

**COMMUNICATION DE CHANGEMENT
COMPORTEMENTAL SUR LE WEB :**

**COMPARER L'EFFICACITÉ
DE LA PERSUASION ET DE L'ENGAGEMENT
POUR PROMOUVOIR L'ÉCO-CITOYENNETÉ**

NATACHA ROMMA



INFORMATION MEDIAS
MILIEUX MEDIATION
LABORATOIRE I3M
RECHERCHE EN SCIENCES
DE L'INFORMATION
ET DE LA COMMUNICATION

SOUTENANCE DE THÈSE DE DOCTORAT

LE 07 JANVIER 2010



PLAN

1. Ancrage théorique

- contexte de recherche
- problématique et cadre théorique
- questions de recherche

2. Expérimentation

- objectifs opérationnels, mise en place
- hypothèses
- principaux résultats

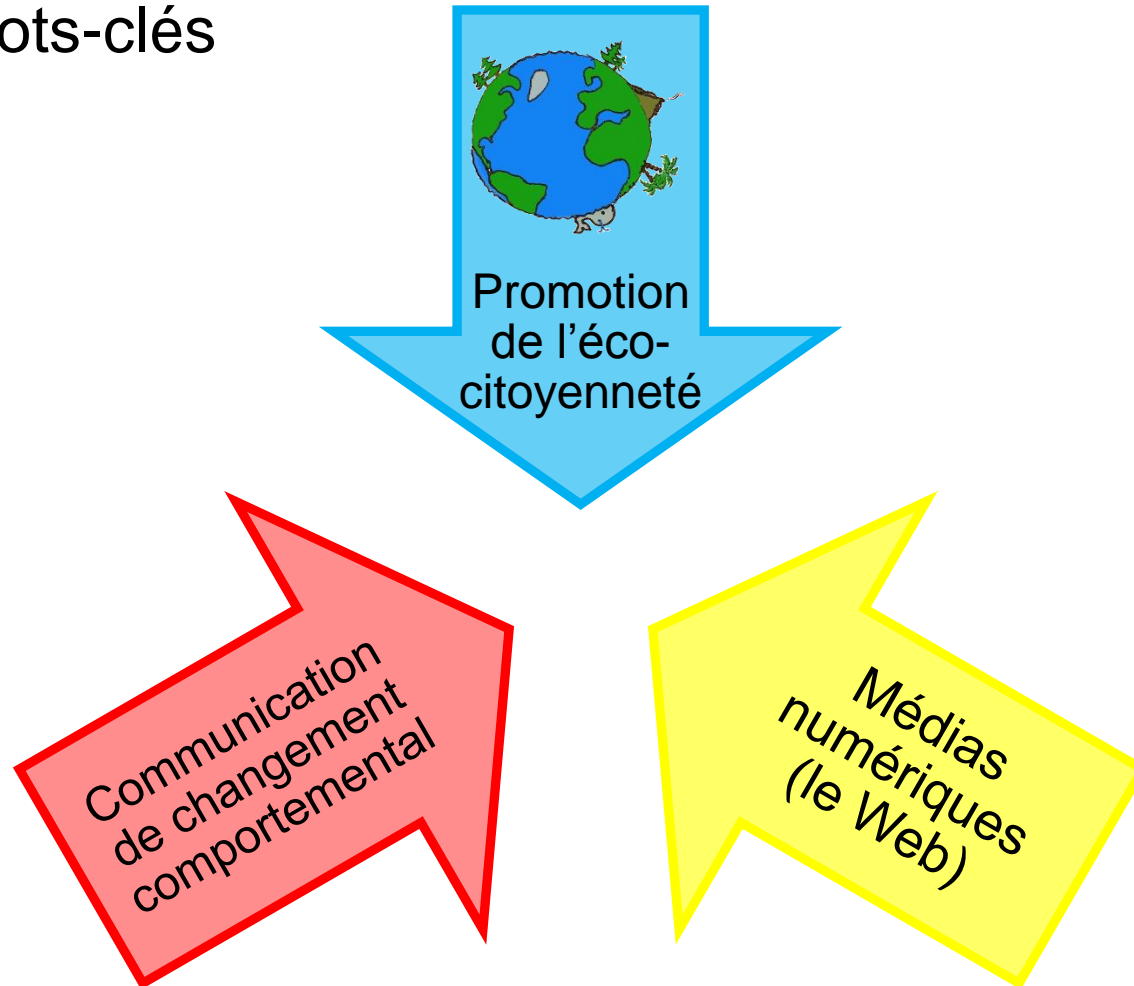
3. Conclusion

- apports et limites
- perspectives de recherche

1. ANCRAGE THÉORIQUE

CONTEXTE DE RECHERCHE

...en 3 mots-clés



PROBLÉMATIQUE

- ⇒ Comment amener les individus à adopter des **comportements éco-responsables** ?

- ⇒ Comment les nouveaux médias (le Web) pourraient **accroître l'efficacité des messages de sensibilisation** aux économies d'énergie ?
 - informer, argumenter ?
 - intervenir sur place ?
 - ... ?

CONTEXTE THÉORIQUE

Communication de changement comportemental :
deux paradigmes théoriques

	Communication persuasive	Soumission librement consentie
Schéma de la communication	<i>Qui dit quoi, à qui, par quel canal, avec quels effets ?</i> Lasswell (1948)	<i>Qui dit quoi, à qui, en lui faisant faire quoi ?</i> Joule, Py & Bernard (2004)
Comment concevoir un message efficace ?	Logique argumentative	Obtention d'un acte préparatoire, suivi d'une requête plus coûteuse
Quelle efficacité des messages ?	⇒ Changement attitudinal ⇒ Peu d'effets sur le comportement	⇒ Changement comportemental
Premiers importants travaux scientifiques	École de Yale, années 50 Hovland, McGuire, Brehm, Janis, Kelley, Sherif ...	Psychologie sociale expérimentale, années 70 Kiesler, Freedman & Fraser ...

CONTEXTE THÉORIQUE

Études de l'efficacité des stratégies engageantes pour promouvoir les comportements éco-responsables

	Support d'interaction	
	Face-à-face	Communication médiatique (Web)
Sans mesure des comportements effectifs	Recherches-actions ⇨ Joule, Py & Bernard (2004), ⇨ Joule, Girandola, Bernard (2007)	Dispositifs de sensibilisation en ligne ⇨ <i>Défi pour le terre</i> , ⇨ <i>One Billion Bulbs</i>
Avec la mesure des comportements effectifs	Recherches nord-américaines ⇨ Wang & Katzev (1990), ⇨ Cobern, Porter, Leeming & Dwyer (1995), ⇨ Werner, Stoll, Bitch & White (2002) ...	⇨ Courbet, Bernard, Joule & Halimi- Falkowicz (2009) ⇨ Cette recherche

CONTEXTE THÉORIQUE

Caractéristiques du dispositif de sensibilisation étudié

Courbet, Bernard, Joule & Halimi- Falkowicz (2009)

⇒ Agencement linéaire des pages Web

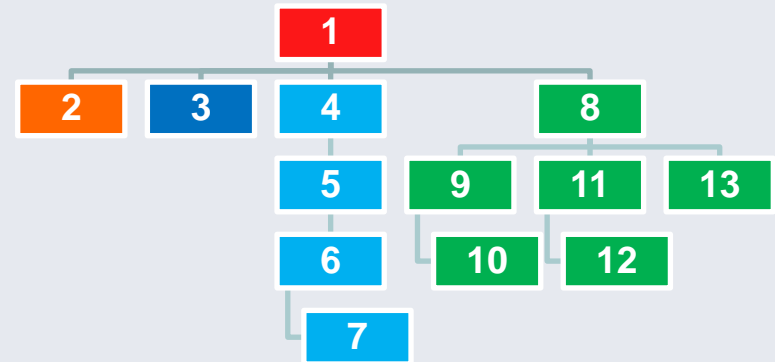


⇒ Déroulement automatique
des pages Web

⇒ Durée d'exposition = 4 min

Notre objectif

⇒ Organisation hiérarchique du contenu
⇒ Navigation grâce aux liens hypertexte

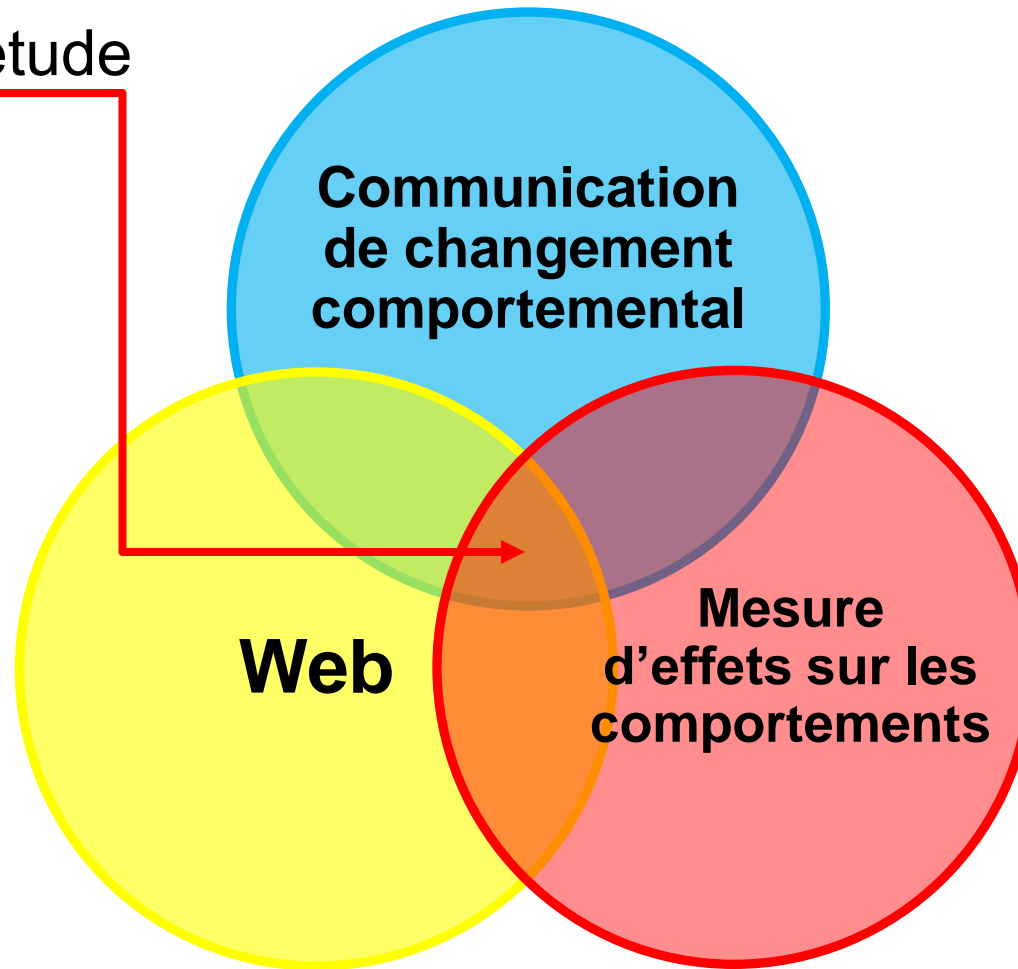


⇒ Navigation autonome

⇒ Nécessité de prendre en compte
la durée d'exposition inégale

CONTEXTE THÉORIQUE

⇒ Objet d'étude



QUESTIONS DE RECHERCHE

1. Est-il possible de reproduire un environnement engageant au sein d'un dispositif de sensibilisation sur le Web ?
 - ↳ analyse qualitative de 2 sites Web ayant pour particularité de mettre l'accent sur la réalisation par les internautes d'actes concrets

2. Un dispositif Web engageant, est-il plus efficace, en termes d'effets sur les comportements attendus, qu'un dispositif Web persuasif ?

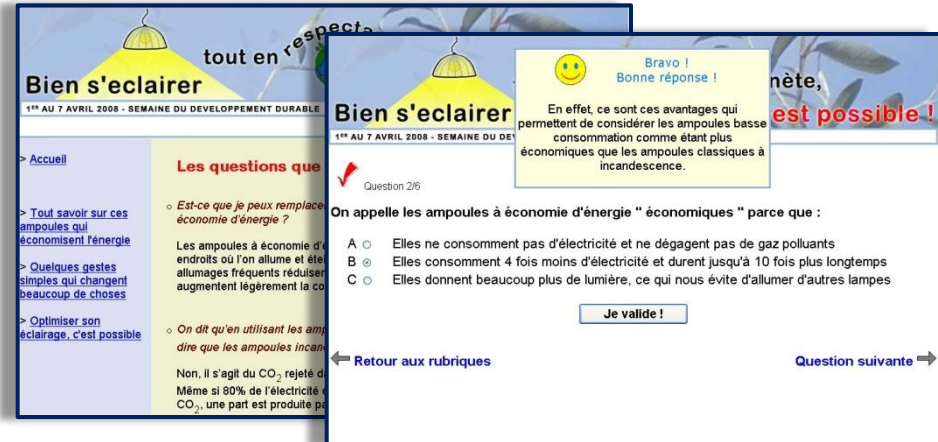
↳ expérimentation en milieu naturel



2. EXPÉRIMENTATION

MATÉRIEL EXPÉRIMENTAL

⇒ 2 sites Web



Site Web argumentatif

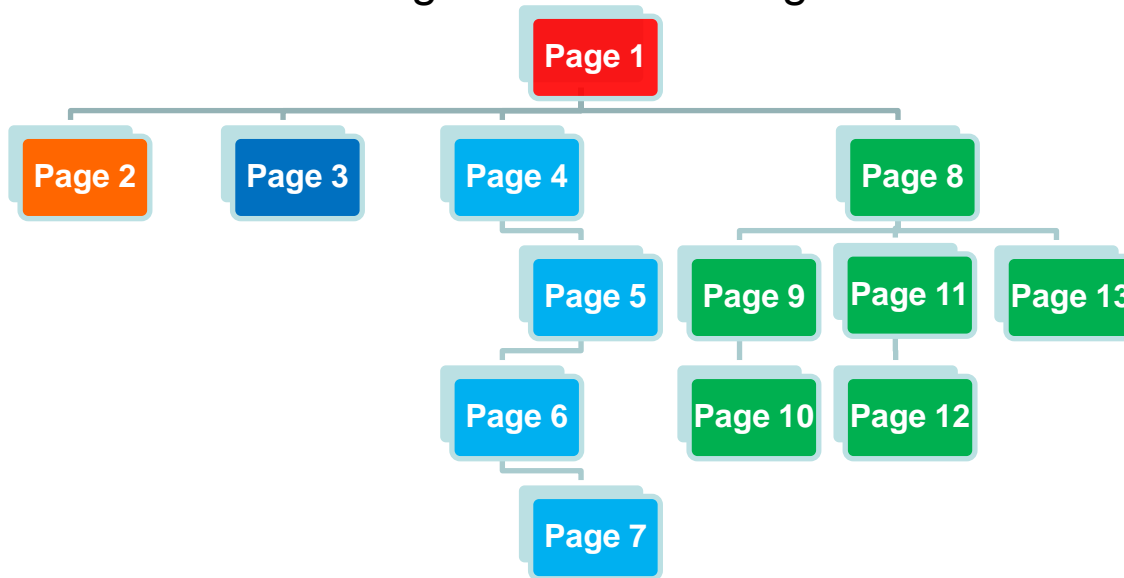
- ⇒ arguments environnementaux et financiers
- ⇒ présentation attractive
- ⇒ informations claires
- ⇒ explications
- ⇒ conseils ...

Site Web engageant

- +
- ⇒ quiz interactif sur les économies d'énergie
- ⇒ dispositif d'engagement personnel
- « *Je m'engage à installer chez moi une nouvelle ampoule économique...* »

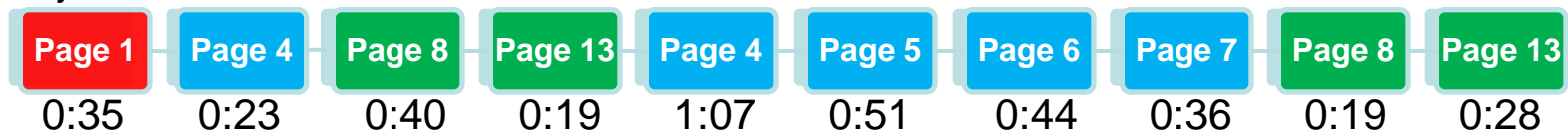
OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

⇒ Permettre une navigation autonome grâce à une structure hypertextuelle



⇒ Mettre en place le suivi informatique des parcours des internautes (conception d'un outil de *WebAnalytics*)

Sujet A :



...

MÉTHODOLOGIE

⇒ Plan d'expérience : 2x2 + groupe contrôle

- dispositif argumentatif / engageant,
- liberté évoquée / non évoquée

⇒ Échantillonnage :

- non probabiliste (sur place),
- 338 visiteurs du magasin Ikea Toulon
- ayant habitude d'utiliser Internet

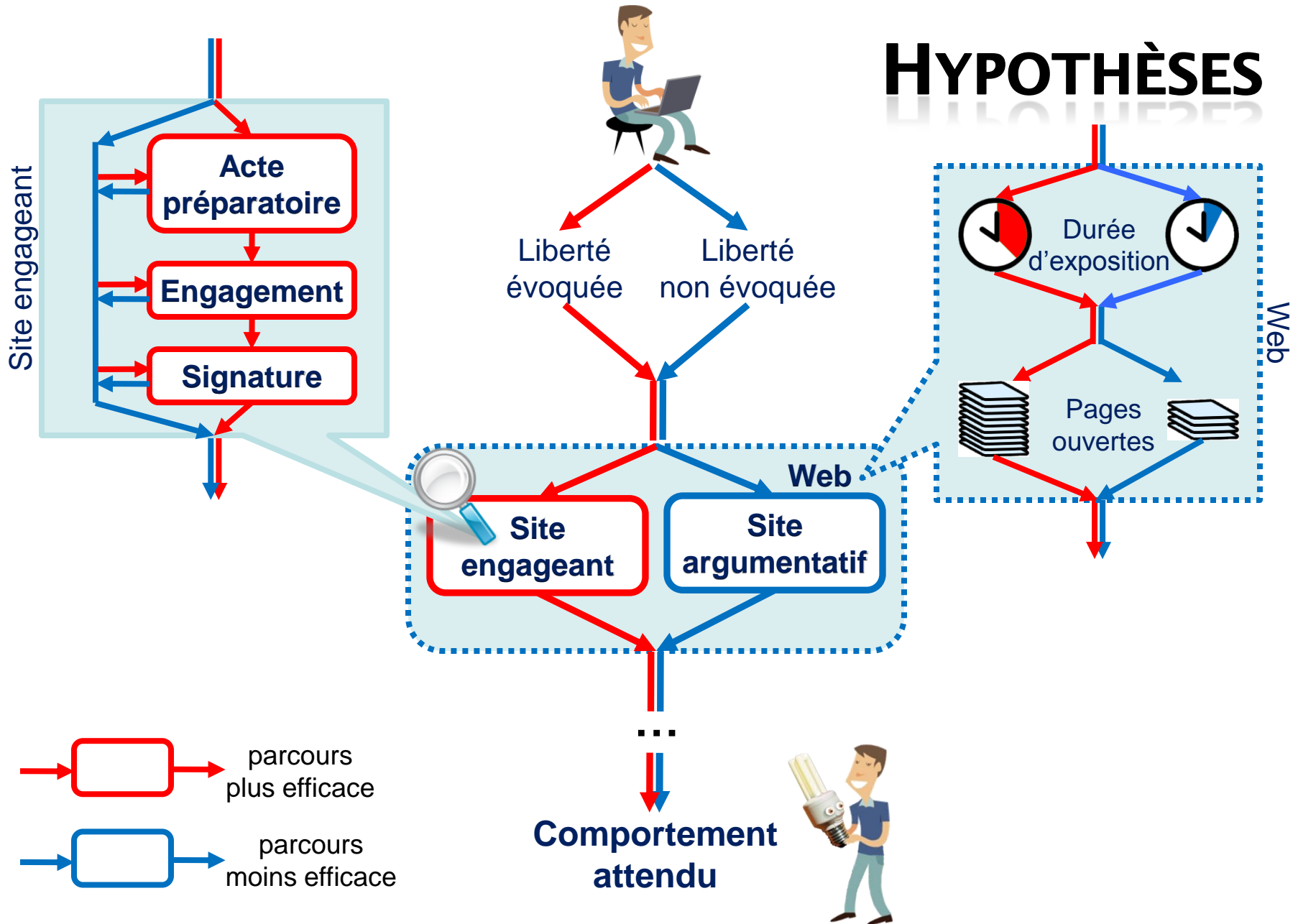
⇒ Procédure expérimentale :

- exposition à un des 2 sites Web (sauf groupe contrôle)
- appel téléphonique 14 jours plus tard

TERRAIN

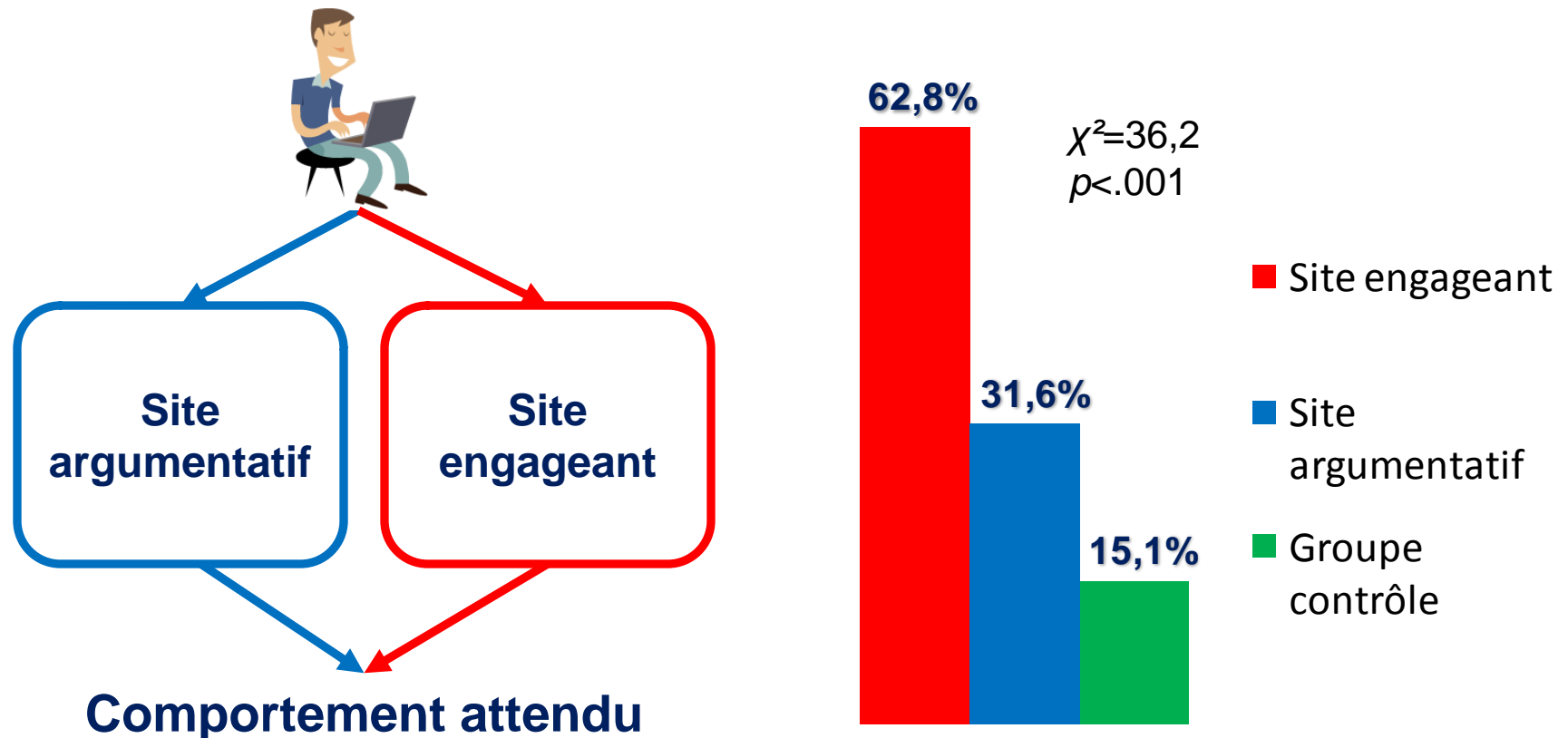
Semaine du Développement Durable – 01 au 07 avril 2008 – IKEA Toulon





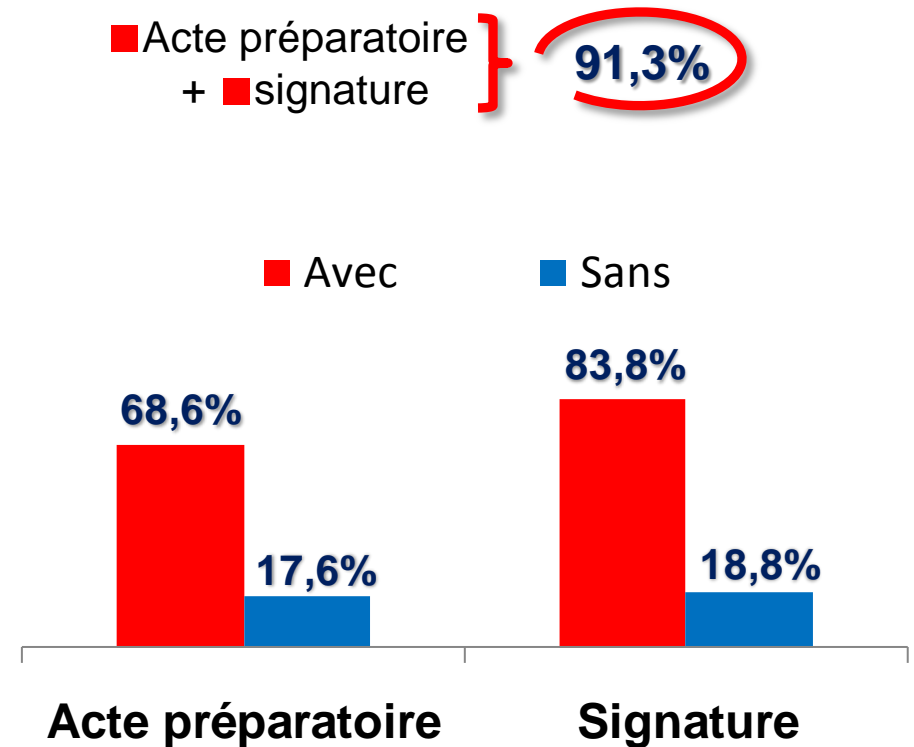
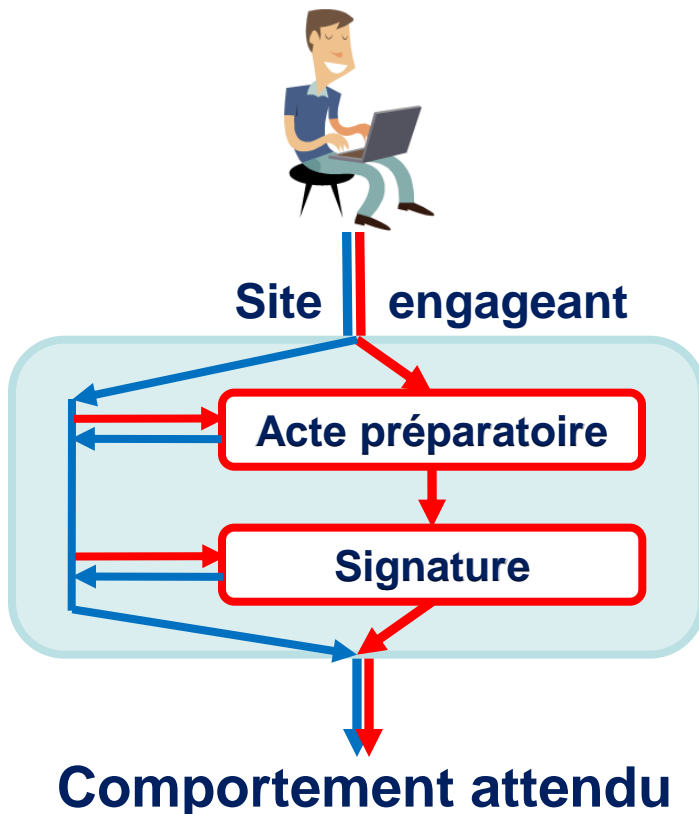
PRINCIPAUX RÉSULTATS

1. Effet du type de dispositif Web sur le comportement attendu



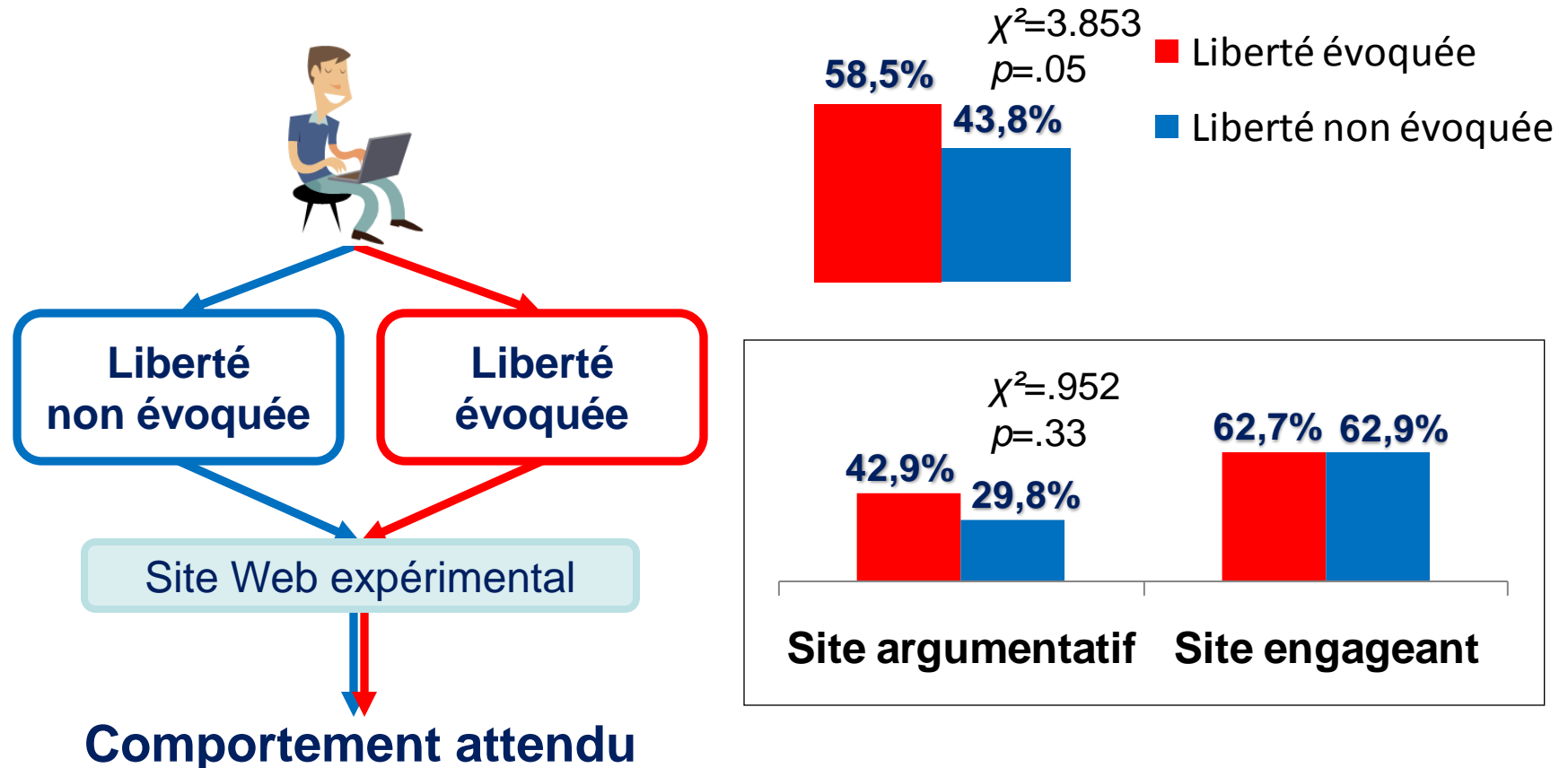
PRINCIPAUX RÉSULTATS

2. Effet de l'acte préparatoire et de la signature d'engagement



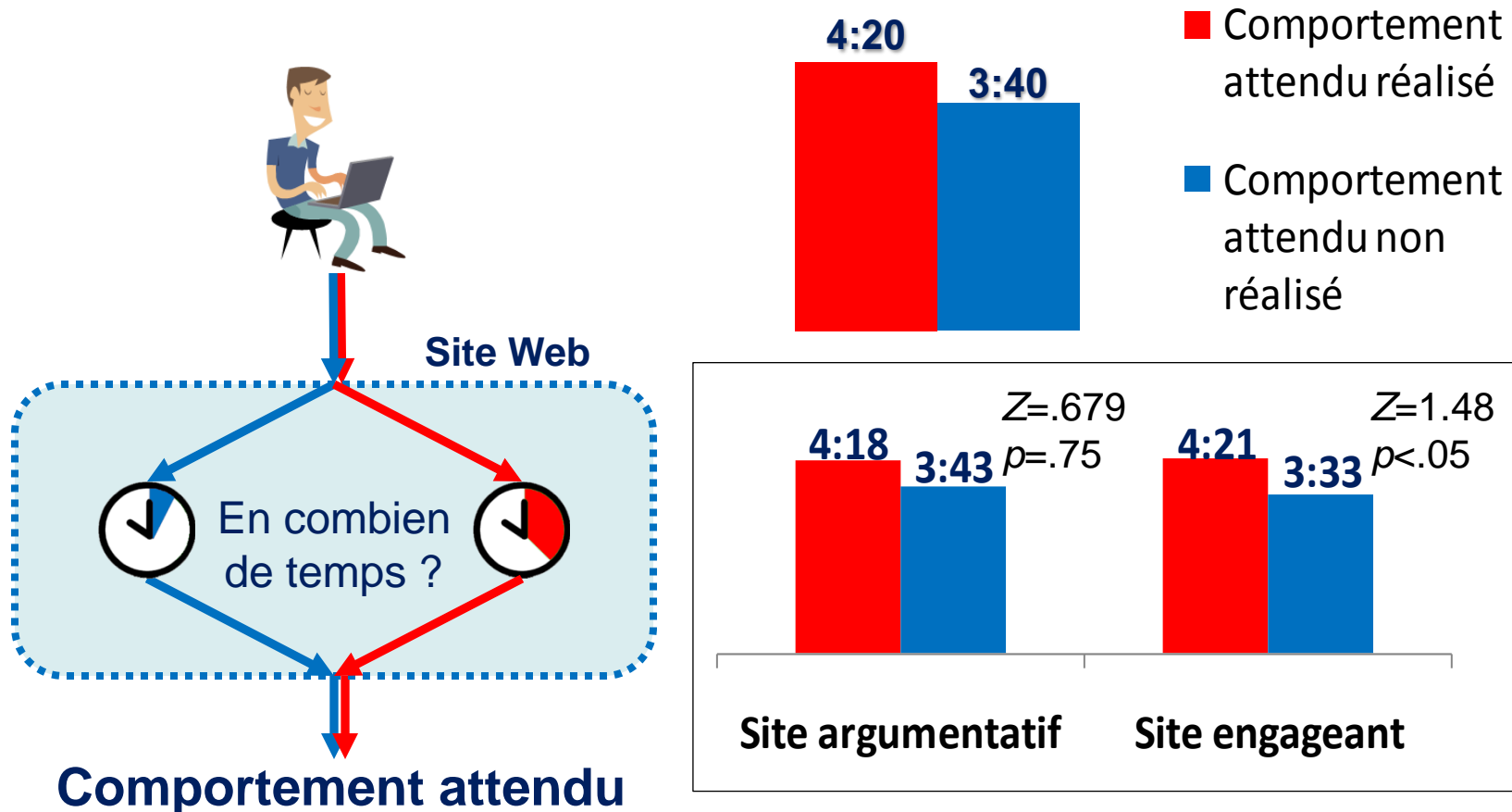
PRINCIPAUX RÉSULTATS

3. Effet de l'évocation de liberté sur le comportement attendu

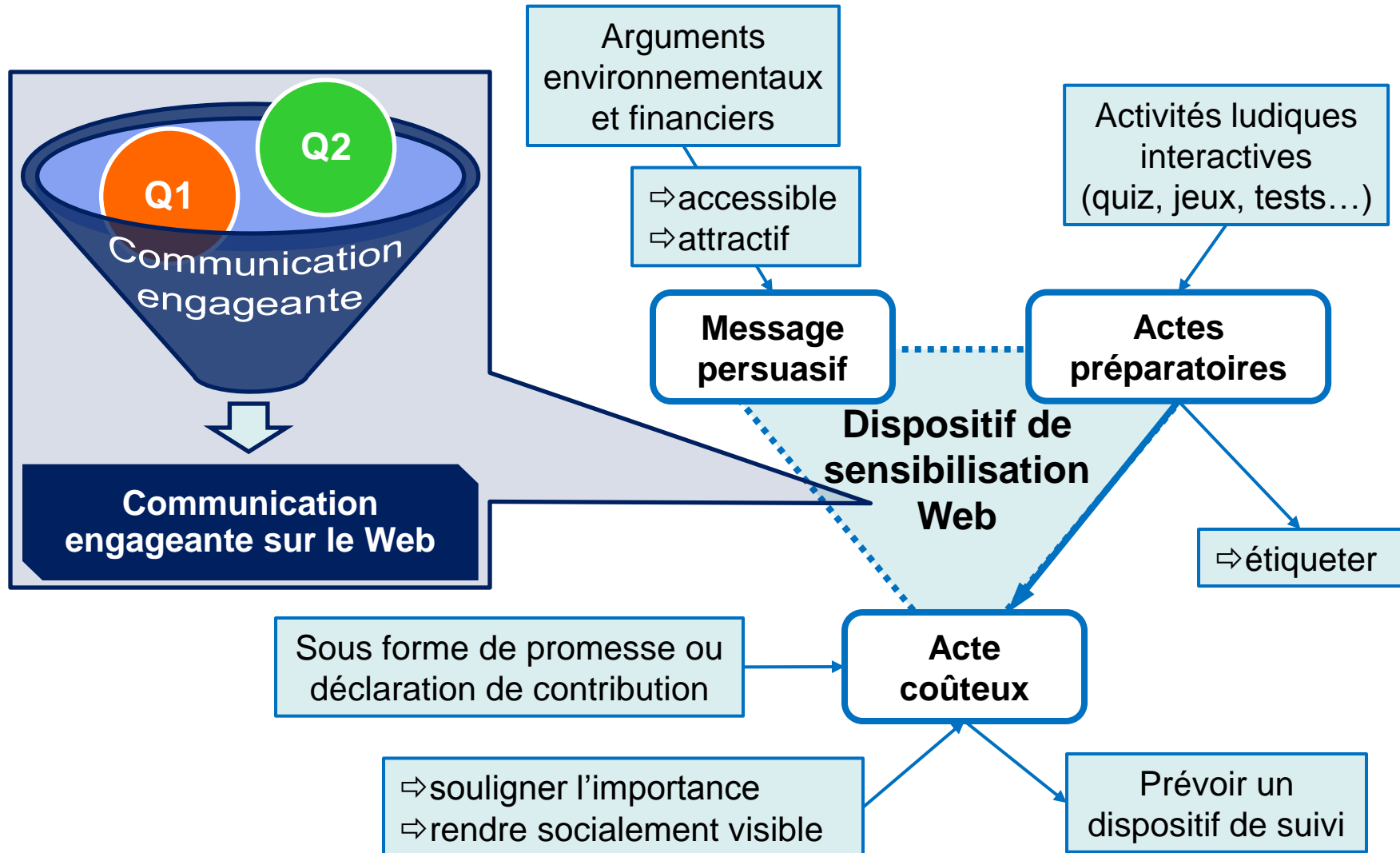


PRINCIPAUX RÉSULTATS

4. Effet du temps d'exposition sur le comportement attendu sur le comportement attendu



PRINCIPAUX RÉSULTATS





3. CONCLUSION

APPORTS ET LIMITES

⇒ Apports :

- transposition du paradigme de l'engagement au contexte d'un vrai média numérique (le Web)
- mesure d'impact de dispositifs de sensibilisation Web en termes de comportements effectifs

⇒ Limites :

- propres à la méthodologie expérimentale (contraintes du milieu naturel, représentativité de l'échantillon, ...)
- modèles théoriques réducteurs
- question du caractère éthique de la logique engageante

PERSPECTIVES DE RECHERCHE

⇒ Communication engageante sur le Web

- quels domaines et frontières d'application ?
- facteurs prédictifs de la probabilité de l'acceptation de la requête
- quelle cible prioritaire ?
- quel potentiel pour susciter des comportements durables ?
- aspects interculturels de la soumission librement consentie

⇒ Nouvelles stratégies de sensibilisation

- explorer l'apport du *marketing social* et *marketing social communautaire*
- apport de l'*approche sémio-pragmatique*, de la *captologie*

⇒ Passage du niveau individuel au collectif

- *communication instituante* : quelles formes concrètes ? comment impliquer l'ensemble des acteurs ? comment agir à l'international ?