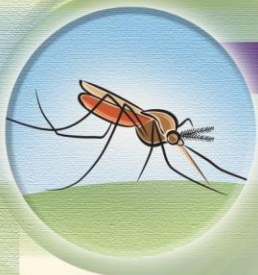





Partie 3 :

QUATRE THÉORIES COURANTES SUR LA COMMUNICATION ET LES COMPORTEMENTS : ACTION RAISONNÉE ET APPRENTISSAGE SOCIAL



Aperçu des théories fondamentales

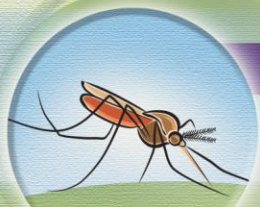
Théorie	Mise en évidence	Type de changement nécessaire
Action raisonnée (comportement planifié)	Cognition, prise de décision rationnelle, contrôle perçu	<p data-bbox="1367 611 1615 718">Plus individuel</p>  <p data-bbox="1261 1218 1702 1325">Plus social et structurel</p>
Modèle étendu des processus parallèles (gestion de la peur)	Interaction entre cognition et émotion	
Apprentissage par l'observation (apprentissage social)	Comparaison sociale et influence sociale	
Diffusion de l'innovation	Structure sociale, réseaux sociaux	



La théorie de l'action raisonnée (TAR/TCP)

Hypothèses de départ

1. Les gens prennent des décisions réfléchies
2. Les décisions comportementales sont guidées par. . .
 - ce que les individus pensent qu'il va leur arriver s'ils choisissent une action particulière
 - ce qu'ils pensent que les autres font ou veulent qu'ils fassent
 - ce qui rend l'action plus difficile ou plus facile



Action raisonnée : les croyances

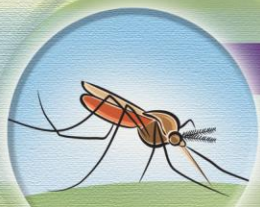
Qu'est-ce qu'une croyance ?

- Une information concernant une personne, un objet ou un sujet
- Peut être factuelle ou subjective

– P. ex. : Barack Obama est _____ .

Les moustiquaires sont _____.

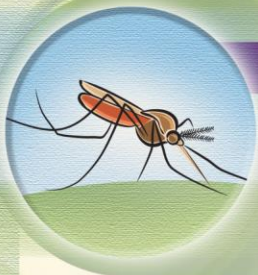
Faire des abdominaux tous les jours va _____.



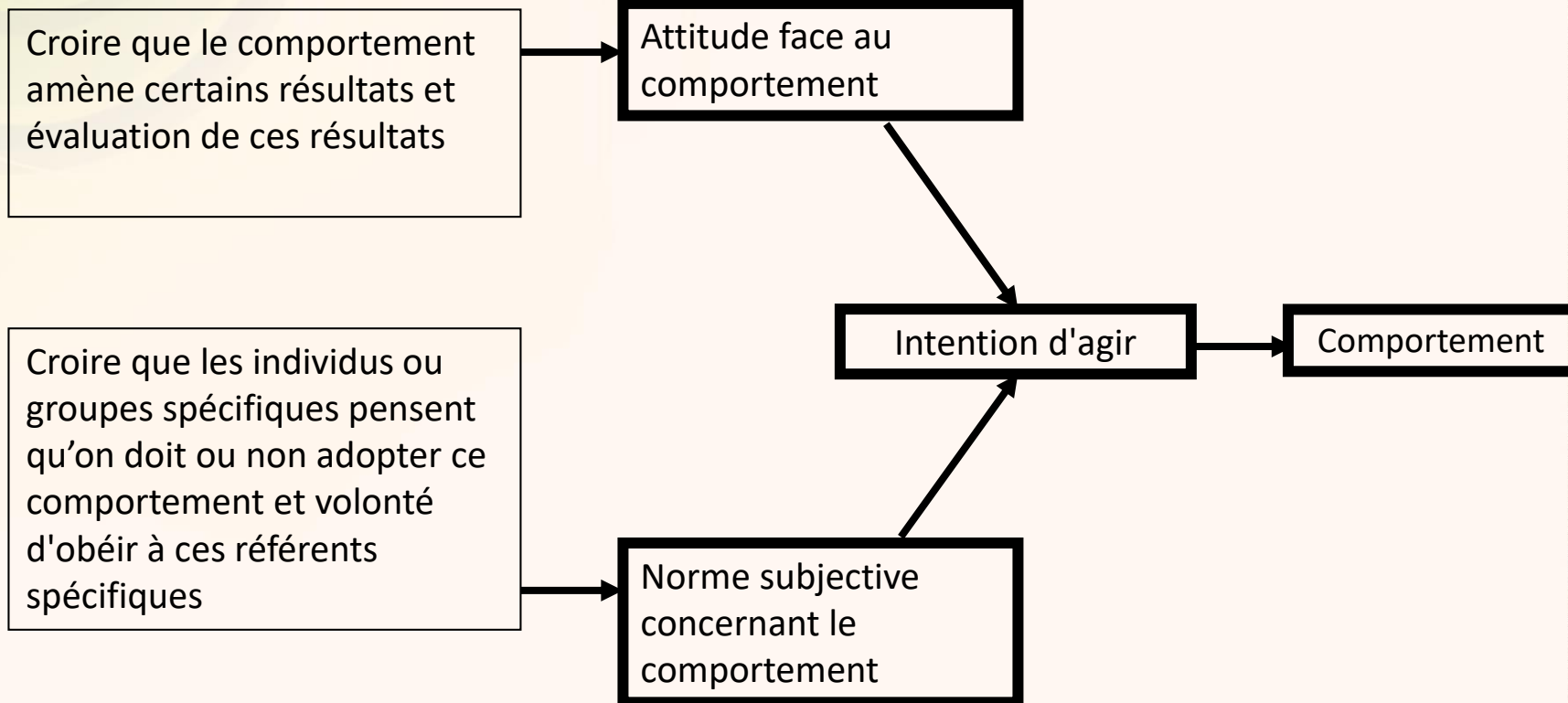
Action raisonnée : les attitudes

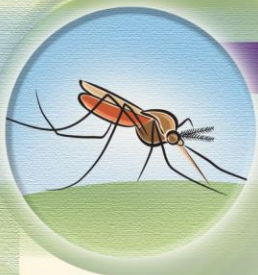
Qu'est-ce qu'une attitude ?

- Un sentiment positif ou négatif au sujet d'une personne, d'un objet ou d'un sujet.
 - P. ex. : Je _____ Barack Obama.
Je _____ les moustiquaires.
Je _____ des abdominaux

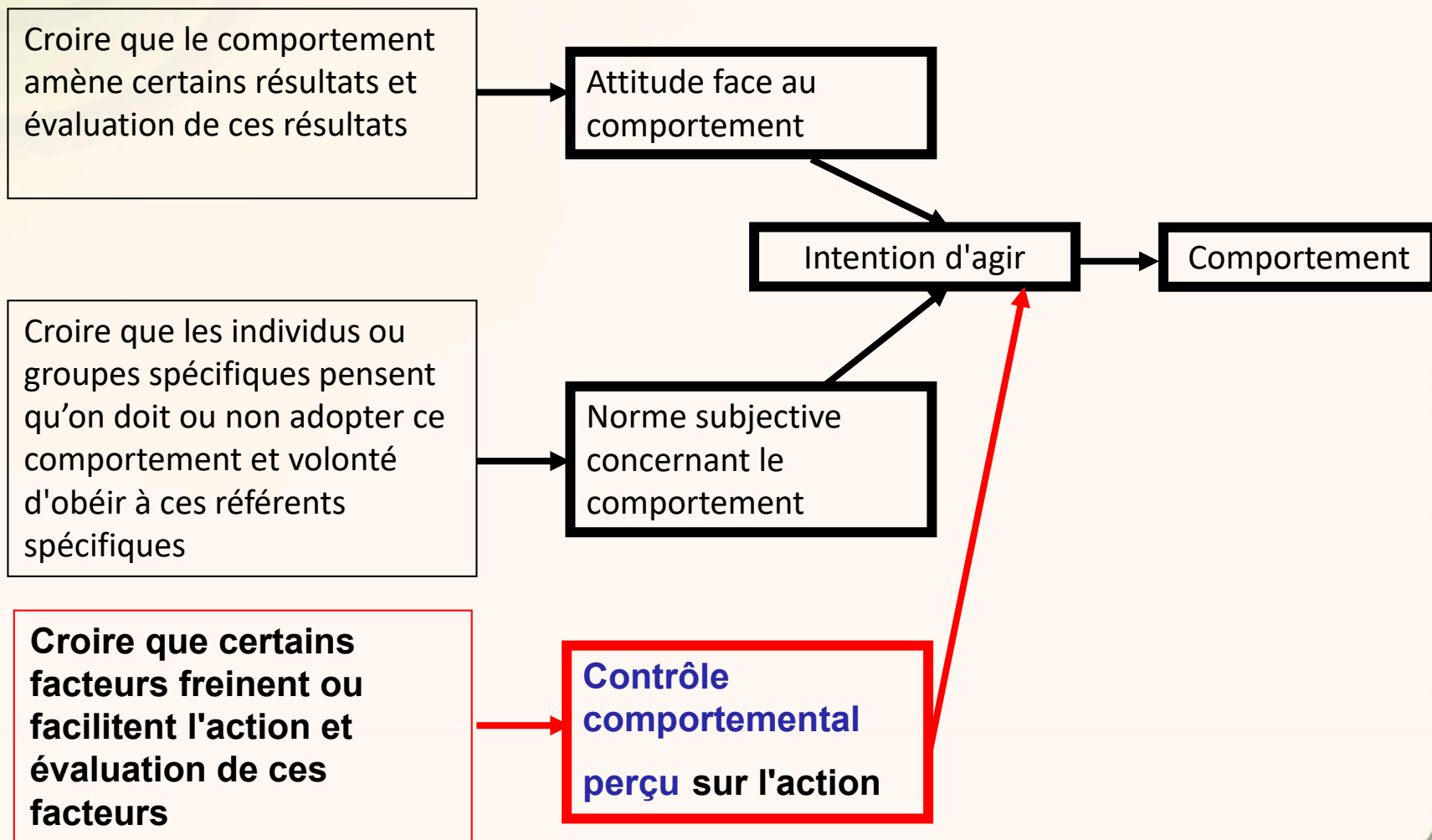


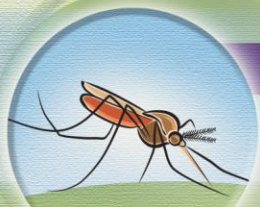
Action raisonnée: Attitudes et normes





TAR (TCP) : croyances, évaluation, motivation





Utiliser l'action raisonnée

Identifier les motifs de l'action

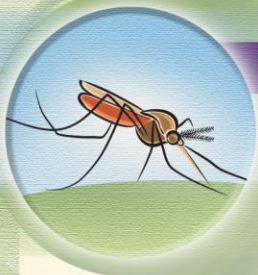
- Quels sont les avantages et les inconvénients d'un comportement ?

Identifier les messages qui peuvent changer les attitudes

- Changer les croyances concernant les conséquences d'une action
- Changer les évaluations des conséquences d'une action
- Changer les normes subjectives
- Changer les motivations pour obéir à la norme subjective

Identifier les publics cibles

- Publics primaires (qui bénéficieraient d'un changement d'attitude)
- Secondaires (personnes proches de celles que vous voulez influencer)



Théorie de l'apprentissage

Née des expériences avec les « poupées Bobo »

(Bandura, Ross, & Ross, 1963)

« Pète-lui le nez. »

« Démolis-le. »

« Envoie-le voler. »

« Frappe-le. »

« Bam. »

« Il en redemande. »

« C'est un vrai dur. »





Théorie de l'apprentissage social

Hypothèses de départ

Les gens apprennent et décident comment agir en : . . .

- observant les actions des autres
- observant ce qui arrive aux autres lorsqu'ils agissent
- évaluant ces conséquences par rapport à leur propre vie
- répétant, puis en tentant de reproduire ces actions eux-mêmes



Utiliser la théorie de l'apprentissage social

Identifier les motifs de l'action

- Quelles incitations personnelles et sociales influent sur l'apprentissage et le comportement ?

Identifier les caractéristiques des messages convaincants

- Quels modèles seront attirants et convaincants ?
- Comment représenter visuellement le modèle ?
- Comment inciter/renforcer la répétition ?
- Comment encourager les essais ?
- Comment fournir un retour ?
- Comment offrir des incitations à la performance ?

Identifier les activités de renforcement ?

- Comment renforcer l'apprentissage assisté par d'autres activités de programme ?