



ELSEVIER
MASSON

Disponible en ligne sur www.sciencedirect.com

 ScienceDirect

Pratiques psychologiques 17 (2011) 19–29

Pratiques
psychologiques

www.em-consulte.com

Dossier

Favoriser le report modal : connaître les raisons liées au choix d'un mode de déplacement pour le changer

*Investigating justifications concerning transport mode choice
in order to promote public transport*

L. Rubens*, P. Gosling, A. Moch

EA 3984 « Processus cognitifs et conduites interactives », université Paris Ouest Nanterre-La-Défense,
200, avenue de la République 92001 Nanterre cedex, France

Reçu le 30 juillet 2009 ; accepté le 3 décembre 2009

Résumé

Cette étude cherche à connaître les raisons évoquées par les personnes actives pour justifier l'utilisation de leur voiture ou des transports en commun pour se rendre quotidiennement sur leur lieu de travail. Soixante-quinze personnes vivant et travaillant en région parisienne ont été interrogées (23 utilisaient leur voiture et 52 étaient des usagers des transports en commun). Les résultats confirment le fait que les raisons évoquées sont différentes selon le mode de déplacement utilisé. En effet, quand il s'agit de justifier l'utilisation de la voiture, les individus font appel à des images de liberté, d'indépendance ou de plaisir alors que ceux se déplaçant en transports en commun font davantage référence aux aspects économiques et environnementaux. La voiture bénéficie encore d'une image plus positive.

© 2009 Société française de psychologie. Publié par Elsevier Masson SAS. Tous droits réservés.

Mots clés : Psychologie environnementale ; Choix modal ; Transports ; Changement de comportement

Abstract

This study investigates the reasons workers refer to in order to justify car or public transportation use when going to work. Seventy-five persons living and working in Île de France were interviewed (23 used their car and 52 used public transportation). Our results confirmed that the reasons given to justify choices concerning means of transport differ according to the one people use. Indeed when they drive to work people

* Auteur correspondant.

Adresses e-mail : lolita.rubens@laposte.net (L. Rubens), gosling.patrick@wanadoo.fr (P. Gosling),
anniemoch@free.fr (A. Moch).

refer to freedom, independence and pleasure whereas when they use public transportation, the reasons are economical or environmental. Cars still have a more positive image than other means of transport.

© 2009 Société française de psychologie. Published by Elsevier Masson SAS. All rights reserved.

Keywords: Environmental psychology; Modal choice; Behavioral change

1. Introduction

Il est aujourd'hui clairement avéré que la pollution automobile participe de façon importante à la baisse de la qualité de l'air en France, et ce d'autant plus dans les grandes villes et agglomérations. Ainsi, la pollution automobile est la première source de pollution atmosphérique en Île-de-France. Avec un nombre total proche des cinq millions de voitures particulières, agir sur les déplacements effectués avec ces véhicules contribuerait à une meilleure qualité de l'air. Selon [Bamberg et al. \(2003\)](#), augmenter l'utilisation des transports publics permet de réduire la pollution mais aussi de diminuer les nuisances sonores, de faciliter le trafic et de limiter les problèmes liés au stationnement. Une des solutions efficaces semble donc être de favoriser autant que possible l'utilisation de modes de transport alternatifs. Les trajets quotidiens lieu de résidence–lieu de travail représentant une part importante des déplacements, il est intéressant de les cibler, car lorsqu'ils sont effectués en voiture, ils participent de façon importante à la pollution de l'air. Ces comportements liés au mode de transport sont souvent bien difficiles à modifier, en effet ils sont tellement automatisés que le « choix modal » n'existe plus réellement, les personnes ne réfléchissant pas avant de prendre leur voiture. Le choix n'est pas raisonné et adapté à chaque situation. Ces comportements considérés comme des habitudes sont donc rarement influencés par les campagnes de persuasion et d'information liées au réchauffement climatique et incitant à faire un petit geste pour préserver l'environnement. Il serait donc intéressant de mieux comprendre les raisons qui poussent les personnes à avoir recours à un mode de transport plutôt qu'à un autre, les motifs évoqués pour justifier le choix de prendre leur voiture particulière ou les transports en commun pour se rendre sur le lieu de travail. Cela peut nous permettre de mieux adapter les campagnes de sensibilisation par la suite et donc, à terme, de pouvoir changer les comportements.

1.1. *Un comportement difficile à changer*

Une des raisons pour lesquelles le changement de mode de transport est si difficile à obtenir quand il doit être volontaire (nous pensons ici notamment au passage voiture particulière/transports en commun) peut être le rapport au « territoire » pour chacun. En effet, la psychologie environnementale nous renseigne sur la façon dont chacun perçoit son cadre de vie, et notamment en termes de territoire. [Fischer \(2002\)](#) en définit ainsi plusieurs types dans lesquels nous évoluons en permanence. Il évoque tout d'abord le « territoire primaire » comme « lieu appartenant à un individu ou à un groupe et qui est utilisé durablement et souvent de façon exhaustive ; les occupants y exercent un contrôle important et l'aménagent en fonction de leurs préférences ». Ces territoires sont généralement la maison, l'appartement, la chambre ou le bureau et sont l'objet de nombreuses manifestations d'appropriation du lieu, à travers l'aménagement, la décoration, les accessoires, etc. Les territoires secondaires « désignent des lieux qui peuvent être utilisés régulièrement par un individu ou un groupe ; mais (sur lesquels) le contrôle exercé n'est toutefois plus aussi grand

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/893750>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/893750>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)