

# LES PROCESSUS DU CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

---

## UN APERÇU

Anne-Sophie Gousse-Lessard, Ph.D  
[anso.gousse@gmail.com](mailto:anso.gousse@gmail.com)  
Colloque annuel RQFE 2017

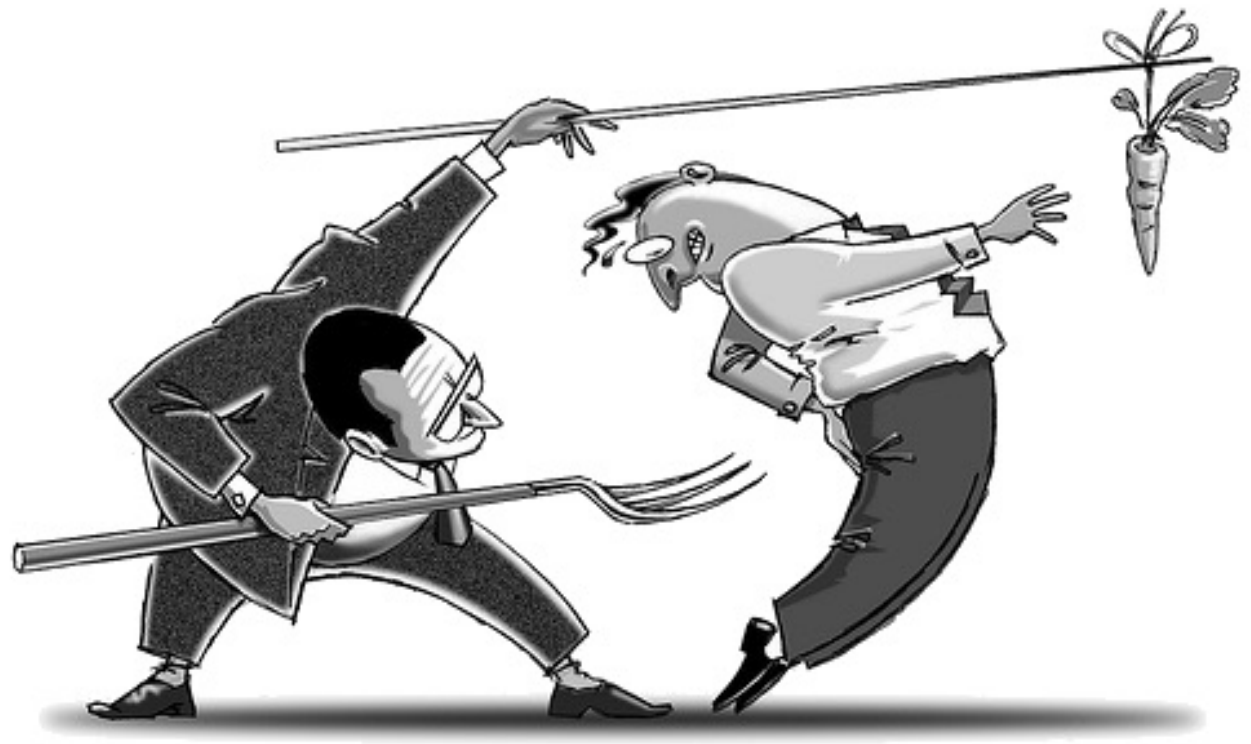
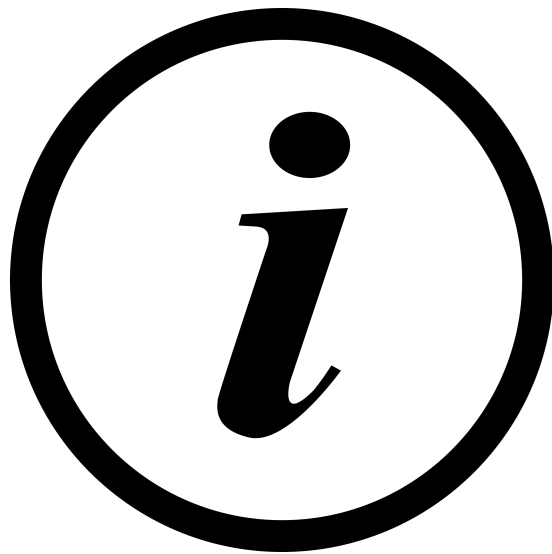


réseau femmes  
environnement

# CONTEXTE



# PLUSIEURS THÉORIES ET STRATÉGIES D'INTERVENTION



## CONSTAT

- ▶ Les approches universelles d'interventions ne semblent pas être suffisantes pour amener un réel changement et en assurer la pérennité.

## LA QUESTION QUI TUE

- ▶ Comment motiver les gens à initier un changement de comportement et les aider à maintenir celui-ci dans le temps?

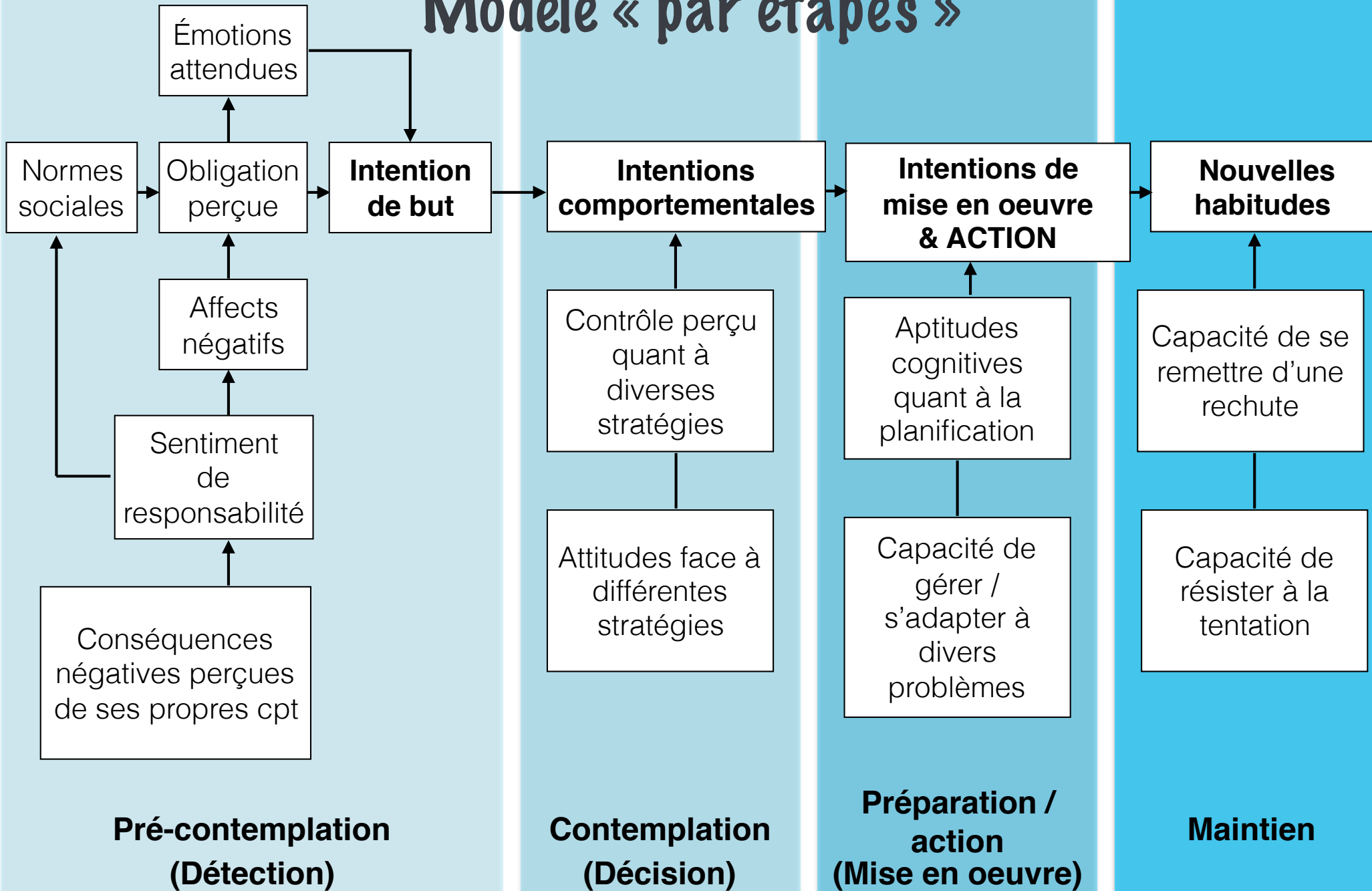
## POSTULAT

- ▶ Connaître les processus de changement facilite le design/création, la mise en oeuvre et l'évaluation des interventions afin de soutenir, entre autres, la planification et l'exécution de diverses politiques environnementales.

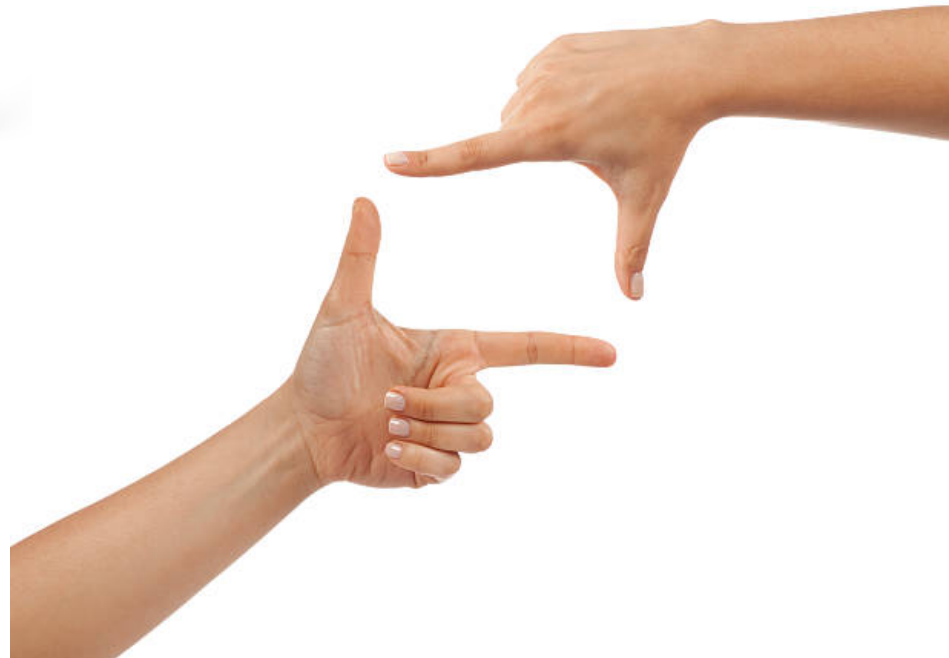
# PROCESSUS DE CHANGEMENT DE COMPORTEMENTS

- ▶ Existence de différentes étapes de changement
- ▶ Traitement de l'information diffère selon l'étape (phase) de changement
- ▶ Donc, un message pourrait être efficace pour une personne et ne pas l'être pour une autre.

# Modèle « par étapes »



# À QUOI ÇA SERT?



## INFORMATION CIBLÉE (TAILORING)

Étapes de changement	Stratégies d'intervention
<b>Détection</b>	Type I : Conscientiser à la problématique / responsabilité Type II : Rendre les normes sociales et personnelles saillantes. Type III : Offrir un rationnel (POURQUOI) et améliorer l'implication
<b>Décision</b>	Type IV : Offrir de l'information (le pour et le contre) sur diverses alternatives comportementales et augmenter la perception de contrôle. (QUOI)
<b>Mise en oeuvre</b>	Type V : Soutenir la planification comportementale. (COMMENT)
<b>Maintien</b>	Type VI : Offrir du feedback comportemental. Type VII : Prévenir la tentation de rechute. * Importance de la qualité de la motivation





## FORMULATION DU MESSAGE (Framing)

- ▶ On ne veut pas seulement attirer l'attention, mais plutôt optimiser l'impact de notre communication pour influencer la façon dont les gens réfléchissent aux enjeux.
- ▶ La formulation du message influence
  - sur quoi on porte attention
  - les connaissances et attitudes cognitivement accessibles
  - les comportements envisagés
- ▶ Différents types de buts
  - Gains/bénéfices vs pertes/coûts
  - Intrinsèques vs extrinsèques

► **Cas des transports en commun**

	<b>Gains/bénéfices</b>	<b>Pertes/coûts</b>
<b>Intrinsèque</b>	Transports en commun diminuent les GES et améliorent votre santé	Utiliser votre auto augmente les GES et détériore votre santé
<b>Extrinsèque</b>	Transports en commun diminuent les GES et vous font économiser	Utiliser votre auto augmente les GES et vous coûte cher.

## CIBLAGE ET CADRAGE DE L'INFORMATION

- ▶ Formuler l'information en termes de "pertes" à la phase 1 attire l'attention sur la problématique mais peut aussi mener à de l'évitement défensif, de l'impuissance acquise et de l'amotivation.
- ▶ La manière dont le message est cadré durant la première phase (détection) va influencer le traitement de l'information pour la phase suivante.
- ▶ Formuler en termes intrinsèques, peu importe la phase, semble être un choix plus efficace.

## À RETENIR

- ▶ On ne change pas du jour au lendemain -> étapes
- ▶ Les étapes de changement sont qualitativement différentes et influencent le traitement de l'information et la prise de décision.
- ▶ Il importe de développer des stratégies d'interventions/de communication ciblées (promouvoir une diversité de messages)
- ▶ Une attention particulière devrait être portée sur les mots utilisés afin de bien formuler les messages pour maximiser le développement d'une motivation auto-déterminée.

# Quelques références

---

## ▶ Livres/manuels

Bechtel, R. & Churchman, A. (Eds) (2002). *Handbook of environmental psychology*. New York: Wiley.

Clayton, R. (2009). *Handbook of environmental and conservation psychology*. New York: Cambridge University Press.

Gardner, G. T., & Stern, P. C. (1996). *Environmental problems and human behavior*. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.

Gifford, R. (2014). *Environmental Psychology: Principles and Practice* (5th ed.) Colville, WA: Optimal Books.

Koger, S. M. & Winter, D. D. N. (2010). *The psychology of environmental problems : Psychology for sustainability* (3rd edition). New York: Psychology Press.

Moser, G. (2009). *Psychologie environnementale. Les relations homme-environnement*. Bruxelles, De Boeck. (Approche différence « À la française »)

Steg, L., Van Den Berg, A. E., De Groot, J. I. M. (2012). *Environmental psychology: An introduction*. West Sussex: John Wiley & Sons.

## ▶ Site internet sur la théorie de l'autodétermination

<http://selfdeterminationtheory.org/environment-sustainability/>

# MERCI!

et au plaisir de discuter avec vous à nouveau