

Murielle Ntsame Sima

Natalia Telles-Homberger

Identité professionnelle et bien-être psychologique au travail : Effet médiateur de l'affirmation de soi positive

Professional identity and psychological well-being at work: Mediating effect of positive self-affirmation

RÉSUMÉ

Considéré comme un indicateur positif de santé, le bien-être est au cœur des problématiques de santé publique. L'objectif de notre étude, basée sur la théorie de l'affirmation de soi, visait à examiner les déterminants et les processus favorisant le maintien du bien-être psychologique au travail (BEPT). Nous faisons l'hypothèse que l'affirmation positive de soi pourrait médier le lien entre l'identité professionnelle et le BEPT. 178 participants (âge : $M = 35.71$, $\sigma = 11.61$) de différents secteurs d'activité ont répondu à notre questionnaire. Les données ont été analysées en recourant à la modélisation par équations structurelles. Les résultats obtenus soutiennent que l'identité professionnelle exerce une influence directe et indirecte sur le BEPT à travers l'affirmation de soi positive. Nous avons conclu que la sensibilisation des travailleurs à l'affirmation de soi positive était une démarche qui pourrait fortement les aider afin de développer

une identité professionnelle forte, laquelle à son tour, influencerait positivement le BEPT. Les implications de la théorie de l'affirmation de soi et pour la promotion du bien-être psychologique au travail sont discutées.

MOTS-CLÉS

Bien-être psychologique au travail ; affirmation de soi positive ; identité professionnelle.

ABSTRACT

Well-being, a positive indicator of health, is in the center of public health. This study, based on self-affirmation theory, was aimed at examining the determinants and processes promoting the maintenance of psychological well-being at work (PWBW). We hypothesized that positive self-affirmation would mediate the relationship between professional identity and psychological well-being at work. Participants were 178 employees of different domains of activities. The results of structural equation modeling supported that positive self-affirmation fully mediated the links between professional identity and psychological well-being. We concluded that awareness workers about positive self-affirmation was an approach that would greatly assist them in developing a strong professional identity, which in turn would positively influence PWBW. The implications of self-affirmation theory and psychological well-being at work promotion are discussed.

KEYWORDS

Psychological well-being at work; Positive self-affirmation; Professional identity.

1. INTRODUCTION

Dans le champ de la psychologie, le bien-être revêt une conception dichotomique intégrant le bien-être hédonique et le bien-être eudémonique. Le bien-être hédonique est tourné vers la recherche du plaisir et la satisfaction des désirs humains (Diener et al., 1999). Il est particulièrement central dans la psychologie positive dont l'approche réfère au fait de sentir heureux à l'instant présent (Seligman, 2011). Le bien-être eudémonique, quant à lui, réfère aux notions d'autodétermination ou de potentiel des personnes (Ryff & Singer, 2008). Il intègre une conceptualisation en six dimensions : l'autonomie, la maîtrise de l'environnement, le développement personnel, les relations positives avec autrui, le sens de la vie et l'acceptation de soi (Ryff, 1995). Cette composante du bien-être, décrite comme la réalisation de soi ou le fonctionnement psychologique optimal (Waterman, 1993), donne naissance au bien-être psychologique auquel nous nous intéressons.

L'intérêt accordé au bien-être psychologique des personnes s'applique à plusieurs domaines de vie, entre autres, celui du monde du travail et des organisations, qui suscite notre intérêt. En effet, le travail occupe une place importante dans notre quotidien. Pour Creusier (2013), le contexte professionnel demeure un domaine de vie à part

entière. De plus, il regorge de particularités tant dans le type de relations interpersonnelles, pouvant être horizontales ou verticales, que dans leur nature à travers le contrat juridique, introduisant un lien de subordination. Par conséquent, l'évaluation du bien-être psychologique au travail (BEPT) est à distinguer de celle du bien-être général (Creusier, 2013 ; Dagenais-Desmarais & Savoie, 2011), et doit contenir des items orientés vers le travail (Gilbert et al., 2011).

L'intérêt grandissant accordé au BEPT chez les salariés a conduit de nombreuses organisations à s'en soucier davantage, le considérant comme un atout bénéfique sur le long terme (Kalimo et al., 2002). Il n'y aurait donc pas de doute que se préoccuper du BEPT bénéficierait à la fois à l'organisation, au personnel et au collectif de travail.

La vie professionnelle est remplie de défis, certains plus aisés à relever que d'autres. C'est dans cet univers aux interactions plurielles qu'évolue l'être humain. Par conséquent, l'individu est invité à une autoévaluation de variables contextuelles dans son environnement. Tel peut être le cas de l'évaluation du lien entre l'affirmation de soi, ayant comme but principal de protéger l'image positive de soi et le bien-être, référant au bonheur (Nelson et al., 2014). Les auteurs cités sont parvenus à démontrer que le fait de s'affirmer augmenterait significativement le bien-être eudémonique et hédonique de l'individu, indépendamment de sa culture. Dans la présente recherche, nous essayons d'enrichir la littérature scientifique avec comme support la théorie de l'affirmation de soi, en mesurant l'affirmation positive de soi comme variable médiatrice

entre l'identité professionnelle et le BEPT.

2. LES DÉTERMINANTS DU BIEN-ÊTRE PSYCHOLOGIQUE AU TRAVAIL

2.1 L'identité professionnelle

Le BEPT est influencé par des dimensions organisationnelles (Launis & Koly, 2004). C'est dans cette optique que nous nous intéressons à l'identité professionnelle. Le concept d'identité est présenté dans la littérature comme revêtant des définitions multiples. Pour Mucchielli (2013), l'identité serait un terme si subjectif qu'il serait incohérent de vouloir l'objectiver pour générer des théories. Ainsi, il considère qu'il est davantage pertinent d'utiliser le terme « identité des acteurs sociaux » qui aurait comme principes (1) que l'identité n'est pas une réalité objective et (2) qu'un même acteur, ayant plusieurs réalités, a une identité subjective qui dépend de lui-même. En d'autres termes, l'identité dépend de la réalité et du sens que la personne lui donne. Même si c'est une notion subjective, nous pouvons néanmoins, selon le même auteur, décrire différents types d'identités à travers des référents.

Plus spécifiquement, une même personne peut être décrite par des référents écologiques (milieu de vie), matériels et physiques (possessions, apparence physique), historiques, (origines, événements marquants), culturels et psychosociaux. Dans le cadre de cette recherche, nous donnerons de l'importance au référent psychosocial car nous nous intéressons aux activités professionnelles. Par conséquent, plusieurs alternatives s'offrent à nous entre identité

au travail, identité professionnelle et identité de métier.

L'identité au travail intègre la dimension culturelle des relations de travail, à travers l'identification des groupes au travail, aux pairs, aux chefs ou à d'autres groupes. Elle se construit par des représentations collectives distinctes des acteurs au sein de l'entreprise (Sainsaulieu, 2014). L'identité professionnelle, pour sa part, est le résultat de relations de pouvoir et d'appartenance à des groupes. Elle se construit à travers la reconnaissance que l'individu reçoit de ses savoirs, de ses compétences et de son image (Dubar, 2002). L'identité de métier, quant à elle, réfère aux caractéristiques particulières d'une activité de travail et à laquelle les membres du même groupe professionnel se réfèrent (Zarca, 1987, cité par Perrenoud & Sainsaulieu, 2018). Que l'identité soit liée aux relations de travail et aux rapports au travail, pour l'identité au travail et l'identité professionnelle, ou encore au contenu du travail et aux spécificités liées à l'activité de travail, pour l'identité de métier, ces trois formes d'identité peuvent constituer des alternatives situées et complémentaires (Perrenoud & Sainsaulieu, 2018). Nous retenons le concept d'identité professionnelle sans craindre d'amoindrir la pertinence de notre recherche. En effet, la mesure de l'identité professionnelle inclut à la fois l'appartenance à une organisation, au groupe et l'identification à un métier.

La construction de l'identité professionnelle est centrale dans la vie des individus actifs. En effet, ces derniers se définissent à travers leur profession, du fait qu'ils passent une grande partie de leur temps au travail. Toutefois, cette présentation de soi à travers l'identité

professionnelle devient problématique chez des personnes traversant une crise identitaire lorsqu'elles changent de travail, sont au chômage ou prennent leur retraite (Dubar, 2010).

Deux approches émergent dans la littérature pour définir l'identité professionnelle. Premièrement, Sainsaulieu (2014), dans une approche culturelle, postule que le lieu de travail est un espace où les identités individuelles et sociales des travailleurs évoluent en s'appropriant et en s'adaptant aux normes du milieu de travail. Deuxièmement, Dubar (1992), dans une approche interactionniste, aborde l'identité professionnelle comme une manière socialement acceptée de s'identifier au champ de travail, et qui dépend des interactions que l'employé effectue dans son milieu de travail. Ces interactions ou « transactions », construisant l'identité professionnelle de l'individu, peuvent être objectives (les attentes de rôles ou gestion des différents rôles professionnels) ou subjectives (le décalage entre la définition de l'individu dans le présent et sa projection dans l'avenir). Dans notre étude, nous adoptons une vision de l'identité professionnelle interactionniste. En effet, nous pensons que l'identité est un processus dynamique contraignant, ou simplement, conduisant à des stratégies d'adaptation.

Selon Albert et al. (2003), la construction identitaire professionnelle comprend plusieurs étapes. D'abord, l'employé doit s'identifier à son métier. En d'autres termes, il doit apprendre et perfectionner des techniques liées aux tâches qu'il doit accomplir pour s'imprégner des caractéristiques de la profession selon la société. Ensuite, il doit

s'identifier au groupe avec lequel il travaille. Le partage de valeurs et le travail d'équipe rentrent en jeu à ce moment de la construction identitaire. Le dernier échelon de construction de l'identité professionnelle serait celui de l'identification à la culture de l'entreprise, référant aux valeurs qui sont importantes pour le lieu de travail. L'individu peut porter ces valeurs même en dehors du contexte de travail.

L'identité professionnelle, synonyme de l'identité de métier, est définie comme le simple fait d'avoir un métier et de s'y identifier (Osty & Dahan-Seltzer, 2006). Selon les auteurs cités, l'identité de métier se construit grâce à trois piliers : l'identification au métier, la capacité subjective et la reconnaissance. La reconnaissance serait le socle de construction des différentes identités (Akremi et al., 2009 ; Colombo, 2008). Partant du postulat que l'identité peut être liée au BEPT (Anderson & Graham, 2016), nous étudierons le lien direct entre l'identité professionnelle et le BEPT. En effet, nous supposons que plus une personne s'identifie à son métier, plus elle va percevoir un meilleur BEPT.

Hypothèse 1 : Nous postulons que l'identité professionnelle sera positivement et significativement associée au BEPT des salariés (H1). Plus l'identité professionnelle perçue sera forte, plus le BEPT est sera élevé.

Un aspect original de cette recherche est qu'elle traite d'une démarche quasi inexploitée, à savoir l'effet médiateur de l'affirmation positive de soi entre l'identité professionnelle et le BEPT. Nous avons pu constater, à travers des entretiens semi-directifs menés en

amont dans cette étude, que les personnes qui semblaient posséder une identité professionnelle bien construite disaient être plus aptes à oser s'affirmer au travail, que ce soit dans les moments formels ou informels. L'identité professionnelle façonne fortement l'image globale de chaque individu et est traitée comme une des multiples composantes du soi (Osty & Dahan-Seltzer, 2006).

Hypothèse 2 : Nous supposons que l'identité professionnelle sera significativement et positivement liée à l'affirmation positive de soi au travail (H2). Plus l'identité professionnelle perçue sera forte, plus la personne s'affirmera positivement dans ses interactions au travail.

1.2 L'affirmation positive de soi au travail comme variable médiatrice

L'affirmation de soi, aussi connue sous le terme « assertivité », dérivant de l'anglais « assertiveness », fait référence à l'action de s'affirmer. Pour être en mesure d'exprimer plus clairement cette disposition, il serait nécessaire de connaître tout d'abord ses propres pensées, droits, opinions et émotions (Chaloult, 2014). S'affirmer ou faire preuve d'assertivité « c'est la capacité d'exprimer de façon constructive ce que vous ressentez, et de présenter aux autres ce que vous voulez et ce que vous ne voulez pas » (Hadfield & Hasson, 2012, p. 12).

Dans la théorie de l'affirmation de soi, Steele (1988) présente cette caractéristique comme le moyen par lequel la personne diminue le déséquilibre psychologique causé par la menace de l'intégrité globale du soi qui provoquerait la dissonance. L'auteur explique dans cette

théorie comment les processus d'adaptation rétablissent l'estime de soi plutôt que la façon dont ils traitent la menace en elle-même. De ce fait, plus l'estime de soi est forte, plus l'individu dispose de ressources pour réduire la dissonance sans impliquer un changement d'attitude. Une dissonance désigne deux idées ou cognitions contraires, comme le mentionne la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957). Toutefois, ces deux théories précitées, bien que traitant de la dissonance, ne sont pas liées.

La dissonance décrite dans la théorie de l'affirmation de soi n'est pas due à une inconsistance entre deux cognitions, mais « la dissonance serait éveillée par la menace générée par le besoin individuel de se percevoir intègre, moral et adaptatif » (Vaidis, 2011, p. 35). Cet inconfort psychologique provoqué par la menace de l'intégrité du soi est géré différemment selon les personnes. Certaines seraient capables de communiquer en conservant une image de soi adaptée et moralement adéquate. D'autres, en revanche, auraient tendance à rationaliser de manière excessive (ajouter des cognitions consistantes). Ce changement d'attitude face à la menace peut générer des comportements d'affirmation de soi inadaptés (Ansel & Girandola, 2004), à cause de la sur confiance en soi générant la manipulation et de l'agressivité ou du manque de confiance produisant la passivité.

S'affirmer conduirait ainsi à la capacité à communiquer de façon adéquate, en prenant conscience de ses pensées et sentiments et de ceux des autres par une réponse active (Boisvert & Beaudry, 1979). Par conséquent, une distinction évidente apparaît entre l'évaluation de

l'affirmation de soi, censée être une réponse adaptative aux interactions interpersonnelles, et l'évaluation des types de comportements, l'associant de façon concomitante aux comportements négatifs et/ou non affirmatifs tels que la passivité, la manipulation et l'agressivité. Pour mieux établir cette distinction, nous avons opté dans cette étude pour l'expression « affirmation de soi positive ». Dans la logique de la théorie de l'affirmation de soi, ces comportements négatifs viendraient d'une réponse inadaptée face à la menace en vue de protéger l'image de soi, sachant que l'affirmation de soi ne devrait pas susciter de changement d'attitude en vue de se protéger, en réaction à la menace.

Pour tenter d'éclairer cette distinction, Adams (1993) classe sur un continuum ces différents types de comportements : d'un côté le type « passif » qui, pour éviter toute sorte de conflit, ne s'exprime pas. Faire preuve de passivité peut, bien entendu, générer de la frustration, de l'insatisfaction et de l'anxiété. À l'opposé, le type « agressif », qui exprime ses convictions de manière conflictuelle, sans accorder de l'importance à l'opinion d'autrui. Les personnes qui s'affirment de manière agressive se font écouter et cela est effectif. Cependant, les conséquences relationnelles négatives peuvent parfois être très exacerbées, sur le long terme. Les bénéfices de l'affirmation de soi apparaissent donc lorsque l'individu s'affirme correctement, c'est-à-dire lorsqu'il s'exprime non seulement de manière claire mais surtout dans le respect d'autrui. Ainsi, l'affirmation « idéale » permettrait par conséquent de créer des liens plus satisfaisants et de bénéficier de toutes les

conséquences positives pour son équilibre psychologique et relationnel et celui de son entourage.

Il est important de préciser que l'affirmation de soi se distingue d'autres notions voisines telles que la confiance en soi et l'estime de soi. Des multiples définitions de l'affirmation de soi précitées, il ressort que cette notion réfère aux compétences comportementales en œuvre dans les interactions. La confiance en soi, quant à elle, induit des compétences personnelles plus stables dans le temps et l'estime de soi, à une autoévaluation globale du comportement (Toczek, 2005). Par ailleurs, l'affirmation de soi est la capacité d'initier des interactions positives à la fois comportementales et langagières. Même si le résultat attendu de cette compétence communicative et relationnelle est le bien-être personnel et collectif, l'affirmation de soi et BEPT se distinguent fondamentalement. Selon Waterman, (1993), le bien-être, dans son approche hédonique, est sous-tendu par la recherche du plaisir et du bonheur, tandis que l'approche eudémonique appelle à la réalisation de soi ou le fonctionnement psychologique optimal ; les deux approches tendant vers un but. Nous en déduisons que le statut de variable médiatrice de l'affirmation de soi se justifie dans la mesure où l'affirmation de soi ne tend pas vers un but mais va expliquer le processus qui mène au BEPT. En effet, comme l'avance Steele (1988), la théorie de l'affirmation de soi étudie les processus.

En explorant les liens entre l'affirmation de soi et la santé psychologique, il apparaît que ces deux variables sont significativement liées (Mahmoud ahmed

& Zaki, 2014 ; Nelson et al., 2014). En effet, l'action de s'affirmer n'est pas sans incidence pour l'émetteur puisqu'elle a un impact sur les comportements de santé (Schüz et al., 2017). Présentée comme un mécanisme cognitif et émotionnel, l'affirmation de soi pourrait servir de régulateur de l'attitude et du comportement. Ainsi, s'affirmer de façon positive pourrait permettre à l'individu d'adopter des comportements et des attitudes bienveillantes, indépendamment du type de situation antérieurement ou présentement vécue. Dans cette optique, étudier l'affirmation de soi positive comme une variable médiatrice pourrait favoriser la compréhension du processus favorisant le maintien du BEPT.

Hypothèse 3 : Nous postulons que l'affirmation de soi positive va médier le lien entre l'identité professionnelle et le BEPT (H3). Plus l'affirmation positive de soi va impacter l'identité professionnelle, moins celle-ci influencera directement le BEPT.

3. MÉTHODE

3.1 Participants

Notre échantillon regroupait 178 personnes (âge : $M = 35.72$, $\sigma = 11.64$), avec 46 hommes (âge : $M = 32.46$, $\sigma = 10.29$) et 132 femmes (âge : $M = 36.98$, $\sigma = 11.93$) de divers secteurs d'activités.

3.2 Procédure et matériel

Les participants ont répondu à un questionnaire soumis en version papier et en ligne.

L'identité professionnelle. Cette échelle a été construite dans le cadre de la présente étude en nous inspirant de la

littérature sur les modèles identitaires (Albert & al., 2003 ; Fray & Picoulet, 2010 ; Osty, 2008). L'échelle mesurait trois composantes : l'identité de métier (4 items, ex : « Mon travail me permet d'apprendre et de me perfectionner dans mon métier », $\alpha = .80$), l'identité de groupe (5 items, ex : « Les interactions avec les membres de mon groupe de travail façonnent la personne que je suis », $\alpha = .78$) et l'identité d'entreprise (6 items, ex : « Je me sens appartenir à mon entreprise », $\alpha = .87$). Cette échelle était mesurée en 5 points allant de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (Extrêmement d'accord).

L'affirmation de soi positive. Pour la mesurer, nous avons construit une échelle de 13 items et deux composantes s'en sont dégagées : l'affirmation par la communication (7 items, ex : « Je sais en général protester avec efficacité, sans agressivité, face aux personnes que je côtoie au travail », $\alpha = .80$), l'affirmation par la marge de manœuvre (5 items, ex : « Au travail, j'ose refuser des tâches qui, manifestement, ne relèvent pas de mes fonctions », $\alpha = .78$). L'échelle était mesurée en 5 points allant de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (Extrêmement d'accord).

Le bien-être psychologique au travail. Développée par Gilbert (2009), cette échelle intégrait 25 items relatifs, entre autres, à l'équilibre personnel et au sentiment d'harmonie ressenti au travail (ex : « Je me sens en pleine forme ») ou encore à d'autres aspects liés au BEPT comme par exemple l'équilibre de vie (ex : « J'ai un équilibre entre mes activités professionnelles, familiales et personnelles »). Les affirmations allaient toutes dans le sens où plus une personne serait d'accord, plus elle ressentirait un bien-être psychologique dans son milieu de

travail. L'échelle était mesurée sur une échelle en 5 points allant de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (Extrêmement d'accord). La consistance interne était très satisfaisante ($\alpha = .95$).

3.3 Analyse des données

Les statistiques préliminaires via SPSS Statistics 25 montrent 1,1% de valeurs manquantes, cela ne nécessitant aucun traitement particulier. Les tests n'ont pas révélé la présence de données extrêmes ou probantes. De plus, les coefficients d'aplatissement sont inférieurs à 3 et les tests d'asymétrie sont proches de 0 (Tableau 3). Pour la taille de l'échantillon, nos paramètres sont définis avec peu d'observables (< 10 dans notre cas) et les indices de saturation aux facteurs étant de l'ordre de .40, alors un échantillon de 150 individus est suffisant (Corbière, 2014) et le nôtre est de $N = 178$.

Une analyse factorielle exploratoire (AFE) a été réalisée sur les échelles d'affirmation de soi positive et d'identité professionnelle, hormis celle du BEPT, unidimensionnelle et déjà validée antérieurement. L'objectif de l'AFE était de voir comment se regroupaient les différents items des deux échelles de mesure. Elle a été effectuée via les méthodes en composantes principales et rotation orthogonale Varimax, qui nous ont fourni de meilleurs résultats. Le modèle d'équations structurelles a été testé avec l'estimateur robuste du maximum de vraisemblance via Amos 18. Les modèles de mesure n'étant pas complexes, ils ont été directement testés dans le modèle structurel. Dans l'extraction des composantes, nous avons fixé le seuil de représentativité des items à .40.

Le modèle mesuré ici contient une variable latente indépendante, l'identité

professionnelle, avec ses trois variables dites observées exogènes, l'identité de métier, l'identité de groupe et l'identité d'entreprise. Il inclut également une variable latente dépendante, l'affirmation de soi positive intégrant deux variables observées endogènes, l'affirmation par la communication et l'affirmation par la marge de manœuvre. La troisième variable observée endogène est le BEPT. L'approche utilisée ici pour la modélisation en équations structurelles a été l'agrégation partielle. Celle-ci permet de créer des scores de sous-composantes pour des variables latentes dans le but d'avoir une évaluation plus pertinente des modèles de mesure. Toutefois, la structure du BEPT n'a pas permis de créer des scores composites et pour cette variable, nous avons utilisé la méthode d'agrégation totale, en utilisant le score global de cette échelle. Le premier modèle spécifié M0 a donné des indices satisfaisants. Toutefois, le lien entre l'affirmation par la communication à sa variable latente étant supérieure à 1, nous avons spécifié un nouveau modèle en vue d'améliorer le précédent. Pour cela, nous avons eu recours au multiplicateur Lagrange, pour une modification post hoc du modèle. En effet, cette spécification, exploratoire nous a conduit à postuler une covariance entre l'affirmation par la communication et l'identité de groupe. Cette modification peut être théoriquement soutenue dans la mesure les deux observables font appel au contexte d'expression dans le groupe, cela induisant une proximité sémantique. Ce nouveau modèle finalement retenu, présente des indices d'ajustement supérieurs au modèle initial.

Tableau 1 : Analyse factorielle exploratoire de la variable identité professionnelle

KMO	.87		
Khi-carré	1394,47		
df	105		
p	.000		
Variance expliquée %	43.31	11.29	8.31
Variance cumulée %	43.31	54.50	62.91
Valeurs propres	6.5	1.69	1.24
Composantes	Identité d'entreprise	Identité de groupe	Identité de métier
1. Je me sens appartenir à mon entreprise	.70		
2. Je suis fier de ma profession	.74		
3. Je m'identifie au travail que j'effectue dans cette entreprise	.68		
11. Je ne me vois pas exercer une autre profession que la mienne	.75		
12. Depuis le début de ma carrière, il me plaît de faire le même métier dans cette entreprise	.76		
13. Si je pouvais, je changerais de profession*	.72		
6. Mon entourage au travail parle de moi à travers le métier que je fais		.66	
7. Je me sens apprécié par mes collègues dans mon travail		.64	
10. Les interactions avec les membres de mon groupe de travail façonnent la personne que je suis		.77	
14. Mon environnement de travail participe à valoriser mon identité		.63	
15. Même en dehors de mon groupe de travail, je reproduis le même jargon		.58	
4. J'apprends et je me perfectionne dans mon métier			.84
5. Je développe des compétences dans mon métier			.83
6. Mon métier me permet de découvrir d'autres valeurs			.41
9. J'apprends régulièrement les astuces du métier			.43

* Item inversé

Tableau 2 : Analyse factorielle exploratoire de la variable affirmation de soi positive

KMO	.83	
Khi-carré	769,074	
df	78	
p	.000	
Variance expliquée %	35.56	12,15
Variance cumulée %	35.56	47.71
Valeurs propres	4.62	1.57
Composantes	Affirmation par communication	Affirmation par marge de manœuvre
1. Je parviens à rester moi-même tout en restant en relation avec les autres	.67	
12. Je sais en général protester avec efficacité, sans agressivité, face aux personnes que je côtoie au travail	.48	
15. Je communique bien avec les personnes avec lesquelles je travaille	.71	
16. Je sais communiquer ma vision à mes collaborateurs	.74	
11. Chaque fois que je fais un choix dans mon travail, je me sens libre et responsable	.49	
13. Je suis souvent désigné comme chef de groupe à mon travail	.62	
14. Il arrive que les autres me demandent mon avis pour prendre des décisions au travail	.65	
3. J'exprime facilement mon opinion devant mes collègues		.58
4. J'exprime facilement mon opinion devant ma hiérarchie		.45
9. Au travail, je parviens à m'affirmer personnellement sans l'assentiment des autres		.59
2. Je dis souvent oui alors que je voudrais dire non face à mes collaborateurs*		.76
5. Je suis serviable à tel point que je me fais exploiter par mes collaborateurs*		.75
6. Au travail, j'ose refuser des tâches qui, manifestement, ne relèvent pas de mes fonctions		.77

* Item inversé

4. RÉSULTATS

4.1 Analyse factorielle exploratoire

Pour l'AFE de l'identité professionnelle (Tableau 1), l'indice KMO à .87 était

très satisfaisant et celui du Test de sphéricité de Bartlett était significatif ($p < .01$). Les indices de saturation avaient un seuil acceptable ($\geq .40$). Les trois facteurs extraits avaient une variance cumulée satisfaisante de 62.91%.

Pour l'AFE de l'affirmation de positive de soi (Tableau 2), l'indice KMO à .83 était très satisfaisant et celui du Test de sphéricité de Bartlett était significatif ($p < .01$). Les indices de saturation avaient un seuil acceptable ($\geq .40$). Les deux facteurs extraits avaient une variance cumulée satisfaisante de 47.91%.

4.2 Analyse corrélacionnelle

Parmi les 15 corrélacions testées, 13 sont significatives (Tableau 3). Les déterminants les plus corrélés au BEPT sont

respectivement l'affirmation par la communication ($r = .40$, $p < .01$) et l'identité de métier ($r = .38$, $p < .01$). Nous supposons que le fait de nous identifier à notre métier ou encore de communiquer avec bienveillance favoriserait un meilleur BEPT. L'identité de groupe présente un lien significatif modéré avec l'affirmation par la communication ($r = .36$, $p < .01$). Ainsi, l'identification au groupe d'appartenance renforcerait la capacité à une communication bienveillante.

Tableau 3 : Moyennes, écarts-types, alphas de Cronbach et corrélacions

	1	2	3	4	5	6
1. Affirmation par marge de manœuvre	(.80)					
2. Affirmation par communication	.53**	(.76)				
3. Identité d'entreprise	.19**	.30**	(.87)			
4. Identité de métier	.09	.32**	.53**	(.80)		
5. Identité de groupe	.112	.36**	.57**	.62**	(.78)	
6. BEPT	.29**	.40**	.32**	.38**	.28**	(.95)
Moyenne	3,30	3,58	3,27	3,57	3,03	3,53
Écart-type	.85	.68	.86	1,02	.83	.76
Asymétrie	.00	-.63	-.51	-.97	-.12	-.73
Kurtosis	-.73	.30	-.58	.83	-.28	1.28

Note. ** $p < .01$. Les alphas de Cronbach (α) sont donnés sur la diagonale entre parenthèses

4.3 Les indices d'ajustement du modèle structurel

L'évaluation de l'ajustement du modèle théorique aux données empiriques est réalisée en fonction de plusieurs indices d'ajustement tels que le chi-carré, ($\chi^2 = 8.12$), le degré de liberté (6), le ratio chi-carré/degré de liberté ($\chi^2/df = 1.33$, excellente adéquation), le Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA = .04, bonne adéquation), Standardized Root Mean Squared Residual (SRMSR = .02, bonne adéquation), le

Comparative Fit Index (CFI = .99, bon ajustement).

4.4 Étapes de la modélisation en équations structurelles

La modélisation en équations structurelles s'est déroulée en trois étapes :

Étape 1 : effet direct

L'effet indirect consiste à calculer le coefficient du lien entre la variable indépendante et la variable dépendante. Nous répondons à cette attente à travers

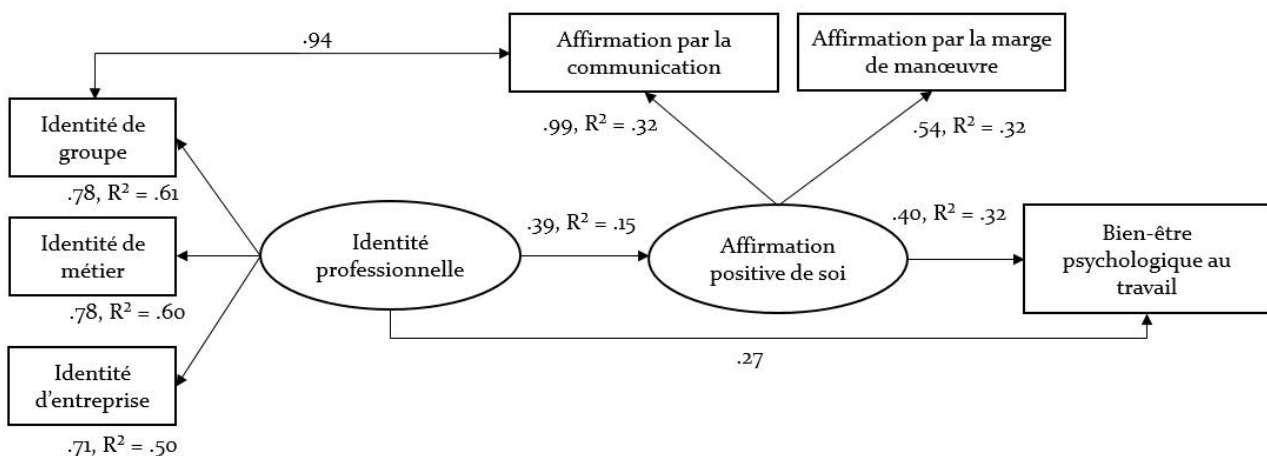
notre première hypothèse (H1) selon laquelle la perception de l'identité professionnelle favoriserait le BEPT du salarié (H1). Cette hypothèse est validée ($\beta = .27, p < .01$). Plus une personne s'identifie à son métier, plus son BEPT est élevé.

Étape 2 : effet indirect

Le calcul de l'effet indirect via le médiateur implique deux volets. Le premier consiste à calculer le coefficient du lien entre la variable indépendante et le médiateur. Cette attente rejoint notre deuxième hypothèse dans laquelle nous supposons que l'identité professionnelle favoriserait l'affirmation positive de soi (H2) ($\beta = .39, p < .01$). Cette hypothèse est validée. Plus une personne s'identifie

à sa profession, plus elle s'affirme positivement au travail. Le deuxième volet de l'effet indirect consiste à calculer le coefficient du lien entre le médiateur et la variable dépendante, en contrôlant la variable indépendante. Ainsi, nous verrons quelle est la part de l'effet expliquée par l'affirmation positive de soi sur le BEPT, en contrôlant l'identité professionnelle. Ce lien est positif et significatif et induit que plus la personne s'affirme, meilleur est son BEPT ($\beta = .40, p < .01$). À travers le produit des deux coefficients obtenus, nous pouvons enfin conclure au résultat de notre effet indirect qui est significatif ($R^2 = .16, p < .01$), c'est-à-dire le lien entre l'identité professionnelle et le BEPT en contrôlant l'affirmation de soi positive.

Figure 1 : Estimations standardisées associées au modèle d'affirmation de soi positive en contexte de travail



Note. Tous les paramètres sont significatifs à $** p < .01$

Étape 3 : effet total

Le calcul de l'effet total consiste à faire la somme de nos effets directs et indirects dont le résultat est le suivant : $R^2 = .43, p < .01$). L'objectif étant de conclure à notre hypothèse de médiation, dans laquelle nous postulons que l'affir-

mation de soi positive aurait un effet médiateur sur la relation entre l'identité professionnelle et le BEPT (H3). Cette hypothèse est validée. En effet, indépendamment de l'identité professionnelle, plus une personne s'affirme au travail, plus elle perçoit un meilleur bien-être psychologique au travail. Par ailleurs,

nous observons également que plus une personne s'identifie à sa profession, et meilleur est son BEPT et ce, indépendamment de l'effet de l'affirmation de soi positive.

Pour conclure à l'effet médiateur d'une variable, il faut remplir deux conditions. Premièrement, les effets indirects doivent être tous les deux significatifs. Deuxièmement, le coefficient total de l'effet indirect doit être inférieur à celui de l'effet total. Dans notre cas, nous constatons, d'une part, que les effets de l'identité professionnelle sur l'affirmation de soi positive ($R^2 = .40$, $p < .01$) et de l'affirmation de soi positive sur le BEPT en contrôlant l'identité professionnelle ($R^2 < .38$, $p < .01$) sont significatifs. La première condition du test de médiation est ainsi vérifiée. D'autre part, nous observons que le coefficient de l'effet indirect ($R^2 = .16$, $p < .01$) est largement inférieur à celui de l'effet total ($R^2 = .43$, $p < .01$). Nous confirmons ainsi notre hypothèse de médiation selon laquelle l'affirmation positive de soi aurait un effet médiateur entre l'identité professionnelle et le BEPT. La modélisation en équations structurelles montre que notre modèle explique 32% ($R^2 = .32$, $p < .01$) de la variabilité du BEPT et 15% ($R^2 = .15$, $p < .01$) de la variabilité de l'affirmation de soi positive.

Hypothèses post-hoc

De nouveaux questionnements survenus tout au long de notre étude ont engendré de nouvelles hypothèses. Disposant de données pour les vérifier, nous avons procédé à des analyses complémentaires, en posant des hypothèses post-hoc, qui pourront éclairer certains points de la discussion.

Dans la première, nous postulions que l'ancienneté agirait comme modérateur de la relation entre l'identité professionnelle et le BEPT et que cette relation serait fortement positive quand l'ancienneté est élevée que lorsqu'elle est faible. Cette hypothèse est validée [$t(169) = 2.474$, $p = .014$, $PRE = .03$]. En effet, plus l'ancienneté est élevée, plus la relation entre l'identité professionnelle et le BEPT est forte. Dans la deuxième, nous espérons que l'ancienneté influencerait l'identité professionnelle. Cette hypothèse n'est pas validée [$t(168) = .66$, $p = .510$, $PRE = .002$]. Il n'y a pas objectivement d'effet de l'ancienneté sur l'identité professionnelle et sur aucune de ses composantes. Dans une troisième hypothèse post hoc, nous nous attendions à ce que l'âge explique l'affirmation positive de soi. Cette hypothèse n'est pas non plus validée [$t(170) = 1.466$, $p = .144$, $PRE = .01$]. Il n'y a pas réellement d'effet de l'âge sur la capacité du salarié à s'affirmer positivement au travail.

5. DISCUSSION

L'objectif de cette étude consistait à évaluer le processus par lequel l'identité professionnelle serait liée au BEPT. Plus spécifiquement, nous avons mesuré l'effet médiateur de l'affirmation de soi entre l'identité professionnelle et le BEPT. Les résultats de la modélisation en équations structurelles attestent de bons indices d'ajustement et valident toutes nos hypothèses. L'identité professionnelle apparaît comme un déterminant du BEPT.

Le développement d'une identité professionnelle forte génère un sentiment d'harmonie, d'équilibre ou encore

de satisfaction dans la vie. Une exploration fine des composantes de l'identité professionnelle montre que l'identité de métier, relative au contenu du travail, à la spécificité de l'activité de travail et aux compétences qui y sont développées, est la plus fortement liée au bien-être psychologique. Ainsi, nous pouvons avancer que le fait pour une personne de mettre en œuvre ses compétences dans son activité de travail serait une source de BEPT. L'identité d'entreprise influence plus le BEPT que celle de groupe. Ces résultats révèlent l'importance d'inciter les organisations à porter une attention particulière à l'enrichissement des tâches et de développer la marque employeur, d'accompagner les salariés dans leurs trajectoires professionnelles en vue d'assurer leur BEPT sur du long terme.

D'autres études ont aussi mesuré le lien entre l'identité professionnelle et le BEPT. Chez les enseignants du primaire et du secondaire, par exemple, l'identité professionnelle, génératrice du sens au travail, participerait au BEPT (Goyette, 2016). Par ailleurs, l'identité professionnelle et le bien-être apparaissent aussi étroitement liés pour expliquer le processus menant au turnover par exemple (Rothausen et al., 2017). L'identité professionnelle est en encore vue comme une dimension essentielle à la qualité de vie au travail (Fray & Picoulet, 2010). En dehors de l'identité professionnelle, l'identité narrative, favoriserait aussi le bien-être eudémonique (Bauer et al., 2010). De même, l'identité sociale aurait également un bénéfice sur la santé et le bien-être, en comparaison à « une dose de vitamine C » (Jetten et al., 2012, p. 1).

Par ailleurs, l'identité professionnelle favoriserait l'affirmation de soi positive. Assurément, le travail possède

une place importante dans la définition de soi dans la mesure où il constitue l'un des éléments qui permet de mieux définir l'individu. Pour cela, la fonction du travail s'oriente vers une reconnaissance émanant à la fois de la société, d'autrui et de soi-même (Garnier et al., 2006). De même, l'affirmation de soi induit une relation à autrui face auquel il est primordial de protéger l'intégrité globale du soi (Vaidis, 2011). Ainsi, ce résultat obtenu est convergent dans la mesure où l'identité de métier, particulièrement, influence positivement l'affirmation de soi positive. Les résultats de notre troisième hypothèse (H3) présentent l'affirmation de soi positive comme une variable médiatrice entre l'identité professionnelle et le BEPT. Pour mieux comprendre comment le contexte de travail agit sur le BEPT, il convient de considérer l'affirmation de soi positive comme une ressource personnelle. Ce résultat renforce la théorie de l'affirmation de soi qui considère cette capacité comme protectrice de l'image de soi face à la menace extérieure.

Dans la même veine, une étude chez les infirmières montre une corrélation significative entre l'affirmation de soi, l'efficacité personnelle et le bien-être psychologique (Mahmoud Mahmed & Zaki, 2014). De plus, il ressort que l'affirmation de soi augmenterait significativement le bien-être psychologique des individus, indépendamment de leur culture (Nelson et al., 2014). La particularité de notre étude est que nous avons mesuré l'affirmation de soi avec une échelle liée au monde du travail et axée exclusivement sur un mode positif, ce qui n'est pas commun dans l'utilisation de cette mesure. La mesure d'affirmation de soi

est toujours accompagnée de la passivité, de l'agressivité et de la manipulation, des dimensions non incluses ici. Cela soutiendrait que les comportements contraires à l'affirmation de soi ne sont pas incontournables dans la mesure de celle-ci.

De ce fait, les résultats de notre étude amènent à comprendre l'intérêt de promouvoir exclusivement l'affirmation de soi positive. La finalité de cette étude est de sensibiliser les organisations et les travailleurs à une construction conjointe du BEPT, afin d'en tirer des bénéfices sur du long terme (Adams, 1993). Dans cette optique, Stake et Pearlman (1980) ont trouvé une amélioration de l'estime de soi et du rendement au travail chez des jeunes femmes ayant suivi une formation à l'affirmation de soi. Pour Chaloult (2014), les techniques d'affirmation de soi ont une telle efficacité que leur utilisation dans le cadre d'une thérapie cognitive et comportementale (TCC) est tout à fait pertinente. Cependant, il n'est pas nécessaire de faire une session de TCC pour apprendre à s'affirmer. Ainsi, Lee-Kelly (1994) propose, pour travailler l'affirmation positive de soi, d'identifier les obstacles, de se fixer des objectifs, de passer par l'imaginaire, de tester le comportement, d'évaluer la satisfaction de résultats et de recommencer jusqu'à ce que l'habitude soit acquise. À travers le rôle médiateur de l'affirmation positive de soi, nous pouvons objectivement avancer que plus une personne s'identifierait à son travail, plus elle pourrait s'affirmer. Cela aurait comme résultat de renforcer son BEPT.

Parmi nos trois hypothèses post hoc, nous postulons que l'ancienneté expliquerait l'identité professionnelle et que

l'âge serait significativement lié à l'affirmation positive de soi. Aucune de ces hypothèses n'a objectivement montré d'effet. Cependant, nous avons obtenu un effet modérateur de l'ancienneté sur la relation entre l'identité professionnelle et le BEPT. Plus l'ancienneté est élevée, plus l'identité professionnelle favoriserait le BEPT. L'identité professionnelle et l'affirmation de soi pourraient s'acquérir à n'importe quelle étape dans l'avancement de carrière du salarié, et dans n'importe quelle période de la vie d'un individu. Selon Salter (1949), l'affirmation de soi serait une capacité innée comme les émotions qui diminue selon la qualité de nos relations sociales. Cependant, nos résultats nous permettent aussi de présenter l'affirmation de soi comme une capacité acquise pouvant s'exercer par intervention en vue de favoriser une meilleure adaptation à nos besoins (Laws & Serber, 1975 ; Lazarus, 1973). Nous trouvons les implications de cette évaluation post-hoc particulièrement intéressantes car elles suggèrent que chaque salarié peut développer l'affirmation de soi comme une habileté sociale (George, 2001) et avec le soutien de sa structure de travail.

5.1 Implications théoriques et pratiques

Sur le plan théorique, non seulement cette étude s'inscrit aisément dans la théorie de l'affirmation de soi (Steele, 1988) qui protège du déséquilibre psychologique, mais elle renforce également sa pertinence. En effet, nos résultats confortent le rôle de l'affirmation de soi positive comme une variable ressource et aussi médiatrice dans son implication pour garantir, maintenir et

prévenir le bien-être psychologique des salariés. Toutefois, nous savons qu'en renforçant l'identité professionnelle et l'affirmation de soi positive, nous aurons une conséquence positive sur le BEPT mais nous ignorons si cela est dû à une amélioration d'autres facteurs tels que la reconnaissance au travail, des relations sociales, de l'estime de soi, de la confiance en soi ou à une diminution de l'épuisement professionnel (Suzuki et al., 2009) ou à tout autre phénomène qui influencerait de manière positive ou négative le bien-être psychologique.

Sur le plan pratique, nos résultats suggèrent que l'affirmation positive de soi est un facteur de prévention et de maintien du BEPT. L'affirmation positive de soi s'inscrit dans un processus de protection du soi et de construction de relations interpersonnelles saines et durables. Par ailleurs, comme mentionné dans des études antérieures, être capable de s'affirmer positivement augmente le bien-être psychologique des personnes.

En outre, le lien entre l'identité professionnelle et le BEPT reste nécessaire à mettre en pratique en contexte de travail. En effet, les professionnels des ressources humaines, par exemple, outillés dans l'orientation professionnelle ou la gestion de carrière, seraient des acteurs privilégiés pour mieux guider les salariés dans l'exercice d'un métier qui soit en accord avec leurs valeurs et leurs compétences. En s'identifiant à leur organisation, au métier exercé et au groupe d'appartenance, ces personnes pourront accroître leurs possibilités de mieux-être au travail.

En France, il existe des associations qui aident les employés à renforcer leur identité professionnelle ou à réorienter leur parcours professionnel grâce au

sens donné à leur activité quotidienne. À travers des bilans de compétences et d'activités ciblées, ces associations ont pour but de redonner un sens au travail et/ou de (re)trouver une profession dans laquelle l'individu s'identifierait davantage.

5.2 Forces, limites et suggestions pour des recherches futures

Le principal atout de cette étude demeure sa dimension théorique à travers laquelle nous avons montré que l'affirmation positive de soi est une variable à la fois ressource et médiatrice dans le processus de protection de l'image de soi de la théorie de l'affirmation de soi. Les études antérieures mesurent l'affirmation de soi en incluant des comportements contraires tels que la manipulation, la passivité et l'agressivité. Cette étude a le mérite de montrer la plus-value de l'affirmation positive en tant que comportement salutogène. Par conséquent, nous avons construit et validé une mesure d'assertivité en nous inspirant de la littérature et du verbatim d'entretiens semi-directifs. C'est dans une démarche similaire que nous avons également construit et validé la mesure d'identité professionnelle.

Au-delà de ces atouts, notre étude présente comme première limite le déséquilibre observé sur les différences sexuelles. Les femmes (74%) ayant plus massivement répondu au questionnaire par rapport aux hommes (26%), cela a empêché de tester ces différenciations sur nos variables d'intérêt. Comme l'a montré Ridgeway (2001), il y aurait une différence, selon le sexe, sur la capacité d'affirmation de soi. À cause des stéréotypes sexués, les femmes qui s'affirment

en milieu de travail seraient taxées d'autoritaire. De plus, nos résultats sont basés sur des données transversales. Nous ne pouvons donc établir de lien de cause à effet entre nos différentes variables. Une autre limite importante concernant l'outil de mesure réside dans sa dimension auto-rapportée. Nous admettons que nos questions pouvaient être sensibles au biais de désirabilité sociale (Fisher, 1993). En effet, les réponses que nous avons analysées pouvaient être le reflet de ce que la personne voudrait être et pas ce qu'elle serait en réalité.

Parmi les pistes de recherches futures, nous nous emploierons à construire et à valider une mesure révisée de l'affirmation de soi. En effet, il serait pertinent de mieux distinguer l'influence de différents acteurs tels que la hiérarchie et les collègues sur la capacité d'un tiers à s'affirmer. La question qui s'en dégage est pourquoi définir l'affirmation de soi comme un comportement positif, et inclure des facettes négatives pour la mesurer ? Ce constat est encore visible dans les recherches actuelles et cette étude conduirait à porter un autre regard sur la mesure de l'affirmation de soi. De plus, nous souhaitons interroger les contextes et les relations de travail, afin d'identifier leurs rôles et places dans l'affirmation de soi au travail.

6. CONCLUSION

Les résultats de notre étude confortent les connaissances actuelles sur la pertinence de la sensibilisation à l'affirmation de soi positive, à la fois dans la protection du soi, dans les constructions identitaires, des relations interpersonnelles saines et durables et dans l'amélioration du bien-être psychologique au

travail. L'affirmation de soi, comme dans un processus d'apprentissage, pourrait s'ériger en variable médiatrice dans le lien entre l'identité professionnelle et le BEPT. Ce qui constitue un atout de taille dans la prévention de la santé au travail, au-delà de la simple perception du BEPT. Une expression de soi mal adaptée pourrait être considérée comme un signal d'alarme dans les relations de travail. Pour cela, des formations à l'affirmation positive de soi sont à encourager dans les organisations indépendamment du secteur d'activité et de la taille de ces organisations. Afin de garantir aux acteurs professionnels et à l'organisation un meilleur BEPT sur le long terme, il est particulièrement important d'y prêter attention, en favorisant des techniques managériales qui respectent les interactions humaines au travail.

À travers notre étude, nous montrons que les travaux intégrant la mesure de l'affirmation de soi pourraient inclure la distinction entre les comportements créant des conséquences négatives de ceux participant au bien-être psychologique des individus. Comprendre la distinction des conséquences d'expression de soi, pourrait constituer une sorte de prévention primaire, pouvant participer dans le même temps, à la compréhension des processus de la souffrance au travail et à l'élargissement des moyens concrets d'y faire face.

CONFLITS D'INTÉRÊT

Les auteures ne déclarent aucun conflit d'intérêt.

BIBLIOGRAPHIE

Adams, L. (1993). Communication efficace : Pour des relations sans perdant. Le

Jour.

Akremiti, A. E., Sassi, N., & Bouzidi, S. (2009). Rôle de la reconnaissance dans la construction de l'identité au travail. *Relations Industrielles*, 64(4), 662-684. <https://doi.org/10.7202/038878ar>

Albert E., Bournois F., Duval-Hamel J., Rojot J., Roussillon S., & Sainsaulieu R. (2003), *Pourquoi j'irais travailler*, Eyrolles.

Anderson, D. L., & Graham, A. P. (2016). Improving student wellbeing: Having a say at school. *School Effectiveness and School Improvement*, 27(3), 348-366. <https://doi.org/10.1080/09243453.2015.1084336>.

Ansel, D., & Girandola, F. (2004). La surconfiance : Un mode de réduction de la dissonance. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 17, 145-176.

Bauer, J. J., McAdams, D. P., & Pals, J. L. (2008). Narrative identity and eudaimonic well-being. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 81-104. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9021-6>

Boisvert, J.-M., & Beaudry, M. (1979). *S'affirmer et communiquer*. Les Éditions de l'Homme.

Chaloult, L. (2014). *L'affirmation de soi*. <https://tccmontreal.files.wordpress.com/2015/01/laffirmation-de-soi.pdf>

Colombo, A. (2008). *La reconnaissance : Un enjeu pour la sortie de la rue des jeunes à Montréal [Thèse de doctorat]*. Université du Québec à Montréal.

Corbière, M. (2014). Les analyses factorielles exploratoires et confirmatoires illustrées à l'aide de données recueillies sur l'estime de soi en tant que travailleur. In M., Corbière, & N. Larivière

(Éds.), *Méthodes qualitatives, quantitatives et mixtes dans les recherches en sciences humaines, sociales et de la santé* (pp. 517-546). Presses de l'Université du Québec.

Creusier, J. (2013). Clarification conceptuelle du bien-être au travail. <http://www.e-rh.org/dz-agrh-reference-rh/2013-creusier.pdf>

Dagenais-Desmarais, V., & Savoie, A. (2012). What is psychological well-being, really? A grassroots approach from the organizational sciences. *Journal of Happiness Studies*, 13(4), 659-684. <https://doi.org/10.1007/s10902-011-9285-3>.

Diener, E., Suh, E., Lucas, R., & Smith, H. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin* 125(2), 276-302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>

Dubar, C. (1992). Formes identitaires et socialisation professionnelle. *Revue française de sociologie*, 33(4), 505-529. <https://doi.org/10.2307/3322224>

Dubar, C. (2002). *La Socialisation, construction des identités sociales et professionnelles*. Armand Colin.

Dubar, C. (2010). *La crise des identités professionnelles*. Presses Universitaires de France.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.

Fisher, R. J. (1993). Social desirability bias and the validity of indirect questioning. *Journal of Consumer Research*, 20(2), 303-315. <https://doi.org/10.1086/209351>

Fray, A.-M., & Picouneau, S. (2010). Le diagnostic de l'identité professionnelle :

Une dimension essentielle pour la qualité de vie au travail. *Management et avenir*, 8(38), 72-88. <https://doi.org/10.3917/mav.038.0072>

Garnier H., Meda D., & Senik C., (2006). La place du travail dans les identités, *Économie et Statistique*, 393-394, 623-630.

George, G. (2001). Les thérapies d'affirmation de soi : Applications et techniques chez les adolescents. *Annales Médico-psychologiques, Revue Psychiatrique*, 159(10), 717-721. [https://doi.org/10.1016/S0003-4487\(01\)00124-X](https://doi.org/10.1016/S0003-4487(01)00124-X)

Gilbert, M.-H. (2009). La santé psychologique au travail: La définir, la mesurer et la développer [Thèse de doctorat]. Université de Montréal.

Gilbert, M.-H., Dagenais-Desmarais, V., & Savoie, A. (2011). Validation d'une mesure de santé psychologique au travail. *Revue européenne de psychologie appliquée*, 61(4), 195-203. <https://doi.org/10.1016/j.erap.2011.09.001>

Goyette, N. (2016). Développer le sens du métier pour favoriser le bien-être en formation initiale à l'enseignement. *Revue canadienne de l'éducation*, 39(4), 1-29.

Hadfield, S., & Hasson, G. (2012). Développez votre assertivité dans toutes les situations. Leduc.S Éditions.

Jetten, J., Haslam, C., & Haslam, S. A. (Eds.). (2012). *The social cure: Identity, health and well-being*. Psychology Press.

Kalimo, R., Pahkin, K., & Mutanen, P. (2002). Work and personal resources as long-term predictors of well-being. *Stress and Health*, 18(5), 227-234. <https://doi.org/10.1002/smi.949>

Launis, K., & Koli, A. (2004). Le bien-être au travail en mutation chez les enseignants- Une nouvelle approche guidée par la théorie culturelle et historique de l'activité. *Pistes*, 6(2), 1-18. <https://doi.org/10.4000/pistes.4417>

Laws, D. R., & Serber, M. Measurement and evaluation of assertive training with sexual offenders. In R. E. Hosford & C. S. Moss (Eds.), *The crumbling walls: treatment and counseling of prisoners* (pp. 165-172). University of Illinois Press.

Lazarus, A. A. (1973). On assertive behavior: A brief note. *Behavior Therapy*, 4(5), 697-699. [https://doi.org/10.1016/S0005-7894\(73\)80161-3](https://doi.org/10.1016/S0005-7894(73)80161-3)

Lee-Kelly, S. (1994). Mieux-être en tête : Guide d'animation. C.A.P. Santé Outaouais. http://www.acsm-ca.qc.ca/assets/41_definition_affirmation_soi.pdf

Mahmoud Mahmed, S. & Zaki, R. A. (2014). Relationship between assertiveness, psychological well-being, with self-efficacy among first year student female nurse. *Journal of Education and Practice*, 5(5), 112-119.

Mucchielli, A. (2013). *L'identité*. Presses Universitaires de France.

Nelson, S. K., Fuller, J. A. K., Choi, I., & Lyubomirsky, S. (2014). Beyond self protection: Self-affirmation benefits hedonic and eudaimonic well-being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(8), 998-1011. <https://doi.org/10.1177/0146167214533389>

Osty, F., & Dahan-Seltzer, G. (2006). Le pari du métier face à l'anomie. *Nouvelle Revue de Psychosociologie*, 2(2), 91-106.

Osty, F., (2008), *Le désir de métier - Engagement, identité et reconnaissance au travail*, Presse universitaire de Rennes.

- Perrenoud, M., & Sainsaulieu, I. (2018). Pour ne pas en finir avec l'identité au travail. *Sociologies*. <http://journals.openedition.org/sociologies/8750>
- Ridgeway, C. L. (2001). Gender, status, and leadership. *Journal of Social Issues*, 57(4), 637-655. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00233>
- Rothausen,, T. J., Henderson, K. E., Arnold, J. K., & Malshe, A. (2017). Should I Stay or should I go? Identity and well-being in sensemaking about retention and turnover. *Journal of Management*, 43(7), 2357-2385. <https://doi.org/10.1177/0149206315569312>
- Ryff, C. D. (1995). Psychological well-being in adult life. *Current Directions in Psychological Science*, 4(4), 99-104. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10772395>
- Ryff, C. D., & Singer, B. H. (2008). Know thyself and become what you are: A eudaimonic approach to psychological well-being. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 13-39. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9019-0>
- Sainsaulieu, R. (2014). *L'identité au travail : Les effets culturels de l'organisation* (4ème éd.). Presses de Sciences Po.
- Salter, A. (1949). *Conditioned reflex therapy, the direct approach to the reconstruction of personality*. Creative Age Press.
- Schüz, B., Cooke, R., Schüz, N., & Van Koningsbruggen, G. M. (2017). Self-affirmation interventions to change health behaviors. In L. Little, E. Sillence, & A. Joinson (Eds.), *Behavior change research and theory: Psychological and technological perspectives* (pp. 87-114). Elsevier.
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Simon & Schuster.
- Stake, J. E., & Pearlman, J. (1980). Assertiveness training as an intervention technique for low performance self-esteem women. *Journal of Counseling Psychology*, 27(3), 276-281. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.27.3.276>
- Steele, C. M. (1988). The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 21. Social psychological studies of the self: Perspectives and programs (p. 261-302). Academic Press.
- Suzuki, E., Saito, M., Tagaya, A., Mihara, R., Maruyama, A., Azuma, T., & Sato, C. (2009). Relationship between assertiveness and burnout among nurse managers. *Japan Journal of Nursing Science*, 6(2), 71-81.
- Toczek, M.-C. (2005). Réduire les différences de performances selon le genre lors des évaluations institutionnelles, est-ce possible ? Une première étude expérimentale... *L'Orientation Scolaire et Professionnelle*, 34(4), 439-460. <https://doi.org/10.4000/osp.1154>
- Vaidis, D. C. F. (2011). *La dissonance cognitive*. Dunod.
- Waterman, A., S. (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(4), 678-691. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.64.4.678>
- Zarca, B. (1987). *Les Artisans, gens de métiers, gens de parole*. L'Harmattan.

PRÉSENTATION DES AUTEURES

Murielle Ntsame Sima

Laboratoire Inter-universitaire de Psychologie Personnalité, Cognition, Changement Social (LIP/PC2S)

Ses intérêts de recherche portent sur le rapport entre l'individu et son environnement de travail, à travers l'évaluation des conditions de travail, des traits de personnalité (considérés comme stables) et des caractéristiques personnelles sur la santé psychologique au travail.

Contact : murielle.ntsame-sima@univ-grenoble-alpes.fr

Natalia Telles-Homberger

Laboratoire Inter-universitaire de Psychologie Personnalité, Cognition, Changement Social (LIP/PC2S)

Son intérêt pour l'épanouissement des personnes en contexte de travail la conduit à explorer les différentes facettes du bien-être des salariés et du moyen de le préserver sur le long terme.

Contact : natalia.telles-homberger@etu.univ-grenoble-alpes.fr

Pour citer cet article :

Ntsame Sima, M., & Telles-Homberger, N. (2020). Identité professionnelle et bien-être psychologique au travail : Effet médiateur de l'affirmation de soi positive. *Sciences & Bonheur*, 4(1), 86-106.

Le bonheur comme objet d'étude

Sciences & Bonheur (ISSN: 2448-244X) est la première revue scientifique et francophone consacrée au bonheur lancée en 2016. La revue est pluridisciplinaire, démocratique et s'intéresse aux questions liées au bonheur. Francophone, elle invite les chercheurs des différentes zones de la francophonie à se positionner sur le sujet. Pluridisciplinaire, elle accueille des spécialistes venant de toute discipline : psychologie, sociologie, management, anthropologie, histoire, géographie, urbanisme, médecine, mathématiques, sciences de l'éducation, philosophie, etc. S'intéressant au bonheur et aux mesures subjectives, la revue s'attache avant tout à la façon dont les individus perçoivent, ressentent et retranscrivent un environnement, une situation ou un rapport social.

Une revue scientifique gratuite et accessible en ligne

En présentant et discutant différents modèles, elle se veut le lieu de débats constructifs et critiques liés aux sciences du bonheur. Elle offre également une tribune aux investigations liées aux expériences variées de la « bonne vie ». Théorique, empirique mais aussi critique, elle accueille la production de savoirs sur le bonheur dans leurs dimensions épistémologiques, conceptuelles, méthodologiques, ou sémantiques. Mais si la revue considère que le bonheur doit être étudié d'un point de vue scientifique, elle souhaite rendre accessible ses développements aux citoyens et estime qu'étant donné le sujet, l'échange et la diffusion avec la société civile sont essentiels. Contrairement à bon nombre de revues, notamment les revues anglo-saxonnes dédiées au même sujet, elle est entièrement gratuite pour les lecteurs et pour les auteurs afin de permettre une diffusion non fondée sur des critères économiques.

Appel à contributions

Sciences & Bonheur accueille toute contribution, qu'il s'agisse d'une revue de questions, d'une étude empirique ou même de la recension d'un ouvrage en lien avec le bonheur. Chaque contribution fait l'objet de deux évaluations indépendantes par un comité d'experts. Un guide est fourni sur le site internet de la revue pour accompagner le processus de rédaction et de soumission. Les contributions peuvent s'insérer dans un numéro thématique ou d'un numéro varia.

Contact et informations complémentaires

Directeur de la publication : Gaël Brulé (redaction@sciences-et-bonheur.org)

Site de la revue : <https://sciences-et-bonheur.org>