



HAL
open science

Engager les internautes à l'écomobilité: recherches en cours en voies d'avenir

Stéphane Amato

► **To cite this version:**

Stéphane Amato. Engager les internautes à l'écomobilité: recherches en cours en voies d'avenir. 5es journées scientifiques de l'Université du Sud Toulon-Var, 3es Rencontres CARTT'11, Mar 2011, Toulon, France. hal-03712341

HAL Id: hal-03712341

<https://hal.science/hal-03712341>

Submitted on 3 Jul 2022

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.

Engager les internautes à l'écomobilité : recherches en cours en voies d'avenir

Stéphane AMATO

ATER à l'IUT, département GEA

Toulon, le 10 Mars 2011



Communication et enjeux implicites

- Communication interpersonnelle
- Pour Lipiansky (1998), 4 types d'enjeux : identitaires, territoriaux, relationnels, **conatifs**.
- Pour Mucchielli (1995), 5 types d'enjeux : informatifs, relationnels, **influence**, positionnement d'identité, normatifs.
- Communication de masse
- Pour Lasswell (1948), on peut décrire une action de communication en répondant aux questions :
Qui ? Dit quoi ? Par quel canal ? A qui ? **Avec quel effet?**

Le modèle rhétorique du changement

- Un présupposé : l'homme est rationnel.
- Pour modifier ses comportements, on va chercher à agir sur ses attitudes.
- De très nombreuses recherches, surtout en psychologie sociale expérimentale. Exemples (voir Girandola, 2003, pour une synthèse) : effet de la source, du contexte, du message, etc.

Le modèle technologique du changement

- Ici, l'homme est aussi rationalisant.
- En favorisant l'émission de certains actes, dans un contexte particulier, on va modifier ses attitudes et favoriser l'émission ultérieure de comportements qui vont « dans le même sens ».
- Exemples de techniques appartenant à ce modèle : l'amorçage, le leurre où...

Le pied-dans-la-porte

- Principe :
 - Conduire un individu à émettre un premier acte peu coûteux.
 - Une fois ce premier acte effectué, tendance à accepter d'émettre un second acte plus coûteux, allant dans le même sens, et qui n'aurait pas été réalisé spontanément.
- Expérience princeps : Freedman et Fraser, 1966.

La théorie de l'engagement

- “ L'engagement est le lien qui unit l'individu à ses actes comportementaux. ” (Kiesler, 1971)
- “ L'engagement correspond, dans une situation donnée, aux conditions dans lesquelles la réalisation d'un acte ne peut être imputable qu'à celui qui l'a réalisé. ” (Joule et Beauvois, 1998)

Les conditions de l'engagement

- Sentiment de liberté
- Répétition de l'acte
- Coût de l'acte (en temps, en énergie, en argent)
- Caractère irrévocable de l'acte
- Réalisation de l'acte en public

La communication engageante (Joule, Py, Bernard, 2004)

- Obtenir de la part de futurs récepteurs un “ acte préparatoire engageant ”
- puis délivrer un message persuasif consistant avec l’acte précédemment réalisé.

SIC, communication engageante et développement durable

- I3M, IRSIC, ISCC Pôle Méditerranée (CNRS) sont réunis autour du concept de « Communication d'action et d'utilité sociétales » (Bernard, 2006) .
- PDLP : La taille des effets serait plus importante dans le cadre de requêtes pro-sociales (*vs* commerciales) ; cf. une méta-analyse de Dillard, Hunter et Burgoon (1984) et une expérimentation de Dillard et Hale (1992).
- Posture éthique du chercheur.

Le covoiturage : Une pratique écocitoyenne mais problématique

- Le covoiturage : 1^{er} écogeste dans les médias en 2008.
- La multimodalité dans les transports : un objet de recherche à part entière.
- Mais de très nombreux freins subsistent.

Communication numérique engageante et expérimentation en milieu naturel (1)

▫ Le terrain :

- Une Université du Sud de la France.
- 20.000 étudiants répartis sur plusieurs composantes.
- Un site Web de mise en relation de covoitureurs potentiels, disponible sur leur Espace Numérique de Travail (ENT).

Communication numérique engageante et expérimentation en milieu naturel (2)

▫ L'intervention

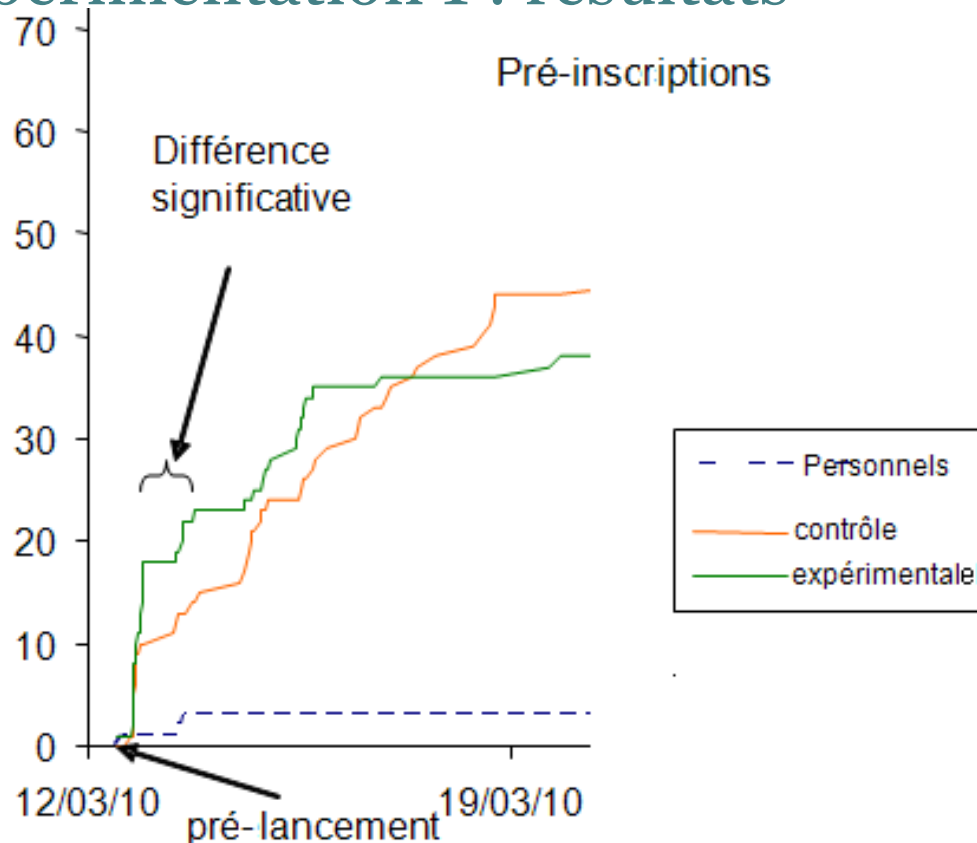
- Conseil dans certaines phases d'optimisation du site Web (ergonomie, etc.) ;
- Mise en place d'un dispositif permettant de disposer des traces d'usages des usagers du site (fichiers log.) ;
- Expérimentations basées sur la communication engageante afin, notamment, d'inciter les étudiants à s'inscrire sur ce site.

Communication numérique engageante et expérimentation en milieu naturel (3)

- Pré-expérimentation 1 : test de « variables sémantiques »
- Les étudiants reçoivent un e-mail invitant à se connecter sur une page Web présentant un questionnaire lié au covoiturage.
- Condition contrôle (50 % des étudiants) : évocation sémantique du sentiment de liberté, questionnaire centré sur les besoins en matière de transport.
- Condition expérimentale (50 % des étudiants) : questionnaire centré sur les habitudes en matière de transport.
- 7 jours plus tard, 850 étudiants reçoivent un e-mail avec incitation à s'inscrire sur site Web de covoiturage (phase de pré-lancement et de bêta-test).

Communication numérique engageante et expérimentation en milieu naturel (4)

▫ Pré-expérimentation 1 : résultats

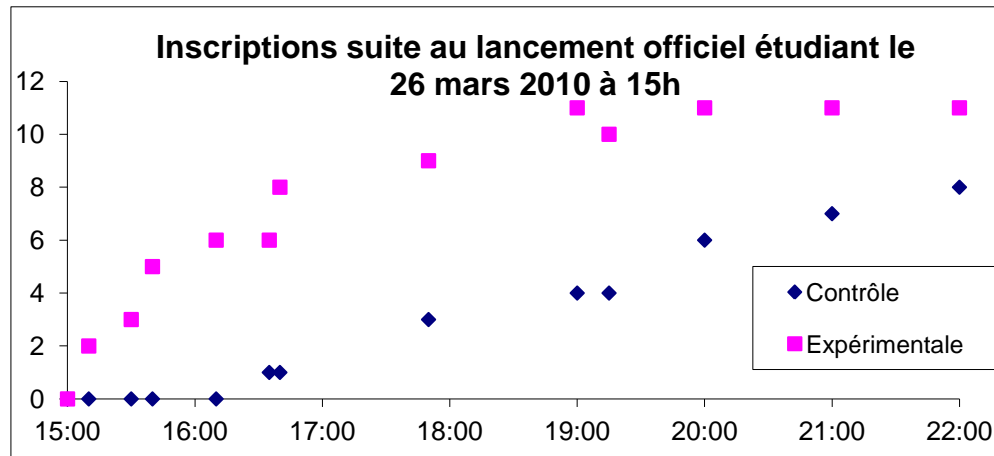


Communication numérique engageante et expérimentation en milieu naturel (5)

- Pré-expérimentation 2 : test de la variable « coût de l'acte »
- Les étudiants reçoivent un e-mail invitant à se connecter sur une page Web présentant les résultats d'une enquête liée au covoiturage à l'Université.
- Condition contrôle (50 % des étudiants) : la page Web ne comporte que les résultats.
- Condition expérimentale (50 % des étudiants) : la page Web comporte les résultats + 5 nouvelles questions.
- 6 jours plus tard, les étudiants reçoivent un e-mail avec incitation à s'inscrire sur site Web de covoiturage.

Communication numérique engageante et expérimentation en milieu naturel (6)

▫ Résultats



- A 17h, 1 inscrit en condition contrôle *vs* 8 en condition expérimentale.
- X^2 (correction de Yates) = 4, $p=0,04$. Pour d.d.l. = 2, $X^2_{.05} = 5,99$.

Communication numérique engageante et expérimentation en milieu naturel (7)

▫ Bilan intermédiaire

- Des résultats positifs, intéressants, mais insuffisants...

▫ Hypothèses d'interprétation

- Recherche-Action en milieu naturel *vs* expérimentation en laboratoire.
- Contraintes institutionnelles fortes.
- Peu de différences entre les conditions.
- Possible introduction de variables parasites.
- ENT peu consulté.
- « Usages de l'internet » peut-être pas assez prise en compte (approche plus psychosociale que SIC).
- Normes sociales d'entraide non stabilisées sur l'Internet.
- Etc.

Conclusion

Merci de votre attention...