

Utilisation des théories de l'engagement dans le sevrage tabagique

[GEST 2014 - Paris](#)

L'entretien motivationnel

III - Renforcer l'engagement au changement

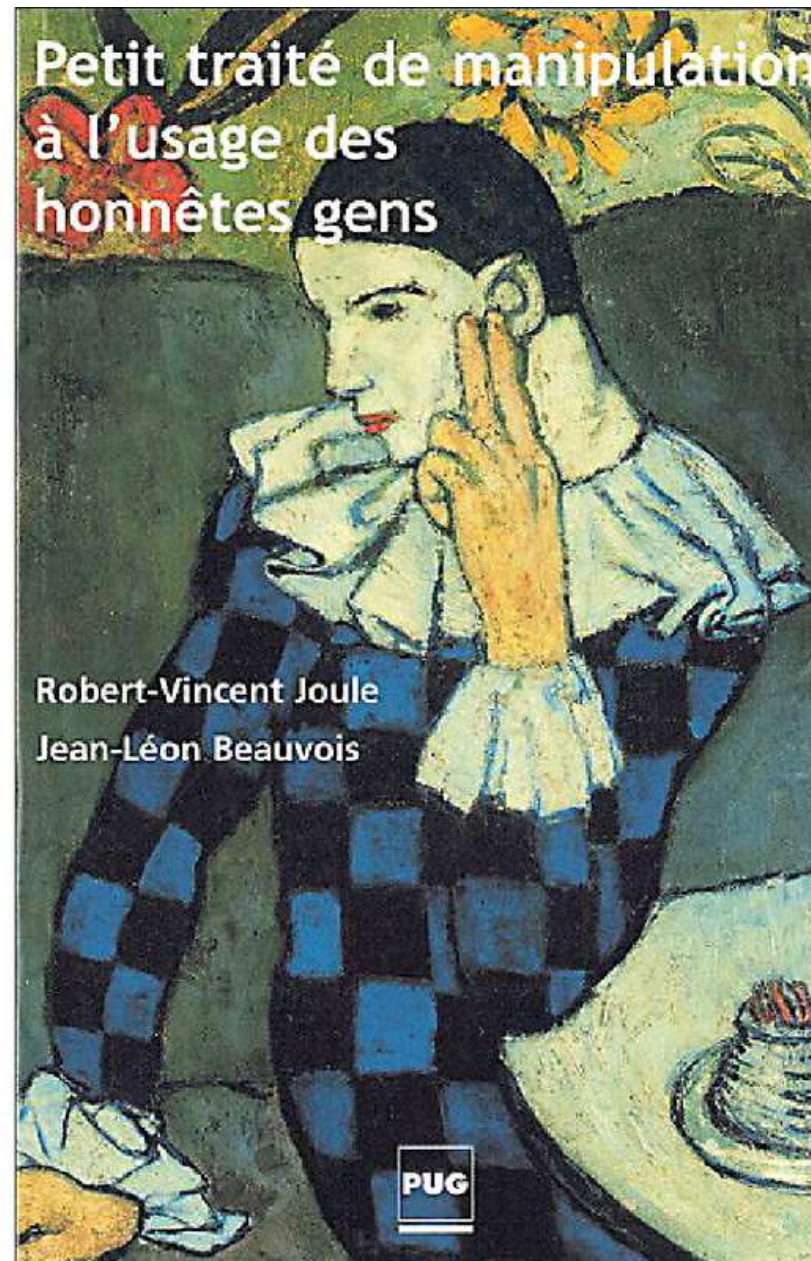
Quand le changement est devenu une priorité, la confiance présente et l'importance est haute, le skieur a les skis aux pieds, il est en haut de la montagne et prêt à descendre. Le discours résistance n'a plus lieu d'être, on est dans une démarche de résolution de problème avec une sensation d'immédiateté.

Le patient présente donc un discours dans l'engagement au changement. Il ne faut pas aller trop vite mais pas être laxiste, il s'agit de donner des conseils avec permissions.

On récapitule à ce stade tout ce qui l'a conduit à cette décision, le ou les problèmes qui l'ont conduit ici, ce qui le motive, ses priorités à changer et il faut mentionner la confiance en soit et l'importance élevée. Cela témoigne qu'on l'a bien suivi dans le processus et on manifeste l'envie de l'aider. Il faut poser des questions clés :

- 1 - Quelle serait la première étape, et
- 2 - Ensuite négocier un plan en trois points :
 - 1 - Définir des objectifs,
 - 2 - Quels sont les moyens ? il s'agit des menus qu'apportent la personne et l'intervenant,
 - 3 - Etablir un plan : Quelle est la priorité ? Que doit-il faire en premier, en second.

Joule & Beauvois



Le pied dans la porte

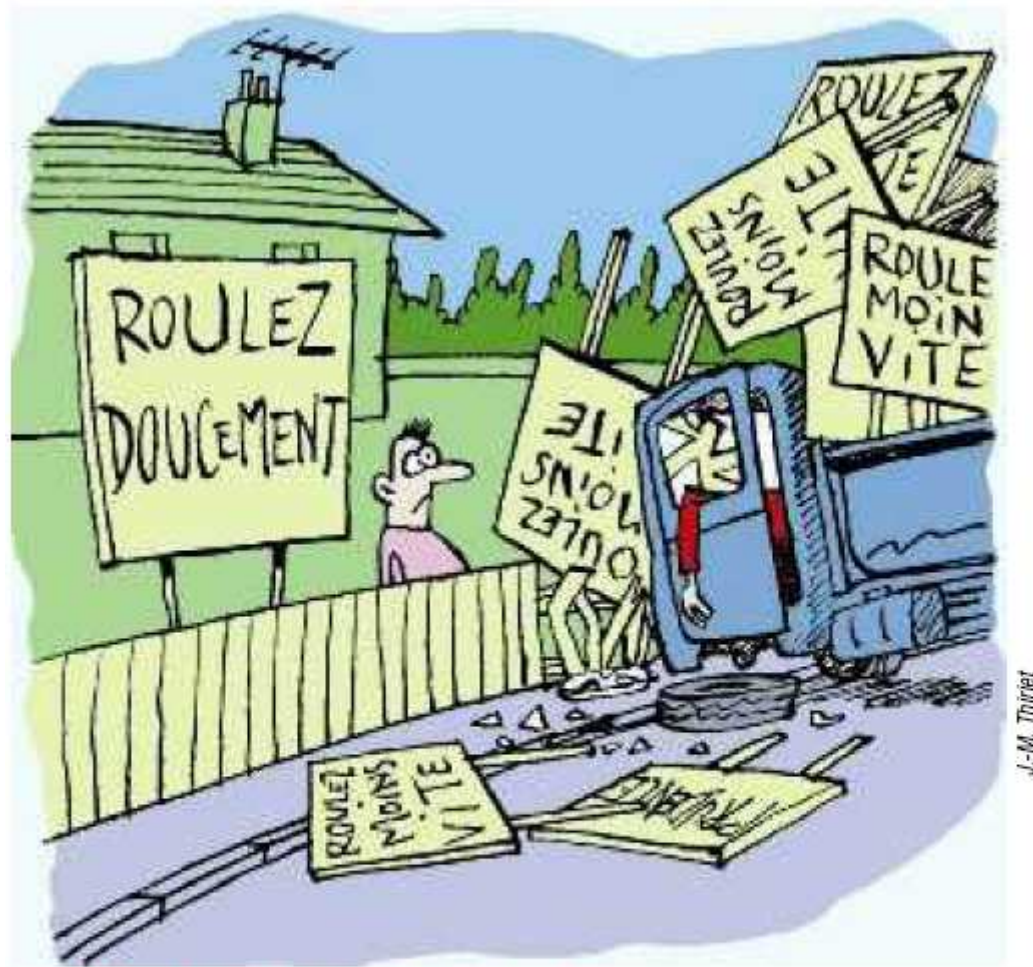
(Freedman & Fraser, 1966)

- On décide en toute liberté, mais il y a une préparation par une première conduite peu coûteuse/non problématique (un acte préparatoire, une demande explicite).
- Premier exemple : faire signer une pétition, avant de demander de distribuer des tracts pendant 1-2h.
- Deuxième exemple : pour une association de lutte contre le cancer, porter une petite jonquille épinglée au revers d'un vêtement pour faire un peu de publicité en vue d'une collecte (acte préparatoire suffisamment engageant) ; puis, sollicitation le lendemain (don).

Le pied dans la porte

(Freedman & Fraser, 1966)

- 74,1% des personnes ont fait un don (0,98\$) ; alors que s'il n'y a pas eu d'acte préparatoire (groupe contrôle), seulement 45,7% des personnes ont fait un don (0,58\$).
- Le niveau de l'acte préparatoire est important :
 - Un coût suffisant mais pas trop élevé;
 - Prendre en compte le délai entre l'acte préparatoire et la requête (il faut se souvenir de l'acte préparatoire) : 1-2 semaines ; pas obligatoirement le même intervenant (engagement dans un acte et non vis-à-vis d'une personne).



J.-M. Thiriet

2. La technique dupied-dans-la-porte consiste à demander d'abord un peu, pour obtenir beaucoup ensuite. Dans une expérience, 76 pour cent des sujets ont bien voulu implanter un grand panneau pour la sécurité routière dans leur jardin, après avoir accepté, deux semaines avant, de mettre un panonceau sur le rebord de leur fenêtre. Sans « préparation », seuls 17 pour cent acceptent d'emblée l'implantation du grand panneau.

Importance de l'étiquetage

- On peut augmenter l'efficacité de la technique du PDP en aidant les individus à identifier le comportement préparatoire à un niveau élevé. Cela permet à la personne de se forger une identification utile de son action, en la gratifiant suite à son engagement dans un acte préparatoire d'une qualité abstraite, psychologique ou morale.
- « Merci beaucoup ; j'aimerais rencontrer plus de gens comme vous prêts à se mobiliser dans des bonnes causes. »

La porte au nez : qui peut le plus peut le moins

Cialdini et al., 1975

- On fait précéder la requête finale – non plus d'une requête qui porte sur un service moins coûteux, mais d'une requête qui porte sur un service qui l'est au contraire davantage. **Un service très important, trop important pour qu'il soit accepté d'être accordé.**
- On se situe dans le cadre de concessions réciproques : le fait de refuser la 1^{ère} requête entraînera le ressenti d'une pression normative conduisant à répondre à une concession par une autre concession.
- **Il faut que ce soit la même personne qui fasse les 2 demandes.**
- Il faut que la différence entre les 2 requêtes soit importante, afin que la deuxième requête apparaisse effectivement comme une réelle concession, exigeant en retour une concession de l'individu sollicité.

L'acquiescement répété : une nouvelle procédure de soumission librement consentie au service de la privation de tabac.

L'acquiescement répété (AR)

L'AR consiste à amener le sujet à répondre « oui » à plusieurs questions successives, avant de lui soumettre la requête cible.

La probabilité d'acceptation d'une requête devrait être plus grande si, préalablement, le sujet a été amené à répondre « oui » plusieurs fois de suite, à une série de questions.

- (1) Pensez-vous que fumer est risqué pour la santé ?
- (2) Pensez-vous que fumer marque une forme de dépendance ?
- (3) Avez-vous déjà vu à la télévision ou entendu à la radio des campagnes contre le tabagisme ?
- (4) Pensez-vous que les cigarettes coûtent cher aujourd'hui ?
- (5) Pensez-vous que pour une femme enceinte, il est risqué de fumer (pour son futur enfant) ?

4 ou 5 questions sont nécessaires pour mettre en évidence un effet significatif.

Le pied-dans-la-porte (PDP)

Cette fois, cependant, les réponses appelées étaient des réponses brèves, qui ne nécessitaient pas l'énonciation d'une acceptation ou d'un refus.

- (1) « Vous avez fumé votre 1ère cigarette : Par curiosité / Pour imiter les autres / Parce que c'était interdit ? »
- (2) « Combien de cigarettes fumez-vous par jour, en moyenne ? »
- (3) « Combien de temps après votre réveil fumez-vous votre première cigarette ? »
- (4) « Le soir, combien de temps avant de vous coucher et d'éteindre la lumière fumez-vous votre dernière cigarette ? »
- (5) « Quelle est votre marque (et type) de cigarettes habituelle ? ».

4 ou 5 questions sont nécessaires pour mettre en évidence un effet significatif.

Du point de vue de la requête cible, la question suivante était ensuite posée : « Est-ce que vous seriez prêt à ne pas fumer pendant au moins 24h ? ». Tout d'abord l'acceptation verbale (ou le refus) du sujet de se priver de tabac durant 24 heures (première mesure) était noté. Lorsque les sujets acceptaient, un rendez-vous était pris, et le jour du rendez-vous, le nombre de sujets présents, s'étant effectivement privés de tabac (seconde mesure) était noté.

Les étudiantes ont en effet été plus nombreuses à accepter une privation de tabac durant 24 heures, en condition d'AR qu'en condition contrôle, tant verbalement (indépendamment de la condition d'approbation) que comportementalement (condition d'AR « accord »).

Les résultats montrent que les fumeurs sont plus enclins à accepter la privation de tabac lorsqu'ils sont soumis à une procédure d'AR (75 %), que lorsqu'ils sont soumis à une procédure de PDP (40 %), ou encore comparativement à la condition contrôle (15 %).

**L'acquiescement répété : une nouvelle
procédure de soumission librement consentie
au service de la privation de tabac.**

Les effets de l'engagement

- *Sur le plan cognitif*, l'engagement débouche sur une consolidation des attitudes, et sur une plus grande résistance au changement (effet de gel), il peut même déboucher sur un meilleur ajustement de l'attitude à l'acte réalisé (effet de rationalisation).
- *Sur le plan comportemental*, l'engagement débouche sur une stabilisation du comportement et sur la réalisation de nouveaux comportements allant dans le même sens (effet de pied-dans-la-porte par exemple).

Les huit commandements pour obtenir un fort engagement

Les caractéristiques d'une situation modifient le comportement et l'engagement d'un individu.

- Le contexte de liberté : un acte réalisé dans un contexte de liberté est plus engageant qu'un acte réalisé sous la contrainte.
- Le caractère public : un acte réalisé publiquement est plus engageant qu'un acte dont l'anonymat est garanti.
- Le caractère explicite : un acte manifeste est plus engageant qu'un acte ambigu.
- L'irrévocabilité : un acte sur lequel on ne peut plus revenir est plus engageant que lorsque l'on peut changer d'avis.

- La répétition : un acte que l'on répète est plus engageant qu'un acte qu'on ne réalise qu'une fois.

- Les conséquences : un acte est d'autant plus engageant qu'il est lourd de conséquences.

- Le coût : un acte est d'autant plus engageant qu'il est coûteux (en argent, en temps, en énergie, etc.).

- Les raisons : un acte est d'autant plus engageant qu'il ne peut être imputé à des raisons externes (promesses de récompenses, menaces de punition...) et qu'il peut être imputé à des raisons internes (par exemple : valeurs personnelles, traits de personnalité).