

LRD

La volonté à l'épreuve de l'écologie

L'humanité semble frappée d'une maladie de la volonté. Toutes les organisations sérieuses qu'elle a mises en place pour s'occuper d'écologie ou d'environnement lui indiquent qu'elle fait fausse route, mais elle ne parvient pas à prendre sur elle pour tenter de redresser la barre afin de changer de cap et de se réconcilier avec son écosystème.

Les psychologues et les psychiatres parlent d'« aboulie » pour décrire un individu qui a perdu toute espèce de volonté. Il est tentant d'imaginer l'humanité toute entière frappée d'aboulie. Mais cela ne donnerait qu'une image réductrice, peu éclairante et finalement trompeuse de sa situation tant, à cette échelle, une foule de paramètres influencent la donne.

Informer

Les pages qui suivent mettent en scène plusieurs de ces paramètres. Le premier concerne l'information. Depuis peu, l'écologie s'est installée dans les médias. L'ouragan Katrina et les niveaux record du cours du baril de pétrole en 2005 ont préparé le terrain. A l'automne 2006, la tournée européenne d'*Une Vérité qui dérange* d'Al Gore, les parutions des rapports Stern et *Planète Vivante* ont créé une actualité intense autour de l'écologie. Il faut remonter loin pour trouver une époque où le sujet faisait autant recette.

Mais cette médiatisation de la crise écologique n'est qu'une étape. Il ne suffit en effet pas de savoir que la température moyenne sur Terre a augmenté au XX^e siècle et continuera de le faire au XXI^e pour vraiment saisir ce qui est en jeu.

Le cas de l'empreinte écologique est flagrant. L'image des trois ou cinq planètes nécessaires pour satisfaire les ponctions et les pollutions des Européens ou des Américains du Nord rencontre un succès fulgurant dans les médias, chez les élus et dans l'opinion publique, mais rares sont celles et ceux qui semblent en comprendre la conséquence, à savoir qu'il est intenable de continuer sur le même pied et que la seule option qui vaille est de changer de façon de vivre.

Cette difficulté à saisir ce que signifie le réchauffement climatique ou l'empreinte écologique trop forte est rendue plus aiguë encore par un travers qui constitue l'un des principaux enjeux du siècle : la mise en avant de solutions technologiques quasi miraculeuses pour résoudre plus tard les problèmes écologiques qui se posent aujourd'hui. Sur ce terrain, la responsabilité des médias est immense. Sauront-ils tempérer leurs élans à cet égard ?



Ils ont par exemple une prédilection particulière pour la voiture « propre » ou une propension à évoquer l'après-pétrole de façon simpliste pour justifier d'investir dans la fusion nucléaire. Leur question semble être : comment continuer à vivre exactement de la même manière, comment ne surtout rien changer d'essentiel ?

Toucher

Le meilleur moyen d'éviter cette chausse-trappe est sûrement de rendre d'autres manières de vivre attirantes aux milliards de personnes qui ont accès aux mirages des sociétés riches. Pour l'heure, les campagnes de communication, quelle qu'en soit l'origine, ne font pas assez cet effort. En cherchant à séduire avec ses publicités une clientèle insensible à l'écologie, l'Alliance des transports publics de Zurich est une exception intéressante.

Un moyen plus classique de promouvoir les comportements vertueux est de les récompenser. En France, le gouvernement montre timidement la voie en octroyant des remises d'impôt aux personnes qui investissent dans les économies d'énergie alors que, de façon concomitante, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) mène une campagne qui invite à profiter de l'aubaine.

Une approche plus expérimentale pour toucher le public est un théâtre qui fait monter le spectateur sur scène pour qu'il y exprime son point de vue. Car rien ne vaut la mise en situation. Et de ce point de vue, la vie réelle offre la meilleure scène qui soit.

Mettre en selle

Sur la scène du théâtre du monde, diverses organisations mettent le public au défi de réduire ses émissions de gaz à effet de serre. En France, le Défi pour la Terre a réussi à inciter près de 650 000 personnes à s'engager à accomplir des gestes simples. A Bruxelles, une expérience plus ambitieuse sur le plan de l'accompagnement de volontaires est en cours.

A première vue, cela ressemble à des gadgets. Sauf qu'il faut bien commencer quelque part et que la recherche en psychologie démontre que de petites décisions en appellent de plus grandes. Les actes ont le pouvoir de consolider les convictions écologiques et de déstabiliser les certitudes non écologiques de celui qui les accomplit. En affectant les croyances, l'action influence l'engagement.

Parmi d'autres pistes pour enclencher l'action, l'initiative Vigie Nature demande aux Français d'aller observer les papillons sur le terrain pour constater l'impact de l'activité humaine sur leurs populations. Dans les Alpes, le programme Phénoclim invite à suivre les réactions de la végétation au changement climatique. A Lausanne, l'association Usine 21 propose aux étudiants d'investir leurs compétences dans des réalisations en rapport avec la durabilité pour obtenir leur diplôme de fin d'étude.

Mettre l'individu en mouvement est le meilleur moyen d'espérer que la société change. Une force politique capable de lever les barrières qui s'opposent aux mutations nécessaires ne viendra pas d'une population apathique. Les conditions politiques ne sont aujourd'hui pas réunies pour rendre plausibles les programmes de Corinne Lepage ou de Dominique Voynet dans la campagne électorale en cours. Ce dossier explore des pistes originales pour créer de telles conditions. ■



SUPERDÉDÉ

le roi du développement durable (bientôt dans votre quartier)