

La communication engageante : une solution pour favoriser les comportements pro-environnementaux

Binding communication: A solution to encourage pro-environmental behaviors

Lolita RUBENS*, Annie MOCH*, Patrick GOSLING*

Résumé

Malgré des sondages d'opinion affirmant que les attitudes à l'égard de l'environnement et de la protection de la planète sont fortement positives, les comportements ne semblent pas toujours suivre tout à fait cette voie. Comment amener les gens à adopter des comportements responsables et favorables à l'environnement ? L'engagement, et plus particulièrement la communication engageante, comptent parmi les modèles les plus efficaces de la psychologie sociale dans ce domaine. En effet, on se rend compte que même si les campagnes de sensibilisation sont nécessaires, elles ne sont pas suffisantes lorsque l'on observe que les gens sont favorables à la préservation de la planète mais que les comportements ne changent pas suffisamment. L'engagement, défini comme le lien entre un individu et ses actes, est un courant théorique qui met l'accent sur nos comportements. En effet, ce sont nos actions qui nous engagent et non pas nos attitudes, nos opinions ou nos idées. Pour être efficace, il faut donc agir sur les actions des personnes directement et non plus seulement sur leurs attitudes pour modifier les habitudes. Les campagnes de sensibilisation seraient ainsi plus efficaces si elles s'appuyaient davantage sur des « comportements préparatoires engageants ». De tels actes permettent en effet de rendre plus résistantes les attitudes qui y sont liées et augmentent la probabilité que de nouveaux comportements, allant dans le même sens que le premier, se mettent en place par la suite. De nombreuses études confirment l'efficacité de ce courant de recherche dans les différents champs liés au domaine de l'environnement : la sensibilisation en général, l'économie d'énergie ou le tri des déchets.

Mots clés

Psychologie de l'environnement. Psychologie sociale. Changement de comportement. Communication engageante.

Abstract

Despite opinion polls saying that attitudes towards the environment and the protection of the planet are very strong, behaviours do not always seem to follow. How can we induce people to adopt pro-environmental behaviours? Commitment and especially Binding Communication are among the most effective theoretical models of social psychology in this area. Indeed, even though persuasive campaigns are necessary they are not sufficient when we observe that people are favourable to Earth protection and that their behaviours are not changing enough. Commitment, defined as the link between an individual and his actions, is a theory that focuses on our behaviours. Indeed, it is one's actions that commit one-self, not attitudes, opinions or ideas. To be effective, we must intervene on people's actions directly and not only on their attitudes in order to change habits. Awareness campaigns would be more effective if they relied more on "preparatory committing actions". Such actions can indeed make attitudes associated with them more resistant and increase the probability of new behaviours, also related to them, being put in place thereafter. Binding communication theory proposes an action model which consists of two

* EA 3984 « Processus cognitifs et conduites interactives » – Université Paris Ouest-Nanterre-La Défense, 200 Avenue de la République, 92001 Nanterre Cedex. E-mail : lolita.rubens@laposte.net