



resilience now

Solutions durables pour communautés résilientes

<http://resilience.ngo>

Psychologie du changement

Cours express

Ce cours express présente les principes de base de ce qui pousse les gens à changer leurs habitudes. Ces outils sont utiles pour introduire de nouvelles pratiques au sein de communautés.

Contenu:

- Ce qui marche
- Ce qui ne marche pas
- Atteindre les acteurs du changement
- Assurer un apprentissage efficace
- Utiliser ces outils dans un projet

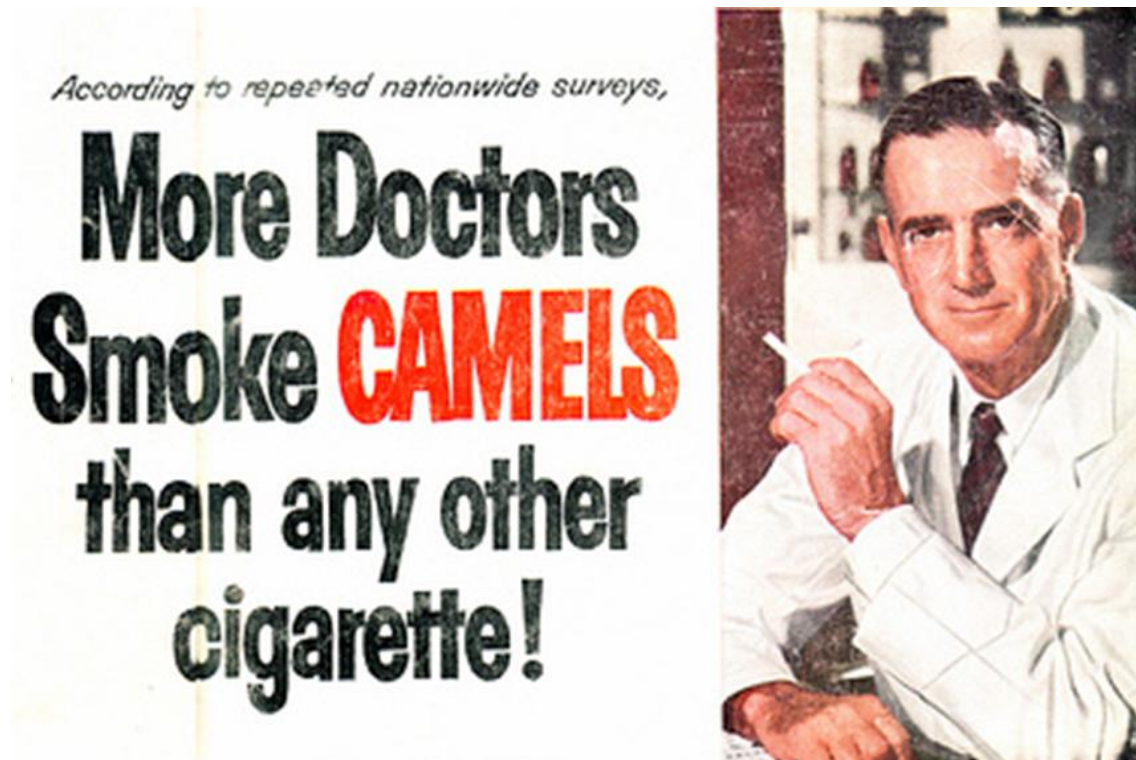
Certaines illustrations ont été trouvées sur le web.
Merci à leurs auteurs de les avoir partagées.

resilience now

**Ce qui ne
marche pas**

Ce qui ne fonctionne pas

Ne vous contentez pas de donner une information



Avoir accès à l'information n'est pas ce qui fait que les gens vont changer leurs pratiques.

Autrement, les docteurs ne fumeraient pas, n'est-ce pas ?

Ce n'est pas de savoir que leur comportement est mauvais qui pousse les gens à en changer.

Ni même la motivation (nous voulons tous perdre du poids, pas vrai ?)

Ce qui ne fonctionne pas

***... même si c'est sur la
meilleure solution qui soit.***



Des femmes rencontrées en camps de réfugiés au Chad vantaient les avantages du cuiseur solaire par rapport aux foyers à bois utilisés habituellement en Afrique : *“Finies, les heures fastidieuses à ramasser du bois hors du camp dans des conditions dangereuses et de passer son temps à alimenter le feu et touiller pour que la nourriture n'accroche pas. Terminés, les accidents, les brûlures, l'odeur de fumée sur les vêtements, la toux et les problèmes pulmonaires... Avec le cuiseur solaire, il suffit de préparer le plat et d'expliquer aux enfants comment suivre la course du soleil. Vous pouvez ensuite aller faire ce que vous avez à faire.”*

Elles affirmaient qu'elles ne reviendraient pas à leur pratique antérieure, même après être retournées à leur vie normale.

Ce qui ne fonctionne pas



Le cuiseur solaire est donc indubitablement un bon mode de cuisson comparé au foyer à bois. Il devrait donc devenir la norme partout où la collecte du bois posent problème, n'est-ce pas ? Et bien non !

La seule raison pour laquelle ces femmes en camps de réfugiés avaient adopté le cuiseur solaire est qu'elles n'avaient pas le choix. L'alternative était de se risquer à l'extérieur du camp pour collecter le bois, et subir les violences des habitants locaux, eux-mêmes sous stress.

Les gens ne vont donc pas forcément adopter une nouvelle pratique parce qu'ils savent qu'elle est meilleure pour eux. Il existe de nombreux exemples de bonnes solutions que les gens n'adoptent pas, alors qu'ils les connaissent. Peu importe la pertinence de l'alternative proposée, fournir simplement l'information ne suffit pas.

Ce qui ne fonctionne pas

***Ne basez pas votre
argumentaire sur les
problèmes à venir.***

L'état de *dissonance cognitive* apparaît lorsque la conviction et le comportement d'une personne sont en contradiction.

Le sentiment d'inconfort qui suit conduit nécessairement la personne à modifier l'un des deux dans le but de restaurer un état de *consonance cognitive*.

(Leon Festinger, 1957).

On ne peut agir que
conformément à ce qu'on
croit et croire selon la
manière dont on agit.

Leon Festinger

Ce qui ne fonctionne pas



Voici un exemple.

Disons que mon style de vie ne prends pas en compte le changement climatique. Si je commence à croire que le changement climatique est bien réel, je suis dans une situation de dissonance cognitive entre mes convictions et mon comportement. Je peux la résoudre de deux façons:

1/ Je peux **changer mon comportement** pour adopter un style de vie qui tient compte du changement climatique.

OU

2/ Je peux **changer mes convictions** en acquérant de nouvelles informations : la prochaine conférence internationale résoudra le problème, les nouvelles technologies trouveront des solutions, mes actions sont trop petites pour avoir de l'impact, je ne souffrirai pas directement des conséquences...

Il est très difficile de changer des comportements bien ancrés. Il est bien plus facile de changer ses croyances !

resilience now

Ce qui ne fonctionne pas



Le puissant besoin de réduire notre dissonance cognitive explique pourquoi la stratégie moralisatrice et pessimiste de certains défenseurs de l'environnement ne fonctionne pas : alerter les gens des conséquences négatives de leurs pratiques peut être contre-productif et les conduire au déni, ce qui est plus facile à faire que de changer les habitudes !

Heureusement, cette stratégie touche à sa fin : une vidéo de l'UICN (Union International pour la Conservation de la Nature) affirme déclare que c'est l'amour de la nature qui pousse les gens à agir, pas la perspective de la sa perte.

resilience now

Ce qui marche

Ce qui fonctionne

Laissez les gens tirer leurs propres conclusions.



Voici une astuce d'avocat : ne tirez pas de conclusions vous-même. Présentez vos arguments et laissez le juge tirer la conclusion de ce que vous venez de dire. C'est bien plus efficace.

Si vous dites aux gens que leurs pratiques menacent leur environnement et donc à terme leurs moyens d'existence, ils se demanderont pour qui vous vous prenez pour leur faire la morale.

Mais si vous leur donnez l'espace et les méthodes pour analyser leur situation, cela aura beaucoup plus d'impact parce qu'ils seront les auteurs de des conclusions.

Ne leur dites pas les problèmes qu'ils ont ; laissez-les les découvrir. Faites-leur faire leur propre analyse de résilience.

Ce qui fonctionne

Utilisez l'apprentissage de pair à pair



L'influence du groupe est très puissante. Les gens veulent absolument faire comme leurs voisins.

Utilisez donc l'apprentissage de pair à pair et présentez les nouveaux comportements par ceux qui les utilisent déjà.

resilience now

Ce qui fonctionne



Une illustration de l'impact du comportement des voisins :

Lors d'un été très chaud en Californie, des étudiants en sociologie devaient arriver à conduire des habitants à utiliser les ventilateurs plutôt que la climatisation. Ils ont utilisé dans trois quartiers trois messages différents : "Économisez \$54 par mois cet été"; "Protégez l'environnement"; "Prévenez les coupures de courant". Aucun de ces messages n'eut d'impact sur la consommation énergétique.

C'est un quatrième message qui permit de réduire la consommation énergétique : "77% de vos voisins ont affirmé qu'ils utiliseront cet été des ventilateurs et non la climatisation. Faites comme eux."

(Alex Laskey: Comment la science comportementale peut réduire votre facture énergétique.)

Ce qui fonctionne

Focalisez-vous sur les avantages du nouveau comportement



La méthode de l'entretien motivationnel a été développée dans le domaine de la toxicomanie, pour aider au sevrage.

La motivation basée sur les avantages du nouveau comportement (motivation intrinsèque) est un facteur de changement beaucoup plus efficace que la motivation basée sur les inconvénients du comportement habituel (motivation extrinsèque).

(Motivational Interviewing, William R. Miller, 1983)

Utilisez la projection positive: faites en sorte que les bénéficiaires visualisent leur vie avec le nouveau comportement.

Ce qui fonctionne

***Faites en sorte que les gens
décident d'une action***



“Pouvez-vous surveiller mon sac pendant que je vais aux toilettes?”

Et hop ! Vous êtes coincé. Vous allez surveiller le sac. Vous l’avez décidé. Bon, il est vrai que vous avez été forcé à le faire...

De manière étonnante, le comportement des gens ne dépend pas de leurs idées, convictions ou croyances, mais de ce qu’ils se sont engagés à faire à un moment donné. Regardez tout ce que vous êtes amenés à faire pour votre travail ou vos relations.

(Moriarty, 1975).

Ce qui fonctionne



L'une des expériences les plus célèbres s'est déroulée à une terrasse de café. Elle se déroulait de la manière suivante : Un expérimentateur demande du feu au sujet. Comme il ne peut lui en fournir, l'expérimentateur se lève pour en chercher ailleurs, laissant son sac sans surveillance. Si un complice vient pour voler le sac, seulement 12,5% des personnes observées réagissent.

Mais si avant de partir l'expérimentateur demande : "Pouvez-vous garder un oeil sur mon sac pendant que je cherche du feu ?", alors 100% des sujets tiendront tête au voleur de sac. (*Moriarty, 1975*).

Ce qui fonctionne



(Il est intéressant de voir que la réponse à la question : “Pouvez-vous surveiller mon sac ?” est toujours : “Oui” !)

Même personne, même situation, et pourtant des comportements différents. Pourquoi ? La différence tient dans la décision : le sujet avait accepté de surveiller le sac.

Les gens ont tendance à se comporter comme ils sont engagés à le faire. Faites donc élaborer par vos bénéficiaires un plan d'action, ils y a de grande chances qu'ils agiront en conformité.

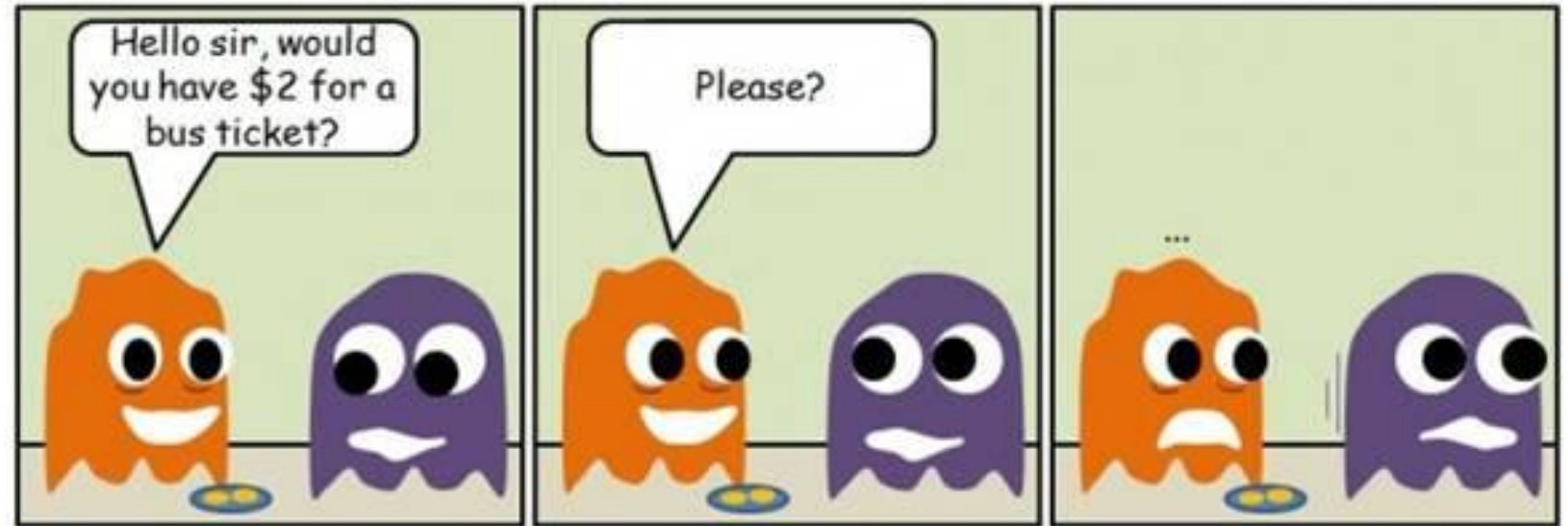
Ce qui fonctionne

D'abord, un premier pas...

On peut aider les gens à prendre une décision par un acte préparatoire :

Il y a la technique du “pied dans la porte”: demandez une petite chose que la personne ne pourra refuser, puis demandez ce que vous voulez vraiment.

NORMALLY



VINHLY



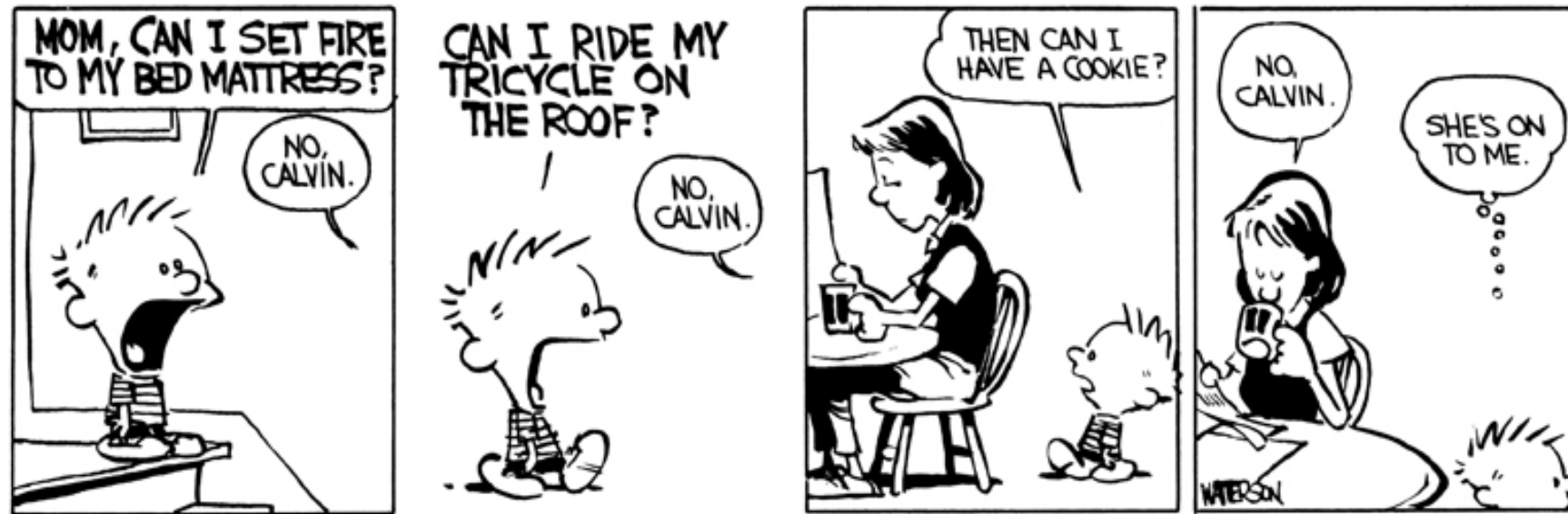
www.vinh.ly

resilience now

Ce qui fonctionne

Et il y a la technique de “la porte dans le nez” : demandez une chose de tellement énorme que la personne devra la refuser, puis demandez ce que vous voulez vraiment.

(Cann, Sherman et Elkes, 1975)



« M'man, est-ce que je peux mettre feu à mon matelas ? » « Non, Calvin. »

« Est-ce que je peux faire du vélo sur le toit ? » « Non, Calvin. »

« Alors est-ce que je peux avoir un biscuit ? » « Non, Calvin. »

(Elle m'a vue venir)

Ce qui fonctionne



Voici un exemple de mise en œuvre de ces techniques :

Le but est d'obtenir des habitants de Bloomington qu'ils distribuent aux passants des prospectus sur la sécurité routière.

Pour les faire accepter cette requête:

- On demande à un premier groupe de répondre à trois petites questions sur la sécurité routière. C'est la stratégie du « pied dans la porte » : la plupart des gens accepteront cette petite requête.
- On demande à un second groupe de compter pendant deux heures le nombre de véhicules traversant une importante intersection. C'est la stratégie de « la porte dans le nez » : la plupart des gens refusent cette importante requête.

Dans les deux cas, après ces deux requêtes initiales, les gens ont plus facilement accepté de faire ce qu'on attendait d'eux, c'est-à-dire de distribuer des prospectus .

Ce qui fonctionne

... puis un engagement plus important.



L'engagement est renforcé quand:

- Il a été pris librement, explicitement et publiquement;
- Il découle de raisons personnelles plutôt que de raisons extérieures (promesse de récompense ou crainte de la punition);
- Il a un prix important (argent, temps, énergie...), a beaucoup de conséquences et est irrévocable.

(Théorie de l'engagement, Joule & Girandola, 2007) .

Ce qui fonctionne

Impliquez les chefs religieux et traditionnels

Les croyances ont une part importante dans la prise de décision.



resilience now

**Atteindre
les acteurs
du changement**

Atteindre les acteurs du changement

Travaillez avec les femmes



L'Université de Pennsylvanie a conduit une étude pour découvrir **ce qui prédisait le succès dans la vie de quelqu'un**. Était-ce l'intelligence, l'argent, l'environnement et les compétences sociales, la créativité, l'estime de soi, les diplômes ? Rien de cela.

Ils découvrirent que le seul dénominateur commun au succès était... la ténacité. La ténacité se traduit par la passion et la persévérance pour un objectif à long terme. Ne pas se laisser distraire par des récompenses à court terme mais rester focalisé sur la réussite à long terme.

Et quelle catégorie de la population met particulièrement la persévérance en pratique ? Les femmes ! C'est peut-être pour cela que les femmes sont connues comme de bonnes actrices du changement.

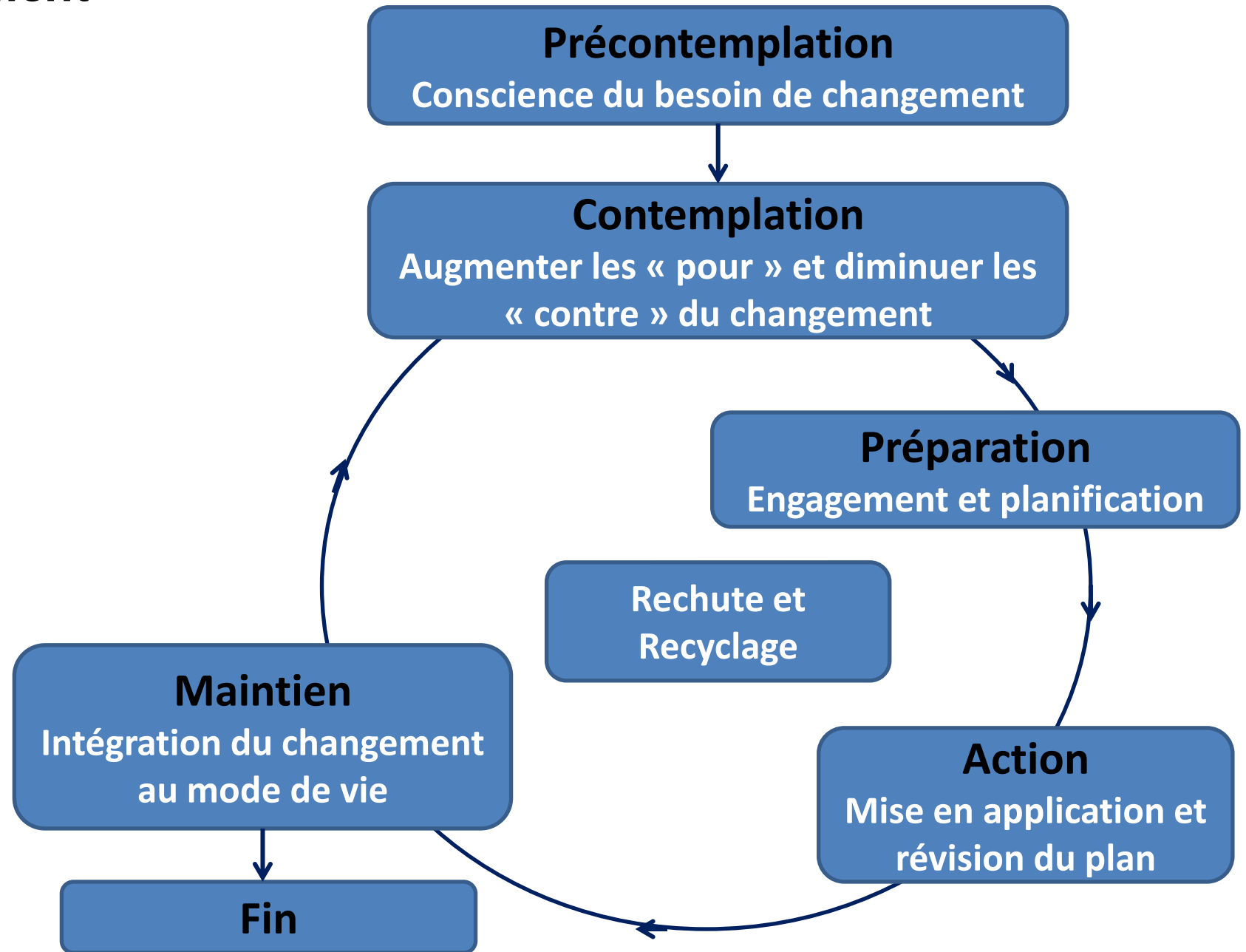
Atteindre les acteurs du changement

Adaptez votre approche

Le modèle trans-théorique du changement de comportement a été développé lors des recherches sur la toxicomanie.

Ce modèle aide à évaluer si les individus sont prêts à adopter un nouveau comportement, et fournit des stratégies à chaque étape.

Voici les différentes étapes :



Atteindre les acteurs du changement

Il faut donc adapter son discours :



Précontemplation: Le sujet n'a pas conscience du problème, ni l'intention de modifier son comportement dans un avenir proche.

Contemplation: Conscience du problème, réflexion sérieuse sur la façon de le dépasser, mais pas d'engagement à agir.

Préparation: Tentatives infructueuses dans le passé pour agir face au problème, intention de passer à l'action dans un futur proche.

Action: Modification du comportement, des expériences, ou de l'environnement dans le but de surmonter le problème.

Maintien : Consolidation des buts atteints grâce à l'action, et prévention des rechutes.

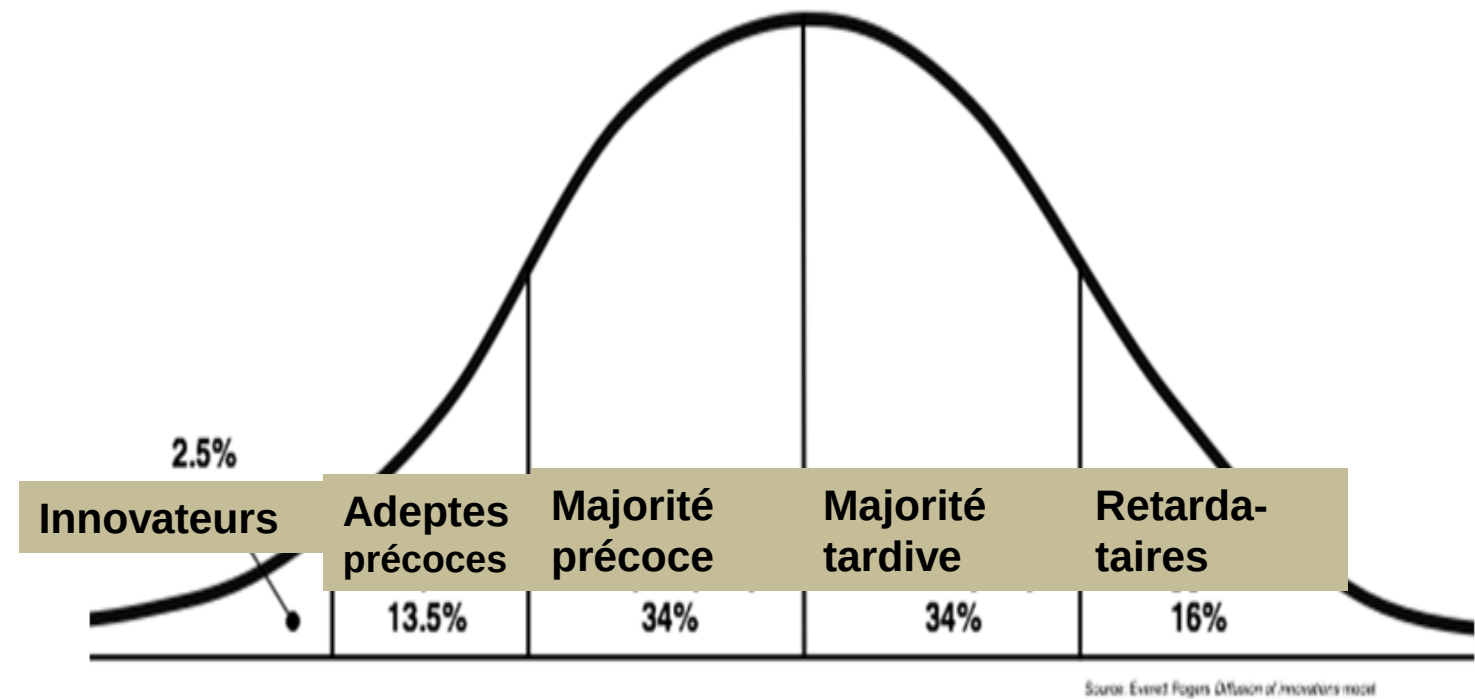
resilience now

Atteindre les acteurs du changement

Trouvez des innovateurs

Dans le schéma d'introduction des innovations, nous savons que la population est divisée entre les innovateurs, les adeptes précoces, la majorité précoce, la majorité tardive, et les retardataires.

Travaillez avec les innovateurs, ceux qui n'ont pas peur de se détacher du groupe et d'essayer de nouvelles choses.



resilience now

**Assurer un
apprentissage
efficace**

Assurer un apprentissage efficace

Utilisez un processus ultra-participatif

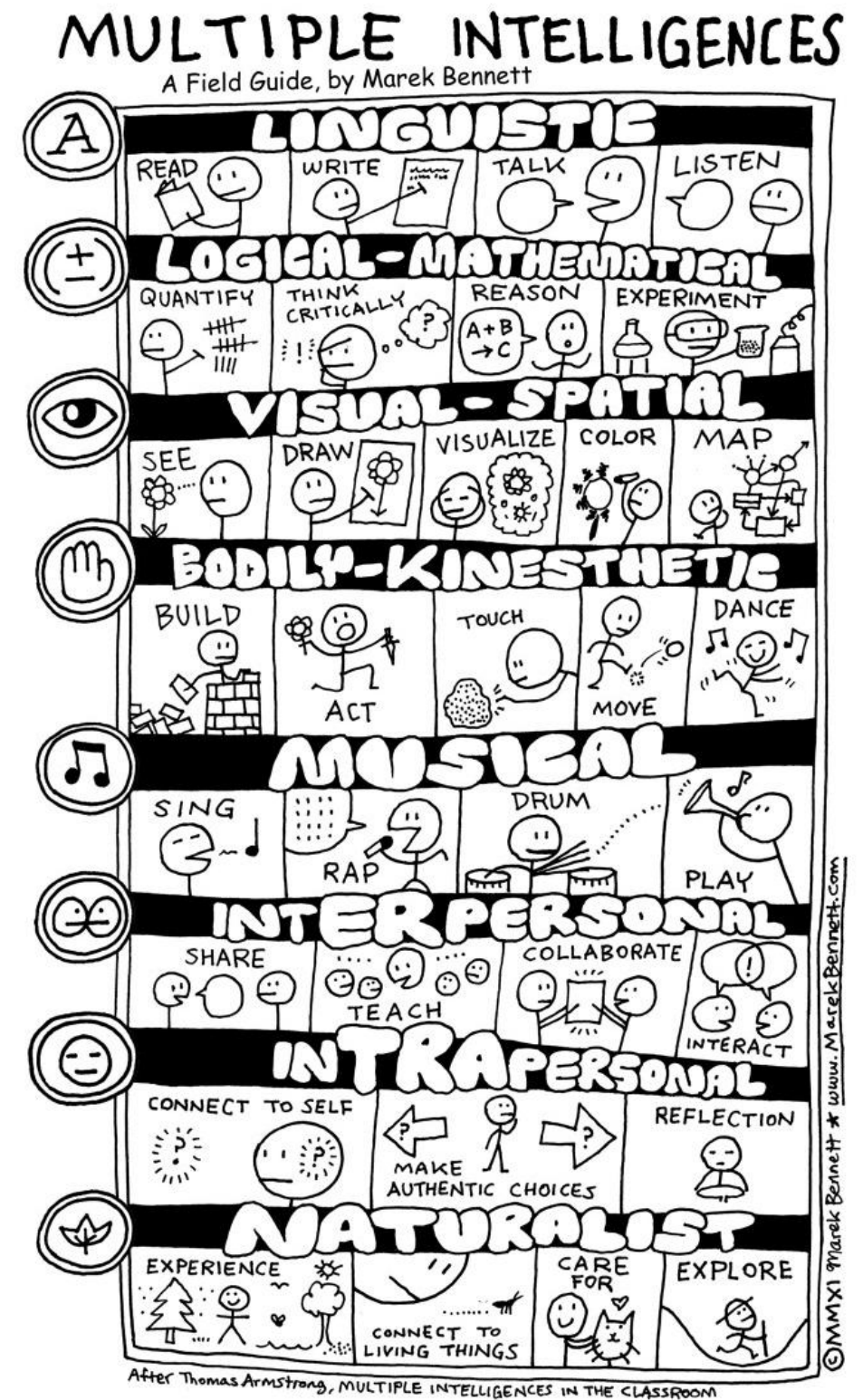
- Ne pas pointer du doigt les problèmes mais soutenir la communauté dans la réalisation de sa résilience socio-environnementale.
- Ne pas identifier de solutions mais encourager la communauté à apprendre des autres.
- Ne pas suggérer comment mettre en application mais soutenir la communauté dans l'élaboration d'un plan d'action.



Assurer un apprentissage efficace

Utilisez les différentes formes de mémoire et d'intelligence

Il existe différents types de mémoire et d'intelligence et, **pour transmettre efficacement une connaissance, il est préférable la présenter plusieurs fois** en utilisant plusieurs techniques d'enseignement, de manière à faire jouer l'intelligence verbo-linguistique, logico-mathématique, spatiale et visuelle, interpersonnelle, intrapersonnelle, corporelle, musicale et naturaliste.



Assurer un apprentissage efficace

Placez les apprenants en position d'enseignants



Nous n'apprenons jamais mieux qu'en enseignant nous-mêmes.

(Bénéfice additionnel : les apprenant sont alors mis dans la position d'être des personnes ressources pour le futur.)

resilience now



**Nous
espérons que
ces outils
vous seront
utiles dans
vos projets.**

<http://resilience.ngo>