



# Pourquoi les gestes écolos font-ils l'objet de moqueries?

**PSYCHOLOGIE** Les renoncements individuels sont parfois raillés. Tobias Brosch, chercheur en psychologie de la durabilité à Genève, explique les rouages de notre cognition et de nos émotions face au changement climatique

PROPOS RECUEILLIS PAR SAMI ZAIBI  
@ZaibiSami

Arrêter de prendre l'avion, réduire sa consommation de viande, acheter des habits de seconde main. Ces choix personnels, qui ne sont pourtant pas effectués de gaieté de cœur, font régulièrement l'objet de moqueries, de dédain, voire carrément d'irritation. Pourtant, la science – par exemple le rapport «Mitigation of Climate Change» du GIEC – montre qu'à l'échelle individuelle, ces gestes, qui n'empêchent sur la liberté de personne, sont les plus efficaces dans la lutte contre le réchauffement climatique.

Comment dès lors expliquer les réactions négatives que suscitent les écolos du quotidien? Tobias Brosch, directeur du Consumer Decision and Sustainable Behavior Lab à l'Université de Genève, fait partie des chercheurs pionnières dans le domaine de la psychologie de la durabilité. Pour lui, les émotions jouent un rôle prépondérant dans nos réactions face à l'urgence climatique.

**Les comportements individuels pour contrer le réchauffement climatique font parfois l'objet de moqueries, nous rapporte une jeune de cette édition spéciale. Pourquoi?** C'est un phénomène qui n'a pas encore été souligné dans le domaine de la recherche, mais qui est intéressant. Pour certaines personnes qui se moquent, ces remarques peuvent s'expliquer par le manque de compréhension du changement climatique. Notre cerveau s'est spécialisé dans la réponse aux dangers immédiats, à l'exemple de l'ours qui attaque. Cette stratégie s'est avérée payante tout au long

de notre évolution. Mais face à des menaces plus distantes et moins perceptibles, à l'instar du changement climatique, qui s'exprime surtout par des statistiques, elle s'avère dysfonctionnelle.

**Et que dire des personnes moqueuses, certainement majoritaires, qui ont connaissance des enjeux climatiques?**

Pour celles-ci, la réponse est peut-être à chercher du côté des émotions. Il est possible que pour réduire l'émotion négative liée aux bouleversements environnementaux, des personnes développent un mécanisme d'autoprotection qui les amène à infantiliser les actions des autres. Cela passe par exemple par des remarques du type «de toute façon, ce n'est pas en réduisant ta consommation de viande que tu vas inverser le cours de choses».

**Que se passe-t-il dans le cerveau une fois que la prise de conscience est actée?** Peu de chercheurs se sont pour l'instant intéressés au lien entre neurosciences et changement climatique. Mais ici, au Consumer Decision and Sustainable Behavior Lab, nous avons mené une expérience pionnière. Nous avons expliqué les conséquences du changement climatique à court et moyen terme à des gens placés dans un examen IRM. Nous avons alors découvert que les personnes qui activaient une région du cerveau impliquée dans la simulation mentale de l'avenir étaient les plus concernées par la problématique. En d'autres termes, celles et ceux qui arrivent bien à se projeter sont les plus engagés. En conséquence, nous avons lancé un projet de réalité virtuelle dans lequel l'utilisateur pourra se balader dans Genève en 2060, déjà

fortement impactée par le changement climatique. Cela doit permettre de faciliter cette simulation.

**Quelles sont les barrières psychologiques qui entravent l'action?** La première est le déni du changement climatique. Avec les conséquences de plus en plus palpables de celui-ci, à l'image de l'été particulièrement extrême que nous avons vécu, cette barrière commence à tomber. Une autre barrière est liée à l'intérêt personnel: même si je considère que le changement climatique est un vrai problème, je vois trop d'inconvénients à changer mon comportement. Il y a ensuite la barrière de la

moralité: manger abondamment de la viande n'est pas (encore) perçu comme immoral, contrairement à la violence physique par exemple. Mais là aussi, cela commence à changer, à l'image du *flygskam*, ce mot suédois qui désigne la honte de prendre l'avion. Il y a enfin le sentiment d'impuissance, l'idée selon laquelle il revient à l'Etat et aux grandes entreprises de changer les choses, et non à l'individu.

**Comment convaincre sans brusquer?** La psychologie a identifié cinq grands principes moraux présents dans toutes les cultures: la non-violence, la justice, la loyauté, le respect et la pureté. Les deux premiers parlent surtout aux personnes de gauche, tandis que les gens de droite se reconnaissent de façon plus égale dans les cinq concepts. Or la communication autour du changement climatique

s'est principalement axée autour des deux premiers principes: «Il ne faut pas détruire la planète» et «l'impact du changement climatique est injustement distribué entre le Nord et le Sud». Il faudrait étendre le discours aux trois autres piliers. L'idée n'est pas de forcer une morale mais d'activer les ressorts propres à chacun devant ce phénomène qui nous concerne toutes et tous.

**Quel rôle jouent les émotions dans la lutte contre le changement climatique?** Un rôle central. Si la cognition nous montre ce qui se passe dans notre environnement, ce

sont les émotions qui trient ce qui est important et ce qui ne l'est pas. Mais le caractère très abstrait du changement climatique empêche l'activation émotionnelle. Et dans les récits produits ces dernières années, on a beaucoup misé sur la peur. Cet ingrédient est nécessaire

car il faut prendre la mesure de la problématique, mais tout seul il ne mène pas loin et peut même démobiliser, à l'image de l'éco-anxiété. L'espoir seul peut également démobiliser, en convainquant les gens que le système politique et économique gère le problème. Il faut donc combiner les deux émotions. Il y a enfin la colère qui étirent les militants. Au contraire de la peur, qui survient lorsque l'on est démuné, la colère s'exprime quand on dispose de moyens d'agir. En ce sens, elle peut être utile et mener à l'action. ■



Suggéré  
par Jeannette  
Lavanchy