifs et municipaux est d'autant plus favorable qu'ils accordent une grande importance aux stéréotypes de genre féminin. Lorsqu'on prend en compte les stéréotypes de genre masculin, on n'observe qu'ils n'ont pas un effet significatif sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Notre hypothèse 4 (H4) est donc confirmée.



*p < .05, **p < .01

Figure 12 : Résultats hypothèse 4, Etude 1, Cameroun

3.1.5. Les Analyses de Médiations Etude 1, Cameroun.

En nous inspirant de l'approche de Preacher et Hayes (2004) et Hayes (2013), nous procédons à toutes les étapes d'une analyse de médiation. Il s'agit de vérifier :

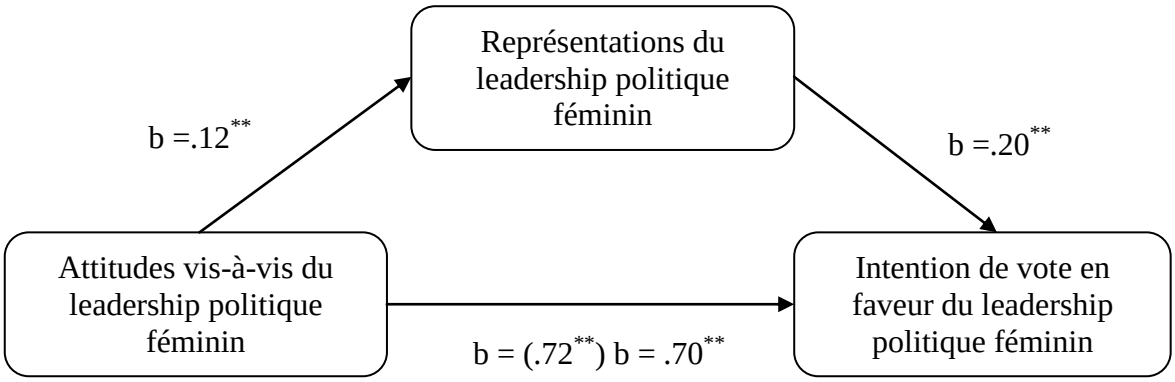
a) l'effet de la VI (Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin) sur la VD (Intention de vote en faveur du leadership politique féminin) ;

b) l'effet de la VI sur la VM (Représentations du leadership politique féminin)
c) l'effet de la VM sur la VD.
d) L'effet de la VI sur la VD en contrôlant la VM.

Lorsque les étapes a, b, et c sont significatives, on procède alors à la vérification de l'étape d. L'intervalle de confiance de l'effet médiatisé permet de savoir s'il y a médiation (0 n'est pas inclus dans cet intervalle) ou pas (0 est inclus dans cet intervalle). On conclut à une médiation partielle si l'effet de la VI sur la VD en contrôlant la VM diminue mais reste significatif. La médiation est totale si cet effet n'est plus significatif.

L'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin.

Conformément à notre hypothèse (H5), il y a médiation partielle de l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin. Les régressions menées sur les différentes composantes de notre modèle montrent dans un premier temps que les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin prédisent de manière significative les représentations du leadership politique féminin, $b = .12 ; t(336) = 3,09 ; p < .01 ; R^2 = .027$. Celles-ci à leur tour prédisent significativement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, $b = .20 ; t(335) = 2,97; p < .01 ; R^2 = .422$. Enfin, lorsqu'on contrôle les représentations du leadership politique féminin, l'effet des attitudes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin diminue légèrement mais reste significatif, $b = .70 ; t(335) = 15,15 ; p < .01 \ R^2 = .437 ; 95\%, CI [.0051- .0552]$. Plus concrètement, lorsque les participants camerounais ont des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin, leur intention de vote est favorable au leadership politique féminin. Le lien entre attitude et intention est davantage expliqué si on prend en compte les représentations du leadership politique féminin.

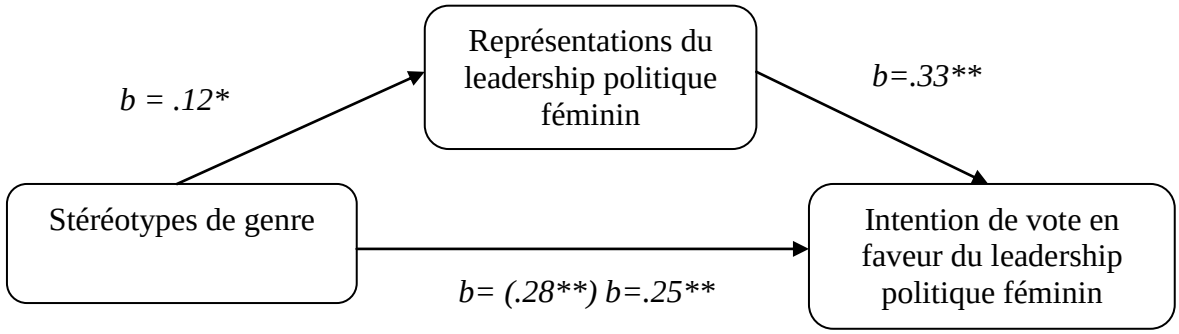


*p < .05, **p < .01

Figure 13 : Médiation partielle de l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (Cameroun).

L'effet des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin.

Les résultats des analyses de médiation montrent qu'il y a médiation partielle de l'effet des stéréotypes de genre, notamment des stéréotypes de genre féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin. Plus concrètement, on note qu'accorder de l'importance aux stéréotypes de genre féminin prédisent positivement les représentations du leadership politique féminin, *b= .12 ; t(336) = 2,20 ; p= .028 ;* R^2= .014. Les représentations du leadership politique féminin à leur tour prédisent positivement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, *b= .33 ; t(335) = 3,95 ; p< .001 ;* R^2= .014. Enfin, lorsqu'on contrôle les représentations du leadership politique féminin, l'effet positif des stéréotypes de genre féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin diminue mais reste significatif, *b = .25; t(335) = 2,98 ; p= .003 ;* R^2*=.076 ; 95%, CI [.006 - .0892]*.



*p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Figure 14 : Médiation partielle de l'effet des stéréotypes de genre féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (Cameroun).

3.2. Synthèse des résultats étude 1 (Cameroun).

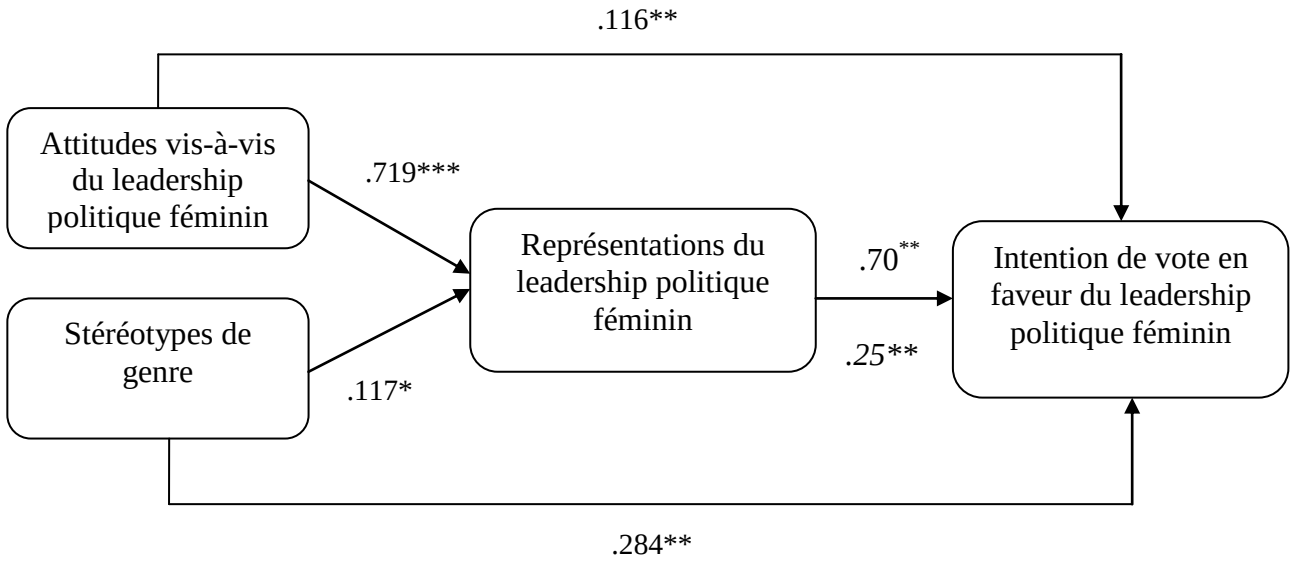
Les résultats de cette première étude peuvent être résumés dans le tableau et la figure suivante :

Tableau 10 : Résultats de l'étude 1, Cameroun.

Hypothèses	Résultats
H1 : Les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin prédisent des représentations du leadership politique féminin favorables.	*b = .116**
H2 : Les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin prédisent des intentions de vote favorables au leadership politique féminin.	*b =.719***
H3 : Une forte adhésion aux stéréotypes de genre féminin prédit des représentations du leadership politique féminin favorables.	*b =.117**
H4 : Une forte adhésion aux stéréotypes de genre féminin prédit des intentions de vote favorables au leadership politique féminin.	*b =.284***
H5 : Il y a médiation de l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin.	*b=.70*** *(b=.72***)*

H6 : Il y a médiation de l'effet des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin.	*b=.25** (b=.28**)*

*p < .05, **p < .01, *** *p < .001*



*p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Figure 15 : Résultats de l'étude 1 Cameroun.

On note donc que lorsque les attitudes de nos participants vis-à-vis du leadership politique féminin sont évaluées comme désirables ou positives, leurs représentations du leadership politique féminin ainsi que leurs intentions de vote en sont aussi positivement affectés. Plus concrètement, conformément à ces résultats, les camerounais qui estiment que voter pour une femme est quelque chose de bien, de positif, de désirable ont aussi l'intention de voter pour elle au cours du double scrutin municipal et législatif. On note aussi que l'effet positif des attitudes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est partiellement médiatisé par les représentations du leadership politique féminin. En d'autres termes, en contrôlant les représentations du leadership politique féminin, l'effet des attitudes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin reste significatif, mais diminue. Dans ce sens, la compréhension complète de l'effet des attitudes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin nécessite une prise en compte des représentations que nos participants ont du leadership politique féminin.

Les stéréotypes de genre prédisent favorablement non seulement les représentations du leadership politique féminin de nos participants, mais aussi leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En outre, l'effet positif des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est partiellement expliqué par les représentations du leadership politique féminin de nos participants. Au total, les hypothèses de l'étude 1 (Cameroun)

sont toutes confirmées. A titre complémentaire, nous allons à présent examiner l'effet possible des variables personnelles et sociodémographiques sur les attitudes, les stéréotypes de genre, sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

3.3. Variabilité des attitudes, stéréotypes de genre, représentations du leadership politique féminin et intention de vote en fonction des variables personnelles et sociodémographiques.

Dans cette partie, les variables sociodémographiques et personnelles qui nous intéressent sont au nombre de huit et portent sur : le sexe, l'âge, le statut matrimonial, le niveau d'étude, la religion, la catégorie socioprofessionnelle, le groupe ethnique d'appartenance et l'expérience électorale. Les résultats sont obtenus après un test de comparaison des moyennes des différents groupes sur les variables étudiées. Pour alléger la présentation des résultats, nous ne nous intéresserons qu'aux résultats significatifs.

3.3.1. L'effet du sexe

Les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin : L'analyse des données en fonction du sexe montre que les attitudes à l'égard du leadership politique féminin de nos participants varient de façon tendancielle en fonction du sexe, $F(1,336) = 3,79$; $p = .052$. Notamment, les participants de sexe féminin ont des attitudes plus positives vis-à-vis du leadership politique féminin (M = 3,67 ; ET= 1,06) que ceux de sexe masculin (M = 3,46 ; ET= .93).

Les stéréotypes de genre : On note qu'il n'y a pas de variation significative des stéréotypes de genre féminin en fonction du sexe de nos participants. Par contre, les résultats indiquent une variation significative des stéréotypes de genre masculin de nos participants en fonction de leur sexe, $F(1,336) = 10,76$; $p = .001$. Les participants de sexe féminin adhérent plus fortement aux stéréotypes de genre masculin (M = 2,86 ; ET= .80) que les participants de sexe masculin (M = 2,57 ; ET= .84).

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : les résultats indiquent une variation significative des intentions de vote en fonction du sexe de nos participants, $F(1,336) = 5,77$; $p = .017$. Comme pour les attitudes, les participants de sexe féminin ont une intention de vote plus favorable au leadership politique féminin (M = 3,56 ; ET= 1,08) que ne l'ont les participants de

sexe masculin (M = 3,28 ; ET= 1,10). Le tableau ci-dessous récapitule les résultats significatifs obtenus avec la variable sexe.

Tableau 11: Effet du sexe sur les variables de l'étude 1 Cameroun.

VD	SEXE	N	M (ET)	F	P
Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin	M	185	3,46 (.93)	3,79	.052
	F	153	3,67 (1,06)		
Stéréotypes de genre Masculin	M	185	2,57 (.84)	10,76	.001***
	F	153	2,86 (.80)		
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	M	185	3,28 (1,10)	5,769	.017*
	F	153	3,56 (1,08)		

*p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

En dehors des représentations du leadership politique féminin et des stéréotypes de genre féminin qui ne présentent pas de variation significative en fonction du sexe, toutes les autres variables (les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin, les stéréotypes de genre masculin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin) varient quant à elles de façon significative en fonction du sexe de nos participants. On observe que les femmes plus que les hommes ont des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin et des intentions de vote favorables au leadership politique féminin. De même, on note que les femmes adhèrent plus que les hommes aux stéréotypes de genre masculin, alors que les stéréotypes de genre féminin, ne varient pas de façon significative entre les hommes et les femmes.

3.3.2. L'effet du niveau d'étude.

La grande majorité de nos participants ayant un niveau d'étude universitaire, il nous a semblé plus logique de regrouper le niveau d'étude en deux dimensions à savoir : le niveau secondaire / Lycée (Avant le Baccalauréat) et le niveau universitaire (après le Baccalauréat). Dans l'ensemble, les résultats indiquent que, les attitudes, les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin ne varient pas significativement en fonction du niveau d'étude de nos participants. Par contre, on observe une variation significative des stéréotypes de genre masculin de nos participants en fonction de leur niveau d'étude, *F* (1,334)

= 10,646 *; p = .000.* Les comparaisons par paire indiquent que le score de l'adhésion aux stéréotypes de genre masculin est plus élevé chez les participants de niveau secondaire/Lycée (M= 3,80 ; ET= .40) que chez les participants de niveau universitaire (M= 2,64 ; ET= .80 ; HSD= -1,16 ; *p* = .037).

Les variables personnelles et sociodémographiques portant sur l'âge, le statut matrimonial, la religion, la catégorie socioprofessionnelle, le groupe ethnique d'appartenance et l'expérience électorale, n'ont pas d'effet significatif sur les attitudes, les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote des participants camerounais.

3.3.3. Synthèse des résultats portant sur les variables sociodémographiques.

Les résultats significatifs portant sur les variables sociodémographiques peuvent être résumés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 12 : Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques, étude 1 Cameroun.

	Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin	Stéréotypes de genre Masculin	Intention de vote en faveur du leadership politique féminin
	p	*p*	*p*
Sexe	.052	.001**	.017*
Niveau d'étude	n.s	.000**	n.s

ns = non significatif ; *p < .05, **p < .01

On peut retenir de façon globale que les représentations du leadership politique féminin ne varient avec aucune variable sociodémographique. Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin quant à elles, varient de façon significative avec le sexe des participants, tout comme les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et les stéréotypes de genre masculin. On observe notamment que les femmes présentent une intention de vote plus favorable au leadership politique féminin que les hommes. On remarque en outre que, l'adhésion aux stéréotypes de genre masculin de nos participants varient également de façon significative en fonction de leur niveau d'étude. Cette adhésion aux stéréotypes est plus importante chez les participants de niveau

d'étude secondaire que chez ceux qui ont un niveau d'étude universitaire.

Vérifions à présent si on observe quelques interactions significatives entre les variables sociodémographiques et les principales variables de l'étude 1 pour le Cameroun. Rappelons que les deux principales variables dépendantes de notre étude sont : les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

3.4. Analyse d'interaction.

Les différentes hypothèses de recherches étant toutes confirmées, nous menons néanmoins quelques analyses d'interaction susceptibles d'enrichir nos résultats. Les résultats des analyses indiquent qu'il y a une seule interaction significative. Il s'agit de l'effet d'interaction entre le niveau d'étude et les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

3.4.1. Interaction entre le niveau d'étude et les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin.

Les analyses montrent un effet significatif d'interaction entre le niveau d'étude et les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin F (1,334) = 5,823 ; p = .016 ; η^2 = .017. Lorsque les attitudes vis-à-vis du leadeship politique féminin sont positives ou désirables, les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des participants de niveau d'étude universitaire sont plus fortes (M=4,11) qu'elles ne le sont chez les participants de niveau d'étude secondaire/lycée (M=3,71). Par contre, lorsque les attitudes vis-à-vis du leadeship politique féminin sont moins positives ou moins désirables, les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des participants de niveau d'étude secondaire/lycée sont plus fortes (M=3,23) qu'elles ne le sont chez les participants de niveau d'étude universitaire (M=2,76).

Tableau 13 : Interaction entre le niveau d'étude et les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin

Intention de vote en faveur du leadership politique féminin (N= 338)						
	Attitudes Désirables		*Attitudes Peu Désirables*			
Niveau d'étude	M (ET)	N	M (ET)	N	F	P
Secondaire /	3,71 (1,32)	14	3,23 (1,16)	13		

Lycée					5,823	.016
Universitaire	4,11 (.78)	146	2,76 (.91)	165		

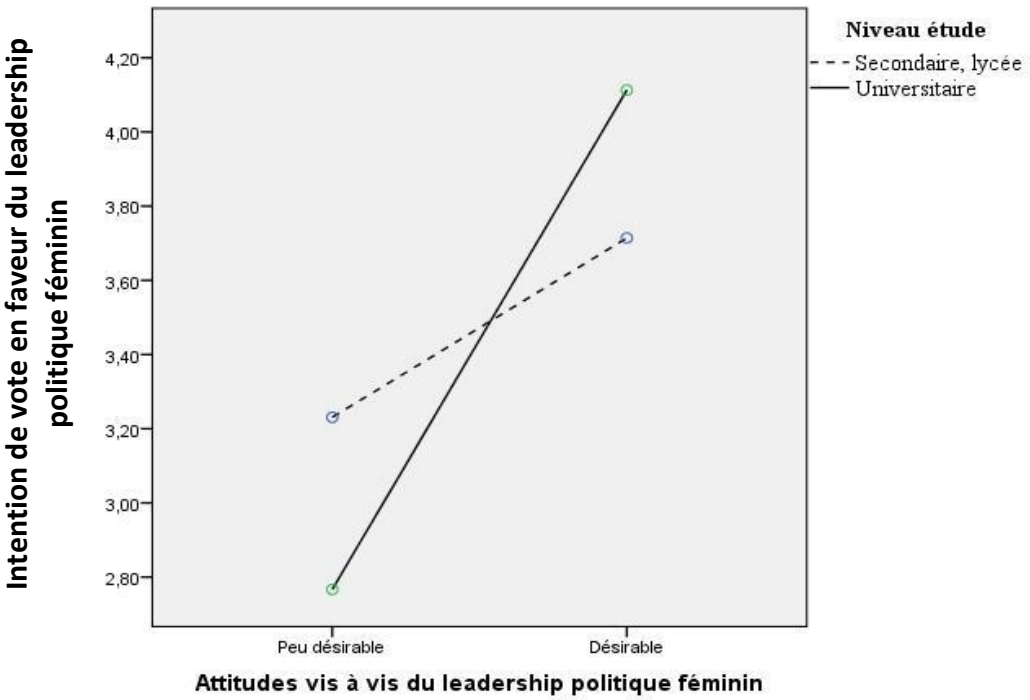


Figure 16 : Interaction entre le niveau d'étude et les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin.

Alors qu'on n'observe pas d'effet du niveau d'étude sur les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin ou sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (Tableau 15), on constate cependant un effet d'interaction significatif entre le niveau d'étude et les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Ce résultat suggère que l'effet du niveau d'étude de nos participants sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin n'est pertinent que si on tient compte de leurs attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin.

3.5. Discussion et conclusion de l'étude 1 Cameroun.

Discussion.

L'objectif dans cette première étude était de voir si l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin, des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership

politique féminin est médiatisé par les représentations du leadership politique féminin. Une telle démarche nécessitait que l'on vérifie un certain nombre de liens directs entre nos variables (Hypothèses, 1, 2, 3, 4). De façon complémentaire, l'objectif était aussi de voir la relation entre les variables sociodémographiques et les principales variables de notre étude 1 (Attitudes, stéréotypes de genres, représentations du leadership politique féminin et intention de vote en faveur du leadership politique féminin). De façon globale, les résultats vont dans le sens des hypothèses que nous avons formulé.

Les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin impactent favorablement les représentations du leadership politique féminin.

Les résultats obtenus dans cette première étude nous permettent de mieux cerner le lien entre les attitudes et les représentations. Plus spécifiquement, nos résultats indiquent que les attitudes à l'égard du choix d'une femme à une position de leader en politique sont ancrées dans le cadre des rapports sociaux qui définissent la manière de percevoir ou de se représenter le leadership politique féminin au Cameroun. Les tentatives de compréhension et de construction du lien complémentaire entre les attitudes et les représentations permettant d'accéder à un niveau intéressant de la complexité du réel, a été à notre connaissance très peu mené dans la recherche, notamment d'un point de vue empirique. Les études qui ont essayé d'intégrer dans la même démarche l'analyse des représentations sociales et des attitudes ne sont pas très nombreuses (Bergamaschi, 2011). Ces études se déploient très souvent soit dans un cadre purement théorique (Moscovici & Vignaux, 1994), soit strictement expérimental (Rateau, 2000 ; Abric, 2003). En effet, « les attitudes et les représentations sociales constituent des variables étroitement corrélées, en sorte que c'est au sein de ces dernières que les évaluations que l'individu exprime à l'égard des phénomènes sociaux – ses attitudes – prennent forme » (Bergamaschi, 2011, p.94). Les représentations sociales constituent la toile de fond sociocognitive sur laquelle les attitudes trouvent leurs racines (sociales) profondes. Dans cette optique, l'évaluation psychologique que nos participants vont faire du choix d'une femme à une position de leader (Député, Maire) dépend en grande partie des représentations sociales qui les structurent cognitivement, lesquelles « autorisent » en effet l'expression d'évaluations spontanées par le biais des attitudes exprimées (Bergamaschi, 2011). Le contenu des représentations du leadership politique féminin trouve son origine dans un réservoir sociocognitif qui a permis de donner à nos participants les arguments sur lesquels ils vont s'appuyer pour leurs évaluations (attitudes positives ou négatives). C'est ainsi que les attitudes à l'égard du choix d'une femme à une position de pouvoir ou de leader politique (Député, Maire) pour les prochains scrutins législatif et municipal au Cameroun va faire varier de façon significative les représentations du

leadership politique féminin des participants camerounais. En d'autres termes, lorsque les attitudes à l'égard du choix d'une femme à une position de leader en politique sont évaluées comme désirables ou positives, les représentations du leadership politique féminin le sont également. Et inversement lorsque les attitudes sont jugés comme moins désirables, les participants présentent une représentation du leadership politique moins favorable. On note par ailleurs que ce sont les composantes cognitives (*Contribuer pour le développement du pays en votant pour une femme*) et affectives (*Avoir le sentiment d'avoir accompli quelque chose de positif en votant pour une femme*) des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin qui ont un effet sur les représentations du leadership politique de nos participants. En parlant de représentations sociales, Seca (2001, p.13) : note qu'« elles constituent des produits culturels qui naissent et se développent dans les conversations quotidiennes et par rapport à des circonstances culturelles et historiques ». Et dans ce sens, elles vont constituer un univers de pensée et d'action collectif qui est véhiculé par un ensemble de « vérité » sur les femmes à des positions de pouvoir en politique et qui vont se traduire par des attitudes soit favorables ou défavorables.

Les discours véhiculées principalement par les médias, non seulement sur la participation des femmes à la vie politique mais aussi sur leur présence à des positions de pouvoir en politique vont contribuer à construire un cadre de référence commun à nos participants. C'est sur la base de ce cadre commun que les réponses évaluatives et individuelles vont se faire en rapport notamment avec l'objet de la représentation c'est-à-dire le leadership politique féminin. Cette représentation s'appuie sur les éléments centraux de la représentation du leadership politique féminin. Il ne semble pas en effet concevable d'envisager une étude exhaustive des attitudes en mettant de côté les dynamiques sociales au sein desquelles ces attitudes se manifestent. Les résultats que nous avons obtenus sont donc cohérents avec le modèle bidimensionnel des représentations sociales de Moliner (Moliner, 1995). Ce modèle nous permet une association de la dimension structurale de la représentation du leadership politique féminin à celle de la dimension évaluative permettant de refléter l'attitude des sujets envers le leadership politique féminin. Selon Pratkanis et Greenwald (1989), l'attitude repose sur une représentation constituée d'un résumé évaluatif de l'objet d'attitude et d'un ensemble de connaissances sous-tendant cette évaluation. Dans le même sens, ces résultats s'inscrivent dans le sens de l'articulation attitudes / représentations proposé par Jasper et Fraser (1984). Selon ces auteurs les attitudes doivent être appréhendées comme des réponses évaluatives de nature individuelle qui sont produites sur la base d'un cadre de référence commun. En d'autres termes, on observerait donc, selon eux, un consensus au niveau de la représentation de l'objet d'attitude considéré, et des variations interindividuelles dans les prises de position ou évaluations. Les prises de position engendrée par les attitudes sont en quelque sorte une préparation à l'action susceptible d'orienter les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin prédisent des intentions de vote favorable au leadership politique féminin.

Les actions d'une personne en réaction aux stimuli de son environnement doivent beaucoup à ses attitudes. Une attitude se compose d'une dimension *affective* qui correspond aux réactions émotionnelles du sujet, d'une dimension *cognitive* qui définit ses cadres de perception du monde à partir de ses connaissances, ses valeurs, etc. ; d'une dimension *conative* enfin qui renvoie directement à la préparation du comportement sous la forme d'une intention favorable ou défavorable d'agir (Denni, Lê Van Truoc & Astor, 2014). Les composantes affectives et cognitives de l'attitude, sont celles qui se dégagent de nos analyses factorielles et qui semblent prédire le mieux les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Ces résultats vont dans le sens de ceux de Lavine, Thomsen, Zanna et Borgida (1998) qui montraient que le comportement électoral des électeurs pouvait être prédit non seulement par la composante affective des attitudes vis-à-vis des candidats, mais aussi par la composante cognitive. Dans la même dynamique, la théorie de l'action raisonnée et la théorie du comportement planifié affirment que les attitudes lorsqu'elles sont précises, prédisent les intentions comportementales qui constituent elles-mêmes les meilleurs prédicteurs du comportement (Fishbein & Ajzen, 1975 ; Ajzen, 1987 ; Ajzen, 1991). Ces cadres théoriques sont parfaitement cohérents avec les résultats de notre deuxième hypothèse. Les attitudes des participants camerounais à l'égard du choix d'une femme à une position de leader en politique ont un lien significatif avec leurs intentions d'accorder ou non leur vote à une femme pour le prochain double scrutin municipal et législatif. Au-delà de la réalité et de la force de la relation entre l'attitude et le comportement réel qui reste une approche de recherche vivement discuté (Fazio, 1986 ; Krauss, 1995 ; Channouf, Py & Somat, 1996), on note néanmoins que dans le cadre de notre étude, les attitudes prédisent de manière significative les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. D'ailleurs, la corrélation entre attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et intention de vote en faveur du leadership politique féminin que nous avons obtenue dans notre étude (.65) est assez fiable. En effet, selon une méta-analyse réalisée sur plusieurs études, Sutton (1998) situait la corrélation entre attitude et intention entre .63 à .71. L'intérêt de l'approche basée sur les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin réside dans le fait que l'électeur est interrogé sur son propre comportement en évaluant face à une candidature féminine à une position de leader (Député, Maire) pour les prochains scrutins, dans quelle mesure il est susceptible de lui accorder son vote. Et de ce point de vue, les intentions de vote ne sont pas de simples opinions comme dans une enquête de satisfaction.

Les participants en effet, vont décliner et hiérarchiser leurs préférences entre une candidature féminine et masculine, non pas de façon générale et abstraite, mais en se plaçant dans la perspective

précise d'un comportement qui va les engager le jour du scrutin (Denni, Lê Van Truoc & Astor, 2014). Comme pour les représentations du leadership politique féminin, on observe qu'évaluer comme désirable la présence des femmes à des positions de leader en politique, permet d'expliquer de façon significative les intentions des camerounais à voter favorablement pour la présence d'une femme à une position de leader pour les prochains scrutins. On note d'ailleurs que les résultats après le double scrutin vont globalement dans le sens des prédictions de notre étude. On observe en effet que le pourcentage des femmes députés titulaires à l'assemblée nationale (la chambre basse du parlement) a significativement augmenté passant de 13,9% pour la législature 2007/2012 à 31,1% pour la législature 2013/2018 (Ministère de la promotion de la femme et de la famille -Minproff, 2012 ; Mvogo, 2013 ; Union Interparlementaire - UI, 2014). Même si dans le même temps, le pourcentage des femmes élues maire a quant à lui légèrement reculé. Ceci pourrait s'expliquer davantage par le mode de désignation des maires au sein des conseils municipaux que par le comportement général de la grande majorité des camerounais. Les efforts des pouvoirs publics (convention internationale ; loi électoral fixant quota des candidatures féminines dans les formations politiques) et des acteurs politiques de façon général à communiquer, à mettre dans leur programme la question de la présence des femmes à des positions de pouvoir en politique a surement favorisé une construction des attitudes et des représentations positives autour de cette question.

L'adhésion aux stéréotypes de genre féminin oriente positivement les représentations du leadership politique féminin.

Les résultats comme nous l'avons montré ci-dessus indiquent que les stéréotypes de genre modifient différemment les représentations du leadership politique féminin selon qu'il s'agit des stéréotypes attribués aux femmes ou aux hommes. En effet, les stéréotypes de genre attribué aux hommes n'ont pas d'effet significatif sur les représentations du leadership politique féminin. Par contre les stéréotypes de genre attribué aux femmes modifient significativement les représentations du leadership politique féminin. Ces résultats sont cohérent avec certains travaux (Lorenzi-Cioldi, 1988 ; Park, Ryan & Judd, 1992) qui attestent d'un effet d'hétérogénéité perçue des groupes dominants, dits *collections* (Lorenzi-Cioldi & Doise, 1990 ; Lorenzi-Cioldi, 2002) au sein desquels les individus sont considérés comme distincts les uns des autres, uniques et de ce fait non interchangeables. Dans le même sens Sarnin et Lextrait (2012) faisaient remarquer en parlant des supporteurs de football que : «Au-delà des biais de favoritisme pour sa propre équipe, le joueur et le spectateur tendent à sélectionner les informations favorables pour leur équipe en négligeant les autres, à sur généraliser tel ou tel comportement, à accentuer l'homogénéité de l'autre groupe, etc. Le même événement de jeu peut ainsi facilement recevoir des interprétations contradictoires et

contribuer à accentuer la différenciation entre groupes ». L'explication que donne ces auteurs permet de comprendre que les stéréotypes de genre attribués aux hommes considérés comme le groupe dominant surtout quand il est question du leadership politique, n'aient pas un effet significatif sur les représentations du leadership politique féminin. Les travaux de Lorenzi-Cioldi (2002) attestent d'un effet concomitant d'homogénéité perçue des groupes dominés, dits *agrégats* dont les membres sont considérés comme similaires les uns aux autres, et par conséquent largement interchangeables. Les stéréotypes de genre féminin sont donc perçus par nos participants comme ceux qu'on retrouve chez toutes les femmes. Comme l'ont relevés Moliner, Lorenzi-Cioldi et Vinet (2009), les rapports de sexe sont en en général caractérisés par une importante asymétrie, et la société camerounaise n'échappe pas à cette réalité.

De nombreux indicateurs (l'occupation de postes décisionnaires, la représentation politique) montrent que la plupart des positions dominantes dans les hiérarchies, celles qui confèrent du pouvoir de décision restent largement inaccessibles aux femmes (Bihr & Pfefferkorn, 2002). Ces faits se répercutent sur les représentations de sexe (Diekman & Eagly, 2000 ; Lorenzi-Cioldi, 2002) avec une particularité intéressante et dans le cas de notre étude. En effet, au lieu de générer des représentations du leadership politique féminin moins favorables parce que incompatible avec les positions de pouvoir surtout politique, les stéréotypes de genre féminin favorisent plutôt des représentations du leadership politique féminin favorable. Il est possible que ce soit un indicateur du changement de la perception du leadeship politique féminin chez les camerounais. On verra si cette observation se confirme dans les autres résultats de ce travail. Néanmoins, les résultats nous indiquent qu'il y a une tendance chez les hommes comme chez les femmes à homogénéiser le groupe féminin, c'est-à-dire un effet d'homogénéisation de l'exogroupe pour les hommes, et un effet d'homogénéisation de l'endogroupe pour les femmes (Lorenzi-Cioldi, Deaux & Dafflon, 1998). Les représentations du leadership politique féminin sont la traduction de relations complexes, réelles, imaginaires, objectives et symboliques que les camerounais entretiennent avec le leadership des femmes en politique. Les stéréotypes de genre féminin apparaissent donc comme un aspect partiel de la représentation du leadership politique féminin et sont en quelque sorte des indicateurs ponctuels d'un système d'images globales ayant une fonction de discrimination.

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des participants camerounais sont d'autant plus fortes qu'ils adhèrent foretement aux stéréotypes de genre féminin.

Comme avec les représentations du leadership politique féminin, seuls les stéréotypes de genre féminin prédisent les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En effet, le fait de percevoir un individu comme membre d'une catégorie, d'un groupe ou d'un ensemble social,

active systématiquement les croyances stéréotypées (Devine, 1989 ; Bargh, Chen & Burrows, 1996 ; De La Haye, 1998) qui vont à leur tour orienter le comportement. Dans une étude, Follenfant, Légal, Dit-Dinard et Meyer (2005), ont mis en évidence l'effet de l'activation (non consciente) des stéréotypes sur le comportement. Ils ont notamment pu montrer que l'activation non consciente en mémoire du stéréotype de la personne âgée ou du basketteur avait pour conséquence respectivement de diminuer ou d'augmenter les performances d'étudiants en sciences et techniques des activités physiques et sportives (STAPS) lors d'une épreuve de lancer de balle lestée. D'autres recherches (Bargh et al., 1996 ; Dijksterhuis & van Knippenberg, 2000) ont démontré l'effet par exemple de l'activation du stéréotype du noir américain (fortement associé au trait de personnalité « agressif ») sur la production de comportements plus agressifs ; ou l'effet de l'activation du stéréotype de l'homme politique (associé à l'utilisation de la langue de bois) sur la production de discours plus longs. On comprend dès lors que les stéréotypes de genre attribués aux femmes politiques par nos participants impactent leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin. De plus, les stéréotypes de genre féminin (douceurs, pragmatiques, etc.) semblent pour nos participants ne pas être en contradiction avec une position de pouvoir politique. Ce résultat suggère une possible mutation du champ politique camerounais, précisèment en ce qui concerne le rôle et la perception des femmes en politique. Cela semble ouvrir des pistes intéressantes de recherches et d'actions sur lesquelles nous reviendrons plus loin.

Le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin.

L'étude 1 nous a permis de montrer que même si les notions d'attitudes, de stéréotypes et de représentations sociales étaient des notions très proches voire complémentaires, il reste que les intégrer dans une analyse de façon distincte pouvait enrichir l'explication du phénomène de leadership politique féminin. A cet effet, nos résultats montrent que le lien entre les attitudes, les stéréotypes de genre et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est médiatisé par les représentations du leadership politique féminin. Toute chose qui indique qu'il est important de prendre en compte les représentations du leadership politique féminin comme variable médiatrice dans l'analyse du phénomène de la participation des femmes à des positions de leader en politique. La représentation du leadership politique féminin correspond à un ensemble d'informations, d'opinions, et de croyances relatives à la présence des femmes à des positions de pouvoir en politique. Elles vont dans ce sens permettre d'interpréter, d'expliquer et de prédire les intentions de vote. Le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin peut trouver sa justification dans la fonction d'orientation des représentations sociales (Abric, 1994). Les représentations du leadership politique féminin vont guider de manière générale le comportement

des camerounais en déterminant la démarche à utiliser et en sélectionnant et filtrant les informations qui vont servir de guide aux conduites. Le leadership politique féminin est devenu comme nous l'avons dit plus haut dans l'univers social et politique camerounais un véritable enjeu social, c'est-à-dire un véritable sujet d'intérêt social (Moliner, 1993).

De façon globale, la question de la présence des femmes à des positions de leader en politique s'est progressivement positionnée au centre des débats au Cameroun particulièrement pendant la période précédant le double scrutin municipal et législatif. Ce débat a mis en exergue des polémiques, activant à l'occasion des valeurs au travers desquelles s'opposent différents groupes (Tafani & Dechamps, 2004). Parce qu'il devient progressivement un enjeu important pour nos participants, la question de la participation des femmes à des positions de pouvoir en politique va donc engendrer une prise de position, organiser les différences interindividuelles et conditionner un certain nombre de rapports sociaux. Si l'analyse des attitudes et stéréotypes contribuent à éclairer les représentations du leadership politique féminin, comme nous l'ont montré nos résultats, c'est le caractère systémique et dynamique des représentations qui va permettre le repérage et l'orientation dans l'univers matériel et social. En d'autres termes, les représentations du leadership politique féminin bien que prenant en compte les attitudes et les stéréotypes, ne sauraient se réduire à ces dimensions d'où le fait qu'elles médiatisent partiellement l'effet de ces variables sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. De plus, pour reprendre Seca (2001), les représentations se situent à un niveau cognitif élevé et circulent dans la société au moyen du langage et des discours. Elles constituent des produits culturels qui naissent et se développent dans les conversations quotidiennes et par rapport à des circonstances culturelles et historiques.

Conclusion

Au final, l'étude que nous venons de présenter nous a permis de montrer que les attitudes à l'égard de la présence d'une femme à une position de leader en politique prédisent les représentations du leadership politique féminin. Nous avons pu montrer que l'intégration dans une même analyse des attitudes et représentations comme deux variables distinctes mais complémentaires étaient riche d'informations. Cette démarche nous a permis notamment de montrer que l'évaluation que nos participants font du choix d'une femme à une position de leader (Député, Maire) est fortement liée à la représentation qu'ils ont du leadership politique féminin. C'est cette représentation qui va autoriser l'expression d'une évaluation spontanée à travers les attitudes. Pourtant le fait de juger comme désirable ou pas le choix d'une candidature féminine pour les prochains scrutins municipal et législatif au Cameroun ne se limite pas à une simple construction mentale, mais va aussi se traduire dans le comportement ou du moins dans les intentions de vote en

faveur du leadership politique féminin. Nous avons pu justement relevé dans notre étude que les attitudes de nos participants à l'égard du leadership politique féminin avaient une corrélation positive et significative avec leur intention de porter leur choix ou non sur une candidature féminine. En clair, évaluer comme désirable la présence des femmes à des positions de leaders politiques (Député, Maire) prédisait également une intention de vote favorable au leadership politique féminin. Un tel résultat vient renforcer l'impact des attitudes sur l'adoption de comportement, même si le lien entre attitude et comportement réel est un sujet largement controversé par les chercheurs.

Quoiqu'il en soit, nos résultats montrent que pour des actions de sensibilisation et de communication en faveur d'une plus grande présence des femmes à des positions de leader en politique, il est indispensable de bien cerner non pas seulement les attitudes des personnes mais aussi le socle sociocognitif sur lequel elles se sont construites, c'est-à-dire les représentations. Dans cette optique, une attention particulière devra être aussi accordée aux stéréotypes de genre, notamment ceux qui sont attribués aux femmes politiques. La spécificité des stéréotypes de genre comparativement aux représentations qui sont plutôt globalisantes, nous a permis de marquer les différences interindividuelles de nos participants et de voir comment celles-ci orientent l'objet de la représentation à savoir le leadership politique féminin. Nous avons par ailleurs pu montrer que l'effet des stéréotypes de genre sur les représentations du leadership politique féminin n'était significatif que lorsqu'ils étaient attribués aux femmes. Ces résultats confirment, comme d'autres études avant elles, que les femmes sont bien perçues comme un groupe collection dont les membres sont interchangeables d'où le consensus que l'on retrouve dans les stéréotypes qui leurs sont attribués. Par contre il n'y a pas le même consensus chez le groupe des hommes politiques perçu plutôt comme des individualités non interchangeables. Les stéréotypes de genre attribués aux femmes politiques camerounaises vont non seulement orienter favorablement les représentations du leadership politique féminin de nos participants, mais aussi leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin. Ainsi, l'activation des stéréotypes positifs de genre attribués aux femmes politiques peut contribuer significativement à améliorer leur présence à des positions de pouvoir en politique au Cameroun. Ces stéréotypes positifs sont donc une voix intéressante à explorer pour élaborer des stratégies qui vont dans le sens de la promotion du leadership politique féminin.

Les résultats de cette étude montrent la place centrale occupée par les représentations du leadership politique féminin. Elles apparaissent comme des bons prédicteurs proximaux de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin. Ces représentations « captent » une part non négligeable de la variance des intentions de vote de nos participants. Elles nous permettent de mieux comprendre la structuration cognitive du leadership politique féminin. Et plus intéressant,

elles nous ouvrent des pistes d'action en nous livrant les éléments centraux qui la composent et sur lesquels il est possible d'agir pour améliorer la participation des femmes à des positions de pouvoir en politique. De façon complémentaire, d'autres variables comme le sexe, la catégorie socioprofessionnelle, l'âge, nous ont aussi permis de comprendre par exemple que les femmes camerounaises semblent de plus en plus ouvertes à la chose publique et politique. Il est donc probablement indiqué de saisir cette opportunité pour créer des stratégies de « capacitation » de ces femmes en vue de mieux les outiller pour un leadership politique efficace. Il est fort possible que le chômage de plus en plus important et de façon globale la pauvreté grandissante de la grande majorité de la population aient créé un sentiment de déception vis-à-vis des leaders politiques majoritairement masculins. Examinons à présent l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et des stéréotypes de genre sur les représentations du leadership politique féminin d'une part et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin d'autre part, pour la population française.

4. Les résultats de l'étude 1 (France).

Avant de mener nos différentes analyses, nous vérifions au préalable que les variables de notre étude sont corrélées entre elles. Le tableau ci-dessous montre les corrélations obtenues :

Tableau 14 : Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 1 France.

	Facteurs	1	2	3	4	5
1	Attitudes vis-à-vis du Lead.Po.Fem	1				
2	Stéréotypes de genre Masculin	.142*	1			
3	Stéréotypes de genre Féminin	.485**	.469**	1		
4	Représentations du Lead.Po.Fem	.576**	.014	.317**	1	
5	Intention de vote en faveur du Lead.Po.Fem	.141*	-.304**	.070	.311**	1
	Moyenne	3,21	2,26	2,99	3,3	4,14
	Ecart-Type	1,07	.65	.79	.62	.79

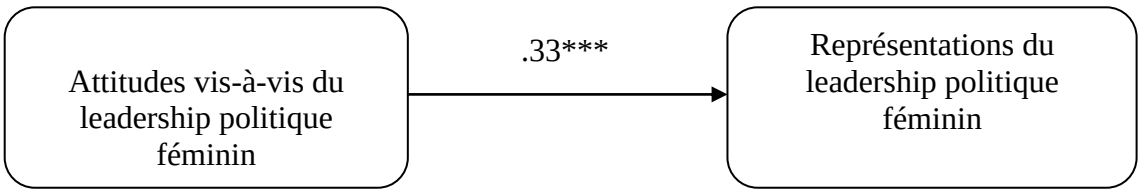
*Note : Lead.Po.Fem = Leadership Politique Féminin ; **p < .01 ; *p < .05*

Les résultats montrent que la plupart de nos variables sont corrélées entre elles. Les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sont positivement corrélées aux stéréotypes de genre masculin (*r =.142, p < .05)* et aux stéréotypes de genre féminin (*r =.485, p < .01).* Elles sont aussi positivement corrélées aux représentations du leadership politique féminin (*r =.576, p < .01)* et aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (*r =.141, p < .05).* On note par ailleurs que les stéréotypes de genre masculin sont positivement corrélées aux stéréotypes de genre féminin (*r =.469, p < .01).* Par contre, les stéréotypes de genre masculin sont négativement corrélées aux

intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (*r =-.304, p < .01).* On observe enfin, qu'il n'y a pas de corrélation entre les représentations du leadership politique féminin et les stéréotypes de genre masculin (*r =.014, ns).* De même, il n'y a aucune corrélation entre les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin et les stéréotypes de genre féminin (*r =.070, ns).* Nos variables étant quasiment toutes corrélées, nous pouvons à présent mener nos différentes analyses statistiques. Pour vérifier nos hypothèses nous conduisons des analyses de régressions sur les variables continues. Les analyses qui prennent en comptent les variables sociodémographiques se feront par comparaison de moyenne grâce à une ANOVA. Pour les analyses d'interaction, nous conduisons des ANOVA uni variées en catégorisant au besoin les VI.

4.1. Effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les représentations du leadership politique féminin (H1).

L'analyse de régression montre que les attitudes de nos participants vis-à-vis du leadership politique féminin ont un effet positif sur leurs représentations du leadership politique féminin, *b= .33 ; t(308) = 12,36 ; p<.001 ;* R^2*=.332.* Il y a donc une cohérence entre les attitudes des français vis-à-vis du choix d'une femme à une position de leader en politique et leurs représentations du leadership politique féminin. Plus les participants français ont des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin, plus leurs représentations du leadership politique féminin est favorables.



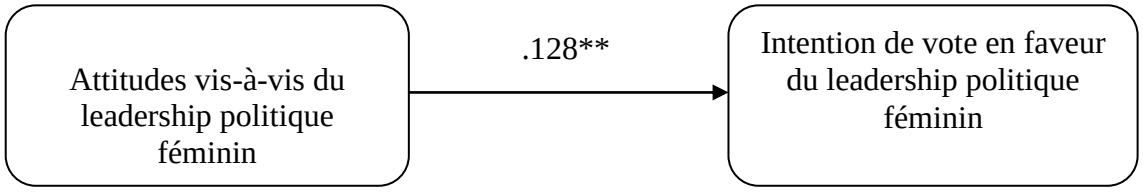
*p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Figure 17 : Résultat hypothèse 1, Etude 1, France.

4.2. Effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H2).

Les résultats montrent que les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin ont un effet positif sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin de nos participants, *b= .128 ; t(308) = 3,36 ; p<.01 ;* R^2*=.032.* Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin de nos participants sont d'autant plus fortes que leurs attitudes vis-à-vis du leadership

politique féminin sont positives.

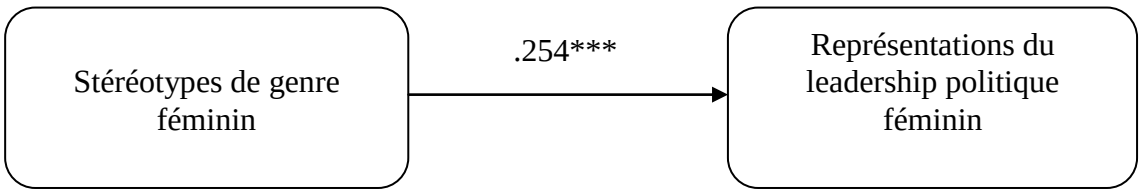


*p < .05, **p < .01

Figure 18 : Résultat hypothèse 2, Etude 1, France.

4.3. Effet des stéréotypes de genre sur les représentations du leadership politique féminin (H3).

L'analyse de régression indique qu'il y a un effet significatif positif des stéréotypes de genre féminin de nos participants sur leurs représentations du leadership politique féminin, *b= .254; t(308) = 5,99 ; p<.001 ;* R^2*= .101.* Plus les participants accordent une grande importance aux stéréotypes de genre féminin, plus leurs représentations du leadership politique féminin sont favorables.



*p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Figure 19 : Résultat hypothèse 3, Etude 1, France.

4.4. Effet des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H4).

L'analyse de régression ne révèle aucun effet significatif des stéréotypes de genre féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin de nos participants, *b=.45; t(308) =.858 ; n.s.*

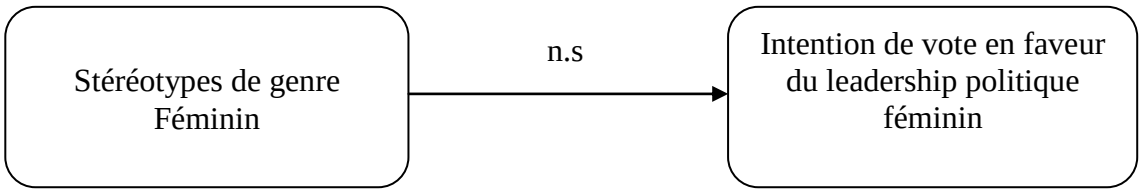
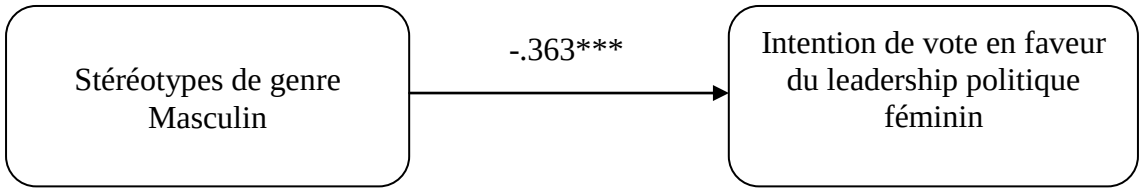


Figure 20 : Résultat hypothèse 4, Etude 1, France.

Cependant en nous intéressant aux stéréotypes de genre masculin, on note que ceux-ci ont un effet négatif sur les intentions de vote de nos participants, *b=-.363; t(308) = -6,02 ; p<.001 ;* R^2*= .102.* On observe que lorsque les participants adhèrent fortement aux stéréotypes de genre masculin, leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin est moins favorable.



*p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Figure 21: Résultat hypothèse 4, Etude 1, France**.**

4.5. Les Analyses de Médiations Etude 1 (France).

Rappelons que pour nos hypothèses de médiation, nous avons choisi de mener des analyses de régression sur les variables continues à partir de l'approche de Preacher et Hayes (2004). Cette approche teste l'effet médiatisé de la VI sur la VD par la variable médiatrice (VM). Elle a l'avantage de fournir l'estimation de l'effet médiatisé de la VI sur la VD dans un intervalle de confiance. Cet intervalle indique la présence (lorsque zéro n'est pas inclus dans l'intervalle) ou l'absence (lorsque zéro est inclus dans l'intervalle) d'une médiation.

L'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin (H5).

Les analyses montrent qu'il y a médiation totale de l'effet des attitudes de nos participants vis-à-vis du leadership politique féminin sur leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, par leurs représentations du leadership politique féminin. Plus concrètement, on note que les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin orientent positivement les représentations du leadership politique féminin, *b = .33; t(308) = 12,36 ; p<.001 ;* R^2*=.331.* Les résultats révèlent aussi un effet positif des représentations du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, *b = .44; t(308) = 5,78 ; p<.001 ;* R^2*=.13.* Enfin, lorsqu'on contrôle les représentations du leadership politique féminin, l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin n'est plus significatif, *b =- .02; t(308) = -.44 ; p= .662 ; 95% IC [.0994, .2037].*

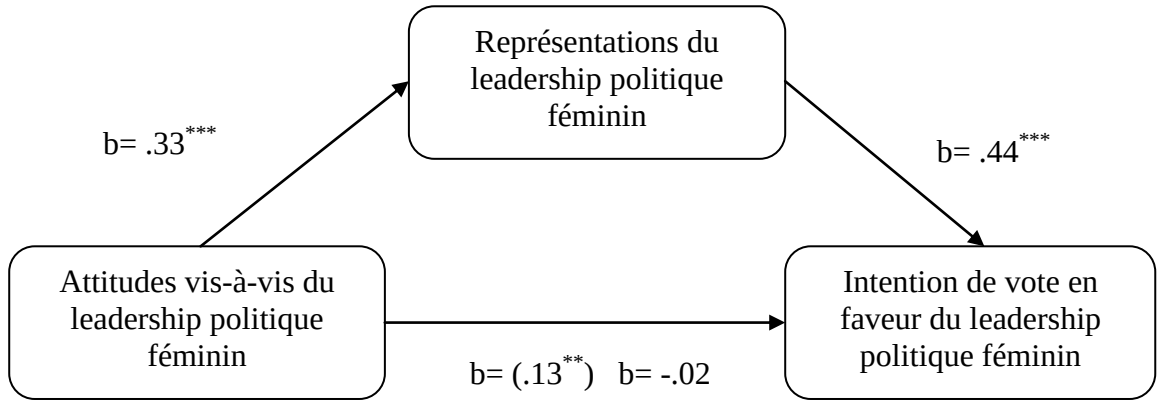


Figure 22 : Médiation totale de l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (France).

L'effet des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin (H6).

Les analyses de médiations révèlent qu'il n'y a pas de médiation de l'effet des stéréotypes de genre de nos participants sur leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par leurs représentations du leadership politique féminin. Plus spécifiquement les résultats indiquent que les stéréotypes de genre féminin ne prédisent pas les intentions de comportement électoral de nos participants, *b = .05; t(308) = .86 ; ns.*

4.6. Synthèse des résultats étude 1 France

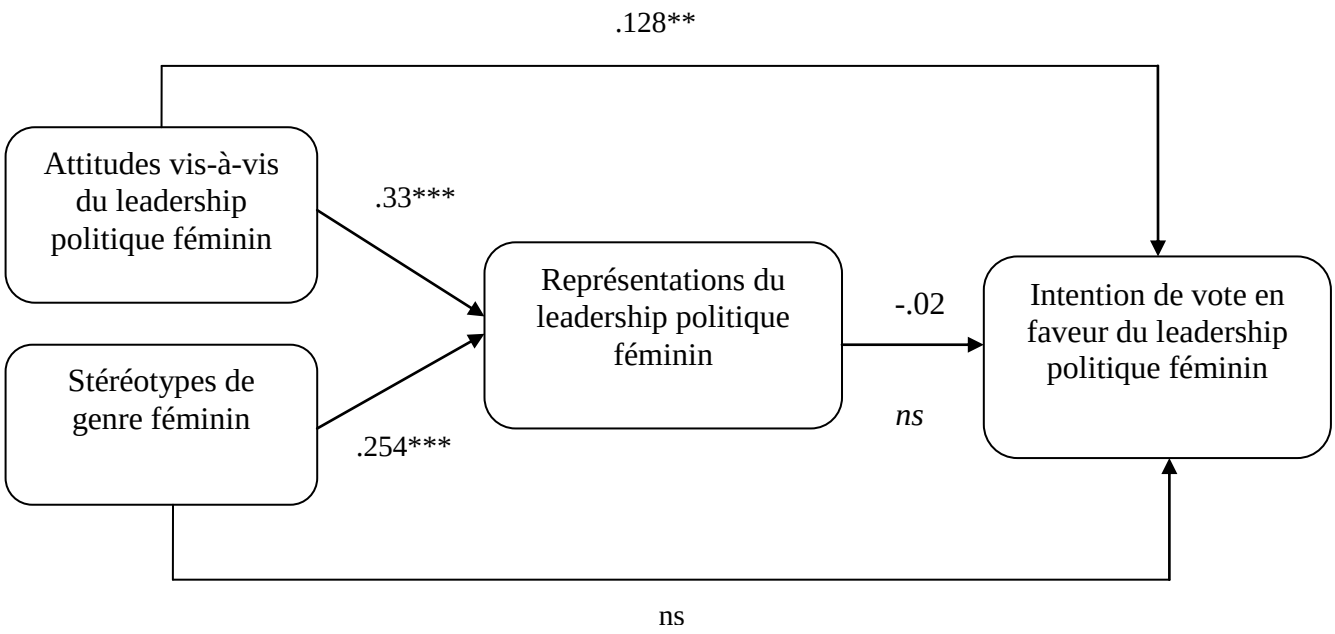
Les résultats obtenus sur la base de nos différentes hypothèses peuvent être résumés dans le tableau et la figure ci-dessous :

Tableau 15 : Synthèse des résultats étude 1 France.

Hypothèses	*Résultats*
H1 : Les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin prédisent des représentations du leadership politique féminin favorables.	*b =.33***
H2 : Les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin prédisent des intentions de vote favoarbles au leadership politique	*b =.128***

féminin.	
H3 : Une forte adhésion aux stéréotypes de genre féminin prédit des représentations du leadership politique féminin favorables.	*b = .254****
H4 : Une forte adhésion aux stéréotypes de genre féminin prédit des intentions de vote favorables au leadership politique féminin.	*ns*
H5 : Il y a médiation de l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin.	*b= -.02 (b=.13**)*
H6 : Il y a médiation de l'effet des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin.	*n.s.*

*n.s = non significatif ; **p < .01, *p < .05, *** p < .001*



*n.s = non significatif ; *p < .05, **p < .01, *** p < .001*

Figure 23 : Résultats étude 1 France.

Les représentations du leadership politique féminin de nos participants français sont significativement influencées par leurs attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin. On note que lorsque les participants estiment les attitudes à l'égard du leadership politique féminin comme quelque chose de positif ou de désirable, leur représentation du leadership politique féminin en est positivement impactée. De même, lorsque nos participants ont des attitudes positives vis-à-vis du

leadership politique féminin, ils ont aussi une intention de vote favorable au leadership politique féminin. Les résultats nous ont aussi permis de relever le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin dans le lien entre les attitudes à l'égard du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. On a pu plus précisément noter que lorsque qu'on contrôle l'effet des représentations du leadership politique féminin, le lien entre les attitudes et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est non significatif, d'où une médiation totale.

L'importance que nos participants accordent aux stéréotypes de genres a également un effet sur leurs représentations du leadership politique féminin et dans une certaine mesure sur leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Alors que les stéréotypes de genre féminin n'ont aucun effet sur les intentions de vote, les stéréotypes de genre masculin ont un effet négatif sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En d'autres termes, plus nos participants adhèrent aux stéréotypes de genre masculin, moins leurs intentions de vote sont favorables au leadership politique féminin. Les stéréotypes de genre féminin quant à eux ont un effet positif sur les représentations du leadership politique féminin. Plus le score à l'échelle des stéréotypes de genre féminin est élevé plus le participant à une représentation du leadership politique féminin favorable. Enfin, on a noté que les représentations du leadership politique féminin ne médiatisent pas le lien entre les stéréotypes de genre et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

En somme, si on s'en tient aux résultats issus de nos analyses de régression, on peut conclure que la plupart des hypothèses que nous avons formulées pour cette étude 1(France) sont confirmées à l'exception des hypothèses 4 et 6. Comme pour l'étude 1 Cameroun, nous allons à présent nous intéresser à titre complémentaire, à la variation des différentes variables testées dans l'étude 1 (attitudes, stéréotypes de genre, représentations du leadership politique féminin et intentions de vote en faveur du leadership politique féminin), en fonction des variables personnelles et sociodémographiques.

4.7. L'effet des variables personnelles et sociodémographiques sur les différentes variables de l'étude 1 (France).

Les analyses dans cette partie vont porter sur huit variables sociodémographiques et personnelles. Il s'agit notamment : du sexe, de l'âge, du statut matrimonial, du niveau d'étude, du statut socioprofessionnelle, du sentiment vis-à-vis de la politique, du sentiment de proximité avec un groupe politique (Gauche, Centre et Droite) et de l'expérience électorale. Rappelons que les variables de notre étude 1 (France) portent sur: les attitudes, les stéréotypes de genre, les

représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les résultats sont obtenus après un test de comparaison des moyennes des différents groupes sur les variables étudiées. Seuls les résultats significatifs sont présentés.

4.7.1. L'effet du sexe.

Les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin : Le test de comparaison de moyenne révèle que les attitudes de nos participants français varient significativement en fonction de leur sexe, *F(1,308) = 5,41 ; p = .021*. Les participants de sexe féminin ont une attitude plus positive vis-à-vis du leadership politique féminin (M= 3,29 ; ET= .99), comparativement aux participants de sexe masculin (M= 2,99 ; ET= 1,22).

Les représentations du leadership politique féminin : On note une variation significative des représentations du leadership politique féminin en fonction du sexe de nos participants, *F(1,308) = 4,50 ; p = .035*. Les participants de sexe féminin ont plus des représentations de leadership politique féminin favorables (M= 3,34 ; ET= .58) que les participants de sexe masculin (M= 3,18 ; ET= .69).

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : il y a également variation significative des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin de nos participants en fonction de leur sexe, *F(1,308) = 5,76 ; p = .017*. Les intentions de vote des participants de sexe féminin sont plus favorables au leadership politique féminin (M= 4,24 ; ET= .64) que celles des participants de sexe masculin (M= 4,03 ; ET= .88). Le tableau ci-dessous fait une synthèse de ces résultats :

Tableau 16 : Effet du sexe sur les variables de l'étude 1 France.

VD	*Sexe*	N	M (ET)	F	P
Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin	M	101	2,99 (1,22)	5,41	.021
	F	209	3,29 (.99)		
Représentations du leadership politique féminin	M	101	3,18 (.69)	4,5	.035
	F	209	3,34 (.58)		
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	M	101	4,03 (.88)	5,76	.017
	F	209	4,24 (.64)		

On n'observe pas de variation significative de l'importance accordée aux stéréotypes de genre, en fonction du sexe. Par contre, on observe que les femmes plus que les hommes ont des attitudes favorables vis-à-vis du leadership politique féminin. Leurs représentations du leadership politique féminin sont également favorables de même que leurs intentions de vote. On peut subodorer que les femmes se sentent plus concernées que les hommes par la question du leadership politique féminin. D'ailleurs on observe dans notre échantillon, qu'elles sont de loin plus nombreuses que les hommes.

4.7.2. L'effet de l'âge

Pour participer à nos différentes études, nos enquêtés devaient préalablement être âgés d'au moins 18 ans. Cet âge correspond à la majorité civile ou légale en France, c'est-à-dire l'âge à partir duquel l'individu est capable de s'engager par les liens d'un contrat ou d'un autre acte juridique, politique comme le vote. Par conséquent, pour évaluer les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, il est indispensable que nos participants soient en mesure d'adopter le comportement. Peu importe s'ils le font ou pas. C'est donc sur cette base que les âges de nos participants ont été regroupés en cinq groupes d'âges de 5 ans d'étendue chacun : les 18-22 ans, les 23-27 ans, les 28-32 ans, les 33-37 ans, les 38-42 ans et les plus de 42 ans. Les analyses de comparaison des moyennes révèlent les résultats suivants :

Les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin : les attitudes de nos participants varient significativement en fonction de leur âge, F (5, 304) = 4,53, p = .001. Les comparaisons par paire des groupes d'âge montrent que le groupe des plus de 42 ans a des attitudes vis-à-vis du leadership politique plus favorables (M = 3,73) que celui des 18-22 ans (M = 2,93, HSD = .80, p = .014) et celui des 23-27 ans (M = 3,04 ; HSD = .69 ; p = .001).

Les stéréotypes de genre : le facteur stéréotype de genre masculin ne varie pas significativement en fonction de la tranche d'âge de nos participants, F (5, 304) = 1,41, n.s. Par contre la variable qui nous intéresse en premier et qui porte sur les stéréotypes de genre féminin, varie significativement en fonction des tranches d'âge, F (5, 304) = 5,65, p = .000. Les comparaisons par paires des groupes d'âge indiquent que le groupe des 38-42 ans adhèrent plus fortement aux stéréotypes de genre féminin (M= 3,38) que ne le font les 23-27 ans (M = 2,81, HSD = .57, p = .005) et celui des 18-22 ans (M = 2,65 ; HSD = .73 ; p = .004).

Les représentations du leadership politique féminin : Cette variable présente des différences significatives avec l'âge, $F(5,304) = 7,35$; $p = .000$. Plus précisément, les 38-42 ans ont des représentations du leadership politique féminin plus favorables (M = 3,80) que les 33-37 ans ($M = 3,31$; $HSD = .49$; $p = .015$) et que les 23-27 ans ($M = 3,15$; $HSD = .65$; $p = .000$).
Les résultats obtenus peuvent être résumés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 17 : Effet de l'âge sur les variables de l'étude 1 France.

VD	*Tranche d'âge*	*N*	*M(ET)*	*F*	*P*
Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin	18-22 ans	30	2,93 (1,27)		
	23 – 27 ans	124	3,04 (1,07)		
	28 – 32 ans	44	2,93 (1,27)	4,53	.001
	33 – 37 ans	34	3,31 (.98)		
	38 – 42 ans	29	3,46 (.72)		
	Plus de 42 ans	49	3,73 (.81)		
Stéréotypes de genre Féminin	18-22 ans	30	2,65 (.75)		
	23 – 27 ans	124	2,81 (.80)		
	28 – 32 ans	44	3,05 (.78)	5,65	.000
	33 – 37 ans	34	3,28 (.64)		
	38 – 42 ans	29	3,38 (.62)		
	Plus de 42 ans	49	2,23 (.62)		
Représentations du leadership politique féminin	18-22 ans	30	3,29 (.83)		
	23 – 27 ans	124	3,15 (.60)	7,35	.000
	28 – 32 ans	44	3,14 (.40)		
	33 – 37 ans	34	3,31 (.45)		
	38 – 42 ans	29	3,8 (.51)		
	Plus de 42 ans	49	3,48 (.64)		

Les analyses nous ont montré que les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin et les stéréotypes de genre masculin ne varient pas de manière significative en fonction des groupes d'âges. A l'inverse, les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin, les stéréotypes de genre féminin et les représentations du leadership politique féminin varient significativement en fonction des groupes d'âges de nos participants. Les 38-42 ans par exemple semblent avoir des

attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et des représentations du leadership politique féminin plus favorables que les 18-22 ans. On observe dans l'ensemble que les participants avancés en âge semblent légèrement plus disposés au leadership des femmes en politique, même si en observant les différentes moyennes, on peut remarquer que les différences semblent faibles.

4.7.3. L'effet du statut matrimonial

Les participants sont regroupés en six catégories: les célibataires, les mariés, ceux qui sont en ménage sans être marié, les pacsés, les divorcés, les veufs et veuves. Les résultats résumés dans le tableau ci-dessous ne sont pas significatifs pour les stéréotypes de genre masculin ainsi que pour les représentations du leadership politique féminin. Par contre, toutes les autres variables présentent des résultats significatifs.

Les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin : On note une variation des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin, F (5, 304) = 4.24 ; p = .001, suivant le statut matrimonial. Les comparaisons par paires montrent que les mariés ont des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin significativement plus favorables (M = 3,63) que les célibataires (M = 3,16 ; HSD = .47, p = .037).

Les stéréotypes de genre : Les analyses révèlent que les stéréotypes de genre féminin varient de manière significative en fonction du statut matrimonial, F (5, 304) = 4,14 ; p = .001. Les mariés accordent significativement plus d'importances aux stéréotypes de genre féminin (M = 3,32) que ne le font les participants en ménages sans être mariés (M = *2,73, HSD = .60, p* = .000).

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : Les analyses montrent que les mariés ont des intentions de vote en plus favorables au leadership politique féminin (M = 4,32 ; HSD = .65, p = .003) comparativement aux participants divorcés (M = 3,67 ; F (5, 304) = 3,59, p = .004). Ainsi, les participants mariés semblent se montrer plus disposés à porter leur choix sur une femme en position de leader politique. Tous ces résultats peuvent être résumés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 18 : Effet du statut matrimonial sur les variables de l'étude 1 France.

VD	*Statut matrimonial*	*N*	*M(ET)*	*F*	*P*
Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin	Célibataire	120	3,15 (1,13)		
	Marié	68	3,63 (.90)		
	En ménage sans être marié	64	2,88 (1,06)	4,24	.001
	Pacsé	32	2,91 (1,26)		
	Divorcé	23	3,26 (.64)		
	Veuf ou Veuve	3	3,83 (.29)		
Stéréotypes de genre Féminin	Célibataire	120	2,95 (.80)		
	Marié	68	3,32 (.65)		
	En ménage sans être marié	64	2,73 (.86)	4,141	.001
	Pacsé	32	2,96 (.79)		
	Divorcé	23	2,94 (.66)		
	Veuf ou Veuve	3	2,96 (.79)		
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	Célibataire	120	4,10 (.79)		
	Marié	68	4,32 (.50)	3,594	.004
	En ménage sans être marié	64	4,30 (.73)		
	Pacsé	32	4,24 (.70)		
	Divorcé	23	3,67 (.85)		
	Veuf ou Veuve	3	4 (.00)		

On remarque que les mariés adhèrent non seulement plus fortement aux stéréotypes de genre féminin, mais aussi ont plus que les autres des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et des intentions de vote plus favorables au leadership politique féminin. On peut donc imaginer que l'expérience du mariage et de la vie de couple favorise les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

4.7.4. L'effet du niveau d'étude.

Aucun participant n'ayant un niveau d'étude primaire, ce dernier a été supprimé. Le niveau d'étude a donc été regroupé en deux dimensions à savoir : le niveau secondaire / Lycée (Avant le Baccalauréat) et le niveau universitaire (après le Baccalauréat). Les analyses de comparaison montrent que :

Les stéréotypes de genre: les stéréotypes de genre masculin varient significativement en fonction du niveau d'étude de nos participants, F (1, 308) = 5,77 ; p = .017. Les participants de niveau d'étude secondaire/Lycée adhèrent plus fortement aux stéréotypes de genre masculin (M = 2,62 ; ET = .87) que ne le font les participants de niveau d'étude universitaire (M = 2,24 ; ET = .63). Les stéréotypes de genre féminin ne présentent quant à eux aucune variation significative avec le niveau d'étude.

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : varient de façon significative avec le niveau d'étude, F (1, 308) = 9,95, p = .002. Les participants de niveau d'étude universitaire ont une intention de vote plus favorable au leadership politique féminin (M = 4,20 ; ET = .65) que les participants de niveau d'étude secondaire / Lycée (M = 3,65 ; ET = 1,47).

Ces résultats sont résumés dans le tableau ci-après :

Tableau 19 : Effet du Niveau d'étude sur les variables de l'étude 1 France**.**

VD	*Niveau d'étude*	*N*	*M(ET)*	*F*	*P*
Stéréotypes de genre Masculin	Secondaire / Lycée	18	2,62 (.86)	5,77	.017
	Universitaire	292	2,24 (.63)		
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	Secondaire / Lycée	18	3,65 (1,47)	9,953	.002
	Universitaire	292	4,20 (.65)		

Le tableau ci-dessus montre que les participants de niveau d'étude secondaire / Lycée accordent plus d'importance aux stéréotypes de genre masculin que les participants de niveau universitaire. Ces derniers ont par contre une intention de choisir une femme comme leader politique plus forte que les participants de niveau d'étude secondaire / Lycée. On peut donc penser que le fait d'associer les positions de pouvoir au genre masculin notamment en politique, évolue ou change avec le niveau d'étude. Moins le niveau d'étude est élevé plus les participants ont tendance à associer ces positions aux caractéristiques masculines. On observe en outre que les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin, les stéréotypes de genre féminin et les représentations du leadership politique féminin ne varient pas de façon significative avec le niveau d'étude.

4.7.5. L'effet de la catégorie socioprofessionnelle

Les participants à cette étude ont été regroupées en quatre catégories socioprofessionnelles : les sans-emplois / étudiants (sans emploi, étudiant, stagiaire) ; les employés du secteur privé (auto employeur, employé secteur privé) ; les employés du secteur public (fonctionnaire, contractuel d'administration) et les retraités. Les résultats montrent que :

Les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin : varient significativement en fonction du statut socioprofessionnel de nos participants, F (3, 303) = 2,92 ; p = .035. Les retraités ont des attitudes plus favorables vis-à-vis du leadership politique féminin (M = 3,74) comparativement aux employés du secteur public (M = 2,97 ; HSD = .76 ; p = .029).

Les stéréotypes de genre : On n'observe pas de variation significative des stéréotypes de genre féminin en fonction du statut socioprofessionnel des participants. Par contre, le statut socioprofessionnel de nos participants fait varier de manière significative leurs stéréotypes de genre masculin, F (3, 303) = 4,84 ; p = .003. Les employés du secteur privé (M = 2,16) semblent adhérer moins fortement aux stéréotypes de genre masculin que ne le font les retraités (M = 2,78 ; HSD = -.62 ; p = .001) ou les sans-emplois / étudiants (M = 2,24 ; HSD = -.53 ; p = .005).

Les représentations du leadership politique féminin : varient significativement avec le statut socioprofessionnel, F (3, 303) = 11,69 ; p = .000. Les employés du secteur privé présentent une représentation du leadership politique féminin plus favorable (M = 3,40) que les employés du secteur public (M = 3,03 ; HSD = .37 ; p = .000). Par contre leurs représentations du leadership politique féminin est moins favorables que celles des retraités (M = 3,84 ; HSD = -.44 ; p = .018).

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : il y a une variation significative des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin avec le statut socioprofessionnel, F (3, 303) = 3,24 ; p = .022. Les résultats révèlent que les sans-emploi / étudiants semblent plus favorables à porter leur choix sur une femme à une position de leader politique (M = 4,3) comparativement aux employés du secteur public (M = 3,97 ; HSD = .33 ; p = .011).

Les effets du statut socioprofessionnel sur nos différentes variables sont résumés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 20 : Effet du statut socioprofessionnel sur les variables de l'étude 1 France.

VD	*Statut socioprofessionnel*	*N*	*M(ET)*	*F*	*P*
Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin	Sans – emplois / étudiants	120	3,27 (1,11)	2,916	.035
	Employés secteur privé	91	3,17 (1,07)		
	Employés secteur public	77	2,97 (1,11)		
	Retraités	19	3,74 (.45)		
Stéréotypes de genre Masculin	Sans – emplois / étudiants	120	2,25 (.61)	4,843	.003
	Employés secteur privé	91	2,16 (.63)		
	Employés secteur public	77	2,27 (.73)		
	Retraités	19	2,78 (.51)		
Représentations du leadership politique féminin	Sans – emplois / étudiants	120	3,28 (.64)	11,694	.000
	Employés secteur privé	91	3,40 (.59)		
	Employés secteur public	77	3,03 (.52)		
	Retraités	19	3,84 (.48)		
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	Sans – emplois / étudiants	120	4,30 (.59)	3,242	.022
	Employés secteur privé	91	4,16 (.64)		
	Employés secteur public	77	3,97 (.76)		
	Retraités	19	4,11 (.70)		

En dehors des stéréotypes de genre féminin, tous les autres facteurs varient significativement avec le statut socioprofessionnel de nos participants. On note dans l'ensemble que si les retraités semblent avoir des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et des représentations du leadership politique féminin favorables, les sans-emplois / étudiants sont ceux qui semblent les plus disposés à porter leur choix sur une femme pour être leader politique. Par ailleurs on remarque que les retraités sont ceux qui adhèrent plus fortement aux stéréotypes de genre masculin, toute chose qui peut expliquer leur faible intention de vote en faveur du leadership politique féminin.

4.7.6. L'effet du sentiment vis-à-vis de la politique

Cet item proposait huit sentiments généralement évoqués par les français lorsqu'on les interroge sur ce qu'il pense de la politique en France (Wieder, 2013 ; Galiero, 2014). Nous avons

ensuite regroupé ces huit sentiments en deux catégories : les sentiments positifs et les sentiments négatifs. Les analyses que nous avons ensuite menées sur les différentes variables de notre étude 1, donne plusieurs résultats significatifs :

Les stéréotypes de genre : varient significativement avec le sentiment vis-à-vis de la politique. Plus spécifiquement, les stéréotypes de genre masculin varient de manière significative avec le sentiment vis-à-vis de la politique, F (1, 308) = 10,22 ; p = .002. Les participants qui ont un sentiment positif vis-à-vis de la politique, adhèrent plus fortement aux stéréotypes de genre masculin (M = 2,43 ; ET = .60) comparativement à ceux qui éprouvent des sentiments négatifs lorsqu'on évoque la politique (M = 2,18 ; ET = .67). Pareillement, les stéréotypes de genre féminin varient significativement avec le sentiment vis-à-vis de la politique, F (1, 308) = 4,18 ; p = .042. Les participants qui éprouvent des sentiments positifs vis-à-vis de la politique adhèrent plus fortement aux stéréotypes de genre féminin (M = 3,12 ; ET = .78) comparativement aux participants qui éprouvent un sentiment négatif vis-à-vis de la politique (M = 2,93 ; ET = .78).

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : varient significativement avec le sentiment de nos participants vis-à-vis de la politique, F (1, 308) = 9,29 ; p = .003. Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin sont plus fortes chez les participants qui ont un sentiment positif vis-à-vis de la politique (M = 4,35 ; ET = .61), qu'elles ne le sont chez ceux dont le sentiment vis-à-vis de la politique est négatif (M = 4,08 ; ET = .77).
Les résultats de ces analyses peuvent être résumés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 21 : Effet du sentiment vis-à-vis de la politique sur les variables de l'étude 1 France**.**

VD	Sentiment vis-à-vis de la politique	N	M(ET)	F	P
Stéréotypes de genre Masculin	Sentiment positif	100	2,43 (.60)	10,225	.002
	Sentiment négatif	210	2,18 (.67)		
Stéréotypes de genre Féminin	Sentiment positif	100	3,12 (.78)	4,181	.042
	Sentiment négatif	210	2,93 (.78)		
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	Sentiment positif	100	4,35 (.61)	9,291	.003
	Sentiment négatif	210	4,08 (.77)		

On remarque de façon globale que lorsque les sentiments vis-à-vis de la politique sont positifs, nos participants semblent plus favorables au leadership politique féminin. Notons néanmoins que les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et les représentations du leadership politique ne varient pas de façon significative avec le sentiment vis-à-vis de la politique.

4.7.7. L'effet du sentiment de proximité avec un groupe politique.

La politique française est scindée en deux groupes distincts qui s'opposent idéologiquement. Ces deux blocs sont les conservateurs et les socialistes. Ils sont communément appelés, pour les premiers la "droite", et pour les seconds la "gauche" en référence à la place qu'ils occupent au sein de l'hémicycle de l'Assemblée nationale par rapport au Président de l'Assemblée nationale qui lui, préside au milieu. Au centre de l'assemblée siège le Mouvement démocrate représentant le centrisme et le social-libéralisme français. On peut ainsi regrouper les mouvements politiques français en trois grands groupes : La gauche, la droite et le centre. Toutefois, en marge de ces trois regroupements politiques se développent des partis minoritaires parvenant toutefois à influencer les trois principaux groupes politiques. Les analyses de comparaisons de moyennes révèlent quelques résultats significatifs.

Les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin : On note une variation significative des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin en fonction du sentiment de proximité avec l'idéologie porté par un groupe politique, $F\ (3, 306) = 2{,}93$; $p = .034$. Les participants qui se sentent proches politiquement des idées de la Droite sont aussi ceux qui ont des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin plus favorables ($M = 3{,}60$) que les participants qui ne se sentent proches d'aucun groupe politique ($M = 2{,}98$; $HSD = .62$; $p = .021$).

Les stéréotypes de genre : Les stéréotypes de genre masculin de nos participants varient significativement avec le sentiment de proximité par rapport à un groupe politique, $F\ (3, 306) = 3{,}80$; $p = .011$. Les participants qui se sentent proches de la Gauche adhèrent plus fortement aux stéréotypes de genre masculin ($M = 2{,}35$) que ne le font les participants qui se sentent proches de la Droite ($M = 2{,}03$; $HSD = .32$; $p = .018$). Par ailleurs, les stéréotypes de genre féminin de nos participants différent significativement en fonction de leur sentiment de proximité avec l'idéologie d'un groupe politique, $F\ (3, 306) = 2{,}72$; $p = .045$. Les participants qui se sentent proche du Centre adhèrent fortement aux stéréotypes de genre féminin ($M = 3{,}27$) que les participants qui ne se sentent proche d'aucun groupe politique ($M = 2{,}78$; $HSD = .49$; $p = .032$).

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : le sentiment de proximité par rapport aux idéologies d'un parti politique fait varier significativement les intentions de vote de nos participants, F (3, 306) = 3,00; p = .031. Les intentions de vote sont plus favorables au leadership politique féminin chez les participants qui se sentent proche du Centre (M = 4,43) que chez ceux qui ne se sentent proches d'aucun groupe politique (M = 4,01 ; HSD = .42 ; p = .057).

Le tableau ci-dessous résume les principaux résultats du sentiment de proximité avec un groupe politique.

Tableau 22 : L'effet du sentiment de proximité avec un groupe politique.

VD	Sentiment de proximité avec un groupe politique	N	M(ET)	F	P
Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin	La Gauche	181	3,16 (1,16)	2,93	.034
	Le Centre	28	3,20 (.81)		
	La Droite	43	3,60 (.89)		
	Aucun	58	2,98 (.98)		
Stéréotypes de genre Masculin	La Gauche	181	2,35 (.64)	3,80	.011
	Le Centre	28	2,31 (.48)		
	La Droite	43	2,03 (.70)		
	Aucun	58	2,13 (.68)		
Stéréotypes de genre Féminin	La Gauche	181	3,02 (.77)	2,72	.045
	Le Centre	28	3,27 (.65)		
	La Droite	43	2,96 (.82)		
	Aucun	58	2,78 (.85)		
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	La Gauche	181	4,22 (.73)	3,00	.031
	Le Centre	28	4,43 (.49)		
	La Droite	43	4,02 (.67)		
	Aucun	58	4,01 (.82)		

Si la proximité avec la Droite semble aller de pair avec les attitudes favorables au leadership politique féminin, cette proximité ne favorise pas pour autant les intentions de porter son

choix sur une femme comme leader politique comparativement à la proximité avec la Gauche ou le Centre. La proximité avec le Centre favoriserait non seulement l'importance accordée aux stéréotypes de genre féminin, mais aussi une plus grande intention de vote en faveur du leadership politique féminin. La proximité avec la Gauche semble quant à elle favoriser une importante adhésion aux stéréotypes de genre masculin et conséquemment une moins forte intention de vote en faveur du leadership politique féminin. On remarque que les représentations du leadership politique féminin est le seul facteur qui ne varie pas de manière significative en fonction du sentiment de proximité avec un groupe politique.

4.7.8. L'effet de l'expérience électorale.

Rappelons que l'expérience électorale est le fait pour nos participants d'avoir déjà pris part ou non à un scrutin d'envergure nationale depuis leur majorité électorale. Nous nous intéressons à l'effet de la fréquence de la participation aux élections sur la variation des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin, de l'adhésion aux stéréotypes de genre, des représentations du leadership politique féminin et des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les résultats indiquent que tous ces facteurs varient significativement avec l'expérience électorale.

Les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin : on observe une variation significative des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin avec l'expérience électorale de nos participants, $F (3, 306) = 7,73$; $p = .000$. Les participants qui déclarent n'avoir participé à aucune élection nationale, ont des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin ($M = 3,61$) comparativement à ceux qui déclarent avoir pris part à presque toutes les élections nationales ($M = 2,81$; $HSD = .80$; $p = .001$). De même, participer à quelques-unes des élections nationales prédirait des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin plus favorables ($M = 3,43$) que ne le ferait le fait d'avoir pris part à presque toutes les élections nationales ($M = 2,81$; $HSD = .62$; $P = .002$).

Les stéréotypes de genre : les stéréotypes de genre masculin varient significativement avec l'expérience électorale, $F (3, 306) = 18,30$; $p = .000$. Les personnes qui déclarent avoir pris part à toutes les élections nationales, semblent adhérer plus fortement aux stéréotypes de genre masculin ($M = 2,15$) que ne le font celles qui déclarent avoir pris part à aucune élection nationale ($M = 2,91$; $HSD = -.76$; $p = .000$). Celles-ci semblent adhérer plus fortement aux stéréotypes de genre masculin que les personnes qui disent avoir pris part à presque toutes les élections nationales ($M = 2,09$; $HSD = .82$; $p = .000$). On remarque par ailleurs que les stéréotypes de genre féminin,

varient significativement avec l'expérience électorale de nos participants, F (3, 306) = 9,52 ; p = .000. Lorsque les participants déclarent n'avoir participé à aucune élection nationale, ils adhèrent fortement aux stéréotypes de genre féminin (M = 3,38) comparativement à ceux qui disent avoir pris part à presque toutes les élections nationales (M = 2,76 ; HSD = .63 ; p = .000). De même, ces derniers adhèrent fortement aux stéréotypes de genre féminin comparativement à ceux qui disent avoir pris part à quelques élections nationales (M = 3,27 ; HSD = -.51 ; p = .000).

Les représentations du leadership politique féminin : L'expérience électorale de nos participants a un effet significatif sur leurs représentations du leadership politique féminin, F (3, 306) = 3,15 ; p = .025. Avoir pris part à toutes les élections nationales semblent orienter la construction d'une représentation du leadership politique plus favorables (M = 3,41) que le fait de n'avoir pris part à aucune élection nationale (M = 3,09 ; HSD = .33 ; p = .031).

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : Ce facteur varie significativement avec l'expérience électorale de nos participants, F (3, 306) = 10,82 ; p = .000. Les intentions de porter son choix sur une femme comme leader politique, semblent plus fortes chez les personnes qui ont pris part à toutes les élections nationales (M = 4,30) que chez celles qui ont pris part à aucune élection nationale (M = 3,70 ; HSD = .60 ; p = .000). Par ailleurs, les personnes qui déclarent avoir pris part à quelques élections nationales, semblent avoir une intention de vote moins favorable au leadership politique féminin (M = 3,92) que celles qui déclarent avoir pris part à presque toutes les élections nationales (M = 4,33 ; HSD = -.40; p = .003).

Le tableau ci-dessous reprend l'effet de l'expérience électorale sur les principaux variables de notre étude 1 :

Tableau 23: L'effet de l'expérience électorale

VD	Expérience électorale	N	M(ET)	F	P
Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin	A toutes les élections nationales	111	3,28 (1,02)	7,72	.000
	A presque toutes les élections nationales	103	2,82 (1,25)		
	A quelques-unes des élections nationales	60	3,43 (.91)		
	A aucune élection nationale	36	3,61 (.48)		
Stéréotypes de genre Masculin	A toutes les élections nationales	111	2,15 (.65)	18,30	.000

	A presque toutes les élections nationales	103	2,09 (.57)		
	A quelques-unes des élections nationales	60	2,36 (.62)		
	A aucune élection nationale	36	2,91 (.53)		
Stéréotypes de genre Féminin	A toutes les élections nationales	111	2,92 (.81)	9,52	.000
	A presque toutes les élections nationales	103	2,75 (.78)		
	A quelques-unes des élections nationales	60	3,27 (.78)		
	A aucune élection nationale	36	3,38 (.38)		
Représentations du leadership politique féminin	A toutes les élections nationales	111	3,42 (.69)	3,15	.025
	A presque toutes les élections nationales	103	3,25 (.62)		
	A quelques-unes des élections nationales	60	3,24 (.57)		
	A aucune élection nationale	36	3,09 (.36)		
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	A toutes les élections nationales	111	4,30 (.76)	10,82	.000
	A presque toutes les élections nationales	103	4,33 (.67)		
	A quelques-unes des élections nationales	60	3,93 (.63)		
	A aucune élection nationale	36	3,70 (.70)		

Dans l'ensemble, on remarque que les participants qui ont pris part au moins une fois à une élection nationale ont des représentations du leadership politique favorables ainsi que des intentions de vote favorables au leadership politique féminin. Par contre, pour ces mêmes participants, les stéréotypes de genre semblent tenir une place moins importante, comparativement aux personnes qui n'ont participé à aucune élection nationale. On observe par ailleurs que le fait de n'avoir participé à aucune élection nationale favorise plus que chez les autres des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin, même si les intentions de porter son choix sur une femme comme leader politique sont plutôt moins favorables.

Au final, nos variables sociodémographiques nous ont permis d'observer un certain nombre de résultats qu'il convient à présent d'en faire une synthèse.

4.8. Synthèse des résultats portant sur les variables sociodémographiques.

Le tableau suivant résume les principaux résultats des analyses menées sur nos variables sociodémographiques :

Tableau 24 : Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques.

Variables sociodémographiques	Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin	Stéréotypes de genre Masculin	Stéréotypes de genre Féminin	Représentations du leadership politique féminin	Intention de vote en faveur du leadership politique féminin
	F	*F*	*F*	*F*	*F*
Sexe	*5,41**	n.s	n.s	*4,5**	*5,76**
Age	*4,53****	n.s	*5,65****	*7,35****	n.s
Statut matrimonial	*4,24****	n.s	*4,14****	n.s	*3,59***
Niveau d'étude	n.s	*5,77**	n.s	n.s	*9,95***
Statut socioprofessionnel	*2,91**	*4,84***	n.s	*11,69****	*3,24***
Sentiment vis-à-vis de la politique	n.s	*10,22***	*4,18**	n.s	*9,29***

Proximité avec un groupe politique	*2,93**	*3,80**	*2,72**	n.s	*3,00**
Expérience électorale	*7,72***	*18,30***	*9,52***	*3,15**	*10,82****

*n.s = non significatif , *p < .05, **p < .01, *** p < .001*

On peut retenir des résultats issus des analyses menées sur nos variables sociodémographiques que les attitudes de nos participants vis-à-vis du leadership politique féminin sont influencées par la plupart de nos variables sociodémographiques. Les femmes plus que les hommes ont des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin. Cette posture est d'ailleurs cohérente avec les résultats sur les intentions de vote, où on observe que les femmes sont plus disposées à porter leur choix sur une femme comme leader en politique. De même, nos participantes présentent une représentation du leadership politique féminin plus favorable que celle des hommes. Au vu de ces résultats, on pourrait donc penser que les femmes plus que les hommes se sentent interpellées par la question de la participation politique des femmes à des positions de leader politique. De manière générale, la perception que nos participants ont de la politique influence significativement leurs représentations du leadership politique féminin ainsi que leurs intentions de vote. Lorsqu'ils perçoivent la politique comme quelque chose de positif, en général ils sont plus favorables au leadership des femmes en politique. L'acceptation du leadership politique féminin va aussi dépendre des facteurs comme l'âge de nos enquêtés. On a noté que les personnes dont la tranche d'âge se situe entre 38-42 ans adhèrent plus fortement aux stéréotypes de genre féminin que les 18-22 ans. Ces résultats suggèrent que plus l'âge de nos enquêtés est important plus ils ont tendance à définir la femme politique en s'appuyant sur les stéréotypes de genre. Et ces stéréotypes semblent pour eux être quelque chose de positif, puisque les résultats sur les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin relèvent que les 38-42 ans et les plus de 42 ans, ont des attitudes favorables au leadership politique féminin. Néanmoins, on observe que dans l'ensemble, les jeunes générations semblent accorder moins d'importance aux stéréotypes de la femme en général et de la femme politique en particulier, même si au final les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin ne varient pas de manière significative avec l'âge des participants. Par contre, on observe que le statut de marié et plus globalement la vie de couple semble favoriser une forte intention de porter son choix sur une femme comme leader politique plus que le statut de célibataire ou de divorcé. Pareillement, le fait d'être marié semble plus propice à induire des attitudes favorables vis-à-vis du leadership politique féminin, comparativement au fait d'être célibataire. Ainsi, l'expérience de la vie de couple semble donc favoriser l'acceptation du leadership politique féminin même si elle n'a pas d'effet significatif sur les représentations du leadership politique féminin. Celles-ci au contraire sont influencées par le statut socioprofessionnel de nos

participants. Les employés du secteur privé ont une représentation du leadership politique féminin plus favorable que ceux du secteur public. Le secteur privé offrirait donc plus de possibilité aux expériences qui augmentent une construction favorable du leadership politique féminin, comparativement aux employés du secteur public. Ces derniers ont également des intentions de vote moins favorables au leadership politique féminin que ceux du secteur privé ou que les sans-emploi / étudiants. D'ailleurs, on remarque que les employés du secteur public adhèrent plus que les autres aux stéréotypes de genre masculin, toute chose qui expliquent leurs attitudes et intention de vote moins favorables au leadership politique féminin. En revanche, en fonction du niveau d'étude de nos enquêtés, on a pu observer que ceux de niveau universitaire ont une plus forte intention de choisir une femme comme leader politique que ceux de niveau secondaire / Lycée. Ces derniers adhèrent plus fortement aux stéréotypes de genre masculin que ne le font les participants de niveau universitaire. C'est également le cas des personnes qui disent se sentir plus proche des idées portées par le groupe politique de la Gauche. Ceux-ci semblent adhérer plus fortement aux stéréotypes de genre masculin que les personnes qui déclarent être proche des idées du groupe politique du Centre qui adhèrent plutôt plus fortement aux stéréotypes de genre féminin. Se sentir proche des idées de la Droite, favoriserait donc des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin comparativement au fait de ne se sentir proche d'aucun groupe politique. Ces attitudes sont aussi favorisées par l'expérience électorale. On relève que le fait d'avoir pris part à aucune élection nationale, semble plus propice aux attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin que le fait d'avoir pris part à presque toutes les élections nationales. Par contre, les représentations du leadership politique féminin sont plus favorables lorsque les participants disent avoir pris part à toutes les élections que lorsqu'ils ont pris part à aucune élection. Il en va de même de leurs intentions de porter leur choix sur une femme comme leader politique.

4.9. Quelques analyses d'interaction

Les résultats de nos hypothèses de recherches montrent que les variables qui portent sur les stéréotypes de genre ne prédisent pas les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Examinons à présent quelques analyses d'interactions entre cette variable et les variables sociodémographiques. Nous présentons ici les résultats significatifs.

4.9.1. Effet d'interaction entre l'âge et les stéréotypes de genre féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Pour les besoins de l'analyse d'interaction nous avons dichotomisé les tranches d'âge en

jeune (18-38 ans) et adulte / Sénior (38 et plus de 43 ans). Il y a un effet d'interaction entre l'âge de nos participants et leurs stéréotypes de genre sur leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, F (1, 306) = 8,730, p = .003, η^2 = .028. Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des participants adultes/sénior sont plus favorables au leadership politique féminin (M=4,45), ce d'autant plus qu'ils adhèrent fortement aux stéréotypes de genre féminin. Par contre, lorsque ces mêmes participants adhèrent faiblement aux stéréotypes de genre féminin, leur intention de vote est également moins favorables au leadership politique féminin (M= 4,09).

Tableau 25 : Interaction entre l'âge et les stéréotypes de genre féminin

Intention de vote en faveur du leadership politique féminin (N= 310)						
	Stéréotypes de genre D'accord		Stéréotypes de genre Peu D'accord			
AGE	M (ET)	N	M (ET)	N	F	P
Jeunes	4,007 (.74)	102	4,24 (.71)	23	4,59	.000
Adultes/Sénior	4,45 (.69)	55	4,45 (.68)	55		

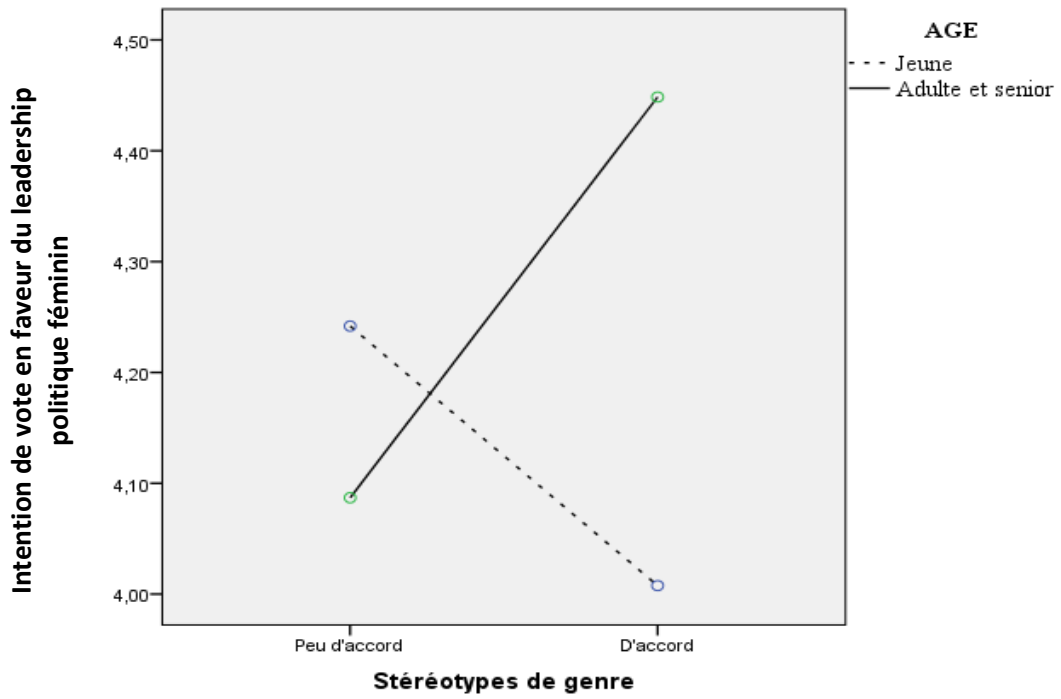


Figure 24 : Interaction entre l'âge et les stéréotypes de genre / intention de comportement électoral

4.9.2. Effet d'interaction des stéréotypes de genre féminin et du sentiment de proximité avec un groupe politique sur les représentations du leadership politique féminin

Le résultat indique un effet d'interaction significatif des stéréotypes de genre féminin et de la proximité avec un groupe politique sur les représentations du leadership politique féminin, $F(3, 302) = 5{,}173$; $p = .002$; $\eta^2 = .050$. Les personnes qui se sentent proche de la Gauche et qui adhèrent fortement aux stéréotypes de genre féminin ont aussi une représentation du leadership politique féminin plus favorable (M = 3,49) que lorsqu'elles adhèrent peu aux stéréotypes de genre féminin (M = 2,97).

Tableau 26 : Interaction stéréotypes de genre féminin et sentiment de proximité avec un groupe politique / représentations du leadership politique féminin

Représentations du leadership politique féminin (N = 310)						
	Stéréotypes de genre féminin D'accord		Stéréotypes de genre féminin Peu D'accord		F	P
Proximité avec un groupe politique	M (ET)	N	M (ET)	N		
La Gauche	3,49 (.55)	115	2,97 (.41)	59	5,173	.002
Le Centre	3,48 (.62)	22	2,98 (.45)	13		
La Droite	3,45(.70)	22	3,25 (.88)	21		
Aucun	3,08 (.42)	26	3,25 (.81)	32		

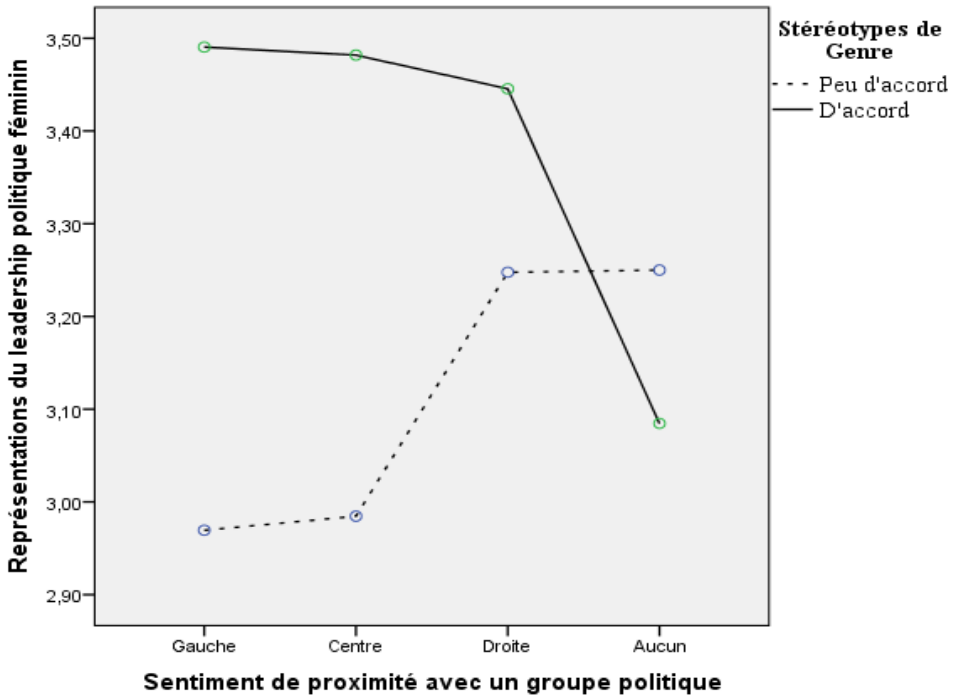


Figure 25 : Interaction stéréotypes de genre féminin et sentiment de proximité avec un groupe politique / représentations du leadership politique féminin

On observe au final que les analyses d'interactions nous ont permis de mettre en lumière un effet significatif de l'interaction entre les stéréotypes de genre féminin et le niveau d'étude sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. La taille d'effet pour cette interaction est tout de même faible (Judd, McClelland, & Ryan, 2009). La taille d'effet est par contre modérée pour l'interaction entre les stéréotypes de genre féminin et le sentiment de proximité avec un groupe politique sur les représentations du leadership politique féminin.

4.10. Discussion et conclusion de l'étude 1 France.

Discussion

Nous avons voulu vérifier dans cette étude 1 (France) l'effet médiateur des représentations du leadership politique féminin dans la relation entre les attitudes, les stéréotypes de genre et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Nous nous sommes aussi intéressés aux effets directs des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les représentations du leadership politique féminin d'une part et sur les intentions de vote d'autre part. De même, nos analyses se sont aussi portées sur les effets directs des stéréotypes de genre sur les représentations du leadership politique féminin d'une part et sur les intentions de vote en faveur du

leadership politique féminin d'autre part. Au terme des analyses, il ressort que les résultats pour la plupart vont dans le sens de nos hypothèses.

Les représentations du leadership politique féminin sont favorables lorsque les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin le sont également.

Comme nous l'avons mentionné plus haut, les attitudes sont des réponses évaluatives face aux objets du monde social. Elles sont une tendance psychologique, ou une disposition, à évaluer de façon favorable ou défavorable, négative ou positive, désirable ou indésirable (peu désirable) un objet particulier ou une classe d'objets (Cunningham, Zelazo, Packer & Van Bavell, 2007). L'évaluation d'un objet d'attitude permet de considérer l'attitude comme une manifestation d'un processus individuel (Salès-Wuillemin et al., 2004). Comme l'a relevé Joffe (2003), la plupart des travaux qui portent sur les attitudes l'ont abordé comme une donnée ou une propriété individuelle. D'ailleurs on observe que nos variables sociodémographiques qui sont des variables individuelles ont pour la plupart un effet sur les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin. Cette variation significative des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin avec les variables sociodémographiques traduit le caractère personnel et individuel des attitudes. Pourtant, l'individu n'évalue pas l'objet d'attitude en dehors de toute influence voire de toute construction sociale. Il y a une importante dimension de la réalité sociale qui est collectivement construite par les individus et qui va impacter leurs attitudes vis-à-vis de certains objets de leur milieu (Howarth, 2006). Si la manifestation d'une attitude peut être vue comme un processus individuel, il est fondamental de relever que la structure sous-jacente à cette manifestation doit être vue comme un phénomène collectif (Moliner & Tafani, 1997). C'est dans ce sens que s'inscrivent les résultats de notre première hypothèse. En effet, l'expression de la représentation du leadership politique féminin dépend des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin. Rateau (2000) dans ses travaux montre le lien étroit qui existe entre attitudes et représentations sociales. Il relève qu'une remise en cause d'un élément central d'une représentation entraîne un changement d'attitude des sujets. Inversement, les résultats de notre première hypothèse indiquent que les attitudes vis-à-vis du leadership peuvent être considérées comme de bon activateur de la représentation du leadership politique féminin. Ces résultats vont dans le sens de ceux obtenus par Salès-Wuillemin et al., (2004) qui montraient que les attitudes étaient de bons prédicteurs des représentations, et ce pour les trois dimensions, affectives, cognitives et conatives. Dans le cas de notre étude et après les analyses factorielles exploratoires, les deux items qui se dégagent de l'échelle unidimensionnelle des attitudes portent sur les aspects cognitifs (*Contribuer à apporter plus de moralité à la politique dans mon pays en votant pour une femme*) et affectifs (*Avoir le sentiment d'avoir accompli quelque*

chose de positif en votant pour une femme). Ces deux aspects sont positivement corrélés aux représentations du leadership politique féminin. Toute prise de position vis-à-vis du leadership politique féminin, suppose que nos participants en ont une représentation minimale qui repose sur les informations dont ils disposent à propos du leadership politique féminin. En ce sens, les différences attitudinales observées à propos du leadership politique féminin modulent la dimension évaluative de sa représentation dans le sens du modèle bidimensionnel de Moliner (Moliner, 1995 ; Moliner & Tafani, 1997). Ce modèle nous permet par exemple de voir qu'il y a cohérence entre les éléments saillants ou centraux de la représentation du leadership politique féminin et les attitudes de nos participants. Les résultats de cette première hypothèse suggèrent comme le relevait Tafani (2002) que pour mieux cerner l'effet des attitudes sur les représentations sociales, il est nécessaire de prendre en compte la distinction structurale entre croyances centrales et croyances périphériques ainsi que leurs propriétés dynamiques respectives. Cette distinction est d'autant plus fondamentale que les individus vont se référer aux éléments centraux de la représentation pour justifier leur attitude lorsque celle-ci est cohérente avec les éléments centraux de la représentation. C'est d'ailleurs le cas pour nos participants. Par contre dans le cas d'une contradiction entre les éléments centraux de la représentation et les attitudes vis-à-vis de l'objet de la représentation, Tafani (2002) montre dans ses travaux que les sujets vont moins se référer à ces éléments centraux pour justifier leur attitude. Cet auteur explique que cette contradiction va induire chez le sujet un état de conflit dont la gestion suppose une redéfinition de l'objet de la représentation. Nos résultats pourraient donc ouvrir de perspectives de recherches intéressantes concernant l'étude empirique (non expérimentale) de la dynamique des représentations et précisément du lien entre les attitudes et la structure d'une représentation d'un objet. Nos résultats suggèrent que la compréhension et la mise en place des actions visant à favoriser l'émergence du leadership politique féminin doivent surtout tenir compte des aspects cognitifs et affectifs des attitudes qui elles-mêmes sont liées aux éléments centraux des représentations du leadership politique féminin. Ainsi, les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin permettent de mieux cerner les représentations du leadership politique féminin et pourrait nous apporter des informations intéressantes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Avoir des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin, induit des intentions de vote favorables au leadership politique féminin

Dans une revue de littérature tirée de 47 études expérimentales, Wicker reprit par Fiske et al. (2008) explique que les attitudes prédisent faiblement les comportements (corrélation inférieure à .30). Cet auteur va rejeter l'importance des attitudes parce que rarement ou faiblement liées aux

comportements manifestes. La posture de wicker sera très vite remise en cause par d'autres recherches (Ajzen, 1991 ; Madden, Ellen & Ajzen, 1992 ; Ajzen, 2001). Celles-ci ont apporté la précision selon laquelle la relation entre attitude et comportement dépend des variables liées à la situation et à la personne. Dans le cadre de notre étude, les résultats révèlent que les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin des participants français dans le contexte des échéances municipales et dans une certaine mesure législative européenne prédisent les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Ces résultats sont conformes avec les travaux de Fiske (2008) qui montraient qu'on peut prédire le comportement de vote d'un individu à partir de ses attitudes envers le fait de voter pour ce candidat. On remarque néanmoins que le lien entre attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et intention de vote en faveur du leadership politique féminin est faible, du moins comparativement à ceux obtenu dans une méta-analyse réalisé par Sutton (1998) qui situait les corrélations entre .63 et .71. La faible corrélation entre attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et intention de vote en faveur du leadership politique féminin dans la présente étude, peut résider dans la difficulté de l'accessibilité des attitudes. En effet, les attitudes hautement accessibles (Fazio, 1990 ; Ajzen, 2001) sont celles qui prédisent le mieux les intentions de comportement et partant le comportement. Les attitudes accessibles sont celles dont l'activation potentielle des connaissances disponibles en mémoire et qui sont liées à l'objet de l'attitude, va favoriser leur utilisation. On peut donc estimer que la relative importance médiatique suscitée par les élections municipales et surtout européenne en France, aurait rendu moins accessibles les informations et connaissances liées à ces échéances électorales de façon générale, et particulièrement celles liées aux candidatures féminines. Nous nous sommes d'ailleurs rendu compte que pour certains participants (heureusement peu nombreux) dont la plupart étaient jeunes, c'est à l'occasion de notre enquête qu'ils prenaient conscience de l'imminence des élections municipales. Pour cette catégorie de participants et dans une certaine mesure pour d'autres participants aussi, les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin seraient donc moins accessibles et auraient par le fait même un effet moins important sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Par ailleurs, Regan et Fazio (1977) précisent que l'expérience directe engendrerait des attitudes hautement accessibles. Or, il semble que pour la plupart de nos participants la féminisation des conseils municipaux est loin d'être une réalité largement partagée. Malgré la loi de 2014 sur la parité dans les scrutins de listes pour les villes de plus de 1000 habitants, 87% des têtes de listes aux dernières élections municipales sont des hommes (Vaudano, 2014). Des 36 681 communes françaises en 2014, 26 878 ont moins de 1000 habitants, par conséquent ne sont pas légalement contraintes d'appliquer la parité dans les scrutins de liste (Vaudano, 2014). Dans ce contexte on peut donc logiquement comprendre que beaucoup de nos participants n'aient aucune expérience directe du leadership politique féminin. Cependant, la

présence des femmes à des positions de leader politique est un sujet de plus en plus débattu. L'émergence du leadership politique féminin s'est faite entre autres à la faveur de la participation très médiatisée de Ségolène Royale aux élections présidentielles de 2012, à la montée du Front nationale avec Marine Le Pen et à la récente élection d'Anne Hidalgo comme maire de Paris, la plus grande ville de France. Enfin, rappelons que la plupart de nos participants sont jeunes et majoritairement étudiants. Or, des chercheurs (Sears, 1986 ; Fiske, 2008) attirent l'attention sur le fait que les attitudes des étudiants ne sont pas aussi fixées que celles des gens plus âgés, et qu'il en résulte une instabilité qui diminue la corrélation entre attitudes et intentions comportementales et surtout entre attitudes et comportements. Ceci peut donc apporter des explications à la faible corrélation dans notre étude entre les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique. Selon Visser et Krosnick (1998), les individus jeunes et plus âgés ont des attitudes assez malléables, tandis que la tranche d'âge intermédiaire présente des attitudes plus rigides et peu susceptibles de changer car conçues par eux comme quelque chose de central, d'important. Dans la même optique, nous avons pu remarquer dans nos analyses que les attitudes de nos participants vis-à-vis du leadership politique variaient significativement avec leur âge.

L'adhésion aux stéréotypes de genre oriente positivement les représentations du leadership politique féminin.

« Stéréotyper » suppose appliquer à un individu ses propres attentes cognitives en l'associant à son groupe d'inclusion (Fiske, 2008). Il s'agit d'un schéma particulier qui rend la complexité du monde gérable. Comme nous l'avons souligné dans notre problématique générale, la question du leadership des femmes en politique est en effet une question complexe. Comment expliquer et justifier que les femmes continuent à être exclues des positions de pouvoir notamment en politique alors qu'elles sont aussi intelligentes et aussi compétentes que les hommes ? La réponse à cette question en général va générer chez les individus le recours aux croyances et stéréotypes dans le but de rationaliser et de justifier les réactions affectives et comportementales envers la catégorie concernée, en l'occurrence ici les femmes (Fiske, 2008). Il s'agit comme le disent Stangor et Schaller (1996) d'une concrétisation d'un certain consensus sociétal, d'un système de croyance collective. Les résultats de notre étude suggèrent que les stéréotypes de genre féminin et les représentations du leadership politique féminin sont deux processus certes très proches, mais qu'on pourrait aussi appréhender comme deux processus distincts. Dans ce sens, nous avons mesuré la stéréotypie de certains traits issus de nos entretiens et d'autres recherches (Cejka & Eagly, 1999 ; Diekman & Eagly, 2000 ; Sanbonmatsu, 2003) d'une part, ainsi que la centralité des éléments qui composent la représentation du leadership politique féminin d'autre part.

Dans une double approche théorique et méthodologique différente (stéréotypes / représentations sociales) visant à cerner un même objet (le leadership politique féminin), nous sommes parvenus à la conclusion qu'il y a une corrélation positive entre les éléments centraux de la représentation du leadership politique féminin et les éléments qui constituent les stéréotypes de genre féminin (Tableau, 14). Lorsque les individus adhèrent fortement aux stéréotypes de genre féminin, ils présentent des représentations du leadership politique féminin favorables. On remarque comme une catégorisation étroitement liée de manière globale aux représentations intergroupes (Doise, 1973) et plus spécifiquement dans le cadre de notre étude aux représentations du leadership politique féminin. Cette dernière est déterminée par la nature des rapports qui lient le groupe des hommes et des femmes (Lorenzi-Cioldi, 2002) en même temps qu'elles orientent ces rapports. On observe d'ailleurs dans nos résultats que les stéréotypes de genre masculin n'ont pas de lien avec les représentations du leadership politique féminin. En d'autres termes, les traits stéréotypiques que nos participants reconnaissent comme faisant partie des caractéristiques du groupe « homme politique » n'orientent pas leurs représentations du leadership politique féminin. Il y a donc comme un consensus de nos participants autour des stéréotypes de genre féminin, légitimant par le fait même les rapports intergroupes asymétriques que les représentations du leadership politique vont justifier. Les représentations du leadership politique féminin se construisent, se transmettent et évoluent dans l'interaction et dans la communication intergroupe. Dans cette dynamique, le groupe de femme politique généralement perçu comme le groupe dominé (Lorenzi-Cioldi, 2002) va justifier sa position de subordination, d'où le consensus qu'on observe au niveau des stéréotypes de genre féminin. Ainsi des qualités telles que la "chaleur" ou l' "honnêteté" sont largement attribuées aux femmes politiques en général, autant par les femmes que par les hommes. Lorenzi-Cioldi (1994) constate qu'un comportement donné est expliqué de manière favorable lorsqu'il est effectué par un homme (il dénote par exemple, de l'assurance en soi, de la franchise, etc.), et défavorable lorsqu'il est effectué par une femme (dénotant de l'arrogance, de l'irritation, etc.). Au final, on peut retenir des résultats de notre deuxième hypothèse que les représentations du leadership politique féminin ainsi que les stéréotypes de genre féminin, peuvent être conçues comme des systèmes consensuels de justification de situations de domination-subordination (Moliner & Vidal, 2003). Ainsi, entre hommes et femmes, il existe bien des traits stéréotypiques consensuels remplissant un rôle explicatif du comportement des uns et des autres et au-delà susceptibles d'éclairer le comportement des individus envers les groupes catégorisés. Dans ce sens, l'importance que nos participants accordent aux traits stéréotypiques de genre pourrait aider à mieux comprendre leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin ne sont pas orientées par le degré d'adhésion aux stéréotypes de genre féminin.

Pour voir l'influence des stéréotypes de genre sur le comportement, nous avons proposé à nos participants une échelle qui portait sur un certain nombre de traits stéréotypiques généralement attribués aux hommes et aux femmes politiques (Diekman & Eagly, 2000 ; Sanbonmatsu, 2003). Les individus devaient se positionner sur une échelle en cinq points selon qu'ils estimaient que ces traits correspondaient plus ou moins aux hommes ou aux femmes politiques. Ce croisement hommes / femmes politiques avait pour but d'activer les stéréotypes afin qu'ils deviennent potentiellement utilisable d'un point de vue cognitif, en d'autres termes, il fallait que les sujets y pensent (Klein & Leys, 2013). Rappelons que le contexte des élections municipales de mars 2014 et plus tard les élections européennes ont aidé à l'activation de ces stéréotypes de l'homme ou de la femme politique. L'activation des stéréotypes de genre semble particulièrement importante dans l'analyse des intentions de vote. Et comme l'ont souligné Dovidio et Gaertner (2000), si deux candidats à un poste sont d'égale valeur, celui qui appartient à un groupe faisant l'objet d'un stéréotype positif dans le domaine considéré sera souvent privilégié. Or les stéréotypes même positifs reconnus à la femme politique semblent pour les participants français ne pas prédire les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En effet, comme le suggèrent Klein et Leys, (2003, P. 313) : « le rôle et la position d'un groupe au sein de la société l'amène à développer certains traits qui se reflètent dans le stéréotype ». Dans ce contexte les femmes politiques qui sont souvent stéréotypées comme « chaleureuses », souvent « peu compétentes » et même « trop féminines » (Wood & Eagly, 2002), seront davantage confinées à la sphère domestique et à d'autres positions qui semblent cadrer avec les traits qu'on leur reconnait. Ces traits sont consécutifs aux rôles différenciés généralement attribués aux hommes et aux femmes et qui construisent les stéréotypes de genre. On peut donc comprendre que le dégré d'adhésion de nos participants aux stéréotypes de genre féminin, ne puisse pas prédire leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin. Par contre, lorsque ces mêmes caractéristiques sont attribuées aux hommes politiques, les résultats indiquent qu'il y a une corrélation négative entre les stéréotypes de genre masculin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En clair, lorsque nos participants adhèrent fortement aux stéréotypes masculins, ils sont moins disposés à accorder leur vote à une femme. Ces résultats sont cohérents avec la perception des femmes politiques comme appartenant au groupe des dominés. Et cette perception semble à l'œuvre dans le comportement de nos participants français. Si l'adhésion aux stéréotypes de genre féminin ne prédit pas les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, il est clair que l'adhèsion aux stéréotypes de genre masculin prédit des intentions de vote moins favorables au leadership politique féminin. En d'autres termes, lorsque pour nos participants, homme politique rime avec « compétent »,

« ambitieux » et « bon sens d'analyse », ils sont peu disposés à élire une femme comme leader politique. Pourtant, ces mêmes caractéristiques attribuées aux femmes politiques ne prédisent pas les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Précisons tout de même que si les stéréotypes de genre masculin prédisent des intentions moins favorables de choisir une femme comme leader politique, nous ne saurons dire s'ils sont plutôt favorables au leadership politique des hommes. Néanmoins, il est possible au vu des résultats de dire que les stéréotypes positifs reconnus à un bon leader politique correspondraient plus aux hommes politiques plutôt qu'aux femmes politiques, y compris lorsqu'il s'agit des caractéristiques généralement attribuées aux femmes comme la « chaleur » ou « l'honnêteté ». Ces résultats s'inscrivent dans une certaine mesure dans le sens de ceux obtenus par Doutre (2007), qui attribuait l'échec de Ségolène Royale aux élections présidentielles de 2007 en France entre autres raisons, à son caractère trop féminine, trop chaleureuse. Il y aurait donc pour nos participants une contradiction entre les caractéristiques attribuées à la femme politique et une position de leader en politique. Disons que le leadership politique féminin est un objet social en construction, car le modèle de leadership politique dominant reste encore celui formé des caractéristiques généralement reconnues aux hommes. Dans ce contexte, le leadership politique féminin semble donc propice à la formation des représentations sociales qui peuvent éclairer la compréhension des intentions de vote de nos participants.

Attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et intentions de vote en faveur du leadership politique féminin : effet médiateur des représentations du leadership politique féminin

L'étude des représentations sociales permet d'arriver efficacement à observer et à comprendre comment les individus ou les groupes humains construisent et interprètent à la fois sémantiquement et symboliquement leur réalité (Buschini & Fabio Lorenzi-Cioldi, 2013). La manière dont les individus ou les groupes se représentent leur environnement ou un objet social comme le leadership politique féminin détermine en grande partie leurs comportements. Cette représentation du leadership politique féminin va non seulement générer des prises de position individuelle, mais aussi sera une sorte de point de référence partagé. C'est ce qui ressort de nos résultats où l'effet positif des attitudes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est totalement médiatisé par les représentations du leadership politique féminin. En d'autres termes, le fait d'avoir des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin, induit indirectement des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin à travers les représentations du leadership politique féminin. En contrôlant les représentations du leadership politique féminin, on observe que les attitudes ne prédisent plus les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les représentations du leadership politique féminin sont ainsi de véritables générateurs de prise de position (Doise, 1986). Il y a comme l'ont montré nos précédents

résultats un lien entre attitude et représentation du leadership politique féminin, car les attitudes apparaissent comme une préparation à l'action vis-à-vis du leadership politique féminin. Cette préparation à l'action va se traduire dans des comportements effectifs par le biais des représentations du leadership politique féminin. De plus, les précédents résultats nous ont montré que le lien entre attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin et intention de vote en faveur du leadership politique féminin est faible. Dès lors, il semble tout à fait logique que les représentations du leadership politique féminin médiatisent l'effet des attitudes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En clair, on ne saurait mieux cerner l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote, sans prendre en compte les représentations du leadership politique féminin. Celles-ci ont pour fonction non seulement d'expliquer les comportements des français vis-à-vis du leadership politique féminin, mais aussi de justifier leurs actions ou leurs intentions de vote en faveur d'une femme comme leader politique. C'est dans ce sens que Palmonari et Doise (1986, p.24) décrivent les représentations sociales comme : « de prophéties ou plus précisément de prophéties qui auraient pour particularité de créer par leur intervention même les conditions nécessaires à leur inscription durable dans la réalité sociale ». Comme médiateur, les représentations du leadership politique féminin apparaissent ici comme un filtre commun qui permet à nos participants d'interpréter le monde qui les entoure et qui va ensuite guider leurs actions. Ces représentations traduisent les rapports de sexe caractérisé par une grande asymétrie (Diekman & Eagly, 2000 ; Lorezi-Cioldi, 2002).

Conclusion

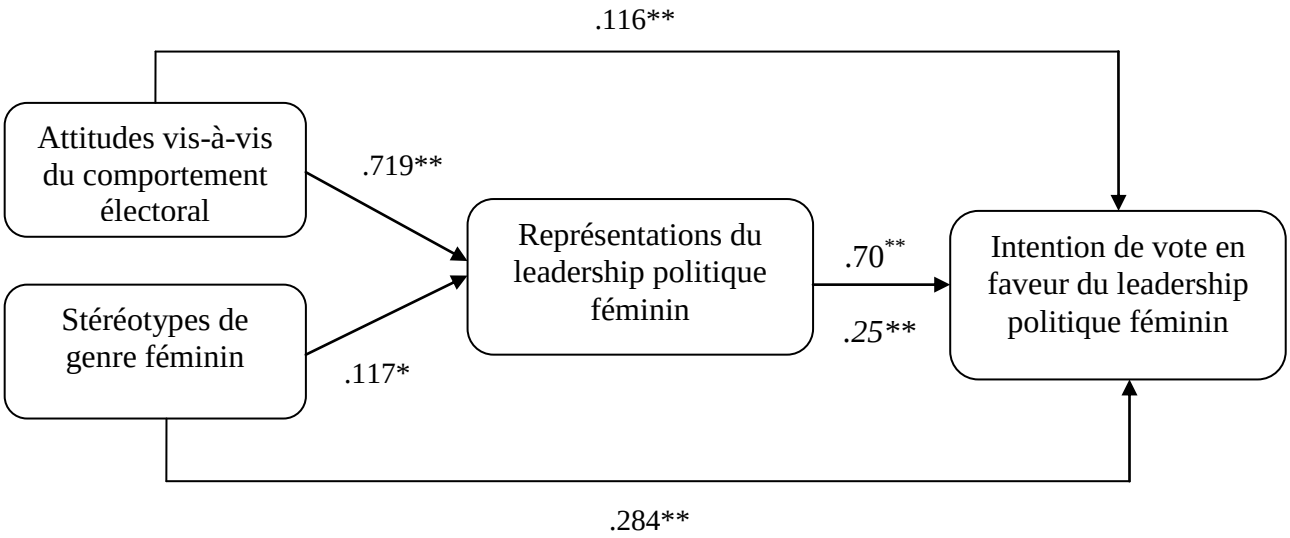
L'étude 1 que nous venons de présenter nous a permis de montrer que lorsque les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sont positives, les représentations du leadership politique féminin sont favorables. Il y a cohérence entre les éléments saillants ou centraux de la représentation du leadership politique féminin et les attitudes de nos participants qui sont des prises de positions individuelles par rapport à l'objet de la représentation. Ces prises de positions individuelles vont aussi impacter les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les attitudes favorables vis-à-vis du leadership politique féminin augmentent les intentions des individus à porter leur choix sur une femme comme leader en politique. Or nos résultats nous ont montré que les attitudes ne prédisent que faiblement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Ce dernier résultat se comprend mieux lorsqu'on envisage la médiation de l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin. Ainsi, on a pu relever que si l'on envisage un changement d'attitude vis-à-vis du leadership politique féminin pour augmenter

les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, les représentations du leadership politique féminin sont des variables fondamentales à prendre en compte. Ces représentations sont déterminées par les stéréotypes de genre. Nous avons pu notamment remarquer qu'il y a une corrélation positive entre les stéréotypes de genre féminin et les éléments centraux de la représentation du leadership politique féminin. Lorsque les individus adhèrent fortement aux stéréotypes de genre féminin, ils présentent des représentations du leadership politique féminin favorables. Cependant, les stéréotypes de genre féminin ne prédisent pas les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin de nos participants. Celles-ci sont plutôt négativement prédites par les stéréotypes de genre masculin. En d'autres termes, accorder plus d'importance aux stéréotypes de genre masculin réduit significativement l'intention de choisir une femme comme leader en politique. Ces résultats ont montré qu'il existe un consensus sur les contenus de ces représentations. Pourtant sous ce consensus se cachent de profondes variations qui pourraient persister même lorsque l'observateur est amené à constater qu'hommes et femmes se comportent (souvent) de la même manière. Nous avons montré que pour les mêmes stéréotypes, les participants semblaient les évaluer de manière favorables lorsqu'ils sont attribués à un homme politique et moins favorables lorsqu'ils sont attribués à une femme politique. Plus généralement, les contenus des représentations de sexe reflètent les rapports de domination / subordination dans lesquels sont impliqués les uns et les autres. Dans cette optique il serait intéressant de voir comment ses rapports s'expriment dans le contexte camerounais et français, grâce à une comparaison des résultats obtenu dans les deux contextes.

5. Comparaison modèle étude 1, France / Cameroun.

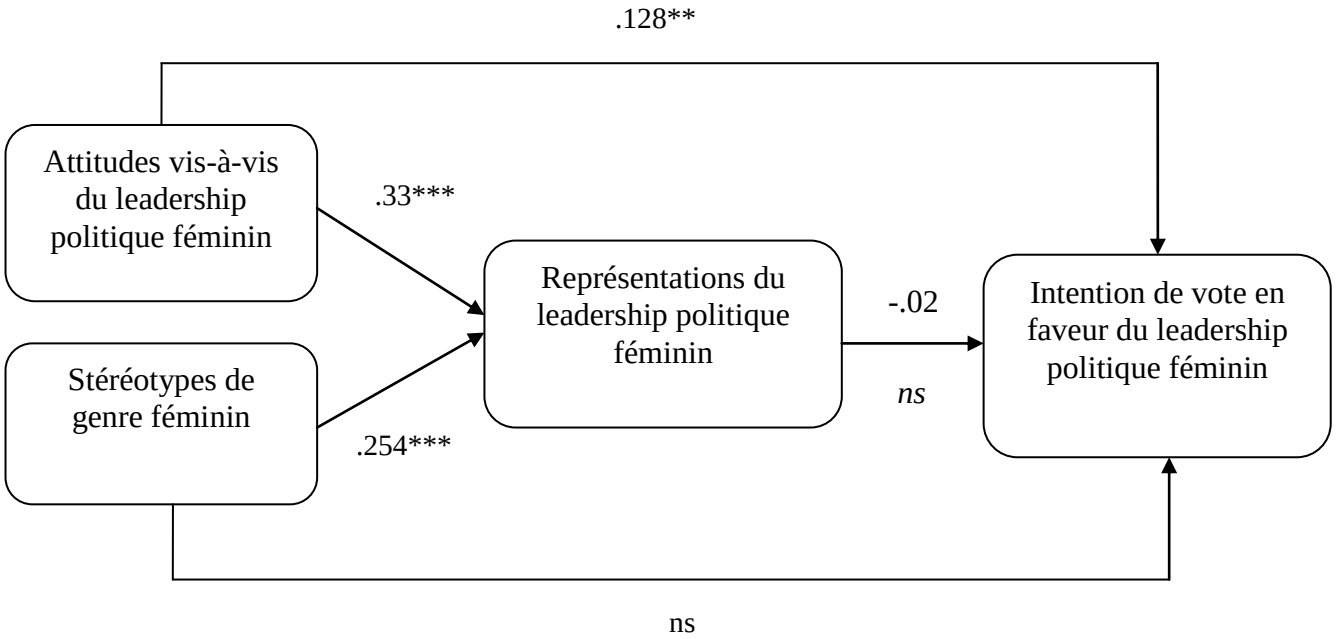
Rappelons que la comparaison dont il est question ici se fait dans une démarche « descriptive » sur la base des résultats obtenus dans l'analyse des hypothèses pour la population camerounaise d'une part et française d'autre part. Il ne s'agit donc pas d'une comparaison statistique de nos deux populations par le biais d'un test statistique par exemple, mais d'une analyse des résultats obtenus à partir des mêmes variables vérifiées dans chacun des deux contextes d'étude. Les analyses que nous avons menées au Cameroun et en France sur le leadership politique féminin, ont permis d'observer dans les deux contextes un certain nombre de ressemblance, mais aussi de différence. La figure et le tableau ci-dessous récapitulent les principaux résultats :

Modèle Cameroun.



*p < .05, **p < .01

Modèle France.



n.s = non significatif ; *p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Figure 26 : Résultats modèle Etude 1 France et Cameroun

Tableau 27 : Résultats Hypothèses Etude 1 Cameroun et France.

Hypothèses	*Résultats*	
	Cameroun	*France*
H1 : Les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin ont un effet sur les représentations du leadership politique féminin favorables	*b = .116**	*b =.33****
H2 : Les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin ont un effet positif sur les intentions de vote en faveur du leaderhip politique féminin	*b = .719***	*b = .128***
H3 : Une forte adhésion aux stéréotypes de genre féminin ont un effet sur les représentations du leadership politique féminin favorable	*b =.117**	*b = .254****
H4 : Une forte adhésion aux stéréotypes de genre féminin prédit positivement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin	*b = .284***	*ns*
H5 : Il y a médiation de l'effet des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin favorables	*b=.70*** (b=.72***)*	*b=-.02 (b=.13***)*
H6 : Il y a médiation de l'effet de l'adhésion aux stéréotypes de genre féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin favorables	*b=.25*** (b=.28***)*	*n.s.*

n.s = non significatif ; *p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Ces résultats permettent d'observer que les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin peuvent légitimement être considérées aussi bien au Cameroun qu'en France comme des variables

spécifiques qui peuvent avoir un effet sur les représentations du leadership politique féminin. On relève que chez les participants camerounais, le lien entre attitude et représentation du leadership politique féminin semble moins fort que chez les participants français. Néanmoins, les prises de position individuelle vis-à-vis du leadership politique féminin semblent donc aussi bien au Cameroun qu'en France être cohérente avec les éléments centraux de la représentation du leadership politique féminin. En d'autres termes, on peut s'attendre à ce que les attitudes de nos participants, parce que liées au noyau central des représentations du leadership politique féminin, soient plus stables et par conséquent permettent de mieux prédire les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Celles-ci sont d'ailleurs prédites de manière significative par les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin aussi bien au Cameroun qu'en France. Dans les deux populations, lorsque les participants déclarent avoir des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin, leurs intentions de porter leur choix sur une femme comme leader politique sont favorables. On remarque néanmoins que cette corrélation positive entre les attitudes et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, semble plus forte au Cameroun qu'en France. Ce résultat est encore plus clair lorsqu'on prend en compte le rôle de médiation des représentations du leadership politique féminin. En effet, au Cameroun et en France, nous avons montré que l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est médiatisé par les représentations du leadership politique. En d'autres termes, les intentions de choisir ou non une femme comme leader en politique pour les prochains scrutins législatif et municipal pour le Cameroun, municipal et dans une certaine mesure européenne pour la France, ne sauraient être bien cernées sans une véritable prise en compte des représentations du leadership politique féminin. Il semble pourtant d'après nos résultats que la place des représentations du leadership politique féminin dans la prédiction des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, ne revêt pas la même importance dans les contextes camerounais et français.

Au Cameroun, on a observé une médiation partielle de l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin. L'effet direct des attitudes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (sans le médiateur) est donc plus important. La prise en compte des représentations réduit légèrement cet effet. On peut donc imaginer que dans le contexte camerounais, les attitudes soient moins stables parce que peu liées aux représentations, même si elles présentent une forte corrélation avec les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. De plus, on peut penser qu'il y a eu dans une certaine mesure un effet de désirabilité sociale important chez nos participants camerounais, dû à l'impact de la situation pré-électorale de cette période qui avait fait de la participation de la femme à des positions de leader en

politique un sujet important de débat. A l'inverse, on a observé qu'en France, les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sont complétement ancrées dans les éléments centraux de la représentation du leadership politique féminin. Il y a donc médiation totale de l'effet de ces attitudes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin. Dans cette optique, on ne saurait mieux cerner les intentions de vote des français en sous estimant l'importance capitale des représentations du leadership politique féminin. Celles-ci par le biais de ses éléments centraux qui sont fortement corrélés aux attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin vont assurer une certaine stabilité aux attitudes. Dès lors, on sait qu'en agissant sur les représentations de nos participants en rapport avec le leadership politique féminin, on est susceptible d'impacter également leurs attitudes. Dans cette dynamique, toute démarche d'intervention (la communication par exemple), pour espérer influencer les intentions de vote de nos participants et par ricochet les comportements, doit nécessairement prendre en compte les éléments centraux des représentations du leadership politique féminin. Celles-ci s'organisent entre autres autour des notions de moralité, d'instinct maternel, de nouveauté, qui sont des exemples des notions les plus saillantes de la représentation du leadership politique féminin des participants français. Ces notions saillantes des représentations du leadership politique féminin, semblent très proches des stéréotypes de genre souvent attribués aux femmes politiques. Or comme nous l'avons souligné, les stéréotypes de genre apparaissent comme un aspect partiel de la représentation du leadership politique féminin et peuvent être considérés comme des indicateurs ponctuels d'un système d'images globales ayant une fonction de discrimination. Cette fonction de discrimination est nettement visible dans nos résultats où on observe dans le contexte camerounais, une faible corrélation positive entre les stéréotypes de genre féminin et les représentations du leadership politique féminin. Plus les participants camerounais pensent que les stéréotypes de genre (honnêtes ; digne de confiance ; compétente ; etc.) correspondent aux caractéristiques des femmes politiques, plus favorable est leur représentation du leadership politique féminin. On retrouve donc ici un effet des stéréotypes sur les représentations intergroupes par rapport au leadership politique féminin et qui va consacrer une perception hétérogène de l'exogroupe pour les hommes, et une perception homogène de l'endogroupe pour les femmes. Les stéréotypes de genre féminin sont ainsi liés au noyau central des représentations du leadership politique qui médiatisent partiellement leurs effets sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Par ailleurs, l'effet direct positif des stéréotypes de genre sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est significatif. Les stéréotypes de genre féminin au Cameroun, doivent dans une certaine mesure être considérés comme des facteurs susceptibles de participer à l'émergence du leadership politique féminin. Contrairement aux participants camerounais, les participants français semblent accorder très peu d'importance aux stéréotypes de genre féminin. On remarque que ces stéréotypes

n'ont qu'un effet tendanciel sur les représentations du leadership politique féminin et aucun effet significatif sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Dans la même logique, il n'y a pas de médiation de l'effet de ces stéréotypes sur les intentions de vote par les représentations du leadership politique. On pourrait donc au vu de ce qui précède, être amené à se dire que pour nos participants français, les stéréotypes de genre ne sont pas des variables qui déterminent leur intention de choisir ou non une femme comme leader politique. Pourtant, on a pu observer qu'il y avait un effet négatif des traits stéréotypiques attribués aux hommes politiques, sur les intentions de choisir une femme comme leader politique. En d'autres termes, plus les stéréotypes de genre correspondaient aux caractéristiques reconnues aux hommes politiques, moins les individus étaient disposés à porter leur choix sur une femme à une position de leader politique. Finalement on note que si les participants français accordent de l'importance aux stéréotypes de genre, ils les relient plus aux hommes politiques qu'aux femmes politiques. Ainsi donc, les participants camerounais reconnaissent dans une certaine mesure que les caractéristiques d'un acteur politique peuvent être attribuées aux femmes politiques et cela a pour effet d'impacter leur intention de comportement électoral. Les participants français quant à eux, ne voient ces caractéristiques que comme relevant des hommes politiques, toute chose qui ne joue pas en faveur du leadership politique féminin.

Dans les deux contextes de notre étude, on remarque que les stéréotypes de genre sont non seulement à l'œuvre dans la représentation du leadership politique féminin, mais aussi dans les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin et de façon différente. Au Cameroun, les stéréotypes de genre ont tendance à remettre en cause les rapports asymétriques de sexe, en montrant que les stéréotypes de genre féminin ont un effet positif sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En France, il semble que les stéréotypes vont dans le sens de la conservation des rapports asymétriques de sexe. Nous avons par exemple pu montrer que plus nos participants français adhèrent aux stéréotypes de genre masculin, plus ils ont un sentiment favorable vis-à-vis de la politique telle qu'elle est pratiquée aujourd'hui en France. Dans le même temps, leur satisfaction vis-à-vis de la politique était moins importante lorsqu'ils adhèrent fortement aux stéréotypes de genre féminin. Au final, les attitudes vis-à-vis du leadership politique et les stéréotypes de genre, nous ont permis de voir que les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, varient différemment selon qu'on est dans le contexte français ou camerounais, mais qu'il y avait tout de même de similitudes intéressantes. Au fait, le contexte social semble donc jouer un rôle très important. Comme nous l'avons relevé dans notre problématique, dans un contexte de culture collectiviste par exemple, fonder son comportement sur ses opinions personnelles peut être mal vu, alors que penser aux besoins des autres semblent être la réponse la plus valorisée. Inversement, ce que les autres

pensent et disent peut orienter de manière significative le comportement de l'individu. Il semble donc intéressant d'analyser l'effet des normes subjectives, de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Chapitre 8 : Effet des croyances et valeurs culturelles et des normes subjectives sur les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (Etude 2).

Introduction

La question du leadership des femmes en politique, soulève la problématique de la différence entre homme et femme face à des positions de pouvoir en politique. Comme l'ont si fort opportunément relevé Eagly et Wood, (1988), la question relativement simple de savoir s'il existe des différences entre les sexes s'est transformée pour devenir une question théorique intéressante qui vise à savoir pourquoi apparaissent des différences entre les sexes. L'une des pistes les plus intéressantes de réponse à cette question se trouve dans une approche culturelle en lien avec les rôles de sexes. En effet, notre compréhension de ce que signifie être un homme ou une femme est formée par la société. Les variations culturelles quant aux rôles de sexe, complétées par des expériences portant sur ces rôles, ne laissent aucun doute sur le fait que la culture nous aide à établir les catégories en fonction du sexe et orientent nos représentations et nos comportements. Même si on note aujourd'hui que dans de nombreuses sociétés, les rôles de sexes sont entrain de converger, qu'il est relativement facile de faire accepter des rôles plus semblables pour les hommes et les femmes, la politique, notamment dans des positions de leader, reste encore largement dominée par les hommes.

1. Problématique et Hypothèses

Le fondement de la psychologie selon Guimond (2010) est d'arriver à identifier des principes généraux, voire universels, qui sont à la base des comportements. Et lorsque l'on s'intéresse aux différences culturelles comme c'est le cas dans notre recherche, on se situe au cœur même des questions qui ont longtemps préoccupé les spécialistes des sciences humaines et sociales (Leyens, 2006 ; Guimond, 2013). En effet, l'adhésion et surtout la pratique des activités liées aux croyances et valeurs culturelles peuvent être source de riches connaissances. Cette adhésion aux croyances et valeurs culturelles tout en nous renseignant sur le degré d'identification de l'individu à son groupe d'appartenance, peut fournir des pistes d'explications de son comportement vis-à-vis du leadership des femmes en politique par exemple. Le rôle et la place de la femme dans une société se traduisent souvent de manière significative à travers certaines pratiques culturelles en vigueur dans ladite société. Pourtant, que l'on soit dans un contexte de culture dite collectiviste ou

individualiste, les individus pourraient présenter à l'intérieur d'un même ensemble des variations comportementales significatives en fonction de leur fréquence de pratiques des activités liées aux croyances et valeurs culturelles. D'où l'intérêt de questionner le rapport des individus aux croyances et valeurs culturelles et voir le lien de ce rapport avec leur comportement vis-à-vis du leadership politique féminin. Rappelons que Hofstede (1980) et Schwartz (1999, 2006) dans leurs approches considèrent les personnes issues de cultures africaines et du Moyen-Orient comme étant plus collectivistes et moins individualistes, portées vers des valeurs plus masculines et moins féminines. Or, il n'est pas sûr qu'avec le contact permanent avec l'occident sous diverses formes et dans différents domaines, les individus issus des sociétés africaines répondent à ces catégorisations. C'est d'ailleurs ici que repose tout l'intérêt de l'approche des croyances et valeurs culturelles de Reynolds et al. (2006) que nous avons présentés plus haut, et qui met l'accent sur le rapport individuel des personnes aux croyances et valeurs culturelles.

Selon Fiske (2008), le fonctionnement cognitif du comportement humain mis en évidence dans la plupart des études en psychologie, est le fruit du contexte culturel qui les a produits, c'est-à-dire occidental et individualiste. Guimond (2010) fait remarquer d'ailleurs que d'autres fonctionnements sont susceptibles d'être à l'œuvre dans les comportements et relèveraient donc d'une culture collectiviste. En effet, dans les cultures dites collectivistes (comme le Cameroun), la priorité est accordée de manière générale au groupe, qu'il s'agisse de la famille, de la communauté, de l'entreprise, de la région, ou autre (Triandis, 1993). Dans ces conditions, le regard du groupe semble donc occuper une place importante dans les comportements des individus. Précisons qu'il s'agit là d'une tendance générale, car il est possible qu'au sein de la société camerounaise, on puisse trouver des personnes ou des groupes de personnes qui se perçoivent comme individualistes (Fiske, 2008). En général, que l'on se trouve dans une culture individualiste ou collectiviste, le besoin d'être accepté et le désir d'approbation sociale, amènent souvent les individus à se comporter dans le sens de ce qui est « bien vu » par le groupe. Dans ce contexte, la norme subjective qui se réfère à la pression sociale que perçoit l'individu pour adopter ou non un comportement peut être une variable pertinente permettant de mieux comprendre les différences culturelles. Elle est influencée par les « *référents* », c'est-à-dire les personnes significatives de l'entourage de l'individu (Hernández, Goulet & Lampron, 2005). En parlant de référents, les membres de la famille sont très souvent d'importants référents dans la mobilisation électorale (Braconnier & Dormagen, 2007). En effet que l'on soit dans un contexte européen ou africain, « les gens votent en groupes ». Des chercheurs (Braconnier & Dormagen, 2007 ; Kouamen, 2009) ont montré que les femmes célibataires par exemple s'abstenaient plus que les femmes mariées. Ces auteurs ont en effet établi que le devoir électoral se remplit très souvent en couple car les maris ont tendance à inciter leurs épouses à se rendre aux urnes. A l'observation, ce sont des couples qui franchissent ensemble la

porte du bureau de vote. Cette pratique traduit une homogénéité élevée des comportements matrimoniaux dans la participation électorale : les conjoints ont tendance à voter et à s'abstenir ensemble. Même si cela n'implique pas forcément une même intention de vote, il y a néanmoins l'existence d'une relation de domination au sein du couple qui pourrait se prolonger dans le choix électoral. Cette domination peut se justifier avec une certaine conception traditionnelle de la politique comme étant un attribut proprement masculin ; c'est en vertu de cette logique que les préférences politiques familiales sont souvent fixées par le mari (Kouamen, 2009). Cette conception traditionnelle de la politique s'appuie souvent sur des croyances et valeurs culturelles bien ancrées dans les représentations sociales du rôle de la femme et de l'homme construites et partagées par les membres du groupe.

Des recherches (Flament, 1987; Guimelli, 1994; Guimelli & Jacobi, 1990) se sont intéressées au rôle des pratiques dans les représentations sociales et inversement, le rôle des représentations sociales dans les pratiques. Les représentations sociales servent de support aux prises de positions et d'anticipation à l'action mais les pratiques vont aussi déterminer le système représentationnel. Les représentations du leadership politique féminin peuvent être appréhendées comme un système d'interprétation de la réalité qui régit les relations entre hommes et femmes lorsque la question du leadership est évoquée en politique. « La représentation sociale est un guide pour l'action, elle oriente les actions et les relations sociales. Elle est un système de pré décodage de la réalité car elle détermine un ensemble d'anticipations et d'attentes » (Abric, 1994, p.13). La représentation du leadership politique féminin est marquée à la fois par des croyances partagées par tous, donc consensuelle, mais comporte aussi des éléments divergents. L'ensemble de ces croyances est à la fois déterminé par les pratiques, les normes sociales ou plus précisément les normes subjectives tout en étant un guide de l'action et un filtre de la pensée. Dans ce contexte, les représentations du leadership politique féminin peuvent médiatiser l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles d'une part et des normes subjectives d'autre part sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (HG2). Nous analyserons l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les représentations du leadership politique féminin (H1) et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H2). Plus concrètement, et en nous appuyant sur la démarche de Reynolds et al. (2006), nous postulons qu'une forte adhésion aux croyance et valeurs culturelles va induire chez nos participants des représentations du leadership politique féminin favorables de même que des intentions de vote favorables au leadership politique féminin. Concernant les normes subjectives, et dans la même logique que les deux premières hypothèses de cette étude, nous faisons l'hypothèse que lorsque les individus sont fortement motivés à se conformer aux normes subjectives leurs représentations du leadership politique féminin sont favorables (H3) et leurs intentions de vote sont favorables au leadership politique

féminin (H4). Parce que la représentation est pour les individus un filtre commun, elle va induire chez eux des prises de positions. Nous nous attendons dans cette logique à ce qu'il y ait médiation de l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (H5). De même, nous postulons un effet de médiation des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (H6). Le schéma ci-dessous résume les hypothèses en jeu dans notre étude 2 :

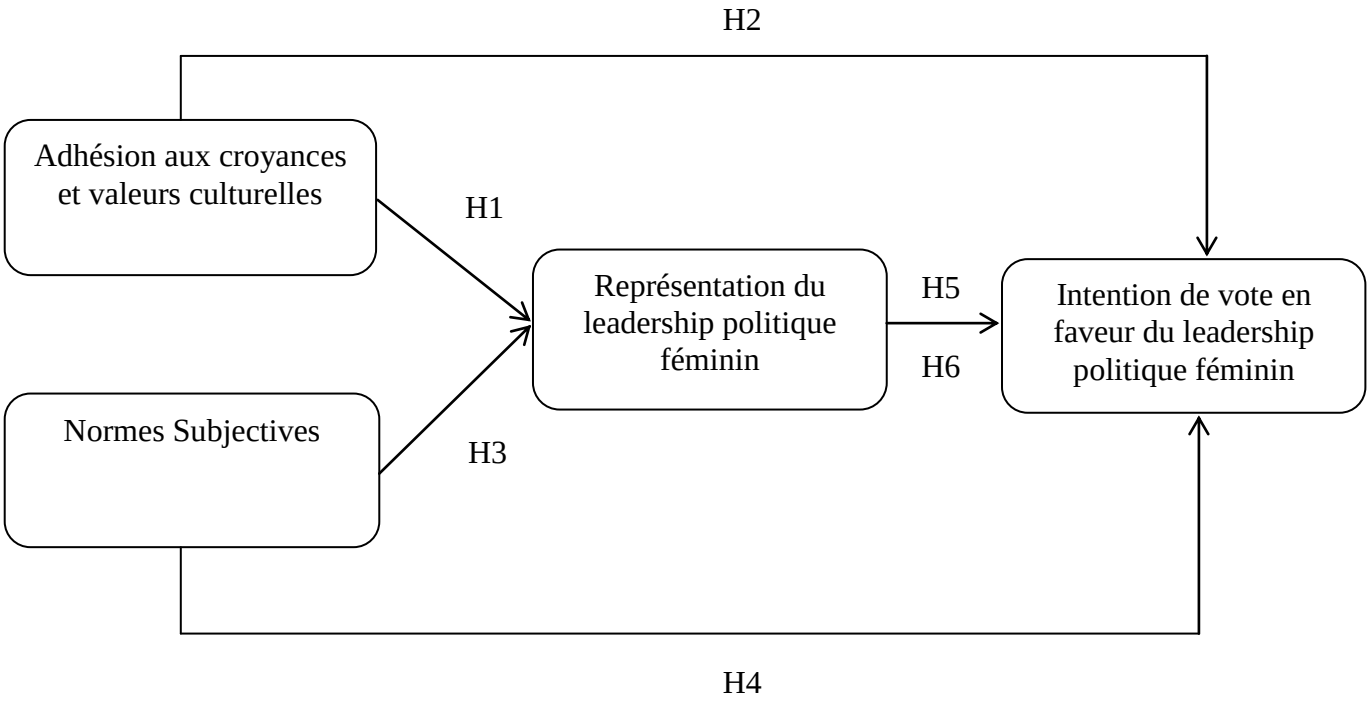


Figure 27 : Les hypothèses de l'étude 2

2. Méthodologie

2.2. Matériels et procédures

Les données de l'étude 2 ont été recueillies par le biais d'un questionnaire composé de quatre échelles de type Likert en 5 points. La première échelle mesure l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles à travers la fréquence de la pratique de certaines activités culturelles et la deuxième mesure le degré de motivation à se conformer aux normes subjectives. Les échelles sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, sont les mêmes que celles de l'étude 1. Comme pour l'étude 1, les items des échelles de l'étude 2 ont été formulés sur la base des échelles existantes (Ajzen & Fishbein, 1985 ; Hofstede, 2001 ; Reynolds et al. 2006) et des entretiens menées auprès de notre population.

L'échelle de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles s'inspire de celle proposée par Reynolds et al. (2006), repris et adaptée par Ngeutsa (2012). Nous avons complété cette échelle avec des items issus de l'échelle de l'évaluation des valeurs culturelles de Hofstede (2001). Nous nous sommes également appuyés dans la construction de cette échelle sur les entretiens que nous avons recueillis auprès de nos participants sur les croyances et valeurs culturelles. L'échelle des normes subjectives reprend la démarche de l'approche du comportement planifié proposé par Ajzen et Fishbein (1985) et adaptée à l'objet de notre étude. Une analyse en composante principale (ACP) exploratoire a permis de dégager les principaux facteurs les plus pertinents.

2.3. Mesure de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles.

Pour mesurer l'adhésion aux croyances et valeurs culturelle, Reynolds et al. (2006) vont le faire à travers l'importance accordée à celles-ci, la pratique des activités culturelles et la honte ressentie lors de cette pratique. Notre échelle mesure l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles uniquement à travers la dimension pratique des activités liées aux croyances et valeurs culturelles proposée par Reynolds et al. (2006). Nous pensons en effet que plus que l'importance accordée aux croyances et valeurs culturelles, la fréquence de la pratiques des activités qui sont associées à ces croyances, nous semble plus déterminante dans l'intention de comportement ou dans le comportement. Après analyse factorielle, deux principales sous-dimensions se sont dégagées de notre échelle. Nous avons dénommée la première sous-dimension *croyances et valeurs exprimant l'identification au groupe culturelle* et elle porte sur le lien ou l'attachement de l'individu à son groupe d'appartenance. La seconde sous-dimension est dénommée *valeurs et croyances culturelles liées à la masculinité / féminité* et évalue la position de l'individu par rapport à certaines pratiques culturelles de son groupe et qui sont en lien avec les rôles de genre. Pour mesurer l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, les participants sont invités à estimer la fréquence à laquelle ils pratiquent des activités qui expriment les croyances et valeurs culturelles sur une échelle allant de 1= *jamais* à 5 = *très souvent*. Exemples d'items : *« Partager les tâches entre hommes et femmes autant dans le monde du travail que dans le foyer » ; « Prendre part aux activités où la langue maternelle est utilisée »*. (Annexe 4)

2.4. Mesure des normes subjectives.

En nous fondant sur la méthode préconisée par Ajzen (2001), les participants étaient invités dans un premier temps à répondre à des questions ouvertes dans un entretien (cf. Guide d'entretien en annexe). Ces questions visaient à recueillir les croyances des participants sur le leadership

politique féminin. Ces croyances permettaient d'identifier les référents de l'individu et de voir s'ils sont susceptibles d'approuver ou de désapprouver son comportement vis-à-vis du leadership politique féminin. Ensuite dans un questionnaire (Annexe 4), les participants étaient invités dans un premier temps à évaluer sur une échelle à cinq points (1 = *Pas du tout favorable* ; 5 = *Tout à fait favorable*) le degré d'accord ou de désaccord des référents à l'égard du leadership politique féminin. Exemple d'items : *« De ce que vous savez personnellement ou avez entendu dire de la politique en France, quel pourrait être selon vous la position des membres de sa famille par rapport à la présence des femmes en politique à des positions de leader » ; « De ce que vous savez personnellement ou avez entendu dire de la politique au Cameroun, quel pourrait être selon vous la position des membres de sa communauté religieuse par rapport à la présence des femmes en politique à des positions de leader »*

Dans un second temps, les participants devaient évaluer la force de leur motivation à se conformer ou pas (1 = *Pas du tout important* ; 5 = *Très important*) à la position des référents préalablement identifiés. Exemples d'items : « *Quel est selon vous le degré d'importance que vous ou la plupart des français(e)s pourraient accorder au fait d'être en accord avec les autres membres de sa famille, lorsqu'il est question de la présence des femmes à des positions de leader en politique* » ; « *Quel est selon vous le degré d'importance que vous ou la plupart des camerounais(e)s pourraient accorder au fait d'être en accord avec les autres membres de sa communauté religieuse, lorsqu'il est question de la présence des femmes à des positions de leader en politique* ».

2.5. Validation des échelles et résultats

2.5.1. Validation de l'échelle de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles

Au Cameroun

L'échelle de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles initialement composées de vingt (20) items, est après une ACP et après épuration, composée de Sept (7) items avec une consistance interne très satisfaisante (α = .85). Les items peu corrélés à l'échelle et les items aberrants ont été supprimés. Les items de cette échelle sont regroupés en deux sous-dimensions. La première sous-dimension que nous avons nommée *Croyances et valeurs exprimant l'identification au groupe culturel* se compose de quatre (4) items ayant une bonne consistance interne (α = .84). Cette sous-dimension traduit l'attachement de l'individu à son groupe culturel à travers la pratique de certaines activités. Exemple d'item : *Prendre part aux activités où la langue maternelle est utilisée*. La deuxième sous-dimension dénommée *croyances et valeurs exprimant le rapport à la masculinité /*

féminité est composé de trois (3) items et présente une bonne consistance interne (α = .83). Cette sous-dimension a trait aux activités qui expriment des pratiques qui mettent en exergue le rapport de genre, notamment à travers une répartition sexuelle de rôles. Exemple d'item : *Se fiancer traditionnellement ou demander traditionnellement la main d'une fille pour un proche.* Le score du participant est obtenu en faisant la moyenne des réponses aux items de l'échelle globale ou de la sous-dimension. Plus le score est élevé, plus le participant adhère aux croyances et valeurs culturelles.

En France

Initialement composé de dix-neuf (19) items, l'échelle de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sera réduite après ACP et épuration à six (6) items qui présentent une consistance interne acceptable (α = .69). Les items de cette échelle sont regroupés en deux sous-dimensions. La première dénommée *Croyances et valeurs exprimant l'identification au groupe culturel* traduisent l'attachement au groupe d'appartenance. Les items de cette sous - dimension présentent une consistance interne moyenne (α = .66). Exemple d'item : *Participer prioritairement aux rencontres, réunions et conférences, où la langue française est utilisée.* La deuxième sous-dimension que nous avons nommé *croyances et valeurs exprimant le rapport à la masculinité / féminité* présente une consistance interne acceptable (α = .70). Exemple d'item *: Partager les tâches entre hommes et femmes autant dans le monde du travail que dans le foyer.* Comme précédemment, le score du participant est obtenu en faisant la moyenne des réponses aux items de l'échelle globale ou de la sous-dimension. Plus le score est élevé, plus le participant accorde de l'importance aux croyances et valeurs culturelles.

2.5.2. Validation de l'échelle des normes subjectives

Pour cette échelle, nous avons préalablement demandé aux participants dans un entretien d'identifier quelques référents susceptibles d'être favorables ou pas à leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin. Ensuite dans un questionnaire, les participants sont invités dans un premier temps à indiquer jusqu'à quel dégré les positions des référents étaient important pour eux. Dans un deuxième temps, les participants sont invités à indiquer leur dégrès de motivation à se conformer à la position des référents. C'est ce dégré de motivation à se conformer qui constitue l'échelle des normes subjectives, car comme le dit Hernandez et al. (2005), c'est cette dimension qui aura le plus d'effet sur l'intention comportementale.

Au Cameroun

L'échelle portant sur le dégrés d'importance acordé aux référents présente une consistance interne faible (α = .66). L'ACP de notre échelle sur les normes subjectives est unidimensionelle de (3 items) et a une consistance interne satisfaisante (α = .78). Cette échelle en cinq points (1= *Pas du tout d'accord* à 5= *Tout à fait d'accord*) évalue le degré de conformité de nos participants avec la position des référents. Exemple d'item *: Pour les prochaines élections législatives et municipales en ce qui concerne le vote d'une femme à une position de leader je serai en accord avec les autres membres de la famille*. Le score du participant est obtenu en faisant la moyenne des réponses aux items de l'échelle globale. Plus le score est élevé, plus le participant accorde une grande importance aux normes subjectives.

En France

L'échelle portant sur le dégrés d'importance acordé aux référents présente une consistance interne faible (α = .61). L'ACP de notre échelle sur les normes subjectives est unidimensionelle (3 items) et a une consistance interne satisfaisante (α = .75). Elle évalue en cinq points (1= *Pas du tout d'accord* à 5= *Tout à fait d'accord*) la motivation des participants à se conformer à la position des référents par rapport au leadership politique féminin. Exemple d'items : *Pour les prochaines élections municipales en ce qui concerne le vote d'une femme à une position de leader je serai cohérent avec la position de mon groupe politique*. Le score du participant est obtenu en faisant la moyenne des réponses aux items de l'échelle. Plus le score est élevé, plus le participant est motivé à se conformer aux normes subjectives, moins il est élevé moins la motivation à se conformer est importante.

Tableau 28: Consistance interne des échelles de l'étude 1

Echelles	Cameroun	France
	Alpha	Alpha
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles	.85	.69
Normes subjectives	.78	.75
Représentations du leadership politique féminin	.68	.72
Intention de comportement électoral	.72	.75

3. Les résultats de l'étude 2 (Cameroun)

Pour tester l'hypothèse de l'effet de nos principales variables indépendantes (VI) sur nos

variables dépendantes (VD), nous menons des analyses de régressions sur les variables continues. Pour tester les hypothèses de médiation, nous conduisons des régressions sur les différentes variables continues de nos hypothèses sur la base de l'approche de Preacher & Hayes (2004). Quelques analyses d'interaction seront également menées principalement avec les variables sociodémographiques. Pour vérifier les variations de nos différents facteurs sociodémographiques en fonction de nos deux principales variables dépendantes (représentation du leadership politique féminin et l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin), nous menons une analyse de variance (ANOVA). En fonction des facteurs à analyser, nous procédons aux tests multiples de Tukey. Le test de Tukey nous permet de savoir pour quels groupes ou modalités de la VI prises deux à deux, les différences sur la VD sont significatives.

Afin de mener convenablement nos différentes analyses, intéressons-nous à présent aux corrélations qui pourraient exister entre nos variables.

Tableau 29 : Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 2, Cameroun.

	Facteurs	1	2	3	4	5	6
1	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles Globale	1					
2	Adhésion aux croyances et valeurs exprimant l'identification au groupe	.892**	1				
3	Adhésion aux croyances et valeurs exprimant le rapport à la masculinité / Féminité	.824**	.479**	1			
4	Normes subjectives	.207**	.197**	.155**	1		
5	Représentations du Lead.Po.Fem	.154**	.100	.174**	.027	1	
6	Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	.025	.012	.033	.272**	.228**	1
	Moyenne	2,75	2,85	2,63	2,81	3,01	3,41
	Ecart-Type	.96	1,08	1,15	.72	.70	1,10

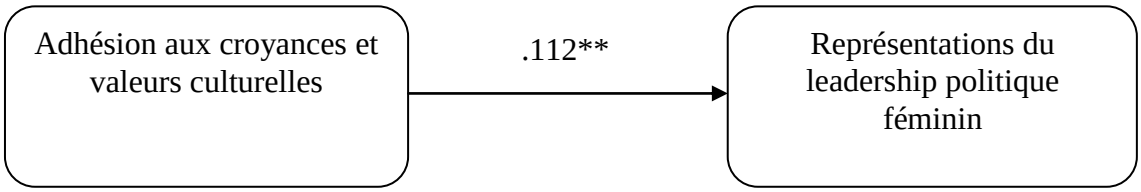
Note : **p < .01 ; *p < .05

Les résultats du tableau ci-dessus montrent que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles globale est positivement corrélée aux normes subjectives (*r =.207, p < .01)* et aux représentations du leadership politique féminin (*r =.154, p < .01*.). Les sous-dimensions de

l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sont aussi positivement corrélées aux normes subjectives. La sous-dimension liée à l'identification au groupe semble légèrement plus corrélée aux normes subjectives (*r =.197, p < .01),* que la sous-dimension liée à la masculinité / féminité (*r =.155, p < .01).* Par contre, on ne note pas de corrélation entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles prise globalement ou en considérant chacune de ses sous-dimensions et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les normes subjectives ne sont pas corrélées aux représentations du leadership politique féminin (*r =.027, ns*). Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin sont positivement corrélées aux normes subjectives (*r =.272, p < .01*). Comme dans la précédente étude (étude 1), les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique sont corrélées (*r =.228, p < .01*.). On note dans l'ensemble que la plupart de nos variables sont corrélées entre elles à l'exception de quelques variables. Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin et l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles n'étant pas corrélées, notre deuxième hypothèse (H2) et dores et déjà invalidée. Il en est de même de la troisième hypothèse qui porte sur les normes subjectives et les représentations du leadership politique féminin (H3).Vérifions à présent les autres hypothèses que nous avons formulées.

3.1. L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles oriente positivement les représentations du leadership politique féminin (H1)

La première hypothèse (H1) de cette deuxième étude postule qu'une forte adhésion aux croyances et valeurs culturelles oriente des représentations du leadership politique féminin favorables. Les résultats après analyse de régression montrent que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles prises dans leur globalité, prédisent positivement les représentations du leadership politique féminin, *b= .112 ; t(336) = 2,86 ; p<.01 ;* R^2*=.021.* En considérant les sous-dimensions, on remarque que seule la sous-dimension qui exprime l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en lien avec la masculinité / féminité, prédit positivement les représentations du leadership politique féminin, *b= .174 ; t(336) = 3,24 ; p<.01 ;* R^2*=.027.* Ainsi, conformément à notre hypothèse, adhérer fortement aux croyances et valeurs culturelles en contexte camerounais prédit des représentations du leadership politique féminin favorables.

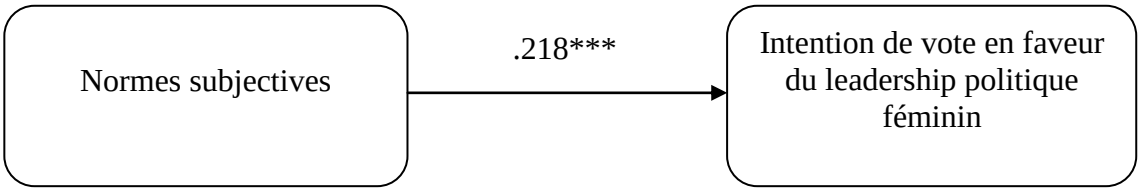


*p < .05, **p < .01

Figure 28 : Résultat Hypothèse 1, Etude 2, Cameroun.

3.2. Les normes subjectives prédisent positivement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H4)

En menant une analyse de régression simple sur nos variables, on note que les normes subjectives prédisent positivement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin de nos participants, $b= .218 ; t(336) = 5,19 ; p=.000 ; R^2=.074$. Conformément à notre hypothèse, plus les participants camerounais sont motivées à se conformer aux positions des personnes considérées comme référentes, plus leurs intentions de vote sont favorables au leadership politique féminin.



*p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Figure 29 : Résultat Hypothèse 4, Etude 2, Cameroun.

3.3. Les Analyses de Médiations Etude 1 (Cameroun)

Comme dans les précédentes études, les analyses de médiation vont se faire sur la base de l'approche de Preacher et Hayes (2004). Nous allons mener les tests de médiation grâce au PROCESS pour SPSS (Hayes, 2013).

Médiation de l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (H5)

Les résultats indiquent qu'il n'y a pas de médiation de l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin. Cette absence de médiation, peut s'expliquer par le fait que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles n'est pas corrélée aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Nos résultats ne vont pas dans le sens de notre hypothèse.

Médiation des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (H6)

On observe que les représentations du leadership politique ne médiatisent pas l'effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Préalablement nous avons pu vérifier que les normes subjectives ne sont pas corrélées aux représentations du leadership politique féminin, et celles-ci ne sauraient donc médiatiser l'effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Notre Hypothèse n'est donc pas confirmée.

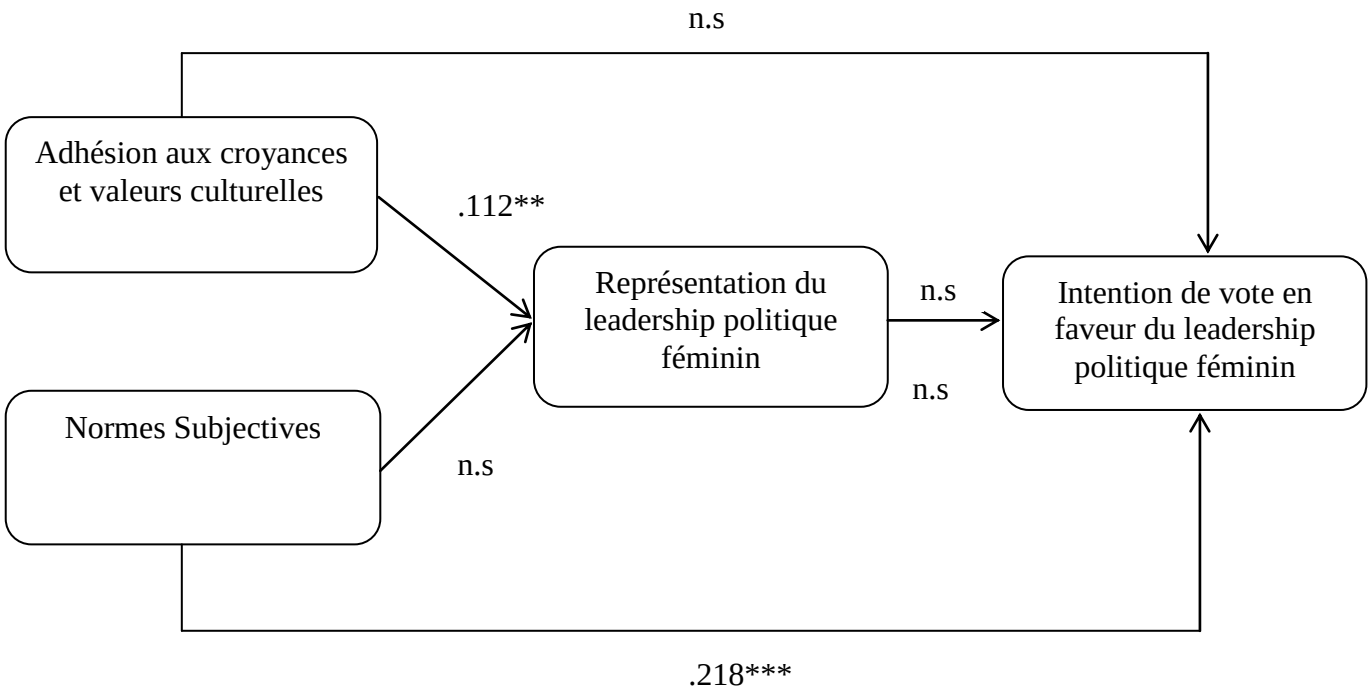
3.4. Synthèse des résultats étude 2 (Cameroun).

Les résultats des hypothèses de l'étude 2 sont résumés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 30 : Résultats étude 2, Cameroun.

Hypothèses	*Résultats*
H1 : Adhérer fortement aux croyances et valeurs culturelles prédit des représentations du leadership politique féminin favorables.	*b =.112***
H2 : Adhérer fortement aux croyances et valeurs culturelles prédit des intentions de vote favorable au leadership politique féminin.	*n.s*
H3 : Une forte motivation à se conformer aux normes subjectives prédit des représentations du leadership politique féminin favorables.	*n.s*
H4 : Une forte motivation à se conformer aux normes subjectives prédit des intentions de	*b =.218****

vote favorables au leadership politique féminin.	
H5 : Il y a médiation de l'effet de l'adhésion aux croyances et aux valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin.	*n.s*
H6 : Il y a médiation de l'effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin.	*n.s*



n.s = non significatif, *p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Figure 30 : Résultats étude 2, Cameroun.

On peut observer que certains des hypothèses que nous avons formulé vont dans le sens des hypothèses que nous avons formulé. Les résultats montrent qu'adhérer fortement aux croyances et valeurs culturelles oriente positivement les représentations du leadership politique féminin. Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin quant à eux ne sont pas prédites par le niveau d'adhésion de nos participants aux croyances et valeurs culturelles. Par contre, les normes subjectives orientent positivement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Dans l'ensemble, nos deux principales variables dépendantes (représentations du leadership politique féminin ; intention de vote en faveur du leadership politique féminin) varient très peu avec

les différentes variables indépendantes. Dans ce contexte, il serait intéressant d'analyser de manière complémentaire l'apport des variables sociodémographiques dans la compréhension de l'objet de notre étude.

3.5. L'effet des variables sociodémographiques sur les différentes variables de l'étude 2 (Cameroun).

Nous nous intéresserons dans cette partie aux variables sociodémographiques suivantes : le sexe, l'âge, le statut matrimonial, le niveau d'étude, la religion, la catégorie socioprofessionnelle, le groupe ethnique d'appartenance et l'expérience électorale. Nous verrons dans un premier temps l'effet de ces variables sur l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et sur les normes subjectives. Dans un deuxième temps, nous analyserons les effets d'interaction entre l'une ou l'autre de ces variables avec l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ou avec les normes subjectives, permet de mieux prédire les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Nous ne présenterons ici que les résultats significatifs.

3.5.1. L'effet du sexe

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles : on observe que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles de nos participants varie significativement avec le sexe, $F(1,336) = 6{,}673$, $p < .05$. Les hommes adhérent plus fortement aux croyances et valeurs culturelles (M= 2,87, ET= .93) que ne le font les femmes (M= 2,61, ET= .97).

3.5.2. L'effet de l'âge

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles : On relève une variation significative de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en fonction de l'âge, $F(4,333) = 5{,}268$, $p < .001$. Les croyances et valeurs culturelles augmentent avec l'âge de nos participants. Les participants dont la tranche d'âge se situe entre 20-25 ans adhèrent plus fortement aux croyances et valeurs culturelles (M= 2,45 ; ET= 1,02) que ne le font les participants de la tranche d'âge 31-35 ans (M= 2,89, ET= .83, HSD = -.44, p= .015) ou ceux de la tranche d'âge 36-40 ans (M= 3,44, ET= .66, HSD= .99).

3.5.3. L'effet du Statut matrimonial

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles de nos participants varient significativement en fonction de leur statut matrimonial, F(4,334) = 4,88, *p <.01*. Les participants célibataires pratiquent moins fréquemment les activités exprimant les croyances et valeurs culturelles (M= 2,66, ET= .98) comparativement aux mariés (M= 3,11, ET= .79, HSD = -.44, *p <.01*).

Les normes subjectives varient de manière significative avec le statut matrimonial de nos participants, F(3,334) = 3,12, *p <.05*. Les participants mariés se conforment plus aux normes subjectives (M= 3,64, ET= 91) que les participants qui sont en ménage sans être mariés (M= 3,18, ET= .72, HSD= .458, *p <.05*).

3.5.4. L'effet du niveau d'étude.

Les normes subjectives varient significativement avec le niveau d'étude des participants, F(1,336) = 11,61, *p <.01*. Les participants de niveau d'étude secondaire/lycée accordent plus d'importance aux normes subjectives (M= 2,95, ET= 1,13) que les participants de niveau d'étude universitaire (M= 2,23, ET= 1,05). La motivation à se conformer aux positions des personnes perçues comme référents est plus forte chez des personnes de niveau secondaire/lycée que chez celles de niveau universitaire.

3.5.5. L'effet de l'appartenance ethnique

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles de nos participants varient significativement avec leur appartenance ethnique, F(4,333) = 5,50, *p <.001*. Les personnes du groupe ethnique soudano-sahélien adhèrent plus fortement aux croyances et valeurs culturelles (M= 3,20, ET= .87) comparativement aux bantous de la forêt (M= 2,50, ET= .85, HSD= .70, *p <.001*) ou aux personnes du groupe ethnique bantou des plaines côtières (M= 2,66, ET= 1,01, HSD= .54, *p <.05*).

3.5.6. L'effet de l'expérience électorale

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles varie de façon significative avec l'expérience électorale des participants, F(1,336) = 17,71, *p <.001*. Les personnes qui ont déjà pris part au moins à un scrutin électoral semblent adhérer plus fortement aux croyances et valeurs culturelles (M= 2,92, ET= .91) que celles qui n'ont participé à aucun scrutin, (M= 2,48, ET= .96).

3.6. Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques

Tableau 31 : Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques, étude 2, Cameroun.

Variables sociodémographiques	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles	Normes subjectives
	F	*F*
Sexe	6,67*	n.s
Age	5,27***	n.s
Statut matrimonial	4,88**	3,12*
Niveau d'étude	n.s	11,61***
Appartenance ethnique	5,50***	n.s
Expérience électoral	17,71***	n.s

n.s = non significatif, *p < .05, **p < .01, *** *p < .001*

Le tableau ci-dessus montre dans l'ensemble que les normes subjectives varient très peu avec les différentes variables sociodémographiques. Cependant on a noté que les normes subjectives varient de manière significative avec le niveau d'étude des participants. L'impact de la position des proches dans les comportements électoraux est donc plus important lorsque les participants ont un niveau d'étude peu élevé. On peut donc penser que lorsque le niveau d'étude est élevé, les personnes semblent s'affranchir de l'influence de la position des personnes qui ont de l'importance à leurs yeux. L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles quant à elle varie avec la plupart des variables sociodémographiques. Les participants de sexe masculin, ceux ayant un âge avancé et ayant un statut de marié sont ceux qui d'après les résultats adhèrent le plus aux croyances et valeurs culturelles. Chez ces personnes, l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles semble plus forte que chez les autres. En effet, le mariage dans la plupart des cultures camerounaises est l'occasion de multiples pratiques culturelles comme la dot. Pareillement, les hommes dans la plupart des cultures sont portés à la pratique de plusieurs activités culturelles uniquement réservées à eux et ce d'autant plus qu'ils sont avancés en âge. C'est d'ailleurs parmi ces participants âgés qu'on retrouvera la plupart de nos participants qui ont déjà pris part à au moins un scrutin électoral. Si toutes les aires culturelles camerounaises accordent de l'importance aux croyances et valeurs

culturelles, les résultats nous indiquent que les soudano-sahélien sont de loin ceux qui y accordent le plus d'importance. Ceux-ci semblent adhérer plus que les autres participants aux croyances et valeurs culturelles qui expriment l'identification au groupe culturel ou qui expriment le rapport à la masculinité/féminité. Ces deux sous dimensions de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ne varient pas non plus significativement avec l'appartenance religieuse ou le statut socioprofessionnel.

3.7. Analyse d'interaction.

Nous avons remarqué dans les analyses de nos hypothèses de recherches que la plupart d'entre elles n'étaient pas confirmées. Intéressons-nous à présent aux différents effets d'interaction pour voir si nos principales variables dépendantes varient de manière significative. Nous ne présenterons que les résultats significatifs.

3.7.1. Effet d'interaction entre l'expérience électorale et l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Les résultats des analyses d'interaction indiquent que seule l'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et l'expérience électorale de nos participants est significative, $F\ (1, 334) = 4{,}35,\ p < .05;\ \eta^2 = .013$. Les personnes qui adhèrent fortement aux croyances et valeurs culturelles et qui ont déjà eu une expérience électorale, sont celles qui déclarent être plus disposées à porter leur choix sur une candidature féminine pour le prochain double scrutin municipal et législatif, comparativement à ceux qui n'ont aucune expérience électorale. Les intentions de vote sont favorables au leadership politique féminin, lorsque les participants adhèrent faiblement aux croyances et valeurs culturelles et qu'ils n'ont eu aucune expérience électorale. Le tableau et la figure ci-dessous illustrent les résultats obtenus :

Tableau 32 : Interaction Adhésion aux croyances et valeurs culturelles et expérience électorale.

Intention de vote en faveur du leadership politique féminin (N= 338)						
	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles Important		Adhésion aux croyances et valeurs culturelles Peu Important			
Expérience électorale	M (ET)	N	M (ET)	N	F	P
Oui	3,56 (1,12)	112	3,37 (1,05)	96	4,35	.038
Non	3,08 (1,14)	45	3,41 (1,07)	85		

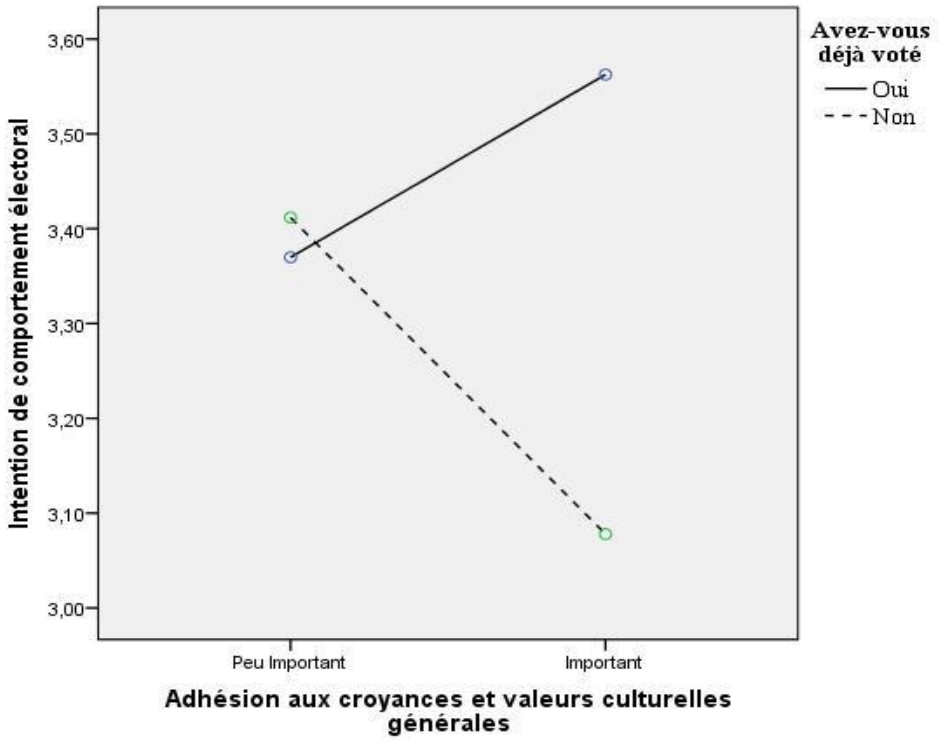


Figure 31 : Interaction Adhésion aux croyances et valeurs culturelles et expérience électorale.

3.8. Discussion et conclusion de l'étude 2 (Cameroun).

Discussion

La motivation principale de cette deuxième étude était d'arriver à montrer la pertinence d'une prise en compte des croyances et valeurs culturelles et des normes subjectives dans l'analyse de la

question du leadership des femmes en politique. L'intérêt pour ces deux variables se justifie d'une part, par le fait que la question de la présence des femmes à des positions de pouvoir surtout en politique, pose inévitablement la question de la répartition des rôles sociaux au sens de la théorie des rôles sociaux (Eagly & Diekman, 2000). Elle se justifie aussi d'autre part par le fait que l'importance que l'on accorde aux positions des autres et surtout la motivation à s'y conformer, peut varier en fonction du contexte culturel (Fiske, 2008) et éclairer par conséquent notre compréhension du leadership politique féminin. Les résultats vont en partie dans le sens de nos hypothèses.

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles prédisent positivement les représentations du leadership politique féminin plus favorables.

Les participants camerounais qui adhèrent fortement aux croyances et valeurs culturelles semblent construire une représentation du leadership politique féminin plus favorable que ceux qui y adhèrent faiblement. Ces résultats vont dans le sens de notre hypothèse (H1) et suggèrent des pistes de réflexions intéressantes. Comme nous l'avons évoqué précédemment, l'objet social « leadership politique féminin » est au Cameroun un objet en construction et mobilise ainsi des croyances et valeurs qui semblent s'appuyer sur un regard différent des approches proposées par Hofstede (1980, 2001) et Schwartz (1992, 1999, 2006, 2012) qui laissaient penser que tous les individus originaires de l'Afrique et du Moyen-Orient ont un ancrage élevé dans le groupe culturelle et sont plus collectivistes et moins individualistes, plus portés vers des caractéristiques masculines. L'une des explications de ces résultats peut être en lien avec l'effet du contexte de globalisation et des grandes mutations que connaissent actuellement nos sociétés (Emtcheu, Moubeb, Njengwe, 2011). Comme le souligne à juste titre Ngueutsa (2012, p.39) : « dans le contexte actuel de la globalisation, on assiste à la multiplication de divers échanges entre les peuples. Ces échanges peuvent entraîner une adhésion différentielle aux pratiques culturelles ». Il est fort possible que sous le contact permanent avec l'occident sous diverses formes et dans différents domaines, les individus issus des sociétés africaines ne répondent plus à ces catégorisations. Le rapport individuel aux croyances et valeurs culturelles en vigueur dans le groupe d'appartenance permet d'observer que ces croyances et valeurs vont dans le sens de la construction d'une représentation favorable au leadership politique féminin. Ces résultats confirment le lien théorique entre pratiques sociales et représentations sociale montré par plusieurs auteurs (Flament, 1987; Guimelli, 1994; Guimelli & Jacobi, 1990 ; Doutre, 2009).

En effet, les représentations se composent des croyances consensuelles, mais aussi des éléments divergents qui vont orienter des prises de positions individuelles. On observe d'ailleurs que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles varient de manière significative avec le sexe, l'âge,

le statut matrimonial et l'appartenance ethnique de nos participants. Les hommes par exemple adhèrent plus fortement aux croyances et valeurs culturelles que les femmes. Ces croyances peuvent être déterminées par les pratiques de certaines activités par exemple et peuvent dans ce contexte se poser comme des guides de l'action et un filtre de la pensée (Doutre, 2009). Dans cette logique, les représentations sociales servent de support aux prises de positions et d'anticipation à l'action, mais les pratiques vont aussi déterminer le système représentationnel. Il y a donc comme l'explique Moscovici, (1976) reprit par Doutre, (2009, p.74) des « influences mutuelles entre la « substance symbolique » qui entre dans l'élaboration d'une représentation sociale et les pratiques qui produisent ces substances symboliques ». En d'autres termes et à la suite de ces auteurs, on peut donc dire que les pratiques sociales sont prédictives des représentations sociales. En claire, les deux sous-dimensions de notre échelle sur l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles déterminent le système des représentations du leadership politique féminin. Le leadership politique féminin, particulièrement au Cameroun est donc un objet social en construction qui va mobiliser un ensemble de croyances qui reflètent non seulement l'appartenance au groupe culturelle, mais aussi traduisent les pratiques culturelles en rapport avec les rôles de sexe (Eagly & Diekman, 2000). On remarque que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles est cohérente avec les éléments saillants de la représentation du leadership politique féminin. Cette cohérence suggère que toute démarche visant à promouvoir le leadership des femmes en politique doit prendre en compte les modalités de transformation des structures des représentations du leadership politique féminin. Il est donc question d'agir sur les pratiques afin de faire bouger les représentations. Le changement de pratiques sociales obtenues par des changements de représentations sociales représente un enjeu d'importance. Les résultats à cette hypothèse montrent qu'il n'y a pas de contradiction entre les pratiques liées aux croyances et valeurs culturelles et les représentations du leadership politique féminin. Les pratiques malgré leur faible valeur prédictive, restent néanmoins en faveur du leadership politique féminin. Dans ces conditions, on peut donc penser que le leadership au féminin étant un objet relativement émergent dans le contexte camerounais, sa représentation pour le moment ne saura se trouver clairement en contradiction avec les pratiques liées aux croyances et valeurs culturelles. Il convient donc d'anticiper une éventuelle contradiction en optant pour une transformation progressive des pratiques dans le sens d'une plus grande ouverture au leadership politique féminin (Flament & Rouquette, 2003, Bonardi & Roussiau, 1999). La transformation des pratiques en lien avec les croyances et valeurs culturelles nous éclaire sur les représentations du leadership politique féminin et pourrait permettre de mieux cerner les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Accorder de l'importance aux croyances et valeurs culturelles ne prédit pas de manière significative les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Notre hypothèse postulait que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles prédit les intentions de vote favorables au leadership politique féminin. Les analyses nous ont permis d'infirmer cette hypothèse. Nous avons néanmoins pu montrer dans les analyses de corrélations que les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin sont positivement corrélés. Cependant, l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles n'était pas corrélés avec les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les résultats à cette deuxième hypothèse de l'étude 2 semblent ne pas aller dans le même sens que ceux que l'on retrouve généralement dans la littérature où l'idée de la centralité des valeurs culturelles dans le fonctionnement de toute société fait consensus (schwartz, 1992, 1994). En effet, celle-ci stipule que ce sont les pratiques culturelles en vigueur dans un groupe qui font sa spécificité et qui façonnent la manière de se comporter de ses membres, surtout dans le contexte des groupes culturels collectivistes (Ngueutsa, 2012). Or, nos résultats indiquent que même si les croyances et valeurs culturelles sont cohérentes avec les éléments saillants des représentations du leadership politique féminin, ces croyances et valeurs n'orientent pas significativement leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin. Ainsi, les croyances et valeurs culturelles n'ont d'effet sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, que si elles s'intègrent dans les représentations du leadership politique féminin. Dans cette dynamique, il semble que la question du leadership politique féminin n'intègre pas encore suffisamment les croyances et valeurs culturelles dans le contexte camerounais, pour arriver à orienter significativement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Nos résultats montrent que la fréquence de la pratique des activités qui expriment l'attachement aux croyances et valeurs culturelles augmente avec l'âge. En d'autres termes, les jeunes accorderaient une moindre importance aux croyances et valeurs culturelles, voir même les rejetteraient catégoriquement (Mokounkolo, 2006). Par conséquent, la compréhension du comportement de ces jeunes nécessite la prise en compte d'autres variables complémentaires. C'est ainsi que nous avons pu remarquer qu'on arrive à mieux prédire les intentions de vote de nos participants, lorsqu'on croise leur degré d'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et leur expérience électorale. Si on fait l'hypothèse que l'expérience électorale augmente avec l'âge, car plus concrètement une personne de 45 ans aura eu plus l'occasion de voter qu'une autre de 25 ans, on peut donc dire que l'expérience électorale et l'âge sont liées. Dans cette optique, on observera alors que les personnes qui adhérent le plus aux croyances et valeurs culturelles sont moins jeunes, ont déjà eu une expérience électorale et sont les plus disposées à porter leur choix sur une

candidature féminine pour les prochains scrutins électoraux. Cette analyse mérite néanmoins d'être nuancée puisque nos résultats montrent également que les personnes qui accordent moins d'importance aux croyances et valeurs culturelles et qui n'ont aucune expérience électorale semblent également favorable au leadership politique féminin. Cependant, comparativement aux premiers, leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin reste faible. Quoiqu'il en soit, les croyances et les valeurs culturelles, même si elles ne prédisent pas de manière significative les intentions de vote dans cette étude, induisent en général des représentations et des comportements communs valorisés (Mokounkolo, 2006). Ces représentations intègrent donc les valeurs culturelles qui peuvent être considérées comme des normes culturelles du jugement social c'est-à-dire des systèmes d'évaluation sociale qui résultent d'une interaction dynamique entre l'individu et la société (Fischer, 1990 ; Mokounkolo, 2006).

Les normes subjectives n'orientent pas de manière significative, la construction des représentations du leadership politique féminin

La représentation du leadership politique féminin est une construction sociale et culturelle. C'est une manière de penser, de s'approprier, d'interpréter les rôles sociaux des femmes et des hommes dans la société (Eagly & Diekman, 2000). Or cette façon de concevoir les rôles sociaux s'appuie dans une certaine mesure sur les normes sociales qui elles-mêmes s'intègrent dans une construction sociale commune aux membres d'un groupe. Les normes sociales dépendent des croyances, qui résultent des conjectures sur ce que le groupe pense qu'il devrait, ou ne devrait pas, faire lorsqu'on évoque par exemple les rôles de genre. Ce sont donc ces normes sociales partagées par les membres d'un groupe qui vont façonner les représentations des individus vis-à-vis du leadership politique féminin. Les normes subjectives dérivent de l'importance que les individus accordent à ce que pense une personne considérée comme référent dans une situation donnée. Autrement dit, seules des personnalités étiquetées comme importantes sont en mesure d'affecter les normes subjectives de l'individu.

Or, il semble que les éléments centraux qui composent la représentation du leadership politique féminin ne soient pas liés aux normes subjectives. En d'autres termes, la position des référents et la motivation de nos participants à se conformer à cette position ne construisent pas leurs représentations du leadership politique féminin. Il n'y a donc pas consensus au niveau du groupe en ce qui concerne les normes subjectives (Guimelli, 2000). Les normes subjectives feraient donc plus partie des éléments périphériques de la représentation du leadership politique, c'est-à-dire qu'elles peuvent être moins consensuelles et moins centraux pour les représentations du leadership politique féminin. Les normes subjectives seraient donc plus liées au contexte contingent immédiat

auquel sont confrontés les individus (Rouquette & Rateau, 1998). Ces résultats suggèrent que pour une démarche visant à promouvoir le leadership des femmes en politique, les normes subjectives ne semblent pas être les éléments sur lesquels une démarche d'intervention doit être principalement axée. Elles ne sont en effet pas corrélées aux éléments centraux de la représentation du leadership politique féminin et par conséquent, elles ont peu de chance d'entrainer de changement d'attitudes (Abric, 2003). Toutefois, les représentations du leadership politique féminin conservent une importance certaine, même si elles ne médiatisent pas l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

L'importance des représentations du leadership politique féminin.

Les résultats que nous avons obtenus nous permettent d'observer que les représentations du leadership politique féminin ne médiatisent pas l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Nous avons pu montrer que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ne permet pas de prédire de manière significative les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin de nos participants. Par contre, cette adhésion est cohérente avec les éléments centraux des représentations du leadership politique féminin et assure un soutien fonctionnel aux pratiques liées aux croyances et valeurs culturelles (Abric, 2003). La pratique des croyances et valeurs culturelles dans le contexte camerounais, méritent donc d'être prises en compte dans l'analyse et la promotion du leadership politique féminin. Cette prise en compte doit tenir compte principalement du lien que ces pratiques entretiennent avec les représentations du leadership politique féminin. Par ailleurs, on a pu également relever que les représentations du leadership politique féminin ne sont pas des médiateurs du lien entre les normes subjectives et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En d'autres termes, la relation entre normes subjectives et intentions de vote en faveur du leadership politique féminin n'est pas mieux cernée lorsqu'on prend en compte les représentations du leadership politique féminin. Cependant, l'approche des représentations sociales nous a permis de voir que les représentations du leadership politique féminin dans leur structure centrale semblent ne pas accorder d'importance aux normes subjectives qui sont plutôt rattachées au contexte immédiat, qui est ici celui des élections municipales et législatives. C'est probablement pour cette raison que ces normes subjectives ne font pas partie des éléments centraux de la représentation qui sont plus stables. Ces résultats se confirment quand on observe que dans le contexte du double scrutin municipal et législatif au Cameroun, les normes subjectives prédisent de manière significative les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Prendre en compte les normes subjectives pour mieux comprendre les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Nos résultats montrent que les normes subjectives prédisent de manière significative les intentions de vote de nos participants. Le sentiment d'appartenance au groupe peut amener une personne à agir selon les normes de ce groupe afin de s'y sentir pleinement admise (Alya Mlaiki, Hajer Kefi & Kalika, 2012). Ainsi, l'entourage social peut effectivement avoir une influence sur le comportement de l'individu et sur son intention de poser ou de ne pas poser un acte donné. A ce titre, les normes subjectives jouent un rôle important dans l'intention de comportement. La famille par exemple constitue un lieu essentiel de l'apprentissage des rôles sociaux attribués au garçon et à la fille. En effet au Cameroun, dans la plupart des cas, l'apprentissage ou la familiarisation avec les questions politiques se fait plus en dehors de la famille (amis, écoles, travail) plutôt qu'à l'intérieur de celle-ci. Pourtant, lorsqu'on évoque la question du leadership des femmes en politique, c'est dans l'éducation reçue, faite de séparation stricte entre le rôle de l'homme et de la femme que les participants vont aller puiser pour justifier leur position. La famille ou plus exactement les membres de la famille vont donc influencer indirectement les comportements des individus et les amener à se conformer à la position du groupe. Ces positions semblent d'après nos résultats plutôt favorables au leadership politique féminin. D'ailleurs cette tendance s'est confirmée avec les résultats des élections législatives et municipales organisées du 30 septembre 2013. Désormais, l'Assemblée Nationale du Cameroun compte 56 femmes sur un total de 180 députés, soit 31,11%. La législature précédente comptait 25 femmes sur 180 députés soit 13,8% (Organisation des nations unies pour les femmes. ONU – Femme, 2013). Il s'agit donc des fruits d'une série d'interventions stratégiques auprès des femmes candidates, du gouvernement et de l'opinion publique. Il se peut donc qu'il s'agisse là d'un véritable changement des comportements vis-à-vis du leadership politique féminin dont la conformité aux normes subjectives portées par les membres de la famille seraient un indicateur. A côté de la famille, le milieu professionnel avec l'influence des collègues notamment, n'est pas en reste dans l'analyse de l'impact de la position des référents sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Le milieu de travail représente un des moyens environnementaux qui compensent des déficits de politisation. L'insertion durable dans un environnement professionnel stable constitue un facteur favorable à la politisation et à la participation électorale. Toute insertion dans un environnement professionnel augmente les probabilités d'entrer en contact avec des agents politiques et de subir des micro-influences qui peuvent inciter à la participation électorale. Ces échanges informels qui ont cours au lieu du travail, confèrent des repères, fussent-ils minimaux, susceptibles d'orienter les comportements le jour de l'élection (Kouamen, 2009). Comme le milieu de travail, la religion semble aussi jouer un rôle

important dans l'orientation des comportements électoraux des camerounais. D'ailleurs Bayart (1977) fait remarquer qu'au Cameroun, la religion semble influencer presque tous les aspects de la vie profane des individus. Les églises remplacent souvent des structures expressément politiques dans certaines de leurs fonctions. Dans ce contexte le degré d'intégration religieuse saisi par la pratique religieuse apparaît comme une variable principale et explicative des comportements politiques notamment électoraux. Et dans le contexte camerounais nos résultats indiquent que cette variable est plutôt favorable à la présence des femmes à des positions de leader politique. Pourtant, les religions ont souvent été perçues comme peu favorables à l'émergence publique des femmes, préférant pour la plupart les confiner à la sphère privée, avec le statut principal de mère et d'épouse. Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin de nos participants semblent donc indiquer qu'il y aurait des velléités de changement au niveau des communautés religieuses dans l'optique d'accorder plus de place dans les sphères publiques et politique aux femmes.

Ainsi, la participation électorale de manière générale et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin en particulier, peuvent être prédites par les normes subjectives. Cependant, cette prédiction quoique significative, nous suggère de relever que la variance des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin expliquée par les normes subjectives est très faible. Ces résultats sont donc cohérents avec ceux obtenus par d'autres chercheurs qui montrent dans une étude sur l'allaitement maternel que les normes subjectives sont moins importantes comparativement aux attitudes des femmes à l'égard de l'allaitement maternel. Ceci est d'autant plus vrai que la femme a déjà un enfant (Shankland & Verlhiac, 2013). De même, en parlant des systèmes d'information, certains chercheurs considèrent que l'influence des normes subjectives sur l'intention d'utilisation des systèmes d'information est moins importante à mesure que l'expérience dans l'utilisation de l'outil s'accentue (Alya Mlaiki et al. , 2012). Dans le cas de la présente étude, on note en effet que les normes subjectives qui jusqu'ici prédisaient des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin deviennent complétement non significatives quand on prend en compte l'expérience électorale de nos participants.

Conclusion

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ainsi que les normes subjectives ont des liens très différents avec les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. On a remarqué que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles est cohérente avec les éléments saillants de la représentation du leadership politique féminin. Par contre, les normes subjectives seraient plus liées aux éléments périphériques de la représentation du leadership politique, c'est-à-dire qu'elles sont moins consensuelles et moins

centraux pour les représentations du leadership politique féminin. Les normes subjectives sont liées au contexte contingent immédiat auquel sont confrontés les individus, c'est-à-dire le double scrutin municipal et législatif. Or ces éléments périphériques sont moins stables et suggèrent probablement que pour un autre type de scrutin et à un autre moment de l'année, il est fort probable que les normes subjectives agissent de manière différente sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Quoiqu'il en soit, l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles de même que les normes subjectives à travers les résultats obtenus, proposent que toute démarche visant à promouvoir le leadership des femmes en politique, prenne en compte les modalités de transformation des structures des représentations du leadership politique féminin. Même si nous avons pu remarquer que les représentations du leadership politique féminin ne médiatisent pas l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, ainsi que l'effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, cette variable reste tout de même fondamentale dans la compréhension du leadership politique féminin. Toute démarche de changement d'attitude et de comportement vis-à-vis de la participation des femmes à des positions de leader en politique, nécessite l'indispensable prise en compte des représentations du leadership politique féminin des personnes concernées (Doutre, 2009).

Les résultats nous ont également montré que les normes subjectives prédisaient de manière significative les intentions de vote des camerounais en faveur du leadership politique féminin. Cette prédiction quoique significative, suggère de prendre en compte l'expérience électorale de nos participants. Il semble que l'expérience vis-à-vis de l'objet évalué comme l'ont montré certains auteurs, diminue considérablement la variance expliquée par les normes subjectives. Par contre, on a pu constater que dans le cas de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, alors qu'au préalable elles ne prédisent pas les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les résultats sont significatifs lorsqu'on croise l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles avec l'expérience électorale. Ainsi, le fait d'avoir voté une ou plusieurs fois, augmentent significativement l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, alors que dans le même temps elle diminue l'effet des normes subjectives. Ces différents résultats indiquent que pour les participants camerounais, seuls deux (2) de nos six (6) hypothèses sont vérifiées, mais des analyses complémentaires avec les variables sociodémographiques par exemple ont enrichi notre compréhension du leadership politique féminin. Examinons à présent pour les participants français, l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, ainsi que l'effet des normes subjectives sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

4. Les résultats de l'étude 2 (France).

La vérification de nos hypothèses s'est faite grâce aux analyses de régression simple. L'effet de nos variables sociodémographiques sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin quant à lui s'est fait par le biais des analyses de variance (ANOVA). En fonction des facteurs à analyser, nous procédons ou non aux tests multiples de Tukey. Si besoin, nous menons aussi quelques analyses d'interactions. Les analyses de médiations sont faites sur la base de l'approche de Preacher & Hayes (2004). Avant tout analyse, il convient de voir les corrélations entre nos différentes variables.

Tableau 33 : Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 2, France.

	Facteurs	1	2	3	4	5	6
1.	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles globales	1					
2.	Adhésion aux croyances et valeurs exprimant l'identification au groupe	.835**	1				
3.	Adhésion aux croyances et valeurs exprimant le rapport à la masculinité / Féminité	.759**	.275**	1			
4.	Normes subjectives	.160**	.128*	.128*	1		
5.	Représentations du Lead.Po.Fem	.071	.034	.084	-.007	1	
6.	Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	.227**	.049	.337**	.208**	.360**	1
	Moyenne	3,26	2,82	3,71	2,77	3,29	4,17
	Ecart-Type	.61	..82	.70	.61	.62	.73

Note : **p < .01 ; *p < .05

On observe dans l'ensemble que la plupart des variables en jeu dans cette étude 2 France, sont corrélées entre elles. L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles prise dans leur globalité, varie de manière significative avec les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (*r =.227 ; p < .01)*. Alors que la sous-dimension de cette variable qui exprime l'identification au

groupe n'est pas corrélée aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (*r =.049 ; n.s*), la sous-dimension qui exprime le rapport à la masculinité / féminité quant à elle est significativement corrélées aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (*r =.337 ; p < .01).* Les normes subjectives sont positivement corrélées à l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles globales (*r =.160, p < .01)* ainsi qu'aux deux sous-dimensions de cette échelle. Elles sont aussi positivement corrélées aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (*r =.208 ; p < .01).* On remarque dans cette analyse de corrélation que les représentations du leadership politique féminin sont corrélées uniquement aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, (*r =.360 ; p < .01).* Dans cette optique, la première hypothèse (H1) et la troisième hypothèse (H3) sont d'ores et déjà écartées des analyses. De même, les représentations du leadership politique féminin n'étant corrélées à aucune autres variables, les analyses de médiations pour les hypothèses cinq (H5) et six (H6) ne seront pas conduites. Examinons à présent si les autres hypothèses (H2 et H4) sont confirmées grâce à des analyses de régressions simples.

4.1. Effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de comportement électoral (H2).

L'adhésion des participants français aux croyances et valeurs culturelles prises dans leur globalité prédisent significativement leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, *b= .227 ; t(308) = 4,09 ; p<.01 ;* R^2*=.048.* Lorsque les participants expriment une forte adhésion aux croyances et valeurs culturelles prises dans leur globalité, leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est favorable. En considérant la sous-dimension qui porte sur le rapport à la masculinité / féminité, les résultats indiquent qu'elle prédit significativement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, *b= .337 ; t(308) = 6,29 ; p<.01 ;* R^2*=.111.* Plus les participants adhèrent aux croyances et valeurs culturelles en lien avec la masculinité / féminité, plus leurs intentions de vote en faveur du leadeship politique féminin sont favorables.

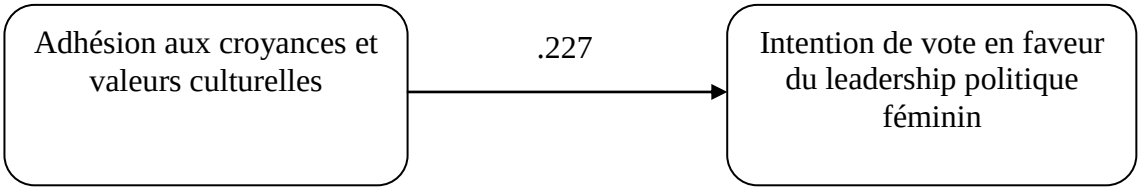


Figure 32 : Résultat Hypothèse 2, Etude 2, France.

4.2. Effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H4).

Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des participants français sont significativement prédites par l'importance qu'ils accordent aux normes subjectives, *b= .208 ; t(308) = 3,74 ; p<.01 ; R^2=.040.* Lorsque les participants sont fortement motivés à se conformer aux positions des référents, leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est favorables.

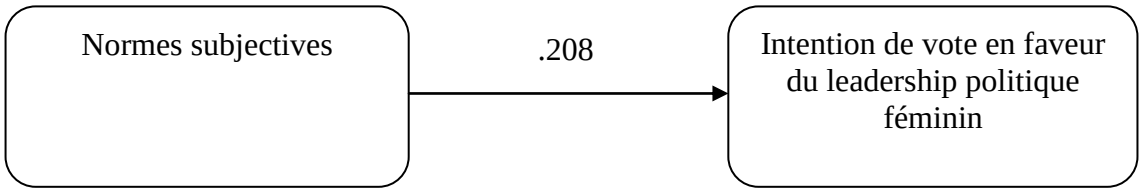


Figure 33 : Résultat Hypothèse 4, Etude 2, France.

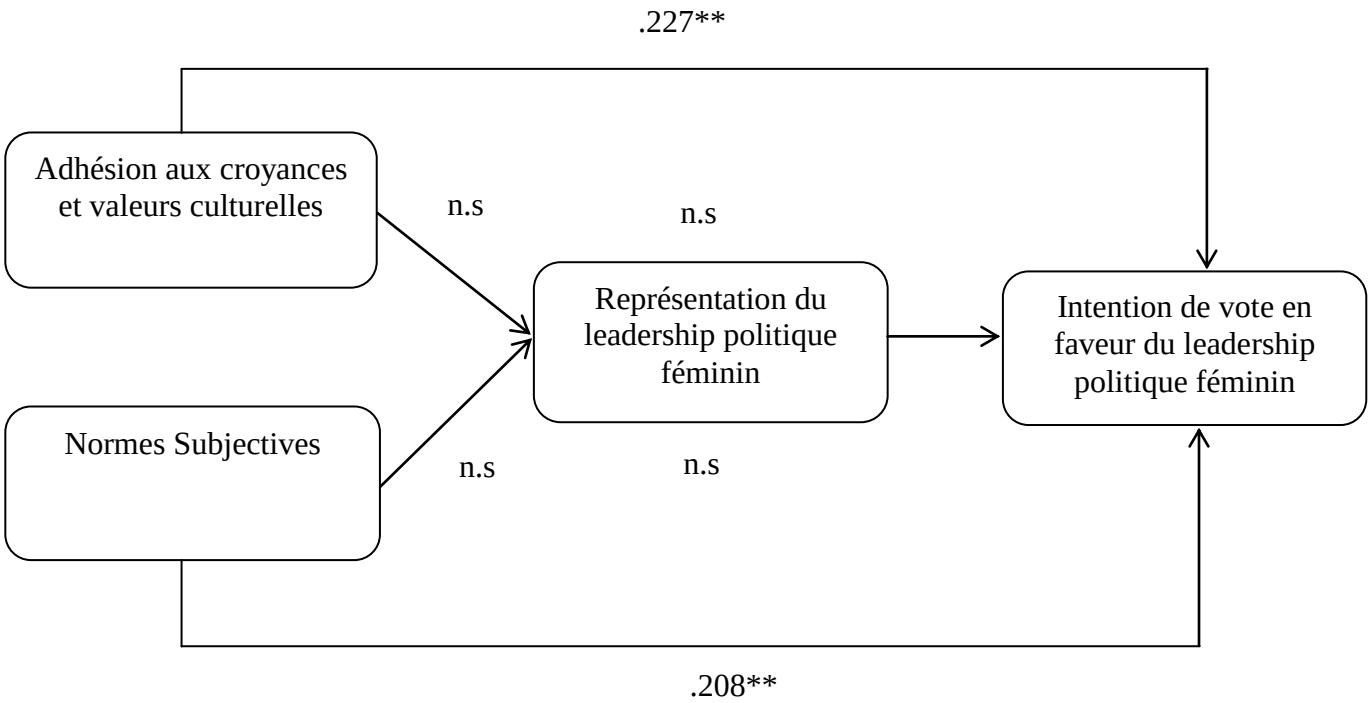
En résumé, des six (6) hypothèses que nous avons formulées dans cette étude 2 (France), seules deux (2) d'entre elles ont été confirmées comme le montre le tableau et la figure ci-dessous qui récapitulent les principaux résultats de nos hypothèses.

Tableau 34 : Résultats étude 2, France

Hypothèses	*Résultats*
H1 : Adhérer fortement aux croyances et valeurs culturelles prédit des représentations du leadership politique féminin favorables.	*n.s*
H2 : Adhérer fortement aux croyances et valeurs culturelles prédit des intentions de vote favorable au leadership politique féminin.	*b =.227***
H3 : Une forte motivation à se conformer aux normes subjectives prédit des représentations du leadership politique féminin favorables.	*n.s*
H4 : Une forte motivation à se conformer aux normes subjectives prédit des intentions de vote favorables au leadership politique féminin.	*b = .208***

H5 : Il y a médiation de l'effet de l'adhésion aux croyances et aux valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin.	*n.s*
H6 : Il y a médiation de l'effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin.	*n.s*

Note : n.s = non significatif ; **p < .01 ; *p < .05



*Note : n.s = non significatif ; **p < .01 ; *p < .05*

Figure 34 : Résultats étude 2, France.

Les résultats des hypothèses de l'étude 2, France montrent principalement que les représentations du leadership politique féminin ne sont liées ni aux croyances et valeurs culturelles, ni aux normes subjectives, même si comme nous l'avons montré dans la précédente étude (Etude, 1), elles sont positivement corrélées aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Par contre, les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin sont significativement prédites par l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles d'une part et par les normes subjectives d'autre part. En clair, ces deux dernières variables dans cette étude sont des indicateurs intéressants susceptibles de permettre de mieux cerner la question de la participation politique des femmes à des positions de leader en France et contribuer à l'émergence du leadership politique féminin. Dans cette dynamique, intéressons-nous à présent à l'effet de nos variables sociodémographiques sur la variation de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles d'une part

et à celle des normes subjectives d'autre part. Par ailleurs, nous verrons également si l'interaction entre ces deux dernières variables et les variables sociodémographiques, ont un effet sur les représentations du leadership politique féminin ou sur les intentions de comportement électoral.

4.3. L'effet des variables sociodémographiques sur les différentes variables de l'étude 2 (France).

Les variables sociodémographiques qui nous intéressent portent sur : le sexe, l'âge, le statut matrimonial, le niveau d'étude, le statut socioprofessionnel, le sentiment vis-à-vis de la politique, le sentiment de proximité avec un groupe politique (Gauche, Centre et Droite) et l'expérience électorale. Pour éviter des redondances, nous ne présenterons ici que les résultats significatifs.

4.3.1. L'effet du sexe.

Les normes subjectives : Les résultats montrent que l'appartenance sexuel du participant (Homme ou Femme) fait varier de manière significative le rapport aux normes subjectives, $F(1,308) = 17,34$; $p < .001$. Les femmes, plus que les hommes ont tendance à accorder plus d'importance aux points de vue des référents vis-à-vis du leadership politique féminin et à s'y soumettre (M= 2,65 ; ET= .77) que ne le font les hommes (M= 2,24 ; ET= .88).

1.1.1. L'effet de l'âge.

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles : prise dans sa globalité, ce facteur ne varie pas de manière significative avec l'âge des participants. Par contre en observant les sous-dimensions, on note que la sous-dimension des croyances et valeurs culturelles qui expriment le rapport à la masculinité / féminité varie de manière significative avec l'âge des participants français, $F(5,304) = 3,262$; $p < .01$. Les participants dont la tranche d'âge se situe entre 18-22 ans accordent moins d'importance aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité (M= 3,26 ; ET= .84) comparativement à ceux de 29-33 ans (M= 3,88 ; ET= .51 ; HSD = -.62 ; $p < .01$) ou à ceux de la tranche 23-28 ans (M= 3,72 ; ET= .65 ; HSD = -.46 ; $p < .05$).

Les normes subjectives : elles varient significativement avec l'âge des participants, $F(5,304) = 2,94$; $p < .05$. Les 29-33 ans se conforment moins aux normes subjectives (M= 2,27 ; ET= .85) que les 39-43 ans (M= 2,97 ; ET= .85 ; HSD= -.69 ; $p < .01$) ou que les 34-38 ans (M= 2,34 ; ET= .74 ; HSD= -.63 ; $p < .05$). La motivation à se conformer aux positions des référents à

tendance donc à augmenter en même temps que l'âge des participants.

4.3.2. Le statut matrimonial.

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles : dans son ensemble varie de manière significative avec le statut matrimonial de nos participants, $F(5,304) = 3,93$; $p < .01$. Les participants divorcés pratiquent moins fréquemment les activités qui expriment les croyances et valeurs culturelles dans leur ensemble (M= 2,80 ; ET= .49) que les participants mariés (M= 3,35 ; ET= .67 ; HSD= -.56 ; $p < .01$) ou que les participants célibataires (M= 3,22 ; ET= .57 ; HSD= -.43; $p < .05$). On observe particulièrement que la sous-dimension exprimant le rapport à la masculinité / féminité est celle qui varie le plus avec le statut matrimonial de nos participants, $F(5,304) = 9,42$; $p < .001$.

4.3.3. Le niveau d'étude.

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles considérée dans sa globalité ne varie pas significativement avec le niveau d'étude des participants. Par contre, on a observé que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles qui expriment l'identification au groupe variait de façon significative avec le niveau d'étude, $F(1,308) = 7,03$; $p < .01$. Les participants de niveau d'étude secondaire/lycée accordent plus d'importance aux croyances et valeurs culturelles qui expriment l'identification au groupe (M= 3,31 ; ET= .80) que ceux de niveau d'étude universitaire (M= 2,79 ; ET= .82). L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles qui expriment le rapport à la masculinité / féminité varient significativement avec le niveau d'étude de nos participants, $F(1,308) = 8,72$; $p < .01$. Les participants de niveau universitaire accordent plus d'importance aux croyances et valeurs culturelles qui expriment le rapport à la masculinité / féminité (M= 3,74 ; ET= .68) que les participants de niveau d'étude secondaire/lycée (M= 3,24 ; ET= .83).

4.3.4. Le statut socioprofessionnel.

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles globale ne varie pas de manière significative avec le statut socioprofessionnel de nos participants. Cependant, l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec l'identification au groupe varie significativement avec le statut professionnel de nos participants, $F(3,303) = 2,92$; $p < .05$. Les retraités accordent plus d'importance aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec l'identification au groupe (M= 3,32 ; ET= 1,03) que les employés du secteur privé (M= 2,74 ; ET= .81 ; HSD= .58 ; $p < .05$)

ou que ceux du secteur public (M= 2,74 ; ET= .83 ; HSD= .57 ; $p < .05$).

Les normes subjectives varient de manière significative avec le statut socioprofessionnel des participants, $F(3,303) = 2,95$; $p < .05$. Les participants sans-emplois / étudiants se conforment moins aux normes subjectives (M= 2,38 ; ET= .84) que les retraités (M= 2,93 ; ET= 1,06 ; HSD= -.56 ; $p < .05$).

4.3.5. Sentiment de proximité avec un groupe politique.

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles varie dans sa totalité en fonction du sentiment de proximité avec un groupe politique, $F(3,306) = 7,84$; $p < .001$. Les participants qui ne se sentent proche d'aucun groupe politique accordent moins d'importance aux croyances et valeurs culturelles prise dans leur globalité (M= 3,00 ; ET= .67) que ne le font ceux qui sentent proches de la droite (M= 3,36 ; ET= .52 ; HSD= -.37 ; $p < .05$) ou qui se sentent proche du centre (M= 3,59 ; ET= .59 ; HSD= -.59 ; $p < .001$). Par ailleurs, les deux sous-dimensions de cette échelle varient également de manière significative en fonction du sentiment de proximité avec un groupe politique. La sous-dimension en lien avec la masculinité / féminité par exemple varie de manière significative en fonction du sentiment de proximité avec un groupe politique, $F(3,306) = 6,50$; $p < .001$.

Les normes subjectives varient significativement en fonction du sentiment de proximité avec un groupe politique, $F(3,306) = 3,91$; $p < .01$. Les personnes qui se sentent proches des idées portées par la Droite se conforment plus aux normes subjectives (M= 2,79 ; ET= .66) que les personnes qui ne se sentent proches d'aucun (M= 2,27 ; ET= .85 ; HSD= .52 ; $p < .05$).

4.4. Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques

Tableau 35: Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques, étude 2, France.

Variables sociodémographiques	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles globale	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec l'identification au groupe	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles qui expriment le rapport à la masculinité / féminité	Normes subjectives
	F	*F*	*F*	*F*
Sexe	n.s	n.s	n.s	*17,34***
Age	n.s	n.s	*3,26***	*2,94**
Statut matrimonial	*3,93***	n.s	*9,42****	n.s
Niveau d'étude	n.s	*7,03***	*8,72***	n.s
Statut socioprofessionnel	n.s	*2,92**	n.s	*2,95**
Sentiment de proximité avec les idées portées par un groupe politique	*7,84****	n.s	*6,5****	*3,91***

*Note : n.s = non significatif, *p < .05, **p < .01, *** p < .001*

On remarque dans le tableau de synthèse des résultats des variables sociodémographiques ci-dessus que la variable portant sur les normes subjectives est celle qui varie le plus avec les variables sociodémographiques. On remarque notamment que les femmes semblent se conformer plus que les hommes aux normes subjectives et que ce conformisme à tendance à augmenter avec l'âge des participants. Plus ils sont avancés en âge, plus ils se conforment aux normes subjectives. On relève d'ailleurs que les participants les moins avancés en âge appartiennent à la catégorie socioprofessionnelle des sans-emplois / étudiants. Ceux-ci d'après les résultats se conforment moins aux normes subjectives que les participants retraités qui eux sont plutôt plus avancés en âge. Par ailleurs, on a pu observer que le fait de se sentir proche des idées portées par un groupe politique

avait un effet sur la motivation à se conformer aux normes subjectives. Les personnes qui déclarent se sentir proche d'aucun groupe politique sont aussi ceux qui se conforment le moins aux normes subjectives.

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles considérée dans leur globalité varie très peu avec les variables sociodémographiques. Par contre, on observe que la sous-dimension qui exprime le rapport à la masculinité / féminité varie de manière significative avec la plupart des variables sociodémographiques. Plus concrètement, le score des participants dans cette sous-dimension a tendance à augmenter avec l'âge des participants. Ceux-ci, lorsqu'ils ont un niveau d'étude universitaire adhèrent fortement aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité / féminité, que les participants de niveau secondaire / lycée. De même, ne pas se sentir proche des idées portées par un groupe politique semble pour nos participants cohérent avec une faible adhésion aux croyances et valeurs culturelles qui expriment le rapport à la masculinité / féminité. On observe également que les divorcés adhèrent moins à cette sous-dimension que les célibataires. La sous-dimension qui exprime l'identification au groupe varie significativement avec le statut socioprofessionnel des participants. Les retraités par exemple, adhèrent plus que les travailleurs du secteur public aux croyances et valeurs culturelle qui expriment l'identification au groupe.

4.5. Quelques analyses d'interaction.

Les résultats de nos analyses nous ont montré que les représentations du leadership politique féminin ne sont prédites ni par l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, ni par les normes subjectives. Vérifions à présent si ces deux dernières variables, lorsqu'elles sont en interaction avec certaines variables sociodémographiques permettent de mieux prédire les représentations du leadership politique féminin.

4.5.1. Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et le sexe sur les représentations du leadership politique féminin.

Les résultats montrent une interaction significative entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et le sexe des participants. En effet, les représentations du leadership politique de nos participants varient significativement en fonction de leur degrés d'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et de leur sexe, F (1, 306) = 7,76, p = .006, η^2 = .025. Plus concrètement, lorsqu'ils ont une forte adhésion aux croyances et valeurs culturelles prise dans leur globalité, les représentations du leadership politique féminin sont plus favorables chez les participants de sexe masculin (M= 3,39) qu'ils ne le sont chez les femmes (M= 3,36). Lorsqu'ils ont une faible

adhésion aux croyances et valeurs culturelles prise dans leur globalité, les représentations du leadership politique féminin sont plus favorables chez les participants de sexe féminin (M= 3,33) qu'ils ne le sont chez les hommes (M= 2,95).

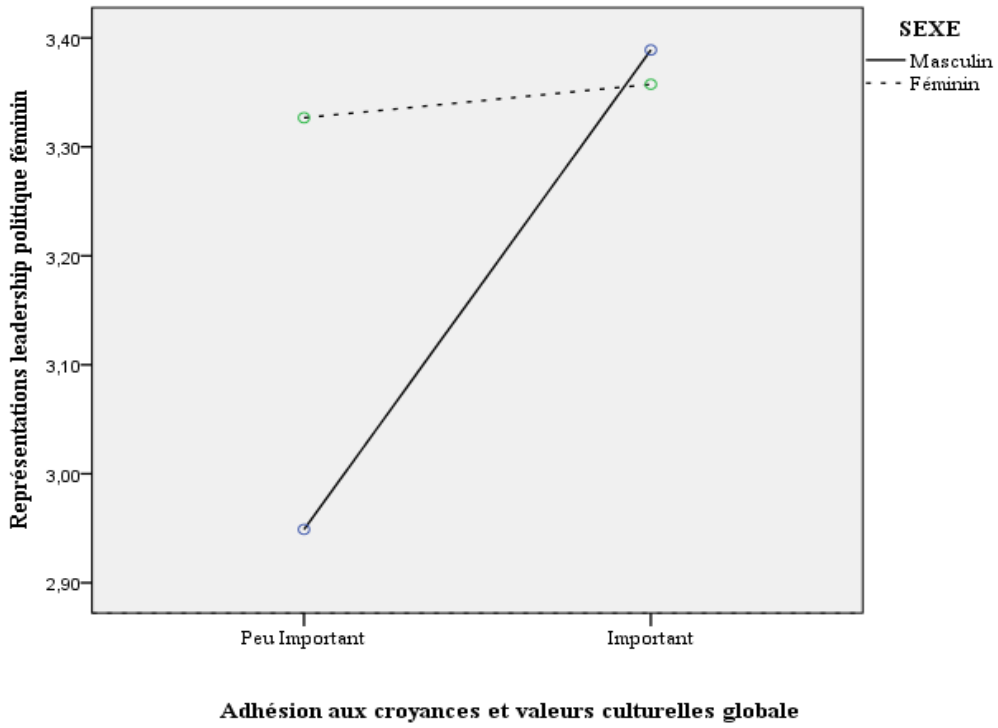


Figure 35 : Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles globale et le sexe sur les représentations du leadership politique féminin.

4.5.2. Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et le niveau d'étude sur les représentations du leadership politique féminin.

L'analyse des données indique un effet d'interaction de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles qui expriment l'identification au groupe et du niveau d'étude sur les représentations du leadership politique féminin. Notamment, les représentations du leadership politique féminin varient chez les participants en fonction de leur niveau d'étude selon qu'ils ont une forte ou une faible adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec l'identification au groupe, F (1, 306) = 5,76, p = .017, η^2 = .018. En effet, lorsqu'ils ont une faible adhésion aux croyances et valeurs culturelles qui expriment l'identification au groupe, les participants de niveau d'étude universitaire présentent des représentations du leadership politique féminin plus favorables (M = 3,33) que ceux de niveau d'étude secondaire/lycée (M = 2,40). Lorsqu'ils ont une forte adhésion aux croyances et valeurs culturelles qui expriment l'identification au groupe, les représentations du leadership politique féminin des participants de niveau d'étude secondaire/lycée sont plus favorables (M = 3,44) tandis que ceux des participants de niveau d'étude universitaire sont moins

favorables (*M* = 3,25).

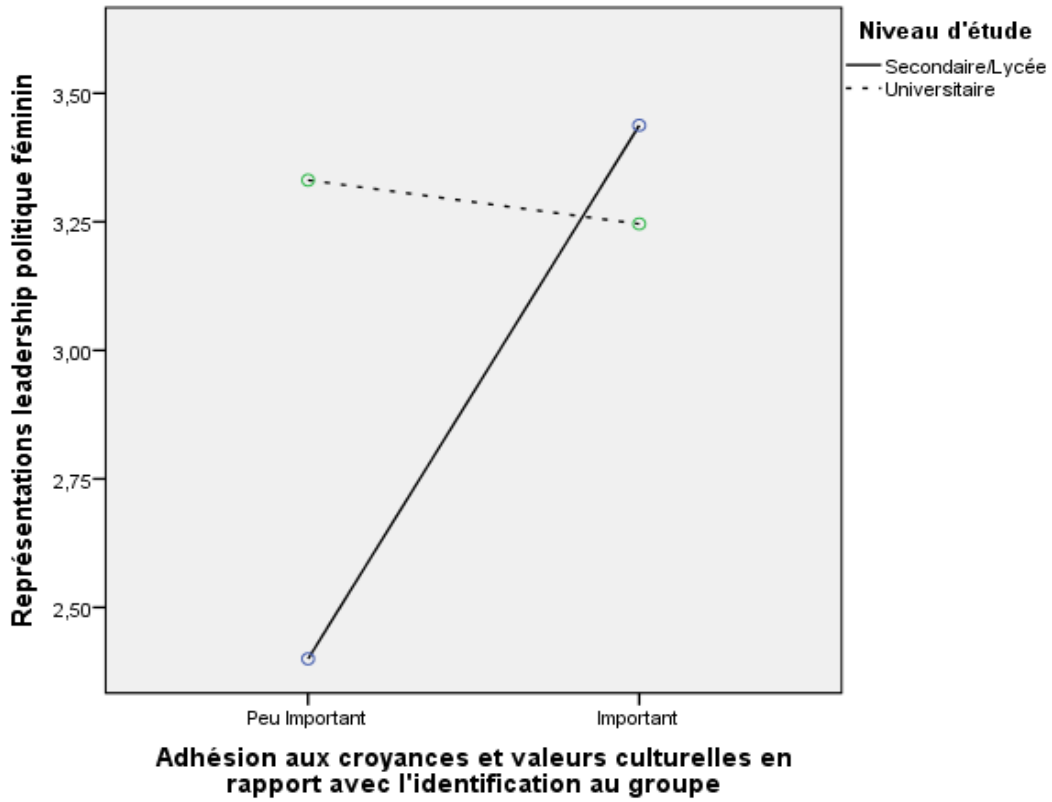


Figure 36 : Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec l'identification au groupe et le niveau d'étude

4.5.3. Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et le sentiment vis-à-vis de la politique sur les représentations du leadership politique féminin.

Les résultats révèlent une interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité/féminité et le sentiment des participants vis-à-vis de la politique, F (1, 306) = 5,37, p = .021, η^2 = .017. Notamment, les participants qui expriment une adhésion importante aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité/féminité présentent des représentations du leadership politique plus favorables (M= 3,57) ce d'autant plus qu'ils ont un sentiment positif vis-à-vis de la politique comparativement à ceux qui ont un sentiment négatif vis-à-vis de la politique (M= 3,28). Lorsqu'ils ont une faible adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité/féminité, les représentations du leadership politique féminin des participants qui ont un sentiment négatif vis-à-vis de la politique sont plus favorables (*M* = 3,26) que ceux dont le sentiment vis-à-vis de la politique est positif (*M* = 3,20).

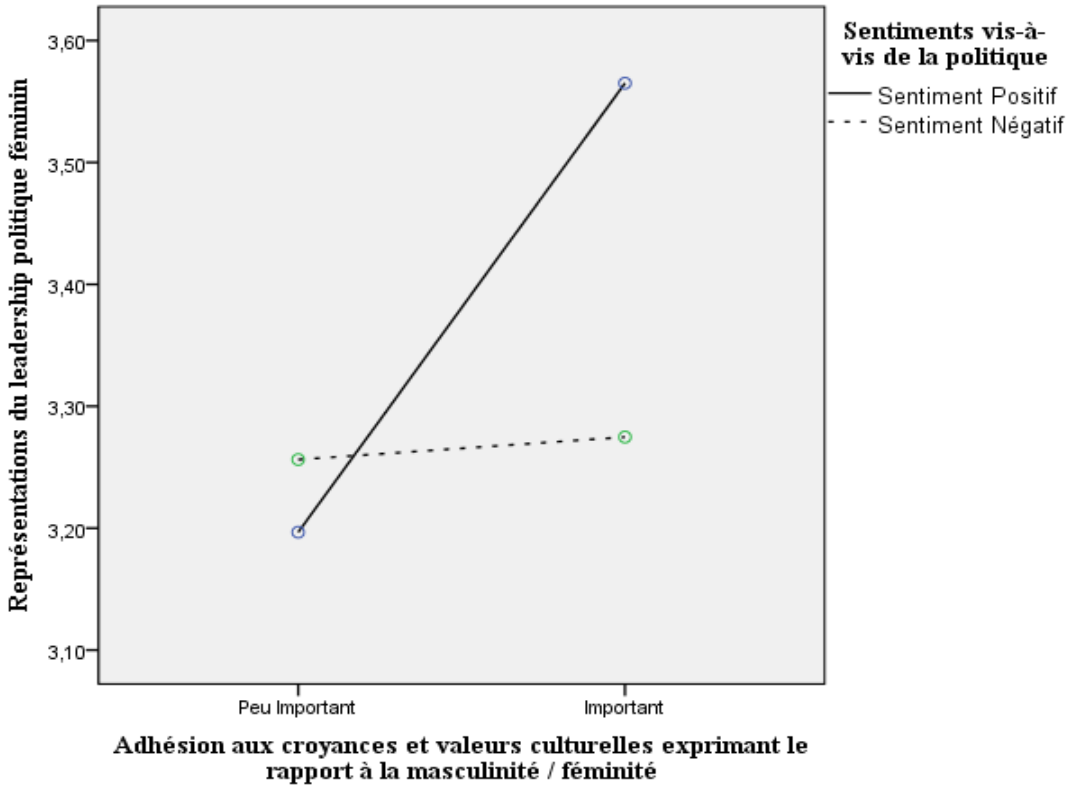


Figure 37 : Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité/féminité et le sentiment vis-à-vis de la politique sur les représentations du leadership politique féminin.

4.5.4. Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et l'expérience électorale sur les représentations du leadership politique féminin.

Les analyses montrent un effet d'interaction significatif de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité/féminité et l'expérience électorale sur les représentations du leadership politique féminin, F (1, 306) = 5,40, p = .021, η^2 = .017. Lorsque nos participants présentent une forte adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité/féminité, les représentations du leadership politique féminin sont plus favorables chez les participants qui ont une expérience électorale (M= 3,41) qu'elles ne le sont chez ceux qui n'ont aucune expérience électorale (M= 2,93). Lorsqu'ils ont une faible adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité/féminité, les représentations du leadership politique féminin sont plus favorables chez les participants qui n'ont aucune expérience électorale (M= 3,26) que chez ceux qui ont une expérience électorale (M= 3,23).

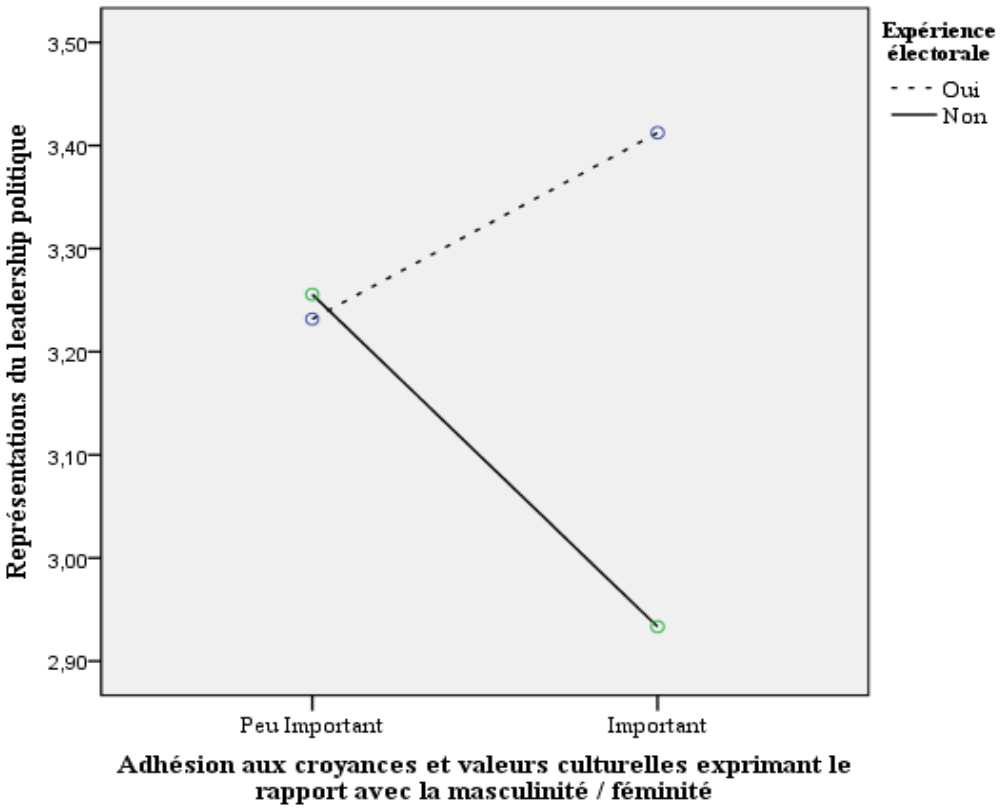


Figure 38: Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en exprimant le rapport à la masculinité/féminité et l'expérience électorale

4.5.5. Effet d'interaction entre les normes subjectives et le sexe sur les représentations du leadership politique féminin.

On observe que les représentations du leadership politique féminin varient chez les participants en fonction de leur sexe selon l'importance qu'ils accordent aux normes subjectives, F (1, 306) = 4,58, p = .033, η^2 = .015. En effet, lorsqu'ils accordent une forte importance aux normes subjectives, les participants de sexe masculin présentent des représentations du leadership politique féminin légèrement plus favorables (M = 3,28) que ceux de sexe féminin (M = 3,27). Lorsqu'ils accordent une faible importance aux normes subjectives, les représentations du leadership politique féminin des participants de sexe féminin sont plus favorables (M = 3,45) tandis que ceux des participants de sexe masculin sont moins favorables (M = 3,14).

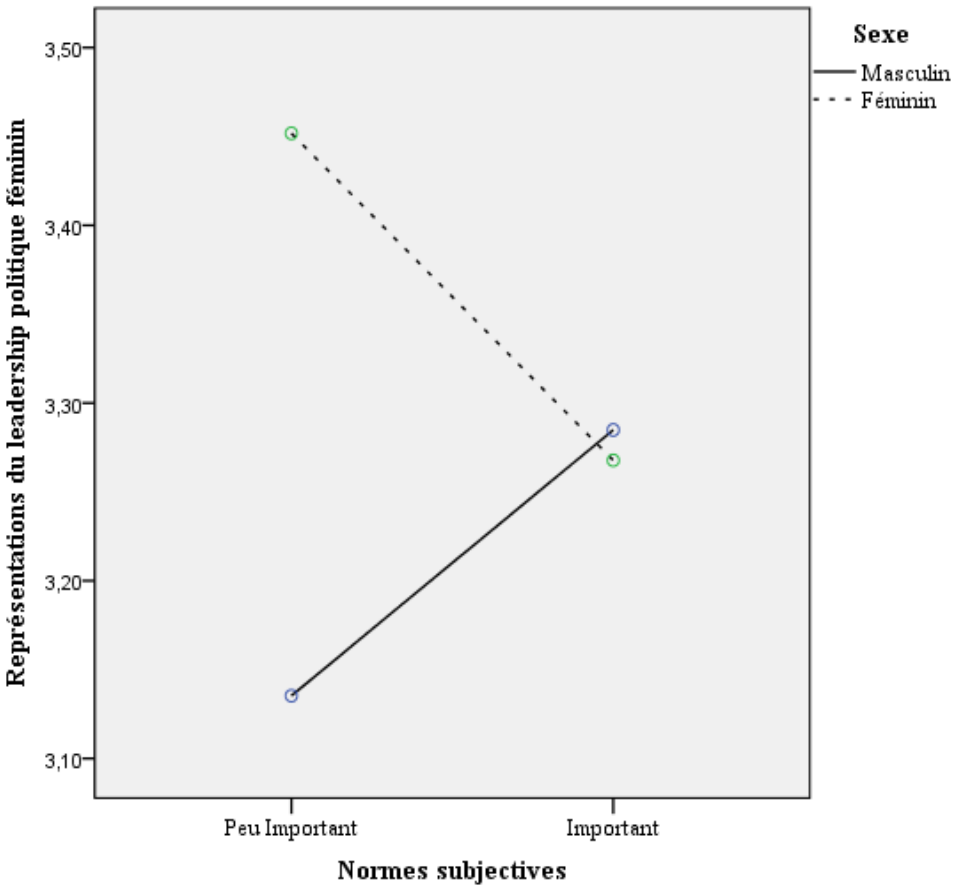


Figure 39 : Effet d'interaction entre les normes subjectives et le sexe sur les représentations du leadership politique féminin.

4.6. Synthèse des résultats des analyses d'interaction.

Tableau 36: Synthèse des analyses d'interaction

	Représentations du leadership politique féminin			
Variables sociodémographiques	*Facteurs*	*F*	*P*	*Eta²*
Sexe	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles globale	7,76	.006	.025
	Normes subjectives	4,58	.033	.015
Niveau d'étude	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe	5,76	.017	.018
Sentiment vis-à-vis de	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles	5,37	.021	.017

la politique	exprimant le rapport à la masculinité/féminité			
Expérience électorale	Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité/féminité	5,40	.021	.017

A l'issue des analyses d'interaction, on observe que les représentations du leadership politique féminin sont mieux prédites lorsqu'on associe à nos deux principales variables indépendantes (adhésion aux croyances et valeurs culturelles et normes subjectives), certaines variables sociodémographiques. Ainsi, on note par exemple que le sexe des participants, lorsqu'il est en interaction avec l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ou avec les normes subjectives, orientent significativement les représentations du leadership politique féminin des participants. En d'autres termes, l'effet des croyances et valeurs culturelles sur les représentations du leadership politique féminin n'est effectif que si l'on tient compte du sexe des participants. Et dans ce sens, on remarque que la représentation de la femme leader politique va s'appuyer plus chez les hommes que chez les femmes sur les croyances et les valeurs culturelles. A l'inverse, la prise en compte des normes subjectives dans la représentation de la femme leader politique, sera plus forte chez les femmes que chez les hommes. Lorsqu'on s'intéresse aux sous dimensions du facteur adhésion aux croyances et valeurs culturelles, on remarque quelques effets d'interaction positive. On constate notamment que l'interaction entre la sous-dimension croyances et valeurs culturelles en lien avec la masculinité/féminité, et le sentiment de nos participants vis-à-vis de la politique orientent les représentations du leadership politique féminin. Les personnes qui accordent beaucoup d'importance à cette sous-dimension et qui perçoivent la politique comme quelque chose de positif vont aussi avoir une représentation favorable de la femme leader politique. Par contre, lorsque les participants accordent moins d'importance à cette sous-dimension, ce sont ceux qui ont une perception négative de la politique qui ont une représentation favorable de la femme leader politique. On observe également le même résultat dans l'interaction entre les croyances et valeurs culturelles en lien avec la masculinité/féminité et l'expérience électorale des participants. La sous-dimension croyances et valeurs culturelles en lien avec l'identification au groupe oriente quant à elle les représentations du leadership politique féminin, lorsqu'elle est en interaction avec le niveau d'étude des participants. La représentation de la femme leader politique est plus favorable chez les participants de niveau universitaire lorsque leur degré d'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en lien avec l'identification au groupe est faible. Par contre lorsque celui-ci est élevé, c'est plutôt chez les participants de niveau secondaire/lycée que les représentations du leadership politique féminin sont les plus favorables. Les résultats de ces interactions, viennent enrichir ceux que nous avons obtenus dans le test de nos différentes hypothèses de recherches et suggèrent par

conséquent une discussion que nous menons dans le paragraphe ci-dessous.

4.7. Discussion et conclusion de l'étude 2 (France).

Discussion

Au début de cette étude, la préoccupation principale était d'analyser le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin dans le rapport entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, les normes subjectives et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Le prétexte des élections municipales et dans une certaine mesure européenne était approprié. Il nous permettait en effet de répondre à l'exigence méthodologique de l'approche préconisé par Ajzen (1985) que nous avons utilisée dans ce travail. L'importance de la culture dans la construction des rôles sociaux et dans les comportements constituait l'argument théorique sur lequel s'est appuyée cette deuxième étude (Eagly & Diekman 2000 ; Fiske, 2008 ; Doutre, 2009). Au terme de l'analyse de nos hypothèses de recherches, on remarque que l'importance et l'effet des croyances et valeurs culturelles, des normes subjectives sur les représentations du leadership politique féminin et sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin sont relatifs.

L'intention de vote en faveur du leadership politique féminin : le rôle des croyances et valeurs culturelles et des normes subjectives

Rappelons que l'intention représente la motivation de la personne à réaliser (ou non) un comportement. Cela est défini par Ajzen et Fishbein (1975, 1980) comme la perception de la probabilité d'une personne à adopter un comportement donné. Implémenter une intention signifie permettre à une personne d'anticiper les conditions dans lesquelles elle pourra agir et ce qu'elle pourra faire précisément. Cette anticipation est donc comme une sorte de préparation mentale qui va rendre accessible l'exécution du comportement associé au but intentionnel (Shankland & Verlhiac, 2013). Dans ce cadre conceptuel, l'intention peut donc être définie comme la fermeté avec laquelle une personne souhaite s'engager dans un comportement visé (Lagabrielle, Vontron & Pouchard, 2008). En ce qui concerne la volonté des participants français de voter pour une femme à une position de leader politique dans le cadre des élections municipales de 2014, les résultats issus de nos analyses indiquent que les croyances et valeurs culturelles, ainsi que les normes subjectives, sont des variables à prendre en considération. Dans cette étude 2, nous considérons les normes subjectives et l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles comme deux variables culturelles qui traduisent non seulement le rapport au groupe, mais aussi le rapport à l'objet de notre étude qui se

base sur la répartition sociale et culturelle des rôles en fonction du genre. C'est ainsi que les normes subjectives issues des croyances normatives renvoient aux attentes de l'individu concernant les personnes et groupes de référence qui approuveront ou désapprouveront le vote en faveur d'une femme comme leader politique. Ces normes subjectives sont évaluées par la motivation de l'individu à se conformer à ces attentes (Letirand & Delhomme, 2006). De la même façon, l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles concerne les valeurs et croyances portées par le groupe et se dégage en deux sous-dimensions portant respectivement sur le degré d'identification au groupe et le rapport aux questions liées aux rôles de sexe. Cette adhésion aux croyances et valeurs culturelles est évaluée à travers la fréquence de la pratique des activités liées soit à l'identification au groupe (Ngeutsa, 2012), soit au rapport avec la masculinité / féminité (Hostede, 2005).

En effet, la motivation de nos participants à se conformer aux positions des référents (membres de la famille, groupe politique, communauté religieuse, les autres électeurs) orientent leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin. L'impact de ces référents dans la socialisation politique des individus peut grandement éclairer les résultats que nous avons obtenus. La famille par exemple d'après une étude de Kouamen (2009) est en France le premier espace de socialisation politique des individus. Elle est une instance potentielle de mobilisation qui peut se relever particulièrement efficace en période électorale. C'est en son sein que se fait la socialisation initiale et se transmettent durablement les repères sociaux (les rôles de genre par exemple), politiques et les préférences idéologiques (Braconier & Dormagen, 2007). La socialisation politique n'est sans doute jamais mieux assurée que dans un microenvironnement qui donne du sens et cristallise l'intérêt pour la chose publique. Aussi, comme l'a relevé Kouamen (2009, p.49) : « la famille reste l'une des institutions qui puissent encore assurer la diffusion du message électoral et opérer les jours du scrutin sur ses membres la mobilisation par le mode quasi-physique sur les plus indifférents ». D'après une étude de Braconnier et Dormagen (2007), c'est d'abord dans le cadre familial que les plus politisés exercent leur capacité d'influer sur ceux qui le sont moins. Le milieu professionnel comme le souligne ces auteurs, est dans la plupart des démocraties européennes, un espace de politisation qui a favorisé la mobilisation chez les ouvriers et les employés compensant ainsi la carence de leur politisation liée à leur faible niveau d'études. L'influence des normes subjectives se traduit aussi par celle des membres de la communauté religieuse. Comme le souligne Boulard (1965) repris par Kouamen (2009, p.58) :

« Il y a une corrélation entre la régularité aux offices religieuses et la participation électorale, plus précisément ; il y apparaît une forte corrélation entre la pratique de la messe dominicale et la participation électorale. En effet, plus la pratique de la messe dominicale est régulière plus forte est la participation électorale, tel qu'il apparaît dans les ''pays chrétiens'' ».

L'adhésion aux croyances et valeurs culturelles répond au besoin de l'individu d'appartenir à

un groupe. En effet selon Tajfel et Turner (1986), l'appartenance à un groupe produit des effets considérables sur la manière dont les gens se définissent, définissent le monde et s'y conduisent. C'est ainsi qu'on observe que dans nos résultats cette variable prédit significativement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. S'il est vrai que l'appartenance groupale en général peut être plus valorisée dans certaines cultures que dans d'autres, il n'en demeure moins vrai qu'elle reste une motivation centrale pour tous les groupes (Fiske, 2008). Se sentir appartenir à une catégorie est subjectivement très marquant et sert ainsi un enjeu identitaire (Oberlé, 2013). La catégorisation sociale des individus selon le genre et l'assignation de rôles et de statuts différents aux membres des deux catégories sont deux aspects fondamentaux de l'organisation d'une culture (Idrissi & Barbu, 2013). Dans cette logique, la simple connaissance de son genre et la connaissance des rôles, des statuts et des valeurs qui y sont attachées va orienter les comportements de l'individu. Nous avons ainsi vu dans nos résultats que l'adhésion de nos participants aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité / féminité orientait positivement leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin. Ce résultat est cohérent avec les travaux de Hofstede (2005) qui indiquait que la France est un pays où la culture dominante est féminine, donc potentiellement plus ouvert au leadership politique féminin. Pourtant, Doutre (2007) montrait dans une recherche portant sur Ségolène Royale, que l'échec de cette dernière à l'élection présidentielle de 2007 serait dû au fait qu'elle était trop féminine. On peut donc penser que plus les enjeux des élections sont importants (élections présidentiel, législative), moins l'orientation féminine de la culture française semble être favorable au leadership politique féminin. Le rapport à la masculinité / féminité mérite d'être pris en compte à l'effet de favoriser l'émergence du leadership politique féminin. Cependant cette démarche devra tenir compte de l'âge des individus puisque nos résultats montrent que le rapport à la masculinité / féminité varie de manière significative avec l'âge des participants. Les participants moins jeunes notamment accordent moins d'importance à cette variable. De même, le niveau d'étude est une variable importante à prendre en compte et les individus qui ont un niveau d'étude secondaire /lycée doivent être considérés comme la première cible.

L'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et des normes subjectives sur les représentations du leadership politique féminin : le rôle modérateur des variables sociodémographiques.

Les résultats nous ont montré que les représentations du leadership politique féminin ne varient pas significativement avec l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ou avec les normes subjectives. De plus, on note que contrairement à l'étude 1, les représentations du leadership politique féminin ne médiatisent ni l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs

culturelles, ni celui des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Cependant, on remarque que certaines variables sociodémographiques modèrent l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ou des normes subjectives sur les représentations du leadership politique féminin. Le sexe des participants modère l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ainsi que celui des normes subjectives sur les représentations du leadership politique féminin. Ainsi, les représentations du leadership politique féminin sont plus favorables chez les hommes lorsque ceux-ci accordent une forte importance aux croyances et valeurs culturelles. Ces représentations sont également fortes chez les femmes, lorsqu' elles ont une faible adhésion aux croyances et valeurs culturelles. Mokounkolo (2006, p.4) précise que :

« Diverses recherches indiquent une plus forte tendance des femmes à se montrer en général plus attachées aux valeurs traditionnelles (…) et ce quel que soit leur âge *(*Bréchon, 2000 ; Milan-Game, 2000*)*. Dans ce sens, Berry, Poortinga, Segall et Dasen (2002) estiment que cette situation peut être interprétée comme le signe de la persistance dans toutes les sociétés d'un clivage entre les valeurs des hommes et celles des femmes ».

Dans cette logique, on pourrait donc penser au vu de nos résultats que les valeurs et croyances auxquelles les hommes accordent une grande importance n'ont pas la même importance pour les femmes (Bréchon, 2001). De plus, il est possible dans le contexte de notre étude, que ces femmes expriment l'envie de s'écarter des croyances et valeurs culturelles qui quoique favorables au leadership politique féminin, ne répondraient pas aux vrais problèmes de la participation politique des femmes. On constate que seules les valeurs et croyances en rapport avec l'identification au groupe sont positivement liées aux représentations du leadership politique féminin en fonction du sexe. Cette sous dimension même si elle est importante pour les hommes et les femmes, n'impactent pas leurs représentations du leadership politique féminin de la même manière. Par ailleurs, la faible importance que les femmes accordent aux croyances et valeurs culturelles en lien avec l'identification au groupe et surtout son impact sur leurs représentations du leadership politique féminin, pourraient suggérer que ces croyances soient plutôt perçues par les femmes comme une démarche bienveillante. En effet, le sexisme bienveillant (par opposition au sexisme hostile) implique une vision paternaliste des rapports entre sexe, et pourrait être une piste d'explication des attitudes ambivalentes des hommes et des femmes vis-à-vis du leadership politique féminin. Des auteurs (Dardenne, Dumont & Bollier, 2007 ; Dumont, Sarlet & Dardenne, 2010 ; Becker & Wright, 2011) relèvent que l'acceptation des traits positifs associés aux femmes décrits par le sexisme bienveillant les conduit à accepter plus volontiers des positions subordonnées en diminuant leur motivation à vouloir lutter contre les discriminations liées au genre. De plus, le sexisme bienveillant est associé à l'émergence chez les femmes d'un sentiment d'incompétence qui

nuirait à leurs performances. Or, nos résultats suggèrent plutôt que les françaises semblent à travers leurs représentations du leadership politique féminin, prendre leur distance par rapport à ce sexisme bienveillant. Ces représentations peuvent être considérées comme le fruit du niveau d'instruction de nos participants dont la plupart ont un niveau d'étude universitaire. Selon Kouamen (2009), en reproduisant la structure de la distribution du capital culturel, l'école perpétue la disparité des niveaux de politisation et des dispositions à voter. Les inégalités scolaires fonctionnent comme une censure électorale, d'autant plus efficace qu'elle est cachée. De plus, l'intérêt accordé aux questions politiques (Kouamen, 2009) et dans une certaine mesure aux questions de genre augmenteraient avec le niveau d'instruction. Dans cette logique, on peut estimer que du fait du niveau d'étude (en moyenne universitaire) nos participantes semblent mieux informer des questions politiques et des questions portants sur le genre. De ce fait, les femmes semblent d'après nos résultats vouloir signifier qu'elles ne se contentent plus des strapontins politiques et veulent accéder à un véritable leadership politique. Dans ces conditions, on comprend dès lors que l'égalité femmes-hommes (surtout en politique) ne peut se construire sans un long travail de prise de conscience des femmes, comme des hommes, de leurs attitudes et de leurs comportements. Ce long travail semble se situer au niveau des constructions mentales que nos participants ont du rôle de la femme et de l'homme en politique, surtout quand il est question de leadership. Même si nos résultats ne nous ont pas montré un effet direct des croyances et valeurs culturelles sur les représentations du leadership politique féminin, rappelons que celle-ci est un lieu privilégié de rencontre entre une dimension idéologique et une dimension praxéologique c'est-à-dire celle liée aux pratiques sociales (Navarro Carrascal, 2009). En effet, les représentations du leadership politique féminin sont doublement affectées : d'un côté par des contraintes normatives propres au groupe d'appartenance (valeurs, histoire et mémoire collective), et d'un autre côté par des contraintes situationnelles déterminées non seulement par le cadre physique et matériel, mais aussi par la position sociale des individus et par l'ensemble des conduites préconisées. Et comme le dit Navarro Carrascal (2009, p.8) : « Cette caractéristique de se situer entre les dimensions idéologique et comportementale fait que les représentations sociales constituent une sorte de "synthèse sociocognitive" ».

Conclusion

En dépit du fait qu'elles ne soient pas prédites directement par les normes subjectives ou par l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, les représentations du leadership politique jouent un important rôle dans la compréhension des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les représentations du leadership politique féminin garantissent la stabilité des constructions sociocognitives, notamment dans son volet lié à l'idéologie. Les pratiques, quant à

elles, permettent l'actualisation des représentations sociales dans le contexte social et, éventuellement, leur transformation. De par le fait que l'on reconnaisse le caractère normatif des représentations sociales, fortement lié aux normes sociales et plus largement aux croyances sur les faits sociaux, les représentations sociales constituent des guides pour l'action (Abric 1994). En effet, puisque les sujets cherchent à s'identifier positivement à leur groupe, les représentations sociales jouent en conséquence un rôle dans la prescription des pratiques. De ce fait, nous pouvons dire que les représentations sociales orientent les actions et leur donnent du sens, le sens accepté par le cadre socioculturel. Cependant, pour mieux cerner le rôle des représentations du leadership politique féminin dans l'orientation des actions nos résultats suggèrent la prise en compte de certaines variables sociodémographiques comme le sexe, le niveau d'étude ou l'expérience électorale.

5. Comparaison résultats étude 2, Cameroun / France.

Les analyses que nous avons menées au Cameroun et en France sur le leadership politique féminin, ont permis d'observer dans les deux pays un certain nombre de similitudes, mais aussi de différences. Les différentes comparaisons sont présentées dans les figures et le tableau ci-dessous :

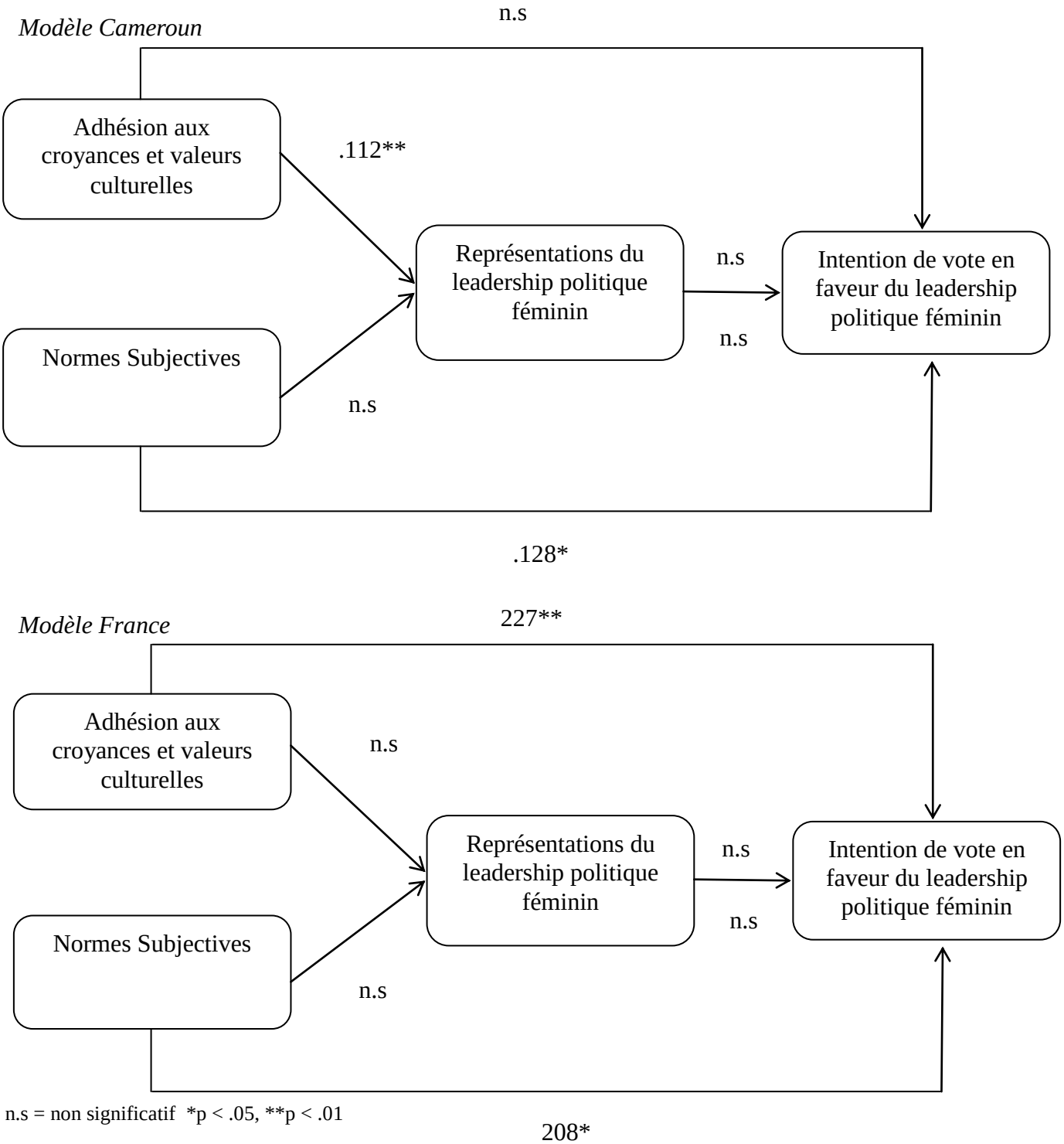


Figure 40 : Résultats Etude 2 Cameroun / France

Tableau 37 : Comparaison Cameroun / France, étude 2.

	Résultats	
	Cameroun	*France*
H1 : Adhérer fortement aux croyances et valeurs culturelles prédit des représentations du leadership politique féminin favorables.	*.112***	*n.s*
H2 : Adhérer fortement aux croyances et valeurs culturelles prédit des intentions de vote favorable au leadership politique féminin.	*n.s*	*.227***
H3 : Une forte motivation à se conformer aux normes subjectives prédit des représentations du leadership politique féminin favorables.	*n.s*	*n.s*
H4 : Une forte motivation à se conformer aux normes subjectives prédit des intentions de vote favorables au leadership politique féminin.	*.128**	*.208**
H5 : Il y a médiation de l'effet de l'adhésion aux croyances et aux valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin.	*n.s*	*n.s*
H6 : Il y a médiation de l'effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin.	*n.s*	*n.s.*

Les figures et le tableau ci-dessus permettent de relever que l'adhésion aux croyances et aux valeurs culturelles jouent un rôle important dans l'orientation des représentations du leadership politique féminin et des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. On observe que l'effet de ces croyances et valeurs culturelles n'est pas le même au Cameroun qu'en France. Si au Cameroun l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles a un effet positif sur les représentations du leadership politique féminin, en France cette variable n'a pas d'effet sur les représentations du leadership politique féminin. Elle a plutôt un effet positif sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Pour les camerounais, pratiquer fréquemment les activités liées aux croyances et valeurs culturelles permet de construire une représentation du

leadership politique féminin favorable. L'objet leadership politique féminin étant au Cameroun un objet émergent et en construction, va mobiliser des éléments liés aux croyances, aux valeurs et aux pratiques culturelles. La société camerounaise étant malgré les influences d'autres cultures très collectiviste, les croyances et les valeurs culturelles liées à l'identification au groupe ou au rapport à la masculinité / féminité, sont susceptibles plus qu'ailleurs d'orienter les représentations de la femme leader politique. Ainsi, au Cameroun, les croyances et valeurs culturelles composent donc les éléments consensuels des représentations du leadership politique féminin. Ces représentations prennent en compte à la fois les éléments liés à l'identification au groupe, mais aussi les éléments culturelles qui au sein du groupe définissent le rôle de l'homme et de la femme. De leur côté, les participants français ont des représentations du leadership politique féminin qui ne sont pas corrélées aux croyances et aux valeurs culturelles. Comparativement au Cameroun, on peut objectivement penser que en France, l'objet leadership politique féminin est moins un objet nouveau ou encore un objet en construction. De ce fait et comparativement au Cameroun, il mobilise peu de croyances et de valeurs culturelles. Par contre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles des participants français orientent les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les participants français dans leur intention d'accorder leur suffrage à une femme pour une position de leader en politique vont s'appuyer sur les croyances et valeurs culturelles qui définissent à la fois leur identification au groupe et leur rapport à la masculinité / féminité. L'importance qu'ils accordent à ces croyances et valeurs culturelles orientent positivement leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin. On observe donc chez nos participants camerounais et français un effet différent de l'importance accorder aux croyances et valeurs culturelles. Si pour les premiers l'effet est plutôt positif sur les représentations de la femme leader politique, pour les seconds, l'effet est plutôt positif sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Toutefois, on a observé que chez les participants camerounais, le fait de prendre en compte l'expérience électoral, modérait l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Les normes subjectives, et notamment la motivation à se conformer aux positions des référents semblent au Cameroun comme en France avoir le même effet sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des participants. Rappelons que les normes subjectives pour les deux pays n'a pas d'effet sur les représentations du leadership politique féminin. C'est dire que l'importance accorder aux positions des référents par rapport au leadership politique féminin et la motivation à s'y conformer, ne constituent pas pour nos participants un objet consensuel, central qui module la représentation de la femme leader politique. Par contre, il impacte positivement les intentions de porter son choix sur une candidature féminine comme leader en politique. Au Cameroun comme en France, la famille, les collègues, les membres de sa communauté religieuse,

sont autant de source d'influence de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin. Dans une proportion significative, les camerounais et les français prennent en compte les positions des personnes qu'ils considèrent comme référents, lorsqu'il est question de la présence des femmes à des positions de leader en politique.

Les représentations du leadership politique féminin au Cameroun comme en France, ne jouent pas un rôle médiateur sur l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ou des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. On observe néanmoins que les représentations du leadership politique féminin au Cameroun sont corrélées positivement aux deux sous-dimensions de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles. Seulement cette corrélation ne suffit pas à positionner cette variable comme médiateur du lien entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Les normes subjectives au Cameroun n'étant pas corrélées aux représentations du leadership politique féminin, celles-ci ne pouvait médiatiser l'effet de celles-là sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En France, on n'a observé aucune corrélation entre les représentations du leadership politique féminin, l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles et les normes subjectives. Dans ce contexte, il était logique que l'on n'observe aucun effet de médiation. Cependant, contrairement au Cameroun, les résultats en France ont pu relever plusieurs effets de modération. Ainsi on a pu observer des effets d'interaction entre certaines variables sociodémographiques et l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles d'une part et les normes subjectives d'autre part, sur les représentations du leadership politique féminin. L'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ou des normes subjectives sur les représentations du leadership politique féminin des participants français est significatif quand on tient compte par exemple de leur sexe, de leur niveau d'étude ou de leur expérience électorale. Alors que sans la prise en compte de ces variables sociodémographiques dans l'analyse, on n'observait pas d'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles ou des normes subjectives sur les représentations du leadership politique féminin des participants français. Au final, le modèle de cette deuxième étude présente beaucoup de ressemblance au Cameroun et en France, même si quelques spécificités intéressantes se dégagent des deux contextes.

Chapitre 9 : Effet du contrôle comportemental perçu sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (Etude, 3).

Introduction

La théorie du comportement planifié développée par Ajzen (1991) et qui a été utilisée par beaucoup de chercheurs dans leurs travaux (Taylor & Todd, 1995 ; Riemenschneider, Harisson & Mykytyn, 2002; George, 2004 ; Hsieh, Rai & Keil, 2008) a permis de compléter la théorie de l'action raisonnée (Ajzen & Fishbein, 1980). La théorie de l'action raisonnée en effet ne tenait pas compte du rôle des variables qui limitent la liberté individuelle dans l'exécution d'un comportement souhaité. La théorie du comportement planifié aura donc pour objectif de corriger les manquements de la théorie de l'action raisonnée. Selon la théorie du comportement planifié les décisions précédant un comportement donné résultent d'un processus cognitif et émotionnel dans lequel le comportement est indirectement influencé par l'attitude envers l'action, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu (Ajzen, 1991). Le contrôle comportemental perçu est la nouveauté majeure de la théorie du comportement planifié. Il joue un rôle important dans la mesure où l'individu est contraint dans son comportement (capacité limitée, temps limité, environnement, etc.), ce qui au final influence son intention d'agir.

1. Problématique et Hypothèses, étude 3.

Selon Dépret (1996), le contrôle réfère à l'action de maîtriser l'environnement. Ainsi, percevoir du contrôle sur un événement de l'environnement, c'est avoir le sentiment de disposer d'une réponse comportementale qui modifie la probabilité d'occurrence de l'événement dans le sens désiré par l'acteur, et exercer le contrôle, c'est émettre effectivement une telle réponse comportementale. Contrôler c'est donc imprimer sa propre volonté sur l'environnement, agir efficacement pour produire des effets désirés. Cependant, les comportements des individus ne sont pas toujours sous leur contrôle (Ajzen, 1985 ; 2002). Certains facteurs peuvent faciliter ou au contraire empêcher la réalisation d'une intention de comportement ou d'un comportement, surtout lorsqu'on s'intéresse au comportement électoral. Ainsi, l'intégration du concept de contrôle dans l'étude du comportement électoral, notamment quand il est question de la présence d'une femme à une position de leader politique, semble plus que pertinent. En effet, d'après de nombreuses observations empiriques et longitudinales des données statistiques sur les questions de comportement électoral, il apparaît clairement que certains paramètres électoraux influencent de manière différentielle la participation électorale (Kouamen, 2009). Ces paramètres impliquent des

facteurs qui peuvent être propres au scrutin ou au contexte politique dans lequel la consultation électorale s'inscrit. Ces facteurs peuvent favoriser ou alors entraver la réalisation de l'intention de comportement électoral. Il s'agit d'éléments, endogènes (les raisons personnelles) et (ou) exogènes (les éléments de la situation) à l'individu, pouvant faciliter ou empêcher la production du comportement (Ajzen, 2002). L'individu va donc percevoir les ressources/opportunités dont il dispose mais également anticiper les obstacles éventuels, grâce à une bonne connaissance des compétences dont il a besoin s'il s'engage dans ce comportement (Kefi, 2010).

Dans ce contexte, nous postulons que la perception qu'ont les individus du contrôle qu'ils pensent avoir sur le fait de porter leur choix ou non sur une femme à une position de leader politique va prédire leur intention de comportement électoral (HG). Plus concrètement, plus la perception du contrôle comportemental est élevée, plus les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin seront favorables (H1). Dans la précédente étude (étude 2), nous avons pu remarquer que l'expérience électorale (le fait d'avoir déjà voté au moins une fois) avait pour conséquence de réduire l'effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Or l'expérience électorale pourrait donner à l'individu une certaine familiarité avec le comportement électoral. On pourrait donc penser que fort de cette « habitude électorale », la perception de contrôle du comportement électoral de nos participants de même que leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin en soient particulièrement impactées (Hernadez, Goulet & Lampron, 2005). Ainsi, nous faisons l'hypothèse selon laquelle il y aura modération de l'effet du contrôle comportemental perçu sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin (H2). En d'autres termes, une perception élevée de contrôle comportemental entraine une intention de vote favorable au leadership politique féminin ce d'autant plus que le participant a une expérience électorale élevée. La figure ci-dessous résume les deux hypothèses de l'étude 3.

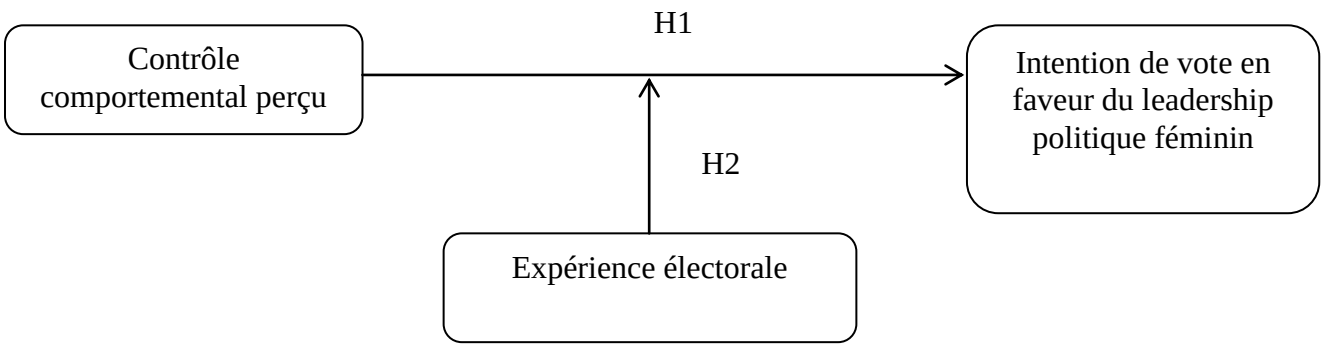


Figure 41: Hypothèses Etude 3.

2. Méthodologie.

2.1. Matériels et procédures.

Comme pour les deux précédentes études, les données de l'étude 3 ont été recueillies auprès des mêmes participants par le biais d'un questionnaire composé de deux échelles de type Likert en 5 points. Les participants sont invités au cours d'un entretien semi directif à répondre à des questions ouvertes qui ont servi ensuite à construire un questionnaire suivant la méthodologie proposée par Ajzen (1985). L'analyse factorielle a permis de dégager les principaux facteurs les plus pertinents.

2.2. Mesure du contrôle comportemental perçu.

Grâce aux entretiens semi directif, nous avons pu identifier les croyances de contrôle qui sont basées sur les expériences antérieures et sur les informations que l'individu reçoit des ressources externes. Ensuite dans un questionnaire, nous avons mesuré sur une échelle en cinq points (1 = *Pas du tout d'accord* ; 5 = *Tout à fait d'accord*) la force ou l'impact des facteurs de contrôles dans la réalisation de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin. Exemples d'items : « *La rareté des candidatures féminines pourraient être des obstacles à une plus grande présence des femmes à des positions de leader en politique (Pas du tout D'accord ; Tout à fait D'accord)* ».

2.3. Mesure de l'expérience électorale.

L'expérience électorale est mesurée par le biais d'une question fermée avec quatre propositions de réponse (*Diriez-vous que depuis que vous êtes en âge de voter, vous avez voté : A toutes les élections ; A presque toutes les élections ; A quelques-unes ; A aucune*). Dans le traitement des données recueillies, cet item a été dichotomisé en *OUI* pour ceux qui ont déjà pris part au moins une fois à un scrutin électoral et *NON* pour ceux qui n'y ont jamais pris part. L'échelle des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin est la même que celle des études 1 et 2.

2.4. Validation des échelles et résultats.

2.4.1. Validation de l'échelle du contrôle comportemental perçu.

Au Cameroun

L'analyse en composante principale indique que cette échelle se compose d'une structure unidimensionnelle de trois (03) items (α = .68). Plus le score est élevé, plus le facteur concerné est perçu comme un élément important de contrôle de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin.

En France.

L'échelle de contrôle comportemental perçu en France présente une structure unidimensionnelle constituée de quatre items (4) items (α = .63). Le score à l'échelle est obtenu en faisant la moyenne des scores de la dimension. Plus le score est élevé, plus le facteur concerné est perçu comme un élément important de contrôle de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin.

Tableau 38: Consistance interne des échelles de l'étude 3.

Echelles	Cameroun	France
	α	α
Contrôle comportemental perçu	.68	.63
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	.72	.75

3. Les résultats de l'étude 3 (Cameroun).

Pour tester l'hypothèse de l'effet du contrôle comportemental perçu sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, nous menons une analyse de régression sur les variables continues. Pour tester l'hypothèse de modération de l'effet du contrôle comportemental perçu sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par l'expérience électorale, nous conduisons des analyses d'interactions. Afin de mener convenablement nos différentes analyses, intéressons-nous à présent aux corrélations entre les variables dont les résultats sont présentés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 39 : Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 3, Cameroun.

	Facteurs	1	2
1	Contrôle comportemental perçu	1	-.040
2	Intention de vote en faveur du leadership politique féminin	-.040	1
	Moyenne	2,40	3,41
	Ecart-type	1,03	1,10

Les résultats des analyses de corrélations montrent qu'il n'y a pas de corrélation significative entre les deux variables en jeu dans cette étude. Nous pouvons d'ores et déjà conclure que les hypothèses que nous avons formulées pour cette étude ne sont pas confirmées.

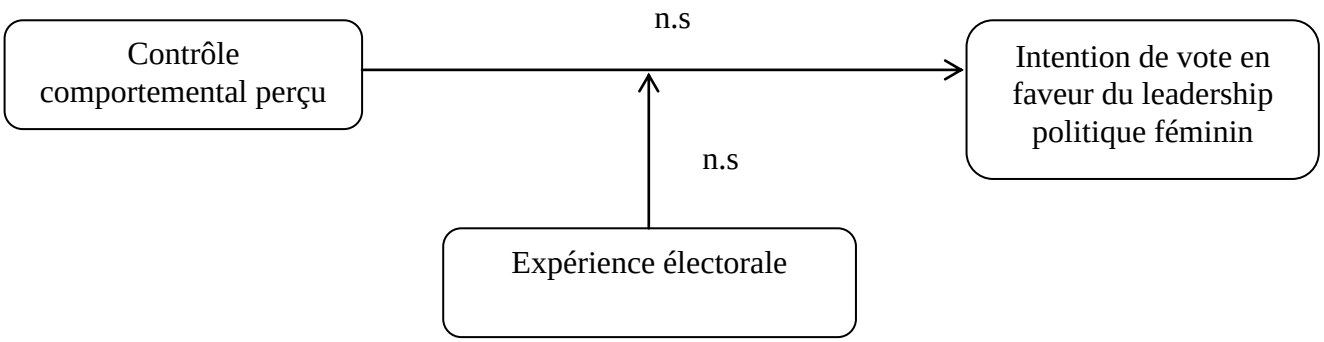


Figure 42 : Résultats étude 3, Cameroun

La figure ci-dessus illustre les résultats de l'étude 3, Cameroun. Par ailleurs, nous ne présentons ici aucune analyse sur les variables sociodémographiques car aucune d'entre elles n'a un effet significatif sur le contrôle comportemental perçu.

4. Discussion et conclusion de l'étude 3 (Cameroun).

Au vu de ces résultats, on peut conclure que l'étude 3 et par conséquent le modèle général de cette étude ne va pas dans le sens de nos prédictions. Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des participants camerounais ne sont pas prédites par le contrôle comportemental perçu. Plus concrètement, la faiblesse de communication autour des candidatures féminines ou l'absence de transparence dans les résultats des élections sont des facteurs qui pour nos participants

ne sont pas de nature à faciliter ou à entraver leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin. Par ailleurs, prendre en compte l'expérience électorale de nos participants, contrairement à ce qu'indique la littérature (Ajzen, 2002 ; Kefi, 2010) n'a aucun effet sur la relation entre le contrôle comportemental perçu et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Le contrôle comportemental perçu apparaît donc comme un construit multifacettes dont l'influence sur le comportement ne peut être appréciée à partir d'une seule facette.

5. Les résultats de l'étude 3 (France)

Pour mener nos différentes analyses nous vérifions d'abord que nos différentes variables sont corrélées entre elles. Les résultats sont présentés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 40 : Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 3, France.

	Facteurs	1	2
1	Contrôle comportemental perçu	1	-.019
2	Intention de comportement électoral	-.019	1
	Moyenne	3,70	4,17
	Ecart-type	.75	.73

L'analyse de corrélation indique que le contrôle comportemental perçu et l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin des participants français ne sont pas corrélés. Dans cette logique, les hypothèses 1 et 2 ne sont pas confirmées. En clair, pour les participants français, le manque d'intérêt croissant des français pour la politique ou la faiblesse de la communication autour des candidatures féminines ne constituent pas des facteurs pouvant empêcher de manière significative la réalisation de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin.

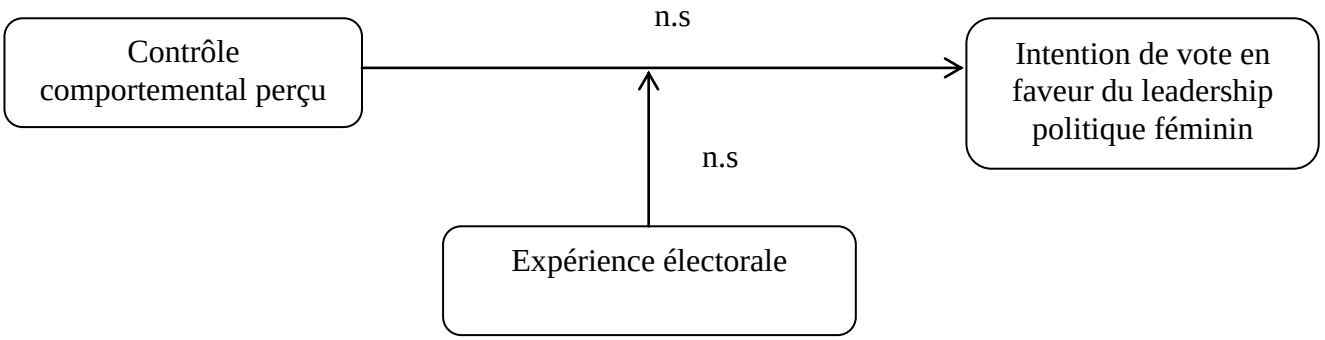


Figure 43 : Résultats étude 3, France

On observe cependant quelques variations significatives du contrôle comportemental perçu en fonction de quelques variables sociodémographiques.

5.1. L'effet des variables sociodémographiques sur le contrôle comportemental perçu, étude 3 (France)

Les résultats des analyses indiquent que le contrôle comportemental perçu varie de manière significative avec le niveau d'étude, le sentiment vis-à-vis de la politique, le sentiment de proximité avec un groupe politique et avec l'expérience électorale.

5.1.1. L'effet du niveau d'étude

Le contrôle comportemental perçu des participants français varie significativement avec le niveau d'étude, $F(1,336) = 3,989$; $p = .047$. Les participants de niveau d'étude universitaire accordent plus d'importance aux facteurs évoqués (M= 3,72 ; ET= .71) que les participants de niveau d'étude secondaire/Lycée (M= 3,36 ; ET= 1,16).

5.1.2. L'effet du sentiment vis-à-vis de la politique

Le contrôle comportemental perçu des individus varie de manière significative avec leur sentiment vis-à-vis de la politique, $F(1,308) = 4,265$; $p = .040$. Les participants qui ont un sentiment négatif vis-à-vis de la politique, accordent plus d'importance aux facteurs susceptibles d'impacter le contrôle comportemental (M= 3,76 ; ET= .70), comparativement aux participants qui ont un sentiment positif vis-à-vis de la politique (M= 3,57 ; ET= .83). Le manque d'intérêt pour la politique des français et la faiblesse de la communication autour des candidatures féminines entrave plus les intentions de vote des participants qui expriment un sentiment positif vis-à-vis de la politique que ceux qui expriment un sentiment négatif.

5.1.3. L'effet du sentiment de proximité avec un groupe politique

Les résultats des analyses montrent que le contrôle comportemental perçu des français varie significativement avec leur sentiment de proximité avec un groupe politique, $F(1,308) = 11,778$; $p = .000$. Plus clairement, on observe que les participants qui se sentent proches de la Gauche accordent moins d'importance aux facteurs qui traduisent le contrôle comportemental perçu (M = 3,49 ; ET = .79 ; HSD = -.55 ; $p = .000$) que ceux qui se sentent proche de la Droite (M = 4,05 ; ET

= .50) ou du Centre (M = 3,91 ; ET = .44 ; HSD = -.416 ; *p* = .010).

5.1.4. L'effet de l'expérience électorale

Le contrôle comportemental perçu varient de manière significative avec l'expérience électorale des participants, *F*(1,308) = 11,764 ; *p* = .001. Les participants qui n'ont aucune expérience électorale sont aussi ceux qui accordent une grande importance aux facteurs liés au contrôle comportemental perçu (M = 4,10 ; ET = .69), comparativement aux participants qui ont déjà une expérience électorale (M = 3,65 ; ET = .74).

6. Discussion et conclusion de l'étude 3 (France)

Au final, nos hypothèses pour les participants français ne sont pas confirmées. Les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin ne s'explique ni par le contrôle comportemental perçu, ni par l'interaction entre le contrôle comportemental perçu et l'expérience électorale. Il est possible que le manque d'intérêt pour la politique des français et la faiblesse de la communication autour des candidatures féminines par exemple semblent ne pas être suffisamment déterminant pour orienter les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Ces intentions ne sont pas non plus déterminées par l'interaction entre le contrôle comportemental et l'expérience électorale. Pourtant, on remarque que les participants français qui n'ont aucune expérience électorale montrent une perception plus élevée de contrôle sur les facteurs susceptibles d'entraver leurs intentions de vote, comparativement aux participants qui ont déjà une expérience électorale. Il est fort probable que l'habitude électorale (Hernadez, Goulet & Lampron, 2005) ait plutôt entrainé chez les participants une sorte de réticence vis-à-vis des intentions en faveur du leadership politique féminin. En outre, le contrôle comportemental perçu varie significativement avec le niveau d'étude, le sentiment vis-à-vis de la politique, le sentiment de proximité avec un groupe politique. Ces variables peuvent permettre de mieux cerner le contrôle comportemental perçu, qui mérite d'être mieux spécifier et préciser à l'effet d'éclairer les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

7. Comparaison résultats étude 3, France / Cameroun

Le modèle que nous avons proposé pour cette étude 3, ne se confirme pas aussi bien pour les participants camerounais que français. Le contrôle comportemental perçu ne prédit pas de manière significative les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. De même il

n’y a pas modération de l’effet du contrôle comportemental perçu sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, par l’expérience électorale. On observe néanmoins que pour les participants français, certaines variables sociodémographiques font varier de manière significative le contrôle comportemental perçu. Quoiqu’il en soit, l’objectif assigné à cette troisième étude n’est pas confirmé. Les facteurs qui au cours des entretiens ont été identifiés par les interviewés comme ceux qui sont susceptibles d’entraver la réalisation de l’intention de vote en faveur du leadership politique féminin semblent pour la grande population loin d’être perçu comme tel. Des variables sociodémographiques dans le contexte français permettent néanmoins d’enrichir la spécification de la notion de contrôle comportemental perçu et de mieux éclairer les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Chapitre 10 : Pour un modèle explicatif de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin : vers une tentative de validation du modèle.

Introduction

Rappelons que les différentes études de cette thèse font partie d'un modèle global que nous avons présenté au tout début de ce travail. Il convient à présent de tester l'ensemble du modèle (Cameroun et France) grâce à la procédure des équations structurelles. Celle-ci permet de faire une analyse simultanée de plusieurs ensembles de variables en spécifiant la nature des relations entre les variables.

1. Evaluation de la mesure.

Afin de vérifier la validité de nos hypothèses et partant de notre modèle, le recours à l'analyse factorielle confirmatoire est nécessaire. En effet, elle vise avant tout, à vérifier l'ajustement de l'échelle retenue aux données collectées. L'analyse confirmatoire (Annexe 4) permet aussi d'identifier parmi plusieurs modèles alternatifs, celui qui s'ajuste le mieux aux données et qui doit en conséquence être préféré (Fabrigar, Wegener, Maccallum & Strahan, 1999 ; Roussel, 2005). La méthode de maximum de vraisemblance a ensuite été menée afin de valider l'ensemble du modèle de mesure. Pour mener une analyse factorielle confirmatoire, trois conditions doivent être respectées :

1) La première condition est relative à la taille de l'échantillon qui doit être supérieure à 150 observations, nécessaire afin d'obtenir un pouvoir statistique suffisant et éviter les erreurs de type II (McQuitty, 2004). Cette condition est remplie avec un échantillon de 338 observations pour le Cameroun et de 310 observations pour la France.

2) La seconde condition tient à la multi normalité des variables de l'analyse. Les résultats de l'analyse de normalité pour les deux populations sont également satisfaisants.

3) La troisième condition tient à l'orthogonalité des termes d'erreurs. Nous analyserons pour cela les indices de modifications afin de nous assurer que ceux-ci ne présentent pas de valeurs trop importantes.

Les critères permettant d'interpréter les résultats d'une analyse factorielle confirmatoire sont nombreux, mais les indicateurs les plus couramment retenus sont de trois types. Ils sont généralement utilisés pour juger de l'ajustement du modèle testé aux données empiriques (Roussel et al., 2002 ; Roussel, 2005). Il s'agit :

(1) des indices absolus qui permettent d'évaluer l'adéquation entre le modèle théorique proposé et les données collectées;

(2) des indices incrémentaux qui mesurent la différence de l'ajustement entre le modèle théorique et un modèle dit « indépendant », c'est-à-dire un modèle postulant l'indépendance ou l'absence de corrélation entre les variables;

(3) des indices de parcimonie qui ont pour but d'éviter de surestimer un modèle qui aurait été amélioré artificiellement par l'ajout de paramètres estimés, d'identifier un mauvais ajustement dû à une trop grande importance accordée à certains paramètres estimés, et d'arbitrer parmi un ensemble de modèles correctement ajustés afin de définir celui qui est le plus parcimonieux.

Parmi l'ensemble des indices d'ajustement disponibles, nous avons choisi de présenter au moins un indicateur de chacune de ces familles. Les indices et règles de décision retenus sont ceux préconisés par Hu et Bentler (1998) à l'issue de leur analyse portant sur la fiabilité d'un grand nombre d'indices usuels. Nous ajoutons les indices GFI et AGFI de Jöreskog et Sörbom (1988) en raison de leur popularité ainsi que le TLI recommandé par Marsh, Balla et McDonald (1988). Nous avons donc privilégié les indices suivants :

- Khi² (x^2) et Khi²/ddl (x^2/ddl) : permet d'estimer l'adéquation du modèle, Un chi-carré non significatif indique que le modèle s'ajuste bien aux données de notre échantillon. En revanche, un chi-carré significatif révèle une inadéquation du modèle et le rapport chi-carré/dl (x^2/ddl) est pris en compte pour pallier ce problème. Le modèle s'ajuste bien lorsque ce rapport est inférieur à 5 et, est plus appréciable en dessous de 2.
- RMSEA : c'est la racine du carré moyen d'estimation (Root Mean Square Error – RMSEA). L'indice est acceptable en dessous de .08 et satisfaisant en dessous de .05
- AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index) et GFI (Goodness of Fit Index) sont satisfaisants au-dessus de .70.
- SRMR (Standardized Root Mean Square Residual): il Mesure la part de la variance des données qui n'est pas prise en compte dans le modèle. Il doit être inférieur à .08 pour une bonne adéquation.
- TLI (Tucker Lewis Index) et CFI (Comparative Fit Index) : Mesure la différence d'ajustement entre le modèle théorique et un modèle indépendant qui postule l'absence de corrélation entre les variables. Sa valeur doit être supérieure à .95.
- AIC (Akaike's Information Criterion) : Permet de mesurer l'adéquation du modèle. Plus la valeur est petite, meilleure est l'adéquation.

Tous ces indices qui font preuve d'une large acceptation. Afin de procéder à l'évaluation des paramètres estimés, nous examinerons les principaux critères de qualité pour chacun des paramètres. Les critères de qualité sont : (1) le coefficient lambda (λ) standardisé qui correspond au poids des relations entre les variables observées et la variable latente; (2) et la signification statistique qui correspond à la signification calculée à partir de la valeur de t du test de Student pour

chaque paramètre estimé (test-t > 1.96; p < 0.05). Ce test permet de vérifier que les coefficients lambda sont statistiquement différents de zéro et que chacun des items convergent vers le construit latent spécifié. Examinons à présent sur la base de ces critères, les résultats des modèles de mesure de chacune de nos deux populations.

2. Résultats modèle de mesure Cameroun.

Les résultats indiquent : $\chi^2/387 = 1.48$, $p = 0.000$; RMSEA = 0.035; AGFI = 0.883; GFI = 0.909; SRMR = 0.0435; TLI = 0.939; CFI = 0.949 et AIC du modèle de mesure = 763,653 < AIC du modèle indépendant = 3651,606. L'analyse des paramètres estimés indique que chacune des variables de mesure est significativement reliée à la variable latente spécifiée dans le modèle (Test-t > 1.96 et p < 0.05). Les indices de modification présentent des valeurs relativement acceptables. La structure de chacune des échelles de mesure est donc confirmée.

Tableau 41 : Résultats des paramètres estimés pour le modèle de mesure Cameroun

	Items	Lambda Standardisés	Erreur Standard	Test-t (a)
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	Q.2.17	.747	-	-
	Q.2.16	.745	.070	13.597
	Q.2.3	.754	.099	9.129
	Q.2.2	.656	.096	8.346
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	Q.2.9	.781	-	-
	Q.2.12	.739	.078	12.979
	Q.2.10	.838	.083	14.016
Représentation du leadership politique féminin Favorable	Q.4.31	.681	-	-
	Q.4.25	.550	.084	8.211
	Q.4.24	.675	.107	9.582
	Q.4.22	.683	.106	9.646
Représentation du leadership politique féminin peu favorable	Q.4.18	.563	-	-
	Q.4.6	.643	.148	7.412

	Q.4.4	.750	.178	7.233
Stéréotypes féminin positifs	Q.3.8	.617	-	-
	Q.3.15	.769	.127	10.419
	Q.3.14	.777	.129	10.475
	Q.3.10	.729	.127	10.114
Stéréotypes féminin négatifs	Q.3.5	.397	-	-
	Q.3.1	.457	.297	3.900
	Q.3.11	.609	.434	3.704
Attitude	Q.6.1	.753	-	-
	Q.6.3	.653	.080	10.279
Normes subjectives	Q.8.2	.682	-	-
	Q.8.1	.771	.111	10.250
	Q.8.3	.746	.101	10.243
Contrôle Comportemental perçu	Q.10.4	.502	-	-
	Q.10.2	.558	.153	7.172
	Q.10.3	.886	.266	6.316
Intention de vote en faveur du leadership	Q.5.3	.771	-	-
politique féminin	Q.5.1	.723	.083	12.126
Indices d'adéquation				
χ^2 / ddl		1.48		
RMSEA		0.035		
AGFI		0.883		
GFI		0.909		
SRMR		0.0435		
TLI		0.939		
CFI		0.949		
AIC		763,653 < 3651,606		

(a) Tous les tests-t sont significatifs à $p < 0.001$

3. Résultats modèle de mesure France.

Les résultats pour la population française indiquent : $\chi^2/279 = 3.787$, $p = 0.000$; RMSEA = 0.095; AGFI = 0.738; GFI = 0.806; SRMR = 0.0721; TLI = 0.740; CFI = 0.794 et AIC du modèle de mesure = 1254,608 < AIC du modèle indépendant = 4172,825. L'analyse des paramètres estimés indique que chacune des variables de mesure est significativement reliée à la variable latente spécifiée dans le modèle (Test-t > 1.96 et $p < 0.05$). Les indices de modification après réajustement présentent des valeurs relativement faibles. La structure de chacune des échelles de mesure peut donc être confirmée.

Tableau 42 : Résultats des paramètres estimés pour le modèle de mesure, France

	Items	Lambda Standardisés	Erreur Standard	Test-t (a)
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	Q.2.16	.587	-	-
	Q.2.6	.634	.145	7.080
	Q.2.15	.675	.165	7.180
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	Q.2.13	.694	-	-
	Q.2.20	.713	.107	8.526
	Q.2.18	.611	.091	8.526
Représentation du leadership politique féminin Favorable	Q.7.6	.834	-	-
	Q.7.2	.765	.061	15.010
	Q.7.7	.574	.064	10.431
Représentation du leadership politique féminin peu favorable	Q.7.1	.541	-	-
	Q.7.5	.729	.184	8.960
Stéréotypes féminin positifs	Q.4.8	.814	-	-
	Q.4.13	.891	.071	18.363
	Q.4.12	.838	.064	16.940
	Q.4.6	.800	.062	15.895

Stéréotypes féminin négatifs	Q.4.3	.541	-	-
	Q.4.18	.677	.185	7.301
	Q.4.1	.595	.169	6.898
Attitude	Q.8.3	.767	-	-
	Q.8.1	.865	.074	15.752
Normes subjectives	Q.10.3	.774	-	-
	Q.10.4	.746	.094	10.253
	Q.10.1	.621	.083	9.275
Contrôle Comportemental perçu	Q.11.4	.873	-	-
	Q.11.1	.511	.059	8.217
Intention de vote en faveur du leadership	Q.6.2	.846	-	-
politique féminin	Q.6.3	.525	.087	6.408
Indices d'adéquation				
χ^2 / ddl		3.787		
RMSEA		0.095		
AGFI		0.738		
GFI		0.806		
SRMR		0.072		
TLI		0.740		
CFI		0.794		
AIC		1254,608 < 4172,825		

(a) Tous les tests-t sont significatifs à $p < 0.001$

Après la présentation des résultats des modèles de mesure, procédons à présent à l'analyse des tests de fiabilité des échelles ainsi confirmées, leur validité convergente et leur validité divergente pour nos deux populations.

4. Fiabilité, validité convergente et validité discriminante des échelles, Cameroun

Concernant l'analyse de la fiabilité, l'alpha de Cronbach a été utilisé. En dehors des stéréotypes négatifs qui ont une très faible fiabilité (.47), le reste des échelles montre des résultats de fiabilité acceptables avec des alphas compris entre .66 et .85. La validité convergente a été

évaluée selon la procédure préconisée par Fornell et Larcker (1981). Celle-ci représente la cohérence interne d'une échelle de mesure et permet de vérifier que les variables de mesures reliées à un même construit latent sont corrélées. Le calcul du rhô de validité convergente consiste à calculer la variance extraite, c'est-à-dire la moyenne des variances entre un construit et ses mesures (Fornell & Larcker, 1981). La plupart des construits présentent une validité convergente satisfaisante avec une variance extraite supérieure à 0.50 à l'exception des représentations du leadership politique féminin favorables (.42), des représentations du leadership politique féminin peu favorables (.43), du contrôle comportemental perçu (.45). Du fait que ces valeurs ne soient pas très éloignées de .50, nous avons décidé de les conserver dans la suite des analyses. Par contre, les stéréotypes de genre négatifs (.25) vont tout simplement être retirés des prochaines analyses. Nous prendrons en compte toutes ces faiblesses dans la discussion.

La validité discriminante permet de s'assurer qu'un construit voit sa variance mieux expliquée par ses indicateurs de mesure que par tout autre construit latent. Il est possible de l'évaluer en vérifiant que la variance partagée entre les variables latentes est inférieure à la variance extraite de chaque variable latente. La validité discriminante s'obtient en comparant la variance extraite pour chaque construit avec le carré des corrélations des construits pris deux-à-deux. Pour que la validité discriminante soit avérée, il faut que la validité convergente (ou variance extraite) soit supérieure au carré des corrélations avec toutes les autres variables latentes de l'analyse. Cette condition est remplie et la validité discriminante de chacune des échelles est avérée. Notons la très forte corrélation (.90) entre les attitudes (ATID) et les intentions (INT), celle-ci pourrait indiquer que ces concepts sont très proches. Suite aux résultats satisfaisants du modèle de mesure, nous sommes en mesure de procéder au test du modèle de structure.

Tableau 43 : Fiabilité, validité convergente, validité discriminante, Cameroun

Construit	V.E	ADIG	ADFM	RLPF	RLPEUF	STEOP	STEON	ATID	NSU	CCOM	INT
ADIG	**.53(a)**	*.85(b)*									
ADFM	**.62**	.34 (c)	*.83*								
RLPF	**.42**	.00	.04	*.74*							
RLPEUF	**.43**	.01	.01	.00	*.69*						
STEOP	**.53**	.00	.00	.12	.00	*.81*					
STEON	**.25**	.00	.00	.00	.09	.01	*.47*				
ATID	**.50**	.00	.01	.16	.01	.02	.01	*.66*			
NSU	**.54**	.03	.01	.00	.00	.00	.00	.05	*.78*		
CCOM	**.45**	.05	.00	.02	.00	.00	.01	.00	.01	*.68*	
INT	**.56**	.00	.00	.30	.03	.50	.01	.90	.03	.00	*.72*

Note :

- ADIG : Adhésion aux croyances et valeurs culturelles globales.

- ADFM : Adhésion aux croyances et valeurs culturelles qui expriment le rapport à la masculinité / féminité.

- RLPF : Représentation du Leadership Politique Féminin

- RLPEUF : Représentation du Leadership Politique Féminin Peu Favorable
- STEOP : Stéréotypes de genre Positifs
- STEON : Stéréotypes de genre Négatifs
- ATID : Attitudes
- NSUB : Normes Subjectives
- CCOM : Contrôle Comportemental
- INT : Intention de vote.

(a) La variance extraite (V.E) moyenne par construit (aussi appelée rhô de validité convergente) est présentée dans la deuxième colonne et est en gras.

(b) Les coefficients alpha sont présentés dans la diagonale et sont en italique.

(c) *Les carrés des corrélations entre les construits sont présentés dans le triangle inférieur.*

5. Fiabilité, validité convergente et validité discriminante des échelles, France

L'alpha de cronbach indique que nos échelles ont une consistance interne pour la plupart située entre .61 et .90. L'échelle portant sur le leadership politique féminin peu favorable présente une consistance interne très pauvre. Le calcul du rhô de validité convergente présente une variance extraite situé entre .40 et .70. La validité convergente de l'échelle portant sur les stéréotypes féminins négatifs a une variance extraite très faible (.37), elle sera par conséquent supprimée des prochaines analyses.

La validité discriminante est dans l'ensemble bien assurée pour nos différentes échelles, à l'exception de deux échelles. En effet, la variance partagée entre les variables latentes représentations du leadership politique féminin peu favorables (RLPEUF) / normes subjectives (NSU) d'une part, et représentations du leadership politique favorables (RLPF) / contrôle comportemental perçu (CCOM) d'autre part, est inférieure à la variance extraite de chacune de ces variables latentes. Ces construits ont des variances qui sont mieux expliquées par d'autres construits latents que par leurs indicateurs de mesures.

Au terme de ces analyses, on peut conclure que les résultats obtenus pour le modèle de mesure français sont acceptables. Examinons à présent ce qu'il en ait du modèle de structure pour les participants camerounais et français.

Tableau 44 : Fiabilité, validité convergente, validité discriminante, France

Construit	V.E	ADIG	ADFM	RLPF	RLPEUF	STEOP	STEON	ATID	NSU	CCOM	INT
ADIG	**.40(a)**	*.66(b)*									
ADFM	**.45**	.13(c)	*.70*								
RLPF	**.54**	.04	.00	*.76*							
RLPEUF	**.41**	.03	.02	.18	*.57*						
STEOP	**.70**	.06	.00	.39	.16	*.90*					
STEON	**.37**	.13	.04	.22	.03	.44	*.67*				
ATID	**.67**	.07	.02	.09	.19	.02	.03	*.80*			
NSU	**.51**	.04	.00	.29	.86	.10	.14	.27	*.75*		

CCOM	**.51**	.15	.07	.91	.12	.32	.30	.05	.27	*.61*	
INT	**.50**	.03	.16	.04	.28	.01	.05	.00	.03	.12	*.61*

(a) La variance extraite moyenne par construit (aussi appelée rhô de validité convergente) est présentée dans la deuxième colonne et est en gras.

(b) Les coefficients alpha sont présentés dans la diagonale et sont en italique.

(c) Les carrés des corrélations entre les construits sont présentés dans le triangle inférieur.

6. Résultats des Modèles de structure

Comme pour le modèle de mesure, nous fonderons l'analyse de nos résultats sur les indices de critères de qualité préconisés par Hu et Bentler (1998) ainsi que sur des indices généralement présentés pour ce type de test. Les indices d'ajustement global retenu sont les mêmes que pour le test du modèle de mesure : Khi²/ddl, RMSEA, AGFI, GFI, SRMR, TLI, CFI et AIC. Précisons en guise de rappel que ces indices mesurent principalement quatre critères d'ajustement (Hu & Bentler, 1998) :

1- **Les indices absolus (RMSEA, GFI, AGFI, Khi2) :** mesurent l'adéquation entre le modèle théorique proposé et les données collectées ;

2- **Les indices incrémentaux (TLI, CFI) :** mesurent la différence d'ajustement entre le modèle théorique et un modèle indépendant qui postule l'absence de corrélation entre variables ;

3- **Les indices de parcimonie (Khi2/ddl) :** mesurent la surestimation d'un modèle amélioré artificiellement par l'ajout de paramètres estimés ;

4- **L'analyse des résidus (SRMR) :** mesure la part de la variance des données qui n'est pas prise en compte dans le modèle.

Nos analyses vont se dérouler en trois phases majeures. Dans un premier temps, nous analyserons le modèle de structure (Modèle X) qui nous permettra de tester notre modèle sans les hypothèses de médiation. Dans un second temps, nous testerons le modèle de structure (Modèle Y) qui postule le rôle médiateur des représentations du leadership politique féminin et enfin nous testerons le Modèle Z comportant l'ensemble des variables latentes et spécifiant les liens directs et les médiations.

6.1. Modèle X, Cameroun (sans la variable médiatrice)

Le test du modèle de structure X sans la variable médiatrice (représentation du leadership politique féminin) montre des résultats très satisfaisant : $\chi^2/147 = 1.507$, $p = .000$; RMSEA = 0.039;

AGFI = 0.91; GFI = 0.94; SRMR = 0.042; TLI = 0.959; CFI = 0.969 et AIC du modèle de mesure = 347,519 < AIC du modèle indépendant = 2607,525 (Voir les résultats Tableau ci-dessous).
Après analyse, les paramètres estimés et les indices d'ajustement présentent des résultats satisfaisants, comme indiqués dans le tableau ci-dessous :

Tableau 45 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement, Cameroun

Modèle X, Cameroun			
Construits	Lambdas Standardisés	Erreur Standard	Test-t (a)
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.069	.078	-.801
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	.010	.076	.120
Stéréotypes féminin positifs	.070	.078	1,148
Attitude	1,011	.114	9,788***
Normes subjectives	-.058	.070	-.871
Contrôle Comportemental perçu	.001	.002	.022
Représentations du leadership politique féminin favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.089	.075	-.982
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	.226	.076	2,565**

Stéréotypes féminin positifs	.284	.082	4,010***
Attitude	.438	.077	5,757***
Normes subjectives	-.071	.067	-1,019
Représentations du leadership politique féminin peu favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.070	.074	-.704
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	-.093	.074	-.968
Stéréotypes féminin positifs	-.034	.075	-.465
Attitude	.159	.070	2,057*
Normes subjectives	-.039	.067	-.503
Indices d'adéquation			
χ^2 / ddl	1,507		
RMSEA	0.039		
AGFI	0.91		
GFI	0.94		
SRMR	0.042		
TLI	0.959		
CFI	0.969		
AIC	347,519 < 2607,525		

(a) * = p < 0.5; ** = p < 0.01; *** = p < 0.001.

On peut remarquer selon les résultats obtenus, que les variables Adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec l'identification au groupe, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu n'ont pas de lien significatif avec les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin.

Vérifions à présent la pertinence (ajustement) du modèle lorsqu'on prend en compte la variable médiatrice représentation du leadership politique féminin.

6.2. Modèles-Y, Cameroun (avec la variable médiatrice)

Rappelons que le modèle de structure Y (modèle Y) avait pour objectif de vérifier la qualité d'ajustement de notre modèle lorsque la variable médiatrice « représentation du leadership politique féminin » est prise en compte. Les résultats indiquent qu'en tenant compte des critères d'ajustement retenus, notre modèle présente une bonne qualité d'ajustement avec des indices d'adéquation globalement acceptables : $\chi^2/251 = 1.963$, p = .000; RMSEA = .053; AGFI = .865; GFI = .94; SRMR = .054; TLI = .898; CFI = .915 et AIC du modèle de mesure = 640,657 < AIC du modèle indépendant = 3192,356 (Voir les résultats dans le Tableau ci-dessous).

Tableau 46 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement du modèle Y Cameroun

Modèles-Y, Cameroun			
Construits	Lambdas Standardisés	Erreur Standard	Test-t (a)
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin			
Représentations du leadership politique féminin favorable	.709	.084	7,870***
Représentations du leadership politique féminin peu favorable	.159	.073	2,383*
Représentations du leadership politique féminin favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.074	.076	-.853
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	.194	.077	2,315*

Stéréotypes féminin positifs	.266	.083	3,966***
Attitude	.547	.095	5,737***
Normes subjectives	-.043	.068	-.631
Représentations du leadership politique féminin peu favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.073	.075	-.729
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	-.096	.075	-.994
Stéréotypes féminin positifs	-.034	.076	-.463
Attitude	.134	.071	1,616
Normes subjectives	-.020	-.463	.644
Indices d'adéquation			
χ^2 / ddl	1,963		
RMSEA	0.053		
AGFI	0.865		
GFI	0.94		
SRMR	0.054		
TLI	0.898		
CFI	0.915		
AIC	640,657 < 3192,356		

(a) * = p < 0.5; ** = p < 0.01; *** = p < 0.001.

Les résultats du modèle Y permettent de relever au moins deux observations. D'abord que seule la sous dimension représentation du leadership politique favorable, semble être celle qui présente quelques liens significatifs avec certaines variables indépendantes. Ensuite, en tenant compte des résultats obtenus pour les différents indices, on peut conclure que le modèle Y semble moins ajusté, moins parcimonieux que le modèle X (χ^2 modèle X est inférieur à celui du modèle Y).

Vérifions à présent l'ajustement de notre modèle, lorsqu'on prend en compte à la fois les relations directes et indirectes entre nos variables. Nous appellerons ce modèle, modèle Z.

6.3. Modèles-Z, Cameroun (avec relations directes et indirectes entre les variables)

Les résultats présentent des indices d'adéquation globale satisfaisants : $\chi^2/315 = 1.379$, p=.000; RMSEA = .034; AGFI = .895; GFI = .919; SRMR = .0424; TLI = .953; CFI = .961 et AIC du Modèle de mesure = 616,250 < AIC du modèle indépendant = 3459,256. Les résultats des paramètres estimés sont dans le tableau ci-dessous :

Tableau 47 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement, modèle Z Cameroun

Modèle Z, Cameroun			
Construits	Lambdas Standardisés	Erreur Standard	Test-t (a)
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.040	.073	-.491
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	-.030	.072	.392
Stéréotypes féminin positifs	.023	.076	.378
Attitude	.869	.108	8,326***
Normes subjectives	-.018	.064	-.287
Contrôle Comportemental perçu	.001	.078	.012
Représentations du leadership politique féminin favorable	.201	.083	2,591*
Représentations du leadership politique féminin			

peu favorable	.091	.073	1,512
Représentations du leadership politique féminin favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.086	.076	-.952
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	.229	.077	2,590*
Stéréotypes féminin positifs	.295	.084	4,121***
Attitude	.353	.080	4,276***
Normes subjectives	-.046	.068	-.656
Représentations du leadership politique féminin peu favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.071	.074	-.711
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	-.088	.074	-.920
Stéréotypes féminin positifs	-.023	.075	-.322
Attitude	.100	.072	1,198
Normes subjectives	-.024	.067	-.311
Indices d'adéquation			
χ^2 / ddl		1,379	
RMSEA		0.034	
AGFI		0.895	
GFI		0.919	

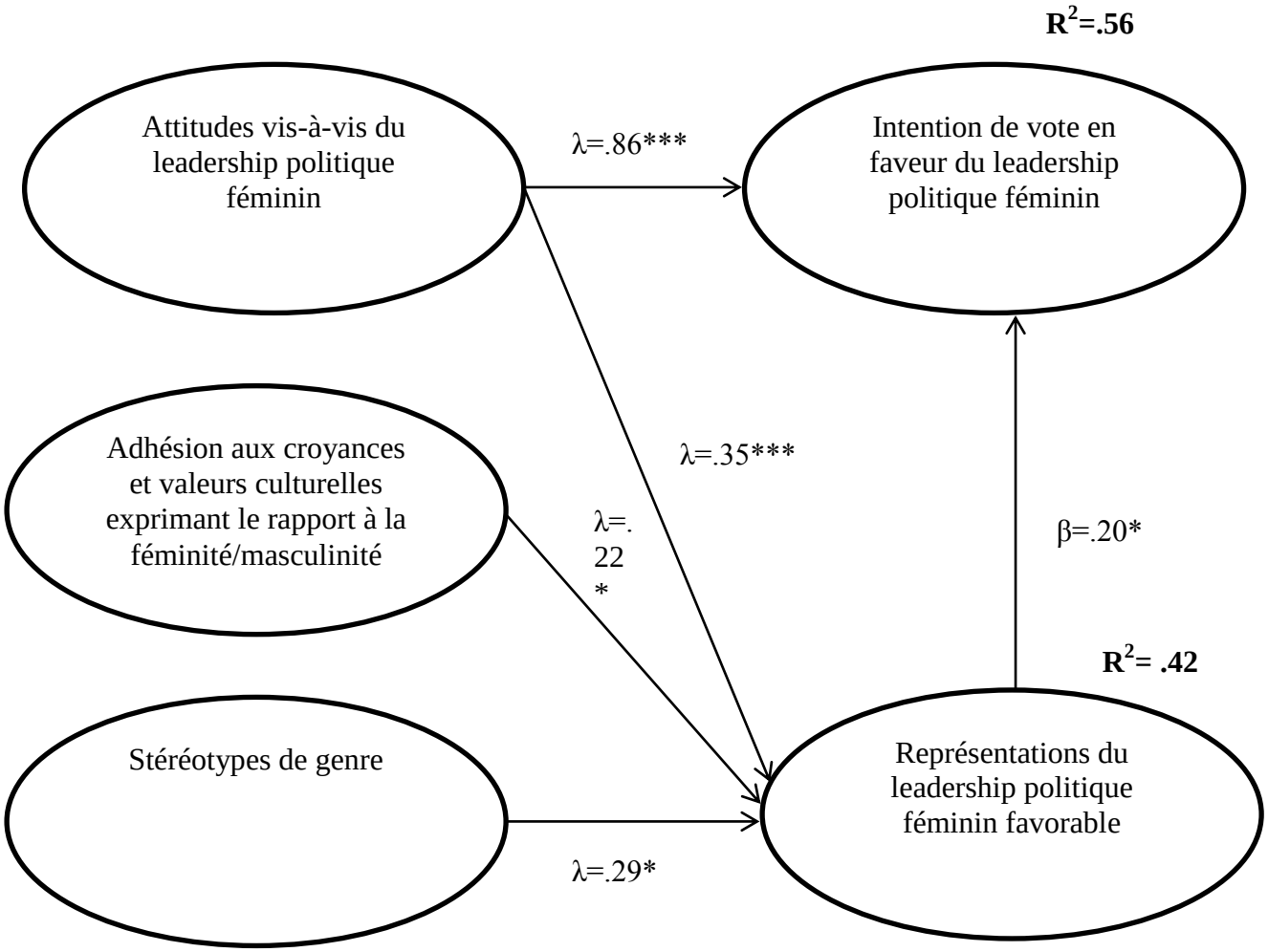
SRMR	0.0424
TLI	0.953
CFI	0.961
AIC	616,250 < 3459,256

(a) * = p < 0.5; ** = p < 0.01; *** = p < 0.001.

Les résultats ci-dessus nous permettent d'observer qu'il y a médiation partielle de l'effet des attitudes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Par ailleurs, les résultats du modèle Z vont nous permettre de déterminer le modèle le plus parcimonieux, grâce à la comparaison du test de la différence des χ^2 entre le modèle X et le modèle Z.

6.4. Test de parcimonie.

Afin de tester la parcimonie du modèle de structure (Modèle X), nous l'avons comparé au Modèle Z qui comporte à la fois les relations directes et indirectes entre les représentations du leadership politique féminin et les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Pour effectuer cette comparaison, nous avons procédé au test de la différence des χ^2 (khi-deux) entre ces deux modèles. Le Modèle X présente un χ^2 de 418,708 avec 291 degrés de liberté, alors que le Modèle Z présente un χ^2 de 434,250 avec 315 degrés de liberté. Selon la règle de décision (Hu & Bentler, 1998), le meilleur modèle est celui dont le khi-deux est le plus faible, et sur cette base, le Modèle X, tel que spécifié initialement est donc le plus parcimonieux. De plus, les indices d'adéquation globale (RMSEA, AGFI, GFI et SRMR) présentent de faibles différences. Ainsi, le fait d'ajouter les représentations du leadership politique féminin comme médiateur, ne permet pas d'améliorer significativement le modèle. Le Modèle X est donc retenu et considéré meilleur que le modèle Z. Au final, notre modèle camerounais après la suppression des variables non significatives pourrait schématiquement être représenté comme suit :



* = p < 0.5; ** = p < 0.01; *** = p < 0.001.

Figure 44 : Modèle final Cameroun.

Intéressons-nous à présent au modèle de structure Français, en suivant la même procédure d'analyse que celle que nous avons menée pour le modèle camerounais.

6.5. Test du modèle de structure (Modèle, X), France

Le modèle de structure (Modèle X) pour la France présente des résultats très moyen : $\chi^2/221$ = 4,31, p = .000; RMSEA = .104; AGFI = .738; GFI = .807; SRMR = .0740; TLI = .730; CFI = .784 et AIC du modèle de mesure = 1117,281 < AIC du modèle indépendant = 3736,193 (Voir les résultats Tableau 52). Notons par ailleurs que quelques indices de modification présentent des valeurs élevées, mais ne peuvent malheureusement pas être corrélés parce que appartenant à différentes variables latentes.

Tableau 48 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement, modèle X France.

Modèle X, France			
Construits	Lambdas Standardisés	Erreur Standard	Test-t (a)
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.088	.129	-.787
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	.387	.120	3,643***
Stéréotypes féminin positifs	-.025	.090	-.269
Attitude	.540	.128	3,629***
Normes subjectives	.169	.128	1,305
Contrôle Comportemental perçu	-.517	.135	-2,718**
Représentations du leadership politique féminin favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.177	.106	-2,544*

Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	-.137	.094	-2,178*
Stéréotypes féminin positifs	.117	.076	1,989*
Attitude	.966	.100	11,068***
Normes subjectives	.092	.072	1,680
Représentations du leadership politique féminin peu favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.091	.136	-.876
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	.337	.124	3,465***
Stéréotypes féminin positifs	.283	.091	3,434***
Attitude	.286	.089	3,120**
Normes subjectives	.393	.102	4,298***
Indices d'adéquation			
χ^2 / ddl	4,31		
RMSEA	0.104		
AGFI	0.738		
GFI	0.807		
SRMR	0.074		
TLI	0.730		
CFI	0.784		
AIC	1117,281 < 3736,193		

(a) * = p < 0.5; ** = p < 0.01; *** = p < 0.001.

Malgré les faibles indices d'ajustement de notre modèle X, on note que dans l'ensemble, nos variables indépendantes ont au moins un effet positif sur l'une de nos deux variables dépendantes (représentation du leadership politique féminin et intention de vote en faveur du leadership politique féminin). Vérifions à présent les indices d'ajustement de notre modèle, ainsi que l'effet médiateur des représentations du leadership politique féminin, dans un modèle que nous appellerons modèle Y.

6.6. Modèles-Y, France (avec la variable médiatrice)

Le modèle de structure Y (modèle Y) vise à vérifier la qualité d'ajustement de notre modèle lorsque la variable médiatrice représentations du leadership politique féminin est prise en compte. Les résultats indiquent qu'en tenant compte des critères d'ajustement retenus, notre modèle présente une qualité d'ajustement meilleure que le modèle X, mais reste en deçà des seuils à atteindre fixé par la règle. Les résultats montrent donc les indices suivants : $\chi^2/187 = 3{,}740$; p = .000; RMSEA = .094; AGFI = .783; GFI = .839; SRMR = .0651; TLI = .790; CFI = .830 et AIC du modèle de mesure = 831,408 < AIC du modèle indépendant = 3284,104. Nous présentons les résultats des indices ainsi que ceux des paramètres estimés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 49 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement, modèle Y France

Modèles Y, France			
Construits	Lambdas Standardisés	Erreur Standard	Test-t (a)
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin			
Représentations du leadership politique féminin favorable	.746	.087	6,478***
Représentations du leadership politique féminin peu favorable	-.876	.141	-5,969***
Représentations du leadership politique féminin favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles	-.187	.098	-2,946**

exprimant l'identification au groupe culturel			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	-.104	.086	-1,810
Stéréotypes féminin positifs	.113	.075	1,933
Attitude	.979	.101	11,137***
Normes subjectives	.116	.066	2,244*
Représentations du leadership politique féminin peu favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.089	.107	-.998
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	-.373	.105	- 4,108***
Stéréotypes féminin positifs	-.250	.082	3,086**
Attitude	-.355	.084	-3,822***
Normes subjectives	.291	.078	3,680***
Indices d'adéquation			
χ^2 / ddl	3,740		
RMSEA	0.094		
AGFI	0.783		
GFI	0.839		
SRMR	0.065		
TLI	0.790		
CFI	0.830		
AIC	831,408 < 3284,104		

(a) * = p < 0.5; ** = p < 0.01; *** = p < 0.001.

En tenant compte des résultats obtenus pour les différents indices, on peut conclure que le modèle Y semble avoir une meilleure qualité d'ajustement que le modèle X (χ^2 modèle X est supérieur à celui du modèle Y). Intéressons-nous à présent à la qualité d'ajustement de notre modèle, lorsqu'on prend en compte à la fois les relations directes et indirectes entre nos variables. Nous appellerons ce modèle, modèle Z.

6.7. Modèles-Z, France (avec relations directes et indirectes entre les variables)

Les résultats présentent des indices d'adéquation globalement en deçà du seuil préconisé par la règle. Les résultats indiquent: $\chi^2/219 = 4{,}250$, p=.000; RMSEA = .103; AGFI = .741; GFI = .811; SRMR = .0702; TLI = .737; CFI = .791 et AIC du Modèle de mesure = 1092,836 < AIC du modèle indépendant = 3736,193. Les résultats des paramètres estimés sont présentés dans le tableau ci-dessous :

Tableau 50 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement, modèle Z, France

Modèle Z, France			
Construits	Lambdas Standardisés	Erreur Standard	Test-t (a)
Intention de vote en faveur du leadership politique féminin			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.544	1,518	-.400
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	-.119	1,086	-.121
Stéréotypes féminin positifs	.476	.778	.578
Attitude	2,555	6,009	.356
Normes subjectives	.729	1,009	1,009

Contrôle Comportemental perçu	-.294	.142	-1,471
Représentations du leadership politique féminin favorable	-1,851	5,360	-.253
Représentations du leadership politique féminin peu favorable	-1,031	.343	-2,915**
Représentations du leadership politique féminin favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.179	.105	-2,604**
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	-.129	.096	-2,040*
Stéréotypes féminin positifs	.115	.076	1,943
Attitude	.967	.101	10,954***
Normes subjectives	.092	.072	1,690
Représentations du leadership politique féminin peu favorable			
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant l'identification au groupe culturel	-.123	.125	-1,126
Adhésion aux croyances et valeurs culturelles exprimant le rapport à la masculinité / féminité	-.258	.119	-2,482*
Stéréotypes féminin positifs	.291	.088	3,228**
Attitude	-.296	.087	-2,946**

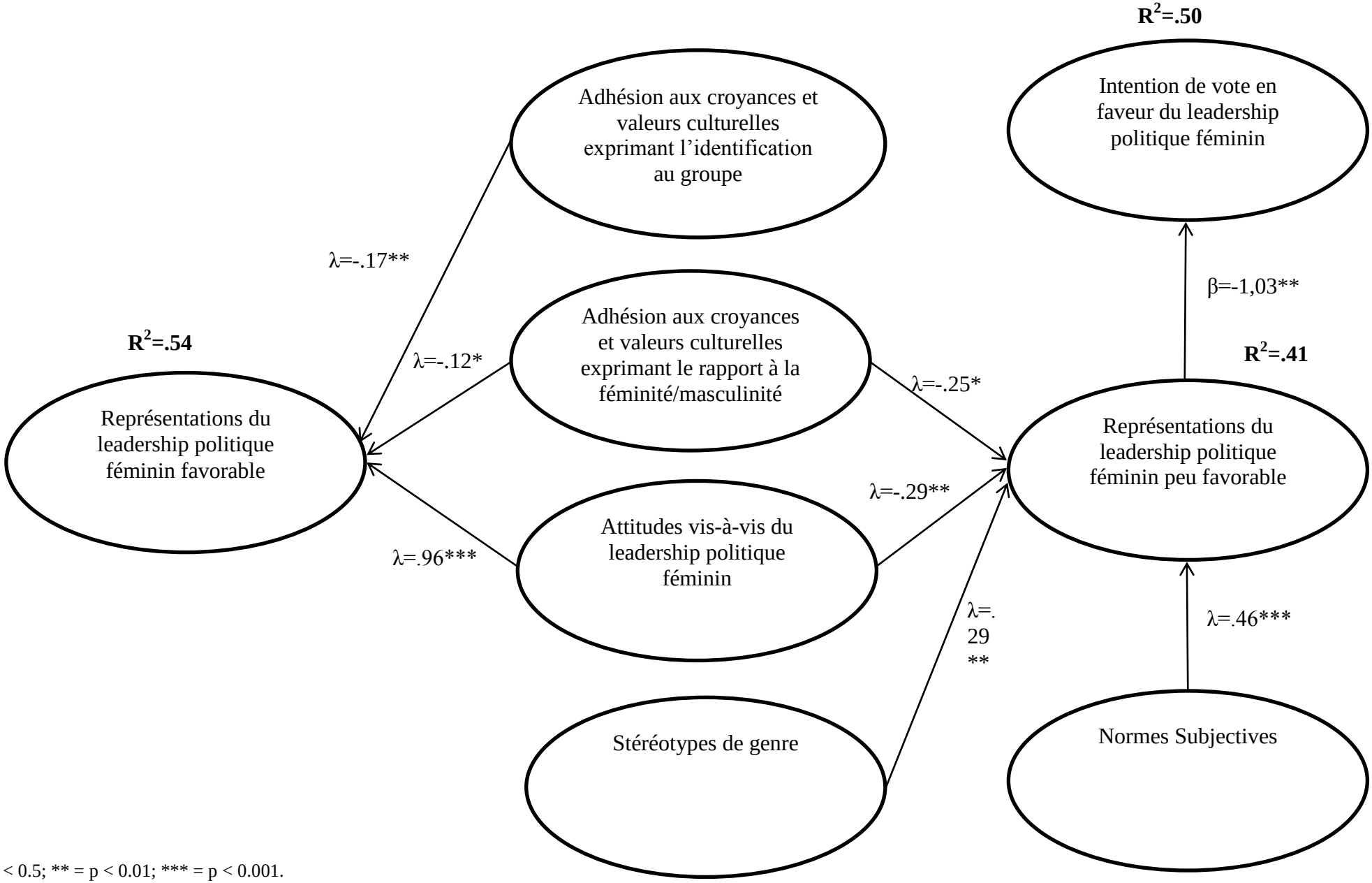
Normes subjectives	.463	.098	4,673***
	Indices d'adéquation		
χ^2 / ddl	4,250		
RMSEA	0.103		
AGFI	0.741		
GFI	0.811		
SRMR	0.070		
TLI	0.737		
CFI	0.791		
AIC	1092,836 < 3736,193		

(a) * = p < 0.5; ** = p < 0.01; *** = p < 0.001.

Les résultats du modèle X et ceux du modèle Z, indiquent qu'il y a médiation totale de l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité / féminité sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin peu favorable. De même, on observe une médiation totale de l'effet des attitudes en rapport avec le leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin peu favorable. Par ailleurs les résultats du modèle Z vont nous permettre de procéder à notre test de parcimonie.

6.8. Test de parcimonie

Afin de tester la parcimonie du modèle de structure (Modèle X), nous l'avons comparé au Modèle Z qui comporte à la fois les relations directes et indirectes. Pour effectuer cette comparaison, nous avons effectué le test de la différence des χ^2 (khi-deux) entre ces deux modèles. Le Modèle X présente un χ^2 de 959,281 avec 221 degrés de liberté, alors que le Modèle Z présente un χ^2 de 930,826 avec 219 degrés de liberté. Selon la règle de décision, le meilleur modèle est celui dont le khi-deux est le plus faible, et sur cette base, le Modèle Z, semble être le plus parcimonieux. Par ailleurs, les indices d'adéquation du modèle Z (RMSEA, AGFI, GFI et SRMR), quoique inférieur au seuil requis pour un ajustement satisfaisant, sont meilleurs que ceux du modèle X. Ainsi, le fait d'ajouter les représentations du leadership politique féminin comme médiateur permet d'améliorer légèrement le modèle. Au final, notre modèle français après la suppression des liens non significatifs entre les variables, pourrait schématiquement être représenté comme suit :



* = p < 0.5; ** = p < 0.01; *** = p < 0.001.

Figure 45 : Modèle final France.

Conclusion

On remarque au final que le modèle conceptuel présente une adéquation différente selon qu'il est appliqué à la population camerounaise ou française. Si le modèle Camerounais présente une bonne adéquation avec les données collectées et s'avère être très parcimonieux, le modèle français quant à lui présente des indices d'adéquation moins satisfaisants. Par ailleurs, les résultats montrent pour le modèle camerounais qu'ajouter les représentations du leadership politique féminin comme médiateur, n'améliore pas la qualité d'ajustement du modèle. Par contre, la variable médiatrice leadership politique féminin, semble pour le modèle français améliorer sa qualité d'ajustement. En outre, les résultats du modèle français mettent en évidence l'utilité de distinguer les différentes dimensions sous-dimensions des représentations du leadership politique féminin, car elles n'ont pas la même influence sur les intentions de vote en faveur du leadership. Concernant le modèle de mesure, les analyses pour le cas du Cameroun ont présenté une validité convergente peu satisfaisante principalement pour les variables représentations du leadership politique féminin favorables et représentations du leadership politique féminin peu favorables. Dans la même logique, on a observé que pour le modèle français, la validité discriminante n'était pas assurée entre les représentations du leadership politique féminin favorables et le contrôle comportemental perçu d'une part, et entre les représentations du leadership politique féminin peu favorables et les normes subjectives d'autre part. Cette limite pourrait venir du fait que l'échelle du leadership politique féminin a été construite par nos soins et gagnerait donc à être améliorée par des recherches ultérieures.

Discussion générale

Nous sommes parti du constat selon lequel, malgré leurs atouts démographiques, politiques et économiques réels, malgré les mesures réglementaires et juridiques visant à promouvoir la participation des femmes à la vie publique et politique, la faible présence des femmes à des positions de leader notamment en politique, peine à être réduite. Afin de comprendre pourquoi, malgré tous ces atouts, les camerounais(e)s et français(e)s adhèrent très peu au leadership politique féminin, nous avons voulu comprendre leurs comportements à travers leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. A cet effet, nous nous sommes appuyés sur la littérature qui relève que les représentations et les croyances peuvent éclairer les comportements individuels. A partir de cette approche, nous avons postulé que les différences culturelles qui émergent lorsque la question du leadership des femmes en politique est évoquée, traduisent en réalité les représentations du leadership politique féminin des personnes. Dans ce contexte, les représentations du leadership politique féminin sont donc fondamentales dans la compréhension du comportement des camerounais et français vis-à-vis de la présence des femmes à des positions de pouvoir en politique. Ces différences culturelles peuvent être appréhendées non seulement à travers l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, mais aussi par le biais des attitudes des individus vis-à-vis du leadership politique féminin. Elles peuvent aussi être cernées à travers l'adhésion des individus aux stéréotypes de genre, leur motivation à se conformer aux normes subjectives de leur milieu et aussi la perception qu'ils ont de leur capacité à pouvoir effectivement permettre aux femmes, grâce à leur vote, d'occuper de position de leader en politique. Pour tenter de répondre à cette problématique, trois études empiriques ont été menées au Cameroun et en France. Les résultats obtenus semblent globalement conforter notre thèse.

Les analyses de l'étude 1 Cameroun révèlent que les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sont ancrées dans le cadre des rapports sociaux qui définissent la manière de percevoir ou de se représenter le leadership politique féminin au Cameroun. Ces résultats sont cohérents avec ceux obtenus par Jasper et Fraser (1984) qui montrent qu'il y a une articulation entre les attitudes et les représentations. En effet, nous avons pu observer que la dimension structurale des représentations (Moliner, 1995) était associée à la dimension évaluative que l'on retrouve dans les attitudes (Pratkanis & Greenwald, 1989). En d'autres termes, si les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sont des évaluations soumises à des variations interindividuelles, on observe néanmoins un certain consensus au niveau des représentations de l'objet d'attitude considérée. La dimension évaluative des attitudes vis-à-

vis du leadership politique féminin, est dans une certaine mesure une préparation à l'action susceptible d'orienter les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. D'ailleurs, nos résultats nous ont montré que les attitudes favorables des participants camerounais vis-à-vis du leadership politique féminin, orientent de manière significative leurs intentions de vote en faveur du leadership politique féminin pour les prochains scrutins législatif et municipal 2013. Plus exactement, évaluer comme positif ou désirable la présence des femmes à des positions de leader en politique, permet d'expliquer de façon significative les intentions des camerounais à s'engager favorablement pour la présence d'une femme à une position de leader pour les prochains scrutins. Ce résultat peut s'expliquer par le fait que nos participants camerounais sont majoritairement jeunes, probablement déçus par les dirigeants politiques actuels qui sont quasiment tous des hommes avec une moyenne d'âge oscillant entre 60 et 80 ans (Kouagheu, 2015).

En effet, en Afrique de manière générale et au Cameroun en particulier, le contexte social actuel est marqué par un grand déficit criard de culture politique démocratique (Friedrich Ebert Stiftung, 2012). Ce contexte se caractérise aussi par une inefficacité des politiques actuelles à transformer positivement les conditions de vie des populations, notamment en créant des emplois pour une population de jeunes en croissance rapide. Les jeunes et les femmes jusqu'ici largement écartés de la chose publique et politique, seraient donc pour nos participants une alternative intéressante à la classe politique actuelle. D'ailleurs, on a remarqué que les résultats après les élections législatives de 2013 au Cameroun vont globalement dans le sens des prédictions de notre étude. Au parlement camerounais par exemple, la proportion actuelle des femmes députés est de 31,11% contre 13,8% pour la législature précédente (UIP, 2014). Cette explication est renforcée par les résultats des hypothèses portant sur les stéréotypes de genre à propos des femmes politiques ou leader politique. Nous avons en effet pu montrer que ces stéréotypes de genre positifs induisaient chez les camerounais des intentions de vote favorables au leadership politiques féminin. En clair, le fait pour les camerounais de décrire les femmes engagées en politique avec des caractéristiques stéréotypées féminines (la douceur, le pragmatisme, le caractère maternel, etc.) va activer chez eux des intentions de vote favorables au leadership politique féminin. L'asymétrie dans les rapports de genre, généralement portés par les stéréotypes de genre (Moliner, Lorenzi-Cioldi & Vinet, 2009) semble progressivement d'après nos résultats, en faveur des femmes. Ces résultats nous semblent d'autant plus intéressants, qu'on observe que ce changement prend sa source dans les constructions communes, sociales de l'objet leadership politique féminin. Dans cette optique, on a relevé que les stéréotypes positifs

généralement attribués aux femmes sont positivement liés aux représentations du leadership politique féminin favorables. Il y a donc une cohérence entre l'adhésion aux stéréotypes de genre féminin et les représentations du leadership politique féminin favorables, toute chose qui renforce l'importance de la prise en compte des représentations dans l'analyse du phénomène de leadership politique féminin. Ce sont les représentations du leadership politique féminin qui vont guider de manière générale le comportement des camerounais en déterminant la démarche cognitive à utiliser et en sélectionnant et filtrant les informations qui vont servir de guide aux conduites. Si au Cameroun les stéréotypes de genre féminin sont positivement corrélés aux représentations du leadership politique féminin et aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, en France on observe quelques différences.

En France, on observe que les stéréotypes de genre féminin ne prédisent pas les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, par contre on a pu remarquer que les stéréotypes de genre masculin ont un effet négatif sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En d'autres termes, adhérer aux stéréotypes de genre masculin réduit significativement l'intention de choisir une femme comme leader en politique. Pour les mêmes stéréotypes (chaleureux ; proches des autres), les participants français semblaient les évaluer de manière favorables lorsqu'ils sont attribués à un homme politique et moins favorablement lorsqu'ils sont attribués à une femme politique. Le modèle de l'entrepreneur politique semble fondamentalement être associé au masculin malgré le fait que dans les démocraties industrialisées avancées, les femmes ont tendance à participer aux élections autant, sinon plus, que les hommes (Harell, 2009). Ces résultats vont donc dans le sens de ceux obtenus par Doutre (2007), qui montraient que l'une des raisons de l'échec de Ségolène Royale aux élections présidentielle de 2007 était liée au fait que les français la trouvaient trop chaleureuse, trop féminine pour diriger un Etat. Ainsi donc, même si on peut observer une plus grande participation des femmes françaises à la vie publique comparativement aux femmes camerounaises, les participants camerounais semblent donc plus ouverts au leadership politique féminin. Dans la même logique on relève que les représentations du leadership politique féminin des participants français sont faiblement corrélées aux stéréotypes de genre féminin. Ces stéréotypes n'ont qu'un effet tendanciel sur les représentations du leadership politique féminin. Plus généralement, les contenus des représentations du leadership politique féminin reflètent les rapports de sexe caractérisé par des relations de domination / subordination dans le contexte français (Doise, 1973). On observe par ailleurs que le contenu de ces représentations est cohérent avec les attitudes des français vis-à-vis du leadership politique féminin. Les prises de positions individuelles des

français vis-à-vis du leadership des femmes en politique semblent prendre leur source dans une construction sociale commune, d'où le lien positif entre attitude et leadership politique féminin. Et les attitudes des participants français sont cohérentes avec les éléments saillants ou centraux de la représentation du leadership politique féminin. Plus les français ont des attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin, plus leurs représentations du leadership politique féminin est favorables. Nos résultats sont donc cohérents avec ceux obtenus par Tafani (2001) qui stipulait que les attitudes sont des réponses évaluatives de nature individuelle qui sont produites sur la base d'un cadre de référence commun, ou des représentations communes. De plus, et comme l'a noté Moscovici (2012), les attitudes sont l'une des trois composantes des représentations sociales. Les résultats que nous avons obtenus indiquent également que les attitudes positives vis-à-vis du leadership politique féminin prédisent des intentions de vote favorables au leadership politique féminin.

En effet, selon certains auteurs (Fazio, 1986 ; Krauss, 1995 ; Channouf, Py & Somat, 1996), le lien entre attitude et comportement n'est souvent pas très bien établie. Or, Ajzen et Fishbein, 1977, Petty et Cacioppo, 1996, indiquent que pour une bonne adéquation attitude-comportement, la mesure de l'attitude doit correspondre aux mêmes éléments constituant le comportement évalué : l'*action*, la *cible*, le *contexte* et la *temporalité*. C'est dans cette démarche que s'inscrivent nos résultats. Dans notre travail il était question des intentions de vote (action) en faveur des femmes (cible) comme leader en politique, dans le cadre de futures élections municipales et législatives au Cameroun, municipales et européenne en France (contexte) dans les trois mois qui précèdent les élections (temporalité). Pourtant, dans le cas des participants français on note que le lien entre attitude et intention de vote en faveur du leadership politique féminin est relativement faible. Il est fort probable que le contexte des élections municipales et surtout européenne n'ait pas été suffisamment saillant, c'est-à-dire présent dans l'actualité et donc facilement accessible en mémoire (Letirand & Delhomme, 2006). Mais la faiblesse de ce lien est mieux cernée lorsqu'on prend en compte les représentations du leadership politique féminin comme médiateur. Celles-ci médiatisent totalement l'effet des attitudes sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. En clair, on ne saurait mieux cerner les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin des français en sous estimant l'importance capitale des représentations du leadership politique féminin. Pourtant, le rôle central des représentations du leadership politique féminin semble être de moindre importance lorsqu'on prend en compte l'adhésion de nos participants aux croyances et valeurs culturelles et leur motivation à se conformer aux normes subjectives. En effet, que ce soit dans le contexte camerounais ou français, les

représentations du leadership politique féminin ne médiatisent pas l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles, ainsi que l'effet des normes subjectives sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Cependant, nous avons pu observer que pour le Cameroun, l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles est positivement liée aux représentations du leadership politique féminin. Ce résultat s'explique par le fait que le leadership politique féminin peut dans le contexte camerounais être considéré comme un objet en construction et de ce fait être à l'origine de nombreuses croyances. Dans cette logique, les représentations du leadership politique féminin interviennent principalement en réaction à une situation nouvelle ou émergente comme c'est le cas du leadership des femmes en politique au Cameroun. De leurs côtés, les croyances et valeurs culturelles sont des pratiques très ancrées dans les comportements des camerounais (Ngeutsa, 2012). On y trouve entre autre, des valeurs profondément ancrées et transmis depuis des générations. Ainsi, les représentations du leadership politique féminin reflètent non seulement l'appartenance au groupe culturel, mais aussi traduisent les pratiques culturelles en rapport avec les rôles de sexe (Eagly & Diekman, 2000). C'est d'ailleurs pour cette raison que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles est cohérente avec les éléments saillants des représentations du leadership politique féminin.

En France, on ne note pas de lien entre adhésion aux croyances et valeurs culturelles de nos participants et leurs représentations du leadership politique féminin. Néanmoins, certaines variables sociodémographiques modèrent l'effet de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles sur les représentations du leadership politique féminin. Les représentations du leadership politique féminin sont plus favorables chez les hommes lorsque ceux-ci adhèrent fortement aux croyances et valeurs culturelles. Ces représentations sont également favorables chez les femmes, lorsqu' elles ont une faible adhésion aux croyances et valeurs culturelles. Ce résultat peut se justifier premièrement par le fait que contrairement aux Cameroun, les croyances et valeurs culturelles en lien avec la présence des femmes à des positions de pouvoir pourraient être moins sollicitées dans un contexte de culture dite individualiste que dans un contexte de culture collectiviste (Hofstede, 2005) même si comme nous l'avons mentionné plus haut, l'approche collectiviste ou individualiste des ensembles culturelles doit être relativisée (Ngeutsa, 2012). Deuxièmement ce résultat s'explique aussi par le fait que l'objet leadership politique féminin semble moins qu'au Cameroun un objet nouveau ou émergent. Par conséquent, il est possible que la construction de cet objet s'appuie plus sur autre chose que sur les croyances et valeurs culturelles. Pourtant, le test par équation structurelle du modèle général français montre que l'adhésion aux croyances et valeurs

culturelles prédit des représentations du leadership politique féminin peu favorables. En effet, les français ont fait en 2007 l'expérience d'un leadership politique féminin au plus haut sommet avec la candidature de Ségolène Royale aux élections présidentielles (Doutre, 2007). L'issue de ces élections qui s'est soldée par la défaite de la candidate socialiste et les résultats de l'étude de Doutre (2007), suggèrent que conformément à nos résultats, les français semblent peu ouverts aux valeurs féminines contrairement à certains résultats obtenus dans les études de Hofstede (2005). Les résultats de l'étude 2 pour la France ont aussi montré qu'une forte adhésion de nos participants aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité / féminité orientent positivement leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin. Ce résultat peut paraître paradoxal surtout lorsqu'on sait que les représentations du leadership politique féminin ont pour fonction première d'orienter le comportement (Abric, 1985). Comment en effet expliquer que l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles soient négativement liées aux représentations du leadership politique féminin et en même temps positivement liées aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin ? Il est possible que le contexte de notre étude (étude menée dans le cadre des élections municipales en France) ait pu jouer en faveur du leadership politique féminin. La loi sur la parité du 17 mars 2013 exige que chaque liste comporte autant de femmes que d'hommes avec un panachage 1-1 afin d'éviter que les femmes ne se retrouvent en fin de liste et rarement en situation d'être élues. Ceci a pu jouer en faveur du leadership politique féminin. Pour nos participants français (majoritairement constitués de femmes), les élections municipales sont une occasion idoine où les femmes vont pouvoir légitimer leurs actions pourtant très visibles dans les associations scolaires, dans les activités sportives ou culturelles et pouvoir ainsi agir dans les conseils municipaux (Dumas, 2014).

L'étude 2 aussi bien au Cameroun qu'en France, montre également que les éléments centraux qui composent les représentations du leadership politique féminin ne sont pas liés aux normes subjectives. En d'autres termes, la position des référents et la motivation de nos participants à se conformer à cette position n'impactent pas de manière significative leurs représentations du leadership politique féminin. Les normes subjectives sont en général liées au contexte contingent immédiat auquel sont confrontés les individus (Rouquette & Rateau, 1998). Dans cette logique on peut tout à fait penser que les normes subjectives soient plutôt liées aux éléments périphériques de la représentation du leadership politique, c'est-à-dire aux éléments qui varieraient avec le contexte contingent immédiat et seraient donc plus flexibles (Guimelli, 2000). Cependant, dans les deux contextes de notre étude (Cameroun / France), les normes subjectives orientent de manière significative les intentions de vote en faveur du

leadership politique féminin. Les normes subjectives sont ici portées par les membres de sa famille, les collègues, les autres électeurs, les membres de son groupe politique et les membres de sa communauté religieuse. Dans le cas du Cameroun par exemple, Bayart (1977) rappelle à juste titre que la religion semble influencer presque tous les aspects de la vie profane des individus. Dans ce contexte, le degré d'intégration religieuse saisi par la pratique religieuse apparaît comme une variable principale et explicative des comportements politiques notamment électoraux. Au vue de nos résultats on peut donc penser que l'espace religieux semble de plus en plus favorable à la participation des femmes à la vie politique en tant que leader. Disons qu'au-delà de l'espace religieux, l'environnement professionnel augmente les probabilités d'entrer en contact avec des agents politiques et de subir des micro-influences qui peuvent inciter à la participation électorale. Ces échanges informels qui ont cours sur le lieu du travail, confèrent des repères, fussent-ils minimaux susceptibles d'orienter le jour de l'élection (Kouamen, 2009). En France par exemple, des auteurs (Braconnier & Dormagen, 2007 ; Kouamen, 2009) font remarquer que la famille est une instance potentielle de mobilisation qui peut se relever particulièrement efficace en période électorale. C'est en son sein que se fait la socialisation initiale et se transmettent durablement les repères sociaux (les rôles de genre par exemple), politiques et les préférences idéologiques. Ainsi que l'on se trouve en contexte camerounais ou français, le vote en tant que l'expression d'un champ idéologique et symbolique trouve la justification de sa corrélation avec le degré d'intégration professionnelle, familiale ou religieuse. En considérant nos résultats, on note que ces différents espaces semblent au Cameroun et en France montrer des possibilités qui indiquent une volonté d'ouverture à la présence des femmes en politique comme leader. Contrairement aux résultats de l'étude 1, les représentations du leadership politique féminin ne jouent dans l'étude 2 aucun rôle médiateur. Pourtant, les représentations du leadership politique féminin restent une variable importante dans l'étude, du fait des relations positives qu'elles ont avec les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin et méritent d'être prise en compte dans l'analyse et l'explication de la problématique du leadership des femmes en politique.

Les résultats de l'étude 3 (Cameroun et France) nous ont montré que le contrôle comportemental perçu n'impacte pas significativement les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. De même, l'effet du contrôle comportemental perçu sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin n'est pas modéré par l'expérience électoral, contrairement aux résultats obtenus dans certaines études (Ajzen, 2002 ; Kefi, 2010). Ces résultats suggèrent qu'il n'y aurait pas d'obstacles spécifiques pouvant entraver

de manière particulière les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Cependant, la littérature sur les comportements électoraux indique que certains paramètres électoraux influencent de manière significative la participation électorale (Kouamen, 2009). Ces paramètres peuvent être endogènes (les raisons personnelles) et /ou exogènes (liés à la situation) avec pour effet de faciliter ou d'empêcher la production du comportement (Ajzen, 2002). Ainsi par exemple, la méconnaissance des systèmes politiques et électoraux va induire chez les citoyens et surtout les jeunes un désintérêt pour la politique et partant une importante abstention électorale. De même, comme l'ont relevé Blais, Massicotte et Dobrzynska (2003), le désabusement, la désillusion et la perte de confiance des électeurs vis-à-vis de la politique peuvent être des obstacles à la participation électorale.

Les trois études de la présente thèse prises séparément, nous ont permis d'observer des résultats intéressants. Toutefois, en faisant l'analyse de toutes les variables dans un test de modèle, on observe quelques différences dans les résultats. Les tests de modèle par équation structurelle ont permis de mettre à nouveau en lumière la nécessité de prendre en compte les représentations du leadership politique féminin si l'on veut mieux cerner la problématique de la participation des femmes à des positions de leader en politique. Cette importance des représentations du leadership politique féminin a été confirmée dans le test du modèle général pour la France. On observe en effet que seule la sous dimension représentation du leadership politique féminin peu favorable est lié négativement aux intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Cette sous dimension est selon notre test de modèle la seule variable médiatrice et suggère par conséquent que lorsqu'on contrôle cette variable, les effets de la sous dimension adhésion aux croyances et valeurs culturelles liés à la masculinité / féminité et celui des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, diminuent mais restent significatifs (voir tableau modèle X et Z). Ainsi, plus les participants ont des attitudes favorables vis-à-vis du leadership politique féminin, plus ils adhérent aux croyances et valeurs culturelles en lien avec la masculinité / féminité, moins leurs représentations du leadership politique féminin sont favorables. En d'autres termes, la construction collective du leadership politique féminin des participants français se ferait donc en grande partie autour des éléments peu favorables à la présence des femmes à des positions de pouvoir (Doutre, 2007). Au final, en tenant compte des données que nous avons recueilli pour la population française, les trois variables que nous avons cités ci-dessus (les représentations du leadership politique féminin peu favorables, l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles liés à la masculinité / féminité et les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin), éclairent notre compréhension des intentions de

vote en faveur du leadership politique féminin de nos participants. Néanmoins, les variables portant sur les stéréotypes de genre, sur les normes subjectives ne sont pas en reste, puisqu'elles sont également liées aux représentations du leadership politique peu favorables, et peuvent de ce fait aider à mieux comprendre les intentions vote en faveur du leadership politique féminin.

Si le modèle français montre que la représentation du leadership politique féminin peu favorable est la variable qui explique le mieux les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin, au Cameroun c'est plutôt les représentations du leadership politique féminin favorables. En effet, les représentations du leadership politique féminin favorables médiatisent l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin. Par ailleurs, on a aussi observé un effet positif de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en lien avec la masculinité / féminité et les stéréotypes de genre féminin sur les représentations du leadership politique féminin favorables. Il est intéressant de noter que les participants français en évoquant la question du leadership politique féminin en font une construction plutôt peu favorable, alors que les camerounais sont plutôt dans une construction du leadership politique féminin favorable. De plus, on a observé que l'adhésion aux stéréotypes de genre au Cameroun induit des représentations du leadership politique féminin favorables alors que les mêmes stéréotypes chez les participants français induisent des représentations du leadership politique peu favorables. Dans l'ensemble, ces résultats ouvrent des pistes intéressantes de recommandations et d'actions pratiques afin d'améliorer la participation publique et politique des femmes à des positions de leaders en politique.

Conclusion générale

Notre thèse a pu montrer que pour favoriser efficacement la participation des femmes à la vie publique et politique en tant que leader, il est indispensable de prendre en compte les représentations du leadership politique féminin des participants. La compréhension de ces représentations nécessite la prise en compte des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin, des stéréotypes de genre féminin et des croyances et valeurs culturelles, particulièrement celles en lien avec la masculinité et la féminité. Les actions d'incitations à plus d'ouverture au leadership politique féminin actuellement déployées aussi bien au Cameroun qu'en France sont certes importantes et nécessaires, mais sont inefficaces. Elles semblent en effet être en déphasage avec les constructions que nos participants se font du leadership politique féminin. Or, ce sont ces constructions qui vont impacter leur intention de vote en faveur du leadership politique féminin et partant leur comportement. Les actions juridiques à travers la mise en place des lois ont dans la plupart des cas eu pour effet de favoriser un sexisme bienveillant qui malheureusement continue d'entretenir le cloisonnement d'une grande majorité des femmes hors des sommets du pouvoir politique. Les actions de sensibilisation principalement menées par les organisations non étatiques ont eu pour effet de poser et de vulgariser la problématique du leadership politique féminin, facilitant ainsi l'élaboration des représentations sociales autour de l'objet leadership politique féminin. Pourtant, les représentations du leadership politique féminin selon qu'on se trouve en contexte camerounais ou en contexte français ne se présentent pas de la même manière.

Au Cameroun, les représentations du leadership politique féminin de nos participants sont plutôt favorables, en d'autres termes les éléments qui composent le noyau central de ces représentations sont favorables au leadership politique féminin. C'est en effet un important indicateur indispensable à prendre en compte pour une stratégie de promotion du leadership politique féminin. Ce résultat contraste avec ce que la littérature révèle, lorsqu'elle indique que les camerounais seraient pour la plupart peu ouvert au leadership des femmes en politique (Nkolo Foe, 2002 ; Kala-lobe, 2015). Notons tout de même que nos participants camerounais sont pour la plupart jeunes avec une moyenne d'âge de 35 ans à peu près. On peut donc estimer qu'il s'agit là d'un renouveau politique qui semble plus favorable aux femmes, portées par une jeunesse jusqu'ici désabusées par l'actuelle classe politique majoritairement masculine. Des actions particulières méritent donc d'être conçues et orientées vers cette jeunesse en vue de l'intéresser non seulement à la chose politique dans son ensemble, mais aussi et surtout au leadership politique féminin. Des regroupements de jeunes (Conseil

National de la Jeunesse) et autres associations de jeunes doivent retenir de manière particulière l'attention des structures étatiques et non étatiques, en vue de campagnes de sensibilisation au mieux de renforcement en faveur du leadership politique féminin. D'ailleurs, les communications et autres campagnes de sensibilisation doivent prendre en compte l'effet plutôt positif des stéréotypes de genre féminin sur les représentations du leadership politique féminin. Pourtant, les stéréotypes portant sur le caractère chaleureux, maternel, conciliante des femmes étaient jusqu'ici perçues comme un handicap ou une faiblesse pour celles qui s'engagent en politique. Il apparait donc clairement que pour nos participants, l'ouverture aux autres, la chaleur, le caractère maternel ou conciliant qui sont des caractéristiques généralement attribuées aux femmes, seraient souhaitables en politique, voir même recherchées. Surtout dans un contexte camerounais en proie à d'importantes crises économiques et sécuritaires qui rendent la paix sociale extrêmement fragile. Il y a certainement là une opportunité à saisir pour la femme camerounaise dont l'engagement politique peut être un formidable moyen d'épanouissement personnel et de contribution à l'évolution de la communauté. Dans ce sens, il est urgent de mettre en place ou de renforcer les programmes de capacitation politique et économique des femmes pour booster non seulement leur intérêt pour la politique, mais aussi leur engagement politique.

En effet, tout engagement politique mérite d'être réfléchi, structuré et articulé sur une connaissance claire du contexte, des enjeux, des règles du jeu et des améliorations qui peuvent et doivent être apportés à la vie politique. De même, l'autonomisation économique des femmes leaders politiques ou des femmes postulantes est une donnée importante à prendre en compte. La faiblesse économique de la femme est un handicap sérieux qui plombe considérablement ses ambitions. Malgré leurs diplômes, en dépit de leurs compétences professionnelles et de la pertinence de leur programme politique, les femmes camerounaises et françaises arriveront difficilement au leadership politique si elles ne sont pas davantage dotées matériellement, financièrement, et stratégiquement. Il faut impérativement booster les compétences, accroître l'accès à des ressources productives, fortifier les environnements institutionnels et renforcer les instruments juridiques en les dotant d'un caractère contraignant, afin que la femme puisse monter en puissance dans les sphères de prises de décisions. Tant que les institutions nationales et internationales en la matière se limiteront à mener des actions saisonnières relativement suivies sur le terrain et exclusivement en direction des femmes élues, oubliant les postulantes, et surtout les femmes vivant en zone rurale, le renforcement quantitatif /qualitatif ne sera pas atteint. Le renforcement quantitatif et qualitatif du leadership politique féminin passe aussi au Cameroun par exemple par une prise

en compte des croyances et valeurs culturelles liés à la masculinité / féminité. Ces croyances et valeurs comme nous l'avons montré plus haut traduisent les rôles de sexe de la société camerounaise, et ont été, après analyse factorielle, regroupées dans une sous dimension dont les items portent essentiellement sur les relations matrimoniales. Au Cameroun, dans presque toutes les cultures, le mariage traditionnel et la dot par exemple, ont une place importante et traduisent la volonté d'un homme et au-delà de sa personne celle de sa famille de s'unir à une femme et à sa famille à travers un ensemble de rituels qui va consacrer l'union. Pour les camerounais et camerounaises de notre étude, cette pratique n'est pas en contradiction avec l'ouverture pour un leadership politique féminin, et induit au contraire des représentations du leadership politique féminin favorables. Dès lors, la position de certaines organisations de promotion de la participation des femmes à la vie publique et politique qui considèrent la dot (pour ne citer que cet exemple) comme un obstacle, doit donc être relativisée. Il nous semble que c'est plutôt la dénaturation de la dot devenue dans certaines cultures camerounaises très onéreuses qui pose problème. Tout compte fait, les attitudes des camerounais vis-à-vis du leadership politique féminin sont favorables et les résultats des dernières élections législatives confirment ce résultat. Il est donc impératif de saisir cette opportunité pour augmenter la participation des femmes à la politique et leur participation en tant que leader.

En France, nos résultats nous ont montré que les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin de nos participants s'expliquaient de manière significative par les représentations du leadership politique peu favorables. Plus concrètement, plus leurs représentations du leadership politique féminin peu favorables sont importantes, moins leur intention de vote pour un leadership politique féminin est favorable. Ces résultats suggèrent que la promotion du leadership politique féminin passe par une action sur les représentions du leadership politique féminin dans l'optique de les changer. Le contexte social et politique français malgré les avancées notables sur la question de la participation de la femme à la vie politique, reste peu ouvert au leadership des femmes. Culturellement, dans plusieurs pays à travers le monde, les femmes ont plus de difficultés que les hommes à imposer leur leadership, et singulièrement en France, les individus restent accrochés à des représentations masculines du pouvoir très fortement ancrées. Ces représentations traditionnelles largement véhiculées à travers les croyances et valeurs culturelles, montrent malheureusement que les femmes ne correspondent pas à cette image. Même si elles ne doivent pas essayer de devenir ainsi, elles doivent envoyer les bons signaux, pour répondre aux attentes des électeurs. Dans cette dynamique, les progrès en faveur du leadership politique féminin passent aussi par des programmes de développement du leadership à travers des séminaires et des ateliers qui

facilitent la prise de conscience et le changement de représentations. Ces séminaires ou ateliers pourraient avoir pour objectif de permettre aux femmes engagées en politique ou qui aspirent à le faire de prendre de la hauteur, d'élargir leur perception. Ils leur permettront aussi d'écouter le témoignage d'autres femmes de tous âges, d'autres parcours dans des domaines d'activités différents, de s'inspirer les unes des autres, d'inventer le style de leadership tout en constituant ou en renforçant leur réseau. Le réseau est reconnu comme un réflexe masculin naturel, alors que les femmes leaders ont encore à accepter de le développer, d'être visibles et influentes, malgré le poids des stéréotypes.

Nos résultats nous ont aussi montré qu'en France, une forte adhésion de nos participants aux stéréotypes de genre féminin augmente leurs représentations du leadership politique féminin peu favorables, suggérant ainsi qu'il est impératif pour les femmes de dépasser ces stéréotypes. Et pour dépasser ces stéréotypes qui créent une réalité, l'engagement des femmes est primordial. C'est lui qui permet de détecter les talents, de faire entendre sa voix et de démontrer qu'une femme peut tout aussi bien réussir qu'un homme. Elles ne doivent pas hésiter pour cela, à s'engager dans la vie politique ou entrepreneuriale. Elles doivent s'investir auprès des instances politiques, économiques et sociales représentatives en postulant à des mandats, à rejoindre les nombreux réseaux qui permettent d'échanger, de s'enrichir de l'expérience des autres, de tisser des liens privilégiés, de développer sa notoriété. L'habitude du réseau devrait déjà même être initié dans les écoles de formations qui selon certains auteurs sont déjà des terreaux de discrimination. Dans ce sens, les politiques publiques doivent aussi veiller à la neutralité effective des institutions publiques et encourager une plus grande mixité des parcours, des filières et des métiers. Il est indispensable d'affaiblir les stéréotypes de genre en agissant sur l'environnement médiatique en s'attaquant aux représentations hyper sexualisées de la politique dans les médias. La déconstruction des représentations peu favorables du leadership politique féminin en France est donc une procédure de longue haleine qui intègre un faisceaux de domaines d'intervention allant de la famille à la vie publique et politique en passant par l'école et le monde du travail.

BIBLIOGRAPHIE

Abric, J.-C. (1984). L'artisan et l'artisanat : Analyse du contenu et de la structure d'une représentation sociale. Bulletin de psychologie, 37, 861-875.

Abric, J.-C. (1987). *Coopération, compétition et représentations sociales*. Cousset: Delval.

Abric J.-C. (1989): L'étude expérimentale des représentations sociales. *In* D. Jodelet (Dir.), *Les représentations sociales*. Paris, Presses Universitaires de France, pp. 205-223.

Abric J.-C. (1994): L'organisation interne des représentations sociales. Système central et système périphérique. In C. Guimelli(Dir.), *Structures et transformations des représentations sociales*. Neuchâtel : Delachaux & Niestlé, 73-84.

Abric, J.-C. (2003). La recherche du noyau central et de la zone muette des représentations sociales. In J.-C. Abric (Ed.), Méthodes d'études des représentations sociales (PP. 59-80). Sainte Agne : Erès.

Achin, C. & Lévêque, S. (2006). *Femmes en politique*. Paris: La Découverte

Adler, L. (1993). *Histoire des femmes politiques*. Paris : Seuil.

Adler, N. J. (1994). *Comportement organisationnel : une approche multiculturelle*. Ottawa : Editions Reynald Goulet Inc.

Adler, A. (2007). « Initiation, royauté et féminité en Afrique noire. En deçà ou au-delà de la différence des sexes : logique politique ou logique initiatique?», *L'Homme* 3(183), 77-115.

Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and predicting Social Behavior*. Englewood-Cliffs, NJ : Prentice-Hall

Ajzen, I., Timco, C., & White, J.B. (1982). Self-monitoring and the attitude-behavior relation. *Journal of personality and Social Psychology*, 41, 426-435.

Ajzen, I. (1985). From intention to action: A theory of planned behaviour // In J. Kuhl and J. Beckman (Eds), Action Control : From Cognition to Behaviour. New York : Springer

Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474.

Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality and behavior*. New York: Open University Press.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Org. Behav. Hum. Decis. Process.* 50, 179 211

Ajzen, I. & Fishbein, M. (2000). Attitude and the attitude behavior relation: Reasoned and automatic processes. In W. Stroebe et M. Hewstone (Dirs), *European Review of Social Psychology*. Chichester, Wiley, 1-33

Ajzen, I. (2002): Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665-683.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The Influence of attitudes on behavior. In D. Albarracin, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitude* (173-221). Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum.

Ajzen, I. (2006). Constructing a TPB Questionnaire: Conceptual and Methodological Consideration // Available at http:// www. People.umass.edu/aizen/. Consulté Mai 2012

Agacinski, S. (1998). *Politique des sexes* (2001 ed.). Paris: Seuil.

Albarracin, D., Johnson, B. T., Fishbein, M. & Muellerlfile, P. A. (2001). Theories of reasoned action and planned behavior as models of condom use: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 127, 142-161.

Alimo-Metcalfe, B. & Alban-Metcalfe, J. (2002). Leadership. In P. Warr (dir.), *Psychology at Work* (pp. 300-325). Boston: Penguin.

Allport, G.W. (1954). The historical background of modern social psychology in G. Lindzey & E. Aronson (Eds), *The Hanbook of social psychology.* Reading Addison, Wesley Development Journal, 36, 38-47

Allen, N.J. & Meyer, J.P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational Psychology*, 63, 118.

Alya Mlaiki, Hajer Kefi & Kalika, M. (2012). Facteurs psychosociaux et continuité d'utilisation des réseaux sociaux numériques : le cas de facebook », *Recherches en Sciences de Gestion,* 5 (92), p. 83-111.

Amodio, D. M., & Devine, P. G. (2006). Stereotyping and evaluation in implicit race bias: Evidence for independent constructs and unique effects on behavior. Journal of Personality and Social Psychology, 91, 652–661. doi:10.1037/0022-3514.91.4.652

Amougou, P. (2013). *Leadership politique féminin : le Cameroun toujours en deçà de la moyenne.* Extrait de : http://www.mediaterre.org/afrique-centrale/actu,20131023094317.html

Apostolidis, T.; Duveen, G. & Kalampalikis, N. (2002). Représentations et croyances. *Psychologie et Société,* 5, pp.7-11.

Armitage, C. J. & Cornner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behavior: A meta-analytic review. *British Journal of social psychology*, 40, 471-499.

Ashleigh Shelby, R. & Leigh Plunkett, T. (2010). Agentic women and communal leadership: How role prescriptions confer advantage to top women leaders. *Journal of Applied Psychology*, 95(2), 221-235.

Babou Diatta (2012). Les africains et le pouvoir politique. Extrait de : http://www.walf-groupe.com/

Badinter, E. (2000). *Fausse Route*. Paris: Odile Jacob

Balandier, G. (1967). *Anthropologie politique*. Paris: Presses Universitaires de France.

Balandier, G. (1984). Le sexuel et le social. *Cahier internationaux de sociologie*, 76, pp. 5-19.

Balandier, G. (2005). *Civilisation et Puissance*. Paris: L'Aube

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavior change. *Psychological Review*, 84, 191-215.

Bandura, A. (1991). Social-cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 248-287.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.

Barbier J-C. (1985). *Femmes du Cameroun, mères pacifiques, femmes rebelles*. Paris: Karthala Orstom

Barge, J. K. (1996). The dialectics of leadership. In R. Y. Hirokawa & M. S. Poole (Eds.), *Small group communication and decision-making* (pp. 301-344). Beverly Hills: Sage.

Bargh, J. A., Chen, M., & Burrows, L. (1996). Automaticity of social behavior: Direct effects of trait construct and stereotype activation on action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 230-244

Bartholomew, S., & Adler, N.J. (1996). Building Networks and Crossing Borders: The Dynamics of Knowledge Generation in a Transnational World. In P. Joynt & M. Warner (eds), *Managing Across Cultures: Issues and Perspectives.* London: International Thompson Business Press.

Bass, B. M. (1985a). *Leadeship and performance beyond expectation*. New York: Free Press.

Bass, B. M. (1985b). Leadership: Good, Better, Best. *Organizational Dynamics*, 13, 26-40.

Bass B. M., Avolio B. J. & Atwater L. (1996). The transformational and transactional leadership of men and women. *Applied psychology*, 45(1), 5 – 34.

Bataille, P. & Gaspard, F. (1999). *Comment les femmes changent la politique et pourquoi le hommes résistent*. Paris : Edition la Découverte.

Bayart, J – F (1977). La fonction politique des Églises au Cameroun. *Revue française de science politique* (23) 3, 514-536.

Blake, R. R., & Mouton, J. S. (1964). *The managerial Grid*. Houston : Gulf Publishing Compagny.

Blais , A. Massicotte, L. & Dobrzynska, A. (2003). *Pourquoi le taux de participation est-il plus élevé dans certains pays que d'autres?* , Élections Canada.

Blank, W., Weitzel, J. R., & Green , S. G. (1990). A Test of the Situational Leadership Theory. *Personnel Psychology*, 43, 579-597.

Blacke, R. R. & Mouton, J. S. (1981). Management by Grid Principles or Situationalism: Which? *Group & Organization Studies*, 6, 439-456.

Becker, M. H., & Rosenstock, I. M. (1987). Comparing social learning theory and the health belief model. In W. B. Ward, (Ed). *Advances in Health Education and Promotion* (pp.245-249). Greenwich CT: JAI Press

Becker, J.C., & Wright, S.C. (2011). Yet Another Dark Side of Chivalry: Benevolent Sexism Undermines and Hostile Sexism Motivates Collective Action for Social Change. *Journal of Personality and Social Psychology, 101*(1), 62-77.

Bela, G. (2004). *Le co-branding et la perception du consommateur*. Extrait de : http://geraldine.bela.free.fr/index.htm

Belghiti, S. (Eds.) (2008), *Genre et GRH, Les défis de l' égalité hommes-femmes*, ouvrage collectif, Paris: Vuibert, 125-138.

Belle, F. (1991). *Etre femme et cadre*. Paris : L'harmattan

Beleoken, E. (1996). Situation des femmes occupant une position de pouvoir et de décision au Cameroun. *Séminaire Femmes et pouvoir décisionnel en Afrique de l'Ouest*. Abidjan : Fondation Friedrich Ebert.

Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 42*, 155-162.

Bem, S. L. (1975). Sex role adaptability: One consequence of psychological androgyny. *Journal of Personality and Social Psychology, 31*, 634-643.

Bem, S. L. (1981). *Bem Sex Role Inventory: Professional manual.* Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

Bem, S.L. (1986). Au dela de l'androgynie, quelques préceptes osés pour une identité de sexe libérée. In Hurtig, M.C. & Pichevin, M.F. (Eds). *La différence des sexes*. Paris : Deux temps Tierce.

Ben Messaoud & Kala-lobe, S. (2000). « Les femmes africaines et le pouvoir politique » fiche de dialogue pour le progrès politique de l'Homme. *Afrique Gouvernance*. Extrait de : http://base.afrique gouvernance.net/fr/corpus_dph/fiche-dph-251.html

Bennis, W., & Nanus, B. (1985). *Leadership: The strategies for taking charge*. New York: Harper & Row

Bethlehem, D. W. (1990). Attitudes, social attitudes and widespread beliefs. In C. Fraser et G. Gaskell (Eds.), *The social psychological study of widespread beliefs*. Oxford: Oxford University Press, 65-77.

Bergamaschi, A. (2011). Attitudes et représentations sociales. *Revue européenne des sciences sociales*, 49(2), 93-122.

Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., & Dasen, P. R. (2002). *Cross-cultural psychology: research and applications (Second, revised edition)*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bierstedt, R. (1950). « An analysis of social power », *American socioligical review*,15, 730- 738.

Bihr, A. & Pfefferkorn, R. (2002). *Hommes, femmes, quelle égalité ?* Paris : Ed. de l'Atelier.

Blake, R.R. & Mouton, J.S. (1981). Management by Grid Principles or Situationalism: Which? *Group & Organization Studies*, 6, 439-456.

Blais, A., Massicotte, L. & Dobrzynska, A. (2003). *Why is Turnout Higher in Some Countries than in Others?* Ottawa: Elections Canada.

Bogalska-Martin, E., Doutre, E., Joubert, T. & Prevert, A. (2006). Paradoxes des actions non discriminantes engagées par les entreprises et les collectivités territoriales. *Vie sociale*, 4, 37-56.

Bommelaer, C. (2013). Une femme au panthéon ? *Le Figaro.* Extrait de : http://www.lefigaro.fr/culture/2013/10/10/03004-20131010ARTFIG00492-une-femme-au pantheon.php

Bonardi, C., & Roussiau, N. (1999). *Les représentations sociales*. Paris : Dunod.

Bono, J. E. & Judge, T. A. (2004). Personnality and Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 89, 901-910.

Bourdieu, P. (1998). « *La domination masculine* ». Paris : Seuil

Bourricaud, F. (1958). « Science politique et sociologie, refléxions d'un sociologue » *Revue française de science politique*, 8 (2), 23-30

Boutheina, D. & Wafa, K. (2011). *L'influence des variables psychosociales sur la décision de communication volontaire : cas des dirigeants tunisiens*. doi: <hal-00650416 >

Boyon, J. (1967). Une idéologie africaine : le Nkurumaïsme. *Revue française de sciences politiques*, 13 (1), pp. 66-87.

Braconnier, C. & Dormagen, J-Y. (2007). *La démocratie de l'abstention*. Paris: Gallimard

Bréchon, P. (2001). Les valeurs des français. Evolution de 1980 à 2000. *Revue française de sociologie,* 42(3), 595-598.

Bruckmüller, S. & Branscombe, N. R. (2010). The glass cliff: When and why women are selected as leaders in crisis contexts. *British Journal of Social Psychology* , 49, 433–451

Bryman, A. (1992). *Charisma and leadership in Organization*. London: Sage

Burger, J. M. (1987). Desire for control and conformity to a perceived norm. *Journal of Personality*

and Social Psychology Review, 3, 303-325.

Burns, J. M. (1978). *Leadership.* New York: Harper & Row.

Buschini, F. & Lorenzi-Cioldi, F. (2013). Représentations sociales. In L. Bègue, & O. Desrichard, (Eds). *Traité de psychologie sociale : La science des interactions humaines* (pp.395-415). Bruxelles : De Boeck.

Buss, D. M. (1995). Evolutionary psychology: A new paradigm for psychological science. *Psychological Inquiry,* 6, 1-30.

Butler, J. (1990). "Gender Trouble, Feminist Theory, and Psychoanalytic Discourse". In L. Nicholson (ed.), *Feminism / Postmodernism*. New York: Routledge.

Cadet, B., & Kouabenan, D. R. (2005) : Évaluer et modéliser les risques : apports et limites de différents paradigmes dans le diagnostic de sécurité. *Le Travail Humain, 68,* 7-35.

Camilleri, C. (1989): La culture et l'identité culturelle : champ notionnel et devenir. In C. Camilleri et M. Cohen-Emerique (Dirs.), *Chocs de cultures : concepts et enjeux de l'interculturel.* Paris, L'Harmattan, pp. 21-73.

Cartwright, D. (1959). « A Field theoretical conception of power ». In CartWright, D. (Ed),*Studies in social power.* Ann Arbor, Mich., Institute for Social Research.

Carless, S. A. (1998). Assessing the discriminant validity of transformational leadership behaviour as measured by the MLQ. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 71, 353–358.

Cejka, M. A., & Eagly, A. H. (1999). Gender-Stereotypic images of occupations correspond to the sex segregation of employment. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 413-423.

Centre national d'information sur les droits des femmes et des familles – CNIDFF (2016). *Historique du droit des femmes*. Extrait de : http://www.infofemmes.com/v2/p/Se-documenter/Historique-du-droit-des-femmes/60

Channouf, A., Py J. & Somat, A. (1996). « Prédire des comportements à partir des attitudes : nouvelles perspectives ». In Deschamps J. C. & Beauvois J.L. (Eds), *Des attitudes aux attributions*, 2, 55-65.

Channouf, A., Mangard, C., Baudry, C. & Perney, N. (2005). Les effets directs et indirects des stéréotypes sociaux sur une décision d'orientation scolaire. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*. 55, 217-223.

Charnoz, P. & Oran, M. (2016). Une concentration spatiale accrue des diplômés du supérieur en France entre 1991 et 2011. *Insee Référence.* Extrait de : http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/EMPSAL16e_D4_diplomes.pdf

Churchill G. A., Jr. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs, *Journal of Marketing Research*, 16, 64-73.

Cixous, H. (2010). *Le rire de la méduse* (2ème ed.). Paris: Galilée.

Clerc, C. (2013). *Les conquérantes : douze femmes à l'assaut du pouvoir*. Paris : Nil éditions.

Clémence, A., Lorenzi-Cioldi, F. & Deschamps, J.-C. (1998). Relations de domination intergroupes. In Beauvois, J.-L., Joule, R.-V. & Monteil, J.-M. (Eds), *20 ans de psychologie sociale expérimentale francophone*. Grenoble: Presses Universitaires (pp. 67-96).

Clémence, A. (2002). Catégorisation sociale et représentation sociale: Commentaires sur le texte de Lacassagne, Salès-Wuillemin, Castel & Jébrane (2001). *Peer Reviewed Online Journal*, 11, 21-24.

Clow, K. A., Ricciardelli, R. & Bartfay W. J. (2014). Attitudes ans Stereotypes of Male and Female Nurse : The Influence of Social Role and Ambivalent Sexism. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 3, 446-455. doi :10.1037/a0034248

Coquery-Vidrovitch, C. (1983). A propos des racines historiques du pouvoir : "Chefferie" et"Tribalisme". *Revue française d'études constitutionnelles et politiques*, 25, pp. 51-61.

Coquery-Vidrovitch, C. (1994). *Les Africaines: histoire des femmes d'Afrique noire du XIX siècle.* Paris: Desjonquères

Coquery-Vidrovitch, C. (2008). *Histoire des villes d'Afrique noire : des origines à la colonisation*. Paris : Albin Michel

Compeau, D. & Higgins, C. (1995), "Computer Self-Efficacy : Development of a Measure and Initial Test," *MIS Quarterly*, 19, (2), 189-211.

Condry, J. & Condry, S. (1976). Sex differences : A study of the eye of the beholder. *Child Development*, 47, 812-819.

Conger, J. A. & Kanungo, R. N. (1987). Toward a Behavioral Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings. *Academy of Management Review*, 12, 637-647.

Conger, J. A. & Kanungo, R. N. (1988). Behavioral dimensions of charismatic leadership. In J. A. Conger & R. N. Kanungo (Eds.), *Charismatic leadership: The elusive factor in organizational effectiveness* (pp; 78-97). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Conway, J. M., & Huffcutt, A. I. (2003). A review and evaluation of exploratory factor analysis practices in organizational research. *Organizational Research Methods*, 6(2), 147–168

Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of the theory and application. *Journal of Applied Psychology*, 78 (1), 98-104.

Corneille O. & Leyens J.-P. (1999). Catégories, catégorisation sociale et essentialisme psychologique. In R. Bourhis et J.-P. Leyens (Dirs.), *Stéréotypes, discrimination et relations intergroupes* (pp. 41-68). Sprimont : Mardaga.

Cornet, A. et Bonnivert, S. (2008). *Leadership et genre*. Paris : Vuibert.

Cotton, J. M., Vollrath, D. A., Froggat, K. L., Lengnick-Hall, M. L. & Jenning, K. R. (1988). Employee Participation: Diverse Forms and Different Outcomes. *Academy of Management Review*, 13, 8-22.

Crozier, M. (1977). *L'acteur et le système* (en collaboration avec Erhard Friedberg). Paris : Le Seuil.

Cray, D., & Mallory, G.R. (1998). *Making Sense of Managing Culture*. London: International Thompson Business Press.

Cunningham, W.A., Zelazo, P.D., Packer, D.J., & van Bavell, J.-J. (2007). The iterative reprocessing model: a multilevel framework for attitudes and evaluations. *Social Cognition*, 25, 736-760.

Dany, L. & Apostolidis, T. (2002). L'étude des représentations sociales de la drogue et du cannabis : un enjeu pour la prévention. *Santé publique*, 14(4), 335-344.

Dardenne, B., Dumont, M., & Bollier, T. (2007). Insidious Dangers of Benevolent Sexism: Consequences for Women's Performance. *Journal of Personality and Social Psychology, 93* (5), 764-779

Davis, F. D. (1989), "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology", *MIS Quarterly*, 13,(3), 319-339.

Davidson, M. J. et Burke, R. J. (2004). « Les femmes dans le management », une perspective mondiale. *Revue française de gestion,* 151, 129-143.

Deconchy, J. P. (1989). *Croyances et idéologies.* Paris : USF.

Dépret, E. (1996), Besoin de contrôle, sentiment de contrôle et concept de soi (pp 203-207), in J-C Deschamps et J-L Beauvois (eds.), *La psychologie sociale, Tome II : Des attitudes aux attributions : sur la construction sociale de la réalité*, Presses Universitaires de Grenoble.

De la Haye, A. M. (1998). *La catégorisation des personnes*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

Delanoë-Gueguen, S. (2015). « Aide à la création d'entreprise et auto-efficacité entrepreneuriale », *Revue de l'Entrepreneuria*, 4 (14), 47-71.

Delphy C. (2003), » Pour une théorie générale de l 'exploitation : en finir avec la théorie de la

plus-value », *Mouvements*, 26, 69-78.

Demis, E. G. (2008). Predicting voting Behavior of Young Adults : The Importance of Information, Motivation, and Behavioral Skills. Journal of Applied Social Psychology, 38 (11), 2648-2672

Denni, B.; Lê van Truoc, O. & Astor, S. (2013). *Probabilités de vote : comportements et préférences des électeurs pour la présidentielle*. 7eme Colloque francophone sur les sondages, Novembre 2012, Rennes, France. Extrait de : http://sondages2012.ensai.fr/.

Desrumaux-Zagrodnicki, P., Lemoine, C. & Mahon, P. (2004). Harcèlement moral et climats d'entreprise : effets de facteurs humains et organisationnels sur les jugements d'équité. *Psychologie du travail et des organisations*, 10(1), 29-44.

Devine, P.G. (1989). Stereotypes and Prejudice: Their Automatic and Controlled Components. *Journal of Personality and Social Psychology*, (56), 1, 5-18.

Diekman, A. B. et Eagly, A. H. (2000). Stereotypes as dynamic constructs : Women and men of the past, present, and future. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *26*, 1171-1188.

Diffo Tchuikam, J. (2013). Argumentaire de plaidoyer pour l'égale participation politique des femmes et des hommes au Cameroun. Extait de **:** http://morewomeninpolitics.net

Dijksterhuis, A., Bargh, J. A., & Miedema, J. (2000). Of men and mackerels: Attention, subjective experience, and automatic social behavior. In H. Bless & J. P. Forgas (Eds.), *The message within: The role of subjective experience in social cognition and behavior* (pp. 37-51). Philadelphia: Psychology Press.

Delphy, C. (2003). Penser le genre : quels problèmes ? In M.C. Hurtig, M. Kail & H. Rouch (Eds.), *sexe et genre, de la hiérarchie entre les sexes* (PP. 89-101). Paris : CNRS éditions.

Dolan, S.L., Lamoureux, G. & Gosselin, E. (1996). *Psychologie du travail et des organisations*, Montréal : Gaëtan Morin

Doise, W. (1986). Les représentations sociales : définition d'un concept. In W. Doise & A. Palmonari (Eds), *L'étude des représentations sociales* (pp. 81-94). Neuchatel : Delachaux et Niestlé.

Doise, W., Clémence, A., & Lorenzi-Cioldi, F. (1992). *Représentations sociales et analyses de données.* Grenoble : Presses Universitaire de Grenoble.

Doron, R., & Parot, F. (1991). *Dictionnaire de psychologie*. Paris : Presses universitaires de France.

Dovidio, J. F., & Gaertner, S. L. (2000). Aversive racism and selection decisions: 1989 and 1999, *Psychological Science*, 11, 315-319.

Doutre, E. & Dubois, M. (2000). *Stéréotypes sexistes dans l'acte de recruter*. Actes du 3ème Congrès international de Psychologie Sociale en langue française, Valencia, 353 – 367.

Doutre, E. (2002). L'influence du parcours professionnel des femmes sur leurs représentations. *Éducation Permanente, 150, 52 – 61*.

Doutre, E. (2005). *Le genre en politique : étude de l'impact de l'organisation politique sur la structure des représentations sociales des femmes politiques en France*. Congrès national de la SFP, Nancy le 22 Septembre.

Doutre, E. (2007*).* Convergence et divergence dans la représentation sociale du harcèlement moral au travail: l'effet du genre. *Bulletin de psychologie,* 60(5). 415-425.

Doutre, E. (2008a). Les effets de la comparaison catégoriels du genre en politique : Pourquoi Ségolène Royal ne pouvait pas gagner les élections. *Cahiers internationaux de Psychologie Politique, Juin,* (13)2, 25-38.

Doutre, E. (2008b). *Pourquoi Ségolène Royal ne pouvait pas gagner les élections : une illustration du plafond de verre en politique*. Psychologie du travail et des Organisations actes du congrès de l'AIPTLF, Québec, Aout.

Doutre, E. (2009). *La dimension psychologique de l'exercice du Pouvoir dans les organisations de travail en changement. De l'exercice du pouvoir à l'introduction du changement: effet de la dimension psychologique sur les conduites des chefs et de leurs collaborateurs*, HDR, Université Pierre Mendes France, Grenoble II.

Doutre, E. (2010). Poste masculin ou poste féminin? Analyse des asymétries de genre et de ses effets sur les identités au travail. In C. Blatier (Dir) « *Identités féminines* », (pp. 210-232). Grenoble : PUG.

Doutre, E. (2012). Inégalité et discrimination en Recherche & Développement : analyse de l'effet des stéréotypes de genre dans les représentations sociales et les attitudes des élèves ingénieurs. *L'orientation scolaire et professionnelle,* 41(1), 151-179.

Doutre, E. (2014). Mixité de genre et de métiers: conséquences identitaires et relations de travail; Coeducation of gender and professions: consequences in identity and working relations; *Canadian Journal of Behavioural Sciences.* Vol 46(3), 327-336. doi: 10.1037/a0036218. Q2

Drath, W. H. & Palus, C. J. (1994). *Making common sense: Leadership as meaning making in a community of practice*. Greensboro, NC: Center for Creative Leadership.

Duehr, E. E., & Bono, J. E. (2006). Men, women and managers : Are stereotypes finally changing ? *Personnel Psychology,* 59, 815-846.

Dupreux, G. (1971). "L'abstentionnisme electoral en France" Compte rendu. *Revue française de science politique*, 21(2), 426-427.

Dumas, C. (2014). Elections municipales 2014 : les femmes à égalité pour la première fois. Extrait de : https://lightupmymind.com/2014/02/15/elections-municipales-2014-les-femmes-a-egalite-pour-la-premiere-fois/

Dumont, M., Sarlet, M., & Dardenne, B. (2010). Be Too Kind to a Woman, She'll Feel Incompetent: Benevolent Sexism Shifts Self-construal and Autobiographical Memories Toward Incompetence. *Sex Roles*, *62* (7-8), 545-553.

Eagly, A. H., & Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem from the distinction of women and men into social roles. *Journal of personality and Social Psychology*, 46, 735-754.

Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation.* Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Eagly, A. H. & B. T. Johnson (1990). Gender and leadership style: A meta-analysis, *Psychological Bulletin*, 108, 233-256.

Eagly, A. H. (1991). Gender and leadership. *99th meeting of the American Psychological Association*, San Francisco.

Eagly, A. H., Makhijani, M. G. & Klonsky, B. G. (1992). Gender and the Evaluation of Leaders: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 111 (1), 3 – 22.

Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of Attitudes*. Fort Worth, Harcourt Brace Jovanovich

Eagly, A. H. (1995). The science and politics of comparing women and men. *American Psychologist*, *42*, 756-757.

Eagly, A. H. & wendy, W. (1999). The Origins of Sex Differences in Human Behavior: Evolved Dispositions Versus Social Roles. *American Psychologist*, (54), 6, 408-423

Eagly, A. H., Wood, W., & Diekman, A. (2000). A social role theory of sex differences and enhancement. *Journal of Experimental Social Psychology, 30,* 482-504.

Eagly, A. H. and Johannesen-Schmidt, M. C. (2001). The leadership Styles of Women and Men. *Journal of Social Issues*, 57(4), 781-797.

Eagly, A.H. & Karau, S.J. (2002). Role Congruity Theory of Prejudice toward Female Leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573-598.

Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2003). The female leadership advantage: An evaluation of the

evidence. *The leadership quarterly*, 14(6), 807-834.

Eagly, A. H., M. C. Johannesen-Schmidt & M. L. Van Engen (2003). Transformational, transactional, and laissezfaire leadership styles: A meta-analysis comparing women and men. *Psychological Bulletin*, 129, 569-591.

Eagly, A. H. (2004). *Leadership and gender.* Conférence de l'École Doctorale des Universités de Genève et de Lausanne, Genève. 15-17 mars

Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2007a). *Through the labyrinth: The truth butt how we become leaders.* Boston: Harvard School Business Near.

Eagly, A. H. (2007b). Female leadership advantage & disadvantage: Resolving the contradictions. *Psychology of Women Quarterly*, 31, 1-12.

Eagly, A. H., & Sczesny, S. (2009). Stereotypes about women, men, and leaders: Have times changed? In M. Barreto, M. K. Ryan, & M.T. Schmitt (Eds), *The glass ceiling in the 21st century: understanding barriers to gender equality* (PP. 21-47). Washington, DC: American Psychological Association Books.

Ella Essissima, L. (2006). « Le sexe de l'école : la problématique du genre dans le système éducatif camerounais », *Enjeux*, 27, 40-43.

Emtcheu, A., Moubeb, J., & Njengwe, F. (2011). *Le Syndrome de Rezeberen. Ecoles, crises et transes chez les adolescentes au Cameroun.* Editions Universitaires Européennes.

Enriquez, E. (1983). *De la horde à l'État*. Paris: Gallimard.

Evrard, Y., Pras, B., & Roux, E. (2003). *Market : Études et recherches en marketing (3eed.)*. Paris: Dunod.

Eya, F. X. (2007, 27 juillet). Election : les vrais raisons de l'abstention. *Cameroon Infos*. Extrait de : http://www.cameroon-info.net/stories/0,19946,@,elections-les-vraies-raisons-de-l-abstention.html

Eunseong, C. & Seonghoon, K. (2015). Cronbach's Coefficient Alpha : Well Known but Poorly Understood. *Organisational Research Methods*, 18(2), 207-230.

Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C., & Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *PsychologicalMethods*, 4(3), 272–299.

Fassin, E. (2004). « Le genre aux Etats-Unis », in Christine Bard, Christian Baudelot, Janine Mossuz-Lavau (dir.), *Quand les femmes s'en mêlent. Genre et pouvoir.* Paris : La Martinière.

Fassin, E. (2009). *Le sexe politique. Genre et sexualité au miroir transatlantique.* Paris : Editions de l'EHESS.

Fazio, R. H. (1986). "How do attitudes guide behavior ?" In Sorrentino R. M. & Higgins E. T. (Eds), *Handbook of motivation and cognition : Foundations of social behavior*, New York: Guilford.

Fazio, R. H. (1990). Multiple process by which attitudes guide behavior : The MODE model as an integrative frame work. In M.P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 75-109). San Diego, CA: Academic Press.

Feard, S. Deschamps, J.P. & Gueguen, R. (1990). Les stereotypes: constructions mentales du social, l'exemple de l'enfant handicapé, *Représentation et Handicaps*. Vanves: Presses Universitaires de France.

Ferrario, M. (1994). Women as managerial leaders. In M. J. Davidson & R. Burke (Dir.), *Women in Management: Current Research Issues* (pp. 110-128). London: Sage.

Foster, S. (2006). Les différences entre les sexes : naturelles ou culturelles ? *Educateur*, 6, 26 28

Fiedler, F. E. (1969). Style of Circumstance: The Leadership Enigma. *Management Review*, 58, 25-32.

Fiedler, F. E. (1981). Leadership Effectiveness. *The American Behavioral Scientist*, 24, 619.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1981). Attitudes and voting behavior: An application of the theory of reasoned action. In G. M. Stephenson & J. M. Davis (Eds.), *Progress in Applied Social Psychology*, (pp. 253-313). London: Wiley.

Fishbein, Martin and Coombs, Fred S. (1974). Basis for decision: An attitudinal analysis of voting behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 4, 95-124.

Fishbein, M., & Ajzen, A. (1975). *Beliefs, attitudes, intentions and behaviour: An introduction to theory and research*. Reading MA: Addison-Wesley.

Fisher, A.B. (1986). «Leadership When does the Difference Make a Difference». In R.Y., Hirokawa & M.S. Poole, *Communication and Group Decision-Making* (pp.197 – 215) California: Newbury Park

Fischer, G. N. (1990): *Les domaines de la psychologie sociale, le champ du social.* Paris : Dunod

Fiske, S.T., & Taylor, S.E. (1991). *Social Cognition*. New York: Mc Graw-Hill.

Fiske, S. T. (1998). Stereotyping, prejudice, and discrimination. In S. T. Fiske & D. T. Gilbert (Eds.), *The handbook of social psychology (*4th ed., pp. 357 411). New York : McGraw Hill.

Fiske, S.T. (2008). *Psychologie sociale*. Paris : deboeck.

Flament, C. (1987). Pratiques et représentations sociales. In J.L. Beauvois, R.V. Joule & L. Monteil (Eds), *Perspectives cognitives et conduites sociales* (pp. 143-150). Cousset : Delval.

Flament, C. (2001). Pratiques sociales et dynamique des représentations. In P. Moliner (Ed). *La dynamique des représentations sociales* (pp. 43-58). Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

Flament, C. & Rouquette, M.L. (2003). *Anatomie des idées ordinaires*. Paris : Armand Colin

Follenfant, A., Légal, J.-B., Marie dit Dinard, F., & Meyer, T. (2005). Effet de l'Activation de Stéréotypes sur le Comportement : une Illustration en Contexte Sportif. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 55, 121-129.

Fontaine, P. (2003). *La croyance*. Paris: Editions Ellipses.

Fonkoué, J. (1981). *Essai de nomenclature des populations et des langues du Cameroun*. Paris : Centre d'études africaines.

Forbes Chad E. & Schmader, T. (2010). Retraining Attitudes and Stereotypes to Affect Motivation and Cognitive Capacity Under Stereotype Threat. *Journal of Personality and Social Psychology,* 5, 740 – 754.

Fornell C. & Larcker D. F. (1981), Evaluating structural equations models with unobservable variables and measurement error, *Journal of Marketing Research*, (18),1, 39-50.

Forsyth, D. R. (1990). *Group dynamics*. Pacific Grove: Brooks-Cole.

Fouque, A. (2004). *Il y a deux sexes* (2ème ed.). Paris : Gallimard.

Fraser, C. (1994). Attitudes, social representations and widespread beliefs. *Papers on Social Representations,* 1, (3), 13-25.

Fraser, C. et Gaskell, G. (Eds.) (1990). *The social psychological study of widespread beliefs.* Oxford: Oxford University Press.

Fraïssé C. (1999): *La représentation sociale de la médecine naturelle. Etude des liens entre structure de représentation et pratiques sociales*. Thèse de Doctorat, Université de Provence, Aix-en-Provence

Fraïssé, C. & Stewart, I. (2008). « Articulation entre deux formes de croyances : principe d'incorporation et stéréotypes de sexe », *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, 77 (1), 15-28.

Freedman, J (1997). *Femmes politiques: mythes et symboles*, Paris: L'Harmattan

French, J. R.P. et Raven, B. (1959). "Bases of Social Power." Studies in Social Power. *American Politica Science Review,* 49, 431-451.

Frise, M., Bluemke, M. & Wänke, M. (2007). Predicting voting behavior with implicit attitude measures: the 2002 German parliamentary election. *Experimental Psychology*, 54(4), 47-55.

Friedrich Ebert Stiftung (2012). *Prévenir et lutter contre la fraude électorale au Cameroun*. Yaoundé : Edition Clé.

Gagné, C. & Godin, G. (1999). *Les théories sociales cognitives : guide pour la mesure des variables et le développement de questionnaire*. Document inédit. Groupe de recherche sur les aspects psychosociaux de la santé. Ecole des sciences infirmières, université Laval.

Galiero, E. (2014). Français et politique : la confiance se dégrade nettement, selon le Cevipof. *Le Figaro.* Extrait de : http://www.lefigaro.fr/politique/2014/01/13/01002-

Gandon, A-L, (2010). *Les représentations sociales du développement durable: des enjeux de sexe et de genre*. Thèse de doctorat en psychologie sociale, Université Lumière Lyon 2.

Gergen, K. J. (1971). *The concept of self*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

George J.F. (2004). "The theory of planned behavior and Internet purchasing", *Internet Research*, (14), 3, 198-212

Gilligan, C. (1982). *Une si grande difference* (1986 ed.). Paris: Edition Le sang de la Terre.

Glick, P. & Fiske, S.T. (2001). Ambivalent Sexism. In M.P. Zanna (Ed.). *Advance in Experimental Social Psychology (pp. 2001-2041).* San Diego: Academic Press.

Godin, G. & Kok, G. (1996). The theory of planned behavior: a review of its application to health-related behaviors. *American Journal of Health Promotion*, 11(2), 87-98.

Goldman, S. (2005). La croyance : aux confins mystérieux de la cognition. *Cahiers de Psychologie Clinique*, *25*(2), 87-109.

Guimelli, C. & Jacobi, D. (1990). Pratiques nouvelles et transformations des représentations sociales. *Revue Internationale de psychologie sociale*, 3, 307-334.

Guimelli, C. & Rouquette M.-L. (1992). Contribution du modèle associatif des schèmes cognitif de base à l'analyse structurale des représentations sociales. *Bulletin de Psychologie*, 45(405), 196-202.

Guimelli, C. (1994*). Structures et transformations des représentations sociales.* Neuchatel : Delachaux et Niestlé.

Guimelli, Ch, & Reynier, J. (1999). Structuration progressive d'une représentation sociale : la représentation de l'infirmière. In M.L Rouquette & C. Garnier (Ed.), *La genèse des représentations sociales* (pp. 171-181). Montréal : Editions Nouvelles.

Guimelli, C. ; Deschamps, J.C. (2000). « Effets de contexte sur la production d'associations verbales. Le cas des représentations sociales des gitans ». *Cahiers internationaux de psychologie sociale*. 47-48, (3-4/00), 44-54.

Guimond, S. (2010). *Psychologie sociale : perspectives multiculturelle*. Wavre: Mardaga.

Guimond, S. (2013). Soi, identité et culture. In Bègue, L. & Desrichard, O. (Ed.), *Traité de psychologie sociale: la science des interactions humaines* (pp.130-146). Bruxelles : De Boeck.

Graeff, C. L. (1983). The Situational Leadership Theory: A critical View. *Academy of Management Review*, 8, 532-560.

Hajer Kéfi (2010). « Mesures perceptuelles de l'usage des systèmes d'information : application de la théorie du comportement planifié ». *Humanisme et Entreprise* 2(297), 45-64. DOI 10.3917/hume.297.0045

Hansen, T. & Jensen, J., M. (2007). Understanding voters' decisions: a theory of planned behavior approach. *Innovative Marketing*, Volume 3, Issue 4.

Halpern, D. F. (1997). Sex differences in intelligence: Implication for education. *American Psychologist*, 52, 1091-1102.

Harding, T.S., Mayhew, M.J., Finelli, C.J. and Carpenter, D.D. (2007), "The theory of planned behavior as a model of academic dishonesty in engineering and humanities undergraduates", *Ethics & Behaviour*, 17, 255-79.

Hare, A. P. (1976). *Handbook of small group research*. New York: The Free Press of Glencoe

Harell, A. (2009). « Equal Participation but Separate Paths ? : Women's Social Capital and Turnout ». *Journal of Women, Politics and Policy*, 30 (1),1-22.

Harell, A. & Panagos, D. (2013). Locating the Aboriginal Gender Gap: The Political Preferences and Participation of Aboriginal Women in Canada. *Politics and Gender.* 9 (4): 414-438.

Haslam, S. A., Platow, M. J., Turner, J. C., Reynolds, K. J., McGarty, C., Oakes, P. J., . . . Veenstra, K. (2001). Social identity and the romance of leadership: The importance of being seen to be "doing it for us." *Group Processes & Intergroup Relations, 4,* 191–205. doi:10.1177/ 1368430201004003002

Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis. A Regression-Based Approach*. New York: Guilford Press.

Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations.* New York: Wiley.

Heilman, M.E., Block, C.J., Martell, R.F., et Simon, M.C., (1989) « Has anything changed? Current characterization of men, women and managers ». *The Journal of Applied Psychology*, 74(6), 935-942.

Heilman, M. E. (2001). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of Social Issues*, 57, 657–674.

Heilman, M. E., Wallen, A. S., Fuchs, D., & Tamkins, M. M. (2004). Penalities for success : Reactions to women who succeed at male gender-typed tasks. *Journal of Applied Psychology,* 89, 416-427.

Helgesen, S. (1990). The female Advantage : Women's Ways of leadership. New York: Doubleday

Hemphil, J. K. & Coons, A. E. (1957). Development of the leader behavior description questionnaire. In R. M. Stogdill & A. E. Coons (Eds.), *Leader behavior: Its description and measurement* (pp. 6-38). Colombus: Bureau of Business Research, Ohio State University

Heritier, F. (1996). *Masculin, Féminin. La pensée de la différence*. Paris :Odile Jacob

Hernández O., Goulet, C. & Lampron, A. (2005). « L'intention, l'attitude, la norme subjective et la perception du contrôle chez des adolescents et des adolescentes espagnols en regard de l'utilisation du Double Dutch. », *Recherche en soins infirmiers* 3 (82) 71-86.

Hersey, P. & Blanchard, K. H. (1969). Life Cycle Theory of Leadership. *Training & Development Journal*, 23, 26-34.

Hersey, P. & Blanchard, K.H. (1988). *Le leadership situationnel*, Paris : Presses Universitaires de France.

Hersey, P. & Blanchard, K. H. (1996). Great ideas revisited: Revisiting the life-cycle theory of leadership. *Training & Development*, 50, 42-47.

Hersey, P. (2009). Situational Leaders. *Leadership Excellence*, 26, 12.

Higgins, E. T. (1996). Knowledge activation: Accessibility, applicability, and salience. In E. T. Higgins & A. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp.133-168). New York: Guilford Press.

Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: international differences in work-related values*. Beverly Hills CA: Sage Publications.

Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. (2 ed.) Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.

Hofstede, G (2005). *Culture and Organizations: Sofware of the Mind (2nd Edition)*. New York: Mc Graw-Hill.

Holtom, B.C., Smith, D.R., Lindsay, D.R., & Burton, J.P. (2014). The relative strength of job attitudes and job embeddedness in predicting turnover in a U.S. military academy. *Military Psychology*, 26, 397-408.

Homans G. C. (1961). *social Behavior: its elementary Forms,* New York: Harcourt, Brace.

Houel, A. (2002). Des femmes face à un métier masculin : représentations et résistances. *Education permanente*, 150(1), 43-51.

House, R. J. (1996). Path-goal theory of leadership: Lessons, legacy, and a reformulated theory. *Leadership Quarterly,* 7(3), 323-352.

House, R. J., Hanges, P. J., Ruiz-Quintanilla, S. A., Dorfman, P. W., Javidan, M., Dickson, M. W. (1999). Cultural influences on leadership and organizations : Project GLOBE. In W.H. Mobley, M.J. Gessner, & V. Arnold (Eds.), *Advances in global leadership* (pp. 171-233). Stanford, CN: JAI-Press.

Howsepian, B. A., & Merluzzi, T. V. (2009). Religious beliefs, social support, self-efficacy and adjustment to cancer. *Psycho-oncology*, *18*, 1069-1079.

Howarth, C. (2006). How Social Representations of Attitudes Have Informed Attitude Theories. The Consensuel and the Reified. *Sage Publications*, 16(5), 691-714.

Hsieh J.J. P-A, Rai A., Keil M., (2008), "Understanding digital inequality : comparing continued use behavioral models of the socio-economically advantaged and disadvantaged", *MIS Quarterly*, 32(1), 97-126.

Hu L. & Bentler P. M. (1998), Fit indices in covariance structure modeling sensitivity to underparametrized model misspecification, *Psychological Methods*, (3),4, 424-453.

Hunt, J. G., Boal, K. B. & Dodge, G. E. (1999). The Effects of visionary and crisis-responsive charisma on followers: An Experimental Examination of two kinds of charismatic leadership. *Leadership Quarterly*, *10,* 423-448.

Hurtig, M.-C., & Pichevin, M.-F. (1986). *La différence des sexes. Questions de psychologie*. Paris : Tierce.

Idrissi, G.M & Barbu, S. (2013). Identité sexuée. In L. Bègue, & O. Desrichard, (Eds). *Traité de psychologie sociale : La science des interactions humaines* (pp. 480-503). Bruxelles : De Boeck.

Institut National de la Statistique - INS (2012). *Journée Internationale de la femme 27ème Edition. Autonomiser la femme rurale pour éradiquer la faim et la pauvreté*. Extrait de : http://www.statistics-cameroon.org/news.php?id=122

Jaccard J. J. et Wood G. (1988): The effects of incomplete information on the formation of attitudes toward behavioral alternatives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (4), 580-591.

Jaccard J. J. et Blanton H. (2005): The origins and structure of behavior: Conceptualizing behavior in attitude research. In D. Albarracín, B. T. Johnson, et M. P. Zanna (Dirs.), *Handbook of attitudes and attitude change: Basic principles.* Mahwah, Erlbaum

Jacobs, T. O. & Jaques, E. (1990). Military executive leadership. In K.E. Clark & M. B. Clark (Eds.), *Measures of leadership* (pp. 281-295). West Orange, NJ: Leadership Library of America.

Jaspars, J. & Fraser, C. (1984). Attitudes and social representations. In R.M. Farr et S. Moscovici (Eds.), *Social Representations.* Cambridge: Cambridge University Press.

Jodelet, D. (1988). Représentations sociales : phénomènes, concepts et théorie. In S. Moscovici (Ed), *Psychologie sociale* (pp. 336-393). Paris : P.U.F.

Jodelet, D. (1989). *Folies et représentations sociales*. Paris: Presses Universitaires de France.

Jodelet, D. (2002). Les représentations sociales dans le champ de la culture. *Information sur les Sciences Sociales, 41*(1), 111-133.

Joffe, H. (2003). «Risk: from perception to social representation». *British Journal of Social Psychology*, 42, 55-73.

Jöreskog K. G. & Sörbom D. (1988), *LISREL 7: A guide to the program and applications, Chicago: SPSS, Inc.*

Jörg, D. & Ajzen, I. (1992). Accessibility and Stability of Predictors in the Theory of Planned Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63 (5), 754-765

Juompan-Yakam & Niakate (2015). Dot en Afrique : mariés à tout prix. *Jeune Afrique.* Extrait de : http://www.jeuneafrique.com/mag/258739/societe/dot-en-afrique-maries-a-tout-prix/

Judd, C. M., McClelland, G. H., & Ryan, C. S. (2009). *Data analysis: A model comparison approach, second edition.* New York: Routledge.

Judge, T. A. & Bono, J. E. (2000). Five-Factor Model of Personnality and Transformational Leadership. *Journal of Applied Psychology*, 85, 751-765.

Judge, T. A. & Piccolo, R. F. (2004). Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analytic Test of Their Relative Validity. *Journal of Applied Psychology* , 89 (5), 755–768

Kafui Adjamagbo, J. (1996). *Le politique est aussi l'affaire des femmes*. Extrait de : www.politique-africaine.com/numeros/pdf/065062.pdf

Kala-lobe, S. (2015, 23 Février). Les femmes en politique au Cameroun. *La Nouvelle Expression*. Extrait de : http://www.lanouvelleexpression.info/index.php?

Kamdem, P. (2008). Incidences des pratiques religieuses dans l'immigration camerounaise en Ile-de-France : du syncrétisme à l'extrémisme ? *Cahiers de la Méditerranée*, 1(76), 153-178

Kanter, R. M. (1977). *Men and Women of the Corporation*. New-York: Basic Books

Katz, D. & Kahn, R. L. (1978). *The Social Psychology of Organization*. (2nd ed.) New York: John Wiley

Kenrick, D. T, & Keefe, R. C. (1992). Age preferences in mates reflect sex differences in human reproductive strategies. *Behavioral and Brain Science*, 15, 75-91

Kéfi, H. (2010). « Mesures perceptuelles de l'usage des systèmes d'information : application de la théorie du comportement planifié », *Humanisme et Entreprise*, 2 (297), 45-64.

Kirkpatrick, S. A. & Locke, E. A. (1991). Leadership: do traits matter? *Academy of Management Executive*, 5, 48-60.

Klein, O. & Leys, C. (2013). Stéréotypes, préjugés et discrimination. In L. Bègue, & O. Desrichard, (Eds). *Traité de psychologie sociale : La science des interactions humaines* (pp.303-339). Bruxelles : De Boeck.

Kouabenan, D. R. (1999). *Explication naïve de l'accident et prévention*. Paris: Presses Universitaires de France.

Kouabenan, D. R. (2001). Culture, perception des risques et explication des accidents. *Bulletin de Psychologie, 54*(3), 327-342.

Kouabenan, D.R. (2003). Management de la sécurité: rôle des croyances et des perceptions. In C. Lévy-Léboyer, M. Huteau, C. Louche & J.P. Rolland, *La psychologie du travail* (pp. 453-474). Paris : Les Éditions d'Organisation

Kouabenan, D. R. (2007). Incertitude, croyances et management de la sécurité. *Le Travail Humain, 70*(3), 271- 287

Kouagheu, J. (2015). *Cameroun : ces jeunes dissidents qui attendent la fin de Paul Biya.* Extrait de : http://www.lemonde.fr/afrique/article/2015/02/27/cameroun-ces-quadras-qui-preparent-l-apres-paul-biya_4584653_3212.html#Jz85eAY38Y55RG7M.99

Kouam, S.P. (2014). Comprendre les fondements juridiques et historiques de l'égalité de genre et de la participation politique des femmes. In J. Diffo Tchunkam, *Genre, leadership et participation politique au Cameroun (1931 – 2013) : le Cameroun sur le chemin de la parité* (pp. 89- 107). Extrait de : http://www.observatoiresdugenre.com/wp content/uploads/2014/01/Genre-Leadership-Cameroun-1931-2013.pdf

Kouamen, B. (2009). *La dynamique évolutive des paradigmes de l'abstentionnisme électoral en France : proposition du concept du déficit d'intérêt esquisse d'une lecture rationnelle*. Thèse de Doctorat, Université Lille 2 – Droit et Sante.

Krauss Susan J. (1995). "Attitudes and the prediction of behavior: A meta-analysis of the empirical literature", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 58-75.

Krueger NF (2000). The Cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice* 24, 5-23

Kuhnert, K. W. & Lewis, P. (1987). Transactional and Transformational Leadership : A Constructive / Development Analysis. *Academy of Management Review*, 12, 648-657.

Kulich C., Ryan M.K. & Haslam S. A. (2007). Where is the romance for women leaders? Gender effects on the romance of leadership and performance based pay. *Applied Psychology: An International Review* 56 (4): 582-601.

Lagabrielle C., Vonthron A.M. & Pouchard D. (2008). Contribution du modèle du comportement planifié à la prédiction de l'entrée en formation professionnelle, *Psychologie du Travail et des Organisations*, 14 (1), 43-54

Lahlou, S. (1998). *Penser, manger, alimentation et représentations sociales*. Paris : Presses Universitaires de France.

Lancelot, A. (1968). *« L'abstentionnisme électoral en France »*. Paris : A. Colin

Lavau, G. (1971). Essai sur le fondement du pouvoir politique (Compte rendu). *Revue française de sciences politiques*, 21(2), pp. 421-424.

Lavine, H., Thomsen, C. J., Zanna, M. P. & Borgida, E. (1998). On the Primacy of Affect in Determination of Attitudes and Behavior: The Moderating Role of Affective-Cognitive Ambivalence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 34, 398-421.

Laqueur, T. (1992). *La fabrique du sexe.* Paris: Gallimard.

Lasswell, H.D. Et Kaplan, A., (1950). *Power and Society*, New Haven, U.S.A.:Yale University Press.

Laufer, J. (2003), *L'accès des femmes à la sphère de direction des entreprises : la construction du plafond de verre*, rapport DARES, octobre

Laufer J., Pochic S. (2004), « Carrières au féminin et au masculin ». In A. Karvar, L. Rouban (dir.), *Les cadres au travail, les nouvelles règles du jeu* (147-168), Paris : La Découverte.

Lee, S.Y., Greeg, A.P., & Park, S.H. (2013). The Person in the Purchase: Narcissistic Consumers Prefer Product that Positively Distinguish Them. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(2), 335-352.

Lemaster, P., Strough, J., Stoiko, R., & DiDonato, L. (2015). To have and to do: Masculine facets of gender predict men's and women's attitudes about gender equality among college students. *Psychology of Men & Masculinity*, 16(2), 195-205.

Lenhart A. (2002), *"Barriers to Internet Access : From The Non-user and New User perspective*, paper presented at the Association of Internet Researchers Conference *3.0*, Maastricht, Netherlands, October 14.

Leroux, P. & Sourd, C. (2005). Des femmes en représentation : le politique et le féminin dans la presse. *Espace politique au féminin*, 7, 77-86.

Letirand, F. & Delhomme, P. (2006). « Accessibilité des croyances associées aux deux options d'une alternative comportementale » Une piste à explorer pour mieux expliquer le comportement de vitesse des jeunes conducteurs ?, *Les cahiers de psychologie sociale*, 69, 3-14

Levy-Leboyer, C. (1980). *Le psychologue et l'entreprise*. Paris: Masson

Lewin, K. & Lippett, R. (1938). An experimental approach to the study of autocracy and democracy. A preliminary note. *Sociometry*, 1, 292-300.

Leyens, J. P. (2006). Getting social psychological research idea from other human sciences. In P. A. M. Van Lange (Ed.), *Bridging social psychology* (pp. 135-138). London: Lawrence Erlbaum.

Longue Edibe, A. (2013, 15 avril). L'accès des femmes aux instances de prise de decision. *Cameroon Women in Leadership and Development.* Extrait de: http://www.cawoled.canalblog.com/archives/2013/04/15/26930156.html

Lord, R. G., De Vader, C., & Alliger, G. M. (1986). A Meta-Analysis of the Relation Between Personality Traits and Leadership Perceptions : An Application of Validity Generalization Procedures. *Journal of Applied Psychology*, 71, 402-410.

Lorenzi-Cioldi, F. (1988): *Individus dominants et groupes dominés.* Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

Lorenzi-Cioldi, F. et Doise, W. (1990): Levels of analysis and social identity. In D. Abrams et M. Hogg (Dirs.), *Social Identity Theory* (pp. 71-88). New York: Harverster.

Lorenzi-Cioldi, F. (1994). *Les androgynes*. Paris : P.U.F.

Lorenzi-Cioldi, F., Eagly, A. C. et Stewart, T. L. (1995): Homogeneity of Gender Groups in Memory. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31,193-217

Lorenzi-Cioldi, F. (1998). Groups Status and perceptions of homogeneity. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European review of social psychology* (pp. 31-75). Chichester, England: Wiley.

Lorenzi-Cioldi, F. , Deaux, K. et Dafflon A.-C. (1998): Group homogeneity as a function of relative social status. *Swiss Journal of Psychology*, (57), 4, 255-273.

Lorenzi-Cioldi, F. (2002). *Les représentations des groupes dominants et dominés: Collections et agrégats*. Grenoble: Presses Universitaire de Grenoble.

Lorenzi-Cioldi,F. & Buschini, L. (2005). Vaut-il mieux être une femme qualifiée ou être qualifiée de femme ? Effets paradoxaux de la catégorisation dans la discrimination positive. In M. sanchez- Mazas & L. Licata (Dirs), *L'autre, regards psychosociaux* (pp. 279-308). Grenoble : Presses Universitaire de Grenoble.

Lorenzi-Cioldi, F. (2009). L'androgyne est-il l'avenir de l'homme? In Gaillard, F. & Azoulay, E. (Eds), *100 000 ans de beauté* (pp. 118-119). Paris: Gallimard.

Lowe, K. B., Kroeck, K. G., & Sivasubramaniam, N. (1996). Effectiveness correlates of transformation and transactional leadership: A meta analytic review of the MLQ literature. *Leadership Quarterly, 7,* 385-425.

Liu, J. & Liu, X. (2006). A Critical Review of Leadership Research Development. *International Journal of Business and Management*, 3-11.

Lunghi, C. (2002). *Et si les femmes réinventaient le travail*. Paris : Eyrolles.

Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and social Psychology Bulletin,* 18, 3-9.

Mathieson, K. (1991), "Predicting user intentions : Comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior", *Information Systems Research*, 2 (3), 173-191.

Mathieu, N-C. (1973). « Homme-culture et femme-nature ? » L'Homme, *revue française d'anthropologie*, 13(3), 101-113.

Mathieu, N-C. (1991). *L'anatomie politique. Catégorisations et idéologies du sexe*. Paris: Côté-femmes « Recherches ».

March, J. G. (1955) « An introduction to the theory and measurment of influence », *American Politica Science Review,* 49, 431-451.

Marsh H. W., Balla J. R. et McDonald R.P. (1988), Goodness-of-fit indexes in confirmatory factor analysis: The effect of sample size, *Psychological Bulletin*, 103, 391-410.

Martin, C. L. (2000). Cognitives theories of gender development. In T. Eckes & H. M. Trautner (Eds.), *The developmental social psychology of gender* (pp. 91-121). Mahawah, MJ: Erlbaum.

Mayaki, F. (2008). *Effet des croyances, des normes et des valeurs sur les changements d'attitude: Exemple de la planification familiale au Niger*, Thèse de doctorat Université Pierre Mendès France, Grenoble II.

Mazlish, M. (1981). Leader and led, individual and group. *Psycho-history review* (9), 214-237.

McQuitty S. (2004), Statistical power and structural equation models in business research, *Journal of Business Research*, (57), 2, 175-183.

Mead, M. (1934). *An anthropologist at work*. Houghton: Mifflin.

Messan Adimado Aduayom, (1984). Un prélude au nationalisme togolais : la révolte de Lomé, 24-25 janvier 1933, *Cahiers d'études africaines,* 24 (93), 39-50.

Miller, K. L. & Monge, P. R. (1986). Participation, satisfaction and productivity : a meta-analytic review. *Academy of Management Journal*, 29, 727-753.

Ministère de la promotion de la femme et de la famille –MINPROFF. (2012). Femmes et hommes au Cameroun en 2012 : une analyse situationnelle de progrès en matière de genre. Extrait de : http://www.statisticscameroon.org/downloads/JIF/MINPROFF_Femmes_Hommes_Cameroun_28_02_2012.pdf

Mitchell, T. R., Biglan, A., Oncken, G. R., & Fiedler, F. E. (1970). The Contingency Model: Criticism and suggestion. *Academy of Management Journal*, 13, 253-267.

Moliner P. (1988): *La représentation sociale comme grille de lecture. Étude expérimentale de sa structure et aperçu sur ses processus de transformation*. Aix-en-Provence, Thèse de Doctorat de l'Université de Provence.

Moliner, P. (1993): Cinq questions à propos des représentations sociales. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 20, 5-14.

Moliner, P. (1994). Les méthodes de repérage et d'identification du noyau des représentations sociales. Dans C. Guimelli (Ed.), *Structures et transformations des représentations sociales* (pp. 199-252). Lausanne : Delachaux et Niestlé.

Moliner, P. (1995). A two dimensional model of social representation. *European Journal of social psychology*, 1, 27-40.

Moliner, P. (1996). *Images et représentations sociales. De la théorie des représentations sociales à l'étude des images sociales.* Grenoble : Presses Universitaire de Grenoble.

Moliner, P., & Tafani, E. (1997). Attitudes and social representations: A theorical and experimental approach. *European Journal of Social Psychology*, 27(6), 687- 702

Moliner, P.; Rateau, P. & Cohen-Scali, V. (2002). *Les représentations sociales. Pratiques des études de terrain*. Rennes: Presse Universitaires de Rennes.

Moliner, P. Vidal, J. (2003). Stéréotype de la catégorisation et noyau de la représentation. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*. 1, 157-176.

Moliner, P. Lorenci-Cioldi, F. & Vinet, E. (2009). « Utilité sociale des représentations intergroupes de sexe. Domination masculine, contexte professionnel et discrimination positive», *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 3 (83), p. 25-44.

Morris, C. G., Hackman, J.R. (1969) Behavioral correlates of perceived leadership. *Journal of Personnality ans Social Psychology, 13*, 254-268.

Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris : Presses Universitaire de France.

Moscovici, S. & Vignaux, G., (1994). « Le concept de thêmata ». In Guimelli, C.(dir.), *Structures et transformations des représentations sociales*,(pp. 27-72). Neuchâtel/Paris : Delachaux et Niestlé.

Moscovici, S. (2012). *Culture et raison.* Paris : Ehess.

Mosse, G.L. (1997). *L'image de l'homme : l'invention de la virilité moderne.* Paris : Edition Abbeville.

Mokounkolo, R. (2006). Les jeunes français face aux valeurs traditionnelles : une étude psychosociale et interculturelle, *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale,*1(69), 83-95.

Mvogo, R. (2013). Cameroun : hausse de 25 à 55 du nombre de femmes élues, peu de progrès dans les mairies (papiers général). Extrait de : http://french.peopledaily.com.cn/96852/8432035.html

Nache, C.M. & Trudeau, F. (2000). Déterminants psychosociaux des comportements de santé : approches théoriques et opérationnalisation en éducation pour la santé. *Revue de recherches en éducation*, (25) 89 – 109.

Navarro Carrascal, O. (2009). « Représentations sociales de l'eau dans un contexte de conflits d'usage : le cas de la Sierra Nevada de Santa Marta, Colombie ». *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, 1(81), 65-86.

Netemeyer, R. G., & Burton, S. (1990). Examining the relationships between voting behavior, intention, perceived behavioral control, and expectation. *Journal of Applied Social Psychology*, 20, 661-680.

Niedenthal, P. M., Cantor, N., & Kihlstrom, J. F. (1985). Prototype matching: A strategy for social decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, *48*(3), 575-584.

Niel, X. & Lincot, L. (2012, septembre). « L'inscription et la participation électorales en 2012. Qui est inscrit et qui vote », *Insee Première*. Extrait de : http://www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1411/ip1411.pdf

Ngueutsa, R. (2012). *Croyances et comportements de sécurité des usagers et agents du trafic routier : une étude des perceptions et de l'explication naïve des accidents de la route au Cameroun* (Thèse de Doctorat). Université Pierre Mendès-France, Grenoble 2.

Nkolo Foe (2002). *Le sexe de l'Etat*. Yaoundé : Presses Universitaire de Yaoundé.

Nkonlack, J. R. (2013, 09 septembre). Cameroun – Religion : nouveau réveil pour les églises fermées. Le Jour. *Cameroon Infos*. Extrait de : www.Cameroon-info.net.

Nosek, B. A., Banaji, M. R., & Greenwald, A. G. (2002). Math = male, me = female, therefore math ≠ me. *Journal of Personality and Social Psychology,* 83, 44-59.

Nothouse, P. G. (2004). *Leadership : Theory and Practice.* Thousand Oask: Sage Publications.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory (3rd ed.)*. New York: McGraw Hill.

Nya, A. (2011, 27 mai). Cameroun : Kah Walla, une candidate ambitieuse à la présidentielle de 2011. *Jeune Afrique*. Extrait de : http://www.jeuneafrique.com/181012/politique/cameroun-kah-walla-une-candidate-ambitieuse-la-pr-sidentielle-de-2011/

Nye, J. (2012, 12 février). « Le "style féminin" et l'exercice du pouvoir » *Le Figaro*. Extrait de :http://www.lefigaro.fr/mon-figaro/2012/02/10/10001-20120210ARTFIG00544-le-style-feminin-et-l-exercice-du-pouvoir.php.

Oakley, A. (1972). *Sex, Gender, and Society*. London : Temple Smith

Oberlé, D. (2013). L'individu et le groupe. In L. Bègue, & O. Desrichard, (Eds). *Traité de psychologie sociale : La science des interactions humaines* (pp. 480-503). Bruxelles : De Boeck.

Okely, J. (1986). *Simone de Beauvoir*. New York: Pantheon Books.

Observatoire des inégalités (2012). *La représentation des femmes à l'Assemblée et au Sénat*. Extrait de : http://www.inegalites.fr/spip.php?article59

Organisation de Coopération et de Développement Economiques - OCDE (1991). *Les femmes et le changement structurel, Nouvelles perspective.* Paris : Éditions de l'OCDE.

Organisation des Nations Unies - ONU (1976). *Annuaire de la commission du droit international 1975*. New York : Nations Unies

Organisation des Nations Unies pour les Femmes ONU – Femme (2013). *Les élections législatives au Cameroun portent 31 % de femmes à l'assemblée Nationale*. Extrait de: http://www.unwomen.org/fr/news/stories/2013/10/cameroon-elections-catapult women#sthash.y5obTTnU.dpuf

Pachtchenko-de Preville, E. (2006). *Penser la responsabilité en Russie en France: études des representations socials chez les étudiants russes et français*. (Thèse de Doctorat), Université Paris V.

Paoletti, M. (2008). « Les grillons du foyer municipal, les femmes au foyer en politique », *Travail, genre et sociétés*, 1 (19), p. 111-130.

Park, B., Ryan, C. S. & Judd, C. M. (1992): Role of meaningful subgroups in explaining differences in perceived variability for ingroups and out-groups, *Journal of Personnality and Social psychology*, 63(4), 553-567.

Parodi, J-L. (2007). *Les Français et l'élection présidentielle*. Extrait de : http://www.cevipof.com/fr/2012/france/

Parsons, T. (1963). « On the concept of political power », *proceedings of the American philosophical society*, 107, 232-262

Pavitt, C. (1999). Theorizing about the group communication-leadership relationship. Input output and functional models. In L.R. Frey (ed.) *The handbook of group communication theory and research* (pp.313-334). London: Spon.

Paustian-Underdahl, S.C., Walker, L.S., & Woehr, D.J. (2014). Gender and Perceptions of Leadership Effectiveness: A Meta-Analysis of Contextual Moderators. *Journal of Applied Psychology*, 99(6), 11-29

Pelletier, G. (1998). Piloter la transformation : de trois habiletés et d'une métaphore. Dans G. Pelletier et R. Charron (Dir.) *Diriger en période de transformation* (pp. 161-172). Montréal : Éditions de l'AFIDES/LABRIPROF-UdeM.

Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1996). *Attitudes and Persuasion : Classic and Contemporary Approaches*. Colorado: Westview Press.

Pfefferkorn, R. (2012). *Genre et rapports sociaux de sexe*. Lausanne : Edidtion Page deux.

Pidgeon, N. (2010). Systems thinking, culture of reliability and safety. *Civil Engineering and Environmental Systems,*27 (3), 211-217.

Pillai, R., & Meindl, J. R. (1998). Context and charisma: A"meso" level examination of the relationship of organic structure, collectivism, and crisis to charismatic leadership. *Journal of Management*, 24 (5), 643 – 664.

Pinker, S. (2011). *The Better Angels of our Nature. Why violence has declined*. London: Penguin Books.

Pionchon, S. & Derville, G. (2004). *Les femmes et la politique,* Grenoble : Presses Universitaire de Grenoble.

Podsakoff, P. M., Todor, W. D., Grover, R. A., & Huber, V. L. (1984). Situtional Moderators of Leader Reward and Punishment Behavior: Fact or Fiction? *Organizational Behavior & Human Performance*, 34, 21-63.

Popper, M. & Zakkai, E. (1994). Transactional, charismatic and transformational leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 15, 3-7.

Poulantzas, N. (1968). *Pouvoir politique et classes sociales de l'Etat capitaliste*. Paris: Maspéro

Powell, G. (1993). *Women and Men in Management*, 2e éd. Newbury Park: Sage.

Pratkanis, A.R. et Greenwald, A.G. (1989). A sociocognitive model of attitude structure and function. *Advances of Experimental Social Psychology*, 22, 245-285.

Preacher, K. J. & Hayes, A.F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers* 36 (4), 717-731.

Ramambason-Vauchelle, M. (2010). *De la crise sociale à la crise politique. L'entrée en scène des Nouveaux entrepreneurs politiques en Fédération de Russie*. Extrait de : http://temporalites.revues.org/1239

Rateau, P. (2000). « Idéologie, représentation sociale et attitude : étude expérimentale de leur hiérarchie », *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 13 (1) p. 29-57.

Rauch, C. F. & Behling, O. (1984). Functionalism: Basis for an alternate approach to the study of leadership. In J. G. Hunt, D. M. Hosking, C. A. Schriesheim, & R. Stewart (Eds.), *Leaders and Managers: International perspectives on managerial behavior and leadership* (pp. 45-62). Elmsford, NY: Pergamon Press.

Regan, D.T. & Fazio, R.H. (1977). On the consistency between attitude and behavior: look to the method of attitude formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 13, 38-45

Reynolds, W. R. (2009). Development of a cultural values and Beliefs Scale among Dakota/Nakota/Lakota people: Psychometric properties and an initial validation. *Dissertation Abstracts International: Section B: the Sciences and Engineering*, *69*(10- B), p.6470.

Reynolds, W. R., Quevillon, R. P., Boyd, B., & Mackey, D. (2006). Initial development of a cultural values and beliefs among Dakota/Nakota/Lakota people: A pilot study. *The Journal of the National Center*, *13*(3), 70-93.

Richard, D. & Engle, S. (1986). After the Vision: Suggestion to corporate visionaries and vision champions. In J.D. Adams (Ed.), *Transforming leadership* (pp. 199-215). Alexandria, VA: Miles River Press.

Riemenschneider, C., Harrison, D., Mykytyn, P. (2002) Understanding IT adoption decisions in small business: integrating current theories. *Information & Management*, (40), 269-285.

Roberts, K., & Boyacigillier, N. (1984). Cross-national organizational research: The grasp of the blind man. In B.M. Staw & L.L. Cummings (eds), *Research in organizational behaviour*. Stamford, CT: JAI Press.

Rogier, A., & Yzerbyt, V. (1999). Social attribution, correspondence bias, and the emergence of stereotypes. *Swiss Journal of Psychology, 58*(4), 233-240.

Roudy, Y. (1982). *La femme en marge*. Paris : Flammarion

Rouquette, M.-L. (1994). *Sur la connaissance des masses. Essai de psychologie politique*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

Rouquette, M.-L & Rateau, P. (1998). *Introduction à l'étude des représentations sociales*. Grenoble : Presse universitaire de Grenoble.

Roussel, P., Durrieu, F., Campoy, E., & El Akremi, A. (2002). *Méthodes d'équations structurelles : Recherche et applications en gestion*. Paris: Economica.

Roussel, P. (2005). Méthodes de développement d'échelles pour questionnaires d'enquête (chapitre 9). In P. Roussel, & F. Wacheux (Eds.), *Management des ressources humaines : Méthodes de recherche en sciences humaines et sociales* (pp.245–276). Bruxelles: De Boeck.

Rudman, L. A., & Glick, P. (2001). Prescriptive gender stereotypes and backlash toward agentic women. *Journal of Social Issues*, 57, 743-762.

Ryan, M. K., & Haslam, S. A. (2005). The glass cliff: Evidence that women are over-represented in precarious leadership positions. *British Journal of Management*, 16, 81–90. doi:10.1111/j.1467-8551.2005.00433.x

Ryan, M. K., & Haslam, S. A. (2007). The glass cliff: Exploring the dynamics surrounding women's appointment to precarious leadership positions. *Academy of Management Review*, 32, 549–572.

Ryan, M. K.; Haslam, S. A.; Hersby, M. D. & Bongiorno, R (2011). Think Crisis–Think Female: The Glass Cliff and Contextual Variation in the Think Manager–Think Male Stereotype. *Journal of Applied Psychology*, 96 (3), 470-484.

Sales-Wuillemin, E.; Stewart, I. & Dautun, M.(2004). Effets de l'activation d'une représentation sociale par l'attitude : étude expérimentale. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 61, 43-56.

Sanbonmatsu, K. (2002). "Gender Stereotypes and Vote Choice". *American Journal of Political Science,* 46, 20 – 34.

Sanbonmatsu, K. (2003). "Gender-Related Political Knowledge and the Descriptive Representation of Women." *Political Behavior,* 25,367 – 388.

Sarnin, P., Lextrait, C. (2012). Violences, relations intergroupes et encadrement des clubs du football amateur. *International Review On Sport And Violence, 5*, 38-50

Sashkin, M. (1988). The Visionary Leader. In J. A. Conger & R. N. Kanungo (Eds.), *Charismatic Leadership: The elusive factor in organizational effectiveness* (pp. 122-160). San Francisco: Jossey-Bass.

Sassi, N. (1995). **"**Les femmes algériennes aujourd'hui, quels choix politiques ? "**,** in Ephesia (collectif), *La place des fewmes, les enjeu de I'égalité et de l'identité au regard des sciences sociale,* Paris: La Découverte.

Scarpello, V., Huber, V. L., & Vandenberg, R. J. (1988). Compensation satisfaction: Itsmeasurement and dimensionality. *Journal of Applied Psychology*, 73(2), 163–171.

Schein, E. H. (1973).The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 57(2), 95-100.

Schein, E. H. (1992). *Organizational culture and leadership*. (2ed.) San Francisco : Jossey Bass.

Schwartz, S. H. (1992): Universal in the content and structure of values: Theorical advances and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Dir.), *Advances in experimental Social Psychology*, (pp. 1-65).Orlando: Academic Press.

Schwartz, S. H. (1994): Are there universal aspects in the structure and contents of human values ? *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.

Schwartz, S.H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology: An International Review, 48*(1), 23-47. Doi: http://dx.doi.org./10.1111/j.1464-0597.1999.tb00047.x.

Schwartz, S.H. (2006). A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative Sociology, 5*(2-3), 137-182. Doi:10.1163/156913306778667357.

Schwartz, S.H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture, 2*(1). Doi: http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1116

Schultz, B. (1996). *Communicating in the small group*. New York, NY : Harper Collins College Publisher.

Sczesny, S. (2003). A closer look beneath the surface: Various facets of the think-manager-think-male stereotype. *Sex Roles*, 49, 353–363. doi:10.1023/A:1025112204526

Seca, J-M.(2001). *Les Représentations sociales*, Paris : Armand Colin.

Sears, D. O. (1986). College sophomores in the laboratory : Influence of a narrow data base on social psychology's view of human nature. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 515-530.

Simonnet-Toussaint, C., Lecigne, A. & Keller, P-H. (2005). Les représentations sociales du vin chez de jeunes adultes : du consensus aux spécificités de groupes. *Bulletin de psychologie* 5 (479), 535-547.

Shamir, B., House, R. J., & Arthur, M. B. (1993). The motivational effects of charismatic leadership: a self concept based theory. *Organization Science*, 4, 577-594.

Shamir, B. & Howell, J. M. (1999). Organizational and contextual influences on the emergence and effectiveness of charismatic leadership. *Leadership Quarteley*, 10, 257.

Shankland, R. & Valhiac, J – P. (2013). Santé. In L. Bègue, & O. Desrichard, (Eds). *Traité de psychologie sociale : La science des interactions humaines* (pp. 480-503). Bruxelles : De

Boeck.

Sherrod D. R., Hage J. N., Halpern P. L., Moore B. S. (1977), Effects of personal causation and perceived control on response to an aversive environment: the more control, the better *Journal of Experimental Social Psychology*, (13)1, 14-27.

Smtih, P. B., Tayeb, M. (1989). Organizational structure and processes. In M. Bond (Ed.), *The crosscultural challenge to social psychology* (pp. 12-24). Newbury Park: Sage.

Smith, P.B. (2002). Culture's Consequences: Something old and something new. *Human Relations, 55*(1), 119-135.

Sourd C. (2003). *L'exclusion symbolique des femmes politiques dans les médias français. Une analyse des campagnes électorales de 2002 dans la presse hebdomadaire*, mémoire de fin d'études, Institut d'études politiques, Lyon.

Sow, F. (2005). « Les femmes, le sexe de l'Etat et les enjeux du politique : l'exemple de la régionalisation au Sénégal ». *Revue Clio*, 6, 67-76.

Spence, J. T., Helmreich, R. L., & Holahan, C. K. (1979) Negative and positive components of psychological masculinity and femininity and their relationships to self-reports of neurotic and acting out behaviors. *Journal of Personality and Social Psychology, 37,* 1673-1682.

Spector, P. E. (1986) Perceived control by employees: A meta-analysis of studies concerning autonomy and participation at work. *Annual review of psychology*, 43, 61-84.

Stangor, C., & Schaller, M. (1996). Stereotypes as individual and collective representations. In C. N. Macrae, C. Stangor, & M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and stereotyping* (pp. 3-37). New York: Guilford.

Stewart, I. (2000): *Effets de contexte dans l'activation des représentations sociales : schéma de genre et professions*. Thèse de Doctorat, Université de Paris 8, Paris.

Stewart, I. (2004). La représentation sociale de la profession d'infimier(ière) : Effets de contexte liés à un changement de genre. *Psychologie et Société, 7*(4), 171-209.

Stoeltje, B. J. (1997). "Asante Queen Mothers: A Study in Female Authority," Queens, Queen mothers, Priestesses, and power: case studies in african gender. New York: Flora Edouwaye S. Kaplan

Stogdill, R. M. (1963). *Manual dor the Leader Behavior Description Questionnaire, Form XII.* Columbs: Bureau of Business Research, Ohio State University.

Stogdill, R.M. (1974). *Handbook of Leadership*. New York: The Free Press.

Sutton, S. (1998). Predicting and explaining intentions and behavior: How well are we doing. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1317-1338.

Tabet, P. (1998). *La construction sociale de l'inégalité de sexes. Des outils et des corps.* Paris: L'Harmattan.

Tabi-manga, J. (2000). *Les politiques linguistiques du Cameroun*. Paris : Edition Karthala.

Tajfel, H. (1972). « La catégorisation sociale ». In S. Moscovici (Ed.), *Introduction à la Psychologie Sociale* (pp. 272–302). Paris: Larousse.

Tajfel, H. (1978). The psychological structure of intergroup relations. *Annual Review of Psychology, 23,* 10-49.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.

Tafani, E. (2001). Attitude, Engagement et Dynamique des Représentations Sociales: études expérimentales. *International Review of Social Psychology,* 14 (1), 7- 29

Tafani, E. & Deschamps J.-C. (2004). Identité sociale et dynamique représentationnelle. Positions sociales, menace identitaire et processus de différenciation. *Nouvelle Revue de Psychologie Sociale,* 3, 38-46.

Taylor, S. & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage : A test of competing

models. *Information Systems Research*, 6 (2), 144-176.

Thibault J.W. Et Kelley H.H. (1959). *The social psychology of Groups*, New York: willey

Thompson S. (1981), Will it hurt less if I can control it? A complex answer to a simple question, *Psychological bulletin*, 90(1), 89-101.

Tichy, N. & Devanna, M. A. (1986). *The Transformational Leader*. New York: John Willey & Son.

Ton-Nu, T.-A. (2014). *Théories implicites du leadership et différences culturelles: Comparaison entre la France, les Etats-Unis et le Vietnam*. Thèse de Doctorat, Université Montpellier III-Paul Valéry.

Trafimow, D., Sheeran, P., Conner, M., & Finlay, K. A. (2002). Evidence that perceived behavioural control is a multidimensional construct: Perceived control and perceived difficulty. *British Journal of Social Psychology, 41*(1), 101-121.

Triandis, H.C. (1977). Interpersonal Behaviour. Monterey, C.A: Brook/Cole.

Triandis, H. C. (1980). Values, attitudes, and interpersonal behavior. In H. Howe & M. Page (Eds.), *Nebraska symposium on motivation* (pp.195 – 295). Lincoln, NE: University of Nebraska Press

Triandis, H. C. (1993). Collectivism and Individualism as Cultural Syndromes. *Cross-cultural Research*, 27 (3,4), 155-180.

Tual, A. & Lecigne, A. (2009). L'abstention électorale des jeunes: quels liens avec leur image de la sphère politique. Cahier de psychologie politique. *Cahier de Psychologie politique*. Extrait de : http://lodel.irevues.inist.fr/cahierspsychologiepolitique/index.php?id=266

United Nation Development Fund for Women - UNIFEM (1995). Report on the activities of the United Nations Development Fund for Women. *U.N*. Extrait de : http://www.un.org/documents/ga/docs/51/plenary/a51 391.htm

Union Interparlementaire - UI (2012). *Les femmes dans les parlements nationaux*. Extrait de

http://www.ipu.org/iss-f/women.htm

Union Interparlementaire - UI (2014). *Les femmes au parlement en 2013 : regard sur l'année écoulée.* Extrait : http://www.ipu.org/pdf/publications/WIP2013-f.pdf

Union Interparlementaire - UI (2015). *Les femmes dans les parlements nationaux.* Extrait de http://www.ipu.org/wmn-f/classif.htm

Valence, A. & Roussiau, N. (2005). «Etude de la transformation de représentations sociales en réseau (idéologie, droits de l'homme et institution)», *Les cahiers psychologie politique.*Extrait de : http://lodel.irevues.inist.fr/cahierspsychologiepolitique/index.php?id=1124

Vandenberghe, C. (2002). Extension of the tree component model of commitment to five foci: development of measures and substantive test. *European Journal of Psycholigical Assesment,* 18, 123-138.

Van Engen, M. L; Van der Leeden, R.; Willemsen, T. M. (2001). Gender, context and leadership styles: A field study. *Journal of Occupational and Organizational Psychology,* 74 (5), 581–598.

Vaudano, M. (2014, 03 Avril). Municipales : pourquoi la parité a échoué. *Le Monde.* Extrait de : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/04/03/municipales-pourquoi-la-parite-a-echoue_4394919_4355770.html

Vergès, P. (1992). L'évocation de l'argent : une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation. *Bulletin de Psychologie, 45*(405), 203-209.

Vergès, P.; Tyszka, T. & Vergès, P. (1994). Noyau central, saillance et propriétés structurales. *Papers on Social Representations – Textes sur les représentations sociales,* 3(1), 3-12.

Vidal, J. (2003). Noyau central et stéréotypie : la question de la durabilité du changement. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale, 60,* 50-58.

Vignet, M., Chappert, F., Sarnin, P. (2015). Hypothèses d'explication de l'absentéisme différencié

des femmes et des hommes. Conférence internationale Femmes, santé et travail, ETUI, Bruxelles, Belgique.

Visser, P. S., & Krosnick, J. A. (1998). Development of attitude strength over the life cycle: Surge and decline. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 1389-1410.

Vroom, V. H., Yetton, P.W. (1973). *Leadership and decision-making*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.

Vroom, V. H. (2003). Educating managers for decision making and leadership. *Management Decision*, 41, 968-978.

Wagner, J. A. & Gooding, R. Z. (1987). Shared influence and organizational behavior: a meta-analysis of situational variables expected to moderate participation outcome relationships. *Academy of Management Journal*, 30, 524-541.

Wallen, A. S., Mor, S., & Devine, B. A. (2014). It's About Respect: Gender-Professional Identity Integration Affects Male Nurses' Job Attitudes. *Psychology of Men and Masculinity, 15*, 305-312.

Wassouo, E. A. (2009). *Perception sociale du leadership politique féminin et résistance au changement chez les femmes politiques du Mfoundi*. Mémoire de DEA en psychologie sociale. Université de Yaoundé I.

Wright, P. L. (1996). *Managerial Leadership*. London: Routledge.

Weber, M. (1947). *The Theory Of Social And Economic Organization*. New York: Free press.

West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender & Society*, 1, 125-151.

Wieder, T. (2013, 15 janvier). La défiance des Français envers la politique atteint un niveau record. *Le Monde*. Extrait de : http://www.lemonde.fr/politique/article/2013/01/15/la-defiance-des-francais-envers-la-politique-atteint-un-niveau-record_1817084_823448.html

Willemsen, T. M. (2001). Gender, context and leadership styles: A field study. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 74 (5), 581–598.

Wiley, M. G. (1995). Sex category and gender in social psychology. In K. S. Cook, G. Fine, & J. S. House (Eds), *Sociological perspectives on social psychology* (pp. 326-386). Boston: Allyn & Bacon.

Williams, J. E., & Best, D. L. (1990). *Measuring sex stereotypes: A multination study.* Newbury Park Californie : Sage.

Yakan, M. Z. (1999). « African peoples and nations by country: Cameroon ». In *Almanac of African Peoples & Nations* (PP. 37-39). New Brunswick: Transaction Publishers.

Yukl, G. A. (2002). *Leadership in Organisation* (5th ed.) Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Liste des Tableaux

Tableau 1 : Les approches du leadership selon Yukl (2002) 25

Tableau 2 : Synthèse des variables en jeu dans le modèle général de la thèse**.** 85

Tableau 3: Caractéristiques sociodémographiques des participants camerounais 88

Tableau 4 : Participations aux élections (Cameroun). 90

Tableau 5 : Caractéristiques sociodémographiques des participants français. 92

Tableau 6 : Rapport des français à la politique. 95

Tableau 7 : Termes les plus fréquents associés aux mots-stimulus leadership politique féminin par les participants camerounais et français. 108

Tableau 8: Consistance interne des échelles de l'étude 1. 115

Tableau 9: Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 1 Cameroun (N=338). 116

Tableau 10 : Résultats de l'étude 1, Cameroun. 121

Tableau 11: Effet du sexe sur les variables de l'étude 1 Cameroun. 124

Tableau 12 : Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques, étude 1 Cameroun. 125

Tableau 13 : Interaction entre le niveau d'étude et les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin 126

Tableau 14 : Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 1 France. 136

Tableau 15 : Synthèse des résultats étude 1 France. 140

Tableau 16 : Effet du sexe sur les variables de l'étude 1 France. 143

Tableau 17 : Effet de l'âge sur les variables de l'étude 1 France. 145

Tableau 18 : Effet du statut matrimonial sur les variables de l'étude 1 France. 147

Tableau 19 : Effet du Niveau d'étude sur les variables de l'étude 1 France**.** 148

Tableau 20 : Effet du statut socioprofessionnel sur les variables de l'étude 1 France. 150

Tableau 21 : Effet du sentiment vis-à-vis de la politique sur les variables de l'étude 1 France**.** 151

Tableau 22 : L'effet du sentiment de proximité avec un groupe politique. 153

Tableau 23: L'effet de l'expérience électorale 155

Tableau 24 : Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques. 157

Tableau 25 : Interaction entre l'âge et les stéréotypes de genre féminin / intention de vote en faveur du leadership politique féminin 160

Tableau 26 : Interaction stéréotypes de genre féminin et sentiment de proximité avec un groupe politique / représentations du leadership politique féminin 161
Tableau 27 : Résultats Hypothèses Etude 1 Cameroun et France. 173
Tableau 28: Consistance interne des échelles de l'étude 1 184
Tableau 29 : Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 2, Cameroun. 185
Tableau 30 : Résultats étude 2, Cameroun. 188
Tableau 31 : Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques, étude 2, Cameroun 192
Tableau 32 : Interaction Adhésion aux croyances et valeurs culturelles et expérience électorale. 194
Tableau 33 : Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 2, France. 203
Tableau 34 : Résultats étude 2, France 205
Tableau 35: Synthèse des résultats des analyses sur les variables sociodémographiques, étude 2, France. 210
Tableau 36: Synthèse des analyses d'interaction 216
Tableau 37 : Comparaison Cameroun / France, étude 2. 225
Tableau 38: Consistance interne des échelles de l'étude 3. 231
Tableau 39 : Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 3, Cameroun. 232
Tableau 40 : Analyse des corrélations entre les variables de l'étude 3, France. 233
Tableau 41 : Résultats des paramètres estimés pour le modèle de mesure Cameroun 239
Tableau 42 : Résultats des paramètres estimés pour le modèle de mesure, France 241
Tableau 43 : Fiabilité, validité convergente, validité discriminante, Cameroun 243
Tableau 44 : Fiabilité, validité convergente, validité discriminante, France 244
Tableau 45 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement, Cameroun 246
Tableau 46 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement du modèle Y Cameroun 248
Tableau 47 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement du modèle Y Cameroun 249
Tableau 48 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement, modèle X France. 253
Tableau 49 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement, modèle Y France 255
Tableau 50 : Résultats des paramètres estimés et des indices d'ajustement, modèle Z, France 257

Liste des Figures

Figure 1 **:** Elaboration et Fonction des représentations sociales (Moliner, 1996). 64

Figure 2 **:** Modèle du comportement planifié (Ajzen, 1991, 2002). 70

Figure 3 **:** Hypothèse générale de la Thèse. 80

Figure 4 **:** Hypothèses Etude 1. 81

Figure 5 **:** Hypothèses Etude 2. 82

Figure 6 **:** Hypothèses Etude 3. 83

Figure 7 : Modèle d'analyse des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin à partir des représentations du leadership politique féminin. 84

Figure 8 : Modèle étude 1. 103

Figure 9 : Résultat hypothèse 1, Etude 1, Cameroun. 117

Figure 10 : Résultat hypothèse 2, Etude 1, Cameroun. 117

Figure 11 : Résultats hypothèse 3, Etude 1, Cameroun. 118

Figure 12 : Résultats hypothèse 4, Etude 1, Cameroun 118

Figure 13 : Médiation partielle de l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (Cameroun). 120

Figure 14 : Médiation partielle de l'effet des stéréotypes de genre féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (Cameroun). 121

Figure 15 : Résultats de l'étude 1 Cameroun. 122

Figure 16 : Interaction entre le niveau d'étude et les attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin. 127

Figure 17 : Résultat hypothèse 1, Etude 1, France. 137

Figure 18 : Résultat hypothèse 2, Etude 1, France. 138

Figure 19 : Résultat hypothèse 3, Etude 1, France. 138

Figure 20 : Résultat hypothèse 4, Etude 1, France. 138

Figure 21: Résultat hypothèse 4, Etude 1, France**.** 139

Figure 22 : Médiation totale de l'effet des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin sur les intentions de vote en faveur du leadership politique féminin par les représentations du leadership politique féminin (France). 140

Figure 23 : Résultats étude 1 France. 141

Figure 24 : Interaction entre l'âge et les stéréotypes de genre / intention de comportement 160
Figure 25 : Interaction stéréotypes de genre féminin et sentiment de proximité avec un groupe politique / représentations du leadership politique féminin 161
Figure 26 : Résultats modèle Etude 1 France et Cameroun 172
Figure 27 : Les hypothèses de l'étude 2 180
Figure 28 : Résultat Hypothèse 1, Etude 2, Cameroun. 187
Figure 29 : Résultat Hypothèse 4, Etude 2, Cameroun. 187
Figure 30 : Résultats étude 2, Cameroun. 189
Figure 31 : Interaction Adhésion aux croyances et valeurs culturelles et expérience électorale. 194
Figure 32 : Résultat Hypothèse 2, Etude 2, France. 204
Figure 33 : Résultat Hypothèse 4, Etude 2, France. 205
Figure 34 : Résultats étude 2, France. 206
Figure 35 : Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles globale et le sexe sur les représentations du leadership politique féminin. 212
Figure 36 : Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec l'identification au groupe et le niveau d'étude 213
Figure 37 : Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en rapport avec la masculinité/féminité et le sentiment vis-à-vis de la politique sur les représentations du leadership politique féminin. 214
Figure 38: Effet d'interaction entre l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles en exprimant le rapport à la masculinité/féminité et l'expérience électorale 215
Figure 39 : Effet d'interaction entre les normes subjectives et le sexe sur les représentations du leadership politique féminin. 216
Figure 40 : Résultats Etude 2 Cameroun / France 224
Figure 41: Hypothèses Etude 3. 229
Figure 42 : Résultats étude 3, Cameroun 232
Figure 43 : Résultats étude 3, France 233
Figure 44 : Modèle final Cameroun. 252
Figure 45 : Modèle final France 260

ANNEXES

ANNEXE 1 : PROTOCOLE D'ENTRETIEN

Protocole Cameroun

Introduction.

Bonjour, je suis Emmanuel Wassouo, Doctorant en Psychologie Sociale et Expérimentale des Universités de Yaoundé I et de Grenoble (France). J'effectue actuellement une recherche sur la perception que les camerounais (e)s ont des femmes engagées en politique. Ce qui compte dans cet entretien, c'est votre point de vue en tant que Camerounais. Pourriez-vous m'accordez quelques minutes pour répondre aux questions que je vais vous poser ?

Ce que vous direz sera enregistré, mais nous vous garantissons toute la confidentialité de vos propos et vous assurons que les enregistrements ne serviront que dans le cadre de cette recherche. Etes-vous d'accord ? On peut commencer par savoir comment vous vous appelez ? De quelle région êtes-vous originaire ?

Représentation du leadership politique féminin.

Qu'évoque pour vous une femme engagée en politique ?

Qu'évoque pour vous une femme qui a une importante position de responsabilité en politique (Député, Sénatrice, Maire) ?

Autour de vous, comment les gens perçoivent-ils ces femmes (ce qu'ils disent souvent de ces femmes) ?

Lorsque vous pensez à une femme député, sénatrice ou maire, quels qualificatifs (au moins trois) vous viennent à l'esprit ?

Pensez-vous qu'au Cameroun, à un niveau élevé de la politique (Député, sénatrice, maire) la gestion des femmes se démarque en générale de celle des hommes ?

En quoi se démarque-t-elle ?

Si non pourquoi ?

Pensez-vous qu'il y'ait une position de pouvoir en politique (Député, sénateur, maire) qui serait la mieux indiquée pour une femme ?

Si oui laquelle et pourquoi ?

DEUXIEME PARTIE.

A présent si vous le voulez bien, nous allons nous entretenir sur les prochaines élections Municipales et Législatives de cette année, notamment sur la possibilité de voter pour une femme comme Maire ou Député au cours de ce double scrutin.

Le comportement/ les attitudes.

Quels sont les avantages qu'il y aurait à choisir une femme comme Maire ou Député pour les prochaines élections 2013 ?

Quels sont les inconvénients qu'il y aurait à choisir une femme comme Maire ou Député pour les prochaines élections 2013 ?

A quoi pensez-vous d'autres, s'agissant du vote pour une femme comme Maire ou Député pour le prochain scrutin de 2013 ?

Les référents Normatifs.

En parlant du vote pour une femme comme Maire ou Député pour les prochaines élections de 2013, il est possible qu'il y ait des personnes ou groupe de personnes qui vous sont proches et qui pensent que vous devez ou ne devez pas voter pour une femme.

Pouvez-vous citer quelques personnes ou groupe de personnes qui approuveraient ou ne verrez pas d'inconvénients à votre choix de voter pour une femme ?

Pouvez-vous citer quelques personnes ou groupe de personnes qui désapprouveraient ou s'opposeraient à votre choix de voter pour une femme ?

Quand parfois on n'est pas certain de son choix, on a souvent tendance à s'inspirer de ce que font les autres.

Pouvez-vous citer quelques personnes ou groupe de personnes de votre entourage qui seraient susceptibles de voter pour une femme comme Maire ou Député pour les prochaines élections ?

Pouvez-vous citer quelques personnes ou groupe de personnes de votre entourage qui seraient moins susceptibles de voter pour une femme comme Maire ou Député pour les prochaines élections ?

1- Les facteurs de contrôles.

Pour les prochaines municipales et législatives, pensez-vous qu'il sera plus compliqué de voter pour une femme que pour un homme ?

Quelles sont, selon vous, les facteurs ou circonstances qui pourriez faciliter ou compliquer la réalisation de l'intention des électeurs de voter en faveur d'une femme ?

Je vous remercie pour votre disponibilité et pour vos réponses.

Protocole France

Introduction.

Bonjour, je suis Emmanuel Wassouo, Doctorant en Psychologie Sociale et Expérimentale des Universités de Yaoundé I et de Grenoble (France). J'effectue actuellement une recherche sur la perception que les français(e)s ont des femmes engagées en politique. Ce qui compte dans cet entretien, c'est votre point de vue en tant que Français(e)s. Pourriez-vous m'accordez quelques minutes pour répondre aux questions que je vais vous poser ?

Ce que vous direz sera enregistré, mais nous vous garantissons toute la confidentialité de vos propos et vous assurons que les enregistrements ne serviront que dans le cadre de cette recherche. Etes-vous d'accord ? On peut commencer par savoir comment vous vous appelez ?

Représentation du leadership politique féminin.

Qu'évoque pour vous une femme engagée en politique ?

Qu'évoque pour vous une femme qui a une importante position de responsabilité en politique (Député, Sénatrice, Maire) ?

Autour de vous, comment les gens perçoivent-ils ces femmes (ce qu'ils disent souvent de ces femmes) ?

Lorsque vous pensez à une femme député, sénatrice ou maire, quels qualificatifs (au moins trois) vous viennent à l'esprit ?

Pensez-vous qu'en France à un niveau élevé de la politique (Député, sénatrice, maire) la gestion des femmes se démarque en générale de celle des hommes ?

En quoi se démarque-t-elle ?

Si non pourquoi ?

Pensez-vous qu'il y'ait une position de pouvoir en politique (Député, sénateur, maire) qui serait la mieux indiquée pour une femme ?

Si oui laquelle et pourquoi ?

DEUXIEME PARTIE.

A présent si vous le voulez bien, nous allons nous entretenir sur les prochaines élections Municipales de cette année, notamment sur la possibilité de voter pour une femme comme Maire au cours de ce scrutin.

Le comportement/ les attitudes.

Si pour les prochaines élections municipales une femme est élue à la tête de la commune de votre localité, y verrez-vous en cela :

- un avantage ou un inconvénient ? Lequel ?

Pour les prochaines élections municipales, qu'est-ce qui selon vous peut permettre aux femmes candidates, de faire la différence et se faire élire comme maire ?

Les référents Normatifs.

Supposons qu'aux prochaines élections municipales vous ayez l'intention de voter pour une femme. Pouvez-vous citer quelques personnes ou groupe de personnes qui vous sont proches et qui :

- approuveraient votre choix ?
- désapprouveraient votre choix ?

Quand parfois on n'est pas certain de son choix, on a souvent tendance à s'inspirer de ce que font les autres. Pouvez-vous citer quelques personnes ou groupe de personnes de votre entourage qui seraient :

- susceptibles de faire le même choix que vous ?
- moins susceptibles de faire le même choix que vous ?

Les facteurs de contrôles.

Pour les prochaines municipales :

Pensez-vous qu'il sera plus compliqué de voter pour une femme que pour un homme ?

Quelles sont, selon vous, les facteurs ou circonstances qui pourriez faciliter ou compliquer la réalisation de l'intention des électeurs de voter en faveur d'une femme ?

Je vous remercie pour votre disponibilité et pour vos réponses.

ANNEXE 2 : DEPOUILLEMENT DES ENTRETIENS

Dépouillement Cameroun

Représentation du leadership politique féminin.

Q : Qu'évoque pour vous une femme engagée en politique ?

R : C'est des personnes comme les autres, elles ont comme les hommes des projets et des ambitions pour le peuple, il y a rien d'extraordinaire. Oui peut être il y a des années en arrière, mais maintenant ce n'est plus exceptionnel.

Q : Qu'évoque pour vous une femme qui a une importante position de responsabilité en politique (Député, Maire) ?

R : C'est une femme qui défend sa commune par exemple, elle se bat pour sa municipalité.

Q : Autour de vous, comment les gens perçoivent-ils ces femmes (ce qu'ils disent souvent de ces femmes) ?

R : Dans ma famille les gens sont plutôt favorable ; mais parmi mes amis, ils sont très nombreux qui le prennent mal ; ils ne comprennent pas qu'une femme puisse avoir le pouvoir et les diriger. Ils ont une perception très négative. D'ailleurs quand on se retrouve on évite ce genre de sujet, ça se termine toujours très mal, c'est tout vous dire. Les anciennes générations la mienne, ont du mal à accepter ça, et même un tout petit peu les nouvelles. Peut-être que dans une vingtaine d'années les choses vont changer.

Q : Lorsque vous pensez à une femme député, sénatrice ou maire, quels qualificatifs vous viennent à l'esprit (au moins trois) ?

R : Courageuse ; défend sa commune ; travailleuse, la politique est un travail à temps plein ; organisé, puisqu'il faut aussi gérer la famille.

Q : Pensez-vous qu'au Cameroun à un niveau élevé de la politique (député, maire) la gestion des femmes se démarque en générale de celle des hommes ?

R : Pas vraiment, même si les femmes semblent avoir plus de blocage dans leur boulot que les hommes, mais elles ont le soutien des autorités.

Q : Pensez-vous qu'il existe une différence notamment au Cameroun dans la façon d'exprimer le leadership ou de gérer la commune selon qu'on a par exemple un maire homme ou femme ?

R : Non pas vraiment.

Q : Pourquoi ?

R : Mais je pense que la différence se situe surtout au niveau de leur chapelle politique (parti au pouvoir ou opposition), homme ou femme, ils essayent d'appliquer la politique de leur courant politique.

Q : Pensez-vous qu'il y 'ait une position de pouvoir en politique (Député, maire) qui serait la mieux

indiquée pour une femme ?

R : Non pas vraiment. Elles peuvent se retrouver à toutes ces positions. Bon disons quand même qu' une femme maire dans les villes ça passe encore, mais dans les campagnes c'est plus compliqué, les gens ont encore du mal avec ça.

Le comportement/ les attitudes.

Q : Quels sont les avantages qu'il y aurait à choisir une femme comme Maire ou Député pour les prochaines élections 2013 ?

R : Je n'ai pas de problème avec ça. Ça serait un avantage si elle a un bon programme, c'est ça qui compte. Mais je le répète encore ils ne sont pas nombreux les hommes qui pensent comme moi.

Q : Quels sont les inconvénients qu'il y aurait à choisir une femme comme Maire ou Député pour les prochaines élections 2013 ?

R : Je pense que c'est d'abord leur programme et le fait qu'elles viennent en politique par amour pas juste par un effet du hasard.

Les référents Normatifs.

En parlant du vote pour une femme comme Maire ou Député pour les prochaines élections de 2013, quelles sont les personnes ou groupe de personnes qui vous sont proches et qui :

Q : approuveraient votre choix ;

R : Les membres de ma famille

Q : Qui désapprouveraient votre choix :

R : Mes amis

Q : Les personnes de mon entourage qui pourraient faire le même choix que moi :

R : Les membres de ma famille

Q : Celles qui seraient moins susceptible de faire le même choix :

R : Mes amis.

Les facteurs de contrôles.

Q : Pour les prochaines municipales et législatives, pensez-vous qu'il sera plus compliqué de voter pour une femme que pour un homme ?

R : Non pas spécialement, mais je pense que les camerounais ont du mal à voter pour les femmes, ça viendra peut-être avec les générations avenirs, et surtout avec l'éducation car on essaye de faire des efforts de plus en plus dans ce sens.

Q : Quelles sont, selon vous les facteurs ou circonstances qui pourriez faciliter ou compliquer la réalisation de l'intention des électeurs de voter en faveur d'une femme ?

R : Ce sont leurs programmes politiques, si elles ont un bon programme. Mais déjà il faut que leur partis respectifs acceptent de les présenter à ces élections, je pense que ça ce n'est pas encore gagné.

Dépouillement France

Représentation du leadership politique féminin.

Q : Qu'évoque pour vous une femme engagée en politique ?

R : Une femme qui connaît déjà, pour ma part, le quartier où je vis : j'ai fait partie d'un mouvement politique, uniquement sur une petite échelle.

Q : Qu'évoque pour vous une femme qui a une importante position de responsabilité en politique (Député, Sénatrice, Maire, Ministre) ?

R : Au même titre qu'un homme. Les femmes ont souvent un petit quelque chose en plus pour voir toute l'espèce humaine confondue.

Q : Autour de vous, comment les gens perçoivent-ils ces femmes (ce qu'ils disent souvent de ces femmes) ?

R : Pour mon milieu, la même vision politique que moi. Elles sont partantes, il devrait y avoir plus de femme au gouvernement en tout cas.

Q : Lorsque vous pensez à une femme député, sénatrice ou maire, quels qualificatifs (au moins trois) vous viennent à l'esprit ?

R : Beaucoup plus de dialogue. J'en ai fait l'expérience à Canet-en-Roussillon avec la maire qui est décédée maintenant. Et une approche beaucoup plus importante qu'un homme, y'a rien à faire.

Q : Pensez-vous qu'en France, à un niveau élevé de la politique (Député, sénatrice, maire) la gestion des femmes se démarque en générale de celle des hommes ?

R : Il y en a tellement peu, je ne pense pas.

Q : En quoi se démarque-t-elle ?

R : Elles se démarquent par leur manque de présence, ça c'est certain. Si elles sont là, elles n'ont pas beaucoup de grand rôle. On n'a encore pas vu une femme au pouvoir comme Merkel en France.

Q : Plus concrètement et dans la perspective des futures élections municipales : Avez-vous une expérience directe de la gestion d'une commune par une femme maire, ou du moins en avez-vous entendu parler ?

R : Oui, je survole car on est jamais tout seul, y'a des personnalités qui sont plus hautes que nous. J'étais suppléante d'un parti politique.

Q : Pensez-vous qu'il existe en politique notamment en France, une différence dans la façon d'exprimer le leadership ou de gérer la commune, selon qu'on a par exemple un maire homme ou femme ?

R : Oui.

Q : Si oui quelles sont les différences ?

R : Je prends toujours mon exemple à Canet-en-Roussillon, c'était très bien géré et elle avait un

haut pouvoir cette maire-là, et avec d'autres femmes qui étaient à ses côtés. Ce n'était pas le pouvoir des femmes, mais beaucoup plus de responsabilités, de création, au niveau du regard, au niveau de la compréhension des personnes qui sont là, y'a rien à faire. L'homme est beaucoup plus sectaire on va dire. J'aime les hommes hein (rires) mais bon, ils nous écoutent sans trop nous écouter, ceux qui sont au pouvoir.

Q : Pensez-vous qu'il y'ait une position de pouvoir en politique (Député, sénateur, maire) qui serait la mieux indiquée pour une femme ?

R : Oui

Q : Si oui laquelle et pourquoi ?

R : Qu'elle soit beaucoup plus proche du gouvernement, avec une position comme premier ministre. Qu'on puisse au moins comparer, avoir un avis qui puisse dire : ben voilà, les femmes on aimerait bien qu'elles soient au pouvoir, ben donnez-leur des places.

Le comportement/ les attitudes.

Q : Si pour les prochaines élections municipales une femme est élue à la tête de la commune de votre localité, y verrez-vous en cela :

un avantage ou un inconvénient ? Lequel ?

R : Un avantage (rires). A condition que ça soit quelqu'un qui soit battant, mais si elle est élue c'est qu'elle a bien fait son travail et qu'elle a regardé un peu les choses avec un œil nouveau.

Q : Pour les prochaines élections municipales, qu'est-ce qui selon vous peut permettre aux femmes candidates, de faire la différence et se faire élire comme maire ?

R : Je pense que c'est interne, et que c'est selon leur position, selon l'admiration qu'elle peut donner à son entourage pour qu'on puisse la monter, c'est certain. Ça se fait pas tout seul, elle ne peut pas sortir comme ça sans avoir eu des autres personnes qui la montent au pouvoir, c'est certain, qui dévoile son mode d'exigence à son entourage, à tout ça, voilà. En tout cas je pense que pour Grenoble c'est cuit, on n'aura pas de femmes, si c'est ce que vous voulez savoir.

Les référents Normatifs.

Q : Supposons qu'aux prochaines élections municipales vous ayez l'intention de voter pour une femme. Pouvez-vous citer quelques personnes ou groupe de personnes qui vous sont proches et qui :

- ❖ approuveraient votre choix / désapprouveraient votre choix ?

R : Ma famille, mes amis approuveraient, y'a à peu près 500 personnes qui approuveraient (rires). A condition qu'elle soit dans notre perspective, dans nos engagements, dans notre courant politique. On peut avoir des tas d'amis d'autres courants politiques. Quand on est dans la politique, on peut

s'apercevoir qu'on peut côtoyer toutes sortes des gens autour d'une table, qui sont très bien, qui défendent des opinions qui ne sont pas forcément les nôtres, c'est tout.

Q : Quand parfois on n'est pas certain de son choix, on a souvent tendance à s'inspirer de ce que font les autres. Pouvez-vous citer quelques personnes ou groupe de personnes de votre entourage qui seraient : Susceptibles de faire le même choix que vous / moins susceptibles de faire le même choix que vous ?

R : L'influence ça compte énormément. Je vais vous dire quand j'ai milité pour quelque chose, ça compte. Parce qu'on sort d'un commerce, parce qu'on a vécu toujours dans le même quartier... donc c'est très facile d'entraîner, à juste titre, parce qu'ils m'ont vu évoluer dans certaines choses, dans le milieu social, voilà c'est ça. Ça engage, ils ont vu mes engagements et se sont dit « c'est du vrai, c'est du réel, ce n'est pas de l'abandon, ce n'est pas uniquement pour avoir des votes et dire après, demain, je vous connais plus ». Ce n'est pas du tout ça.

Les facteurs de contrôles.

Q : Pour les prochaines municipales, pensez-vous qu'il sera plus compliqué de voter pour une femme que pour un homme ?

R : Dans l'ensemble ? Dans l'ensemble ça sera des hommes, c'est inévitable, y'a pas beaucoup de femmes qui ont... voilà.

Q : Quelles sont, selon vous, les facteurs ou circonstances qui pourraient faciliter ou compliquer la réalisation de l'intention des électeurs de voter en faveur d'une femme ?

R : La question, c'est surtout qu'il faut qu'on l'ait déjà vu. Si on s'amène aux élections municipales avec une femme qu'on n'a pas (vu)... il va falloir qu'elle ait fait fort, parce que si on la connaît pas soi-même en ayant un peu vécu dans la politique, on se dit « tu sors d'où toi ? », comme on en voit... voilà, on la regarde même pas. Le parachutage, ça suffit quoi.

ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE (ETUDES, 1, 2, 3)

QUESTIONNAIRE CAMEROUN

UNIVERSITE DE YAOUNDE I

Laboratoire Interuniversitaire de Psychologie (LIP/C2S – Grenoble)
&
Laboratoire de Psychologie Sociale et Expérimentale (UY1 – Cameroun)

Questionnaire sur la perception des camerounais (e)s des femmes engagées en politiques

Bonjour,

Dans le cadre d'une recherche sur la perception que les Camerounais(e)s ont des femmes engagées en politiques, nous réalisons un ensemble d'étude auprès des potentiels électeurs/électrices camerounais. Ce questionnaire a pour but de comprendre ce que vous pensez des femmes qui font la politique ainsi que votre intention de choisir ou non une femme à un poste électif. En répondant à ce questionnaire, vous contribuez à faire avancer une démocratie qui prend en compte les réalités culturelles du Cameroun. Ce questionnaire ne cherche pas à vous évaluer, il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, seul votre avis compte. Répondez aussi spontanément et aussi sincèrement que vous le pouvez. Vos réponses seront traitées dans le strict respect de votre anonymat.

Merci d'avance pour votre participation !

Pour plus d'informations vous pouvez contacter :
Emmanuel Wassouo
Email : emmanuel.wassouo@upmf-grenoble.fr

Q.1 : Voici une série d'activités liées aux valeurs et croyances culturelles du Cameroun. Veuillez estimer la fréquence à laquelle vous pratiquez personnellement chacune de ces activités, de 1 (jamais) à 5 (tout le temps) Entourez le chiffre qui correspond à votre réponse.

		Cette activité je la pratique :				
		Jamais	**Rarement**	**Souvent**	**Très souvent**	**Tout le temps**
1	Parler ou essayer d'apprendre sa langue maternelle	1	2	3	4	5
2	Prendre part aux activités où la langue maternelle est utilisée	1	2	3	4	5
3	Prendre part aux manifestations ou cérémonies de son groupe ethnique	1	2	3	4	5
4	Vous avez fait ou faites encore des efforts pour apprendre les us et coutumes de votre groupe ethnique	1	2	3	4	5
5	Perfectionner votre niveau de compréhension de votre langue maternelle	1	2	3	4	5
6	Participez à une cérémonie familiale de protection contre les malheurs	1	2	3	4	5
7	Recourir à un guérisseur traditionnel pour se soigner (Marabout, Voyants, Nkemseh etc.)	1	2	3	4	5
8	Participer à une cérémonie traditionnelle à l'occasion de la naissance des jumeaux dans sa famille	1	2	3	4	5
9	Participer à l'organisation ou organiser pour soi-même un mariage traditionnel	1	2	3	4	5
10	Doter traditionnellement son épouse, se faire doter comme le prévoit la coutume ou organiser la dot d'un proche	1	2	3	4	5
11	Se faire élever ou contribuer à élever quelqu'un d'autre au rang de notable ou de dignitaire de son village	1	2	3	4	5
12	Se fiancer traditionnellement ou demander traditionnellement la main d'une fille pour un proche	1	2	3	4	5
13	Faire un sacrifice aux ancêtres pour leur demander une faveur (Promotion, succès scolaire, etc.)	1	2	3	4	5
14	Participer activement au rite de passage à l'âge adulte (Par exemple le « Kané » chez les Moundangs de de l'Extrême-Nord du Cameroun)	1	2	3	4	5
15	Organiser ou participer aux cérémonies traditionnelles après le décès d'un membre de sa famille (funérailles, rites de veuvages, etc.)	1	2	3	4	5
16	Participer activement aux manifestations de l'association des ressortissants de son village natal	1	2	3	4	5
17	Participer ou organiser le festival culturel de	1	2	3	4	5

	son groupe ethnique (Nguon, Ngondo, etc.)					
18	Appartenir ou être très proche d'une société sécrète traditionnelle	1	2	3	4	5
19	Participer activement aux activités de sa famille élargie	1	2	3	4	5
20	Recourir à des moyens de protection traditionnelle pour se protéger des gens qui vous veulent du mal (scarification, gris-gris, etc.)	1	2	3	4	5

Q.2 : Voici une série de termes et d'expressions qui qualifient les personnes qui font de la politique. Pour chacun des termes ou expressions, veuillez estimer selon vous à quel degré cela qualifie les femmes d'une part et les hommes d'autre part. Répondez en entourant le chiffre qui correspond à votre réponse (pour les femmes et pour les hommes), allant de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord).

		Femme					**Homme**				
	En politique les personnes qui ont une position de chef ou de leader sont :	**Pas du tout d'accord**				**Tout à fait**	**Pas du tout**				**Tout à fait**
1	Autoritaires	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2	Ne laissent souvent pas de marge de manœuvre aux collaborateurs	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3	Sont davantage centrées sur la relation avec les autres	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4	Tiennent compte des remarques de la population	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5	Sont entêtées et obstinées	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6	Sont proches de la population	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7	Informent et partagent les informations avec la population	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8	Sont agressives	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9	Cherchent constamment à dominer les autres	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10	Sont pragmatiques	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Q.3 : Voici une série de déclarations qu'on entend sur les femmes engagées en politiques soit comme militantes ou comme candidates aux élections. Veuillez estimer votre degré d'accord ou de désaccord avec chacune des affirmations, allant de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord). Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.

		Pas du tout d'accord				**Tout à fait d'accord**
1	Au Cameroun, une femme qui vise des postes électifs en politique est différente, elle est comme un homme	1	2	3	4	5
2	Dans notre pays, une femme qui s'engage comme militante en politique perd les valeurs fondamentales de la femme	1	2	3	4	5
3	En général, chez nous, les femmes qui font la politique ne se soumettent plus à leurs époux	1	2	3	4	5

4	Une femme qui choisit de faire de la politique dans notre pays sacrifie forcément son couple et l'éducation de ses enfants	1	2	3	4	5
5	Une femme qui veut occuper une position de leader en politique chez nous, va contre la coutume et la tradition	1	2	3	4	5
6	Au Cameroun, les femmes qui ont des positions de pouvoir en politique (député, maire, …) ont dans la plupart des cas utilisé leur corps pour séduire et se positionner	1	2	3	4	5
7	Grâce à ses émotions et à son instinct maternel, la femme au Cameroun remplie mieux son contrat d'élue (député, maire) politique que l'homme	1	2	3	4	5
8	En politique au Cameroun, les femmes élues politiques sont plus honnêtes que les hommes	1	2	3	4	5
9	Dans notre pays, le sens pragmatique souvent reconnu aux femmes élues politiques leur permet de se démarquer en politique.	1	2	3	4	5
10	En occupant plus de position de pouvoir en politique (député, maire), les femmes pourraient apporter plus de développement à notre pays que les hommes	1	2	3	4	5

Q.4 : Veuillez indiquer le sentiment que suscite en vous les propositions suivantes. Elles vont de 1 (pas du tout désirable) à 5 (tout à fait désirable). Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.

Pour les prochaines élections législatives et municipales :		**Pas du tout désirable**				**Tout à fait désirable**
1	Avoir le sentiment d'avoir accompli quelque chose de positif en votant pour une femme est :	1	2	3	4	5
2	Voter pour une femme compétente et qui a un bon projet politique est :	1	2	3	4	5
3	Contribuer pour le développement du pays en votant pour une femme est :	1	2	3	4	5
4	Voter pour une femme pour son caractère maternel et tolérant est :	1	2	3	4	5

5.1.1. Sur une échelle allant de 1 (Pas du tout important) à 5 (Très important), veuillez estimer le degré d'importance que vous accordez à ce que pensent les personnes de votre entourage sur vos choix électoraux. Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.

Pour les prochaines élections législatives et municipales :		**Pas du tout important**				**Très important**
1	Le fait que les membres de ma famille approuvent mon choix de voter pour une femme est :	1	2	3	4	5
2	La position de ma communauté religieuse est :	1	2	3	4	5
3	Le point de vue de mes collègues et ami(e)s sur mon choix de voter pour une femme est :	1	2	3	4	5
4	Faire le même choix que la plupart des électeur (trice)s est pour moi :	1	2	3	4	5

Q.5.2. : Sur une échelle allant de 1 (Pas du tout d'accord) à 5 (Tout à fait d'accord), veuillez estimer votre degré de motivation à vous conformer à ce que pensent les personnes de votre entourage sur vos choix électoraux. Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.

Pour les prochaines élections législatives et municipales en ce qui concerne le vote d'une femme à une position de leader :		**Pas du tout D'accord**				**Tout à fait d'accord**
1	Je vais adopter la position de ma communauté religieuse	1	2	3	4	5
2	Je serai cohérent avec la position de mon groupe politique	1	2	3	4	5
3	Je serai en accord avec les autres membres de la famille	1	2	3	4	5
4	Je ferai le même choix que la plupart des électeur (trice)s	1	2	3	4	5

Q.6 : Voici une liste de facteurs qui peuvent compliquer l'élection des femmes aux prochaines municipales et législatives. Sur une échelle, qui va de 1 (Pas du tout d'accord) à 5 (Tout à fait d'accord), quel est votre degré d'accord avec chacune des propositions. Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.

Pour les prochaines élections législatives et municipales :		**Pas du tout d'accord**				**Tout à fait d'accord**
1	L'éloignement des bureaux de vote est un obstacle pour le vote d'une femme	1	2	3	4	5
2	Le manque de compétence des candidatures féminines va compliquer leur élection	1	2	3	4	5
3	La faiblesse de la communication autour des candidatures féminines est un obstacle pour l'élection des femmes	1	2	3	4	5
4	L'absence de transparence dans les résultats des élections rendra difficile le vote d'une femme	1	2	3	4	5
5	La rareté des candidatures féminines compliquera le vote d'une femme	1	2	3	4	5

Q.7 : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les propositions suivantes ? Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.

		Pas du tout d'accord				Tout à fait d'accord
1	j'accorderai volontiers mon vote à une femme compétente et qui a un bon programme au cours des prochaines élections	1	2	3	4	5
2	j'ai l'intention de voter pour une femme qui a un bon programme et qui est compétente au cours des prochaines élections	1	2	3	4	5
3	je m'attends à ce qu'une femme qui a un bon programme	1	2	3	4	5

	et qui est compétente soit élue au cours des prochaines élections					

Veuillez répondre aux questions d'ordre général qui suivent afin de nous permettre de mieux traiter les données de ce questionnaire en cochant la case qui correspond à votre situation.

Q.8 : **De quel sexe êtes-vous ?**

1 □ Masculin 2 □ Féminin

Q.9 : **Quel âge avez-vous ?**

Votre réponse : ……. Ans

Q.10 : **En ce moment vous êtes :**

1 □ Célibataire 2 □ Marié 3 □ En ménage sans être marié 4 □ Divorcé
5 □ Séparé 6 □ Veuf ou veuve

Q.11 : **Quel est votre niveau d'étude ?**

1 □ Inférieur à la $6^{ème}$ 2 □ $6^{ème}$ - $3^{ème}$ 3 □ 2^{nde} – Tle 4 □ Bac +1
5 □ Bac + 2 6 □ Bac + 3 7 □ Bac + 4 8 □ Bac + 5 9 □Supérieur à Bac +5

Q.12 : **Quelle est votre religion ?**

1 □ Chrétien 2 □ Musulman 3 □ Adepte de la religion traditionnelle

4 □ Autres (précisez) _____

Q.13 : **Quelle est votre situation actuelle ?**

1 □ Fonctionnaire 2 □ Employé du secteur privé 3 □ Auto employeur 4 □ Sans emploi 5 □ Retraité 6 □ Etudiant(e) 7 □ Stagiaire 8 □ Contractuel d'administration 7 □ Autres (précisez)_____

Q.14 : **Avez-vous déjà voté ?**

1 □ Oui 2 □ Non

Q.15 : **A quel type de scrutin national avez-vous pris part ?**

1 □ Présidentiel 2 □ Législatif 3 □ Municipal

Q.16 : **Au cours de ce ou ces élections avez-vous déjà eu à choisir entre un homme et une femme ?**

1 □ Oui 2 □ Non

Q.17 : **Si oui quel a été votre choix ?**

1 □ Un homme 2 □ une femme

Q.18 : **Au cours de ce ou ces scrutins avez-vous déjà eu à choisir entre une liste conduite par**

une femme et une liste conduite par un homme.

1 □ Oui 2 □ Non

Q.19 : **Si oui quel a été votre choix ?**

1 □ La liste de l'homme 2 □ La liste de la femme

Q.20 : **Au cours de ce ou ces scrutins avez-vous eu à choisir entre une liste comportant une ou plusieurs femmes et une liste ne comportant aucune femme**

1 □ Oui 2 □ Non

Q.21 : **Si oui quel a été votre choix ?**

1 □ La liste comportant une ou plusieurs femmes 2 □ La liste ne comportant aucune femme

Q.22 : **Pour les prochains scrutins législatif et municipal, êtes-vous prêts à voter pour une femme ?**

1 □ Oui 2 □ Non

Q. 23 : **Si oui :**

1 □ au législatif seulement 2 □ au municipal seulement 3 □ aux législatif et municipal

Merci pour votre participation.

QUESTIONNAIRE FRANCE

UNIVERSITE DE YAOUNDE I

Laboratoire Interuniversitaire de Psychologie (LIP/C2S – Grenoble)
&
Laboratoire de Psychologie Sociale et Expérimentale (UY1 – Cameroun)

Questionnaire sur la perception des français(e)s des femmes engagées en politiques

Bonjour,

La France cette année est en pleine période électorale (municipale, européenne), nous réalisons dans ce contexte un ensemble d'études auprès des potentiel(e)s électeurs / électrices français. Ce questionnaire vise de façon globale à appréhender votre point de vue et celui des français(e)s en général sur certaines valeurs culturelles et sur le leadership politique en France. Ce questionnaire ne cherche pas à vous évaluer, il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, seul votre avis compte. Le temps de réponse sera d'à peu près 20 minutes. Répondez aussi spontanément et aussi sincèrement que vous le pouvez. Vos réponses seront traitées dans le strict respect de votre anonymat.

Merci d'avance pour votre participation !

Pour plus d'informations vous pouvez contacter :
Emmanuel Wassouo
Email : emmanuel.wassouo@upmf-grenoble.fr

Q.1 : **Voici une série d'activités liées aux valeurs et croyances culturelles du Cameroun. Veuillez estimer la fréquence à laquelle vous pratiquez personnellement chacune de ces activités, de 1 (jamais) à 5 (tout le temps) Entourez le chiffre qui correspond à votre réponse.**

		Cette activité je la pratique :				
		Jamais	**Rarement**	**Souvent**	**Très souvent**	**Tout le temps**
1	La connaissance des codes de comportements et traditions françaises	1	2	3	4	5
2	La fierté d'être français(e)	1	2	3	4	5
3	La qualité de la vie au travail	1	2	3	4	5
4	La résolution des conflits par la négociation et le compromis	1	2	3	4	5
5	La solidarité au travail	1	2	3	4	5
6	L'affaire à traiter est au-dessus de la relation	1	2	3	4	5
7	L'attachement à la famille et aux membres de la famille	1	2	3	4	5
8	Le partage des tâches entre hommes et femmes, autant dans le monde du travail que dans le foyer	1	2	3	4	5
9	Le respect de la queue dans une file d'attente	1	2	3	4	5
10	Le tutoiement ou le vouvoiement dans les relations interpersonnelles	1	2	3	4	5
11	Les besoins personnels et ceux de sa famille restreinte passent avant les autres besoins	1	2	3	4	5
12	Les parents et les enfants se considèrent comme égaux	1	2	3	4	5
13	Les privilèges et les symboles de prestige	1	2	3	4	5
14	Les relations chaleureuses entre les personnes	1	2	3	4	5
15	L'idéal de liberté est au-dessus de celui de l'égalité	1	2	3	4	5
16	L'interdépendance entre ceux qui ont et ceux qui n'ont pas le pouvoir	1	2	3	4	5
17	Ne pas fixer les gens du regard dans les transports en commun par exemple	1	2	3	4	5
18	Privilégier la langue française dans ses lectures et autres activités	1	2	3	4	5
19	Savoir parler correctement le français	1	2	3	4	5

Q.2 : **Voici une série de termes et d'expressions qui qualifient les personnes qui font de la politique. Pour chacun des termes ou expressions, veuillez estimer selon vous à quel degré cela qualifie les femmes d'une part et les hommes d'autre part. Répondez en entourant le chiffre qui correspond à votre réponse (pour les femmes et pour les hommes), allant de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord).**

		Femme					**Homme**				
	En politique les personnes qui ont une position de chef ou de leader sont :	**Pas du tout d'accord**				**Tout à fait d'accord**	**Pas du tout**				**Tout à fait**
1	Agressives	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2	Ambitieuses	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3	Arrogantes	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4	Aventureuse	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5	Bon sens d'analyse	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6	Bonne prise en main des problèmes	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7	Chaleureuse	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8	compétentes	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9	compétitives	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10	Complaisantes	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11	Créatives	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12	De bon leader	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
13	Digne de confiance	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14	Honnêtes	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
15	Inexpérimentées	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16	Intuitives	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
17	Pragmatiques	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
18	Sans scrupule	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
19	Subordonnées aux autres	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
20	Sûr d'elles	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Q. 3 : **Voici une série de déclarations qu'on entend sur les femmes engagées en politiques soit comme militantes ou comme candidates aux élections. Veuillez estimer votre degré d'accord ou de désaccord avec chacune des affirmations, allant de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord). Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.**

		Pas du tout d'accord				**Tout à fait d'accord**
1	En France, une femme candidate à un poste électif en politique est différente, elle est comme un homme	1	2	3	4	5
4	Les femmes qui se présentent à des postes électifs en France peuvent être considérées comme des modèles pour les autres femmes	1	2	3	4	5
7	Les femmes en politique en France n'inspirent aucune confiance	1	2	3	4	5
8	Les femmes politiques françaises sont plus charismatiques que les hommes politiques	1	2	3	4	5
11	Une femme candidate à un poste électif (député, maire, sénatrice) est forcément soutenue dans l'ombre par un ou plusieurs hommes	1	2	3	4	5

14	La politique en France est un métier dangereux surtout pour les femmes	1	2	3	4	5
17	Une femme qui choisit de faire de la politique dans notre pays a de fortes chances de sacrifier sa vie de couple	1	2	3	4	5
20	En France, une femme qui veut occuper une position de pouvoir en politique doit savoir mentir	1	2	3	4	5
23	Grâce à leurs émotions et à leur instinct maternel, les femmes politiques françaises remplissent mieux leur mandat d'élue (député, maire, …) que les hommes politiques	1	2	3	4	5
27	En France, le pouvoir en politique n'est pas qu'une affaire d'hommes, les femmes aussi y ont droit	1	2	3	4	5

Q.4 : **Veuillez indiquer le sentiment que suscite en vous les propositions suivantes. Elles vont de 1 (pas du tout désirable) à 5 (tout à fait désirable). Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.**

	Pour les prochaines élections législatives et municipales :	**Pas du tout désirable**				**Tout à fait désirable**
1	Avoir le sentiment d'avoir accompli quelque chose de positif en votant pour une femme est :	1	2	3	4	5
2	Voter pour une femme compétente et qui a un bon projet politique est :	1	2	3	4	5
3	Contribuer à apporter plus de moralité à la politique dans mon pays en votant pour une femme est	1	2	3	4	5
4	Voter pour une femme pour son caractère maternel et tolérant est :	1	2	3	4	5

Q.5.1. : **Sur une échelle allant de 1 (Pas du tout important) à 5 (Très important), veuillez estimer le degré d'importance que vous accordez à ce que pensent les personnes de votre entourage sur vos choix électoraux. Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.**

	Pour les prochaines élections législatives et municipales :	**Pas du tout important**				**Très important**
1	Adopter la position de sa communauté religieuse est :	1	2	3	4	5
2	Être cohérent avec la position de son groupe politique est :	1	2	3	4	5
3	Être d'accord avec les autres membres de la famille est :	1	2	3	4	5
4	Faire le même choix que la plupart des électeur (trice)s est :	1	2	3	4	5

Q.5.2 : **Sur une échelle allant de 1 (Pas du tout d'accord) à 5 (Tout à fait d'accord), veuillez estimer votre degré de motivation à vous conformer à ce que pensent les personnes de votre entourage sur vos choix électoraux. Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.**

Pour les prochaines élections municipales en ce qui concerne le vote d'une femme à une position de leader :		**Pas du tout D'accord**				**Tout à fait d'accord**
1	Je vais adopter la position de ma communauté religieuse	1	2	3	4	5
2	Je serai cohérent avec la position de mon groupe politique	1	2	3	4	5
3	Je serai en accord avec les autres membres de la famille	1	2	3	4	5
4	Je ferai le même choix que la plupart des électeur (trice)s	1	2	3	4	5

Q.6 : **Voici une liste de facteurs qui peuvent compliquer l'élection des femmes aux prochaines municipales. Sur une échelle, qui va de 1 (Pas du tout d'accord) à 5 (Tout à fait d'accord), quel est votre degré d'accord avec chacune des propositions. Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.**

Pour les prochaines élections législatives et municipales :		**Pas du tout d'accord**				**Tout à fait d'accord**
1	La faiblesse de la communication autour des candidatures féminines	1	2	3	4	5
2	La rareté des candidatures féminines	1	2	3	4	5
3	Le manque d'intérêt croissant des français pour la politique	1	2	3	4	5
4	Le manque de compétence des candidatures féminines	1	2	3	4	5

Q.7 : **Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les propositions suivantes ? Entourez le chiffre qui correspond le mieux à votre réponse.**

		Pas du tout d'accord				Tout à fait d'accord
1	j'accorderai volontiers mon vote à une femme compétente et qui a un bon programme au cours des prochaines élections	1	2	3	4	5
2	j'ai l'intention de voter pour une femme qui a un bon programme et qui est compétente au cours des prochaines élections	1	2	3	4	5
3	je m'attends à ce qu'une femme qui a un bon programme et qui est compétente soit élue au cours des prochaines	1	2	3	4	5

	élections					

Veuillez répondre aux questions d'ordre général qui suivent afin de nous permettre de mieux traiter les données de ce questionnaire en cochant la case qui correspond à votre situation.

Q.8 : **De quel sexe êtes-vous ?**

1 □ Masculin 2 □ Féminin

Q.9 : **Quel âge avez-vous ?**

Votre réponse : ……. ans

Q.10 : **En ce moment vous êtes :**

1 □ Célibataire 2 □ Marié 3 □ En ménage sans être marié 4 □ Divorcé
5 □ Pacsé 6 □ Veuf ou veuve

Q.11 : **Quel est votre niveau d'étude ?**

1 □ Inférieur à la 6ème 2 □ 6ème - 3ème 3 □ 2nde – Tle 4 □ Bac +1
5□ Bac + 2 6 □ Bac + 3 7 □ Bac + 4 8 □ Bac + 5 9 □ Supérieur à Bac +5

Q.12 : **Quelle est votre situation actuelle ?**

1 □ Fonctionnaire 2 □ Employé du secteur privé 3 □ Auto employeur
4 □ Sans emploi 5 □ Retraité 6 □ Etudiant(e) 7 □ Stagiaire
8 □ Contractuel d'administration 9 □ Autres (précisez)_____

Q.13 : **Quand vous pensez à la politique, vous éprouvez d'abord ?**

1 □ De la méfiance 2 □ Du dégoût 3□ De l'ennui 4 □ De l'intérêt 5 □ De l'espoir 6 □ De la peur 7 □ Du respect 8□ De l'enthousiasme
12□Autres (précisez) _____

Q.14 : **De quel groupe politique vous sentez vous le plus proche ?**

1 □ Extrême Gauche 2 □ Extrême Droite 3 □ Centre Gauche 4 □ Gauche 5□ Droite 6 □ Centre 7 □ Gauche Radical 8 □ Droite Radicale 9 □ Centre Droit 10 □ Ecologiste
11□ Autres

Q.15 : Pour faire avancer l'égalité entre les hommes et les femmes dans le domaine politique

en France, vous faites davantage confiance:

1 □ Aux associations de droit des femmes 2□ Aux femmes politiques 3 □ Aux partis politiques 4 □ Aux médias 5□ Autres (précisez) _____

Q.16 : **Diriez- vous que depuis que vous êtes en âge de voter, vous avez voté :**

1 □ A toutes les élections 2 □ A presque toutes les élections 3 □ A quelques – unes
4 □ A aucune

Q.17 : **Au cours de ce ou ces élections avez-vous déjà eu à choisir entre un homme et une femme ?**

1 □ Oui 2 □ Non

Q.18 : **Si oui quel a été votre choix ?**

2 □ Un homme 2 □ une femme 3 □ Aucun

Q.19 : **Au cours de ce ou ces scrutins avez-vous déjà eu à choisir entre une liste conduite par une femme et une liste conduite par un homme.**

2 □ Oui 2 □ Non
3

Q.20 : **Si oui quel a été votre choix ?**

2 □ La liste de l'homme 2 □ La liste de la femme

Q.21 : **Au cours de ce ou ces scrutins avez-vous eu à choisir entre une liste comportant une ou plusieurs femmes et une liste ne comportant aucune femme**

2 □ Oui 2 □ Non

Q.22 : **Si oui quel a été votre choix ?**

1 □ La liste comportant une ou plusieurs femmes 2 □ La liste ne comportant aucune femme 3 □ Aucune

Merci pour votre participation.

ANNEXE 4 : LES ANALYSES FACTORIELLES CONFIRMATOIRES

L'ANALYSE FACTORIELLE CONFIRMATOIRE AUPRES DE LA POPULATION CAMEROUNAISE

Dimensions et fiabilité

Echelle de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles

α = .85

Dimension croyances exprimant identification au groupe culturel

α = .84

Q.1.2 : Prendre part aux activités où la langue maternelle est utilisée ;

Q.1.3 : Exprimer la fierté de son appartenance ethnique ;

Q.1.16 : Participer activement aux manifestations de l'association des ressortissants de son village natal ;

Q.1.17 : Participer ou organiser le festival culturel de son groupe ethnique (Nguon, Ngondo, etc.) ;

Dimension croyances exprimant le rapport à la Masculinité / Féminité

α = .83

Q.1.10 : Doter traditionnellement son épouse, se faire doter comme le prévoit la coutume ou organiser la dot d'un proche ;

Q.1.12 : Se fiancer traditionnellement ou demander traditionnellement la main d'une fille pour un proche ;

Q.1.9 : Se marier traditionnellement ou organiser le mariage traditionnel d'un proche.

Echelle Représentations du leadership politique féminin.

α = .60

Dimension représentations peu favorables.

α = .74

Q.3.4 : Au Cameroun être une femme leader politique c'est très souvent perdre les valeurs fondamentales reconnues aux femmes chez nous ;

Q.3.6 : Au Cameroun des femmes leaders politiques (Députés, maires, etc.) sont très souvent de mauvaises épouses.

Q.3.18 : Au Cameroun, une femme qui choisit de faire de la politique à un niveau élevé (députés, maires, etc.) a des fortes chances de sacrifier son couple et l'éducation de ses enfants ;

Dimension représentations favorables.

$$\alpha = .69$$

Q.3.22 : Grâce à son sens d'écoute, et à son instinct maternel, la femme au Cameroun remplie mieux son contrat d'élue (député, maire) politique ;

Q.3.24 : Au Cameroun, les femmes leaders politiques (Députés, maires, etc.) apportent plus de moralité à la politique.

Q.3.25 : Dans notre pays, le sens pragmatique souvent reconnu aux femmes élues politiques leur permet de se démarquer en politique ;

Q.3.31 : En occupant plus de position de pouvoir en politique (députés, maires), les femmes pourraient apporter plus de développement à notre pays;

Echelle des stéréotypes féminins

$$\alpha = .64$$

Dimension stéréotypes féminin positifs

$$\alpha = .81$$

Q.2.10 : Digne de confiance ;

Q.2.14 : Sont proches de la population ;

Q.2.15 : Honnêtes ;

Q.2.8 : Font attention aux autres ;

Dimension Stéréotypes féminin négatifs

$$\alpha = .47$$

Q.2.1 : Arrogantes ;

Q.2.5 : Ne laissent souvent pas de marge de manœuvre aux collaborateurs ;

Q.2.11 : Aventureuses ;

Echelle des stéréotypes masculins

$$\alpha = .67$$

Dimension stéréotypes masculins positifs

$$\alpha = .81$$

Q.2.15 : Honnêtes

Q.2.10 : Digne de confiance ;

Q.2.14 : Sont proches de la population ;

Dimension stéréotypes masculins négatifs

$$\alpha = .48$$

Q.2.18 : Sans scrupules ;

Q.2.11 : Aventureux

Echelle des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin

$$\alpha = .66$$

Q.4.1 : Avoir le sentiment d'avoir accompli quelque chose de positif en votant pour une femme ;

Q.4.3 : Contribuer pour le développement du pays en votant pour une femme.

Echelle des normes subjectives

$$\alpha = .78$$

Q.5.1 : Etre d'accord avec les autres membres de sa famille ;

Q.5.2 : Adopter la position de sa communauté religieuse ;

Q.5.3 : Etre cohérent avec la position de ses collègues et ami(e)s ;

Echelle du contrôle comportemental perçu

$$\alpha = .68$$

Q.6.2 : Le manque de compétence des candidatures féminines ;

Q.6.3 : La faiblesse de la communication autour des candidatures féminines ;

Q.6.4 : L'absence de transparence dans les résultats des élections ;

Echelle des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin

$$\alpha = .72$$

Q.7.3 : J'ai l'intention de voter pour une femme qui a un bon programme et qui est compétente ;

Q.7.1 : Je voterai pour une femme pour apporter plus de moralité à la politique au Cameroun ;

MATRICE DES ANALYSES FACTORIELLES CONFIRMATOIRES CAMEROUN

Echelle de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles

		Poids Factoriels	
Items	**commuautés**	**Identification au groupe culturel**	**Rapport Masculinité /Féminité**
Q.1.2	0.679	**0.822**	
Q.1.3	0.749	**0.807**	
Q.1.16	0.674	**0.692**	
Q.1.17	0.653		**0.865**
Q.1.10	0.797		**0.778**
Q.1.12	0.704		**0.792**
Pourcentage de variance expliquée		71,22% dont 32,5 partagé entre les facteurs	
Signification du test de Bartlett Indice KMO		0.000 0.809	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.			

Echelle des Représentation du leadership politique féminin

		Poids Factoriels	
Items	**commuautés**	**Représentations favorables**	**Représentations peu favorables**
Q.3.2	0.668	**0.817**	
Q.3.3	0.620	**0.785**	
Q.3.4	0.558	**0.744**	
Q.3.7	0.647		**0.800**
Q.3.8	0.601		**0.767**
Q.3.9	0.507		**0.728**
Q.3.10	0.535		**0.711**
Pourcentage de variance expliquée		59,09% dont 26,62% partagé entre les facteurs	

Signification du test de Bartlett	0.000
Indice KMO	0.710
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.	

Echelle des stéréotypes féminins

		Poids Factoriels	
Items	**commuautés**	**Stéréotypes positifs**	**Stéréotypes négatifs**
Q.2.4	0.668	**0.825**	
Q.2.6	0.688	**0.823**	
Q.2.7	0.681	**0.817**	
Q.2.3	0.541	**0.735**	
Q.2.5	0.573		**0.757**
Q.2.1	0.519		**0.701**
Q.2.2	0.502		**0.639**
Pourcentage de variance expliquée		57,35% dont 21.06% partagé entre les facteurs	
Signification du test de Bartlett		0.000	
Indice KMO		0.742	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.			

Echelle des stéréotypes masculins

		Poids Factoriels	
Items	**commuautés**	**Stéréotypes positifs**	**Stéréotypes négatifs**
Q.2.7	0.761	**0.865**	
Q.2.4	0.681	**0.855**	
Q.2.6	0.737	**0.825**	
Q.2.8	0.648		**0.858**
Q.2.5	0.750		**0.749**
Pourcentage de variance expliquée		71,55 % dont 26,32% partagé entre les facteurs	
Signification du test de Bartlett Indice KMO		0.000 0.709	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.			

Echelle des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin

Items	**communautés**	**Poids Factoriels**
Q.4.3	**0.746**	**0.864**
Q.4.1	**0.746**	**0.864**
Pourcentage de variance expliquée	74,59%	
Signification du test de Bartlett Indice KMO	0.000 0.50	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.		

Echelle des normes subjectives

Items	communautés	Poids Factoriels
Q.5.3	**0.700**	**0.842**
Q.5.1	**0.709**	**0.836**
Q.5.2	**0.667**	**0.817**
Pourcentage de variance expliquée	69,19%	
Signification du test de Bartlett Indice KMO	0.000 0.701	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.		

Echelle du contrôle comportemental perçu

Items	communautés	Poids Factoriels
Q.6.3	**0.713**	**0.73**
Q.6.2	**0.590**	**0.509**
Q.6.4	**0.526**	**0.562**
Pourcentage de variance expliquée	60,96%	
Signification du test de Bartlett Indice KMO	0.000 0.627	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.		

Echelle de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin

Items	communautés	Poids Factoriels
Q.7.1	**0.779**	**0.883**
Q.7.3	**0.779**	**0.883**
Pourcentage de variance expliquée	77,89%	
Signification du test de Bartlett Indice KMO	0.000 0.500	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.		

L'ANALYSE FACTORIELLE CONFIRMATOIRE AUPRES DE LA POPULATION FRANÇAISE

Dimensions et fiabilité

Echelle de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles

$$\alpha = .69$$

Dimension croyances exprimant identification au groupe culturel

$$\alpha = .66$$

Q.1.16 : Perfectionner sa connaissance de la langue française;

Q.1.6 : Apprendre les codes de comportement et traditions françaises;

Q.1.15 : Participer prioritairement aux rencontres, réunions et conférences, où la langue française est utilisée;

Dimension croyances exprimant le rapport à la Masculinité / Féminité

$$\alpha = .70$$

Q.1.13 : Partager les tâches entre hommes et femmes autant dans le monde du travail que dans le foyer;

Q.1.20 : Tenir compte du point de vue de ceux qui ont moins de pouvoir;

Q.1.18 : Résoudre les conflits par la négociation et le compromis.

Echelle Représentations du leadership politique féminin.

$$\alpha = .72$$

Dimension représentations favorables.

$$\alpha = .76$$

Q.3.2 : En France la présence des femmes à des positions de leaders en politique pourrait apporter plus de moralité;

Q.3.6 : Une plus grande présence de femmes à des positions de leaders en politique est quelque chose de positif et de bénéfique pour la société française;

Q.3.7. : Grâce à leurs émotions et à leur instinct maternel, les femmes politiques françaises remplissent mieux leur mandat d'élue (député, maire, …) que les hommes politiques**.**

Dimension représentations peu favorables.

$$\alpha = .57$$

Q.3.5 : En France, la présence des femmes à des positions de leaders en politique est plus un effet de mode qu'une véritable nécessité

Q.3.1 : En position de leader (député, maire, sénatrice, etc.), les femmes politiques françaises n'ont pas toujours la capacité en période de crise économique de prendre les bonnes décisions pour sortir la France de cette situation;

Echelle des stéréotypes féminins

α = .90

Dimension stéréotypes féminin positifs

α = .94

Q.2.13 : Digne de confiance ;

Q.2.14 : Honnêtes;

Q.2.6 : Bonne prise en main des problèmes;

Q.2.12: De bon leader;

Q.2.8 : compétentes

Q.2.5 : Bon sens d'analyse

Dimension Stéréotypes féminin négatifs

α =.67

Q.2.3 : Arrogantes;

Q.2.1 : Agressives;

Q.2.18 : Sans scrupules ;

Echelle des stéréotypes masculins

α = .82

Dimension stéréotypes masculins positifs

α = .89

Q.2.6 : Bonne prise en main des problèmes

Q.2.13 : Digne de confiance;

Q.2.5 : Bon sens d'analyse;

Q.2.14 : Honnêtes ;

Q.2.8 : compétents

Q.2.12 : De bon leader

Dimension stéréotypes masculins négatifs

α = .56

Q.2.1 : Agressives;

Q.2.3 : Arrogantes ;

Q.2.18 : Sans scrupule ;

Echelle des attitudes comportementales

α = .80

Q.4.3 : Contribuer à apporter plus de moralité à la politique dans mon pays en votant pour une femme;

Q.4.1 : Avoir le sentiment d'avoir accompli quelque chose de positif en votant pour une femme;

Echelle des normes subjectives

α = .75

Q.5.3 : Être d'accord avec les autres membres de la famille;

Q.5.4 : Faire le même choix que la plupart des électeur (trice)s;

Q.5.1 : Adopter la position de sa communauté religieuse;

Echelle du contrôle comportemental perçu

α = .63

Q.6.1 : La faiblesse de communication autour des candidatures féminines ;

Q.6.2 : La rareté des candidatures féminines ;

Q.6.3 : Le manque d'intérêt croissant des français pour la politique ;

Q.6.4 : Le manque de compétence des candidatures féminines ;

Echelle des intentions de vote en faveur du leadership politique féminin

α = .75

Q.7.2 :J'ai l'intention de voter pour une femme qui a un bon programme et qui est compétente au cours d'un scrutin;

Q.7.1 :J'accorderai volontiers mon vote à une femme compétente et qui a un bon programme au cours d'un scrutin électoral;

Q.7.3 : Je m'attends à ce qu'une femme qui a un bon programme et qui est compétente soit élue au cours d'un scrutin électoral.

MATRICE DES ANALYSES FACTORIELLES CONFIRMATOIRES FRANCE

Echelle de l'adhésion aux croyances et valeurs culturelles

		Poids Factoriels	
Items	**commuautés**	**Identification au groupe culturel**	**Rapport Masculinité /Féminité**
Q.1.16	0.604	**0.820**	
Q.1.6	0.648	**0.816**	
Q.1.15	0.558	**0.698**	
Q.1.13	0.670		**0.804**
Q.1.20	0.673		**0.745**
Q.1.18	0.557		**0.740**
Pourcentage de variance expliquée		61,83% dont 30,39 partagé entre les facteurs	
Signification du test de Bartlett Indice KMO		0.000 0.684	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.			

Echelle des Représentation du leadership politique féminin

		Poids Factoriels	
Items	**commuautés**	**Représentations favorables**	**Représentations peu favorables**
Q.3.2	0.830	**0.910**	
Q.3.6	0.665	**0.798**	
Q.3.7.	0.533	**0.711**	
Q.3.5	0.844		**0.919**
Q.3.1	0.636		**0.693**
Pourcentage de variance expliquée		70,15% dont 27,63% partagé entre les facteurs	

Signification du test de Bartlett	0.000
Indice KMO	0.615
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.	

Echelle des stéréotypes féminins

		Poids Factoriels	
Items	**commuautés**	**Stéréotypes positifs**	**Stéréotypes négatifs**
Q.2.13	0.822	**0.885**	
Q.2.14	0.781	**0.869**	
Q.2.6	0.772	**0.868**	
Q.2.12	0.756	**0.849**	
Q.2.8	0.770	**0.821**	
Q.2.5	0.784	**0.812**	
Q.2.3	0.600		**0.792**
Q.2.1	0.645		**0.770**
Q.2.18	0.543		**0.699**
Pourcentage de variance expliquée		71,91% dont 22,74% partagé entre les facteurs	
Signification du test de Bartlett		0.000	
Indice KMO		0.874	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.			

Echelle des stéréotypes masculins

		Poids Factoriels	
Items	**commuautés**	**Stéréotypes positifs**	**Stéréotypes négatifs**
Q.2.6	0.781	**0.882**	
Q.2.13	0.761	**0.869**	
Q.2.5	0.600	**0.799**	
Q.2.14	0.612	**0.785**	
Q.2.8	0.637	**0.766**	
Q.2.12	0.620		**0.759**
Q.2.1	0.742		**0.850**
Q.2.18	0.749		**0.802**
Pourcentage de variance expliquée		69,56 % dont 19,04% partagé entre les facteurs	
Signification du test de Bartlett Indice KMO		0.000 0.813	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.			

Echelle des attitudes vis-à-vis du leadership politique féminin

Items	**communautés**	**Poids Factoriels**
Q.4.1	**0.638**	**0.799**
Q.4.2	**0.583**	**0.781**
Q.4.4	**0.610**	**0.695**
Pourcentage de variance expliquée	57,72%	
Signification du test de Bartlett Indice KMO	0.000 0.632	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.		

Echelle des normes subjectives

Items	**communautés**	**Poids Factoriels**
Q.5.4	**0.730**	**0.840**
Q.5.3	**0.697**	**0.834**
Q.5.1	**0.608**	**0.770**
Pourcentage de variance expliquée	62,32 %	
Signification du test de Bartlett	0.000	
Indice KMO	0.632	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.		

Echelle du contrôle comportemental perçu

Items	**communautés**	**Poids Factoriels**
Q.6.3	**0.729**	**0.854**
Q.6.4	**0.697**	**0.835**
Q.6.1	**0.593**	**0.770**
Pourcentage de variance expliquée	67,31%	
Signification du test de Bartlett	0.000	
Indice KMO	0.676	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.		

Echelle de l'intention de vote en faveur du leadership politique féminin

Items	communautés	Poids Factoriels
Q.7.2	**0.713**	**0.844**
Q.7.1	**0.688**	**0.830**
Q.7.3	**0.612**	**0.783**
Pourcentage de variance expliquée	67,12%	
Signification du test de Bartlett	0.000	
Indice KMO	0.683	
*****La procédure de rotation Varimax a été utilisée. Le pourcentage de variance expliqué par l'analyse a été recalculé après rotation.		