

Face aux enjeux climatiques, "la peur ne mène pas à l'action, mais au déni"

La "panique", brandie comme ultime recours par un certain nombre d'activistes, est-elle notre meilleure conseillère? David Uzzell, professeur de psychologie environnementale, se penche sur ce qui, selon les études, marche vraiment



Dessin original de Xavier Lissillour. - © Xavier Lissillour pour Le Temps

Ça y est, la peur est là. Enfin, diront certains. Un réveil qui sonne la fin de la récréation. L'activiste de 16 ans Greta Thunberg l'appelait d'ailleurs de ses vœux lors d'un célèbre discours gifle, lassée de "l'espoir" et des bons senti-

ments: "I want you to panic."

Mais cette panique n'est-elle pas un agent anesthésiant – voire paralysant – pour une large part de la population?

Le Temps a posé la question au Britannique David Uzzell, professeur de psychologie environnementale, qui a fait des ressorts psychologiques du comportement environnemental sa spécialité.

"Le Temps": On a beaucoup parlé ces derniers mois de "collapsologie" liée notamment à l'écologie, de la "fin de notre civilisation". Une prise de conscience nécessaire face aux enjeux climatiques peut-elle, voire doit-elle, passer par la peur?

► David Uzzell: Je ne crois pas que la peur puisse être un outil pour encourager ou persuader les gens de changer leurs comportements. En psychologie, elle mène souvent à l'une des trois réactions suivantes:

▣ celle "du lapin pris dans les phares d'une voiture", fasciné, tétanisé par la lumière (ou dans notre cas, la source de la peur), vous ne savez pas quoi faire et restez donc en plan;

▣ deuxième option: une réaction "instinctive", du type "il fait de plus en plus chaud, il me faut survivre à court terme et donc acheter une clim", ce qui n'est en général pas la solution à long terme;

▣ troisième option et c'est ce que nous montrent de récentes études en la matière, elle mène au déni pour une part importante de la population. Un discours du type "ça ne peut pas être aussi grave que ce qu'ils prétendent" ou "Si tout le monde part malgré tout en vacances en avion, pourquoi est-ce que moi je devrais changer quoi que ce soit?".

La peur est particulièrement inefficace selon moi compte tenu du degré de complexité de la vie des gens, qui ont à gérer plein d'autres peurs à court terme (la précarité de leur emploi, leur santé immédiate, etc.).

► Lire aussi: **De l'immigration au climat, comment la peur a changé de camp en Suisse**

Certains répondront néanmoins qu'ils ne cherchent pas "à faire peur" mais juste à dire la vérité, sans temporiser ni minimiser. Or cette vérité fait peur...

► Certes, mais la leçon des dernières études, c'est que si les gens se sentent vraiment impuissants face à une situation, ils ne feront rien: il faut leur donner des stratégies leur permettant de faire face au problème, afin qu'ils aient des outils pour supprimer la menace ou au moins réduire son impact.

Comment les médias peuvent-ils informer sans décourager?

► Ce sont nos communications interpersonnelles, plus que les médias, qui importent le plus pour convaincre les gens de changer leurs habitudes et attitudes. Donc les leaders d'opinion, ou la famille et les amis.

Mais d'une façon générale, le choix du champ lexical et du vocabulaire joue un rôle clé dans la façon dont les gens vont s'emparer d'une problématique anxiogène. Par exemple, parler de global warming, "réchauffement global", n'a pas aidé: **on ne se sent pas concerné par une peur "globale"**.

Insister sur une catastrophe à l'autre bout du monde n'a pas non plus l'effet escompté: c'est **l'effet de distanciation**, "la fonte des glaces au Groenland ne me concerne pas vraiment". il faut miser sur le local.

Par ailleurs, la communication sur ces enjeux a jusqu'à maintenant mis l'accent sur un message plutôt négatif: on insiste sur ce à quoi les gens doivent renoncer (des voyages, leur voiture...) et ça, c'est aussi une peur de "perdre" ce que l'on a. Or ces messages négatifs ont beaucoup plus de chance d'échouer: **les études en psychologie nous montrent que les gens appréhendent et regrettent plus une perte qu'ils ne valorisent un gain.**

► A ce propos: **En Scandinavie, le "flygskam" défie le transport aérien**

Quelle forme de communication est-elle selon vos recherches la plus efficace pour les militants, qu'ils soient politiques ou non gouvernementaux?

► Tous les acteurs du changement doivent selon moi arrêter de voir les individus comme **des cibles de communication** qu'ils doivent convaincre, contraindre ou terroriser par leurs annonces, mais plutôt commencer à les considérer comme des **partenaires** avec lesquels ils doivent travailler pour générer des solutions créatives et gratifiantes.

Le public devrait être encouragé à participer et être impliqué dans cette recherche de solutions — c'est ce qui rendra ces dernières envisageables et acceptables.

Plus globalement, quels ressorts psychologiques faudrait-il viser pour sortir d'une forme de léthargie face à la catastrophe?

► On a besoin d'un contre-récit qui désacralise la consommation comme condition au bonheur et à l'épanouissement. Au lieu de se concentrer sur ce à quoi nous devrions renoncer en tant que consommateur, la communication devrait insister sur ce que l'on a à gagner en changeant de comportement: nous pourrions avoir une meilleure qualité de vie, moins de stress, des villes plus vivables, plus d'égalité et même des économies bâties sur des principes différents, qui reposeraient sur des jobs socialement utiles et moins préjudiciables à l'environnement.



Célia Héron
@CeliaHeron

Auteure et journaliste, accro aux podcasts, intéressée par les problématiques liées aux genres et à la place des femmes dans la société

❑ Economie, politique, société, culture, sport, sciences: les enjeux écologiques traversent toutes les strates de notre société. Comment passer de l'analyse à l'action? Quelle est la part de décisions individuelles et celles qui relèvent de choix politiques? Pourquoi la complexité du défi ne doit pas nous décourager?

❑ Découvrez pendant la première quinzaine de mai, [et à tout moment sur une page dédiée](#), une série d'enquêtes sur le thème de la transition écologique. Retrouvez le 9 mai, une édition spéciale du Temps à ce sujet, à l'occasion du [Forum des 100](#).