

## Introduction

La théorie d'encadrement d'objectifs (Lindenberg & Steg, 2007) est principalement influencée par des recherches en psychologie sociale cognitive et intègre des concepts de différentes théories tels que le « Modèle d'activation des normes morales » (Fiche 2) et la « Théorie du comportement planifié » (Fiche 1). **Elle postule que les objectifs encadrent la façon selon laquelle les gens traitent l'information et agissent par rapport à cela.** Quand un objectif est activé, il va influencer ce que la personne pense à ce moment, à quelle information elle est particulièrement sensible, les alternatives qu'elle perçoit et comment elle agit (Steg & Nordlund, 2013).

## Explication

D'après cette théorie, quand une personne change ses objectifs, elle va percevoir la situation de manière différente. Le comportement est le résultat de différents objectifs, compatibles ou pas, même s'il est probable qu'un objectif soit plus dominant que les autres (Lindenberg & Steg, 2007). Il existe trois types d'objectifs et ils sont particulièrement importants pour le comportement écologique.

### 1. Trois types d'objectifs

#### **Objectifs hédonistes** : Se sentir bien maintenant

Généralement, ils agissent à court terme et le but est de nous faire sentir mieux dans une situation donnée. Les gens qui agissent plutôt par un encadrement des objectifs hédonistes, vont être particulièrement sensibles à ce qui augmente ou réduit leur plaisir et qui affecte leur humeur.

*Par exemple, une personne pourrait baisser la température de son chauffage pendant qu'elle n'est pas chez elle pour économiser d'énergie. Mais comme elle aime bien qu'il fasse déjà chaud quand elle arrive chez elle, elle préfère le garder à une haute température. C'est plus simple, plus confortable, et cela va lui permettre de se sentir bien, lui éviter de faire des efforts (changer la température) et lui procurer un plaisir immédiat (arriver dans une maison chaude).*

#### **Objectifs de profit** : Garder et augmenter ses ressources

Ils provoquent une plus grande sensibilité de la personne vis-à-vis de ses propres ressources. Ils sont visés à moyen ou long terme. C'est l'augmentation des gains ou la prévention des pertes de ses ressources qui permettent de savoir si ces objectifs sont atteints.

*Par exemple, une personne dont l'objectif de profit est activé, va préférer baisser la température du chauffage chaque fois qu'elle ne sera pas chez elle, parce que cela lui permettra de faire des économies et donc va répondre à l'objectif de prévenir une perte d'argent.*

#### **Objectifs normatifs** : Agir correctement

Ils vont activer la sensibilité de ce que les gens pensent qu'ils doivent faire ou qu'il est correct de faire, selon leur propre regard ou celui des autres. En effet nous sommes sensibles à ce que l'on pense qu'on doit faire (nous-mêmes et les autres), mais aussi à ce que l'on observe que les autres personnes font.

*Par exemple, une personne qui a un encadrement d'objectifs normatifs activé, va baisser la température du chauffage quand la fenêtre est ouverte même si elle ne paye pas la facture d'électricité, juste parce que c'est la « bonne » chose à faire. Cette action sera encore plus encouragée si la personne voit que dans son travail, ses collègues le font aussi.*

## 2. Normes intelligentes et priorisation des objectifs

Cette théorie affirme que, lorsqu'on parle d'un encadrement d'objectifs normatifs, le but principal est d'agir correctement : la personne va essayer de se souvenir de sa propre expérience ou va chercher dans son environnement quelle est la bonne façon d'agir dans une situation donnée. Lorsque les normes ne sont pas assez claires, cela va être difficile pour elle de savoir quels sont les comportements corrects. On appelle ce type de normes « **normes intelligentes** », parce qu'on a besoin de faire des efforts intellectuels pour savoir comment agir correctement. Quand on se confronte à une norme intelligente, on a besoin d'informations sur l'action correcte à faire. Cet **accès à l'information** est essentiel car lorsqu'on veut agir correctement mais qu'on ne sait pas comment, on va probablement donner plus d'importance aux objectifs hédonistes ou de profit plutôt qu'aux objectifs normatifs (Lindenberg & Steg, 2007).

*Par exemple, si une personne n'a pas l'information pertinente sur la manière d'économiser de l'énergie lorsqu'elle utilise le chauffage, elle ne saura pas si la meilleure option est de chauffer un peu quand elle n'est pas là pour maintenir la température, ou d'allumer les radiateurs en rentrant ce qui consomme finalement plus d'énergie pour monter en température.*

Comme nous l'avons expliqué, plusieurs types d'objectifs peuvent être activés en même temps. Selon la situation, l'un d'entre eux va être **l'objectif principal** (celui à qui on donne plus d'importance) et va influencer de manière plus importante le traitement d'information, alors que les autres auront un rôle secondaire et vont augmenter ou diminuer la force de l'objectif principal. Quand les **objectifs secondaires** sont compatibles avec l'objectif principal, ils vont le rendre plus fort.

*Par exemple, quand les objectifs normatifs sont les principaux, une personne est plus motivée pour agir de manière écologique et sera motivée pour changer le vieux chauffage par un nouveau qui dépense moins d'énergie. Cette action fait aussi économiser de l'argent (objectif de profit) et avoir plus de confort (objectif hédoniste). Ces objectifs secondaires vont donc fortifier l'objectif normatif.*

Si l'objectif principal et les objectifs secondaires sont en désaccord, ces derniers vont affaiblir l'objectif principal.

*Par exemple, si pour cette personne le fait de changer le chauffage implique un fort investissement économique et de grands efforts pour trouver quelqu'un pour l'installation, les objectifs de profit et hédonistes pourraient affaiblir l'objectif normatif et provoquer la décision de ne pas changer le vieux chauffage.*

Généralement, **les objectifs normatifs stimulent le plus les comportements en faveur de l'environnement et de manière plus stable**. Quand une personne a des comportements écologiques basés sur des objectifs de profit ou hédonistes, elle ne persistera probablement pas tant que ces comportements représentent du profit ou du confort pour elle (De Groot & Steg, cité par Steg & Nordlund, 2013). Cela pourrait donner des comportements instables et dépendants de la bonne ou de la mauvaise humeur passagère (objectifs hédonistes) ou dépendants du profit économique (objectifs du profit) (Lindenberg & Steg, 2007).

---

## Applications

Lindenberg et Steg (2007) proposent deux recommandations pour encourager le comportement en faveur de l'environnement.

### Renforcer les objectifs normatifs par l'information

D'après cette théorie, les normes en faveur de l'environnement sont généralement de type normes intelligentes (comme dit plus haut). Elles ont donc besoin de soutien pour rester fortes face aux objectifs hédonistes et du profit. Les objectifs normatifs vont influencer le comportement quand ils sont dominants et quand les gens savent quel est le comportement approprié dans une situation donnée. Il est nécessaire que les gens aient **accès à l'information** sur les problématiques écologiques et des informations pertinentes sur l'impact environnemental lié à leurs comportements pour savoir comment agir de manière plus favorable à l'environnement.

De même, le fait d'avoir un retour d'information (feedback) sur son comportement représente une source d'information qui renforce les objectifs normatifs. Si le retour se fait au niveau individuel, cela peut permettre à la personne de **comparer ses résultats avec ses normes personnelles** (par exemple, avoir un compteur intelligent ou un relevé de consommation avec comparatifs sur plusieurs années). Si c'est au niveau collectif, cela permet de **comparer sa performance avec celles des autres** et donc d'avoir des repères quant aux normes sociales.

Enfin, lors d'une intervention, pour renforcer les objectifs normatifs vis-à-vis des objectifs hédonistes et de profit, on peut associer les normes intelligentes avec une « **charge morale** ». Pour cela, il est possible d'encourager les gens à s'engager volontairement dans des comportements en faveur de l'environnement. En effet, prendre des engagements volontaires stimule les normes personnelles à agir pour l'environnement, et rend plus probable que la personne intériorise la norme en rapport au comportement (Osbaldiston & Sheldon cité par Lindenberg & Steg, 2007). Au contraire, quand le comportement est imposé sans donner une explication rationnelle, les comportements seront moins stables car non basés sur un changement d'attitudes ni de normes.

### **Rendre les objectifs hédonistes et de profit plus compatibles avec les objectifs normatifs**

Quand les gens associent le comportement en faveur de l'environnement à un coût élevé en termes d'effort, d'argent ou de temps, et à quelque chose de pas toujours amusant, ils agiront de manière écologique seulement quand les objectifs normatifs sont plus forts que les objectifs hédonistes et de profit. Il s'agit donc **de rendre les comportements favorables à l'environnement plus attractifs et agréables** et les comportements non favorables à l'environnement moins attractifs et moins agréables.

On peut rendre les objectifs de profit plus compatibles avec les objectifs normatifs en augmentant la gamme d'aspects perçus comme profitables par rapport au comportement. De même, pour que les objectifs hédonistes soient compatibles avec les objectifs normatifs, il faut permettre aux gens de se sentir bien en agissant en faveur de l'environnement, pour qu'ils perçoivent cela comme agréable et/ou confortable.

### **Les éléments phares de cette théorie retraduits par un binôme d'éducateurs lors des Ateliers d'Appui à la Pratique**

Apport de cette théorie : si on arrive à « jouer » sur les objectifs, les encadrer, on arrivera à influencer sur les comportements (puisque tout découle des objectifs).

Trois types d'objectifs : de profit, hédoniste, normatif.

Suivant les personnes, on hiérarchise différemment ces objectifs.

L'un des enjeux est de mettre en avant les objectifs normatifs, liés à ce que les gens pensent qu'ils doivent faire ou qu'il est correct de faire. Le but étant alors d'agir correctement, cela demande réflexion (notion de « norme intelligente »), et nécessite donc que la norme soit claire et évidente pour le public.

Ainsi pour engendrer un processus de changement des comportements, il faut employer beaucoup de moyens d'information et de communication. Lorsque les informations sont multiples et contradictoires, en tant qu'animateur, on a la responsabilité de décortiquer toute la masse des informations et expertises. Il est important aussi de bien communiquer en amont pour que le groupe soit en mesure d'adhérer aux objectifs dès le début.

De plus il est important dans nos démarches, d'assembler plusieurs objectifs entre eux plutôt que de se focaliser sur un seul objectif (sur celui de profit par exemple).

L'enjeu n'est pas forcément de faire sortir tout le monde de son objectif égoïste, mais plutôt de tendre vers des objectifs normatifs en jouant aussi sur les objectifs hédonistes et de profit.

On imagine la possibilité d'animer des échanges entre les participants/pairs pour faire évoluer, en étapes, les objectifs de chacun.

---

## **Bibliographie**

**Lindenberg, S., & Steg, L.** (2007). Normative, Gain and Hedonic Goal Frames Guiding Environmental Behavior. *Journal of Social Issues*, 63(1), 117-137.

**Steg, L., & Nordlund, A.** (2013). Models to explain environmental behavior. Dans L. Steg, A. Van den Berg, & J. De Groot (dir), *Environmental psychology. An introduction*. (p. 185-195). Oxford: BPS Blackwell.