

La trajectoire d'une idée minoritaire: du conflit à la validation, ou de l'inconvénient pour la minorité de faire accepter ses idées par la majorité.

Fanny Lalot¹²

Alain Quiamzade¹²³

&

Juan Manuel Falomir-Pichastor¹

¹ Université de Genève, Genève, Suisse

² Formation Universitaire à Distance, Brig, Suisse

³ Université de Lausanne, Lausanne, Suisse

Problématique

Au fil des générations, des mouvements sociaux qui étaient minoritaires sont parvenus à faire accepter leur point de vue, au point de devenir avec le temps la nouvelle norme majoritaire. La psychologie sociale soutient que cette démarche d'innovation (Moscovici, 1985) et de changement des normes sociales est possible grâce au *conflit social* dont elle s'accompagne : tout commence avec une poignée d'individus qui remet en question la norme dominante et propose de façon conflictuelle une alternative. Trois acteurs interagissent alors : la minorité contestatrice qui constitue un nouveau sous-groupe déviant de la norme, la population qui suit la norme dominante et l'institution qui représente cette norme, et qui par ailleurs détient le pouvoir nécessaire pour obtenir le suivisme de cette norme (Etat, leader, etc. ; Mugny, 1982) ; c'est entre la minorité et l'institution au pouvoir qu'intervient le conflit. Nous parlons donc ici d'un conflit intergroupe dont l'enjeu est pour la minorité de faire évoluer la position de la population : il faudra que le conflit soit maintenu, c'est-à-dire que la minorité fasse preuve de persévérance et résiste aux tentatives de la ramener dans la norme, pour que son potentiel d'influence sur la population puisse contrecarrer les effets du pouvoir qu'exerce sur cette dernière l'institution dominante. A force d'opiniâtreté donc, et malgré la stigmatisation ou le rejet dont elle peut faire l'objet dans un premier temps, cette minorité pourra convaincre jusqu'à ce qu'un jour l'alternative s'impose comme la nouvelle norme dominante.

A titre d'exemple on peut citer le droit de vote des femmes ou plus récemment (en cours de normalisation en Occident) le droit au mariage pour les couples homosexuels, ou encore et de façon particulièrement marquée un domaine qui nous servira ici de support : l'écologie. Le terme même d'écologie est inventé en 1866 par Ernst Haeckel mais reste peu usité jusqu'à la fin du 19^e siècle où la révolution industrielle laisse entrevoir l'impact des actions humaines sur l'environnement. Les années 1970 voient le concept s'ancrer dans les sociétés occidentales, avec le premier 'Jour de la Terre' (1970), un premier programme de recherche initié par l'UNESCO (1971) et une première conférence internationale des Nations-Unies sur l'environnement (1972). De jeunes mouvements comme les Amis de la Terre ou Greenpeace organisent des manifestations antinucléaires. La conscience écologique gagne du terrain, tant au niveau des nations (Sommet de la Terre 1992, ratification du Protocole de Kyoto 1997 qui entre en vigueur en 2005) que des individus qui manifestent de plus en plus d'intérêt et de préoccupation pour la question (Berger & Corbin, 1992). En 2015, les Nations

Unies définissent 17 objectifs de développement durable, dont sept relèvent de la question environnementale.

L'écologie semble donc s'être imposée dans nos sociétés comme une thématique essentielle, et l'adoption de comportements écologiques est devenue la conduite normativement valorisée et attendue, alors même qu'elle est partait de groupuscules d'individus initialement considérés comme déviants. Pourtant, malgré le succès indéniable de ces groupes minoritaires qui ont réussi à faire changer la norme sociale, on observe bien souvent des incohérences lorsqu'on s'intéresse aux comportements. En effet, l'adhésion à l'environnementalisme n'est pas toujours suivie d'actes congruents avec celui-ci. Ainsi, un sondage montrait récemment que si 75% des citoyens de l'Union Européenne se disaient prêts à acheter des produits respectueux de l'environnement, seuls 17% faisaient effectivement ce type d'achats (TNS Opinion & Social, 2008). Ce « fossé » entre ce que quelqu'un pense et ce qu'il fait est un phénomène bien connu des chercheurs sur les attitudes (Allport, 1935) mais il fait aussi sens au regard de certaines théories de l'influence sociale considérant qu'une source d'influence minoritaire, à cause du conflit qu'elle provoque, sera plus à même d'engendrer des changements profonds, à long terme, alors qu'une source majoritaire est davantage condamnée à n'obtenir qu'une influence superficielle (Moscovici, 1979). On se retrouve donc face à une dynamique paradoxale : un mouvement social minoritaire qui réussit à s'imposer et à devenir majoritaire perdrait dans cette transition son potentiel d'influence sur le comportement après avoir obtenu l'adhésion de la majorité sur le principe ! Y a-t-il moyen de remédier à ce paradoxe ? C'est ce qui nous intéressera dans ce chapitre. Nous commencerons par décrire les dynamiques d'influence minoritaire et majoritaire et le rôle qu'y joue le conflit, puis nous attarderons sur les éléments motivationnels impliqués dans ces dynamiques avant de finalement proposer des pistes d'intervention.

Influence majoritaire et minoritaire

Influence majoritaire : le pouvoir du nombre

On a longtemps considéré que les sources majoritaires obtenaient plus d'influence que les sources minoritaires en raison de leur pouvoir (voir Moscovici, 1979) ou simplement de l'avantage du nombre (Latané, 1981) et du fait que les individus ont tendance à intérioriser uniquement les positions de leurs groupes d'appartenance (Kelman, 1958). En effet, les groupes possèdent divers pouvoirs sur leurs membres. Ils peuvent lui prodiguer des ressources ou lui en limiter l'accès, ils peuvent accepter et soutenir un individu, ou simplement l'exclure, et disposent en outre d'une certaine autorité liée à leur légitimité, leur expertise et leur statut

de référent (French & Raven, 1959). Ils disposent donc de moyens pour exercer des pressions aux fins d'amener les membres à adopter la norme (Festinger, 1950). L'exercice de ces pouvoirs est d'autant plus efficace que l'individu se trouve quant à lui dans une situation de dépendance vis-à-vis de son groupe d'appartenance (Deutsch & Gerard, 1955). En somme, les individus se conforment aisément à la position de la majorité (Asch, 1956), à la norme sociale, pour éviter une situation de déviance, pour obtenir des ressources, de l'approbation de la part des autres, ou tout simplement pour satisfaire son désir d'affiliation. Il suffit ainsi de rappeler à une personne que « les autres » agissent d'une façon ou d'une autre pour qu'elle adapte son comportement en conséquence (e.g. Nolan, Schultz, Cialdini, Goldstein, & Griskevicius, 2008).

Néanmoins, on s'est rendu compte que les majorités provoquaient le plus souvent de l'influence dite manifeste, c'est-à-dire superficielle, dont les effets ne durent pas (Moscovici, 1979). La dépendance dans laquelle se trouve l'individu face à la majorité le motive à répéter ce que celle-ci dit par complaisance, notamment lorsqu'il est sous contrôle social, mais sans véritable intégration des positions majoritaires à titre privé. De fait, l'opposition à un groupe majoritaire produit une menace identitaire pour l'individu liée à la déviance qu'une telle divergence implique, et le pousse à focaliser son attention sur la relation sociale entre lui et la majorité afin de diminuer cette divergence. En consacrant ses ressources cognitives à la gestion de la relation, l'individu ne traiterait donc pas en profondeur le contenu du point de vue majoritaire. Cette gestion *sociale* du conflit (Mugny & Pérez, 1991) s'accompagne donc souvent d'une mauvaise intégration du contenu (Pérez & Mugny, 1993), et empêche ainsi que l'individu n'assimile vraiment la position majoritaire. De ce fait, il n'est pas aisé pour une majorité d'obtenir une vraie influence, le traitement profond du contenu du message nécessaire à celle-ci apparaissant seulement sous certaines conditions, notamment si le contenu est fondamentalement important pour l'individu (Martin & Hewstone, 2008).

Influence minoritaire : l'importance du conflit

Dans une optique de pouvoir et de contrôle social, on pourrait supposer que les minorités ont un potentiel d'influence nul – or il n'en est rien. Bien sûr, obtenir de l'influence est un processus difficile et délicat pour une minorité. Comme elle ne dispose pas de pouvoir de pression normative, elle ne représente aucune menace identitaire pour l'individu. En revanche, elle introduit une nouvelle position, une alternative qui conteste le statu quo et rompt le consensus social – en d'autres termes, un *conflit* –, ce qui déclenche la possibilité pour la cible de commencer à réfléchir au contenu de la position minoritaire. Pour maintenir

le conflit, la minorité doit afficher une volonté ferme, ne pas céder, ne s'engager dans aucun compromis (Mugny, 1982). La première réaction sera généralement un rejet de cette position, il est donc indispensable que le conflit perdure dans le temps. De fait, on constate que les individus se rallient très peu à la position minoritaire lorsqu'on mesure leur opinion explicitement et dans un contexte de contrôle social. En revanche, lorsqu'on mesure leur opinion dans un autre contexte, après un certain laps de temps, ou de façon moins explicite, alors on constate une plus grande adhésion à cette position (e.g. Moscovici, Lage & Nafrechoux, 1969). En effet, l'individu ignore l'aspect social de sa relation à la source minoritaire (non-menaçante) et se concentre sur le fond du message (Mugny & Pérez, 1991). Les ressources cognitives étant disponibles, ce traitement plus approfondi entraîne une meilleure intégration de la position minoritaire, et donc finalement plus d'influence.

Selon Moscovici (1985), le changement sociétal s'explique ainsi par une dynamique d'influence minoritaire qui suivrait plusieurs phases successives. Dans un premier temps, une minorité émerge et confronte une majorité en manifestant son point de vue (comme l'ont fait les Amis de la Terre en 1972). C'est la phase de révélation, où le conflit est important. Si la minorité sait se montrer active et résolue, son message va être diffusé et répété, lors d'une phase dite d'incubation. Il s'agit dans cette phase de confronter la majorité au message minoritaire autant que faire se peut (manifestations sur la voie publique, publication de manifestes, etc.). L'exposition répétée au message amène à en faire parler, celui-ci peut être rejeté tant qu'il n'est pas ignoré : il sera donc traité. La vision minoritaire peut ensuite être intégrée, petit à petit, pour aboutir à une conversion. A ce stade, il est important de souligner que les individus sont parfois réticents à s'affirmer comme défenseurs de la position minoritaire : prendre parti pour la minorité est négativement connoté. Il a été proposé que l'influence minoritaire passe par un processus de dissociation (e.g. Roux, Papastamou, Pérez, & Mugny, 1993), c'est-à-dire que la personne sépare psychologiquement le message de la source qui le défendait, pouvant aller jusqu'à oublier qui était le groupe minoritaire qui défendait une position donnée ; on parle alors de 'cryptomnésie sociale' (Mugny & Pérez, 1989). Effectivement, qui se souvient aujourd'hui que les Amis de la Terre ont été parmi les premiers à tirer la sonnette d'alarme face au risque nucléaire ? Finalement, une fois cette position adoptée par le plus grand nombre, elle deviendra la nouvelle norme sociétale, acceptée tant par les citoyens que les autorités en place.

Se profile donc le paradoxe mentionné précédemment et qui est au cœur du présent chapitre : après quelques années, lorsque l'ancienne position minoritaire est devenue la norme majoritaire, le conflit disparaît – puisque tout le monde s'est accordé à accepter l'idée en

question – et par conséquent le potentiel d'influence profonde s'amointrit. En d'autres termes, les idées initialement minoritaires qui parviennent à s'imposer en devenant des idées majoritaires, normatives, peinent ensuite à mener les individus à produire les comportements correspondant à l'idée intégrée. Ceux-ci finissent par se reposer sur une adhésion seulement superficielle de la position afin d'éviter la déviance vis-à-vis de la norme, ce qui transcrit une absence de transposition dans les faits. La distance entre l'attitude et les comportements environnementaux observée récemment en dénote.

Dans nos travaux, nous nous sommes intéressés aux facteurs motivationnels qui accompagnent les contextes d'influence majoritaire et minoritaire pour mieux en appréhender les conséquences. Avant d'aborder ces facteurs, on peut décrire la nuance qu'ils introduisent : avec une majorité favorable à l'écologie, l'influence sur le comportement n'est pas nulle : les individus se conforment et fournissent donc un minimum d'effort pour l'environnement en termes comportementaux. Nonobstant, cet effort correspond, non pas à l'effort maximal idéalement souhaitable, mais au minimum nécessaire pour satisfaire la norme et éviter la déviance. En d'autres termes, passé un certain stade, lorsque l'individu estime « qu'il en a fait assez » pour correspondre à la norme majoritaire, il risque de relâcher ses efforts et de manifester des comportements inconsistants avec ses attitudes et avec la norme. Au contraire, un tel relâchement serait moins observé lorsque seule une minorité de personnes soutient l'écologie. En effet, dans la mesure où l'individu valorise le point de vue minoritaire, il tendrait à poursuivre ses efforts toujours plus loin en visant l'idéal. Voyons maintenant les théories qui permettent de prédire un tel pattern.

Facteurs motivationnels et influence majoritaire-minoritaire

La théorie du focus de régulation

La théorie du focus de régulation (Higgins, 1997) est une théorie motivationnelle qui définit deux systèmes indépendants : les foci de *prévention* et de *promotion*. Le focus de prévention se rattache intrinsèquement au besoin de sécurité de l'individu. Il est lié à l'accomplissement d'obligations ou de devoirs et implique une focalisation sur l'absence ou la présence de conséquences négatives, que les individus essayent d'éviter (Crowe & Higgins, 1997 ; Higgins, Shah, & Friedman, 1997). A l'inverse, le focus de promotion se rattache au besoin de développement. Il est lié à l'accomplissement d'idéaux ou d'aspirations et implique une focalisation sur l'absence ou la présence de conséquences positives, que les individus essayent d'atteindre. Toute thématique peut donc être perçue de deux points de vue : un individu orienté vers la prévention sera par exemple plus soucieux de limiter sa

consommation d'énergie 'polluante', alors que son voisin orienté vers la promotion sera motivé à favoriser le développement de nouvelles énergies 'propres'. Le résultat sera le même, mais les motivations sous-jacentes très différentes.

Lalot, Quiamzade, et Falomir-Pichastor (2016) ont montré que le focus de régulation influence les buts que se fixe la personne, en termes de but ou de standard¹ minimal vs. maximal. Un but minimal est un but qu'on veut absolument atteindre, en d'autres termes « le but le plus bas dont la réalisation procure quand même de la satisfaction » (Brendl & Higgins, 1996, p. 104). Les potentielles conséquences négatives de la non-atteinte du but minimal sont particulièrement saillantes. A l'inverse, un but maximal est un but idéal qu'on « espère approcher sans nécessairement s'attendre à l'atteindre » (ibid.), et dont les potentielles conséquences positives sont rendues saillantes. Un standard minimal appliqué à l'écologie serait ainsi d'adopter juste assez de comportements pro-environnementaux pour éviter des conséquences négatives comme des sanctions financières ou un rejet social lié à la déviance de la norme pro-écologique (e.g. trier ses déchets et faire du compost). Un standard maximal serait de changer drastiquement ses habitudes (e.g. renoncer purement et simplement à la voiture et à l'avion, arrêter de consommer de la viande, réduire à zéro ses déchets plastiques...) de façon à réduire au maximum son empreinte écologique. Le focus de promotion est lié au standard maximal (puisque'ils impliquent tous les deux une notion d'idéal et de conséquences positives), tandis que le focus de prévention est lié au standard minimal (notion partagée d'obligation et de conséquences négatives ; Brendl & Higgins, 1996).

De façon intéressante, un standard minimal et un standard maximal peuvent coexister, c'est-à-dire qu'un individu peut à la fois se fixer un objectif minimal à respecter absolument et un objectif maximal auquel aspirer. La saillance relative des standards varie en fonction de facteurs contextuels ou motivationnels (comme le focus de régulation) et détermine l'évaluation, positive ou négative, d'une position intermédiaire (c'est-à-dire quand le standard minimal est atteint, mais le standard maximal non). Cette situation est relativement fréquente puisque'en général, les individus font un minimum d'efforts pour se conformer à un standard de conduite, mais que rares sont ceux qui peuvent prétendre avoir atteint l'idéal moral qui s'y rapporte. En somme, si l'individu est régulé en prévention, le standard minimal sera plus saillant, et l'individu ayant émis quelques comportements allant dans le sens de ce but tendra plus facilement à considérer son objectif comme atteint. A l'inverse, l'individu régulé en promotion sera orienté vers la réalisation d'un but maximal, et il risquera donc de considérer

¹ Dans la littérature de l'autorégulation, les termes « but » et « standard » peuvent être utilisés de façon interchangeable.

son objectif comme non-atteint indépendamment des comportements précédemment réalisés. Cette évaluation du comportement passé, qui varie en fonction du focus de régulation, entraîne des conséquences comportementales différentes. Sous focus de promotion (standard maximal saillant) la personne devrait persévérer dans ses conduites, dans l'optique de se rapprocher de son but, indépendamment des inférences sur ses comportements précédents. Dans ce cas, d'éventuels signaux de rapprochement du but pourraient même renforcer les efforts entrepris dans la poursuite de ce but. En revanche sous focus de prévention (standard minimal saillant) l'objectif semblerait d'ores et déjà atteint, et la personne n'aurait aucune raison de poursuivre ses efforts plus en avant. Nous avons supposé que c'est dans ce dernier cas que survient l'écart observé entre l'attitude et les comportements d'une personne, écart que nous décrivions en tout début de chapitre. En effet, si la personne estime que son objectif est atteint, c'est-à-dire qu'elle a l'impression subjective « d'en faire assez », elle sera satisfaite et relâchera ses comportements, tout en maintenant une attitude positive envers l'objet. Ces assomptions ont été vérifiées dans des travaux récents (Lalot, Falomir-Pichastor, & Quiamzade, 2016). Ainsi, dans une étude, on mesurait à l'aide d'une échelle standardisée le focus de régulation des participants, c'est-à-dire leur orientation générale vers la prévention ou la promotion. On leur posait ensuite une vingtaine de questions sur leurs habitudes écologiques puis on leur fournissait un feedback relatif à ces habitudes. Le feedback, supposément basé sur leurs réponses, était en fait aléatoire. Il situait les individus comme étant soit en deçà (feedback négatif) soit au-delà (feedback positif) des recommandations d'un office national. Finalement, on proposait aux participants de s'engager dans un événement pro-environnemental, et on mesurait leur volonté dans ce sens. Les résultats montrent que le feedback que reçoit le participant permet de prédire son engagement dans l'évènement proposé, mais que cet effet dépend du focus de régulation : le feedback positif motive les personnes orientées vers la promotion à s'engager d'avantage, mais il pousse paradoxalement les personnes orientées vers la prévention à un moindre engagement – pour ces dernières, le feedback signale que l'objectif minimal est atteint, il les dédouane de tout effort ultérieur. De façon intéressante, la figure s'inverse concernant le feedback négatif : dans ce cas, ce sont surtout les personnes orientées vers la prévention qui s'engagent dans l'évènement écologique – le feedback est un signal d'alarme qui les informe qu'elles n'ont pas rempli leur obligation (i.e. objectif minimal). Cette « alarme » est moins pertinente pour les individus orientés vers la promotion puisque ceux-ci visent un objectif maximal, un idéal, dont ils sont en toute logique relativement distants ; ils sont donc moins touchés par ce feedback négatif.

Cette étude a montré l'effet du focus de régulation en tant que variable dispositionnelle, c'est-à-dire comme une tendance individuelle d'orientation vers la prévention ou la promotion. Or, le focus dépend aussi du contexte. Certains éléments de la situation peuvent orienter la même personne dans une direction ou l'autre. En lien avec la problématique du présent chapitre relative à l'influence majoritaire versus minoritaire, des travaux ont précisément montré que le support majoritaire ou minoritaire associée à une position donnée constitue un facteur contextuel pouvant orienter un individu en termes de prévention ou de promotion, respectivement. C'est ce que nous allons voir maintenant.

Support majoritaire-minoritaire et focus de régulation

Des études ont montré qu'il existe un lien entre support majoritaire et focus de prévention d'une part, et support minoritaire et focus de promotion d'autre part (Falomir-Pichastor, Mugny, Gabarrot, & Quiamzade, 2011). Le raisonnement théorique derrière ces travaux est le suivant : lorsqu'une attitude individuelle est soutenue par une minorité de personnes, l'individu ne ressent aucune contrainte normative ou pression à agir de la sorte, et une telle attitude est alors perçue davantage comme un idéal personnel qu'il serait bon d'atteindre ; l'individu se focalise donc sur cet idéal et sur les conséquences positives qu'il entraîne. Autrement dit, une attitude est davantage associée à un focus de promotion lorsqu'elle bénéficie d'un support minoritaire. A l'inverse, lorsqu'une attitude est soutenue par une majorité de la population, l'individu ressent une certaine pression normative à agir en accord avec cette attitude, et celle-ci est davantage perçue comme un devoir ou une obligation à laquelle on doit se conformer. Dans ce cas, l'individu est soucieux de se conformer à ce principe afin d'éviter les conséquences négatives liées à la potentielle situation de déviance. En conséquence, une attitude est davantage associée à un focus de prévention lorsqu'elle bénéficie d'un support majoritaire.

Nous avons vu, d'une part, que le focus de régulation influence la saillance des standards minimal et maximal, et d'autre part que le support majoritaire-minoritaire est associé au focus de régulation. En articulant ces deux champs de recherche, on comprend que le support social pourrait également avoir un impact sur les standards. En d'autres termes, le support minoritaire devrait orienter la personne vers le standard maximal, et engendrer des comportements subséquents consistants avec le principe défendu. A l'inverse, le support majoritaire devrait orienter l'individu vers le standard minimal et engendrer un relâchement des comportements subséquents, en conséquence de l'impression subjective d'avoir atteint son objectif. Dans ce dernier cas, il y aurait donc un mouvement dynamique impliquant une

boucle de rétroaction : la personne juge ses comportements et évalue si ceux-ci lui permettent d'atteindre le standard minimal. Si elle se trouve en deçà, elle redoublera d'efforts pour se mettre à niveau. Si elle est au-dessus, elle se permettra de relâcher ses efforts, jusqu'à retomber au niveau du standard minimal, moment auquel elle réajustera ses comportements. Autrement dit, nous avons là une explication en termes motivationnels au paradoxe de la perte d'influence du mouvement social minoritaire devenu majoritaire qui était décrit en début de ce chapitre. Le modèle théorique proposé est illustré schématiquement par la Figure 1.

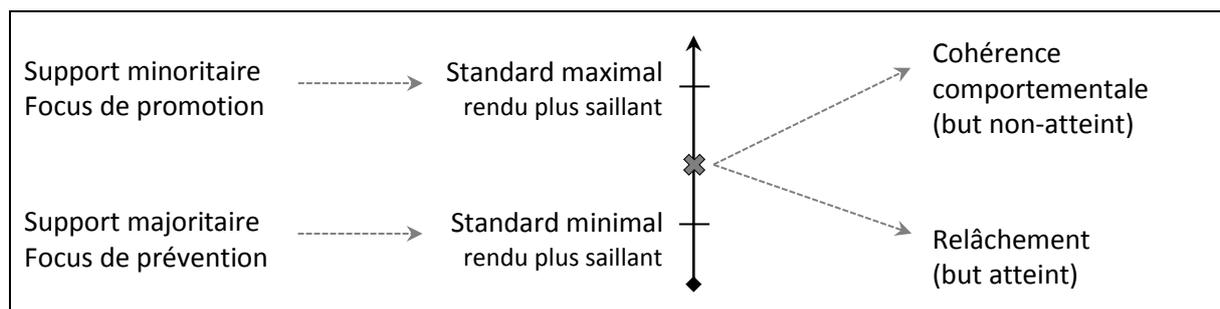


Figure 1. Effet du support social et du focus de régulation sur le comportement (cohérence vs. relâchement) en fonction du standard (maximal vs. minimal) qui a été atteint ou non. La flèche verticale représente la gradation des comportements, de faibles à élevés. La croix représente une position intermédiaire, où l'individu a atteint le standard minimal mais pas le maximal.

Ouvertures

Dans ce chapitre, nous discutons comment un conflit social introduit par une minorité qui conteste la norme dominante permet d'amorcer des changements sociétaux. Nous présentons les spécificités des situations d'influence majoritaire et minoritaire et expliquons le rôle fondamental du développement et du maintien du conflit dans cette situation. Nous soulevons le paradoxe du mouvement minoritaire, qui en s'imposant devient majoritaire et dont les idées perdent alors de leur potentiel d'influence profonde. Nous introduisons enfin des éléments motivationnels en termes de focus de régulation qui rendent compte de dynamiques différentes lors d'un support majoritaire et minoritaire, et expliquent comment la même position peut conduire à un relâchement ou à une consistance dans les comportements. Nous proposons donc un modèle théorique articulant motivation et influence sociale pour rendre compte des potentielles inadéquations entre l'attitude et les comportements d'un individu. Ce modèle rend compte au final du paradoxe qui veut que les individus puissent soutenir des objets consensuellement acceptés comme l'environnementalisme et

conjointement continuer d'adopter des comportements contredisant cet objet – pour autant qu'ils aient l'impression d'avoir atteint le minimum qu'on puisse exiger d'eux.

Alors, comment inverser cette tendance ? Comment faire en sorte que le mouvement initialement minoritaire reste efficace lorsqu'il grandit ? Les aspects motivationnels de notre modèle suggèrent des pistes d'intervention. Pour qu'ils persévèrent dans leurs efforts, il faut que les individus qui en fournissent déjà un minimum soient orientés vers un focus de promotion : les campagnes d'information devraient ainsi insister sur la définition de l'écologie comme un idéal et non une obligation (Chernev, 2004) et utiliser des cadrages en termes « d'enthousiasme » et de gains potentiels (Cesario, Grant, & Higgins, 2004). A l'inverse, les individus plutôt désinvestis à la base seront plus motivés si on peut les orienter vers un focus de prévention : il faudra ici insister sur la notion d'obligation, de responsabilité, et sur les risques dramatiques qu'encourt notre monde si on n'agit pas. L'intervention est donc complexe, puisqu'il faut au moins deux messages, à deux niveaux différents ; mais elle est réalisable. On n'omettra pas de noter que les messages alarmistes, monnaie courante dans le domaine, ne sont donc pas forcément les plus appropriés ni les plus efficaces.

La même réflexion s'applique à la pratique du feedback de consommation qui se multiplie depuis quelques années. De plus en plus de fournisseurs de services ou de magasins prodiguent à leurs clients des feedbacks qui les informent sur leur consommation. Migros, la plus grande entreprise de distribution de Suisse, informe depuis 2014 ses clients du pourcentage d'achats locaux / écologiques / durables fait par mois en comparaison à des moyennes personnelles, régionales et nationale. Plusieurs fournisseurs d'énergie suivent la même démarche et fournissent des données personnelles de consommation énergétique en comparaison au foyer moyen du même canton. Une réflexion doit être engagée sur la façon dont ces feedbacks sont générés et transmis : ils sont porteurs d'un vrai potentiel de motivation mais peuvent également provoquer des effets pervers ou 'boomerang', la personne qui apprend qu'elle en fait déjà plus qu'attendu se sentant dédouanée et relâchement ses efforts subséquents.

On conclura en mentionnant la possibilité d'un effet pervers de compensation lorsque malgré tout on arrive à arracher à l'individu un comportement allant au-delà du standard minimum avec ce genre de stratégie. En Suisse, où la norme écologiste est bien implantée, les taux de recyclage ont doublé sur 20 ans et crèvent le plafond : 96% du verre, 91% du papier et 82% du PET sont recyclés (OFEV, 2014) ; mais paradoxalement, la quantité de déchets urbains par habitant est la plus élevée d'Europe (729kg par an par personne ; Eurostat, 2014) ! On peut imaginer que lorsque l'individu est orienté vers un standard minimal, il se sentirait

libéré de son obligation envers l'environnement dès lors qu'il recycle abondamment et se permettrait d'utiliser plus de plastique et autres matières non-recyclables, d'où la constatation qu'un niveau de recyclage élevé va de pair avec davantage de déchets.

Bibliographie

- Allport, G. W. (1935). *A handbook of social psychology*. Worcester, MA: Clark University Press.
- Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: I. A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, 70(9), 1-70.
- Berger, I. E., & Corbin, R. M. (1992). Perceived Consumer Effectiveness and Faith in Others as Moderators of Environmentally Responsible Behaviors. *Journal of Public Policy and Marketing*, 11(2), 79-89.
- Brendl, C. M., & Higgins, E. T. (1996). Principles of judging valence: What makes events positive or negative? In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 28. (pp. 95-160). San Diego, CA, US: Academic Press.
- Cesario, J., Grant, H., & Higgins, E. T. (2004). Regulatory Fit and Persuasion: Transfer From 'Feeling Right.'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(3), 388-404.
- Chernev, A. (2004). Goal Orientation and Consumer Preference for the Status Quo. *Journal of Consumer Research*, 31(3), 557-565.
- Crowe, E., & Higgins, E. T. (1997). Regulatory focus and strategic inclinations: Promotion and prevention in decision-making. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 69(2), 117-132.
- Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 629-636.
- Eurostat (2014). *Municipal waste*. Repéré à <http://www.eea.europa.eu/data-and-maps/data/external/environmental-data-centre-on-waste>.
- Falomir-Pichastor, J. M., Mugny, G., Gabarrot, F., & Quiamzade, A. (2011). A regulatory fit perspective in majority versus minority support to attitudes toward homosexuals. *Group Processes & Intergroup Relations*, 14(1), 45-62.
- Festinger, L. (1950). Informal social communication. *Psychological Review*, 57(5), 271-282.
- French, J. R. P. Jr., & Raven, B. (1959). The bases of social power. In D. Cartwright & D. Cartwright (Eds.), *Studies in social power*. (pp. 150-167). Oxford, England: University of Michigan.
- Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52(12), 1280-1300.
- Higgins, E. T., Shah, J., & Friedman, R. (1997). Emotional responses to goal attainment: Strength of regulatory focus as moderator. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(3), 515-525.
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1), 51-60.
- Lalot, F., Falomir-Pichastor, J.M., & Quiamzade, A. (2016). *When do we persevere and when do we slack off? Regulatory focus moderates the impact of positive and negative feedback on pro-environmental behavioural intention*. Manuscript in preparation.
- Lalot, F., Quiamzade, A., & Falomir-Pichastor, J.M. (2016). *Is regulatory focus related to minimal and maximal standards? Depends on who asks!* Manuscript in preparation.

- Latané, B. (1981). The psychology of social impact. *American Psychologist*, 36(4), 343-356.
- Martin, R., & Hewstone, M. (2008). Majority versus minority influence, message processing and attitude change: The source-context-elaboration model. In M. P. Zanna & M. P. Zanna (Eds.), *Advances in experimental social psychology*, (Vol. 40, pp. 237-326). San Diego, CA, US: Elsevier Academic Press.
- Moscovici, S. (1985). Innovation and minority influence. In S. Moscovici, G. Mugny, & E. V. Avermaet (Eds.), *Perspectives on minority influence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Moscovici, S. (1979). *Psychologie des minorités actives*. Paris: PUF.
- Moscovici, S., Lage, E., & Naffrechoux, M. (1969). Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task. *Sociometry*, 32(4), 365-380.
- Mugny, G. (1982). *The power of minorities*. London: Academic Press.
- Mugny, G., & Pérez, J. A. (1989). L'effet de cryptomnésie sociale. *Bulletin Suisse des Psychologues*, 7, 3-5.
- Mugny, G., & Pérez, J. A. (1991). *The social psychology of minority influence*. New York: Cambridge University Press.
- Nolan, J. M., Schultz, P. W., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2008). Normative social influence is underdetected. *Pers Soc Psychol Bull*, 34(7), 913-923.
- Office Fédéral de l'Environnement OFEV (2004). *Indicateurs de base – Taux de recyclage*. Repéré à <http://www.bafu.admin.ch/umwelt/indikatoren/08484/08653/index.html?lang=fr>.
- Pérez, J. A., & Mugny, G. (1993). *Influences sociales: la théorie de l'élaboration du conflit*. Neuchâtel, Paris: Delachaux et Niestlé.
- Roux, P., Papastamou, S., Pérez, J. A., & Mugny, G. (1993). Du conflit d'identification à la conversion : la dissociation. Etudes sur l'avortement et la contraception. In J. A. Pérez & G. Mugny et al. (Eds.), *Influences sociales: la théorie de l'élaboration du conflit* (pp. 169-188). Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.
- TNS Opinion & Social (2008). Attitudes des citoyens européens vis-à-vis de l'environnement. *Eurobaromètre Spécial 295, Vague 68.2*.