

La Lettre

NATURE HUMAINE

Un autre regard sur l'écologie.

Écologie
Les freins de l'action (Partie I)

Numéro 02

La Lettre

NATURE HUMAINE



L'association Nature Humaine

Nature Humaine est une association à but non lucratif dont l'objectif est d'agir et d'aider à agir pour la nature et l'Homme, en explorant les facteurs humains et les représentations du monde qui freinent ou au contraire facilitent le changement. Nature Humaine est un creuset où les sciences humaines peuvent se rencontrer autour de l'écologie pour faire émerger une réflexion originale sur notre relation à la nature et à notre propre nature.

La Lettre est sa première action.

www.nature-humaine.fr

La Lettre Nature Humaine

La Lettre a pour objet d'explorer cet espace qui échappe à la raison et au sein duquel se trouve la source principale de nos dysfonctionnements écologiques : notre vision de la vie, nos émotions, nos désirs et espoirs, nos personnalités construites sur nos héritages familiaux et culturels... Les transformations sociales et culturelles auxquelles la crise nous invite ne peuvent se faire sans nous ni en dehors de nous, parce que nous faisons partie du système à transformer. Et parce qu' "il est impossible de résoudre les problèmes avec le même cerveau que celui qui les a causés" (Albert Einstein). La Lettre n'a pas comme but de répondre à tout, mais d'ouvrir l'esprit et la curiosité. Chaque Lettre fera l'objet d'un dossier complémentaire sur le site de Nature Humaine.

Édito

Comment contribuer à créer un monde plus en adéquation avec notre environnement (et plus humain tant qu'à faire) ?

La crise écologique est exigeante : elle nous demande d'opérer des changements individuels et sociaux profonds, de prendre à la racine la dynamique non-écologique en marche en chacun de nous. Ne pas le faire revient à vouloir mettre une rustine sur une vieille roue voilée, et à se confronter de manière brutale à de puissantes résistances et freins au changement.

Informers, sensibiliser, éduquer, former, invectiver, pénaliser, récompenser, payer, inquiéter, culpabiliser, sont les méthodes les plus couramment utilisées pour essayer d'endiguer chez nos concitoyens tout ce qui peut nuire de près ou de loin à la nature. Or, si la conscience écologique commence à se généraliser, les comportements ne suivent pas. En réalité, si nous pouvons comprendre intellectuellement ce qu'est la crise écologique, les changements à opérer sont tellement antinomiques avec nos modes de vie, nos habitudes de fonctionnement, notre rapport au monde et à la vie, notre conception du confort, de la richesse, que nous ne pouvons pas adapter nos comportements. C'est comme si nous voulions jouer à un nouveau jeu informatique sans avoir changé le programme de notre ordinateur.

De plus, si vous saviez ! Toutes les bonnes raisons que nous avons de ne pas y aller, de ne rien changer ! Conscientes ou pas, individuelles, collectives, elles jouent un rôle unique : empêcher tout changement profond.

Cette Lettre n°2 (ainsi que les suivantes) suit Mario, Rose et d'autres (habitants d'un pays fictif) afin de mettre en lumière nos freins et les solutions existantes pour les dépasser. Prendre conscience de ces freins, par ailleurs pour beaucoup à l'origine de la crise, aide à agir différemment, et même à passer à l'action, avec une pleine compréhension de ce qui peut empêcher le changement chez l'autre et chez soi-même.

Nature Humaine

NATURE HUMAINE

4

RUBRIQUE - COMPRENDRE

Les freins à l'action

4

ÉPISODE I - S'informer pour comprendre

7

ÉPISODE II - Nos représentations sociales

10

ÉPISODE III - Les freins pour changer
nos représentations sociales

14

RUBRIQUE - TERRAIN

Prendre en compte le processus
de changement (partie I)

18

RUBRIQUE - AUTOUR DU MONDE

L'expérience venue d'ailleurs
Si vous prenez soin du pays,
il prendra soin de vous

20

Les contributeurs de la Lettre

Mario avait pourtant prévu de longue date cette virée entre hommes à chevaucher leurs Hondas tout terrain en ratissant la terre molle des magnifiques chemins forestiers alpins. Trois semaines qu'il bichonnait la bête rutilante et bientôt rugissante. Mais une vilaine entorse due au carrelage décidément trop propre de l'entrée de l'immeuble le clouait au lit depuis déjà deux jours, et Mario voyait s'éloigner tout espoir de rejoindre sa meute.

Accroché à ses béquilles, Mario doit finalement se résoudre à rejoindre la probablement ennuyeuse soirée de Paul, un vague copain de lycée. Pourtant, cette soirée marque un tournant dans la vie de Mario : la délicieuse Rose, aux grands yeux d'un beau vert marécage, va désormais hanter ses nuits et ses jours. Non seulement parce qu'elle lui a franchement tapé dans l'œil, mais aussi parce qu'elle appartient à un modèle féminin échappant aux méthodes habituelles de séduction pourtant mûrement expérimentées par Mario sur le terrain : Rose est une fervente écologiste, amoureuse de la nature, du silence, des ampoules basse consommation, de la lessive biodégradable et du dentifrice à l'aloé vera. Par conséquent, "venir faire un tour sur ma bécane" ne peut avoir sur elle qu'un effet indésirable. Ne pouvant se résoudre à passer à côté d'une potentielle femme de sa vie, même à l'opposé le plus total de tout ce qui faisait son existence jusqu'à ce jour, Mario a décidé de prendre à bras le corps la situation et de se mettre à l'ouvrage afin de pénétrer plus avant l'univers de la belle. Chose, selon lui, d'autant plus aisée, que l'écologie est désormais à la mode en Foldavie, petit pays d'Europe centrale : les médias relaient l'information sur le sujet et de nombreux guides sont accessibles en librairie à un prix modique.



Et pourtant ! Rose n'est certainement pas l'obstacle majeur auquel Mario va se trouver confronté : à vrai dire, elle n'a pas du tout été insensible aux charmes du beau ténébreux un peu baroudeur, passionné par son métier d'éducateur pour enfants en difficulté et qui s'avère être en plus un montagnard amoureux des grands espaces, même si... à sa manière. Elle se sent prête à dépasser en elle le début de mépris qui l'assaille à chaque nouvelle rencontre d'un

"non-initié". Et se sent même excitée à l'idée d'évangéliser un pauvre et innocent ignorant de la cause. Bref, la chose est à peu près emballée, allant à l'encontre de tous les pronostics habituels sur les affinités affectives ("qui se ressemble s'assemble" et vice versa).

En réalité, ce sont d'autres obstacles que Mario va devoir affronter : ses propres freins au changement.

*"J'ai trouvé le chaînon manquant
entre le singe et l'Homme :
c'est nous !"*

Konrad Lorenz - Biologiste

EPISODE I S'INFORMER POUR COMPRENDRE

C'est l'effervescence : Rose a proposé hier soir à Mario qu'ils se revoient afin de faire plus ample connaissance et de voir si le coup de cœur réciproque n'était pas qu'une passade. Après tout, ils sont si différents ! Panique : Mario doit faire un peu de bachotage s'il ne veut pas passer pour un écolo-nul. Bien sûr, Mario n'échappe pas à la prise de conscience généralisée, mais il ne peut que constater que, à part le tri des déchets, il ne sait pas grand chose. Il sent qu'il doit passer à la phase supérieure. Heureusement, depuis quelques mois, les grands médias Foldaves s'emparent de l'actualité écologique, devenue beaucoup plus croustillante et spectaculaire. Ne suffit-il pas que Mario soit plus attentif à ces informations, même si c'est au détriment des pages "sports et moteurs" et "sport en pleine nature" ?



Pourtant, Mario n'est pas au bout de ses peines. Le journal déplié à côté de son bol de rice krisp, le voilà plongé dans les nouvelles, ses yeux valsant d'une information à l'autre. Et là, c'est le drame. A gauche, une information indiquant à grand renfort de chiffres obscurs les efforts urgents à faire pour diminuer les émissions de CO2 des transports routiers. L'article préconise à chacun de faire du co-voiturage ou de prendre plus souvent les transports en commun. Comme le suggère le journal, Mario se promet de s'informer sur les possibilités locales. Il poursuit sa lecture et passe sur la page de droite : en haut, le nouveau programme détaillé de la Foldavie de développement d'autoroutes, certes au revêtement de toute première qualité écologique, mais l'idée reste quand même d'améliorer le temps de distance en voiture d'un bout à l'autre du pays. En bas, SUPERGazol, la multinationale Foldave du pétrole vient de trouver de nouveaux gisements dans une région protégée par 3 conventions internationales, grâce à un passe droit du gouvernement, afin de permettre à l'entreprise et aux heureux conducteurs Foldaves de rester dans la compétition mondiale.

Bien qu'habitué à jongler d'infos en infos sans lien entre elles, Mario sent confusément que ces trois là sont parfaitement contradictoires. Pour échapper à la bouffée de confusion qui l'assaille, Mario tourne la page pour arriver aux pages économiques. "La Foldavie consomme, la Foldavie va bien" : le titre slogan, banal, régulièrement brandi par le gouvernement Foldave dans les médias, apaise Mario d'un coup, comme le faisaient les jolies berceuses de maman. Tout va bien. L'horreur écologique est à nouveau enterrée corps et bien comme un mauvais souvenir. Ce n'est pas aujourd'hui que Mario ira acheter son "Manuel de l'écologie pratique pour les super nuls". Que s'est-il passé ?

Information et messages paradoxaux

Aujourd'hui, on peut identifier quatre niveaux de discours en matière écologique : le premier discours est l'information sur l'état environnemental de la planète, véhiculée en général par les associations, les scientifiques et les médias. Cette information est généralement alarmiste et montre de manière plus ou moins claire que la situation exige une redirection sociale au niveau mondial des modes de vie et de consommation. Le second discours est la réponse des gouvernements, rarement à la hauteur des enjeux, car pour l'instant nos modes de vie et de consommation ne sont pas remis en jeu collectivement. Le troisième discours est le discours ambiant, véhiculé par tous, selon lequel le développement de nos sociétés est fondé sur la consommation de masse, en contradiction avec les enjeux écologiques. Le quatrième discours, plus récent, est celui des entreprises sincèrement engagées dans une démarche

environnementale : par leur offre de produits plus écologiques, elles contribuent à changer les mentalités, mais en même temps peuvent peiner à s'extraire du discours sur la consommation de masse.

Ces quatre discours sont propres, ne facilitent pas le changement, voir l'empêche car "dire quelque chose et son contraire est forcément source d'incohérence", explique la psychanalyste et éco-psychologue Marie Romanens. "En psychanalyse, on parle de "double message", ou de "langage paradoxal". Le mécanisme a pour fâcheuse conséquence, surtout s'il est répété dans le temps, de créer une grande confusion. Face à cela, les gens ne peuvent pas se situer, ils se sentent déstabilisés, perdus, car les repères sont malmenés ou inexistant. L'incohérence du discours peut générer beaucoup d'impuissance et même amener à une réaction de déni, car le déni évite de rester dans l'inconfort psychologique dans lequel le double langage nous met. Le déni est une manière efficace de mettre de la distance par rapport à une information ambiguë. C'est une bonne protection vis-à-vis de la violence produite par les messages paradoxaux".



Il est prouvé que, dans ce cas, le taux "d'obéissance" devient quasi nul : avant de décider quoi faire, le sujet essaye en général de déterminer quelle est l'autorité la plus légitime, et ne la trouvant pas, va suivre les ordres les plus conformes à sa conscience, elle-même tributaire de nombreux paramètres (culture, habitudes, peurs individuelles, etc).

Pourtant, l'information reste essentielle : c'est la première étape permettant à chacun de prendre conscience des enjeux. Mais elle ne permet pas à l'heure actuelle d'aider les gens à passer à l'action. Cela tient à sa nature même.

Les insuffisances de l'information en termes de contenu

"Les mouvements écologistes agissent comme autant de fossiles vivants surgis du siècle des Lumières, avec leur foi dans la force du savoir : "Si seulement les gens savaient, ils agiraient." Voilà pourquoi ils consacrent la majeure partie de leurs ressources à la production de rapports ou à la

publication d'articles et d'éditoriaux dans les médias.
Mais cette stratégie ne fonctionne pas".

George Marshall, psychanalyste

"The Psychology of Denial : our failure to act against climate change"

Pourquoi, alors que nous sommes très informés, surinformés de tout même, n'agissons-nous pas plus pour l'écologie ? Sommes-nous désinformés ? Mal informés ? Hermétiques à l'information ? Outre le problème du triple langage décrit ci-dessus, voici quelques clés :

Tout d'abord, pour beaucoup, l'information sur la situation écologique reste abstraite, lointaine et globale, aussi les conséquences de nos actes mis en avant restent-elles imperceptibles au quotidien. Ainsi, comment appréhender intérieurement le changement climatique mondial au niveau d'un individu, surtout quand on vit en ville, comme plus de 50 % de la population mondiale ?

Un constat ancien

Déjà en 1998, le sociologue G. Tertoolen démontrait que si l'information sur l'environnement amène l'individu à accroître sa prise de conscience du phénomène global, il ne comprend pas sa part individuelle dans la pollution, les individus ne faisant pas le lien, et ceci même s'il leur a été spécifiquement expliqué en face à face. L'auteur soulignait que l'information sur l'environnement peut provoquer un changement de comportement uniquement si ce changement n'est pas désavantageux pour l'individu, si ces informations sont soutenues par la norme sociale, et enfin s'il y a suffisamment d'opportunités de prouver que ce comportement existe et est possible. Tertoolen G. et al., 1998, "Psychological resistance against attempts to reduce private car use", in Transport Research, Vol. 32, n°3. Cité par la sociologue Anaïs Rocci (voir références en page 13).

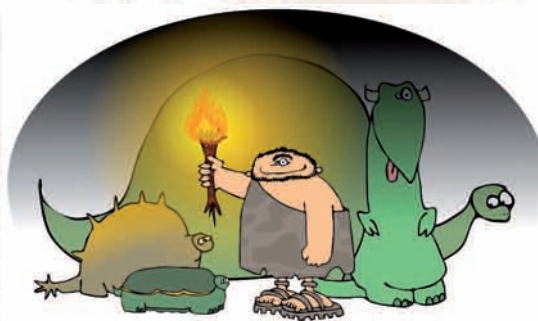
Ensuite, l'information est anxiogène. "Donnant à voir un futur effrayant, farcie de chiffres difficiles à traduire en actes, n'offrant pas d'issues désirables, elle est culpabilisante, source d'impuissance et de rejet", explique Anne Versailles, experte sur les questions de communication et de sensibilisation à l'environnement et co-fondatrice du projet Co-intelligence Europa. "On nous demande de nous mobiliser face à ce qu'on peut appeler un "objet monstre", "Or, que fait-on face à un monstre ? Trois attitudes possibles : soit fuir, se replier sur soi, sa famille, son jardin. Soit, si l'on se croit plus fort que lui, l'attaquer de manière agressive avec des leitmotifs du

genre « si l'humanité doit mourir, autant que ce soit en 4x4 ». Soit faire le mort".

Enfin, "l'information est trop axée sur le contre", poursuit Anne Versailles. "La publicité, elle, emmène dans le plaisir, la sensation, tandis que la communication environnementale est axée contre la pollution, contre les émissions de CO2. Donc nous ne sommes pas dans "aller vers", mais dans "s'écarter de". Or, il est plus facile de se mobiliser vers que de s'écarter de. On ne nous donne aucune image, aucune représentation d'un monde désirable vers lequel nous tourner. En l'absence d'un imaginaire positif vers lequel aller, tous les "gestes pour la planète" participent du même processus d'opposition, car ils restent des actions "contre" l'objet monstre".

"Or, nous avons besoin d'une communication qui réveille notre curiosité, qui nous aide à accepter ce que nous allons perdre en changeant de comportement, qui nous incite à réfléchir, à nuancer, à relativiser, et à construire ensemble la solution en mille solutions réjouissantes".

En réalité, l'information donnée est surtout scientifique et les solutions surtout technologiques et politiques, ce qui est insuffisant pour que des individus puissent construire un nouveau projet social, une nouvelle symbolique nécessaire à la création de nouveaux repères sociaux et comportementaux en adéquation avec les enjeux environnementaux. Pour renouveler notre imaginaire désormais en décalage complet avec la réalité (à savoir que notre survie dépend de la nature), l'information doit aussi contribuer à véhiculer de nouveaux modes de vie et de pensée, concrets, expérimentés, réalistes sur le long terme, et pas seulement la dernière découverte de la voiture à air pulsé qui vient rassurer le chaland sur notre capacité technique à faire face (ce qui est d'ailleurs faux).



Renouveler son imaginaire, on a dit !

"Ma propre motivation personnelle vient beaucoup de ma rencontre avec des exemples positifs, innovants, inspirants, motivants, et qui montrent ce qu'il est possible de faire", raconte Elisabeth Laville, présidente de Utopies. "Nous avons donc, avec Utopies, beaucoup diffusé au départ ces exemples. J'ai ensuite lancé Graines de changement, qui a pris le relais pour diffuser ce qui se fait de mieux. J'essaie constamment de rencontrer un maximum de personnes qui innovent, car c'est là que se trouve ma source personnelle d'inspiration et de motivation" (www.grainesdechangement.com).

L'influence de l'information sur notre représentation de la crise et du changement

Les sociologues Angela Castrechini et Enric Pol ont étudié les travaux analysant le traitement de l'information environnementaliste par différents médias européens : ainsi, les auteurs d'une étude italienne (Bonnes & al - 1997) soulèvent "la priorité que donnent les médias à un certain modèle de changement environnemental, modèle qui s'ajuste probablement mieux à leur vision politique". Dans une étude espagnole (Cortès & al - 2004), les auteurs mettent l'accent sur le fait que "les médias agissent comme agents de socialisation, lesquels non seulement déterminent l'importance, la magnitude ou l'actualité des problèmes, mais en plus suggèrent comment les interpréter ou quelles solutions adopter". De plus, "les lignes éditoriales des journaux analysés semblent conditionner la spécificité avec laquelle sont traités certains thèmes". Si l'on constate que les médias jouent un rôle important d'intermédiaire en diffusant la connaissance scientifique sur l'environnement et le public, ils jouent aussi un rôle en diffusant "leurs propres représentations de ce qu'ils jugent important".

D'autres études (Breakwell 2001) "montrent combien les processus identitaires (comme par exemple la recherche d'estime de soi, la distinction, la continuité et l'efficacité) pèsent sur l'interprétation d'informations relatives aux risques environnementaux, le niveau de confiance dans les sources de ces informations et l'ancrage de nouveaux contenus dans les représentations sociales déjà existantes".

Article "le rôle des médias dans la construction sociale de représentation de l'environnement", issu de l'ouvrage collectif "Psychologie sociale de l'environnement" - 2006, ed. P.U.R.

EPISODE 2 NOS REPRÉSENTATIONS SOCIALES

Mario prend la petite route qui l'emmène vers FoldavieCity et son travail. Depuis le temps, le trajet est devenu automatique et les 30 minutes passent comme dans un rêve. A peine si Mario regarde les jolis paysages traversés. Après tout, quelle importance, ils seront toujours là demain, telles de vieilles cartes postales de vacances poussiéreuses accrochées au mur. Installé en mode mental automatique, Mario est tout à l'organisation de sa rencontre avec Rose, et le stress de la lecture du matin est bien enterré.

La relation à la nature : autant de représentations que d'Hommes ?

Bien sûr, il entend bien désormais que les ressources s'épuisent et il sait que la nature est fragile. Il a grandi dans un petit village alpin, il connaît surtout la montagne qui peut parfois être dure à l'Homme. En ce moment, le grand sujet, c'est le retour du loup dans le massif d'à côté. Les bergers sont furieux. "On a mis 100 ans à s'en débarrasser, et les r'voilà, avec le tampon de la préfecture en guise de passeport, en plus ! C'est la fin des moutons d'alpage, je vous l'dit". Et pour Mario, la nature c'est aussi là qu'on met les bêtes. C'est là aussi qu'on trouve les chemins les plus raides pour faire de la moto, hors période de chasse bien sûr et loin des pâturages, il n'est pas bête quand même. Alors, chez Mario, nature égale "abondance", "hostile" et "loisir", donc un mélange de richesse, de dureté, et de plaisir.



Pour Rose, c'est relativement simple de mettre sa vie en harmonie avec l'environnement : romantique, élevée par une mère citadine mais naturaliste passionnée et contemplative, elle perçoit la souffrance de la nature et souffre avec elle. Même si, comme tout le monde, elle ne sait pas toujours ce qui est bon ou mauvais, et que parfois elle ne peut pas faire autrement que prendre sa voiture. Mais elle fait le maximum possible, car pour Rose, agir "écologique" est un besoin de cohérence et de bonne santé. Elle travaille d'ailleurs dans une association de protection de l'environnement.

Rose se distingue nettement d'autres écologistes qui agissent par peur, par besoin d'avoir une mission, par intérêt intellectuel, par excitation devant le challenge, etc (voir Lettre n°1). Ceux-là peinent parfois à mettre leur vie en accord avec leur discours, car leur engagement dans l'écologie est trop intellectuel, ou trop confus, ou vient réparer un manque affectif. En réalité, l'amour de la nature, pas plus que l'activisme écologique, n'a jamais préservé personne de comportements non écologiques. Car le passage à l'action est un processus complexe. L'étude des représentations sociales nous apporte quelques clés.



Au volant de sa petite voiture, Mario ne ressent aucune culpabilité, et le vague projet de ce matin d'explorer d'autres modes de transport est loin. Que s'est-il passé dans sa tête, pour qu'il passe ainsi d'une confusion certaine et d'un stress réel, ...à l'oubli de son projet de se renseigner à propos de modes de transports moins émetteurs de CO2 ? Un certain nombre de conditionnements, dont ses représentations sociales, l'une des notions fondatrices de la sociologie et de la psychologie sociale.

Éléments de définition

Selon la sociologie (voir références page 10), la représentation sociale désigne toutes les idées, pensées, croyances, connaissances, concepts, images, et systèmes collectifs de signification, qui sont socialement élaborés et partagés par les membres d'un même groupe social ou culturel. C'est un mécanisme par lequel chacun va appréhender, se représenter, s'approprier, interpréter le réel. La représentation sociale permet ainsi de comprendre et de maîtriser cognitivement notre environnement social, matériel et idéal, et d'y orienter notre conduite. Elle influence donc nos actions quotidiennes, ainsi que notre rapport au monde

La représentation sociale est la représentation d'un objet, d'une situation, par quelqu'un qui porte en lui ses expériences personnelles et un bagage social et culturel. Tout ce qui contribue à définir intellectuellement un individu participe à la construction de ses représentations sociales : son éducation, son environnement idéologique et culturel, sa condition sociale, son degré de connaissance scientifique, sa vie privée et affective, de même que les conditions historiques, sociales, économiques qui caractérisent une société, les valeurs et croyances qui y circulent, mais aussi des pratiques sociales liées aux modalités de communication (provenant des médias, des scientifiques, ou interpersonnelles). Les représentations comportent donc tant des éléments sociaux que personnels et se situent donc au carrefour de l'individu et de la société.



Les représentations sociales sont une forme de conditionnement.

Le conditionnement est un mécanisme d'apprentissage de comportements qui permet à un individu de s'adapter à son environnement. "C'est une technique permettant à un stimulus d'induire une réponse qu'il n'induit pas naturellement". explique la psychothérapeute Geneviève Odier. "Par exemple, la méthode de l'effort/récompense (il faut faire ceci pour obtenir cela) est un conditionnement". Ainsi, quand un évènement (ou stimulus) est suivi d'une récompense ou d'une punition, les gens conditionnent leurs comportements à l'évènement, ce qui devient par l'habitude, un automatisme, un mode "naturel" d'action.

"On agit toujours parce qu'initialement il y a un stimulus (physique ou psychique)", explique Jean-Pierre Le Danff, éco-psychologue. "Quelque chose ou quelqu'un éveille, suggère en nous l'envie ou la nécessité d'agir. Après le stimulus s'enclenche un processus mental de prise de conscience qui va mettre en marche tout un réseau de connexions dans notre corps, dans notre cerveau, dans nos hormones, et entraîner un désir ou une nécessité d'agir". Or, si nous avons souvent l'impression d'être libres de nos vies, de nos mouvements, de nos choix, "nous agissons la plupart du temps par conditionnement, qu'il s'agisse de nous déplacer, de produire, de consommer, de travailler".

Représentation sociale de l'environnement : une compréhension indispensable

L'environnement n'échappe pas à nos représentations sociales. On parle alors de représentation sociale de l'environnement, façonnée chez chacun d'entre nous par le contexte familial, l'école, les médias, les partis politiques, le travail, les relations et expériences en tout genre.

Selon Paula Berestovoy (citant K. Milton, 1996), on peut distinguer "ceux qui veulent protéger l'environnement et qui voient ce dernier comme quelque chose de fragile nécessitant d'être protégé par l'humain. D'autres voient en revanche l'environnement comme quelque chose de fort et de résistant. Ils ne ressentent donc pas le besoin de le protéger. Ils le voient au contraire comme une entité toute puissante ou comme un partenaire avec lequel ils entretiennent une relation de réciprocité. Enfin, certains voient l'environnement comme un pourvoyeur à leur service, à exploiter".

Selon la sociologue Laure Draetta, "pour chaque individu, l'environnement est une construction subjective, faite de

représentations, de valeurs, d'attitudes et de comportements qui varient considérablement en fonction des catégories d'acteurs, de leurs expériences concrètes, des contextes dans lesquels ils agissent. Au niveau collectif, l'environnement [pour être pris en compte] doit se caractériser par une prise de conscience généralisée qui unit les individus dans le même mouvement. Il doit prendre place dans un ensemble de valeurs sociales renvoyant à un souci partagé, à une démarche collective, mais aussi à des intérêts individuels (...) ainsi qu'à des contraintes".

Représentations sociales, environnement et culture

Les concepts de représentations sociales et de culture sont très proches, car la seconde façonne les premières. On peut d'ailleurs citer les sociologues Karine Weiss et Dorothée Marchand selon lesquelles la volonté du genre humain d'affirmer sa propre unicité en opposition à la nature (le fameux "culture versus nature"), qui est ancienne, a eu pour conséquence de dessiner deux univers distincts : la société et la nature, entraînant la création d'une seconde nature culturelle, superposée à la nature biologique. Aborder la culture est donc un point clé de l'information et de l'éducation à l'environnement.

"Les représentations individuelles et sociales constituent, en tant que filtre d'interprétation de la réalité et comme moyen normatif d'orientation des comportements individuels et collectifs, l'élément clef de l'articulation homme/environnement", explique Eugénia Ratiu, professeure en sociologie environnementale. C'est pourquoi la sociologie et la psycho-sociologie de l'environnement, qui explorent ces paramètres, permettent de mieux comprendre la relation humain/environnement, la relation représentations sociales/action en faveur de l'environnement, ainsi que la stratégie élaborée par chacun pour interagir avec lui. Tous éléments "indispensable pour (...) concevoir des projets socialement viables" (Garnier et Sauvé - voir référence en fin d'épisode).

De la prise de conscience à l'action

Il existe un lien étroit entre les représentations sociales en général, la représentation de l'environnement en particulier, et l'action ou plutôt l'inaction pour l'environnement. Pour expliquer le décalage observé entre "la prise de conscience" généralisée et le peu de passage à l'action, Laura Draetta distingue la "conscience environnementale", à la base des

attitudes, des perceptions, des opinions à l'égard de l'environnement, et "la sensibilité environnementale", qui influence les comportements. Il y a "conscience" lorsque l'environnement est présent dans les représentations sociales d'une personne. Il y a "sensibilité" lorsque nos comportements sont directement influencés par cette représentation.

La "conscience" est un apprentissage de la préoccupation pour l'environnement. Elle se fait sous l'influence de la culture et de la société, donc par des facteurs externes à l'individu qui vont servir de grille d'interprétation de la réalité environnementale. C'est cette "conscience" qui est mise en exergue par les sondages d'opinion. La "sensibilité" par contre, se fait sous l'influence des valeurs et idéologies que la personne a acquises durablement tout au long du processus de socialisation. Ces facteurs internes, qui agissent comme des filtres, lui permettent de se positionner par rapport à sa prise de conscience environnementale, et d'agir...ou pas, car c'est la sensibilisation qui sert de grille d'action.



Ce sont donc les valeurs et idéologies qui seraient à l'origine des conduites environnementales, bien plus que la "conscience" environnementale. Reprenant les travaux du sociologue Pierre Bourdieu, Laura Draetta explique que "la sensibilité à l'environnement est le reflet de l'intériorisation de la valeur environnementale de façon non consciente, naturelle, quasi instinctive, par l'effet des conditions objectives d'existence (...)". Seule l'intégration durable de valeurs écologiques se manifestera par des conduites environnementales.

Une approche systémique

Attention à ne pas simplifier les représentations, système complexe qui fait aussi intervenir les émotions liées à l'objet. En général, il est impossible de trouver une cohérence entre les éléments d'une représentation. Et "il ne semble pas qu'il y ait un processus direct d'influence des représentations sur les pratiques ou des pratiques sur

les représentations qui aboutissent à des transformations", précisent Catherine Garnier et Lucie Sauvé.

Si elles reconnaissent que le contexte peut faciliter un changement de pratiques, cela se déroule vraisemblablement toujours "sur une longue période de temps", en tenant compte des représentations sociales initiales du sujet. Aussi, cette complexité ne peut être envisagée que dans une perspective systémique, globale et sur le long terme.

Sur l'approche systémique, voir les propos de Ivan Maltcheff, en page 14.

Références de cette partie :

- Interviewes disponibles sur le site www.nature-humaine.fr
- "Apport de la théorie des représentations sociales à l'éducation relative à l'environnement" - Catherine Garnier et Lucie Sauvé - Université de Montréal - In Education relative à l'environnement vol.1 1998-1999.
- "Différenciation des relations environnementales à l'eau et modèles d'analyse psychosociologique" - Eugénia Ratiu - 1999, disponible sur books.google.fr
- "La contribution de la théorie des représentations sociales à l'étude des conflits d'usage en environnement" - Paula Berestovoy - Journal International sur les Représentations Sociales vol.3 no1 - Canada.
- "Psychologie sociale de l'environnement", sous la direction de Karine Weiss et Dorothee Marchand, éd. P.U.R - 2006.
- "Le décalage entre attitudes et comportements en matière de protection de l'environnement" de Laura Draetta. Article issu de "Développement durable et participation publique - ouvrage collectif sous la direction de Corinne Gendron et Jean-Guy Vaillancourt, 2003, éd. P.U.M

EPISODE 3 – LES FREINS POUR CHANGER NOS REPRÉSENTATIONS SOCIALES

Mario n'a plus que quelques jours pour améliorer son score sur le baromètre de "l'écolo averti". Et c'est peu de dire qu'il n'avance pas beaucoup. Hier, il a bien tenté de prendre le bus, mais il s'est trompé dans les horaires, occasionnant un retard d'une heure au travail. Le stress a été tel que Mario n'est pas prêt de retenter l'expérience. Bien sûr, Mario n'a pas tout faux : il fait ses courses à pied (tout est à moins de 500 mètres). Mais l'usage de sa voiture s'est intensifié le jour où Mario s'est installé à la campagne à 30 km de son

travail, ... afin de mieux profiter avec sa moto des terrains d'entraînement naturels que sont les douces collines de la basse Foldavie.

La Foldavie a engagé dès les années 80 une politique ambitieuse de réduction des émissions polluantes des automobiles, plus axée désormais sur la réduction des émissions de CO₂, par des normes strictes de conception et d'entretien des véhicules, et plus mollement, par une incitation à diminuer l'usage de son véhicule. Mais c'est finalement la hausse des prix du pétrole qui aura eu le plus d'impact sur la diminution de l'usage de la voiture : 4 % en moins sur les autoroutes en juillet 2008. Mario l'a su par son ami et voisin Robert, garagiste de son état, qui témoigne que, si habituellement l'activité de dépannage-remorquage est importante dans la période de vacances, elle a connu une baisse d'activité assez sensible (information confirmée par une dépêche de l'Agence Foldave de La Presse du 23 août).



Déséquilibre et stress

Même lorsque l'individu est plein de bonnes intentions pour changer ses comportements, en pratique le changement est plus complexe, car il réclame nécessairement un effort par rapport à un équilibre habituel mis en place au fil du temps.

Mario a conscience que l'usage de sa voiture est source de nuisances, surtout d'embouteillages d'ailleurs. Mais cela est contrebalancé et atténué par le confort, la souplesse et la maîtrise (relative) de son temps de trajet et itinéraire, la mobilité, la commodité que lui apporte son auto, donc une certaine qualité de vie au quotidien, alors qu'il perçoit les transports collectifs (horaires fixes, arrêts fixes, itinéraires fixes) comme une restriction de sa liberté de déplacement et d'action. Bref, sa voiture lui permet d'être "libre, ou je veux, quand je veux, comme je veux, avec Ma voiture". Ainsi 86 % des gens assimilent le fait d'utiliser un transport collectif à une restriction de leur liberté et 89 % à une réduction de

leur mobilité (Enquête réalisée en 1999 pour l'Assemblée des présidents de conseils généraux).

Par ailleurs, si Mario a conscience que la pratique de la moto en pleine nature est très controversée (dommage et bruit), le loisir et le bien-être que cela lui apporte sont prioritaires dans son système de valeurs, bien plus que le respect des sites, qu'il a par ailleurs l'impression de respecter puisqu'il roule sur les chemins forestiers.

"L'analyse du ressenti des modes [de transport] a démontré que lorsque l'individu éprouve du plaisir à se déplacer, se sent en situation confortable et en sécurité avec un mode, les contraintes (coût, embouteillages, difficultés de stationnement, etc.) et les conséquences (pollutions, émissions de CO₂, risques d'accidents) seront surmontées, dépassées, maîtrisées, ou contournées, car compensées par ces émotions et sensations positives. A contrario, lorsqu'un mode est mal vécu et a dépassé un seuil d'acceptabilité de contraintes, il pourra être définitivement écarté du champ des possibles, de part la saturation qu'il a engendrée".

Anais Rocci, sociologue.

"Jamais les contradictions qui se nouent autour de la voiture ne sont apparues avec autant d'acuité ces dernières années : si elle est, en effet, de plus en plus perçue comme une source de nuisances (pollution de l'air, bruit, insécurité, congestion), l'organisation de nos modes de vie ne cesse d'accroître notre dépendance vis-à-vis d'elle. Dès lors, on peut constater que le choix du mode de transport est quasiment indépendant de la sensibilité environnementale des individus".

*Les dossiers de l'IFEN n°08, déc. 2007
"Les pratiques environnementales des Français en 2005" p. 26.*

Aussi, que nous utilisions notre voiture par commodité, par habitude et automatisme, par confort, par obligation, par plaisir ou par reconnaissance sociale, changer de mode de transport exige un effort mental, pour se réorganiser (nouveaux horaires, nouveaux trajets), s'habituer (moins de souplesse) et intégrer ce nouveau mode afin d'y trouver un confort et équilibre équivalent. C'est une source de tension et donc de stress. "Ne plus utiliser sa voiture représente un coût d'organisation et de décision qui s'accompagne d'une prise de risques et d'un surplus de contraintes qui ne présentent aucun intérêt pour les individus", explique les sociologues N. Golovtchenko et M-C Zelem. Au point que ceux qui rencontrent des difficultés dans les transports en commun "sont même prêts à perdre de l'argent et du temps plutôt que de renoncer à leur véhicule" raconte Anaïs Rocci, auteure d'une thèse sur l'analyse sociologique de l'usage de la voiture.

Prendre en compte l'état d'esprit du conducteur

Mettre en place une alternative à la voiture, telle que le co-voiturage, exige de prendre en compte la totalité des contraintes ainsi créées : "Je ne veux pas modifier mes horaires de déplacement, du fait de mes contraintes horaires !" ; "Je veux garder ma liberté !" ; "Je ne veux pas rallonger mon trajet pour prendre quelqu'un !" ; "Le confort pendant le trajet, c'est trop important", etc.



Les sites internet de mise en relation de co-voitureurs, tel que www.laroueverte.com, prennent en compte ces contraintes en apportant des réponses pour adapter son comportement en douceur, ou en proposant des astuces technologiques pour faciliter l'utilisation de ce mode de transport, comme par exemple la possibilité en zone rurale de récupérer des passagers tout au long de son trajet quotidien.

Voir les détails sur www.laroueverte.com.

Contradiction et dissonance

Alors, voilà Mario coincé entre "j'ai conscience qu'il faut agir", mais "je n'agis pas pour autant". Or, cela crée en général, plus ou moins consciemment, une contradiction forte, et est source de tension intérieure, de stress et souvent de culpabilité plus ou moins diffuse. En sociologie, on parle alors de "dissonance cognitive" pour décrire ce phénomène de tension.

"Selon cette théorie", explique Anaïs Rocci, "l'individu serait en présence de cognitions (connaissances, opinions ou croyances sur l'environnement, sur soi-même ou sur son propre comportement) incompatibles entre elles (contradiction entre des attitudes, ou entre des attitudes et le comportement). Si la personne croit que la préservation de l'environnement est souhaitable, mais en même temps continue de conduire sa voiture, elle sera alors engagée dans une attitude divergente de son comportement (Tertoolen, 1998). Elle ressent dès lors un état de tension psychologique désagréable motivant la réduction de cette dissonance" (Thèse page 283).

Dissonance, justifications et frein au changement

Comment réduire cette dissonance ? La sociologue Anaïs Rocci explique que "la dissonance, devenant psychologiquement inconfortable, poussera la personne soit à essayer de la réduire en limitant son usage automobile (changement de comportement), soit en modifiant son discours ou son attitude concernant les effets néfastes de la voiture de sorte à être moins négatifs (changement d'attitude)", par exemple en disant que sa voiture est moins polluante que celle des autres. "Il y aurait donc deux chemins de réduction contradictoires : l'un faisant évoluer le comportement, l'autre l'ancrant dans l'autojustification (et donc risquant au contraire de le pérenniser)".

Or, "changer son comportement est plus contraignant que changer son discours", poursuit Anaïs Rocci. Aussi, "loin d'assumer leur responsabilité, les individus vont se justifier en tempérant les conséquences de leur comportement individuel face à des comportements collectifs similaires ou en mettant en avant des pratiques plus néfastes que les leurs". Autres justifications répertoriées sur le terrain : "c'est trop cher", "je manque d'informations", "c'est une trop grande contrainte", "il n'y a pas assez d'alternatives", "de toute façon, nous sommes impuissants à faire changer les choses", "les autres ne le font pas, cela ne doit pas être si grave" (Thèse page 283 et suivantes).

Sur le terrain, "les individus ont une puissante capacité à produire de la justification et à légitimer leurs arguments pour expliquer le décalage entre leur discours et leur comportement", constate Anaïs Rocci. Et on constate que toute affirmation venant contrer ces justifications sera vouée à l'échec à court terme.

En réalité, "ces décalages, voire ces contradictions, entre le collectif (valeurs environnementales) et l'individuel (intérêts personnels) d'une part, et entre le sens (les discours moralisateurs, alarmistes, etc.) et la pratique (les usages) d'autre part, peuvent freiner le changement, puisque les individus s'emploient à produire des arguments pour les justifier" (page 279 de la thèse de Anaïs Rocci).

Références de l'article

- Interviews disponibles sur le site www.nature-humaine.fr
- "Analyse sociologique des freins et leviers au changement de comportements vers une réduction de l'usage de la voiture", Thèse de doctorat de Anaïs Rocci, 2007, Université Renée Descartes Paris Sorbonne, disponible sur <http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00194390/fr>
- "La place des usagers dans les politiques de réduction des GES - Le cas de la pollution automobile" - N. Golovtchenko et M-C Zelem, in "DD et participation publique" 2003, éd. PUM.
- "La théorie de la dissonance cognitive" - Revue électronique de psychologie sociale n°1, page 9 - 2007 - disponible sur <http://www.psychologie-sociale.org/reprs.php>.
- "La stratégie du colibri" - Séverine Millet - 2008, ed. Minerva, partie sur "co-voiturage", page 85 et suivantes.

Suite au prochain épisode

Dans la Lettre n°3, ainsi que dans les suivantes, nous suivrons la suite des aventures empêtrées de Mario, de Rose et d'autres personnages, toujours à travers l'exploration de nos conditionnements et du processus de changement.

Le changement, processus complexe, ne se décrète pas. Mais il peut être accompagné étape par étape. Les méthodes existent déjà, créées d'ailleurs souvent pour d'autres demandes (arrêt du tabac, changement alimentaire, accompagnement en entreprise, etc.). Très diverses, le mot qui les réunit toutes est le temps, car changer est long. Nous explorerons au fil de plusieurs Lettres ce processus de changement avec des focus sur certaines méthodes, car il est toujours motivant de voir que sur le terrain, de nombreuses solutions existent.

Prendre en compte la totalité des facteurs de choix

Par peur de la complexité, et par goût de l'urgence, nos sociétés modernes, pourtant devenues infiniment complexes, recherchent des solutions simples, parfois trop binaires, voir simplistes (voir la Lettre n°1 page 20). Or, comme l'explique la sociologue Anaïs Rocci, pour le choix d'un transport, le processus est complexe : "les individus feraient un calcul stratégique selon un coût global de déplacement : coût monétaire, en temps, en activité (hors ou pendant le déplacement), en sensation (plaisir, confort, liberté, etc.), coût social (normes du groupe d'appartenance, influences) et coût psychologique ou charge mentale (stress, fatigue, fiabilité, sécurité, autonomie)".

Son enquête terrain "fait ressortir les facteurs en jeu dans l'utilisation de la voiture : des facteurs extrinsèques, tels que contextes et structures (situations familiales, professionnelles, effets de localisation et d'éducation, temps de trajet, coût), offres de transports, de services et d'accessibilité. Mais aussi des facteurs intrinsèques ou critères qualitatifs tels que le ressenti et le vécu (dont le rapport à l'objet de la voiture), les préférences et les contraintes. De nombreuses théories font peser les choix de transports sur les contraintes sociales et économiques. Or, si ces facteurs déterminent le choix d'un mode de transport à un moment donné, ce sont les facteurs intrinsèques qui montrent l'attachement affectif au mode de transport et qui rendent le changement de comportement difficile, voir impossible (Anaïs Rocci, page 175 - cette thèse présente une étude très détaillée et documentée de tous les facteurs en jeu - à lire impérativement !).

Les méthodes d'accompagnement doivent donc prendre en compte la totalité des facteurs entrant dans le choix et l'adoption d'un comportement.

La réponse de la systémique relationnelle

"J'utilise les références de la systémique relationnelle (école de Palo Alto)", explique Ivan Malcheff, coach-consultant, accompagnateur du changement. "On part de la représentation du réel comme étant un système dont les individus ne peuvent être séparés. On explore comment dans un système, on interagit, et comment en modifiant ces interactions, l'on modifie notre pratique et d'une certaine façon le système".

"Le fondement est le constructivisme : il n'y a pas de vérité absolue en soi, il n'y a que des réalités que l'on porte les uns et les autres, et tout est en permanence en construction. Pour accompagner le changement, on va travailler avec la représentation que porte la personne, sans aucun jugement de sa réalité. Les seules questions à se poser sont : "Est-ce que cette construction me rend plus heureux" ? "Est-elle conforme à mes valeurs" ? "Permet-elle de transformer mon réel pour vivre en conformité avec mes rêves profonds" ? La personne va être aidée à modifier sa perception de la réalité, et de son problème, de ses croyances "limitantes" ("Les gens sont méchants avec moi", "Je rate tout ce que je fais"). Elle va tourner autour du problème et le reformuler au fur et à mesure".

"Appliqué à la crise actuelle, il conviendrait de pouvoir se poser ensemble les mêmes questions. Mais au préalable, il y a un travail fondamental sur la détermination de l'objectif à réaliser. Que veut-on vraiment ? Faire adopter des éco-gestes, faire appliquer des outils et méthodes écologiques à des pratiques, des process, des métiers, ou bien s'occuper de la totalité du système qui génère ces comportements non écologiques ? Les deux, car l'éco-geste comme le changement de projet de société sont liés. Le problème est que l'on s'occupe presque uniquement du premier".

L'école de Palo Alto, courant de pensée en psychologie et sociologie, tourne le dos à la recherche des causes et explications pour se concentrer sur les comportements observables. Procéder ainsi, ce n'est pas nier que les phénomènes psychologiques aient des causes, mais c'est dire que pour les modifier, il est souvent préférable de débloquer les habitudes et automatismes incorporés aux comportements.

Aider à rompre avec les habitudes...

L'habitude est issue d'un apprentissage de comportements qui se construit par la répétition d'un certain nombre d'enchaînements de gestes répétés au quotidien. Ce sont les automatismes du quotidien, ces petits gestes inconscients qui construisent les habitudes. "Cet automatiser des comportements (...) transforme à un moment donné toute action/décision, même réfléchie, en réflexe" (Amar, 2004, Frenay, 1997 cité par A. Rocci). Pour certaines activités, cela est absolument nécessaire : marcher, parler, écrire. Se conforter dans des habitudes réduit la charge mentale et physique importante que demande un nouveau comportement.

Le problème est que l'habitude imprègne aussi fortement le choix d'un transport : "les individus ont tendance à opter pour le mode le plus simple, c'est-à-dire celui qu'il maîtrise déjà", explique Anaïs Rocci. "Une mobilité simple signifie ne pas réfléchir ni chercher de l'information. Elle est naturelle, incorporée, routinisée dans les habitudes de fonctionnement (...). "Ces automatismes et ces habitudes modales procurent un sentiment de maîtrise de la pratique, mettent en confiance, rassurent et donc réduisent les incertitudes. A l'inverse, l'absence d'habitude, ou de logiciel mental adapté, provoque une peur de l'inconnu et du changement".



Alors, oui l'habitude est un frein, mais peu devenir à terme une solution : avec le temps et l'apprentissage, il est possible de faire entrer dans les habitudes les fonctionnements écologiques. Mais il est vrai que "lorsque les habitudes n'ont pas été prises dans l'enfance, le changement reste coûteux", analyse Anaïs Rocci. "Mais comme les individus seraient prêts à adopter des pratiques sous conditions de moindre coût économique et de réduction de la charge mentale et physique, un système qui organiserait et faciliterait la pratique pourrait inciter au changement" (thèse - page 275).

...par l'expérience

Le sociologue Dominique Desjeux (2002, cité par Anaïs Rocci) rappelle que faciliter la pratique réduit la contrainte et la charge mentale liées au changement. Comme beaucoup de sociologues, Anaïs Rocci préconise donc d'aider les individus à faire l'expérience de nouvelles habitudes de transport, car "l'expérience vient alors en rupture avec les habitudes. Or, seules les ruptures dans les habitudes peuvent amener à un changement. Faire l'expérience d'autres modes permet d'élargir le champ des possibles et de provoquer cette rupture".

Sur le terrain, on constate à travers les discours des utilisateurs de vélo interrogés, que "l'expérimentation de ce mode réduit les représentations négatives alors amplifiées par l'imaginaire et pousse dans bien des cas à l'usage" (thèse - page 198 et suivantes). Par ailleurs, on se rend compte, que si seulement 2 % des gens font du covoiturage, ils sont 15 % dans les entreprises qui ont mis en place une plate-forme d'expérimentation pour les salariés, avec un accompagnement adéquat facilitant le covoiturage (www.laroueverte.com propose par exemple ce type d'accompagnement).

De même, dans l'ouvrage "Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens", les psycho-sociologues Robert-Vincent Joule et Jean-Léon Beauvois, montrent que changer de comportement modifie l'attitude. L'expérimentation doit alors être impérativement accompagnée, car elle peut aussi s'avérer négative (on peut relire à ce propos, les méthodes mises en place à Lyon dans la Lettre n°1, page 18 - et nous reviendrons sur la méthode Joule/Beauvois dans une Lettre ultérieure).

Bien sûr, la mise en place d'infrastructures pour pratiquer et inciter à l'usage dépend de l'effort public, et échappe donc à la plupart d'entre nous (voir l'expérience du Vélov' dans la Lettre n°1). Mais il est possible pour les acteurs de terrain d'organiser et de susciter l'expérimentation au quotidien à l'aide des infrastructures déjà existantes.

Passer de l'automatisme à l'intuition

Pour Anne Versailles, experte en communication sur l'environnement, "selon les neurosciences nous fonctionnons beaucoup en "mode mental automatique" mu par le centre décisionnel néolimbique de notre cerveau, siège des automatismes acquis mais aussi de l'émotion. Or, devant une situation nouvelle qui exige un changement, comme la crise écologique, notre cerveau automatique est très démuné : il a horreur de sortir de la routine ; refuse la réalité ; voit tout en blanc ou noir ; a un avis très tranché ; n'envisage que ce qu'il a toujours fait et craint le qu'en dira-t-on. Mais bien souvent, parce que plus conscient, plus rapide à réagir, il garde la main, malgré son incompetence notoire à gérer la complexité. L'inconfort et le stress alors générés sont le signal envoyé par le lobe préfrontal de notre cerveau, siège de l'intuition, plus à même de gérer les situations complexes. L'enjeu est donc de laisser notre intuition prendre la main et de lui laisser gérer la situation dans un mode mental plus curieux, plus ouvert à la réalité des choses, plus nuancé, plus distancié, observateur, qui cherche à mieux comprendre la situation". Cela permet de répondre par une action plus adaptée au contexte et à notre ressenti, notre individualité, et non plus par automatisme.

"Selon Jacques Fradin ("L'intelligence du stress", Ed. Eyrolles), il est possible de développer cette capacité préfrontale et d'apprendre à recruter consciemment notre intuition face à des situations nouvelles et complexes. La communication et la sensibilisation environnementales ont tout à gagner à explorer cette voie".
Institut de Management Environnemental :
www.neuromanagement.fr



Choisir d'autres arguments que l'écologie

Comme les individus ont tendance à privilégier leurs propres intérêts individuels, l'environnement n'apparaît pas comme un critère fondamental dans le choix du mode de transport. Les sociologues préconisent d'ailleurs d'utiliser d'autres arguments que l'écologie : ainsi, "l'environnement n'est pas un critère pour les cyclistes : pour eux, la vitesse de déplacement est un argument plus convaincant", explique Anaïs Rocci. Par ailleurs, pourquoi toujours privilégier l'argument "économique", qui, s'il est incontournable, est d'une part réducteur, et d'autre part réduit la question écologique à une question de sous ?

Ainsi, "au regard de l'impact d'une brochure de sensibilisation à la mobilité urbaine", propose Anne Versailles, "que penseriez-vous, par exemple, de l'impact d'une mise en selle incitant à se rendre curieux de sa perception de la ville juchée sur deux roues ? Et d'explorer ainsi la réalité du trafic, de l'effort physique, du temps de déplacement, des possibilités de parking, etc. Pour se rendre compte qu'il ne pleut pas si souvent, que les montées ne sont pas si insurmontables, qu'avec un peu d'entraînement... qu'il est tellement plus facile de se parquer et que l'image que l'on peut avoir de soi n'est pas si « écolo-ringarde » ?"

Cela permet ainsi de prendre en compte une autre condition impérative du changement qui est la "condition symbolique" (voir la thèse d'Anaïs Rocci sur ce sujet) : selon le sociologue Dominique Desjeux, l'imaginaire entre aussi en jeu face aux incertitudes du changement. Le vélo est encore souvent connoté négativement du fait de la montée en puissance de l'automobile, symbole de modernité, de richesse et de liberté. Mais cela change (voir le succès des Vélov' et autres Vélib') et il peut désormais être réintégré sous le signe de valeurs positives liées à la qualité de vie.

Prendre déjà connaissance des freins des personnes porte en lui la réponse quant aux arguments les plus attractifs.

Soutenir la Lettre

Pour soutenir la réalisation de la Lettre Nature Humaine, qui dépend des dons, cotisations et subventions, rendez-vous sur le site de l'association www.nature-humaine.fr.

Cibler campagnes de sensibilisation et formations

Si un critère ne suffit jamais, certains sont déterminants et font basculer certaines résistances. Mais pour cela, il est fondamental de mieux cibler les campagnes, toutes les personnes n'étant pas sensibles au même discours. La publicité classique l'a bien compris, pour qui différents messages ciblent différents segments (de clientèle), qu'ils touchent par des canaux de communication appropriés (TV, presse, affichage, campagnes de rue, etc). Une succession sur plusieurs années de campagnes très ciblées pourra ainsi avoir plus d'impact réel sur la modification des comportements qu'une campagne annuelle s'adressant à un public et indifférencié avec un message standard.

Ainsi, selon Edwin Zaccàï, "toute politique de consommation durable bien comprise doit faire usages des instruments puissants du marketing, afin de les capturer pour d'autres fins." "Les instruments socioculturels devraient être développés en fonction des différents "styles de vie"" ("Critères et impulsions de changements vers une consommation durable", CRIOC, juillet 2004, pages 86-91).

De la même manière, une formation (aux éco-gestes, à des pratiques professionnelles plus écologiques, etc.) doit plutôt s'adapter à la culture, aux représentations sociales et aux freins apparents et souterrains des "élèves" (particuliers ou professionnels), plutôt qu'à leur métier, leur statut dans l'entreprise ou leur attente. Les pratiques professionnelles découleront d'elles-mêmes d'un apprentissage de fond plus naturellement et avec plus de pérennité, que d'un apprentissage formel où les freins profonds n'auront pas été abordés.

Globalement, on ne peut que fortement suggérer aux différentes professions de l'environnement de travailler étroitement avec les sociologues et psycho-sociologues de terrain et autres professions d'accompagnement (voir par exemple page 14, l'école de Palo Alto). Cela se fait au Canada, mais encore très timidement en France et en Belgique.

Actualité de Nature Humaine

Nature Humaine est désormais "expert-associé" de la Fondation Nicolas Hulot, sur les questions qui font sa mission. Son trésorier Yvan Malcheff, sa Secrétaire Marie Romanens, ainsi que Thierry Thouvenot et Séverine Millet, membres actifs, participent à un groupe de travail dont l'objet est de réfléchir à "pourquoi n'agissons-nous pas à hauteur des enjeux, alors que, d'une part, nous sommes aujourd'hui largement informés des risques et que, d'autre part, les moyens de les éviter sont, pour beaucoup, déjà disponibles ?".

À suivre...

"Si vous prenez soin du pays, il prendra soin de vous"

Nous ne voyons plus le lien entre nos actes et les impacts sur notre environnement. Pour les Aborigènes d'Australie, l'environnement fait partie intégrante du système social et de parenté, et il est constructeur de l'identité profonde de ses habitants. A ce titre, il y a perpétuelle recherche d'échanges et d'équilibre entre les différents éléments humains et non-humains composants cette société. Le moindre déséquilibre aurait des impacts directs importants et immédiats sur la survie des Aborigènes. Une telle culture est donc écologique par essence.

Explication et témoignage de Martin Préaud, anthropologue, doctorant à l'EHESS et à la James Cook University, préparant une thèse sur les politiques autochtones des Aborigènes du Kimberley.

"La terre ne m'appartient pas, c'est moi qui appartient à la terre".

Cette phrase souvent prononcée par les Aborigènes montre que l'image d'une "vie en harmonie avec l'environnement naturel et les lois de la nature" n'est pas fautive, puisque qu'il n'existe pas, dans leur relation au monde, de différenciation entre les Hommes et la nature. Simplement parce que la "nature", c'est-à-dire les éléments naturels, les espèces animales et végétales, font partie de leurs systèmes de parenté. En effet, les individus se distribuent dans des réseaux de parenté classificatoires (pas forcément biologiques), auxquels les lieux, les espèces animales et végétales, tout autant que les Hommes, participent. Ces liens inscrivent tous les éléments composant le réseau dans des relations spécifiques : devoirs de partage ou d'entre-aide mais aussi d'évitement ou de respect. Quoiqu'il arrive, on n'existe jamais seul. Ces réseaux de solidarité très forts, parfois oppressants, permettent encore aujourd'hui aux plus fragiles de tenir debout, même en ville.



La recherche d'un équilibre dynamique

C'est avec tous ces éléments de parenté qu'il faut "négocier" pour pouvoir se nourrir, boire, utiliser le bois pour faire du feu, etc. En réalité, plutôt que d'harmonie, il vaut mieux parler d'équilibre dynamique : écologiquement, un territoire donné ne peut pas porter plus d'individus que ne le permettent ses ressources.

Le nomadisme aborigène participe de cet équilibre et de cette dynamique écologique : le mouvement permet de déplacer le poids de l'Homme sur les ressources et de laisser les zones se régénérer. Les itinéraires mythiques sur lesquels les hommes circulaient suivaient ces cycles de renouvellement des ressources locales. Aujourd'hui, la sédentarisation forcée des Aborigènes est source de déséquilibre car leur chasse dépeuple les zones d'habitation sans possibilité d'auto-régénérescence.

Relation aux lieux et identité profonde

Les lieux sont culturellement significatifs et le restent encore aujourd'hui. Les Aborigènes pensent leurs "pays" respectifs comme vivants et habités, constitués par des réseaux de circulation. Ce qui anime ce paysage et contribue à en faire un pays, ce sont les empreintes laissées par les Ancêtres (simultanément humains et non humains) au moment de la création. Ces empreintes se manifestent sous de multiples aspects (objets, chants, motifs picturaux), ainsi que dans toutes les formes de vie (hommes, animaux, plantes, cours d'eau, lieux, etc.). Ils prennent sens lorsqu'on les suit à la trace, que l'on marche et relie ces formes comme les lieux et points d'un parcours. C'est la relation à ces lieux qui révèle à l'individu son identité profonde. La piste est un corps vivant, un corps savant, constitué par des générations de marcheurs, de leurs chants, de leurs danses. Le "pays" aborigène s'articule donc entre une action mythique (l'empreinte) et une action physique des corps en mouvement au sein d'un parcours déjà habité de chants, de danses, d'objets et de corps.



L'environnement comme partie intégrante du système social

Tous ces lieux font partie intégrante du système social, au même titre que les individus. Une telle représentation sociale nécessite le nomadisme, qui instaure le mouvement entre des territoires et des individus qu'il faut mettre en lien, articuler. Les anciens organisent aujourd'hui des marches pour que les jeunes puissent se réappropriier le passé, le lien aux ancêtres et aux lieux dans les conditions présentes. Ainsi, le projet Yiriman, dans la région du Kimberley, constitué de retours périodiques sur les parcours et lieux des Ancêtres, a été créé en réponse aux troubles faisant des ravages chez les jeunes Aborigènes, tels que le chômage, la drogue, l'alcool, la violence et le suicide, liés à une perte profonde d'identité. Ces marches ne visent pas à un rétablissement pérenne sur le territoire mais bien à l'établissement de relations significatives entre nouvelles générations et pays ancestraux, pour ancrer et reconstruire les identités.

Une représentation du monde en mouvement constant

Trois réseaux de relations cohabitent donc dans le monde : le réseau topographique/géographique des sites et des ressources environnementales, les réseaux de parenté et le réseau mythique des itinéraires ancestraux et des sites nommés. Là où ces différents réseaux se superposent et se croisent émergent des lieux ou des individus. Il s'agit donc d'une vision non linéaire mais réticulaire, organisée en strates superposées en interaction constante, en accord avec la vie elle-même qui est un mouvement perpétuel d'émergence.

Penser ainsi la nature est profondément culturel

La projection de l'identité des individus dans l'environnement et dans les relations avec l'environnement est une question d'éducation, de culture qui valorise le lieu, l'ancrage, et l'idée

que mon existence n'est pas limitée à mon seul corps individuel, mais qu'il est pris dans un réseau avec lequel l'interaction est permanente, quelle qu'en soit la forme. En Occident, on attribue la capacité d'action uniquement aux individus humains. On a du mal à imaginer que des éléments non humains puissent agir sur nous, car nous nous vivons séparés du reste du vivant. Les Aborigènes voient leur action en relation avec tout ce qui les entoure, vivants ou ancêtres, animaux ou végétaux, eau, vent, etc., et interprètent en permanence leurs perceptions comme autant de signes.

L'anthropologue Tim Ingold, qui s'est intéressé aux différentes approches culturelles de l'environnement, oppose l'approche technologique sur le monde (on agit sur l'environnement, on le transforme, par l'agriculture, la construction, l'étude scientifique), à la vision cosmologique des chasseurs cueilleurs, où les gens se pensent dans l'environnement et non au dessus, à côté ou contre lui : l'engagement physique, émotionnel et social avec le milieu de vie est une condition sine qua non de leur existence. Les Anglais se sont appropriés l'Australie parce qu'ils avaient l'impression que les Aborigènes ne s'en occupaient pas, n'avaient pas de liens à leur territoire, car il n'y avait aucune marque visible telles que des barrières, des actes de propriété, etc. En réalité, tout cela existait, mais cela n'était visible que du point de vue d'un autre système organisé, symbolique, rituel.

Organiser socialement sa propre durabilité

Pour que notre société redevienne viable, il faudrait un changement total de la vision de notre place d'humain dans le monde. En Occident, l'individu autonome veut laisser une marque, atteindre à la postérité, il oriente toute son énergie dans ce but. Les Aborigènes disent que "les individus passent, sont transitoires, les noms restent". C'est une façon de se penser et de ne pas se croire immortel, et donc de penser à l'échelle de nos propres vies au sein d'un univers qui se poursuit après nous, au-delà de nous. C'est angoissant pour tout le monde d'envisager sa propre finitude et d'agir par rapport à ça. Les Aborigènes résolvent cette difficulté par le biais du totémisme de conception : les individus émergent quand un élément mythique, spirituel pénètre le corps de la mère et anime le fœtus ; à la mort de la personne ce même élément retourne à la terre, attendant la possibilité de ré-émerger dans un autre individu.

Ce qui importe ici ce n'est pas d'entretenir une vie en particulier, mais les conditions qui font que la vie est toujours susceptible d'émerger.

"Ecrire, c'est inspirer autrui, le pousser vers sa ressemblance, vers sa préférence"
Jean Cayrol - Extrait d'Ecrire

Les contributeurs de la Lettre

Pilote et rédactrice (passionnée) : Séverine Millet

Co-pilote et co-auteur (inspirant) : Thierry Thouvenot

Relecteur (attentif) : Yves Leers

Soutien recherche de documentation (actif et soutenant) :
Thomas Canetti (Comité éditorial)

Relecteurs (attentifs) : Yves Leers (Parrain), Thomas Canetti,
Thierry Thouvenot.

Interviewés (merci pour leur temps et leurs propos passionnants) : Martin Préaud, anthropologue ;
Jean-Pierre Le Danff, éco-psychologue ; Geneviève Odier,
psychothérapeute ; Marie Romanens, psychanalyste ;
Anne Versailles, co-intelligence ; Elisabeth Laville,
Présidente de Utopies ; Yvan Maltcheff, coach
accompagnateur du changement.
(Leurs bios et interviews en intégralité seront bientôt
sur notre site Internet)

Mise en page et graphisme (Sublime, merci !) : l'agence de
communication Sidièse - Johann Thevot (chef de projet),
Dominique Brugheail (directeur artistique),
Juliette Chansard (chef de studio),
Bénédicte Spanu (supervision),
Gildas Bonnel (super-supervision).

Crédit photos : site internet de vente en ligne Fotolia ;
pour les photos de l'article sur les Aborigènes d'Australie :
Martin Préaud.

Comité éditorial (débordé mais soutenant) : liste sur le site
de Nature Humaine.

Abonnement :

La Lettre est gratuite. Il est possible de s'abonner et de se
désabonner sur le site de Nature Humaine.
www.nature-humaine.fr

Soutien de Nature Humaine :

Il est possible de soutenir l'association, et même
d'en devenir membre, en se rendant sur son site Internet.



NATURE HUMAINE
40 Passage du Désir, 75010 Paris
www.nature-humaine.fr
contact@nature-humaine.fr



La Lettre est sous licence Creative commons garantissant une diffusion large, car permettant aux lecteurs de l'utiliser, de la reproduire, de la distribuer, de mettre un lien internet vers elle, sous la condition de citation de la Lettre, de l'auteur des propos cités ou de l'écrit, et du site Internet de Nature Humaine. Merci de nous informer ! Cette œuvre ne peut pas être modifiée, ni commercialisée.