

« **Buḥūṭ Jāmi'iyya** »
Recherches Universitaires
Academic Research

**Revue de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines
de Sfax**
*Journal of the Faculty of Letters and Humanities
of Sfax*

N°2 – Janvier 2001
N°2- January 2001

Recherches Universitaires

Administration et Rédaction

Adresse : Route de l'Aéroport km 4.5 – 3029 Sfax

Adresse Postale : B.P. 553. 3000 Sfax

Tél. 216 (04) 670.558 – 216 (04) 670.557

Fax : 216 (04) 670.540

Courriel : MedAli.Halouani@Flsh.rnu.tn

<i>Directeur Responsable</i>	: Mohamed Rajab BARDI
<i>Rédacteur en chef</i>	: Salah KECHAOU
<i>Rédacteur en chef adjoint</i>	: Mohsen DHIEB

Comité de Rédaction

M'hamed Ali HALOUANI	Mohamed Salah MARRAKCHI
Mohamed Rajab BARDI	Salah KECHAOU
Noureddine KARRAY	Mounir TRIKI
Mohamed Tahar MANSOURI	Mohsen DHIEB
Mohamed Aziz NAJAH	Lassâad JAMMOUSSI

Tarif de l'abonnement annuel

Tunisie et pays du Maghreb : 6D.T. + 2 D.T. (frais de poste) = 8D.T.

Autres pays : 10 dollars U.S + 5 dollars U.S (frais de poste) = 15 dollars U.S.

Les tarifs de l'abonnement seront envoyés par mandat postal ou par chèque bancaire au nom de Mr l'Econome de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Sfax – C.C.P. 294823 avec la mention : « Abonnement à la Revue Recherches Universitaires ».

Notice aux auteurs

- * « Recherches Universitaires » en Lettres et en Sciences Humaines est une revue paraissant tous les 6 mois.
- * Toute recherche ne doit pas dépasser 25 pages dactylographiées.
- * Les recherches doivent être accompagnées par un résumé dans l'une des trois langues suivantes : arabe, français et anglais selon la langue de la contribution.
- * Tous les textes doivent être saisis selon le logiciel Word et accompagnés d'une disquette portant le nom de l'auteur.
- * Toutes les illustrations, telles les cartes, les graphiques et les photographies doivent être fournies dans leur format et forme définitifs.
- * Une partie de la revue est consacrée, en permanence, aux notes de lectures. Toutefois, aucune note ne doit dépasser les 5 pages dactylographiées.
- * Le comité de rédaction de la revue s'engage à retourner les recherches acceptées pour publication à leurs auteurs pour révision et correction dès réception des avis favorables. Elles ne leur seront pas retournées en cas de non publication.
- * Les opinions exprimées n'engagent que leurs auteurs.
- * La participation à la revue est gratuite. Toutefois, les auteurs d'articles recevront 3 exemplaires du numéro paru.

Le Comité de rédaction

La communication environnementale et son impact sur le public tunisien

ABDMOULEH Ridha *

Résumé :

Les études sociologiques d'évaluation des campagnes de sensibilisation environnementale, constituent désormais un outil de connaissance privilégié qui permet aux décideurs de mieux apprécier leurs politiques en la matière, et les améliorer.

Outre leur intérêt pratique, ces études sociologiques revêtent une grande importance théorique. En ce sens, elles nous permettent d'identifier et d'analyser les processus et les mécanismes psychosociologiques d'imprégnation des actions de sensibilisation sur les opinions, les attitudes et les conduites du public.

S'agissant des campagnes de sensibilisation environnementale et leur impact sur le public tunisien, et au delà de certaines insuffisances, nous avons montré au cours de cette étude, comment celles-ci sont parvenues à créer chez les gens un sentiment d'éveil, et à déclencher leur prise de conscience de l'importance de la question environnementale. A force d'évoluer, cette prise de conscience a engendré chez certains une attitude d'implication et d'engagement envers la cause écologique, accompagnée par une volonté de s'approprier son environnement, et dont le volontariat en constitue l'expression.

I- INTRODUCTION

Comment réagit le public tunisien vis à vis des campagnes de sensibilisation environnementale? Est-ce que ces actions sont parvenues à infléchir ses opinions, ses attitudes et ses conduites à l'égard de l'environnement? Si oui comment se manifeste l'intérêt que le public tunisien accorde à l'environnement? Et enfin quels sont les mécanismes psychologiques et sociologiques susceptibles d'expliquer ce changement d'attitude en faveur de l'environnement ? Si non quels sont les lacunes et les obstacles qui limitent le pouvoir persuasif de ces campagnes? Tels sont les objectifs de cette étude¹.

* Maître-assistant à la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Sfax.

¹ Cette étude s'est effectuée sur un échantillon représentatif de 150 personnes appartenant à la zone urbaine de Sfax, durant l'hiver (décembre-janvier) : 1997-1998.

Outre sa portée théorique, ce genre d'étude constitue une contribution à la cause écologique. En effet à travers les réactions du public à l'égard des campagnes de sensibilisation, nous accédons à son attitude à l'égard de l'environnement. En ce sens cette connaissance et cette investigation contribuent à l'intégration de la composante écologique dans les moeurs tunisiennes ainsi qu'au renforcement de l'élan participatif autour de cette cause, lesquels permettent à leur tour de concilier l'homme avec son environnement, et d'envisager de nouveaux rapports entre nature et culture et enfin de compte préserver l'état de la planète.

L'originalité et l'ampleur de tels objectifs nécessitent une véritable mobilisation humaine voire un nouveau élan civilisationnel . Lequel doit traverser tous les courants : scientifiques, culturels , politiques , économiques... Car tout aussi ambitieuse et productrice d'espoir , cette nouvelle perspective est fragile et pleine de difficultés.

La mobilisation des sciences sociales et à priori la sociologie et la psychosociologie pour cerner et faciliter les rapports entre le public et les instances (gouvernementales et non gouvernementales) qui oeuvrent à la promotion et la protection de l'environnement d'une part, puis entre le public et son environnement d'autre part, est une des conditions pour réaliser l'intégration de la cause écologique dans la réalité socio-culturelle tunisienne. Et c'est justement dans cet esprit que s'inscrit cette étude sociologique, c'est à dire tout en contribuant à la connaissance et à la maîtrise des mécanismes de persuasion du public tunisien, elle permet de mieux le sensibiliser, et l'inciter à prendre en charge son propre environnement et se l'approprier.

Vouloir explorer la dimension profane de l'environnement, c'est reconnaître sa valeur et son bien fondé*. En ce sens la préservation de notre environnement et de la planète dépasse la sphère des scientifiques, et nécessite la prise en compte du profane (ses connaissances, ses opinions, ses attitudes, ses aspirations) dans les stratégies de protection et de réhabilitation écologique.

De plus, et outre son intérêt empirique, ce type d'investigation constitue une entreprise tout aussi originale que pertinente. Car il s'agit d'explorer un domaine quasiment vierge pour la sociologie.

Pour dire à quel point ces études sociologiques relatives à l'environnement se révèlent d'une grande portée théorique. Car tout en contribuant à l'enracinement de l'éthique écologique dans la réalité socio-culturelle, elle permet au sociologue d'explorer une nouvelle dimension

*Lesquels ont été durant longtemps dénigrés par les pseudo-rationalistes.

psychosociologique (l'environnement) et ouvre ainsi de nouveaux champs d'investigations et des perspectives théoriques tout aussi riches que féconds.

En effet la dimension environnementale par sa globalité, sa complexité et son interpénétration avec l'ensemble des aspects et des faits sociaux (la santé, le travail, la famille, la nature, l'espace, l'éthique...) se révèle donc d'une grande richesse.

Enfin et pour pouvoir rendre compte du degré d'impact des actions de sensibilisation sur le public tunisien nous allons analyser en première phase les mécanismes ainsi que le processus d'imprégnation cognitive et comportementale de ces campagnes. Autrement dit, nous essayerons de montrer comment les actions de sensibilisation ont pu influencer et orienter les attitudes et les conduites du public tunisien dans la perspective de la réhabilitation environnementale.

En deuxième lieu, nous nous consacrerons à l'analyse des raisons du manque d'impact des campagnes de sensibilisation sur le public². Une telle connaissance nous sera d'un grand intérêt pour permettre la mise en oeuvre des stratégies de communication environnementale futures avec succès.

II- L'IMPACT POSITIF DES ACTIONS DE COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE SUR LE PUBLIC

Comment évalue-t-on le degré d'impact des actions de sensibilisation sur les attitudes et les conduites du public envers l'environnement?

Deux indicateurs se sont révélés tout au long de cette étude nous permettent d'affirmer l'impact positif des actions de sensibilisation environnementale.

A commencer par l'approbation qu'elles ont obtenue auprès du public (où 66 % de l'échantillon se déclarent très satisfaits ou tout simplement satisfaits des campagnes de sensibilisation).

Ainsi à la question : Dans l'ensemble êtes vous satisfaits des campagnes de sensibilisation environnementale, on constate que :

² - Vu la diversité des actions de sensibilisation relatives à l'environnement (productions écrites, manifestations culturelles et sociales, productions radiophoniques...), et afin d'être opérationnel, nous avons limité notre étude uniquement aux productions nationales télévisées diffusées par la télévision tunisienne.

30 %	se déclarent tout à fait satisfaits
36 %	- satisfaits
17 %	- peu satisfaits
10 %	- pas du tout satisfaits
07 %	- sans opinions

A cet indicateur s'ajoute celui de la propre estimation et l'auto-évaluation du public.

Autrement dit comment les gens perçoivent leur propre attitude vis à vis de l'environnement en rapport avec les campagnes de sensibilisation?

Comment jugent-ils l'effet des actions de sensibilisation sur leur attitude et leur comportement quotidien?

A ce propos, plus que les deux tiers de notre échantillon, soit 68 % affirment que les actions de sensibilisation environnementale ont un effet positif sur leur attitude. Contre 32 % personnes qui préconisent le contraire.

Force est de reconnaître que ce chiffre constitue un exploit et un indicateur de l'impact positif des actions de sensibilisation.

A - Analyse du processus et du mécanisme de l'impact des actions de sensibilisation sur les attitudes et les conduites du public

1-La prise de conscience de la dimension environnementale

Les personnes (parmi celles qui reconnaissent l'effet positif des campagnes sur leur attitude 68 %) expriment l'effet positif de ces campagnes par une sorte d'éveil, de prise de conscience ou par l'émergence d'une nouvelle sensibilité : celle de l'environnement. « grâce à ces campagnes je vois l'environnement avec un regard neuf », « ces actions m'ont persuadé des dangers qui guettent l'environnement », « Maintenant j'ai compris que c'est sérieux... je suis devenu très attentif à tout ce qui touche l'environnement ». C'est ainsi que certains témoins tentent d'exprimer leur état d'âme à l'égard d'environnement, et comme étant une conséquence des campagnes de sensibilisation.

Une telle prise de conscience s'est effectuée par le biais de l'acquisition et l'assimilation de nouvelles connaissances relatives à l'environnement diffusées (entre autres) à travers les campagnes de sensibilisation. « Ces campagnes m'ont apprises quelques choses de nouveaux qu'on ne connaissait pas avant » menuisier âgé de 50 ans. Cette assimilation a engendré à son tour une nouvelle dimension cognitive, c'est à dire la dimension environnementale, et a facilité du

coup l'apparition (ou le changement) d'une attitude en faveur de l'environnement.

Ainsi, ces actions de sensibilisation, par leur effet simultané sur le mental et l'affect, ont produit cette nouvelle disposition psychologique qui est la sensibilité à l'égard de l'environnement. C'est quelque chose de nouveau que nous avons ressenti chez les personnes interrogées et qui nous a persuadé une fois de plus de l'émergence d'une telle entité. C'est le cas de ce qu'on ressent lors de nos premières expériences. En effet le mimique (affirmation, recherche d'une certitude ou d'une satisfaction), la posture de nos informateurs (recherche d'une idée ou d'une sensation neuve) appuient un tel constat. C'est une idée ou un sentiment qu'on ne peut exprimer en un seul mot ou même en une seule phrase. Cette sensation est tellement nouvelle et agréable qu'on a hâte à l'exprimer et l'affirmer, question de s'autopersuader. En observant certaines personnes, nous avons l'impression qu'elles cherchent à décrire une nouvelle et agréable impression (comme s'il s'agissait d'un excellent nouveau parfum).

Cette entité nouvelle, en cours de formation constitue cette sensibilité envers l'environnement. Le caractère omniprésent, global, complexe mais aussi sacré de l'environnement, trouve en quelque sorte son reflet dans les gestes et les regards des témoins qui désignent tantôt l'immédiat (le voisin qui néglige ses déchets), tantôt l'environnement global (la couche d'ozone...) tantôt encore les autres (les industriels, les pays développés...).

Enfin le sens de l'environnement c'est aussi ces sentiments mêlés d'angoisse et d'espoir quant au progrès de la science. Pour dire que ce phénomène (avec ses diverses facettes : morale, scientifique, politique...) s'est reflété inégalement chez notre public, et nous à persuadé du surgit de cette nouvelle dimension psychologique. Désormais l'environnement fait partie intégrante du quotidien du public. «... *il m'arrive de jeter des trucs par terre mais après coup j'ai mal à la conscience...je sais que j'ai commis une faute.* » disait une mère de 3 enfants.

2- L'environnement en tant que composante culturelle et sociale

Vu sous cet angle, l'environnement constitue une valeur culturelle qui contribue à la socialisation des individus ainsi qu'à la cohésion sociale. En ce sens qu'elle oriente les conduites en leur fixant un objectif et en leur donnant une signification. En même temps elle constitue une source de valorisation et d'estime de soi. Car, ces attitudes et ces conduites en faveur de l'environnement traduisent un haut degré de civisme et d'humanisme. « *l'environnement c'est l'affaire de tous... c'est quelque chose d'important et de sacré...la valeur des*

nations se mesure par rapport à leur intérêt pour l'environnement » jeune enseignant 26 ans.

A force de s'enraciner dans la culture, cette valeur devient comme ne norme sociale et régulatrice des comportements. En effet cette entité est représentée par certains comme une conscience collective ou un Surmoi. « *je sais si je me comporte de la sorte (ne pas respecter la propreté devant chez moi) les autres vont se moquer de moi* ». (soutient une femme 33 ans). Cet état d'esprit confirme l'intégration de la composante environnementale dans l'univers cognitif du public d'une part, et dans la réalité sociale d'autre part. Ainsi l'environnement cesse d'être uniquement un fait psychologique, pour devenir aussi un fait ou une norme sociale, donc une sorte de réalité objective qui permet à l'individu d'évaluer ces connaissances et ses conduites.³ De telles normes servent à cautionner des conduites et à condamner d'autres. Comme le postule la théorie de la dissonance cognitive de Festinger⁴, la transgression de cette norme sociale engendre chez les individus (coupables) un sentiment de culpabilité et de malaise tel, qu'il les conduit à réviser leurs comportements et leurs attitudes dans un sens positif et favorable à l'égard de l'environnement.

Ainsi la dimension environnementale une fois intériorisée et enracinée devient une partie intégrante de la réalité sociale et culturelle. Et c'est justement ce qui constitue le point fort de la sensibilisation et la distingue par rapport à la pédagogie répressive (pour induire un changement de conduite par exemple). Car contrairement à cette dernière, et malgré son absence en tant que réalité physique dans la vie quotidienne, l'action éducative continue à exercer son emprise sur les personnes et sur leur conduite.

Cette sensibilité (ou cette adhésion) à l'égard de l'environnement comme étant une composante de la socialisation, produit une réalité psychologique laquelle à force d'être diffusée dans la communauté, se transforme en une norme collective. Sa transgression entraîne systématiquement une autopunition. Ainsi Lévi-Strauss⁵ a montré par exemple que la transgression d'une norme sociale entraîne dans certaines sociétés dites « primitives » l'exclusion de son acteur de la communauté ainsi que la perte de ses privilèges, et de son statut. Une telle exclusion entraîne une auto-sanction qui peut aller jusqu'au suicide. En ce sens, l'intériorisation des normes sociales est telle qu'elle est plus forte que les dispositifs juridiques et administratifs. Et

³ Comme le postule la théorie de la comparaison sociale de Festinger (in : Deutsch et Krauss : les théories en psychologie sociale, Paris éditions Mouton, 1972.

⁴ voir à ce propos Poitou : la dissonance cognitive, Paris, éditions A Colin, 1974.

⁵ Lévi-Strauss. (Claude): Anthropologie structurale, Paris, éditions Plon, 1958.

c'est bien aux campagnes de sensibilisation environnementale que revient le mérite de contribuer à l'intégration ainsi qu'à la consolidation de la composante environnementale dans la réalité quotidienne du public tunisien. En effet en insistant sur le caractère vital de l'environnement, sur son aspect à la fois global et complexe, en montrant l'importance de l'apport du public pour la protection de l'environnement, ces campagnes ont réussi à déclencher chez le public une prise de conscience, et à infléchir son attitude en faveur de cette cause. Pour dire que l'environnement en tant que composante psychologique fait partie de la conscience collective. Désormais, être propre, sale, respecter ou pas son environnement, sont des faits qui ont une connotation et une conséquence morales. A juste titre, Labib est souvent évoqué par les enfants et les jeunes dans ce contexte comme symbole de cette conscience collective⁶. « *moi je n'ose pas faire quelque chose qui nuit à notre environnement, car cela déplaît à mon ami labib* », ou « *Labib est toujours là pour veiller à la propreté de l'environnement et punir les gens qui ne respectent pas ses conseils* ».

Cette force de conviction est si fortement ressentie et vécue qu'elle justifie auprès de certains l'intransigeance de Labib⁷ envers les pollueurs. Mais pour ces enfants, c'est uniquement au nom de labib que les brimades à l'encontre de ces individus négligeants sont tolérées et justifiées.

Cet enracinement psychologique de la composante environnementale est telle (chez certains) qu'elle stimule et accroît le sentiment de responsabilité envers la communauté.

La perception du caractère collectif de l'environnement par les citoyens (tel qu'il a été communiqué à travers les campagnes de sensibilisation) plaide une fois de plus en faveur de ce sentiment de responsabilité envers cette nouvelle cause. « *j'ai compris que l'environnement est l'affaire de tous* » résume ainsi un jeune cadre fervent de la cause environnementale.

3- L'implication vis à vis de l'environnement

Pour d'autres personnes, cette sensibilité à l'égard de l'environnement dépasse l'échelle individuelle et restreinte pour exprimer une vision plus globale ainsi qu'un sens aiguë de la responsabilité vis à vis de l'environnement. Cette attitude d'implication a été constatée chez une bonne partie de notre public interviewé à travers une question portant sur sa perception de la priorité des rôles dans la protection de l'environnement. Plus exactement, à qui incombe en

⁶ Abdmouleh (Ridha) : L'enfant tunisien et l'environnement, représentations et conduites, in Cahiers de l'enfance, N°2, 1996

⁷ Mascotte représentant l'environnement lors des spots télévisés ainsi que d'autres productions et campagnes de sensibilisation environnementale en Tunisie.

premier lieu la responsabilité de la protection de l'environnement, (aux autorités ou aux citoyens) selon notre public?

Ainsi nous avons constaté avec surprise que plus que les deux tiers de l'échantillon (soit 73%) attribuent la responsabilité du processus de protection de l'environnement en premier lieu aux citoyens. Ce constat contredit le sens commun, car ce dilemme renvoie généralement à un raisonnement qui tourne dans un cercle vicieux, où chaque partie endosse la responsabilité à l'autre. Alors que les citoyens se plaignent du manque d'infrastructure et parfois d'un certain débordement (surtout dans des quartiers surpeuplés) des autorités. Ces dernières quant à elles (à travers la voix de quelques représentants administratifs) se plaignent de l'insouciance du citoyen et de son manque de coopération.

Cet état d'esprit nous a inquiété, car il rend difficile, et réduit pour ainsi dire la tâche aussi bien des communicateurs que celle des différents intervenants dans le domaine de l'environnement. En dépit de ce constat, nous avons décidé d'aller au-delà du sens commun et de vérifier cette problématique. Ainsi ces propos contredisant cette arrière pensée qui sous-tend les rapports entre citoyens-administration, constituent un aveu et un engagement de la part des citoyens envers leur environnement et leur communauté tout court.

Dans cet esprit et en nous basant sur nos données, on constate que la relation entre la perception des actions de sensibilisation sur les attitudes du public, et l'attribution de la part de responsabilité dans le domaine de la protection de l'environnement est très significatif. Car en effet le Ki deux observé (22.43) est nettement supérieur au Ki deux théorique (3.84 avec un degré de liberté, et dont le seuil de probabilité est de 0.05⁸). Ce qui nous permet de conclure qu'il y a un lien de causalité entre l'attitude (vis à vis de l'environnement) et la

l'attribution de la part de responsabilité de chacun dans le processus de la protection de l'environnement. (voir tab-1).

Tab N°1

A -La perception de l'effet des campagnes de sensibilisation sur l'attitude du public
 B- L'attribution de la part de responsabilité dans le processus de la protection de l'environnement.

A \ B	La responsabilité aux autorités	La responsabilité aux citoyens	Total
Effet positif	15 (27)*	87 (75)	102
Pas d'effet	25 (13)	23 (35)	48
Total	40	110	150

* les chiffres situés entre parenthèses représentent les effectifs théoriques

⁸ Ce seuil est constant pour toutes les analyses statistiques -relatives au Ki deux- citées dans ce travail.

Cette même attitude d'implication , nous l'avons constatée également à travers la disposition des citoyens à cotiser pour la protection de leur environnement. Ainsi environ 47% de l'échantillon (71 personnes) se déclarent favorables à verser une cotisation pour la protection de l'environnement contre environ 53 % qui s'y refusent. (soit par manque de volonté ou de moyens)⁹. Cette disposition psychologique (manifestée à travers la volonté de cotiser) est considérée comme un résultat positif des actions de sensibilisation. En ce sens, on constate une relation statistiquement significative entre ces deux paramètres (Tab-2).

Tab N° 2

A : perception de l'effet des campagnes de sensibilisation sur les attitudes
 B : disposition à cotiser pour les actions en faveur de l'environnement.

A B	Cotisent	Ne cotisent pas	Total
Effet positif	56 (48)	46 (54)	102
Pas d'effet	15 (23)	33 (25)	48
Total	71	79	150

(le Ki deux observé (7.85) est nettement supérieur au Ki deux théorique (3.84) avec 1 degré de liberté).

Enfin cette implication nous montre surtout le degré assez évolué de la conscience du public, de son adhésion ainsi que de sa responsabilité envers son environnement.

4- De l'implication à l'engagement : l'environnement en tant que cause

Pour étudier l'impact positif des campagnes de sensibilisation nous étions partis de ce sentiment d'éveil ou du sens de l'environnement récemment acquis. Puis nous avons étudié l'évolution et la maturation de cette sensibilité.

Le sentiment de responsabilité envers l'environnement en est l'expression. Dans cet élan évolutif, se situe la conduite de la protection de l'environnement comme étant l'aboutissement (de ce sentiment de responsabilité) et constitue la preuve de l'impact positif de ces campagnes.

Nous avons ensuite montré comment se manifeste ce changement psychologique à l'échelle individuelle. C'est d'abord cette attitude de vigilance à l'égard de l'environnement qui réside dans l'arrière plan de la motivation de cette conduite. « *je fais plus attention à l'environnement* », ou : « *je suis*

⁹ Les réponses initiales se répartissent en 4 catégories :

- ceux qui acceptent volontiers :..... 3 personnes soit 2 %
- ceux qui acceptent selon leur moyens :.. 68 - - 45 %
- ceux qui s'y refusent.....4 - - 3 %
- ceux qui auraient aimé cotiser mais ne peuvent pas le faire faute de moyens.....75 - - 50 %

beaucoup plus motivé à défendre l'environnement », ou encore : « *je suis devenu plus conscient des dangers qui menacent notre environnement* »

Cette attitude peut se manifester à travers la revendication d'un mode de vie écologique. « *je suis quelqu'un qui respecte son environnement* », « *j'étais depuis toujours partisan de la cause écologique* », « *je consomme des produits écologiques* ». Comme elle peut constituer la négation des conduites négatives envers l'environnement. « *j'évite les mauvaises habitudes qui risquent de nuire à l'environnement* ».

Enfin, il s'agit des conduites et attitudes qui se réfèrent aux campagnes de sensibilisation diffusées à travers les diverses productions (télévisées) tantôt d'une façon générale: « *je respecte les conseils de Labib* » tantôt d'une façon plus précise : « *je respecte le repos des voisins* », « *je ne jette pas mes huiles usées dans la rue* », « *j'économise l'eau* » « *je respecte les heures du passage des camions de la collecte des déchets* », « *je plante des arbres* » etc...C'est de la sorte que les citoyens tentent de montrer et de démontrer l'acquisition et la consolidation de nouvelles attitudes et conduites à l'égard de leur environnement. D'autres individus plus convaincus de cette cause, avouent profiter de toutes les occasions pour sensibiliser leur entourage et notamment les enfants à l'importance de l'environnement et les inciter à le prendre en charge.

Mais c'est bien l'action volontaire (ou le volontariat) qui caractérise le plus l'incarnation de la cause écologique et l'engagement de la conduite individuelle envers la perspective écologique, et constitue un indicateur de l'impact positif des campagnes de sensibilisation. En ce sens la participation aux actions de protection de l'environnement constitue une attitude plus marquée et engagée dans ce processus de sensibilité et d'adhésion à l'égard de cette cause. Dans cet élan de solidarité, environ la moitié de notre échantillon (43 %) affirment être disposée à participer avec les organismes compétents à la protection de l'environnement¹⁰. Mais c'est essentiellement auprès de ceux qui jugent de l'effet positif des actions de sensibilisation sur leur attitude, qu'on rencontre le plus de volontaires. Ainsi, en analysant la relation entre ces deux

¹⁰ A la question : êtes vous prêts à participer à des actions de protection de votre environnement, on constate que:

-13	personnes	soit	09%	de l'échantillon	global	affirment	y être	tout à fait	prêts
-51	-	-	34%	-	-	-	-	-	y être prêts
-33	-	-	22%	-	-	-	-	-	ne pas être tout à fait prêts
-15	-	-	10%	-	-	-	-	-	ne pas y être prêts
-23	-	-	15%	-	-	-	-	-	ne pas du tout être prêts
-15	-	-	10%	-	-	-	-	-	préfèrent ne pas s'exprimer

variables, nous avons constaté l'existence d'un résultat très significatif (voir Tab 3).

Tab-N° 3

A : La perception de l'effet des actions de sensibilisation sur les attitudes

B : Le degré de disposition à la participation aux actions de protection de

l'environnement

A B	Participant	Ne participant pas	Total
Effet positif	56 (44)	36 (48)	92
Absence d'effet	8 (20)	35 (23)	43
Total	44	71	135*

(le Ki deux observé (19.73) étant nettement supérieur Ki deux théorique (3.84) avec un degré de liberté, par conséquent la relation entre les 2 variables est considérée comme significative et l'hypothèse de l'indépendance est rejetée).

Cela qui nous permet d'affirmer le rôle positif des actions de sensibilisation sur la conduite d'engagement en faveur de la protection de l'environnement.

C'est là que rentre en jeu le rôle des associations et des organismes non (ou semi) gouvernementaux dans l'attraction de ce potentiel social et de cet élan populaire en faveur de l'environnement. Ce faisant, ces instances offrent l'occasion à ces volontaires et fervents de la cause écologique de concrétiser leurs désirs et leurs idéaux.

C'est dire aussi que l'encouragement de cette potentialité à exercer leur idée (la protection de l'environnement) incombe également aux autorités. Faute de quoi les orientations en matière de sensibilisation voire de protection de l'environnement sombrent dans l'incohérence et provoquent le découragement et le scepticisme du citoyen envers cette cause. En ce sens que la problématique écologique n'est pas une simple abstraction, mais c'est une pratique, un mode de vie qui doit s'exercer. Sans cette praxis, l'activité humaine se voit condamner à l'absurdité et à l'impertinence.

Mais l'importance du volontariat ne réside pas seulement dans son intérêt pratique (la protection de l'environnement), son côté théorique constitue aussi une véritable source d'enrichissement pour la psychosociologie et la sociologie. Car en effet ce volontariat et selon la perspective cognitiviste, peut être analysé comme un aboutissement d'un processus cognitif et psychologique (en faveur de l'environnement), c'est à dire comme la conséquence de l'accumulation et l'assimilation des connaissances sur ce domaine accompagnée de l'émergence d'une nouvelle disposition psychologique envers cette cause.

* Les 10% (15 personnes) qui ont préféré ne pas s'exprimer quant au thème de la participation ont été déduites de l'effectif total

Inversement et comme le postule la théorie de dissonance cognitive, ou celle de la de rationalisation idéologique de Beauvois¹¹, l'action volontaire et malgré son caractère spontané et fortuit, peut être envisagée comme une conduite (exemple décider à prendre part aux actions visant la préservation des oiseaux, ou à participer aux campagnes de propreté des quartiers, des plages) susceptible à son tour de déclencher ce processus psychologique et mental (qui est l'attitude écologique). En effet selon ces théories, l'engagement peut enclencher chez l'individu en question toute une dynamique de rationalisation et de justification de cet acte spontané. Dans cet élan, l'individu engagé se livre à une activité mentale intense (en approfondissant ses connaissances en matière d'environnement et d'écologie) afin de justifier son nouveau choix auprès de son entourage (les membres de sa communauté, de son quartier, sa famille, ses amis...) et donne à son action sociale un élan scientifique et moral.

Ainsi en légitimant son action, le volontaire légitime la cause environnementale et se donne l'occasion de se réhabiliter aux yeux d'autrui. C'est pour ces raisons que cette modalité d'intégration et d'assimilation des connaissances, peut parfois se révéler d'une grande richesse dans la mesure où elle est accompagnée et consolidée par tout un dispositif psychologique visant à s'auto-affirmer et à s'affirmer.¹²

Comme le montre ces théories, certains individus une fois engagés (pour se montrer utiles, pour lutter contre l'ennui, ou pour créer une position de force au sein de leur communauté, ou soigner leur image de marque vis à vis des voisins etc.) et bien qu'ils ignorent l'assise scientifique de la cause à laquelle ils se sont dévoués (exemple, l'écologie), tentent de rationaliser leur conduite par rapport à eux même et à leur entourage. Pour se faire, ces individus sont conduits à revaloriser et à légitimer leur engagement à travers la consolidation de leurs observations, de leurs connaissances et de leurs opinions relatives à l'environnement. A travers ce processus de valorisation de cet acte spontané, le sujet effectue une activité cognitive assez élaborée pour justifier le bien fondé de sa nouvelle conduite et lui donner un sens et un élan scientifique et moral. Ainsi on assiste à un travail de revalorisation de soi, lequel est accompagné par un effort d'intégration des connaissances plaidant en faveur de

¹¹ Beauvois, (Jean-Léon) :

-A- Soumission et idéologie: psychosociologie de la rationalisation, Paris, éditions Puf 1981.

-B- Perspectives cognitives et conduites sociales, in « Théories implicites et conflits cognitifs », Cousset, éd Delval, 1987

¹² - Beauvois (J-L) :

- Sujet de la connaissance et sujet de l'action. in Cahiers de psychologie cognitive, 4,4 pp 385- 400,1984.

son action . Cette modalité d'intégration et d'assimilation des connaissances scientifiques peut se révéler très féconde et dans certaines cas plus efficaces que la démarche classique. Car elle est appuyée et accompagnée par une orientation, une motivation et un besoin intenses de s'affirmer. Dans cet élan, et tout en légitimant son action, le volontaire légitime également la cause pour laquelle il oeuvre.

En ce sens si les théories cognitivistes montrent comment la dimension cognitive devient génératrice d'actions (en faveur de l'environnement), les théories néocognitivistes montrent quant à elles comment cette action constitue en soi une source d'activité cognitive.¹³

A travers cette approche théorique, nous constatons une fois de plus le rôle des instances associatives dans l'encadrement et la formation des volontaires et du coup leur contribution dans l'action volontaire. C'est dans ce sens que les organismes non gouvernementaux constituent des véritables références sociales et des modèles d'appartenance et de socialisation. Dans cet esprit, et en même temps qu'elles élargissent le cercle de leurs adhérents, ces instances s'enracinent davantage dans le quotidien. En retour, à travers ce processus de justification et de légitimation, ces volontaires deviennent de véritables supporteurs et défenseurs du secteur associatif.

Et c'est bien à ces instances que revient le mérite de l'enracinement de la cause écologique dans la réalité sociale ainsi que dans la culture locale. Par le biais du secteur associatif, le public sera en mesure de s'approprier son environnement et revendiquer son droit à une vie meilleure. Faute de quoi la cause écologique devient le monopole des institutions bureaucratiques, et perd de ce fait non seulement son sens, mais aussi son assise populaire et donc son efficacité.

La position d'Illich relative à l'institution et à la bureaucratie, et au delà de son radicalisme, n'est pas sans intérêt, dans la mesure où elle constitue une mise en garde contre les méfaits de l'extension de ces instances dans les sociétés modernes¹⁴. En effet selon cet auteur, l'institutionnalisation de la société est synonyme d'appauvrissement culturel et individuel.

Qu'il s'agit de la santé, de l'éducation, ou de l'environnement, l'auteur appelle à l'expropriation des différentes entités sociales ainsi qu'à leur

¹³ -Abdmouleh (Ridha). Conduites face aux maladies et médecines en Tunisie. Doctorat de l'École des Hautes Etudes en Sciences Sociales. Paris;1990.

¹⁴ Aspect déjà soulevé par Max Weber

intégration au sein des cultures locales, dans la mesure où ces dernières constituent une véritable source de socialisation et d'épanouissement¹⁵.

Enfin parmi ces individus (engagés), ce sont surtout les jeunes générations qui se montrent impliqués envers la cause environnementale, que leur aînées. C'est ce que le résultat de cette étude nous montre d'une façon claire.

En ce sens, la relation entre la variable âge et celle de la disposition à participer à des actions de préservation de l'environnement se révèle assez significative (le Ki deux observé (9.34) est de loin supérieur au Ki deux théorique (5.99) avec deux degrés de liberté (voir tab 4)).¹⁶

Tab N° 4

A-Le degré de disposition à participer à des actions de protection de l'environnement

B- L'âge

A .	B	Jeunes (18-34 ans)	Adultes (35-60)	Agés (+60)	Total
Participant		44 (36)	17 (21)	3 (7)	64
Ne participant pas		33 (41)	27 (23)	11 (7)	71
Total		77	44	14	135*

* Les personnes n'ayant pas exprimé leurs opinions (15) n'ont pas été comptabilisées ici.

A signaler que le manque de participation de la part des adultes et des personnes âgées (relativement par rapport aux jeunes) traduit parfois une certaine démission et un mécontentement (dûs selon eux à l'état de l'environnement jugé précaire ou déplorable surtout dans certaines régions). Mais le plus souvent ce sont les contraintes qui sont citées comme étant les véritables obstacles à leur participation. En effet beaucoup d'individus parmi cette catégorie, et tout en affichant leur enthousiasme envers l'environnement, se plaignent des contraintes qui les empêchent de prendre part activement aux actions de préservation de leur environnement. Alors que les adultes se plaignent de ne pas avoir le temps suffisant à cause de leur absorption par les occupations quotidiennes (travail pendant la semaine, courses pendant le week

¹⁵ -Illich (Ivan)

-Némésis médicale. l'expropriation de la santé, les éditions du seuil, Paris, 1981.

-Une société sans école, les éditions du seuil, Paris, 1971.

-Voir également à ce propos : Castoriadis (C) et Cohen-Bendit (d) : de l'écologie à l'autonomie, Paris les éditions du seuil, 1981.

¹⁶ Ce même constat d'implication des jeunes vis à vis de l'environnement s'observe également à travers la perception de l'effet des campagnes de sensibilisation sur les attitudes. (voir le chapitre à l'absence d'impact des actions de sensibilisation sur le public).

end, les occupations du foyer pour les mères), les personnes âgées quant à elles évoquent souvent les contraintes de santé.

Il faut souligner également le poids de la variable instruction dans la conduite participative, où on constate une relation assez significative entre ces deux variables (voir tab5). Autrement dit, plus qu'on évolue vers l'instruction, plus on serait disposé à participer aux actions de protection de l'environnement et inversement. Cela confirme bien l'analyse du mécanisme et du processus de l'implication vis à vis de la cause environnementale. En ce sens, que le niveau d'instruction a bien contribué à la prise de conscience des dangers qui guettent l'environnement et a déclenché du coup chez les personnes instruites cette conduite participative.

Tab N°5

A- Le degré de disposition à la participation aux actions de protection l'environnement

B- Le degré d'instruction

A	B	Analphabètes	Niveau primaire	Niv-Secondaire	Niv-Universitaire	Total
Participant		15 (21)	29 (30)	12 (9)	8 (5)	64
Ne participant pas		29 (23)	34 (33)	5 (8)	3 (6)	71
Total		44	63	17	11	135*

(Le Ki deux observé : 8.75, est supérieur au Ki deux théorique : 7.81, le degré de liberté : 3).

Mais il faut noter qu'il y a une simultanéité entre les variables de l'âge et celle de l'instruction. Ainsi, ce sont les jeunes ayant acquis un degré d'instruction assez avancé qui se montrent beaucoup préoccupés et impliqués vis à vis des questions qui touchent à l'environnement. Autrement dit, c'est bien cette élite qui incarne et représente l'avenir de la perspective écologique dans le pays.

En ce sens, et afin d'éveiller et de consolider cette éthique écologique chez l'ensemble des couches sociales et à priori chez les jeunes générations, et appuyer cet élan d'engagement, il faut accorder une importance de premier ordre aux actions collectives de préservation de l'environnement.

Les actions de sensibilisation et d'éducation environnementales jouent également un rôle capital dans l'attraction de ce potentiel social vers le domaine du volontariat, et du coup assurent la promotion de ce secteur. Ce faisant, ces associations seraient en mesure de mieux consolider les connaissances de ses membres et mieux revaloriser leur action dans l'ensemble de la société. Ainsi et

* Avec 15 voix d'abstention (déduites de l'effectif en question).

comme le souligne bien les sociologues et les psychosociologues spécialisés dans le domaine de la communication, la participation des réseaux sociaux informels est une condition essentielle pour la réussite des stratégies de communication aussi bien dans les sociétés traditionnelles que dans les sociétés modernes.¹⁷

C'est pour ces raisons, que ces campagnes de sensibilisation devraient s'intéresser au domaine du volontariat. Car c'est en assurant au secteur du volontariat et au secteur associatif en général une couverture médiatique et un appui financier et logistique, que la cause écologique parvienne à mieux s'enraciner dans le quotidien pour contribuer à la sauvegarde de la planète. En ce sens, ce sont bien ces citoyens responsables et volontaires qui représentent l'avenir de la perspective écologique.

III- L'ABSENCE D'IMPACT DES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE SUR LE PUBLIC

Sur l'ensemble de l'échantillon enquêté, 32 % (soit 48 personnes sur 150) estiment que les actions de sensibilisation n'ont pas eu d'impact positif sur leurs attitudes envers l'environnement.

Comment explique-t-on ce fait?

Parmi les arguments avancés par ces personnes, nous citons l'aspect périodique des actions de sensibilisation (27 % à savoir 13 personnes sur 48) voir tableau plus bas¹⁸. En ce sens, le manque de régularité dans l'apparition de ces campagnes, leur caractère quelquefois épisodique, ne facilitent guère leur ancrage dans la mémoire afin de déclencher cette attitude d'éveil et d'implication vis à vis de l'environnement.

¹⁷ Voir à ce propos par exemple :Burgelin (olivier) : La communication de masse, encyclopédia universalis, 1985.

¹⁸ Les causes d'absence d'impact des actions de sensibilisation, EFF %

1- Actions périodiques et insuffisantes	13	27
2- j'ignore ces actions.....	11	23
3- L'environnement est trop pollué.....	11	23
4- Les citoyens ne sont pas sensibles à l'environnement.....	9	19
5- Je respecte l'environnement bien avant ces actions	2	4
6- Je ne crois pas à la question de l'environnement.....	2	4

Cela nous mène systématiquement à évoquer le manque d'information et donc l'ignorance de ces actions par un nombre assez important de personnes (23 %).

L'état de l'environnement jugé pollué, est un facteur important qui neutralise à son tour l'efficacité psychologique de ces campagnes (23%). En effet le hiatus entre infrastructure environnementale et actions de sensibilisation, ce manque de synchronie entre la sensibilisation et l'état effectif de l'environnement donnent à ces campagnes un caractère abstrait et superficiel pour décourager parfois les meilleures volontés du monde. « *ça sert à quoi, bon de nettoyer...à peine de finir de la nettoyer , elle devient sale à cause de l'état des routes...* », ainsi témoigne un cadre à propos du nettoyage de sa voiture. A l'état des routes, s'ajoutent certains problèmes telles : la collecte des déchets, les décharges non contrôlées, la fumée des industries et des voitures, les mauvaises odeurs) pour justifier cette attitude de doute et de suspicion quant à l'efficacité des actions de sensibilisation .

En ce sens, les actions de sensibilisation doivent être omniprésentes (dans le quotidien du public) et diversifiées pour justement montrer cette multitude de problèmes environnementaux et tenter d'en apporter les solutions et les conseils adéquats. Donc à la diversité des problèmes environnementaux doit correspondre une diversité des actions de sensibilisation et d'éducation environnementales.

Ces critiques soulevées à propos de l'état de l'environnement interpellent tout le monde et engagent la responsabilité de tous afin de briser un certain flou démoralisateur.

A cet état « détérioré » de l'environnement s'ajoutent le désintérêt et l'insouciance des citoyens pour justifier davantage aux yeux de certaines personnes l'inefficacité des actions de sensibilisation » (19%). Cette complicité entre détérioration de l'environnement et négligence des citoyens constitue une difficulté majeure pour la réussite des stratégies de communication environnementale et obtenir l'adhésion de l'ensemble du public autour de cette question. Pour se faire, il faut briser ce cercle vicieux¹⁹ et créer une nouvelle dynamique susceptible de donner de l'espoir et de l'élan aux actions de réhabilitation environnementale. L'amélioration effective de l'état de l'environnement dans le pays, soutenue par des campagnes de sensibilisation, contribue à son tour à déclencher cet élan mobilisateur.

¹⁹ dont le processus, et comme nous l'avons remarqué, a été déjà entamé. A ce propos, plus que les deux tiers de l'échantillon estiment que la responsabilité de la protection de l'environnement incombe en premier lieu aux citoyens.

Enfin il est à noter l'existence d'une catégorie de personnes (4%) qui manifestent une attitude curieuse et qui ne manque pas d'ambiguïté. Celle-ci se déclare assez civilisée et éduquée pour ne pas avoir besoin des actions de sensibilisation. Ce faisant elle nie avec un certain mépris l'effet positif de ces campagnes sur leur attitude. « *Je respecte l'environnement bien avant ces campagnes* » affirme un ce propos un étudiant âgé de 23 ans.

Alors que traduit cette attitude?

Tout en exprimant une certaine supériorité par rapport au profane « inconscient » et en affichant une appartenance à l'élite (en avance par rapport à leur temps et aux campagnes de sensibilisation), ces personnes tiennent à affirmer le caractère assez insuffisant et « plat » des actions de sensibilisation. En même temps elles expriment un mécontentement envers quelques types d'actions, qui selon elles sont un peu trop moralisatrices. Par la même, elles revendiquent l'amélioration et l'accroissement du rythme d'apparition de ces campagnes.

Mais à force de se placer comme étant du « dehors » de la réalité de l'environnement du pays et au dessus du profane, cette catégorie risque de se transformer en spectateur passif et cynique.

A noter également, l'existence d'une autre catégorie de la même proportion que la précédente, (4%) laquelle affiche son indifférence par rapport aux campagnes de sensibilisation et justifie son attitude par son manque de conviction de la cause environnementale. Car elle estime que la Tunisie a d'autre priorités beaucoup plus urgentes que cette question. Le chômage, la pauvreté, le sous développement sont évoqués ici pour justifier une telle attitude.

Au sein de cette catégorie, on trouve également une référence à la religion comme étant le cadre le plus adéquat qui englobe tous les aspects de la vie, y compris celui de l'environnement.

La cause environnementale est perçue par cette catégorie dans ce cadre, comme une question périphérique, marginale, voire même une sorte de démagogie visant à camoufler les vrais problèmes auxquels se heurtent le pays, et du coup empêche et anéantit à ses yeux les vraies solutions.

Par ailleurs, et pour ce qui est du profil sociologique du public « non sensibilisé », ce sont principalement les adultes et les personnes âgées qui estiment que les campagnes de sensibilisation n'ont pas eu d'effet positif sur leur attitude envers l'environnement. En ce sens, nous trouvons une relation significative entre le critère de l'attitude et celui de l'âge (voir tab 6).

Tab N°6

A : La perception de l'effet des campagnes de sensibilisation sur les attitudes du public

B : L'âge

A B	Jeunes (18-35)	Adultes (36-60)	Agés(+60)	Total
Effet positif	63 (56)	30 (34)	9 (12)	102
Absence d'effet	19 (26)	20 (16)	9 (6)	48
Total	82	50	18	150

(Le Ki deux observé = 6.47, et le Ki deux théorique = 5.99, avec deux degrés de liberté)

Le degré d'instruction semble à son tour avoir joué un rôle important sur le degré de réceptivité des campagnes de sensibilisation et son effet sur le déclenchement d'une nouvelle attitude pro-écologique. Plus exactement, et en étudiant la relation entre la variable instruction et celle de la perception de l'effet des campagnes de sensibilisation sur les attitudes, nous constatons une relation assez significative (voir tab7). Cela nous amène à dire que le manque d'instruction a constitué un frein pour la réussite des actions de sensibilisation sur le public tunisien et vice versa.

Il est à noter que la relation entre la variable instruction et celle de l'attitude est beaucoup plus significative (nous avons ici un Ki deux observé de: 12.78 alors que le Ki deux théorique est de : 7.81, voir tab-7) que celle constatée entre la première variable et celle de la conduite de participation (le Ki deux observé : 8.75 / Ki deux théorique : 5.99 voir tab5). Ce fait traduit la tendance générale, où on constate que la quasi majorité du public estime que son attitude a bien changé dans un sens positif envers l'environnement (68%), contre à peine la moitié qui se porte volontaire pour participer à la protection de l'environnement. Mais cet écart ne constitue pas un cas marginal dont la mesure où l'attitude n'engendre pas systématiquement un changement de conduite (soit pour des raisons de contraintes ou par manque de motivation et d'implication).

Tab N° 7

A-l'appréciation de l'effet des campagnes de sensibilisation sur les attitudes

B-Le degré d'instruction

A B	Analphabètes	Niv- primaire	Niv-Secondaire	Niv-Universitaire	Total
Effet positif	25 (33)	47 (46)	19 (14)	11 (9)	102
Pas d'effet	24 (16)	20 (21)	2 (7)	2 (4)	48
Total	49	67	21	13	150

(le résultat du Ki deux observé (12.78) est bien supérieur au Ki deux observé (7.81), le nombre de degré de liberté est de: 3)

Il faut souligner aussi que la variable instruction a pesé beaucoup plus de poids sur les attitudes que celle de l'âge, et a constitué pour ainsi dire un réel obstacle pour la réussite des campagnes de sensibilisation. A ce propos, il faut noter que le critère de l'instruction a agit dans les deux directions, c'est à dire

aussi bien dans la stimulation que dans le blocage du processus de sensibilité et d'implication envers l'environnement. Mais c'est surtout le second facteur qui semble avoir plus de poids et d'intensité. En ce sens, l'absence, et le manque d'instruction ont joué un rôle plus déterminant pour favoriser l'état d'esprit de l'ignorance et la banalisation de la cause environnementale.

Cela nous conduit à insister sur la nécessité d'accroître les actions d'alphabétisation auprès du public illettré, tout en assurant aux campagnes de sensibilisation une certaine régularité et un suivi afin de permettre à ces catégories sociales (y compris celles qui ont un degré limité d'instruction) de mieux assimiler le contenu et le message des programmes de sensibilisation environnementale.

Par ailleurs et comme nous l'avons constaté, la variable de l'âge et celle du niveau de vie agissent d'une manière simultanée et solidaire. Cette simultanéité s'explique d'abord par des raisons démographiques et historiques spécifiques à la Tunisie (dans la mesure où la scolarisation n'a démarré à proprement parler que suite à l'indépendance, c'est à dire à partir des années soixante, et n'a été généralisée qu'après coup) où ce sont les jeunes et à moindre degré les adultes qui ont pu bénéficier d'une instruction de plus en plus poussée que leur aînés. A cela s'ajoute l'orientation sélective de l'institution éducative en tant qu'instrument de reproduction sociale²⁰. Ainsi d'une manière ou d'une autre, tôt ou tard, les jeunes appartenants aux classes sociales défavorisées, se voient exclus du système éducatif, surtout des filières universitaires « nobles » (telles les grandes écoles), ou longues, lesquelles ouvrent l'accès à des carrières professionnelles prometteuses (notamment dans les professions libérales), et permettent d'effectuer une ascension économique et sociale. Du coup le destin social réservé aux classes populaires ne leur donne pas beaucoup de chance pour s'occuper des questions écologiques, jugées à leur yeux très périphériques voire de l'ordre du luxe. En effet préoccupés par le quotidien, acculés par la misère, absorbés par la problématique de la survie, les membres issus des classes sociales défavorisées ne trouvent guère le temps ni la disposition psychologique pour s'intéresser à la cause écologique. Pire encore, ces individus et vu leur situation sociale et économique précaire, n'hésitent pas dans certains cas à passer outre des normes environnementales. Le cas des

²⁰ Ce critère est assez bien étayé par Pierre Bourdieu lors de ses analyses des mécanismes d'implication de l'institution éducative dans la reproduction sociale des structures sociales en France. (voir à ce propos :Bourdieu et Passeron : - la reproduction. éléments pour une théorie du système d'enseignement. éd de minuits, 1970

- les héritiers. les étudiants et la culture, Paris les éditions de minuits, 1985

habitats anarchiques, les bidonvilles (avec les problèmes que cela entraînent sur le plan sanitaire, écologique...) constituent bien des exemples révélateurs de cette exclusion ainsi que des indicateurs du manque d'impact des campagnes de sensibilisation environnementale. C'est là que rentre en jeu une fois de plus le rôle du secteur associatif (entre autres) pour mieux sensibiliser ce public, tout en l'aidant à améliorer l'état de l'environnement et donc à briser cet état d'esprit défaitiste dû à leur situation difficile. Grâce à cet effort, ces instances créent un nouveau élan civilisationnel et une dynamique de cohésion et de solidarité sociales entre les différentes classes sociales autour de la cause écologique.

Par ailleurs, et afin d'enrichir la perspective sociologique relative à l'environnement (entre autres) il serait intéressant de prendre en compte la variable niveau de vie (ou revenu) et étudier son interaction avec les autres variables sociologiques. Une telle démarche peut se révéler très prometteuse surtout pour mieux saisir les attitudes et les conduites ayant une relation avec les aspects économiques et financier en rapport avec l'environnement et l'écologie d'une façon générale (tels le degré de disposition pour cotiser un projet écologique local, ou un organisme non gouvernemental, la disposition à consommer ou non des produits écologiques). A ce propos les recherches dans le domaine du marketing écologique ont franchi une étape importante dans la compréhension des comportements écologiques. Aujourd'hui ces recherches s'intéressent à dégager des concepts plus élaborés et plus globaux tels, le mode de vie ou le style de vie écologiques.²¹ L'apport de la sociologie et de la psychosociologie à ce sujet est incontestable dans la mesure où elles abordent l'homme sous ses divers aspects, physiques et symboliques.

Mais toutes ces recherches constituent au fond un indicateur et un reflet de la prise de conscience du public occidental de la cause écologique, et de son intérêt pour les produits écologiques (dans le domaine de l'alimentation, du cosmétique, de l'entretien, des loisirs...). En ce sens cet élan social et populaire en occident, et outre sa contribution à l'amélioration de l'état de l'environnement, a joué un rôle capital dans la stimulation des recherches non seulement en marketing écologique mais aussi en sociologie de l'environnement (et en sciences sociales en général), d'où l'intérêt d'accroître les actions d'information et de sensibilisation relatives à l'environnement dans les pays en développement.

²¹ Voir à ce propos, par exemple : Boyer (A) &Poisson © : le marketing mix écologique, Revue Française de gestion, juin-juillet-aout 1992, pp : 105-116.

IV- CONCLUSION

En guise de conclusion, nous pouvons confirmer l'impact positif des actions de communication environnementale sur du public tunisien. En ce sens plus des deux tiers de l'échantillon confirment le rôle positif des campagnes de sensibilisation sur leurs opinions et leurs attitudes envers l'environnement.

Quant aux raisons et aux mécanismes de ce succès, et en analysant l'impact des actions de sensibilisation sur le public tunisien, nous avons montré qu'une fois ancrées dans la mémoire, ces campagnes ont pu agir positivement sur les attitudes et les conduites des citoyens.

Plusieurs facteurs sont susceptibles d'expliquer cet intérêt et ce changement positif envers l'environnement. Nous citons tout d'abord l'originalité de la thématique environnementale. Prenant pour objet ce fait nouveau, ces campagnes ont été accueillies avec beaucoup d'enthousiasme et de curiosité comme tout phénomène de mode.

Un autre fait majeur venant à l'appui de l'écho favorable et de l'efficacité de ces campagnes de sensibilisation environnementale, s'explique par leur pertinence et leur utilité dans le vécu quotidien du public. En effet ayant mis le doigt sur un fait quotidien, les campagnes de promotion environnementale ont trouvé en quelque sorte le terrain psychologique propice pour réussir à créer des attitudes nouvelles. En ce sens elles étaient accueillies avec beaucoup d'enthousiasme et d'espoir.

L'arrière fond moral et humanitaire semble à son tour mobiliser davantage les jeunes à la cause environnementale et accroître à leurs yeux la crédibilité des campagnes de sensibilisation. Convaincus de cette juste cause, les jeunes générations tendent à assumer un rôle d'avant garde et prendre en quelque sorte leur revanche et leur démarcation par rapport à l'ordre des adultes.

Le pouvoir communicatif de certaines productions, a eu un effet attractif et persuasif sur le public. Preuve en ai, les messages évoqués par certaines campagnes de sensibilisation constituent de véritables références qui interpellent, conseillent et orientent les conduites.

Les établissements scolaires semblent avoir jouer à leur tour, un rôle important dans la sensibilisation des jeunes générations à l'environnement, puisque les jeunes et surtout ceux qui ont un degré d'instruction assez poussé, se sont montrés plus sensibles et plus impliqués pour la cause écologique que leur aînés. Par la mise en place des programmes spécifiques à l'éducation environnementale, ces établissements ont contribué à infléchir les attitudes des jeunes à l'égard de l'environnement.

Sans oublier le rôle des associations et à priori celles relatives à l'environnement ainsi que celui des divers organismes non et semi gouvernementaux (les scouts, les colonies de vacances...) dans le processus de sensibilisation et d'implication du public envers l'environnement.

Enfin tous ces facteurs ont contribué à des degrés différents à la réussite des campagnes de sensibilisation et à l'émergence d'une nouvelle entité psychologique laquelle se manifeste par une sensibilité face aux questions environnementales.

Par ailleurs, et en évoquant les insuffisances des actions de sensibilisation, nous avons attiré l'attention sur un fait important à savoir que le décalage entre les campagnes de sensibilisation et l'état de l'environnement engendre chez certains un sentiment de mécontentement à l'égard des actions de sensibilisation et un découragement vis à vis de la cause environnementale. De ce fait il est souhaitable d'accroître les actions de réhabilitation de l'environnement tout en donnant les moyens au public d'y participer. Ceci constitue un excellent moyen de garantir la crédibilité des campagnes de sensibilisation et de responsabiliser le public à l'égard de son environnement.

En outre, et tout en persévérant dans les actions de sensibilisation (pour persuader les non convaincus et consolider les opinions et les attitudes de ceux qui sont sensibilisés), il est souhaitable d'intensifier les productions de vulgarisation au sein des stratégies de communication environnementale. Une telle orientation se justifie par l'évolution des mentalités et des attitudes du public à l'égard de l'environnement. Nous avons à ce propos montré comment une fois sensibilisée, la quasi totalité des individus se montre de plus en plus impliquée à l'égard de son environnement. Parmi les indicateurs de cette implication, nous citons la disposition des citoyens à participer aux campagnes de réhabilitation de leurs quartiers voire à cotiser pour la protection de l'environnement.

Il va sans dire que cette mutation psychologique laquelle s'est traduite par une certaine maturation et une implication de plus en plus nettes à l'égard de l'environnement, devrait être accompagnée par une mutation et une évolution dans les stratégies de sensibilisation dans le sens de l'information et de la vulgarisation scientifiques.

Pour assurer le succès d'une telle stratégie, il serait intéressant de les adapter par rapport au cadre socio-culturel des citoyens. Dans cet élan, il faudrait insister aussi sur la complémentarité entre le contenu scientifique et le sens philosophique et moral de la problématique environnementale d'une part,

puis entre la nature, l'individu et la société d'autre part.²² En fait, placer la science dans la véritable trame sociale, tel est le souci des intervenants dans le domaine de la vulgarisation scientifique²³. Cette démarche est d'autant plus nécessaire que la problématique écologique se situe au carrefour de plusieurs disciplines et secteurs. Sa réussite est donc fonction de l'implication de l'ensemble des partenaires sociaux et de la collectivité tout court.

Par ailleurs, et afin de renforcer et de concrétiser davantage l'adhésion populaire à la cause environnementale, il importe de s'orienter davantage vers la recherche des modalités de participation effective de l'ensemble du tissu social aux actions de protection environnementale. La diversification des réseaux d'échange et de liaison avec le public, le renforcement du partenariat entre les structures étatiques et les organismes non gouvernementaux, pourraient constituer des axes privilégiés de cette stratégie participative.

Nous avons montré à ce propos l'importance des organismes et des instances non gouvernementaux dans la mesure où ils constituent un lieu privilégié d'encadrement, de socialisation et d'éducation à l'environnement. En ce sens, qu'ils légitiment et valorisent l'engagement de ses adhérents et contribuent du coup à la consolidation de la cause écologique et à son enracinement dans l'univers socio-culturel de la population et enfin de compte à la préservation de l'environnement.

Finalement c'est en jouant sur les divers registres : (l'individuel, le social, le biologique, le moral, le naturel, le culturel, le privé, le public, le sacré, le profane, le formel et l'informel...) que la communication environnementale puisse capter l'attention et obtenir l'adhésion du public, et contribuer ainsi à la réhabilitation de la cause écologique et à la sauvegarde de la planète.

Et c'est justement là où se situe le véritable apport de la sociologie et de la psychosociologie, c'est à dire saisir les sens des représentations et des conduites humaines dans leur complexité afin que la communication sociale relative à l'environnement puisse trouver un écho favorable auprès du public.

Outre les aspects culturels et symboliques, la sociologie de l'environnement peut intervenir sur le volet institutionnel pour comprendre les contraintes et les attentes des différentes institutions et organismes opérant dans le domaine de l'environnement. En ce sens elle peut d'une part assurer la

²² Les vertus des plantes médicinales soulevées au cours de certaines émissions télévisées sont parvenues à attirer l'intérêt des téléspectateurs et à les convaincre de l'importance de l'environnement. En ce sens, ces émissions ont montré la relation entre leur santé et l'état de l'environnement et de la nature en général

²³ Voir à ce propos par exemple : Roqueplo (Ph) : le partage du savoir, Paris, éditions du seuil, 1974.

médiation entre le public et les institutions, et faciliter la coordination entre les divers partenaires sociaux d'autre part.²⁴ De la sorte, la sociologie de l'environnement sera en mesure de contribuer efficacement à la protection de l'environnement et à l'amélioration de la condition humaine d'une façon générale.

Autrement dit, c'est en s'impliquant dans des secteurs si vitaux tels que l'environnement, que la sociologie puisse accroître davantage sa pertinence et sa richesse et affirmer son rôle social dans un monde contemporain de plus en plus affecté dans son équilibre écologique et social.

²⁴ l'appel à des sociologues (en Tunisie notamment) pour étudier les aspects sociaux et humains (lors des études d'impact relatives aux projets industriels par exemple), ou les aspects institutionnels relatifs aux organismes (pollueurs) constituent des exemples parmi tant d'autres de la reconnaissance et de l'importance de l'apport de la sociologie de l'environnement.

BIBLIOGRAPHIE

ABDMOULEH (Ridha)

- 1990 Conduites face aux maladies et médecines en Tunisie; Doctorat de L'école des Hautes Etudes en Sciences Sociales. Paris.
- 1995 L'Education environnementale, les véritables défis, in Cahiers de L'Enfance, Tunis, N° 1, pp 4-19.
- 1996 L'enfant tunisien et l'environnement, représentations et conduites, Cahiers de L'Enfance, Tunis, n°2, pp19-37.

BEAUVOIS (Jean-Léon)

- 1981 Soumission et idéologies, psychosociologie de la rationalisation, Paris, PUF.
- 1984 Psychologie quotidienne, Paris, PUF.
- 1984 Sujet de la connaissance, sujet de l'action , in Cahiers de psychologie Cognitive; N° 4,4.

DOCUMENTATION FRANCAISE

- 1983 L'écologie. Paris.

MINISTERE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE (Tunisie)

- 1993 L'Etat de l'environnement. Rapport National.
- 1994 Sensibilisation, éducation et culture environnementales : La Stratégie Tunisienne. Tunis.

LEVY-LEBLOND (Jean-Marc)

- 1970 Autocritique de la science. Paris, Seuil (coll science ouverte)

MORIN (Edgar)

- 1973 Le paradigme perdu : La nature humaine. Paris Seuil.

MOSCOVICI (Serge)

- 1972 La société contre nature. Edition 10/18.

POITOU (J-P)

- 1974 La dissonance cognitive, Paris, éd. A. Colin.

ROQUEPLO (Philippe)

- 1974 Le partage du savoir. Paris, Seuil.

PAGES (Robert)

- 1985 Le processus de la communication, In encyclopédia universalis.

SAINT MARC (Philippe de)

- 1975 Socialisation de la nature. Edition Stock/Monde ouvert.

STOETZEL (Jean)

- 1970 La communication des masses, in Introduction à la psychologie sociale, Paris, Flammarion.