



LE RESPECT DES FEUX TRICOLORES À TRAVERS LA COMMUNICATION ENGAGEANTE AVEC LE PIED-DANS-LA-PORTE

Étapes de traitement de l'article

Date de soumission : 04 - 11 -2024

Date de retour d'instruction : 10 - 12 -2024

Date de publication : 12 - 12 - 2024

Daouda KOUMA

Maître de Conférences en psychologie sociale

Université Joseph KI-ZERBO, Burkina Faso

da_kouma@yahoo.fr

&

Malitouo Stéphane SOMDA

Doctorant en psychologie sociale, du travail et des organisations

Université Joseph KI-ZERBO, Burkina Faso

stephane.somda@yahoo.fr

Résumé : Dans le cadre de la sécurité routière à Ouagadougou, plusieurs actions de sensibilisation sont menées à l'attention des usagers de la route afin de les conduire à l'adoption de bonnes habitudes comportementales pour le respect des feux tricolores. Malgré ces actions, le taux élevé des infractions nous conduit à réfléchir sur d'autres méthodes de sensibilisation dans une perspective de changement effective des attitudes et comportements des usagers de la route. C'est dans cette dynamique que le présent article est rédigé avec pour objectif d'explorer la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte dans le cadre du respect des feux tricolores et de vérifier ses effets sur le changement des attitudes et des comportements des usagers motorisés de la route de la ville. La méthodologie d'étude est la recherche-action avec une méthode d'analyse mixte. La population d'étude est constituée d'usagers motorisés de la route. L'échantillon d'étude est de cent usagers motorisés de la route interpellés pour de fait d'infraction au respect des feux tricolores. Les résultats indiquent un fort taux d'intention comportementale et un taux de réalisation des comportements auto-déclarés au-dessus de la moyenne. Les hypothèses de l'étude étant toutes confirmées, nous estimons que la technique d'un-pied-dans-la-porte peut-être utilisée comme méthodologie d'intervention susceptible de conduire au changement de comportement des usagers motorisés de la route pour le respect des feux tricolores.

Mots-clés : sécurité routière, respect des feux tricolores, comportements, technique d'un-pied-dans-la-porte, Ouagadougou.

TRAFFIC LIGHT COMPLIANCE THROUGH ENGAGING FOOT-IN-THE- DOOR COMMUNICATION

Abstract : As part of road safety in Ouagadougou, several awareness-raising actions are carried out for road users in order to lead them to adopt good behavioral habits for respecting traffic lights. Despite these actions, the high rate of violations leads us to reflect on other awareness-raising methods with a view to effectively changing the attitude and behavior of road users. It is in this dynamic that this article is written with the aim of exploring engaging communication with a foot-in-the-door in the context of respecting traffic lights and of verifying its effects on changing the attitudes and behaviors of motorized road users in the

city. The study methodology is action research with a mixed analysis method. The study population consists of motorized road users. The study sample is one hundred motorized road users arrested for violating traffic lights. The results indicate a high rate of behavioral intention and an above-average rate of self-reported behaviors. Since the study hypotheses are all confirmed, we believe that the one-foot-in-the-door technique can be used as an intervention methodology likely to lead to behavior change among motorized road users to respect traffic lights.

Keywords: road safety, traffic light compliance, behaviors, one-foot-in-the-door technique, Ouagadougou.

Introduction

Pendant longtemps les campagnes de communication pour le développement durable étaient basées sur le présupposé qu'il suffisait de modifier les attitudes d'un individu pour qu'il adopte le comportement souhaité (Girandola, Bernard & Joule, 2010). Cependant, dans le champ de la sécurité routière, comme dans d'autres champs où l'objectif est la mise en place d'un comportement précis, on s'est rendu compte que changer les attitudes n'était pas toujours suffisant pour arriver à changer le comportement.

La sécurité routière se définit comme l'ensemble des règles et des services qui ont pour but d'assurer la sécurité des usagers de la route. Elle s'entend aussi par la recherche et la mise en œuvre d'un ensemble de dispositions et de dispositifs qui concourent à éviter les accidents de la route ou, à défaut, à réduire leur gravité. Parmi ces dispositions on peut évoquer le code de la route de manière générale et plus spécifiquement les dispositifs des panneaux de signalisation tels que les feux tricolores aux intersections des routes. Malheureusement beaucoup sont ceux qui trouvent le moyen d'enfreindre à cette réglementation. Les incivilités ou les infractions, les délits et les ruptures de l'ordre quotidien suscitent un climat d'insécurité sur les routes et constituent une menace pour le vivre-ensemble.

La motivation principale de cette recherche est suscitée par le constat alarmant d'une forte proportion d'usagers motorisés de la route qui persistent dans des habitudes comportementales de non-respect du dispositif des feux tricolores à Ouagadougou. À ce titre, selon les données de l'OMS, les accidents de la route représentent aujourd'hui la première cause de mortalité chez les usagers de 14-29 ans, y compris dans les pays à revenu faible ou intermédiaire (OMS 2018). Selon les statistiques des services de la police municipale de Ouagadougou, courant le premier trimestre de l'année 2024, il a été enregistré un total de 8144 usagers interpellés pour tous les types d'infractions au code de la route. Le tiers de ces usagers ont été interpellé suite à des infractions dues aux non-respect des feux tricolores. Par conséquent, la capitale du Burkina Faso connaît un nombre important d'accidents de la circulation qui provoquent une mortalité et une morbidité inquiétante liée à ces infractions. Compte tenu de tout cela, nous avons jugé opportun de mener notre étude sur le changement de comportement des usagers en vue du respect du dispositif des feux tricolores.

C'est dans la perspective de recherche de méthode efficace de sensibilisation des usagers de la route au respect des feux tricolores que nous nous intéressons à la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte. Ce paradigme a ses origines dans le rapprochement de deux champs de la psychologie sociale expérimentale : la persuasion et l'engagement. D'un côté, les avancées scientifiques sur la persuasion nous donnent des pistes pour modifier les attitudes (Girandola cité dans Girandola & Joule, 2008). D'un autre côté, la littérature sur l'engagement et la soumission librement consentie nous informe sur les moyens d'influence qui peuvent amener à un changement de comportement (Joule & Beauvois, cité dans Girandola & Joule, 2008).

Les recherches sur la soumission librement consentie consistent à amener un individu à accepter de réaliser un comportement coûteux en obtenant au préalable un autre



comportement plus facile, qu'il n'est pas en mesure de refuser. Cette demande est effectuée dans un contexte d'absence de pression et l'acte générateur est non problématique. Les effets testés de cet acte portent aussi bien sur les comportements que sur les attitudes. La requête préparatoire et le lien entretenu avec la seconde requête permet d'activer certains processus. Ces derniers sont en mesure d'affecter à leur suite le comportement. Accepter la première demande permet d'accéder plus facilement et plus favorablement à la deuxième (Guéguen, 2002). Le sentiment de liberté permet de créer un lien entre ce que la personne est et ce qu'elle fait. La théorie de l'engagement explore ce lien. Selon Joule et Beauvois (1998) « L'engagement correspond aux conditions de réalisation d'un acte qui, dans une situation donnée, permettent d'opposer cet acte à celui qui l'a réalisé » (p. 60). Le processus peut s'arrêter là si le degré d'engagement est faible, mais dans des circonstances particulières des programmes d'ajustement comportemental ou sociocognitif peuvent s'activer. L'objectif est d'agir à partir du comportement pour atteindre l'activité cognitive. Cette activité entraîne à sa suite un changement de croyance, d'attitude notamment, et ce jusqu'à la production de nouveaux comportements. Quant à la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte, elle peut être appréhendée comme une méthodologie d'intervention susceptible de conduire au changement de comportement des usagers motorisés de la route pour le respect des feux tricolores. Freedman et Fraser (1966), sont les premiers auteurs qui ont réalisé dans leur expérience la technique du pied-dans-la-porte. Cette expérience avait pour but d'inciter des ménagères américaines à recevoir chez elles, pendant deux heures, une équipe de cinq ou six hommes pour classer les différents produits ménagers. En condition de pied-dans-la-porte, cette requête cible était précédée d'une requête préparatoire de moindre coût. Trois jours plus tôt, les ménagères étaient contactées par téléphone pour répondre à quelques questions sur le type de savon qu'elles utilisaient. Le recours à cette technique permit à Freedman et Fraser de doubler le taux d'acceptation de la requête finale (52,8 % contre 22,2 % en condition contrôle). Depuis plusieurs années, de nombreux chercheurs se sont intéressés à cette technique et ont pu mettre en évidence les conditions de son efficacité.

Plusieurs autres recherches sur cette technique avec une thématique de sécurité routière ont porté directement sur des comportements routiers comme le port de la ceinture de sécurité (e.g. Cope, Grossnickle, & Geller, 1986 ; Geller & Lehman, 1991 ; Geller, Rudd, Kalsher, Streff, & Lehman, 1987), la prévention de la conduite sous l'empire d'alcool (Taylor & Booth-Butterfield, 1993), le respect des limitations de vitesse des automobilistes dans le cadre de stage de récupération de points pour le permis de conduire (Delhomme, Grenier, et al., 2008 ; Delhomme, Kreel, et al., 2008). Les quelques méta-analyses entreprises pour évaluer sa portée s'accordent toutes à dire qu'elle est l'une des techniques de soumission librement consentie la plus efficace (Beaman, Cole, Preston, Klentz, & Steblay, 1983 ; Burger, 1999).

Notre problème s'est donc clairement posé comme étant la difficulté liée au changement d'attitude et de comportement des usagers de la route dans le cadre du respect des feux tricolores dans les intersections des routes. La question générale de recherche est de savoir si la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte est une méthode efficace pour conduire les usagers motorisés de la route au changement des attitudes et des comportements en faveur du respect des feux tricolores implantés dans les intersections de la ville de Ouagadougou. Afin de nous permettre de mieux affiner notre recherche, nous avons proposé deux questions spécifiques suscitées par la question générale. La communication engageante avec un-pied-dans-la-porte permet-elle de sensibiliser les usagers motorisés de la route au respect des feux tricolores ? Ces usagers motorisés de la route adoptent-ils des bonnes habitudes comportementales à l'issue de leur exposition la technique d'un-pied-dans-la-porte ? La réalisation de la présente recherche vise comme objectif général d'explorer la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte dans le cadre du respect des feux tricolores et de vérifier ses effets sur le changement des attitudes et des comportements des usagers motorisés de la route dans la ville de Ouagadougou. De cet objectif général découlent

des objectifs spécifiques qui sont de vérifier que la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte permet de sensibiliser les usagers motorisés de la route au respect des feux tricolores et aussi de vérifier que les usagers motorisés de la route adoptent des bonnes habitudes comportementales à l'issue de leur exposition à la technique d'un-pied-dans-la-porte. La réalisation de ces objectifs repose sur des hypothèses de recherche dont la mise à l'épreuve des faits permet d'aboutir à des résultats scientifiquement interprétables. Notre hypothèse générale stipule que la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte est efficace pour sensibiliser les usagers motorisés de la route à adopter des bonnes habitudes comportementales dans le cadre du respect des feux tricolores implantés dans les intersections des routes. Pour mener à bien cette recherche, des hypothèses spécifiques sont formulées. La première hypothèse spécifique indique que la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte permet de sensibiliser les usagers motorisés de la route au respect des feux tricolores. La deuxième hypothèse spécifique indique que les usagers motorisés de la route adoptent des bonnes habitudes comportementales à l'issue de leur exposition la technique d'un-pied-dans-la-porte.

Dans la suite de cet article, il est question d'évoquer les différents points qui constituent l'ossature de notre travail. La méthodologie de notre recherche constitue le premier point, la présentation des résultats au deuxième point et au troisième point il s'agit de discuter ces résultats présentés avant de conclure.

1- Méthodologie

La méthodologie de recherche utilisée pour réaliser cette étude est la recherche-action. C'est une approche de recherche participative qui vise à résoudre des problèmes concrets en engageant les acteurs concernés dans un processus d'apprentissage collaboratif. Elle nous permet en effet, d'identifier les besoins en matière de sensibilisation sur la sécurité routière en général et plus spécifiquement sur le respect des feux tricolores et d'établir une démarche pour l'atteinte des objectifs et une meilleure observation des changements d'attitude et de comportement effectif. Les méthodes de recueil que nous utilisons dans cette étude sont : l'observation, les entretiens, le questionnaire et la recherche documentaire. La méthode d'analyse utilisée dans le cadre de cette étude est la méthode mixte. Le protocole de la recherche-action procède par l'identification du problème, l'établissement du plan d'action, la mise en place de l'action, l'évaluation des effets de l'action et la conclusion de l'étude.

L'identification du problème réalisée en collaboration avec les acteurs de la sécurité routière fait ressortir une difficulté liée au comportement des usagers motorisés de la route. Le véritable souci du non-respect des feux tricolores implantés dans les intersections des routes de la ville est imputable en grande partie à l'incivisme routier de certains usagers de la route et à l'ignorance ou la méconnaissance du code de la route. Malgré plusieurs dispositions et dispositifs mis en place par les services en charge de la sécurité routière afin d'amener les usagers motorisés de la route à respecter les feux tricolores, il n'y a toujours pas d'évolution positive dans leurs attitudes et comportements. C'est dans ce sens que nous proposons un plan d'action en vue de trouver une meilleure solution. La population concernée par cette étude est essentiellement constituée d'usagers motorisés de la route sachant lire et écrire en français de la ville de Ouagadougou interpellés pour de fait d'infraction au respect des feux tricolores. Nous avons constitué l'échantillon pour la réalisation de l'étude, à partir de la technique d'échantillonnage aléatoire simple. En collaboration avec les forces de sécurité de la police municipale de la ville de Ouagadougou, l'étude a été réalisée du 15 au 20 avril 2024 sur la base d'un échantillon constitué de 100 usagers motorisés de la route interpellés suite aux infractions liées au non-respect des feux tricolores. Dans cet échantillon, le travail se fait avec essentiellement les usagers ayant accepté de se soumettre volontiers à notre étude.

Pour la condition contrôle, une liste d'usagers motorisés de la route constitué de 100 individus retenus sur la base du fichier de la police municipale est dressée. Ces derniers sont des usagers motorisés ayant déjà été interpellés pour le non-respect des feux tricolores au cours des trois

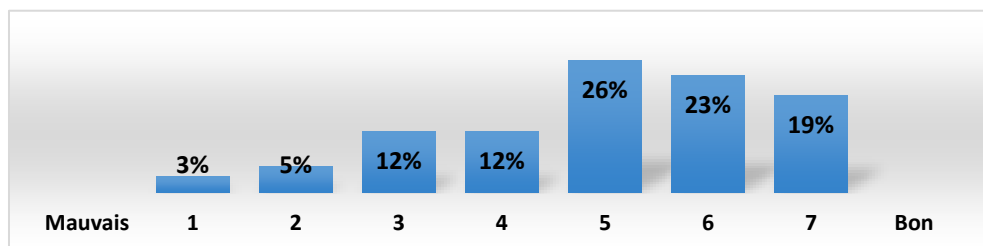


(3) derniers mois avant la réalisation de l'étude du 1^{er} janvier au 31 mars 2024 mais qui sont rentrés en possession de leurs documents ou engin à la suite du paiement de la contravention. Pour la mise en place de l'action, il faut noter que lorsque les usagers motorisés de la route sont en infraction pour le non-respect des feux tricolores, ils sont interpellés par les forces de sécurité de la police municipale et mis à notre disposition pour les besoins de l'étude. Alors, après avoir expliqué le but de l'étude que nous réalisons, nous demandons à chaque usager motorisé interpellé s'il désire participer à cette étude. Si la réponse est positive, nous lui soumettons un questionnaire à remplir, dans le cas contraire nous le remercions puis passons à un autre usager motorisé. Chaque individu de cette population qui accepte, à la suite de son interpellation répondre au questionnaire que nous lui soumettons est comptabilisé faisant partie de notre échantillon. Les items du questionnaire sont essentiellement consacrés à la connaissance du code de la route et l'attitude de l'usager envers le respect des feux tricolores. À la suite du questionnaire, un message persuasif en un texte d'une demie page rappelant les avantages du respect des feux tricolores est présenté à l'individu. Après exposition au message persuasif, nous sollicitons un engagement de la part de l'intéressé à travers la lecture à haute voix d'un message engageant que nous lui présentons ; nous l'informons qu'il sera enregistré avec un microphone en vue de la réalisation d'un documentaire de sensibilisation sur la sécurité routière. À l'issue de cette étape, la requête cible lui est adressée en ces termes : « *accepterez-vous respecter les feux tricolores au cours des six (6) prochaines semaines ?* ». Nous lui disons qu'il sera alors contacté par appel téléphonique à l'échéance des six (6) semaines pour un entretien de 2 minutes pour vérifier s'il arrive à respecter ou non les feux tricolores.

Pour ce qui concerne le groupe contrôle, nous avons retenu les 100 premiers conducteurs de véhicules dont les engins ou les documents ont été saisis suite aux infractions liées au respect des feux tricolores ; une vérification a aussi été réalisée sur le fichier par la suite ; ce travail de vérification a consisté à identifier le nombre de fois que ces mêmes sujets ont été interpellés durant cette période pour la même infraction liée au non-respect des feux tricolores sur les routes de la ville de Ouagadougou. Pour les besoins de l'étude, nous avons décidé de considérer tous les usagers retenus sur la liste et qui ont encore été interpellés au moins une fois sur la période des trois mois comme ayant des habitudes comportementales de non-respect des feux tricolores. Les autres sont considérés comme ayant des bonnes habitudes comportementales de respect des feux tricolores.

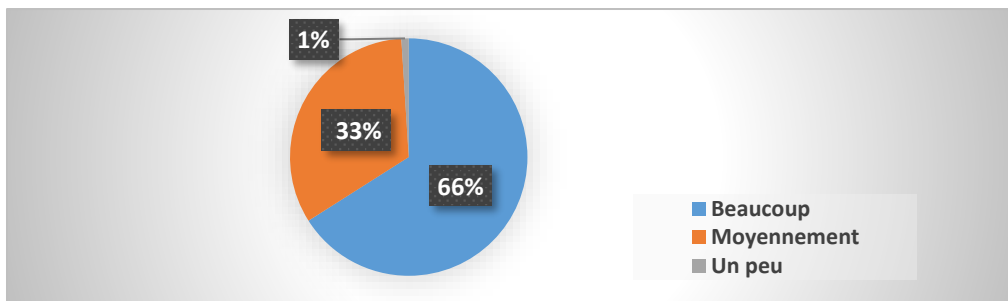
2- Résultats

La présentation de nos résultats de recherche passe par l'évaluation des effets de l'action mise en place et tente d'appréhender les changements intervenus pendant et après la mise en œuvre du protocole de la technique. On peut noter un total de 81 participants qui circulaient lors de leur interpellation chacun avec un véhicule à deux roues (V2R) ; 5 participants circulaient chacun avec un véhicule à trois roues (V3R) et le reste des 14 participants chacun avec un véhicule à quatre roues (V4R). L'échantillon d'étude est constitué de 57 usagers de sexe masculin et 43 usagers de sexe féminin. Le graphique suivant fait ressortir le niveau de connaissance ces usagers sur la maîtrise du code de la route.



Graphique 1 : le niveau de connaissance sur le code de la route

Le niveau de connaissance du code de la route chez les usagers motorisés de la route est un facteur déterminant pour la sécurité routière. Le graphique en barres ci-dessus présente la distribution des niveaux de connaissance du code de la route, allant de "Mauvais" à "Bon". Sur un total de 100 sujets, 68 ont une connaissance du code de la route ; 26 sujets ont une connaissance moyenne du code de la route, 23 sujets ont une bonne connaissance du code de la route et 19 sujets ont une meilleure connaissance du code de la route. Les sujets ayant une connaissance moyenne du code de la route l'ont apprise à travers l'observation et le mimétisme en circulation. Ceux ayant une bonne ou meilleure connaissance du code de la route l'ont acquise à la suite de la formation qu'ils ont reçu pour l'examen du permis de conduire. L'ensemble des sujets circulant sur des V4R font partie de ce dernier groupe. Il ressort aussi de l'observation des résultats que la grande majorité soient 95 sujets montrent un fort attachement au respect des feux tricolores. Cela indique une forte conscience et respect pour les règles de circulation parmi les participants avant la réalisation de notre étude. Pour ce qui concerne le niveau de respect des feux tricolores, le graphique ci-dessous permet de percevoir les résultats.



Graphique 2 : *niveau de respect des feux tricolores*

On constate sur ce graphique que plus de la moitié des sujets soient 66 usagers motorisés de la route respectent beaucoup les feux tricolores. Cela peut indiquer une forte sensibilisation à la sécurité routière et au respect des règles de circulation. Un tiers des sujets soient 33 respectent moyennement les feux tricolores. Cela pourrait signifier qu'ils respectent les feux tricolores de manière générale, mais peuvent parfois les ignorer dans certaines situations, peut-être en fonction du trafic ou de l'urgence perçue. Seulement 1 sujet respecte peu les feux tricolores. Il se peut que ce sujet ne voit pas l'importance de respecter les feux tricolores ou il prend des risques délibérément. Ce résultat est similaire au résultat concernant le niveau de connaissance sur le code de la route. Ce qui peut indiquer que les sujets qui ont une bonne connaissance du code de la route ont également un bon niveau de respect des feux tricolores en circulation.

Tableau 1 : *Tableau des données sur la variable dépendante « intention comportementale »*

Type de véhicule utilisé	Réponse à la requête 1	Réponse à la requête cible	Fréquence
V2R	acceptation	acceptation	81
V3R	acceptation	acceptation	5
V4R	acceptation	acceptation	14
Total			100

Dans cette étude, nous pouvons constater qu'il y a 81 participants circulant avec des V2R, 5 participants circulant avec des V3R et 14 participants circulant avec des V4R qui ont accepté la requête cible. Tous les sujets ont, à l'issue de la brève présentation de la recherche, accepté de participer à l'étude et ont aussi, accepté la requête cible. Ces résultats indiquent une forte intention comportementale de la part de ces participants.

**Tableau 2 :** *tableau des données sur la variable dépendante « comportement » des usagers motorisés.*

Type de véhicule utilisé	Comportement auto-déclaré	Fréquence
V2R	respect des feux tricolores	70
V3R		
V4R		
V2R	non-respect des feux tricolores	30
V3R		
V4R		
Total		100

Six (6) semaines après l'étude, chaque usager motorisé de la route de l'échantillon d'étude a été contacté pour un entretien. Le résultat indique un total de 70 usagers motorisés de la route ayant pris part à l'étude qui déclarent adopter des bonnes habitudes de respect des feux tricolores contre seulement 30 qui déclarent continuer dans les mauvaises habitudes de non-respect des feux tricolores à l'échéance des six (6) semaines. Ainsi, sur ces effectifs, il faut dire que 38 usagers motorisés de la route de sexe masculin soient 66.67% déclarent adopter des bonnes habitudes de respect des feux tricolores contre 19 usagers motorisés de la route de sexe masculin soient 33.33% qui déclarent continuer dans les mauvaises habitudes de non-respect des feux tricolores. Aussi, 32 usagers motorisés de la route de sexe féminin soient 74.42% déclarent adopter des bonnes habitudes de respect des feux tricolores contre 11 usagers motorisés de la route de sexe féminin soient 25.58% qui déclarent continuer dans les mauvaises habitudes de non-respect des feux tricolores.

À l'issue de la vérification des fichiers de la police municipale pour ce qui concerne le groupe contrôle on remarque que plusieurs types de véhicule étaient utilisés par les usagers motorisés de la route lors de leur interpellation par les forces de sécurité de la police municipale. On peut noter un total de 42 participants qui circulaient chacun avec un V2R ; 21 participants circulaient chacun avec un V3R et 37 participants chacun avec un V4R. Pour ce qui concerne la variable sexe des usagers motorisés de la route de ce groupe contrôle, il faut noter qu'elle n'a pas été captée dans la base de données sur laquelle nous avons travaillé. Aussi, il est à préciser que la variable intention comportementale des participants de ce groupe n'a pas fait l'objet d'étude puisque nous avons travaillé directement sur la base de données sans avoir à interagir avec les usagers directement. Par contre, pour ce qui concerne la variable comportement nous avons les résultats suivants.

Tableau 3 : *tableau des données sur la variable dépendante « comportement » des usagers motorisés.*

Type de véhicule utilisé	Comportement effectif	Fréquence
V2R	respect des feux tricolores	42
V3R		
V4R		
V2R	non-respect des feux tricolores	58
V3R		
V4R		
Total		100

Les résultats indiquent un total de 42 usagers motorisés de la route de ce groupe contrôle qui ont adopté des bonnes habitudes de respect des feux tricolores contre 58 qui continuent dans les mauvaises habitudes de non-respect des feux tricolores à la suite de leur première interpellation. Ce dernier groupe est constitué de 22 conducteurs de V2R, 20 conducteurs de V3R et 16 conducteurs de V4R qui ont des mauvaises habitudes comportementales de non-respect des feux tricolores. Le groupe des usagers ayant adopté des bonnes habitudes est constitué de 20 conducteurs de V2R, 1 conducteur de V3R et 21 conducteurs de V4R.

Cette évaluation des effets de l'action nous permet alors à la lumière des analyses et des interprétations réalisées de discuter les résultats.

3- Discussion

L'objectif général de cette étude était d'explorer la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte dans le cadre de la sensibilisation pour le respect des feux tricolores et de vérifier ses effets sur le changement des attitudes et des comportements des usagers motorisés de la route implantés dans les intersections des voies. Les résultats de l'étude indiquent un changement d'attitude et de comportement des participants sur le moyen et long terme, donc vont dans le sens de nos attentes. Cela se vérifie à travers la comparaison entre les résultats de l'échantillon d'étude et ceux du groupe contrôle où les participants étaient exposés à une communication persuasive « l'interpellation ». Le principe de la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte est de recueillir dans un premier temps un acte peu coûteux pour l'individu et systématiquement accepté, prédisposant ainsi le sujet à accepter la réalisation d'une requête cible plus coûteuse par la suite ; tout cela doit être réalisé dans un contexte où le sentiment de liberté de l'individu est respecté et en l'absence de récompense ou de toute sanction externe. Il s'agit donc avec cette technique d'obtenir de l'individu qu'il réalise un comportement engageant. Celui-ci, pour être engageant, doit respecter certaines caractéristiques (Joule et Beauvois, 1998 ; Kiesler, 1971). Pour Michelik (2011), « lorsque nous voulons obtenir d'autrui qu'il change ses comportements ou simplement qu'il modifie ses idées, il est possible de lui demander de réaliser un acte. La raison est qu'il existe une interaction importante entre le comportement et les processus mentaux. En persuasion, nous tablons sur le fait que la pensée influence le comportement. À l'inverse, dans l'engagement, le comportement influence en grande partie la pensée ». L'évaluation des attitudes des sujets à travers les questionnaires nous a permis de noter que la grande majorité des participants ont une perception globalement positive, une attitude très positive et favorable envers les feux tricolores. Les résultats indiquent une forte certitude et une grande importance accordées au respect des feux tricolores parmi la majorité des participants quant à leur attitude. Le questionnaire utilisé comme un acte préparatoire a eu un impact sur les opinions des sujets ; cet acte peu coûteux pour l'individu a été systématiquement accepté. La technique du pied-dans-la-porte a revêtu de nombreuses formes dans la littérature scientifique : la signature d'une pétition (Kiesler, Mathog, Pool et Howenstine, 1971 ; Taylor et Booth-Butterfield, 1993), un court entretien (Dolin et Booth-Butterfield, 1995), un questionnaire d'opinion (Ruellan et Ollivier, 1993), etc. Il s'agit toutefois toujours d'un acte suffisamment peu coûteux afin que le receveur accepte la requête. Le remplissage du questionnaire et l'exposition à un message persuasif ont permis aux sujets de prendre conscience de l'importance du respect des feux tricolores. Ils se sont engagés par la suite à travers une formule qui leur a été présentée à respecter le code de la route pour leur sécurité et celle des autres usagers de la route. Le taux d'acceptation de la requête cible qui est de 100% pour l'ensemble des participants indique une forte intention comportementale. Cela peut être soutenu par la théorie du comportement planifié de Ajzen (1985) qui pose que la probabilité d'agir est prédite par la force de l'intention à réaliser les comportements. Nous observons alors une augmentation du degré de persuasion et l'incitation des usagers à adopter de bonnes habitudes comportementales de respect de la réglementation. Les résultats montrent clairement que les personnes avec un niveau de connaissance plus élevé sur le code de la route sont plus enclines à avoir l'intention de respecter les feux tricolores. Il est à noter alors une corrélation positive entre la connaissance du code de la route et l'intention de respecter les feux tricolores. Ces résultats obtenus un mois et demi après l'étude, suite à l'évaluation des comportements des participants indiquent un total de 70 usagers motorisés de la route qui déclarent adopter des bonnes habitudes de respect. Partant de ces résultats nous pouvons dire que l'application de la technique d'un-pied-dans-la-porte à travers la communication engageante a impacté les attitudes et



comportements de respect des feux tricolores des usagers de la route. Par contre, pour les individus du groupe contrôle, malgré leur interpellation suite aux infractions, nous avons constaté que plus de la moitié soient 58 de ces usagers stagnent dans les mauvaises habitudes. La communication persuasive a des effets minimes sur le changement des attitudes des usagers motorisés de la route. C'est dans cette dynamique que nous sommes d'avis avec Lewin (1942) qui a démontré à travers des études qu'il existe une différence entre une stratégie de persuasion et une stratégie d'engagement.

À la question générale de savoir si la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte est une méthode efficace pour changer le comportement des usagers motorisés de la route sur le respect des feux tricolores, nous pouvons répondre par l'affirmative. Les différents résultats obtenus à l'issue de l'étude réalisée vont dans le sens de nos attentes. Ce type de communication utilisée a donc permis de persuader et d'inciter ces usagers de la route au respect des feux tricolores implantés dans les intersections des voies. Nos hypothèses étant confirmées, les résultats sont conformes à ceux obtenus par les différents auteurs cités précédemment.

Conclusion

Les recherches menées dans le cadre de la rédaction de cet article nous ont permis de répondre à notre question de départ. Cette question était de savoir si la communication engageante avec un-pied-dans-la-porte est une méthode efficace pour sensibiliser les usagers motorisés de la route au changement des attitudes et des comportements en faveurs du respect des feux tricolores implantés dans les intersections. Aux vues des résultats obtenus, nous pouvons dire que la technique d'un-pied-dans-la-porte est efficace pour sensibiliser les usagers motorisés de la route dans l'adoption des bonnes habitudes comportementales dans le cadre du respecter des feux tricolores. Nos résultats sont en concordance avec ceux des auteurs qui ont déjà menés des études dans les autres domaines sur la base de cette technique. Elle peut être appréhendée comme une méthodologie d'intervention efficace dans la sensibilisation des usagers de la route. Par ailleurs, quelques limites peuvent être soulevées afin de rendre plus objective les résultats des prochaines applications de la technique d'un-pied-dans-la-porte pour la sensibilisation sur le respect des feux tricolores.

La collaboration avec les forces de sécurité de la police municipale, chargés de l'interpellation des usagers en infraction a certainement créé des biais de désirabilité sociale dans les intentions comportementales et les attitudes des participants. Pour Kiesler et Sakumura (1966) une des conditions nécessaires à l'engagement est le sentiment de liberté car il permet d'augmenter les chances de voir un individu réaliser le comportement attendu. Cela peut avoir influencé les résultats de notre étude. Nous suggérons l'utilisation d'une base de données des services de la police des usagers en infraction. Sur la base de cet instrument, on cherchera à rentrer en contact avec ces usagers directement en l'absence des forces de sécurité de la police municipale pour mener les différentes études.

La seconde limitation concerne le comportement auto-déclaré recueilli pour mesurer le comportement des usagers après l'expression de leur intention. Il est vrai que le comportement auto-déclaré est accepté dans les travaux de recherche en science humaines pour évaluer le changement de comportement des sujets, mais il peut aussi y avoir un biais de désirabilité sociale qui affecte les résultats. Nous suggérons alors l'utilisation d'un dispositif de surveillance qui permettra de suivre pendant tout le temps de contrôle, le comportement des participants.

À travers les recherches menées dans cet article nous pouvons percevoir des nouvelles perspectives de recherche. En vue d'approfondir les résultats de l'application de cette technique du-pied-dans-la-porte dans le champ de la sécurité routière et plus spécifiquement

sur le respect des feux tricolores, il serait intéressant dans le cadre d'autre recherche de l'explorer à travers la méthode expérimentale.

Références bibliographiques

- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. Dans *Action control* (pp. 11–39). (S.l.): Springer.
- Beaman, A. L., Cole, C. M., Preston, M., Klentz, B., & Steblay, N. M. (1983). *Fifteen years of foot-in-the door research: A meta-analysis*. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9(2), 181–196.
- Delhomme, P., Grenier, K., & Kreel, V. (2008). *Replication and extension: The effect of the commitment to comply with speed limits in rehabilitation training courses for traffic regulation offenders in France*. *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, 11(3), 192–206.
- Delhomme, P., Kreel, V., & Ragot, I. (2008). *The effect of the commitment to observe speed limits during rehabilitation training courses for traffic regulation offenders in France*. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée/European Review of Applied Psychology*, 58(1), 31–42.
- Freedman, J. L., & Fraser, S. C. (1966). *Compliance without pressure: the foot-in-the-door technique*. *Journal of personality and social psychology*, 4(2), 195.
- Girandola, F., Bernard, F., & Joule, R.-V. (2010). Développement durable et changement de comportement : applications de la communication engageante. In K. Weiss & Girandola Weiss F. (Eds.), *Psychologie et développement durable* (pp. 219-243). Paris : InPress.
- Guéguen, N. (2002). *Psychologie de la manipulation et de la soumission*. Dunod.
- Joule, R.-V., & Beauvois, J.-L. (1998). *La soumission librement consentie : comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ?* (S.l.): Presses universitaires de France.
- Kiesler, C. A. (1971). *The psychology of commitment*. New York: Academic Press.
- Kiesler, C.A., Mathog, R., Pool, P. et Howenstine, R. (1971). Commitment and the boomerang effect: A field study. In C.A. Kiesler (Ed.), *The psychology of commitment*.
- Kiesler, C. A. & Sakumura, J. (1966). *A test of a model for commitment*. *Journal of personality and social psychology*, 3, 349-353.
- Lewin, K. (1942). *Field Theory and Learning*. In D Cartwright (Ed.) *Field Theory in Social Science: selected theoretical papers*, London; Social Science Paperbacks, 1951.
- Michelik, F. (2011). *La communication engageante : effets sur les dimensions cognitives et comportementales*. Thèse de doctorat en Psychologie. Université de Franche-Comté. Français.
- Organisation mondiale de la santé (2018). *Rapport de situation mondial sur la sécurité routière*. Genève, Suisse.