



Les militant-e-s de Greenpeace, des citoyens comme les autres ?

Florence Passy et Gian-Andrea Monsch
Université de Lausanne

Septembre 2011

Préambule

Ce rapport s'inscrit dans une recherche comparative plus large qui a pour objectif d'expliquer l'engagement de citoyen-ne-s dans les mouvements sociaux et de comprendre pourquoi certaines personnes s'engagent pour défendre les droits et le bien-être des autres, comme dans le cas de l'action protestataire pour défendre les sans-papiers, les personnes déshéritées ou des populations dont les droits sont niés. Cette recherche est essentiellement financée par le Fond National Suisse de la Recherche Scientifique. Nous avons reçu un soutien complémentaire de la Faculté des Sciences sociales et politiques de l'Université de Lausanne et de la Fondation du 450^e. Nous remercions l'ensemble des institutions qui ont permis la réalisation de cette recherche.

Nous remercions également les nombreuses collaboratrices et collaborateurs qui ont participé à cette recherche : Jules César Pooda et Noémi Michel pour la retranscription des entretiens qualitatifs ; Nicolas Pekari, Thierry Rossier, Frédéric Tétaz et Raffaël Himmelsbach pour leur travail sur les enquêtes quantitatives. Nous remercions également notre mandataire Datadoxa pour la réalisation des enquêtes quantitatives. Enfin, une recherche ne peut être autre chose qu'un échange permanent avec des collègues. Nous remercions pour leurs conseils et vigilance critique Doug McAdam de l'Université de Stanford, Dominique Joye de l'Université de Lausanne, Marlène Sapin de l'institut FORS et Gaetan Clavien de l'Université de Genève.

Nous tenons également à remercier Greenpeace Suisse pour sa collaboration à cette recherche. Greenpeace nous a donné accès à un échantillon représentatif de ses militant-e-s et nous a facilité la mise en contact avec des personnes engagées pour conduire des récits de vie. Nous remercions en particulier Urs Hauser, Theo Gubler, et Joëlle Marie pour leur travail et soutien. Dans le cadre de notre collaboration, nous délivrons à Greenpeace, et à titre gracieux, ce rapport de recherche qui est le fruit de l'analyse du sondage conduit auprès de ses militant-e-s.

Enfin, cette recherche n'aurait pas pu voir le jour sans la collaboration des militant-e-s qui ont participé à l'enquête quantitative et qualitative de ce programme de recherche. Nous les remercions pour nous avoir accordé un temps précieux pour que nous puissions réaliser les différents volets de cette recherche.

Les militant-e-s de Greenpeace, des citoyen-ne-s comme les autres?

Qui s'engage à Greenpeace ? Comment ces militant-e-s rejoignent cette organisation ? Et pourquoi s'engagent-ils pour défendre l'environnement ? Ce sont ces trois questions auxquelles nous allons tenter de répondre. Ces trois questions sont importantes pour le monde de la recherche car elles renvoient à des processus sociaux qui font encore débat. Ces questions sont également importantes pour le monde de la militance et des organisations des mouvements sociaux. Pourquoi ?

Ces questions nous permettent de cerner trois enjeux : le profil sociologique des militant-e-s, les chemins qui permettent à des personnes de rejoindre la contestation politique, et les motivations qui président à leur engagement. Pour les organisations qui s'engagent dans l'espace politique comme Greenpeace, ces questions sont importantes car elles renvoient à trois préoccupations qu'a généralement le monde de la militance, à savoir : connaître le *potentiel politique* sur lequel l'organisation peut construire sa protestation ; cerner les *canaux* qui conduisent des personnes à rejoindre la contestation et son organisation ; et appréhender les *raisons* qui conduisent à traduire une préoccupation pour un enjeu politique en une mobilisation effective. Ainsi, préoccupations scientifiques et préoccupations politiques se rejoignent ici. Outre ces questions qui mobilisent un intérêt commun, nous discuterons aussi de l'évaluation de Greenpeace par ses militant-e-s.

La philosophie qui préside à ce document est celui de *l'échange*, à savoir une collaboration que nous souhaitons fructueuse entre le monde de la recherche et celui des organisations engagées dans l'espace politique. Nous livrons dans ce document nos analyses et interprétations sur les trois questions qui guident notre discussion. Ces analyses et interprétations reposent sur un socle de savoir spécifique, celui de la recherche sur l'action protestataire qui a progressivement élargi son cercle de connaissances à la fin des années 70. Ce savoir, comme tout type de savoir scientifique, est sans cesse débattu dans le monde de la recherche. C'est cette mise en discussion qui permet à la connaissance de progresser en abandonnant certaines hypothèses et en en mobilisant de nouvelles. Nous souhaitons, en tant que partenaire, vous inviter à participer à ces débats. Le savoir est toujours en construction et les échanges sont des vecteurs importants de cette construction.

Qui sont les militant-e-s de Greenpeace ?

La recherche a mis en exergue que les personnes engagées dans l'action contestataire proviennent de segments spécifiques de la société. L'engagement politique mobilise des personnes munies d'importants capitaux sociaux, en particulier scolaires. Mais surtout, l'action politique mobilise sur des lignes de tensions sociales et politiques, communément appelées clivages (Bartolini et Mair 1990). Par exemple, le XIXe et XXe siècle a connu une mobilisation importante sur le clivage de classe. La protestation qui a émergé dans les années 60 repose aussi sur une ligne de fraction particulière : le *clivage postindustriel* (Kriesi

1993, Jasper 1997). Ce clivage a conservé la préoccupation de la justice sociale, propre au clivage de classe, en la doublant d'une nouvelle préoccupation: l'émancipation individuelle et collective¹, ainsi qu'une politisation de la société du risque. Ce nouveau conflit est politisé par une nouvelle famille d'acteurs protestataires que sont les mouvements postindustriels regroupant les organisations écologistes, féministes, pacifistes, antiracistes, d'aide au développement, de défense des droits humains, etc. Ces acteurs ont aussi été appelés *left-libertarian movements* renvoyant à leurs luttes politiques pour défendre à la fois une plus grande justice sociale (*left*) et la promotion de la liberté individuelle et collective (*libertarian*). En se mobilisant sur des lignes de force sociopolitiques, les acteurs collectifs ont un *potentiel politique* qui leur est spécifique. Les personnes qui rejoignent l'action politique ont donc de fortes chances d'avoir un profil social particulier et d'être porteuses de valeurs qui leurs sont propres.

Greenpeace, étant un acteur de la famille des mouvements postindustriels, devrait mobiliser des militant-e-s qui ont cet ancrage social spécifique. Cependant, en ce début de XXI^e siècle les questions environnementales sont devenues des préoccupations importantes dans la population. Les citoyen-ne-s sont de plus en plus soucieux et sensibilisés aux problèmes environnementaux. Nous pourrions penser que le potentiel politique des organisations écologistes s'est progressivement élargi à d'autres segments de la population. Autrement dit, les organisations écologistes mobilisent-elles toujours dans le segment de prédilection des mouvements postindustriels ou *ont-elles élargi leur potentiel politique ?*

Un ancrage de classe spécifique

De nombreux travaux ont montré que c'était essentiellement les citoyen-e-s de la classe moyenne qui étaient porteurs de la contestation postindustrielle et plus particulièrement un segment spécifique de cette classe : les travailleurs socioculturels (professionnels de l'enseignement, du domaine médical, du travail social et culturel). Cet ancrage de classe spécifique se voit également confirmé pour les militant-e-s de Greenpeace (Tableau 1.1).

La majorité des militant-e-s de Greenpeace est membre de la *classe moyenne*. Cette classe sociale est très largement surreprésentée parmi la population des militant-e-s. En revanche, les membres de l'ancienne bourgeoisie et plus encore ceux de la classe ouvrière sont nettement sous-représentés. Le conflit postindustriel est donc bien celui de la classe moyenne, et en ceci les militant-e-s de Greenpeace ne se distinguent pas de ceux du WWF et de la Déclaration de Berne (DB), sondés à la fin des années 90.

Au sein de la classe moyenne, nous voyons que ce sont surtout les *travailleurs socioculturels* qui sont mobilisés. Toutefois, cette catégorie sociale, qui a toujours constitué le bastion de recrutement des mouvements postindustriels, est moins importante aujourd'hui qu'hier lorsque nous comparons les militant-e-s de Greenpeace à ceux du WWF et de la DB. Les managers, qui étaient toujours sous-représentés dans ce type de contestation politique, sont des personnes mobilisées à Greenpeace. Deux explications peuvent être apportées à cette mobilisation inattendue des managers. Soit Greenpeace a su élargir son potentiel politique à ce segment social, soit le conflit postindustriel n'oppose en fait pas des

¹ L'émancipation collective renvoie à l'émancipation des minorités : les femmes, les gays et lesbiennes, les minorités ethniques et raciales, etc.

segments spécifiques au sein de la nouvelle classe moyenne mais des classes sociales entre elles, notamment entre la nouvelle classe moyenne et la classe ouvrière.

Tableau 1.1: La classe sociale des militant-e-s

	DB	WWF	Suisse 1995	GP	Suisse 2007	GP Passifs	GP Actifs
	%	%	%	%	%	%	%
Bourgeoisie/ancienne cl. moyenne	14	11	19	5	17	6	8
<i>Professions libérales (indépendants)</i>	9	7	8	4	5	4	7
<i>Employeurs/artisans</i>	4	3	7	1	12	2	1
<i>Paysans</i>	1	1	4				
Nouvelle classe moyenne	76	66	48	80	40	80	84
<i>Spécialistes socioculturels</i>	59	45	14	37	13	37	37
<i>Technocrates</i>	16	19	14	17	9	17	20
<i>Managers</i>	1	2	20	26	18	26	27
Classe ouvrière	12	23	34	14	44	16	9
<i>Employés qualifiés</i>	3	6	23	11	34	12	8
<i>Employés non-qualifiés</i>	9	17	11	3	10	4	1
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
n	599	535	2807	492	3849	387	105

NOTE: Déclaration de Berne (Passy 1998a) ; WWF (Passy 1998b) ; Suisse 1995 (Bütschi 1997) ; Suisse 2007 (Selects 2007).

Les militant-e-s de Greenpeace ont un ancrage de classe qui les distingue donc clairement de la population suisse. En revanche, à l'intérieur de la population militante nous devons souligner une *homogénéité sociale* importante. Les activistes, les personnes qui prennent une part active au processus de mobilisation en s'engageant dans l'organisation de Greenpeace ou dans ses campagnes, ne se distinguent pas des sympathisant-e-s qui apportent un soutien passif à l'organisation en la soutenant financièrement². Activistes et sympathisant-e-s appartiennent au même monde social.

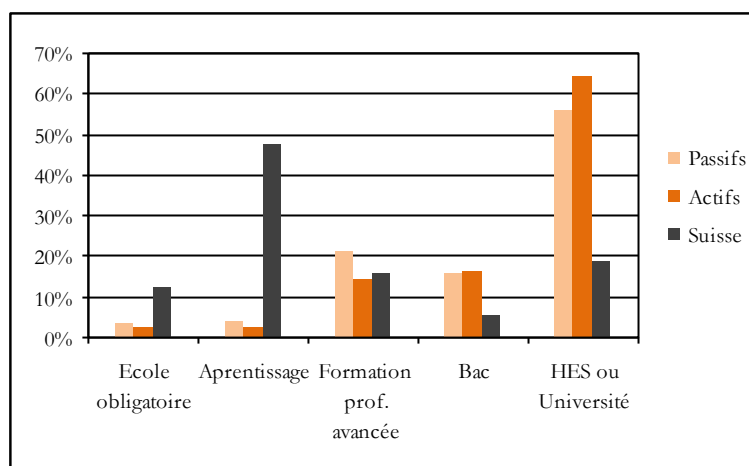
Des militant-e-s hautement formés

La classe sociale constitue un indicateur pour cerner l'ancrage social des individus, le niveau d'éducation en est un autre. L'action politique est le fait de gens hautement dotés en capitaux scolaires. De surcroît, en sachant que les militant-e-s de Greenpeace appartiennent à des segments de classe hautement dotés en formation, nous ne pouvons que nous attendre à une population militante richement pourvue en ressources scolaires. C'est effectivement ce que confirme la figure 1.1. Près de 60% des militant-e-s de Greenpeace ont une formation universitaire ou équivalente. *Ils se distinguent de façon*

² La distinction entre *activistes* et *sympathisant-e-s* est une distinction importante pour la recherche car nous avons affaire à des mondes de militance distincts qui suivent des processus d'engagement qui leur sont propres (Oliver 1980, Passy 1998a). Nous distinguons les personnes qui sont dans un processus de mobilisation active (participation à l'organisation de Greenpeace, à ses comités, groupes de travail, campagnes d'action, etc.) – les *activistes* – des personnes qui soutiennent Greenpeace uniquement financièrement (cotisations, dons, etc.) – les *sympathisant-e-s*. Le terme *activiste* utilisé dans cette étude n'est donc pas un synonyme du terme *activiste* utilisé par Greenpeace. Il prend en compte tout militant engagé dans un processus de mobilisation actif, quelque soit sa forme. Dans les tableaux et figures, nous utilisons le terme « actif » pour désigner les activistes et « passif » pour désigner les sympathisant-e-s.

considérable du reste de la population. En revanche, les personnes qui ont une formation élémentaire ou professionnelle de base sont largement sous-représentées à Greenpeace. Cette forte surreprésentation des personnes hautement formées n'est pas propre à Greenpeace. Les militant-e-s des mouvements postindustriels sont richement dotés en capitaux scolaires. Là encore, nous ne relevons aucune différence significative entre activistes et sympathisant-e-s de Greenpeace.

Figure 1.1: Le niveau d'éducation des militant-e-s de Greenpeace



NOTE: "Quelle est la formation la plus élevée que vous avez achevée, ou quel est le diplôme le plus élevé que vous avez obtenu?" Suisse (Selects 2007) n=4'353 ; Passifs n= 430, Actifs n=128, VdC a/p=.10 *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Une architecture spécifique des valeurs

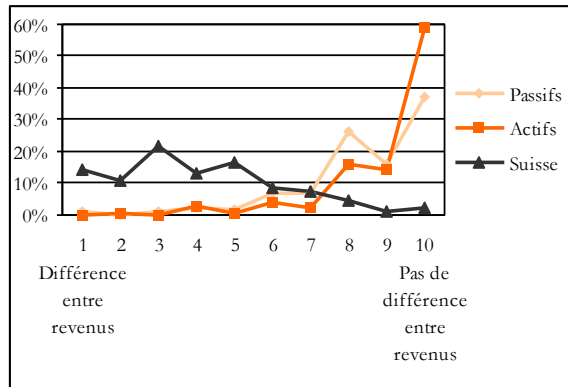
Le clivage postindustriel mobiliserait des personnes qui ont une architecture des valeurs qui reposerait sur deux piliers normatifs : la défense de la justice sociale et une meilleure redistribution des ressources au sein de la population (*left*), et la défense de la liberté individuelle et collective (*libertarian*). Qu'en est-il pour les militant-e-s de Greenpeace ? Sur ces deux piliers normatifs, les militant-e-s se distinguent de la population suisse (Figure 1.2 et 1.3). Ils sont plus favorables à une plus grande justice sociale au sein de nos sociétés et ont un souci marqué à l'égard des libertés et émancipations individuelles. Les militant-e-s de Greenpeace, comme ceux des autres organisations postindustrielles, ont donc bien un *profil normatif particulier*.

Sympathisant-e-s et activistes se distinguent-ils en termes de leur architecture de valeurs ? Sur les deux piliers normatifs que sont la justice sociale et l'émancipation, les sympathisants de Greenpeace sont bien des personnes inscrites dans des valeurs *left-libertarian*, qui les distinguent du reste de la population. Toutefois, les sympathisant-e-s sont de moindres défenseurs de la justice sociale et sont moins en faveur de l'émancipation que ne le sont les activistes. Les sympathisant-e-s sont porteurs au sein de la population militante d'une *certaine hétérogénéité normative*. Trois hypothèses peuvent être avancées pour expliquer cette relative hétérogénéité. Premièrement, parmi les sympathisant-e-s on retrouverait des personnes qui n'appartiennent pas au segment social typique dans lequel recrutent les organisations postindustrielles. Cette hypothèse est peu plausible car nous avons vu que l'ancrage social des sympathisant-e-s ne se distingue pas des activistes. De plus, leurs valeurs se distinguent du reste de la population. La deuxième

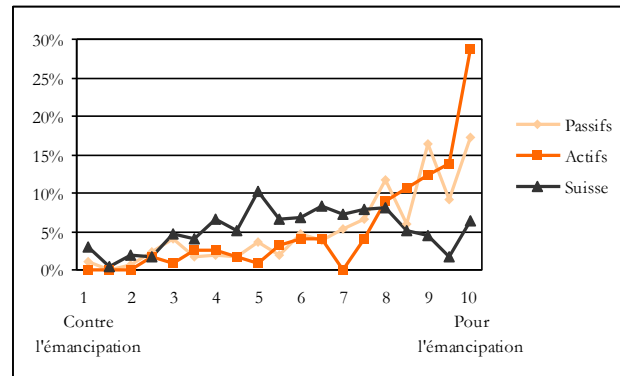
hypothèse a trait à l'effet socialisateur de la mobilisation et de l'appartenance à une organisation qui transformerait ou radicaliserait les valeurs des individus. Cet effet est fort probable mais nous ne pouvons pas le tester avec les données que nous avons à disposition. Enfin, on peut imaginer que les activistes ont des positions normatives plus fermes que les personnes qui sympathisent au mouvement et c'est du reste un des éléments qui feraient qu'ils appartiennent au cercle des militants les plus actifs, les fameux *true believers*.

Figure 1.2: Le profil left-libertarian des militant-e-s

Positionnement en matière de justice sociale



Positionnement en matière d'émancipation

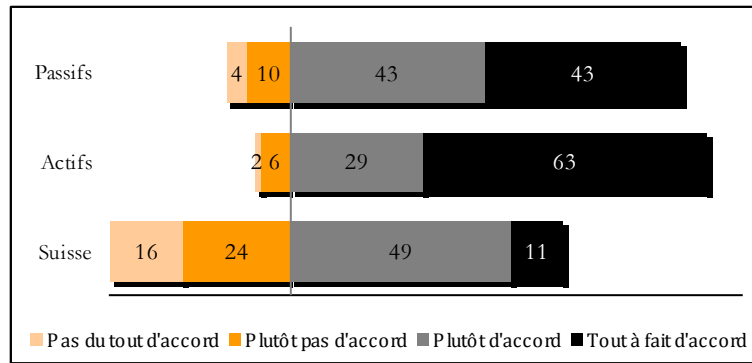


NOTE 1.2: Le graphique représente la distribution de l'affirmation suivante: 1 «De plus grandes différences de revenus sont nécessaires afin d'encourager les efforts individuels» et 10 «Les différences entre les revenus devraient diminuer». Suisse (EVS 2008) n=1241 (moyenne=6.3, écart type 2.5), Passifs n=515 (m=8.4, et=1.8), Actifs n=131 (m=9.0, et=1.6), Eta a/p=.14***. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

NOTE 1.3: Le graphique représente la distribution de la moyenne entre deux variables portant sur l'émancipation des migrants. La première avait comme deux extrêmes 1 « Les immigrants prennent le travail des gens nés dans le pays » et 10 « Les immigrants ne prennent pas le travail des gens nés dans le pays ». Pour la deuxième, les affirmations étaient 1 « La culture d'un pays n'est pas menacée par les immigrants » et 10 « La culture d'un pays est menacée par les immigrants ». Suisse (EVS 2008) n=1253 (moyenne=4.1, écart type 2.2), Passifs n=516 (m=5.8, et=2.5), Actifs n=131 (m=7.5, et=2.4), Eta a/p=.14***. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

En introduction, nous avons émis une hypothèse concurrente à celle des clivages politiques en soulignant que la protection de l'environnement devient un enjeu saillant pour l'ensemble de la population, et donc que les organisations écologistes recruteraient leurs militant-e-s au-delà de leur périmètre traditionnel. Nos premières analyses tendent à infirmer cette hypothèse vu la spécificité du profil social et normatif des militant-e-s de Greenpeace. Les militant-e-s continuent-ils à se positionner de façon distincte du reste de la population concernant cet enjeu politique ? C'est effectivement le cas. Bien que la population suisse soit favorable à la protection de l'environnement, l'intensité de cette préoccupation est bien inférieure à celle de la population militante (Figure 1.4). Sympathisant-e-s, et encore plus les activistes, ont des *positionnements plus fermes en matière de protection de l'environnement*.

Figure 1.3: Les militant-e-s et la protection de l'environnement

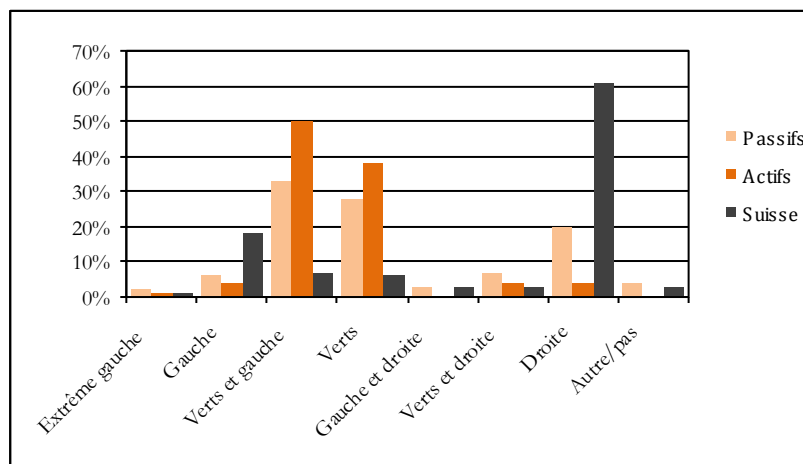


NOTE: J'accepterais une augmentation d'impôts si l'argent supplémentaire était utilisé pour la protection de l'environnement. Suisse (WVS 2007) n=1224, Passifs n=515, Actifs=127, VdC a/p=.16***. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Un ancrage politique spécifique

L'inscription sociale et normative des militant-e-s se traduit par un soutien politique aux mouvements postindustriels, comme en s'engageant à Greenpeace, mais aussi par un soutien partisan singulier. L'analyse de la proximité partisane des militant-e-s rend bien compte de la spécificité de leur architecture des valeurs reposant sur un double pilier : justice sociale (*left*) et émancipation (*libertarian*). Les militant-e-s sont à la fois proches des *partis de gauche*, notamment du Parti socialiste, et *des Verts* (Figure 1.5). Il convient de rappeler que les partis écologistes sont nés du clivage postindustriel. En revanche, très peu de militant-e-s se sentent proches des partis d'extrême gauche, et peu se situent à droite de l'échiquier politique. Là encore, la distinction avec le reste de la population est claire, et la proximité de ces militant-e-s avec ceux du WWF et de la DB est importante. Comme pour les valeurs, les sympathisant-e-s de Greenpeace sont porteurs d'une relative hétérogénéité parmi la population militante, en se situant un peu plus à droite sur l'échiquier politique que les activistes.

Figure 1.4: La préférence partisane des militants



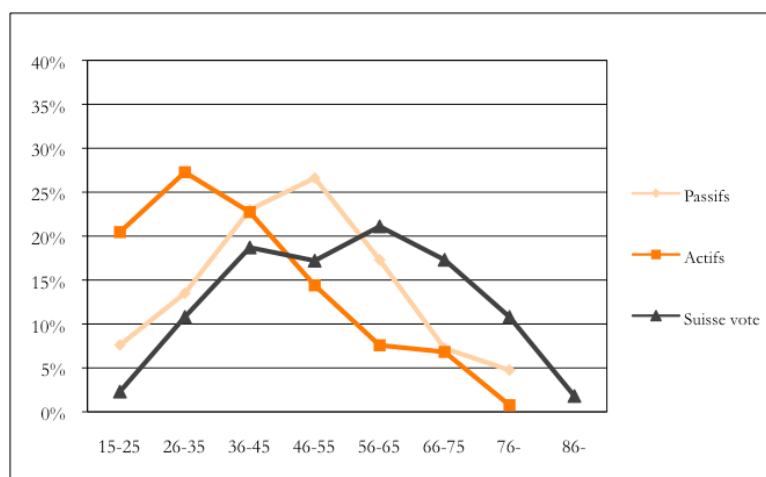
NOTE: Combinaison de : Etes-vous membre d'un parti politique et quel est le parti qui vous est particulièrement proche ? Suisse (Selects 2007) n=1416, Passifs n=434, Actifs n=110. La comparaison avec la Suisse repose uniquement sur les personnes qui déclarent avoir une identification partisane: 35% des répondants.

L'activisme, le fait de la jeunesse

Avant de conclure cette première discussion, nous aimerions encore présenter une dernière analyse relative à l'âge des militant-e-s. Si Greenpeace mobilise parmi les sympathisant-e-s et les activistes autant de femmes que d'hommes, en revanche l'activisme repose davantage sur des personnes jeunes (Figure 1.6). Les militant-e-s entre 15 et 45 ans sont actifs dans leur soutien à Greenpeace, ils s'engagent dans les structures de l'organisation et ses campagnes. La tranche d'âge de 26 à 35 ans est la plus active à Greenpeace. Quelques militant-e-s plus âgés sont présent-e-s dans le cercle des activistes mais en portion congrue. En revanche, le soutien passif à l'organisation, par le biais de cotisations, dons ou autres soutiens financiers, est le fait de personnes qui ont un âge plus avancé. La moyenne d'âge des sympathisant-e-s est de 49 ans (contre 39 pour les activistes). Les personnes entre 36 et 65 ans constituent le bastion des sympathisant-e-s de Greenpeace, et en particulier les personnes entre 46 et 55 ans.

Si activistes et sympathisant-e-s se distinguent en âge, en revanche ils sont confrontés à la même dynamique dans le temps, à savoir le déclin progressif de leur engagement l'âge avançant. Ce déclin survient plus tôt chez les activistes. A partir de 36-45 ans, le nombre d'activistes décline drastiquement. En revanche, les sympathisant-e-s perdurent davantage dans le temps mais connaissent eux aussi une chute des effectifs à partir de 56-65 ans. La sortie de l'engagement protestataire avec l'âge est un phénomène bien connu des politologues. On retrouve la même tendance pour le vote. Toutefois, entre l'action protestataire et le vote la différence est extrêmement importante : la sortie de l'engagement dans l'action protestataire *arrive beaucoup plus jeune que pour la participation aux élections ou votations*.

Figure 1.5: L'âge des militant-e-s comparé à l'âge des électeurs Suisse



NOTE : Suisse (Selects 2007) n=3803 (moyenne=50.8, écart type=18.1), Passifs n=526 (m=48, et=15), Actifs n=132 (m=39, et=15), Eta a/p: -.27***. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Synthèse et implications

Pour conclure cette discussion sur le profil social et normatif des militant-e-s, nous retiendrons trois points. Premièrement, les militant-e-s de Greenpeace s'inscrivent effectivement dans un **segment spécifique de la société**. Ce résultat a pour conséquence pour Greenpeace qu'elle a un potentiel politique qui lui est propre. Ce ne sont pas les citoyen-ne-s lambda qui sont membres de cette organisation mais des personnes socialement typées. L'hypothèse d'un élargissement du potentiel politique pour les organisations écologistes au vu de la préoccupation de plus en plus importante des questions environnementales ne s'est pas confirmée. Greenpeace, comme le WWF, la DB et les autres organisations du mouvement postindustriel ont un terrain de recrutement qui repose sur un segment spécifique de la population. Il est donc difficile de mobiliser des personnes en dehors de ce bastion social.

Deuxièmement, les militant-e-s, qu'ils soient activistes ou sympathisant-e-s, proviennent du même segment social. **La population militante est donc assez homogène**. Seule une certaine hétérogénéité en termes de valeurs est à noter. Comment interpréter cette relative hétérogénéité ? Deux pistes sont possibles. Soit les activistes sont plus fermes dans leur structure de valeurs, autrement dit ils ont des positions légèrement plus radicales que les sympathisant-e-s. En ceci, ils répondraient assez fidèlement à la catégorie de *true believers* que leur a donné la recherche. Soit ces personnes, qui sont actives dans l'organisation, sont socialisées par l'organisation elle-même et par les interactions avec d'autres activistes ; renforçant ainsi certaines compréhensions du monde qui, *in fine*, affectent la structure de leurs valeurs. La sociologie a montré depuis quelques années que les processus de socialisation se réalisent tout au long de la vie de l'individu, et les interactions concrètes jouent un rôle important dans ces processus. Pour Greenpeace ce résultat a une double implication. Premièrement, même le recrutement de sympathisant-e-s est difficile à réaliser à l'extérieur de son bastion social de prédilection. Deuxièmement, si c'est la deuxième interprétation que nous avons émise qui s'avère correcte : l'organisation joue un rôle non négligeable dans la socialisation des activistes une fois engagés.

Troisièmement, **activistes et sympathisant-e-s se retirent progressivement de leur engagement** en avançant en âge. Nous retrouvons la même dynamique pour le vote. Toutefois, et c'est peut-être là un enjeu intéressant pour Greenpeace, nous voyons que les sympathisant-e-s, qui se rapprochent plus de la dynamique des votant-e-s puisqu'ils ne sont pas dans un processus d'engagement actif, sortent de l'organisation plus tôt qu'ils ne délaissent le vote. L'explication classique pour le vote a trait à la désinsertion sociale, ou la sortie de la vie sociale. Cette sortie est de plus en plus tardive, et en terme de vote on voit qu'elle survient avec un âge déjà avancé (plus de 65 ans). Pour les sympathisant-e-s de Greenpeace, la sortie de la militance commence déjà à partir de 56 ans alors même que ces personnes ne sont pas sorties de la vie sociale, ni même encore de la vie active. Peut-être, que l'organisation peut orienter ses pratiques de recrutement sur ces classes d'âge de la population pour que ces personnes puissent prolonger leur soutien à Greenpeace.

Quels sont les chemins de l'engagement ?

Réfléchir aux chemins de l'engagement, nous amènent à réfléchir à deux processus distincts : le processus de sensibilisation ou de *socialisation* à l'enjeu, et le processus de *mobilisation*, autrement dit de conversion d'une sensibilité à un enjeu en un engagement effectif. Nous discuterons ici ces deux aspects en nous posant les questions suivantes : quels sont les canaux de sensibilisation aux enjeux liés à l'environnement ? Et quels sont les canaux qui conduisent à l'engagement pour l'environnement et, plus spécifiquement, à Greenpeace.

La recherche nous a rendu attentive au rôle important des *réseaux sociaux*, qu'ils soient de nature formelle, comme l'insertion dans une organisation, ou informelle par le biais d'échanges interpersonnels entre des individus. Par exemple, les études sur le mouvement des droits civiques aux Etats-Unis ont mis en exergue le rôle crucial joué par le réseau des églises baptistes pour s'engager dans ce mouvement. D'autres recherches ont montré l'importance des réseaux interpersonnels pour l'engagement militant. Selon ces études, les réseaux jouent un rôle à la fois dans le processus de socialisation à l'enjeu contestataire mais aussi dans le processus de mobilisation. Récemment, des auteurs ont remis en cause la prédominance des réseaux à la fois dans le processus de socialisation et de recrutement (Jasper 1997). Les réseaux ne seraient qu'un canal parmi d'autres, notamment pour les enjeux protestataires relativement consensuels et des protestations qui ne se déroulent pas dans la clandestinité. Greenpeace se situe dans ce cas de figure. Alors examinons la place des réseaux sociaux dans ce type d'engagement politique.

Un contexte relationnel qui favorise leur socialisation

Le contexte relationnel dans lequel évolue l'individu est potentiellement un important vecteur de socialisation aux enjeux protestataires. L'interaction sociale, à la fois dans des groupes formels ou entre individus, favorise la sensibilisation d'un acteur à des problèmes politiques. Nous examinons ici le *contexte relationnel* des militant-e-s *avant* qu'ils ne soient engagés à Greenpeace, en portant un regard spécifique à leur insertion dans les réseaux organisationnels (formels) puis dans les réseaux interpersonnels (informels).

La recherche montre que les personnes avant de s'engager étaient généralement insérées dans des *groupes et réseaux sociaux*. Cette insertion facilite la socialisation à l'enjeu et permet aussi de tisser des ponts entre différentes structures militantes. Qu'en est-il pour Greenpeace ? Avant de rejoindre Greenpeace, les militant-e-s étaient assez fortement insérés dans des réseaux organisationnels (Tableau 2.1). Près de la moitié des militant-e-s étaient déjà inscrits dans des réseaux sociaux, soit en étant actifs, soit en étant de simples sympathisant-e-s. Toutefois, cette insertion dans les réseaux est nettement plus faible que celle des militant-e-s du WWF et de la DB. Est-ce là une spécificité de Greenpeace ou est-ce une décroissance de la mobilisation entre les années 90 et 2010 ? Nous ne pouvons trancher entre ces deux explications.

L'insertion générale dans les réseaux n'est pas un indicateur suffisamment précis. Tous les réseaux n'ont pas la capacité à socialiser les individus sur les enjeux liés à l'environnement. L'insertion dans les *organisations postindustrielles* est un meilleur indicateur puisque ces organisations partagent un cadre cognitif commun (*master frame*) qui peut sensibiliser les

individus sur les enjeux de cette famille spécifique de mouvements (Snow & Benford 1992). Les militant-e-s de Greenpeace sont moins insérés dans les organisations postindustrielles que ne l'étaient les militant-e-s du WWF et de la DB. Toutefois, ce type d'insertion reste prédominant. Plus d'un tiers des militant-e-s de Greenpeace étaient déjà membres d'une ou plusieurs organisations de cette famille de mouvements. En particulier, ils étaient membres d'autres organisations écologistes, d'associations d'aide au développement et d'organisations de défense des droits humains. Ces trois secteurs prédominent sur les autres secteurs de la protestation postindustrielle. Il en était de même pour le WWF et la DB dans les années 90. Ces trois secteurs facilitent l'engagement à Greenpeace. Un engagement dans une organisation écologiste amène à s'engager dans une autre association de protection de l'environnement. De même, un engagement dans le secteur des droits humains et de l'aide au développement permet de rejoindre une organisation écologiste. Il convient de relever qu'activistes et sympathisant-e-s partageaient le même monde d'insertion formelle avant de rejoindre Greenpeace.

Tableau 2.1 : L'insertion des militant-e-s dans les réseaux formels *avant* de s'engager dans l'organisation

	DB	WWF	GP	GP	GP	
	%	%	%	Passifs	Actifs	r Pearson
				%	%	
Postindustrielles	44	49	34	35	32	ns
<i>Ecologistes</i>	25	27	24	25	23	
<i>Aide au développement</i>	19	20	14	14	14	
<i>Droits humains</i>	9	12	12	12	13	
<i>Droits des migrants</i>	2	3	4	1	6	.13***
<i>Pacifistes</i>	6	7	3	3	7	.10**
<i>Consommateurs</i>	4	8	4	4	6	
<i>Féministes</i>	3	3	4	4	6	
<i>Gays</i>	0	0	1	1	3	.08*
<i>Altermondialistes</i>	-	-	4	2	6	.10*
<i>Anarchistes</i>	-	-	1	1	1	
Travail	18	16	9	9	10	ns
<i>Syndicats</i>	11	15	6	6	4	
<i>Professionnelles</i>	9	2	4	3	7	
Partis politiques	5	8	3	3	6	ns
<i>Partis</i>	5	8	3	3	6	
Religieuses et caritatives	14	19	14	15	11	ns
<i>Religieuses</i>	10	10	5	6	1	-.09*
<i>Caritatives</i>	5	11	11	11	10	
Autres	9	36	26	26	25	ns
<i>Jeunes/ étudiants</i>	0	1	10	11	8	
<i>Locataires</i>	2	9	6	4	7	
<i>Quartiers</i>	1	-	-	-	-	
<i>Parents d'élèves</i>	2	22	3	2	3	
<i>Automobilistes</i>	4	21	5	2	2	
<i>Militaires/ patriotes</i>	0	3	0	0	1	
<i>Culturelles/ hobby</i>	-	18	11	12	10	
<i>Autres</i>	2	9	3	3	3	
Total	77	67	40	41	36	ns

NOTE: Est-ce que vous étiez membre ou engagé dans ces associations / groupes avant votre engagement à Greenpeace ? Déclaration de Berne (Passy 1998a) n=646, WWF (Passy 1998b) n=670, Passifs n=564, Actifs n=146. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Si un tiers des militant-e-s étaient insérés dans un réseau formel favorisant potentiellement leur socialisation aux enjeux de protection de l'environnement, ils étaient encore plus largement insérés dans des réseaux interpersonnels sensibles aux questions environnementales (Tableau 2.2). La quasi totalité des militant-e-s de Greenpeace ont évolué dans un contexte interpersonnel qui était sensibilisé à l'environnement. Plus de la moitié des militant-e-s affirment que leur réseau interpersonnel (amis, famille et connaissances) était très proche des questions écologistes, et 44% d'entre eux estiment qu'ils l'étaient dans une

certaine mesure. Très peu de militant-e-s avant de s'engager à Greenpeace évoluaient dans un contexte interpersonnel sans lien avec les préoccupations environnementales, et ceci est valable autant pour les activistes que les sympathisant-e-s. Ce constat est identique à celui que nous avons pu faire autant pour le WWF que la DB. Avant de s'engager, les militant-e-s bénéficient de larges potentialités d'interactions sur l'enjeu de leur future mobilisation.

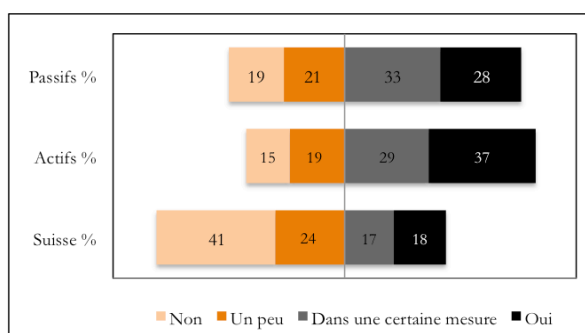
*Tableau 2.2: L'insertion des militant-e-s dans les réseaux interpersonnels sensibilisés à l'enjeu protestataire **avant** qu'ils ne s'engagent dans l'organisation.*

	GP	GP Passifs	GP Actifs
	%	%	%
Aucune	4	5	4
Moyenne	44	44	45
Forte	52	51	52
Total	100%	100%	100%
n	673	532	141
V de Cramer			.02

*NOTE: Avant de vous engager à Greenpeace est-ce que vos proches amiEs, connaissances et membres de votre famille étaient sensibilisés aux problèmes de protection de l'environnement ? *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.*

Avant de rejoindre Greenpeace, les militant-e-s évoluent dans un réseau d'interactions favorisant leur sensibilisation aux problèmes environnementaux. De plus, ils ont bénéficié d'un contexte familial propice à leur *sensibilisation politique*. Dans leur enfance, les militant-e-s ont évolué dans un milieu familial où la politique était présente et faisait l'objet de discussions. Une caractéristique qui les distingue encore de l'ensemble de la population (Figure 2.1). Force est donc de constater que les militant-e-s avant de s'engager à Greenpeace étaient inscrits dans un *contexte relationnel qui favorisait le développement d'une conscience politique* liée aux enjeux environnementaux.

Figure 2.1: Les parents des militant-e-s discutaient-ils de politique en famille ?



*NOTE: En repensant à la vie de vos parents quand vous aviez 14 ans, est-ce que vous discutiez politique à la maison avec vos parents? Suisse (EVS 2008) n=1225, Passifs n=517, Actifs n=130, Gamma a/p= .13. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.*

D'autres canaux favorisent leur socialisation

L'insertion dans les réseaux sociaux permet une socialisation concrète mais aussi diffuse ; l'environnement social procure des ressources cognitives sans en être véritablement conscient. Nous avons donc demandé aux militant-e-s qu'ils nous disent, selon eux, quels sont les *canaux qui les ont sensibilisés* aux questions environnementales avant qu'ils ne s'engagent pour défendre cet enjeu politique. En examinant les différents canaux de socialisation, nous pouvons ainsi évaluer l'importance des réseaux dans le processus de socialisation.

Le premier constat a trait à la multiplicité des chemins de sensibilisation à l'enjeu (Tableau 2.3). *L'information* que les militant-e-s se procurent par le biais des médias et de leurs lectures personnelles joue un rôle important. De même, *Greenpeace* est un vecteur de sensibilisation qui est loin d'être négligeable puisque 65% des militant-e-s disent avoir été sensibilisés par ce canal. Sur ce point, *Greenpeace* semble être un canal de socialisation légèrement plus important que ne l'a été le WWF et la DB pour leurs militant-e-s. La médiatisation de ses actions politiques peut peut-être expliquer cette différence. Les *événements sociopolitiques*, notamment des événements en lien avec les crises environnementales, sont également des canaux de sensibilisation non négligeables. A cet égard, nous pouvons voir que pour les organisations écologistes, que ce soit le WWF ou *Greenpeace*, ces événements socialisent beaucoup plus les militant-e-s que les événements sociopolitiques liés aux problèmes du sous-développement des pays du Sud. Les *expériences personnelles* que vivent les individus sont aussi une source importante de sensibilisation à l'enjeu.

Tableau 2.3: Les canaux qui ont sensibilisé les militant-e-s à l'enjeu de protestation

	DB	WWF	GP	GP Passifs	GP Actifs	
	%	%	%	%	%	r Pearson
Réseaux sociaux	61	53	46	42	61	.16***
Interpersonnels	45	50	39	35	56	.17***
Proche ami-e	40	18	11	10	16	
Connaissance/ collègue	-	10	9	8	13	
Famille	11	35	31	28	42	.13***
Organisationnels	49	10	14	13	17	
Organisation dont je faisais partie	45	10	10	9	12	
Eglise	30	-	5	4	6	
Autres canaux	82	89	91	91	90	ns
Information	68	82	73	73	74	
Média	51	59	62	63	60	
Lectures personnelles	43	49	45	42	54	.09*
Organisation elle-même	51	56	65	65	65	
Publications	44	48	55	54	57	
Campagnes/ actions	53	34	48	48	48	
Événements politiques/ sociaux	24	53	49	48	52	
Expériences personnelles	33	38	40	38	44	
Expérience personnelle	-	28	33	32	36	
Voyage dans un pays en développement	29	-	-	-	-	
Travail dans un pays en développement	7	-	-	-	-	
Travail	-	15	17	16	20	
Autre	5	3	5	5	5	
Aucun canal (toujours sensibilisé)	24	58	56	56	56	ns

NOTE: Qu'est-ce qui vous a sensibilisé aux problèmes de l'environnement ? Déclaration de Berne (Passy 1998a) n=646, WWF (Passy 1998b) n=670, Passifs=544, Actifs=142. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Et les réseaux? Quelle est leur place parmi la multiplicité des chemins de socialisation? Ils restent un canal important de sensibilisation, surtout les *réseaux interpersonnels*. Plus d'un

tiers des militant-e-s disent avoir été socialisés à cet enjeu protestataire par leur entourage, et en particulier leur famille. Les réseaux sont donc un canal de socialisation parmi d'autres. Toutefois, les réseaux, et essentiellement les réseaux interpersonnels, conduisent les personnes qui ont été sensibilisées par ce biais à devenir des *militant-e-s plus actifs* que les personnes socialisées par d'autres canaux. Seul ce canal conduit à un niveau d'engagement plus élevé. Comment expliquer ce phénomène ? Les réseaux informels impliquent un échange concret, un échange discursif et argumentatif. Cette interaction ne survient pas dans les autres canaux de socialisation. Ni l'écoute des médias, ni la lecture des publications de *Greenpeace*, ni la prise de connaissance de l'existence d'une crise environnementale n'implique une interaction concrète avec une tierce personne. L'échange interpersonnel est une interaction continue où l'acteur est mobilisé activement sur le plan cognitif pour participer à cet échange. C'est un vecteur plus marquant que ne le sont les autres canaux de socialisation. Donc, oui, il y a plusieurs canaux de socialisation. Toutefois, leur impact n'est pas le même et les réseaux, notamment interpersonnels, restent important pour s'engager plus activement dans une organisation.

Quels sont les canaux qui conduisent à s'engager pour l'environnement ?

Etre sensibilisé à une cause est une chose, convertir cette sensibilisation en engagement politique en est une autre. Nous avons demandé aux militant-e-s de nous dire quels ont été les canaux qui les ont conduits à s'engager pour l'environnement (Tableau 2.4). Les canaux qui ont sensibilisé les militant-e-s sont également ceux qui les ont amenés à s'engager, toutefois dans une proportion moindre. Nous voyons là clairement qu'entre la socialisation et la conversion de cette socialisation en acte il y a effectivement une perte importante. L'information, par les médias ou les lectures personnelles, et *Greenpeace* sont des canaux très importants. Les expériences vécues par les individus ainsi que les crises environnementales sont aussi des vecteurs d'engagement non négligeables. Nous retrouvons donc *les mêmes canaux* (et dans les mêmes proportions) que ceux qui ont socialisé les militant-e-s à la cause écologiste.

Les chemins qui conduisent à l'engagement sont donc aussi multiples que ceux de la socialisation. Mais que pouvons-nous dire des *réseaux* qui ont été évalués par la recherche comme étant des canaux essentiels pour l'engagement protestataire ? Sur l'ensemble des chemins ce sont des canaux qui semblent bien moins mobilisateurs que les autres. En effet, seul 19% des militant-e-s disent s'être engagés par le biais de ce canal. Toutefois, là encore, nous pouvons voir que les réseaux mènent à un plus haut degré d'engagement que les autres canaux. Ainsi, bien que ce chemin d'engagement soit numériquement moins important que les autres, il conserve sa spécificité d'être un canal de mobilisation qui conduit les militant-e-s à devenir plus actifs dans l'action protestataire. L'interaction directe entre personnes est donc plus efficace pour s'engager activement. Seules les expériences vécues par les militant-e-s ont aussi cette capacité à conduire les personnes vers l'activisme et non vers un soutien passif auprès des organisations écologistes.

Tableau 2.4 : Les canaux qui ont mobilisés les militant-e-s à s'engager pour l'enjeu protestataire

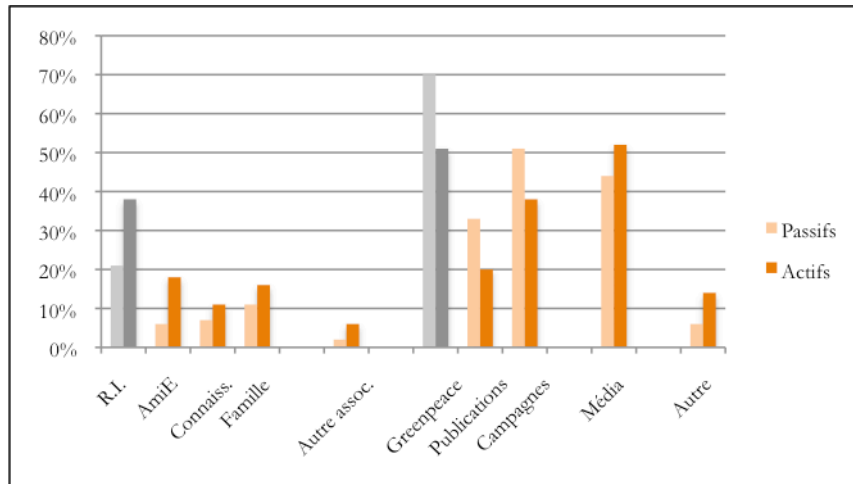
	DB	WWF	GP	GP Passifs	GP Actifs	
	%	%	%	%	%	r Pearson
Réseaux sociaux	-	36	19	16	31	.16***
Interpersonnels	21	30	17	13	29	.17***
Proche amiE	18	14	5	2	14	.22***
Connaissance/ collègue	-	8	3	2	9	.15***
Famille	4	16	11	10	11	
Organisationnels	13	11	4	3	6	
Organisation dont je faisais partie	13	11	1	2	6	.09*
Eglise	14	-	3	1	1	
Autres canaux	-	65	68	67	73	ns
Organisation elle-même	13	33	41	41	40	
Publications	7	23	28	28	26	
Campagnes/ actions	11	21	31	31	30	
Evénements politiques ou sociaux	6	28	27	25	35	.09*
Expériences personnelles	19	33	29	26	42	.15***
Expérience personnelle	-	27	23	20	32	.12**
Voyage dans un pays en développement	16	-	-	-	-	
Travail dans un pays en développement	5	-	-	-	-	
Travail	-	10	11	10	18	.11**
Information	13	49	37	38	34	
Média	10	23	21	32	23	-.08*
Lectures personnelles	5	14	30	20	25	
Autre	3	5	3	3	3	
Aucun canal (Toujours mobilisé)	10	19	31	34	42	ns

NOTE: Qu'est-ce qui vous a poussé à vous engager pour protéger l'environnement ? Déclaration de Berne (Passy 1998a) n=646, WWF (Passy 1998b) n=670, Passifs n=544, Actifs=142. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Quels sont les canaux qui mènent à Greenpeace ?

Nous avons examiné les chemins qui conduisent à s'engager pour la protection de l'environnement mais quels sont les canaux qui permettent de rejoindre Greenpeace ? Trois résultats sont importants (Figure 2.2). Premièrement, *Greenpeace* est un acteur important de recrutement notamment par le biais de ses campagnes, et, dans une moindre mesure, de ses publications. Les efforts de publicité de ses actions portent indéniablement leurs fruits. Deuxièmement, les *médias* jouent un rôle non négligeable dans le processus de recrutement. Il est difficile de savoir quelle est la part de la publicité des actions de Greenpeace que nous retrouvons aussi dans cet indicateur. Les actions de Greenpeace sont présentes dans les médias et il est fort probable que nous retrouvons une part de cette publicité dans cet indicateur. Enfin, les *réseaux* sont des canaux de recrutement moins importants que les deux autres canaux, surtout les réseaux organisationnels. En revanche, et là nous retrouvons le même résultat qu'avant, ces canaux *conduisent à un degré d'engagement plus important* que les autres chemins de recrutement. Les personnes recrutées par des réseaux interpersonnels, et dans une moindre mesure des réseaux organisationnels, deviennent plus facilement des activistes. Inversement, les personnes recrutées par Greenpeace viendront grossir le bastion des sympathisant-e-s et non celui des activistes. Ces résultats confortent nombre de travaux scientifiques.

Figure 2.2: Les canaux qui ont conduit les militant-e-s s'engager à Greenpeace



NOTE: De quelle manière êtes-vous entré en contact avec Greenpeace ? Passifs n=564, Actifs n=146, rdP a/p= Réseaux interpersonnels (RI)=.16***, Ami=.17***, Connaissance=ns, Famille=ns, Réseau organisationnels (autre assoc.)=ns, Greenpeace= -.16***, Publications= -.12**, Campagnes= -.11**, Médias=ns, Autre=.13***. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Les réseaux interpersonnels sont donc des agents de recrutement importants si l'on se préoccupe de l'intensité d'engagement qu'aura le/la militant-e recruté. La recherche a souvent mis en exergue que ce qui compte c'est moins le lien mais la *qualité du lien*. Autrement dit, la qualité du recruteur serait importante pour comprendre pourquoi des personnes s'engagent plus activement que d'autres. C'est aussi ce que nous retrouvons à Greenpeace (Tableau 2.5). Les personnes recrutées par de *proches amis*, c'est-à-dire des liens importants pour l'individu et des liens de confiance, deviennent plus facilement des activistes de Greenpeace. En revanche, celles qui ont été recrutées par des liens familiaux deviennent des sympathisant-e-s de l'organisation. La qualité du lien avec la personne recrutée est donc importante. Mais cela va encore plus loin. Lorsque le recruteur est un *activiste de Greenpeace*, le militant-e a de très fortes chances de devenir un activiste lui-même. En revanche, si le recruteur est un sympathisant-e de l'organisation, sa recrue sera elle aussi un-e militant-e de Greenpeace.

Tableau 2.5 : La qualité des liens qui ont conduit les militant-e-s à s'engager à Greenpeace

	GP Passifs	GP Actifs		
	%	%	r Pearson	n
Types de lien			ns	
Acquis (amis ou connaissances)	46	63	.10**	138/46
Familiaux	39	22		
Les deux	15	15		
Qualité du lien			ns	
Lien faible	10	10		118/40
Lien fort	90	90		
Intensité d'engagement du lien			.30***	
Passif	70	37		102/46
Actif	30	63		

NOTE: Avant de devenir membre de Greenpeace, est-ce qu'il y avait une ou plusieurs personnes que vous connaissez personnellement (amiE, connaissance, parent, etc.) qui étai(en)t membre(s) de Greenpeace et qui vous a(ont) incitéE à devenir membre au sein de cette association/groupe ? Que représentaient pour vous ces personnes ? Quel était leur degré d'engagement ? *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Synthèse et implications

Pour conclure cette discussion sur les chemins de la socialisation et de la mobilisation nous retiendrons là aussi trois points. Premièrement, avant de s'engager pour la protection de l'environnement, les militant-e-s baignaient dans un **contexte relationnel qui favorisait une sensibilisation aux problèmes environnementaux**, surtout leur contexte interpersonnel (amis, famille et connaissances). Les interactions sociales concrètes favorisent le développement des ressources cognitives, et là il est clair que ces personnes ont bénéficié de ce type d'interactions. La famille joue un rôle particulièrement important pour le développement d'une sensibilité environnementale, contrairement aux enjeux liés à l'aide au développement. Pour Greenpeace, ces résultats ont une double implication. Tout d'abord, il est difficile pour une organisation d'intervenir sur les réseaux interpersonnels de socialisation. Cependant, du fait que la famille joue un rôle non négligeable dans ce processus de socialisation, Greenpeace peut orienter certains mécanismes d'information sur ce segment spécifique de la population : les familles et leurs enfants.

Deuxièmement, les **chemins de la socialisation et de la mobilisation sont multiples**. Les réseaux ne sont pas les seuls vecteurs de sensibilisation ou de mobilisation. L'information, l'organisation Greenpeace, les expériences personnelles et les événements sociopolitiques interviennent à la fois dans les processus de socialisation et d'engagement. Pour Greenpeace cette implication est importante. Comme nous l'avons vu, l'organisation joue un rôle important à la fois dans la socialisation et dans la mobilisation. C'est donc un acteur important pour la conscientisation à la cause écologiste et pour le recrutement. La sociologie distingue les facteurs qui poussent vers l'action (*push*) et ceux qui tirent vers l'action (*pull*). Sur les « push factors » l'organisation a peu de marge de manœuvre, en revanche pour les « pull factors », son action est décisive. Greenpeace semble efficace pour tirer des militant-e-s vers elle, mais peut-être peut-elle faire encore davantage ?

Enfin, les **réseaux informels** constituent un canal de socialisation et de recrutement non négligeable. Ces canaux, bien que moins importants numériquement pour sensibiliser ou mobiliser des militant-e-s, sont extrêmement importants pour conduire des militant-e-s vers un engagement actif, c'est-à-dire amener des personnes à s'engager dans l'organisation et dans ses campagnes. La qualité du recruteur est particulièrement importante à cet effet. Les personnes recrutées par des amis en qui ils ont confiance s'engagent plus activement dans l'organisation. De même, si ces personnes sont recrutées par un activiste de Greenpeace, elles ont de très grandes chances de s'engager activement pour l'organisation. Pour Greenpeace, ce dernier résultat a une implication importante. Si elle souhaite élargir le nombre de ses participants actifs au sein de l'organisation ou de ses campagnes, leurs propres activistes constituent un des meilleurs canaux de recrutement.

Pour quelles raisons les militant-e-s s'engagent-ils ?

S'engager comporte des coûts, que ce soit pour les activistes qui mobilisent de leur temps pour participer activement aux campagnes et à la vie de l'organisation mais aussi pour les sympathisant-e-s qui soutiennent financièrement Greenpeace. Alors *pourquoi des individus rejoignent l'action protestataire puisqu'elle implique des coûts ?* De nombreux auteurs ont mis en avant que seuls des bénéfices individuels perçus par les militant-e-s pouvaient contrecarrer les coûts engendrés par la mobilisation et les inciter à rejoindre l'action collective (Olson 1965). Tirer des bénéfices personnels était la seule manière de compenser les coûts de l'engagement permettant ainsi aux personnes, proches d'un enjeu contestataire, de convertir leurs préoccupations politiques en action.

Cette explication classique pour rendre compte de l'engagement politique a été vivement critiquée pour des raisons théoriques mais aussi au regard des analyses empiriques. De nombreux travaux ont mis en exergue que le gain d'avantages personnels et matériels n'était pas à même d'expliquer le passage à l'action. *Peu de personnes s'engagent pour recevoir des biens personnels* : que ce soit des compétences qu'ils pourront valoriser dans leur monde professionnel, le fait de pouvoir nouer de nouvelles amitiés, ou renforcer leur estime de soi, etc. Elles s'engagent parce qu'elles défendent un but politique qu'elles souhaiteraient voir réaliser, parce qu'elles se préoccupent de la société dans laquelle elles vivent, ou encore parce que l'engagement permet de mettre en acte leur vision du monde.

Face à ces résultats qui semblent remettre en cause la logique individualiste et économiste, des auteurs ont proposé une explication diamétralement opposée en mettant en évidence l'importance du monde mental des acteurs. Les représentations subjectives des individus, ou autrement dit leur perception et compréhension du monde, seraient la clé explicative de l'action des individus. Les tenants de la sociologie et de la psychologie cognitive mettent en avant que les cognitions (ou représentations mentales) des acteurs définissent leurs possibilités d'action. Pour pouvoir agir, il faut d'abord avoir une représentation mentale. *Sans représentation mentale, l'action n'est pas possible.*

Monroe (2006), dans son étude sur les Justes, a montré que les personnes qui ont porté secours aux Juifs pendant la Seconde guerre mondiale l'ont fait essentiellement parce qu'ils avaient une certaine vision de l'humanité. Ils considéraient que la personne qui frappait à leur porte pour demander de l'aide était comme eux ; des êtres humains qui partageaient la même humanité que la leur. Selon Monroe, cette explication semble être la seule qui explique pourquoi certaines personnes ont pris des risques pour sauver des Juifs face à la destruction nazie alors que d'autres personnes, confrontées à la même situation de demande d'aide, n'ont pas porté secours aux Juifs. Cette dimension cognitive spécifique, autrement dit cette représentation mentale d'une humanité partagée par toute personne quelles que soient ses origines ou sa religion, a permis aux Justes d'agir.

Monroe va encore plus loin, en s'appuyant sur les travaux des cognitivistes, en mettant en exergue que pour les Justes, leur action était *une évidence* ; ils ne pouvaient pas faire autrement que d'accueillir ces personnes menacées. Or dans le contexte de cette période, cette action était loin d'être évidente. Ces personnes prenaient des risques majeurs pour eux et leur famille. Monroe explique ce sentiment d'évidence par le fait que leur action était en *forte résonance avec leur monde mental*, avec cette représentation que tout humain est identique et appartient à la même humanité. Ainsi, le cadrage interprétatif de leur réalité

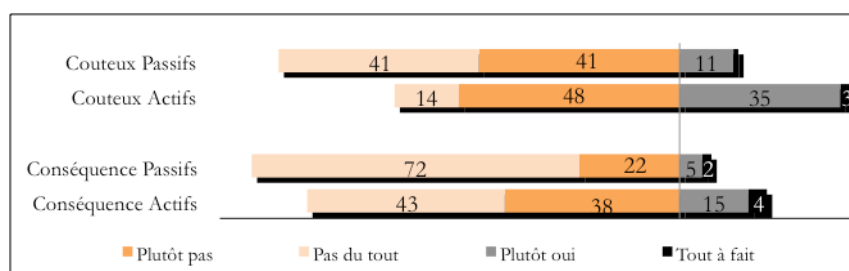
les a non seulement guidé dans leur action mais a aussi rendu cette action comme évidente, allant de soi.

Qu'en est-il des personnes engagées pour la protection de l'environnement ? Qu'est-ce qui motive les militant-e-s de Greenpeace ? Est-ce des *incitations matérielles* ou des *représentations mentales spécifiques* qui motivent leur engagement pour l'écologie ?

Un engagement faiblement coûteux et peu d'incitations matérielles

Nous avons demandé aux militant-e-s quelle était la perception des coûts liés à leur engagement à Greenpeace (Figure 3.1). Une très large majorité des sympathisant-e-s estiment que leur engagement ne comporte aucun coût. En revanche, les activistes portent une autre évaluation sur cette question : 38% jugent que leur action est plutôt coûteuse en terme de temps et d'investissement personnel, et 19% d'entre eux estiment que leur engagement peut avoir des conséquences négatives sur leur vie privée ou sociale. Assez logiquement, les coûts de l'engagement ne sont pas les mêmes pour les personnes qui soutiennent financièrement Greenpeace et celles qui sont véritablement dans un processus d'engagement en participant aux campagnes de Greenpeace et au développement de l'organisation.

Figure 3.1: Les coûts de l'engagement



NOTE: Coût: S'engager dans une association/groupe représente souvent un investissement assez lourd en termes de temps et de disponibilité. Comment évaluez-vous votre investissement pour protéger l'environnement ? Passifs n=510, Actifs n=136, Gamma a/p=.34***. Conséquences négatives : S'engager pour une cause peut avoir des conséquences négatives sur un plan personnel et/ou pour sa vie sociale. Estimez-vous que votre engagement pour protéger l'environnement a (ou a eu) des conséquences négatives pour votre vie personnelle ou sociale ? Passifs n=538, Actifs n=135, Gamma a/p=.25***. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Les tenants de la théorie économiste ont partiellement raison en énonçant les coûts personnels qu'implique un engagement politique. Les sympathisant-e-s ne perçoivent pas leur action comme coûteuse. Et la majorité des activistes (62%), même en étant dans un processus d'engagement qui nécessite une mobilisation concrète et active, n'estiment pas que cette action engendre des coûts spécifiques. Nous sommes donc loin de l'idée véhiculée par la théorie économiste que toute personne engagée rencontre des coûts dus à sa mobilisation. L'engagement peut certainement engendrer des coûts mais ils ne sont *pas perçus comme tels par la majorité des militant-e-s*.

Mais alors, les militant-e-s sont-ils tout de même motivés à s'engager à cause d'incitations personnelles et matérielles ? Oui en partie, surtout pour les activistes (Tableau 3.1). Un tiers des activistes se sont engagés pour élargir des compétences qui leur sont utiles dans leur monde professionnel et pour renforcer leur estime personnelle. Ces incitations ont été nettement moins importantes pour les sympathisant-e-s. Les *incitations matérielles*

permettent donc de juguler les coûts de l'engagement pour ceux qui sont véritablement actifs pour la protection de l'environnement.

Tableau 3.1: Les incitations pour s'engager

	GP	GP	GP	
		Passifs	Actifs	
	%	%	%	r Pearson
Matérielles (seulement)	0	0	1	.07*
<i>Acquérir des compétences</i>	21	18	30	.12**
<i>Elargir son cercle amical</i>	16	10	38	.33***
<i>Renforcer son estime de soi</i>	7	6	10	
Non-matérielles (seulement)	68	74	46	-.24***
<i>Mettre ses idéaux en action</i>	98	98	98	.12**
<i>Vie meilleure pour les futures générations</i>	89	90	87	
<i>Appartenir à une communauté d'idéaux</i>	44	38	68	.33***
Matérielles et non-matérielles	28	22	51	.26***
<i>Autres</i>	4	4	3	
Total	100%	100%	100%	

NOTE: Avant de s'engager, différentes incitations sur le plan personnel peuvent nous pousser à nous engager. Dans quelle mesure, les incitations ci-dessous vous ont-elles incité à vous engager pour protéger l'environnement? Passifs n=564, Actifs n=146. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

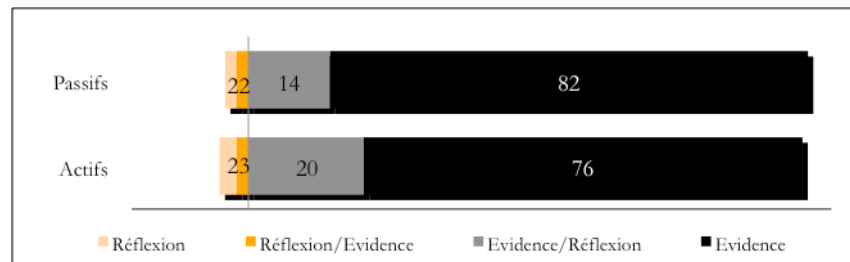
Toutefois, les incitations non-matérielles, comme mettre ses idéaux en action, améliorer le sort des générations futures ou encore évoluer dans une communauté de pensée, sont des incitations bien plus importantes pour les sympathisant-e-s mais aussi pour les activistes dont l'engagement est plus coûteux. De plus lorsque l'on analyse conjointement l'ensemble des incitations qui ont poussé les militant-e-s à s'engager, les incitations matérielles à elles seules n'expliquent pas l'engagement des militant-e-s. Aucun militant-e, qu'il soit sympathisant-e ou activiste, n'a rejoint l'action écologiste pour bénéficier de biens matériels. Ce sont des incitations non-matérielles, ou un mixte d'incitations matérielles et non-matérielles (en particulier pour les activistes dont l'engagement est coûteux), qui ont incité les militant-e-s à agir.

Les thèses de la théorie économiste ne tiennent donc pas l'épreuve des faits. L'ensemble des militant-e-s sont motivés à s'engager pour des raisons immatérielles qui relèvent davantage du monde des idées : de leur vision du monde qu'ils souhaitent mettre en acte. Cette première analyse tendrait à privilégier la thèse des cognitivistes qui mettent en avant que ce sont des représentations mentales qui permettent aux individus d'agir, et non un simple calcul utilitariste qui les amène à s'engager.

S'engager, une évidence pour les militant-e-s

En opposition aux thèses économistes, Monroe a montré qu'un certain type d'action est en résonance profonde avec les représentations mentales des personnes. De par cette résonance, l'action devient une évidence, elle est perçue comme allant de soi. Nous avons demandé aux militant-e-s de *Greenpeace* si leur engagement relevait d'un acte qui va de soi – comme étant à leurs yeux une évidence – ou au contraire d'un processus mûrement réfléchi. En combinant les réponses sur quatre motivations que les répondants à l'enquête pouvaient choisir comme motivation centrale pour expliquer leur engagement, nous voyons clairement que, autant pour les activistes que les sympathisant-e-s, leur acte est pour eux une évidence, un acte qui va de soi (Figure 3.2).

Figure 3.2: S'engager à Greenpeace : Une évidence



NOTES: Voici des motivations qui peuvent caractériser votre engagement pour protéger l'environnement. Là aussi, peut-être que l'ensemble des motivations ci-dessous caractérise votre engagement. Toutefois, pouvez-vous nous dire laquelle constitue la motivation centrale de votre engagement pour protéger l'environnement et quelle est la motivation qui viendrait en deuxième position ? Réponses recodées comme évidence : 1) Mon engagement va de soi, il est évident, 2) Mon engagement répond à mes convictions personnelles. Réponses recodées comme réflexion : 1) J'ai mûrement réfléchi avant de m'engager 2) Mes proches m'ont convaincu de m'engager. Passifs n=517, Actifs n=137, Gamma a/p=.16. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Ce résultat nous suggère que le monde mental des acteurs joue un rôle important. Cela se voit confirmé lorsque nous demandons aux militant-e-s de nous dire librement (par le biais d'une question ouverte) quelles sont les motivations les plus importantes qui ont présidé à leur engagement. La quasi totalité des militant-e-s mentionne des motivations liées à des représentations mentales, que ce soit leurs représentations liées à l'enjeu (« la nécessité de protéger l'environnement », « le respect de la vie et de sa diversité », etc.), à la politique (« la nécessité d'organiser un contre-pouvoir » ou « le problème de la non-action des élites politiques », etc.) ou encore à la société (« le respect de ce qui nous entoure » ou « laisser la planète aussi propre et saine que je l'ai trouvée », etc.) (Tableau 3.2). Autrement dit, ce sont essentiellement leur monde mental, leurs représentations qu'ils se font du monde qui les entoure et dans lequel ils vivent, qui leur permet de s'engager. Pour certains militant-e-s ces représentations mentales ne sont même pas mentionnées concrètement mais énoncées par : « mon engagement va de soi », « aujourd'hui, il est évident de s'engager pour l'environnement ». Leur acte constitue une simple évidence.

En revanche, les incitations d'ordre personnel et matériel ne sont quasiment jamais énoncées comme étant une motivation menant à l'engagement. Les représentations mentales jouent donc bien un rôle essentiel dans le fait d'être engagé dans l'action protestataire. Mais quelles sont concrètement ces représentations mentales ?

Tableau 3.2: Les motivations de leur engagement (question ouverte)

	GP	GP	GP
		<i>Passifs</i>	<i>Actifs</i>
	%	%	%
Carte cognitive	97	97	95
<i>Rapport à l'enjeu</i>	30	32	23
<i>Rapport à la politique</i>	9	9	11
<i>Rapport à la société</i>			
<i>Rapport à l'autre</i>	31	31	30
<i>Rapport aux biens communs</i>	15	14	16
<i>Evidence</i>	12	11	15
Autre	4	4	5
<i>Vie de la personne</i>	4	4	5
<i>Incitations matérielles</i>	0	0	0
Total	100	100	100

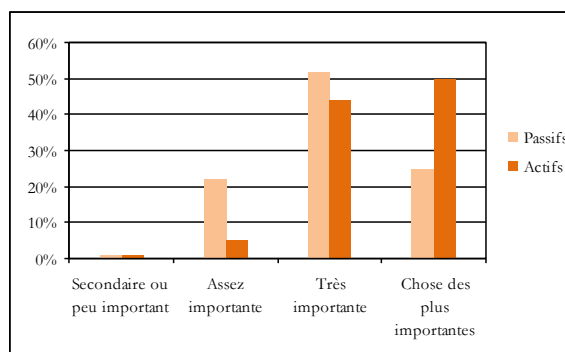
NOTE: Question ouverte : Pouvez-vous nous donner maintenant vos motivations qui pour vous sont les plus importantes ? Passifs: 828, Actifs: 293.

L'environnement, un enjeu problématisé et central

La littérature sur la protestation politique a mis en évidence la nécessité de construire un *cadre d'injustice* pour s'engager, autrement dit de problématiser un enjeu social comme étant inacceptable ou injuste (Gamson 1992). Sans la construction d'un cadre d'injustice, les individus n'ont aucune raison de s'investir politiquement. Plus exactement, ils n'ont aucune ressource cognitive sur laquelle bâtir leur action. Sans la représentation d'une situation injuste ou problématique il n'est guère envisageable de lutter individuellement ou collectivement pour améliorer cette situation. Les personnes discriminées ne sont pas toutes conscientes des pratiques d'exclusion dont elles sont victimes. Elles ne construisent pas toutes un cadre d'injustice qui leur permet d'identifier les auteurs de ces discriminations et d'estimer ces situations comme inacceptables. Par exemple dans les années 60, les églises baptistes et le mouvement des droits civiques aux Etats-Unis ont fortement contribué à l'élaboration d'un cadre d'injustice chez une partie de la population afro-américaine. Cette construction mentale leur a permis de venir grossir les rangs des contestataires. Des auteurs ont qualifié ce processus de libération cognitive, qui a permis aux Noirs-américains de s'engager politiquement contre les discriminations raciales dont ils étaient victimes (McAdam 1982).

Pour les militant-e-s de Greenpeace, la question de l'environnement a été problématisée et constitue même *un enjeu central dans leur vie* (Figure 3.3). Aucun-e militant-e, qu'il soit sympathisant-e ou activiste, ne dit que cet enjeu de société est de nature secondaire dans sa vie ou très peu important. La quasi totalité des activistes et les trois-quarts des sympathisant-e-s placent la question de la protection de l'environnement comme un enjeu central dans leur vie ou estiment qu'il tient une place très importante.

Figure 3.3: La centralité de l'environnement dans la vie des militant-e-s



NOTE: Quelle place a dans votre vie la protection de l'environnement ? Passifs n=544, Actifs n= 141, Gamma a/p: .51***. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Les militant-e-s ont construit un cadre d'injustice relatif aux problèmes environnementaux, mais se distinguent-ils sur ce point du reste de la population ? Nous n'avons pas de mesure comparable avec la population suisse relative à la centralité de la protection de l'environnement dans la vie des citoyen-ne-s. En revanche, nous pouvons nous appuyer sur un indicateur qui mesure la préoccupation des militant-e-s et de la population suisse quant aux problèmes environnementaux (Figure 1.4, cf. supra). Si 60% des Suisse-sse-s disent qu'ils seraient favorables à une augmentation des impôts si l'argent était mobilisé pour la protection de l'environnement, ils sont la quasi majorité des militant-e-s à abonder pour une telle mesure. Le point certainement le plus frappant a trait à l'intensité du positionnement des militant-e-s et de la population suisse. 63% des activistes et 43% des sympathisant-e-s se disent entièrement favorables à une telle mesure, alors qu'ils ne sont que 11% dans la population suisse. *Les militant-e-s ont donc bien une représentation cognitive des préoccupations environnementales qui les distingue du reste de la population.* De plus, ils entretiennent un rapport spécifique à cet enjeu en le plaçant au sommet de leurs préoccupations.

Une faible légitimation des autorités politiques

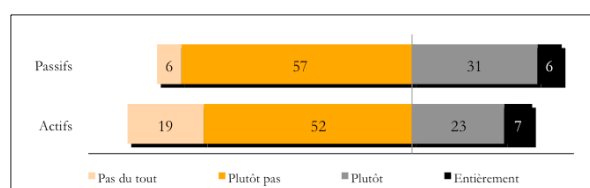
Agir de façon protestataire, c'est agir en dehors des canaux conventionnels de l'action politique. Les autorités politiques en place, qui devraient améliorer la situation que l'on juge inacceptable ou injuste, sont perçues comme étant peu à même de résoudre le problème, comme celui de la protection de l'environnement. Les personnes estiment que *les autorités* se préoccupent de ce problème de façon insuffisante, voire constituent un adversaire politique en s'opposant à résoudre le problème jugé comme injuste ou problématique. Plusieurs auteurs ont mis en exergue qu'un profond sentiment de délégitimation des autorités politiques constituait une caractéristique spécifique des militant-e-s (Piven et Cloward 1979). Percevoir les autorités comme inaptés ou insuffisamment actives pour résoudre une situation jugée injuste a été un des moteurs de l'action des mouvements des pauvres aux Etats-Unis (*Poor peoples' movements*), comme le mouvement ouvrier ou le mouvement des droits civiques (Piven et Cloward 1979, McAdam 1982). Les autorités sont délégitimées dans leur rôle politique car jugées incapables d'améliorer la situation ou, plus encore, sont évaluées comme un acteur qui péjore gravement la situation.

La délégitimation politique des autorités est un pas important pour l'entrée dans l'action protestataire, mais il ne suffit pas. Les personnes qui considèrent qu'un problème politique est important, qui ont donc construit un cadre d'injustice, doivent encore percevoir les organisations de citoyens – les *organisations protestataires* qui défient les autorités par leurs revendications politiques – comme étant des acteurs légitimes et aptes à porter cette contestation politique. Se représenter le monde politique avec des acteurs étatiques entièrement ou partiellement inaptes à améliorer la situation, et parallèlement percevoir des acteurs de la société civile comme des acteurs légitimes de l'action politique semble essentiel pour pouvoir rejoindre une action protestataire. De telles représentations mentales favoriseraient ainsi l'action contestataire.

Qu'en est-il des militant-e-s de Greenpeace ? Délégitiment-ils les autorités politiques comme l'ont fait les militant-e-s mobilisés dans le mouvement ouvrier ou celui des droits civiques ? Et, s'ils contrairement aux autorités, légitiment-ils les organisations de la société civile ou des mouvements sociaux en les considérant comme des acteurs aptes, voire essentiels, pour surmonter les problèmes environnementaux ?

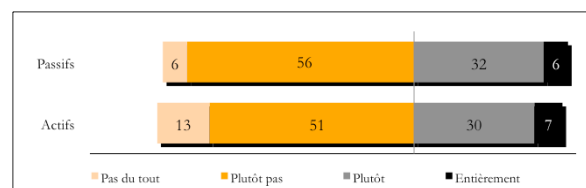
Figure 3.4: La perception des autorités politiques et des organisations de la société civile en matière de protection de l'environnement

Légitimation des autorités nationales³



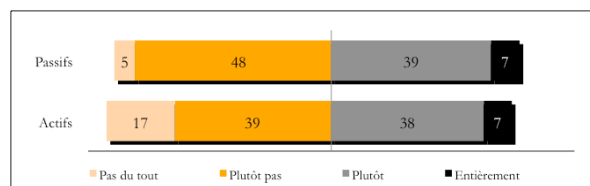
NOTE: Passifs, n=522, Actifs, n= 135. Gamma a/p: .24**.
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Légitimation des autorités cantonales



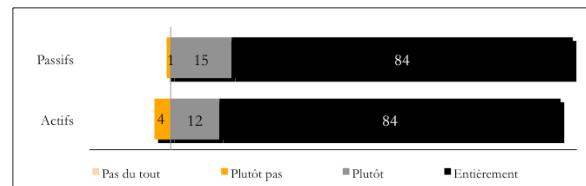
NOTE: Passifs, n=524 / Actifs, n=132. Gamma a/p: .09.
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Légitimation des autorités communales



NOTE: Passifs n= 519, Actifs n=133. Gamma a/p: .13.
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Légitimation des organisations de la société civile



NOTE: Passifs n=542, Actifs, n= 141. Gamma a/p: .09.
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

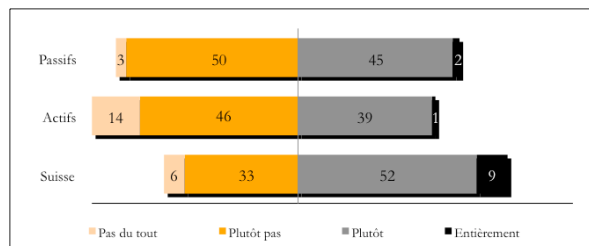
Sur les questions liées à la protection de l'environnement, les *militant-e-s délégitiment clairement les autorités politiques* (Figure 3.4). Elles sont, à leurs yeux, peu à même d'améliorer la situation environnementale, notamment les autorités fédérales et cantonales, qui détiennent le pouvoir le plus étendu en matière de politique environnementale, et dans une moindre mesure les autorités communales. En revanche, ils ont une tout autre perception des acteurs de la société civile, ou des mouvements sociaux. L'ensemble des

³ La question était la suivante : Voici une liste d'autorités politiques, d'associations et de groupes de citoyenNEs qui se préoccupent (ou devraient se préoccuper) de la protection de l'environnement. Pouvez-vous indiquer dans quelle mesure ces autorités, associations et groupes de citoyenNEs ont, selon vous, la volonté d'améliorer l'environnement ?

militant-e-s légitime l'action de ces groupes dans leur volonté d'agir et de promouvoir un changement en matière de politique environnementale. Ainsi, sur l'enjeu de leur mobilisation, et pour lequel ils ont construit un cadre d'injustice, nous sommes bien face à des personnes qui ont une représentation mentale spécifique. D'un côté, ils délégitiment l'action des autorités en place et, de l'autre, ils portent un crédit élevé à l'action des acteurs de la société civile.

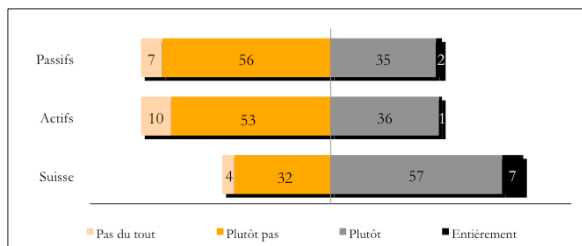
Figure 3.5: La perception des autorités et des organisations de la société civile en général

Légitimation du Conseil fédéral⁴



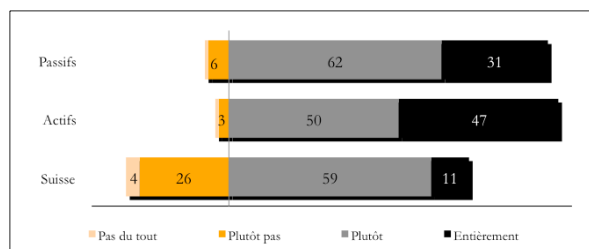
NOTE: Passifs n=499, Actifs n= 125, Suisse (EVS 2008) n=1264, Gamma a/p: .22*. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Légitimation du parlement



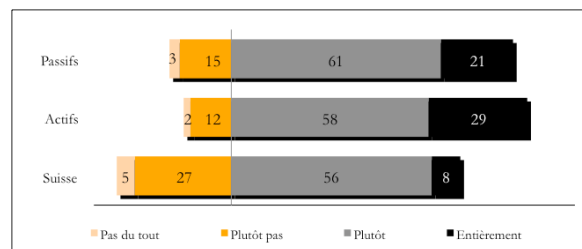
NOTE: Passifs n=493, Actifs n=123, Suisse (EVS 2008) n=1221, Gamma a/p: .05. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Légitimation des organisations écologistes



NOTE: Passifs n=504, Actifs n= 129, Suisse (EVS 2008) n= 1206, Gamma a/p: .30***. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Légitimation des organisations humanitaires



NOTE: Passifs n=524, Actifs n=132, Suisse (WVS 2007) n= 1241, Gamma a/p: .19*. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Cette représentation mentale se distingue-t-elle du reste de la population suisse? Les militant-e-s sont-ils des citoyen-ne-s qui ont des représentations du monde politique qui leur sont propres ou sont-ce des représentations partagées par l'ensemble des citoyen-ne-s? Pour comparer avec le reste de la population suisse, nous avons un indicateur de confiance à l'égard des autorités politiques et des organisations de la société civile pour tout enjeu politique confondu (Figure 3.5). Pour les militant-e-s, le même constat peut être fait que précédemment. Ils tendent à discréditer les autorités politiques et à légitimer les acteurs des mouvements sociaux⁵. Leur représentation particulière du politique est donc valable autant sur l'enjeu qui les mobilise que pour tout enjeu politique confondu. Et cette *représentation du monde politique leur est spécifique*. Les militant-e-s délégitiment plus fortement les autorités politiques que la population suisse. De même, et bien que les

⁴ La question était la suivante : Pouvez-vous nous dire quelle confiance vous accordez aux institutions et associations/groupes suivantes ?

⁵ Les indicateurs des figures 3.4 et 3.5 sont fortement corrélés (Gamma). Autorités nationales et Conseil fédéral : .47***, autorités nationales et parlement : .39***, organisations de la société civile et organisations écologistes : .67***, et organisations de la société civile et organisations humanitaires : .33***. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Suisse-sse-s portent un crédit favorable aux organisations de mouvements sociaux, celui-ci est nettement plus élevé pour les militant-e-s de Greenpeace.

Les militant-e-s sont donc bien munis de ressources cognitives particulières. Leur représentation du monde politique leur est spécifique en délégitimant les acteurs étatiques plus fortement que le reste de la population et en légitimant, là aussi plus fortement que le reste de la population, les acteurs protestataires qui entrent dans le champ politique pour défier les autorités en place. Cette représentation est partagée par l'ensemble des militant-e-s qu'ils soient activistes ou de simples sympathisant-e-s de Greenpeace. Toutefois, l'ampleur de la délégitimation des autorités et de la légitimation des acteurs des mouvements sociaux est *plus vive chez les activistes que chez les sympathisant-e-s*.⁶ Ces représentations du politique plus marquées chez les activistes que chez les sympathisant-e-s expliqueraient-elles leur niveau d'engagement plus élevé ? Ou est-ce leur socialisation politique au cours de leur engagement qui façonnerait ces représentations politiques de façon plus saillante que chez les sympathisant-e-s ? Il est difficile de répondre à cette question avec nos données. Toutefois, la littérature, mais aussi les premières analyses de notre matériau qualitatif, montrent que l'engagement concret, c'est-à-dire en interaction avec les autres activistes, renforce certaines représentations mentales. Cela pourrait être le cas ici.

Des militant-e-s concernés par le bien commun

S'engager pour l'environnement peut-être synonyme d'une mobilisation pour protéger, conserver ou élargir les biens communs, des biens partagés par tous. Manifester contre le nucléaire, la pollution de l'air, la destruction de nos sols ou encore pour sauvegarder la biodiversité peut être appréhendé comme la défense de ses propres intérêts (je m'engage pour un environnement qui me soit moins nocif). Au contraire, ces manifestations peuvent être motivées par la défense des biens communs dont tous les membres de la société sont bénéficiaires. La question sous-jacente que nous nous posons ici est de savoir si les personnes qui s'engagent dans l'action protestataire ont un *souci particulier à l'égard du bien commun*. Ont-elles des représentations mentales spécifiques à l'égard de la société et du vivre ensemble qui les motiveraient à prendre part à l'action collective ?

Les militant-e-s de Greenpeace estiment clairement que ce n'est pas la tâche unique de l'Etat de promouvoir le bien commun (Figure 3.6). Le citoyen-ne doit lui aussi se préoccuper des biens communs. C'est de sa responsabilité de s'investir pour défendre, promouvoir ou élargir les biens communs, ces biens dont tout individu bénéficie. Les militant-e-s, qu'ils soient activistes ou sympathisant-e-s, ont des positions très fermes à cet égard. Ils mettent clairement en avant la *responsabilité civique* des individus pour défendre les biens communs. Les citoyen-ne-s doivent également contribuer à maintenir et développer les biens communs.

De surcroît, les militant-e-s, autant les activistes que les sympathisant-e-s, ont une représentation mentale assez claire de ce que veut dire vivre en société. *Vivre en société nécessite de se préoccuper des biens communs* (Figure 3.6). L'individu ne peut pas uniquement se

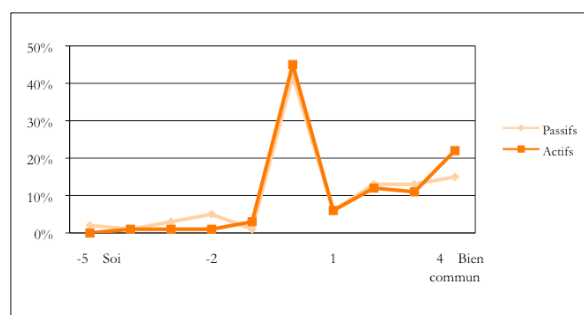
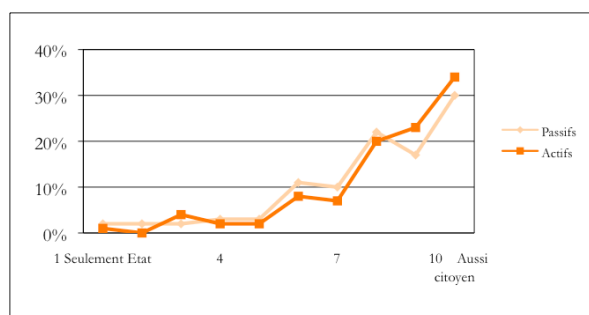
⁶ Cette interprétation s'applique pour les items suivants : les autorités nationales, le Conseil fédéral, les organisations écologistes et les organisations humanitaires.

préoccuper de lui et de ses propres intérêts. Vivre ensemble implique de se soucier des biens collectifs que partage l'ensemble des membres de la société plutôt que de se préoccuper de soi. Cependant, et comme l'indique le pic au milieu du graphe, ils n'ont pas une conception sacrificielle de la vie en société où seule la défense du bien commun compte. La très large majorité des militant-e-s n'oppose pas la défense de soi et de ses intérêts à la défense des biens communs. Les deux sont importants et ne peuvent s'opposer. Ce résultat met une fois encore en de mauvaises postures les thèses économistes de l'engagement, qui partent du présupposé ontologique que les individus sont uniquement motivés par la satisfaction de leurs intérêts personnels. Ici, nous voyons que les militant-e-s sont préoccupés par le bien commun et qu'ils n'opposent pas la défense de leurs intérêts et ceux de l'ensemble de la société. Dans leur représentation mentale, les deux sont essentiels pour vivre en société.

Figure 3.6: Des militant-e-s concernés par le bien commun

La responsabilité des citoyens de s'occuper du bien commun

L'importance de s'occuper du bien commun

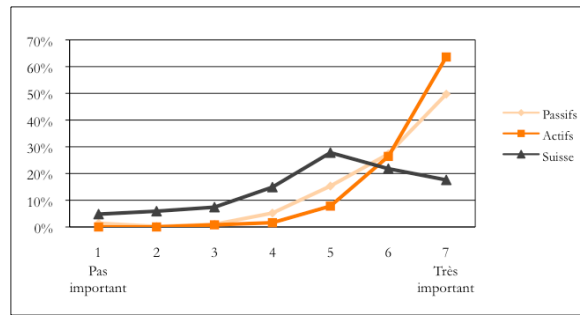


NOTE: Est-ce que c'est aussi la tâche du citoyen de se préoccuper des biens communs ou est-ce que ce n'est pas la tâche du citoyen? Passifs n= 505 (m=7.9, et=2.1), Actifs n=129 (m=8.3, et=1.9). Eta a/p: .07. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

NOTE: Est-ce qu'il faut se préoccuper des biens communs ou est-ce qu'il faut d'abord se préoccuper de soi? Passifs n= 414 (moyenne=1, écart type=2.0), Actifs n=121 (m=1.4, et=1.8). Eta a/p: .08. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Les militant-e-s ont une certaine représentation mentale de la société dans laquelle ils vivent. Mais leur est-elle spécifique ? Sont-ils plus soucieux de la protection des biens communs que le reste de la population ? Un indicateur comparatif avec l'ensemble de la population suisse montre que *les militant-e-s sont davantage préoccupés par le bien commun* et qu'ils le défendent même si cela implique des coûts au niveau individuel (Figure 3.7). En effet, et de façon plus importante que le reste de la population, les militant-e-s pensent que le citoyen-ne doit choisir des produits de consommation sur des critères éthiques, politiques ou environnementaux même si ces choix impliquent des coûts supplémentaires. Des choix de consommation qui ne nuisent pas aux biens communs sont davantage privilégiés par les militant-e-s que par la population suisse.

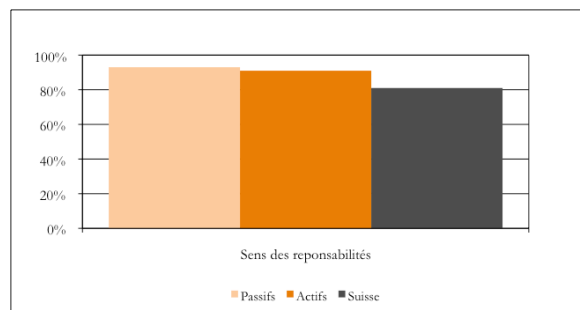
Figure 3.7 : L'importance d'acheter les produits d'une manière responsable



NOTE : Il y a différentes opinions sur ce qu'il faudrait faire pour être un bon citoyen-ne. En ce qui vous concerne, quelle est l'importance de choisir les produits que vous achetez pour des raisons politiques, éthiques, environnementales même s'ils coûtent un peu plus chers ? Suisse (ISSP 2004) n=1055, Passifs n=516 (moyenne=6.1, écart type=1.1), Actifs n=129 (m=6.5, et=0.8). Eta a/p : .14**. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Nous avons vu que les militant-e-s de *Greenpeace* pensent que ce n'est pas uniquement de la responsabilité de l'Etat de se préoccuper des biens communs mais celle aussi du citoyen. Ils semblent placer très haut la notion de responsabilité individuelle. C'est ce que tend à confirmer la réponse à une question relative aux qualités humaines (Tableau 3.3). La *responsabilité individuelle* tient la place d'honneur dans leur palmarès des qualités humaines. Si elle est également importante dans l'ensemble de la population suisse, elle l'est davantage chez les militant-e-s.

Tableau 3.3 : L'importance de transmettre le sens des responsabilités à ses enfants



NOTE : Pouvez-vous citer les qualités que les parents peuvent chercher à encourager chez leurs enfants que vous considérez comme particulièrement importantes ? V de Cramer a/p : -.03. * P<.05, ** P<.01, *** P<.001.

Enfin, les militant-e-s de *Greenpeace* se sentent *concernés par le destin des autres* (Tableau 3.4). S'ils sont tout autant concernés que les Suisse-se-s par les conditions de vie de leurs proches, ils le sont en revanche davantage pour les autres, et en particulier les personnes appartenant à des cercles sociaux plus distants (*autres distants*), que ne l'est l'ensemble de la population. Ils se sentent préoccupés par les conditions de vie des personnes qui vivent à la fois au sein de notre espace national mais aussi, ce qui est nettement moins le cas des Suisse-sse-s, des personnes vivant au-delà de nos frontières. Les militant-e-s ont donc un souci plus prononcé du bien commun que le reste de la population. De surcroît, ce souci ne se délimite pas aux seuls membres de leur communauté nationale mais va bien au-delà.

Tableau 3.4 : Des militant-e-s concernés par les groupes distants

	CH	GP	GP Passifs	GP Actifs	
	Concerné %	Concerné %	Concerné %	Concerné %	Gamma
Famille	96	95	97	90	-.53
Voisins	57	59	62	45	-.33**
Région	46	54	47	56	-.18
Compatriotes	53	53	56	42	-.28**
Europe	36	45	46	39	-.14
Autre région du monde	-	50	48	59	.21*
Humanité	55	69	67	74	.17

NOTE : Dans quelle mesure vous sentez-vous concerné par les conditions de vie des groupes suivants ? CH (EVS 2008) : n=1253-1262, GP : n=385-651 (passifs=285-519, actifs=100-132). *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Des militant-e-s reliés aux autres

Se préoccuper du bien commun implique de se sentir lié aux autres, aux personnes qui partagent le même espace social que soi. Autrement dit, cette préoccupation implique de se sentir en interconnexion avec les autres. Monroe, dans son étude sur les Justes, a montré que ces personnes avaient un rapport à l'autre extensif, c'est-à-dire une perception qui comprend le monde comme étant une humanité partagée par tous. Les Justes avaient non seulement une représentation mentale spécifique à l'égard d'autrui mais aussi un fort sentiment d'interconnexion avec les autres (Oliner & Oliner 1988). Nous pouvons nous demander si les militant-e-s de Greenpeace ont eux aussi un *rapport spécifique à autrui*. L'engagement pour la protection de l'environnement peut être entendu comme un engagement pour la protection de l'environnement proche dans lequel on vit ou pour une protection plus large qui touche l'ensemble de l'humanité. Qu'en est-il ?

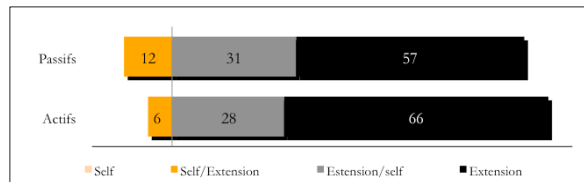
Lorsque nous avons demandé aux militant-e-s de nous donner librement les motivations pour lesquelles ils se sont engagés pour la protection de l'environnement, un tiers des militant-e-s, qu'ils soient activistes ou sympathisant-e-s, ont mentionné des préoccupations environnementales qui touchaient *l'ensemble de l'humanité* ou des personnes en plus grande précarité qu'eux-mêmes (Tableau 3.2, supra). Nombre de militant-e-s ont expliqué leur engagement par les motifs suivants : « *je me sens concerné par les populations très pauvres qui sont les premières victimes des dérèglements de notre planète* », « *il faut protéger ceux qui ne peuvent se protéger eux-mêmes* », etc. La préoccupation à l'égard des autres mobilise donc une partie des militant-e-s de Greenpeace.

Nous avons demandé aux militant-e-s de Greenpeace si leur engagement était motivé par des préoccupations liées aux autres. En combinant les réponses sur quatre motivations que les répondants à l'enquête pouvaient choisir comme motivation centrale pour expliquer leur engagement pour la défense de l'environnement, nous voyons clairement que leur action est avant tout dirigée sur les autres et non sur eux-mêmes (Figure 3.8). Pour la majorité des militant-e-s, et encore plus pour les activistes, leur acte d'engagement est perçu comme *une action pour les autres*. De même, qu'ils soient activistes ou sympathisant-e-s,

les militant-e-s perçoivent leur engagement comme un acte altruiste, tourné vers les autres et non vers eux-mêmes (Figure 3.8).

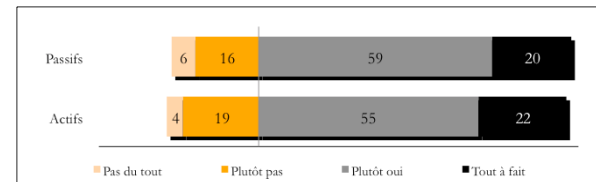
Figure 3.8: Un engagement tourné vers les autres

Les motivations des militant-e-s : pour les autres



NOTE: Pouvez-vous nous dire quelle est la motivation centrale de votre engagement pour protéger l'environnement et quelle est la motivation qui viendrait en deuxième position ? Passifs n= 497, Actifs n=128, Gamma a/p: .20*. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

La perception de l'engagement comme un acte, un engagement altruiste



NOTE: On pourrait qualifier votre engagement pour protéger l'environnement comme engagement altruiste ou pro-social. Êtes-vous d'accord avec cette opinion ? Passifs n= 460, Actifs n=131. Gamma a/p: .02. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

Les militant-e-s sont donc amplement motivés par une action protestataire qui est dévolue en premier lieu aux autres. Dans leurs représentations mentales, l'autre tient une place qui semble importante. Mais est-ce là une de leur particularité ? En d'autres termes, est-ce une représentation du monde qui leur est spécifique ou est-elle aussi partagée par l'ensemble de la population suisse ? Les militant-e-s et les Suisse-sse-s ont un niveau de confiance équivalent envers ceux qui leur sont proches, que ce soit les membres de leur famille, leurs voisins ou encore le cercle de leurs connaissances (Tableau 3.5). En revanche, les militant-e-s se distinguent du reste de la population concernant *l'autre distant*. Si la plupart des Suisse-sse-s semblent avoir confiance en des personnes qui ont une autre religion ou nationalité qu'eux-mêmes, ce niveau de confiance est plus élevé chez les militant-e-s, qu'ils soient des activistes ou des sympathisant-e-s.

Tableau 3.5: La confiance des militant-e-s dans l'autre distant

	CH	GP	GP	GP	
			Passifs	Actifs	
	Confiance %	Confiance %	Confiance %	Confiance %	CdV
L'autre proche de soi					
Famille	99	99	99	97	ns
Voisins	87	82	84	74	-.30*
Connaissances	97	98	99	97	ns
Rencontré la 1ère fois	52	58	57	61	ns
L'autre distant					
Autre religion	71	80	80	81	ns
Autre nationalité	74	82	81	86	ns

NOTE: Pouvez-vous nous dire dans quelle mesure faites-vous confiance aux groupes suivants? Suisse (WVS 2007): n=1164-1236, Passifs n=419-514, Actifs=97-129. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

La confiance dans l'autre distant se voit encore confirmée par un indicateur qui tente de comprendre si les personnes posent des *frontières entre eux et les autres*, et notamment les autres qui sont socialement, religieusement ou ethniquement différents d'eux-mêmes. Les militant-e-s se distinguent assez clairement de la population suisse (Tableau 3.6). Les militant-e-s, que ce soit les activistes ou les sympathisant-e-s, posent des frontières moins importantes entre eux et les autres venant d'autres univers sociaux, religieux ou encore ethniques que ceux auxquels ils appartiennent.

Les militant-e-s ont donc bien là *une représentation qui leur est spécifique*. Ils nouent, dans leurs représentations mentales, un rapport à l'autre, et principalement à l'autre distant, qui les distingue du reste de la population. Ils ne sont donc pas des citoyen-ne-s totalement comme les autres. Leur monde mental leur est spécifique.

Tableau 3.6: Des militant-e-s qui posent moins de frontières entre eux et l'autre distant

	CH	GP	GP	GP	
			Passifs	Actifs	
	%	%	%	%	CdV
L'autre distant	34	19	21	13	.09*
<i>Gitans</i>	22	13	16	9	.08*
<i>Musulmans</i>	11	7	8	5	ns
<i>Juifs</i>	5	5	7	1	.11**
<i>Homosexuels</i>	7	3	3	0	.08*
<i>Migrants</i>	4	2	2	1	ns
<i>Chrétiens</i>	1	1	1	2	ns

NOTE : Pouvez-vous indiquer les catégories de personnes que vous n'aimeriez pas avoir comme voisins? CH (EVS 2008) n= 1254, Passifs n=515, Actifs n=124. *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

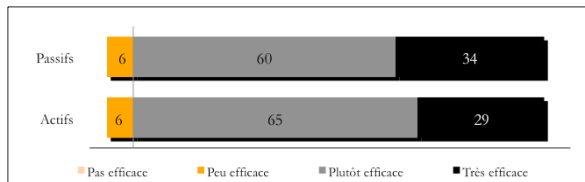
Des militant-e-s qui croient en l'efficacité de leur action

La recherche sur la participation protestataire a mis en évidence que le lien cognitif que l'acteur entretient avec *les possibilités de changer*, d'améliorer ou encore d'éviter une détérioration d'une situation sociale est essentiel pour s'engager et rester engagé (Gamson 1992). L'évaluation subjective de l'efficacité de l'organisation pour mener à bien la protestation politique dont elle est porteuse et la perception que le militant-e a de l'utilité de son engagement sont des éléments clés pour mieux comprendre l'engagement des militant-e-s.

L'ensemble des militant-e-s, activistes et sympathisant-e-s confondus, a une très haute considération de *l'efficacité de l'action conduite par l'organisation* pour apporter des changements en matière de protection de l'environnement (Figure 3.9). Ils estiment donc que leur effort de mobilisation auprès de Greenpeace n'est pas vain. Greenpeace est à leurs yeux une organisation qui est efficace pour contribuer aux changements sociaux et politiques en matière d'environnement. Il en va de même quant à *la perception qu'ils ont de leur propre engagement*. Plus des trois-quarts des activistes pensent que leur action contribue positivement à l'action de Greenpeace. Les sympathisant-e-s sont un peu moins nombreux à avoir une telle perception mais ils sont tout de même 67% à estimer que leur soutien apporté à Greenpeace est utile pour contribuer au changement. Ainsi, percevoir l'action dans laquelle on est engagé comme une action qui contribue au changement social, ou qui évite une détérioration de la situation sociale ou politique, est une représentation mentale essentielle pour s'engager ou rester mobilisé.

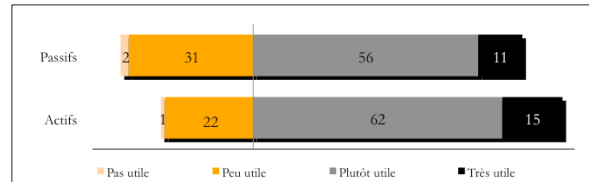
Figure 3.9: La perception des militant-e-s de l'utilité de l'engagement

L'utilité de l'action de Greenpeace



NOTE: Pensez-vous que l'action de Greenpeace est efficace pour renforcer la protection de l'environnement ? Passifs n=553, Actifs n= 144. Gamma: .08. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

L'utilité de son propre engagement



NOTE: Comment évaluez-vous l'apport de votre engagement au sein de GP? Passifs n=553, Actifs n=144. Gamma : .21**. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Synthèse et implications

Pour conclure cette discussion sur les motivations des militant-e-s, nous retiendrons trois points. Premièrement, les **biens personnels et incitations matérielles** ne constituent pas des motivations pour s'engager pour la protection de l'environnement. Tout d'abord, peu de militant-e-s perçoivent leur engagement comme coûteux. Les incitations de ce type jouent donc un rôle mineur pour contrecarrer les coûts engendrés par la mobilisation. Ensuite, les trois-quarts des militant-e-s sont motivés essentiellement par des incitations non-matérielles, c'est-à-dire de type idéal. Seuls les activistes, en tout cas la moitié d'entre eux, disent avoir été incités par des biens personnels parallèlement à des incitations non-matérielles. Pour Greenpeace, ces résultats ont une double implication. Premièrement, offrir aux militant-e-s une palette de biens personnels et matériels pour pouvoir rejoindre l'organisation n'a pas de sens puisque les militant-e-s sont avant tout motivés par des idées et des perceptions sur le monde, et non par la satisfaction de biens privés. En revanche, et bien que les incitations matérielles n'expliquent pas à elles seules les raisons de l'engagement des activistes, pour cette population de militant-e-s l'acquisition de compétence et l'élargissement de leur cercle d'amis constituent des motivations non négligeables. Greenpeace peut intervenir sur ces deux incitations, ou du moins les rendre visibles, pour élargir le cercle des activistes (et aussi les fidéliser à l'organisation).

Deuxièmement, les **représentations mentales constituent un facteur important pour s'engager pour la protection de l'environnement**. Notre analyse a mis en évidence que les militant-e-s ont une carte cognitive spécifique qui se distingue de celle de la population suisse. Elle se distingue sur quatre dimensions essentielles. Premièrement, les militant-e-s ont développé un cadre d'injustice relatif à la question de l'environnement et cet enjeu politique tient une place importante dans leur vie. Deuxièmement, ils entretiennent un rapport spécifique au monde politique en ayant tendance à délégitimer les autorités politiques et à légitimer les acteurs de la société civile, notamment les organisations des mouvements sociaux. Troisièmement, les militant-e-s ont une préoccupation importante à l'égard du bien commun. De surcroît, ils ont une conception du bien commun qui va au-delà du cercle des membres de leur société. Ils ont, comme les Justes étudiés par Monroe, la représentation que nous partageons la même humanité avec les membres de notre société mais surtout avec les autres vivant ailleurs dans le monde. Enfin, ils perçoivent l'action de Greenpeace comme étant efficace pour apporter un changement social et perçoivent leur propre action en tant que militant-e comme étant utile pour contribuer à ce changement. Ces quatre représentations mentales sont essentielles pour s'engager. Quelles sont les implications de ces résultats pour Greenpeace ? Il est certainement impossible pour Greenpeace de façonner de telles représentations mentales auprès d'une population. En revanche, elle peut s'appuyer sur ces représentations pour mobiliser des personnes détentrices de ces cadres cognitifs. En d'autres termes, Greenpeace peut faciliter la résonance cognitive entre ces personnes et l'action qu'elle conduit en mobilisant de telles représentations dans ses publications et campagnes.

Troisièmement, **activistes et sympathisant-e-s ne se distinguent guère quant à leur carte cognitive**. Seuls deux représentations mentales les distinguent clairement : la construction du cadre d'injustice et l'utilité qu'ils ont de leur engagement pour contribuer au changement social. Pour la première représentation, nous avons vu que pour s'engager il est essentiel de développer un cadre d'injustice. Toutefois, ce qui distingue les activistes

des sympathisant-e-s a trait à la place que tient ce cadre d'injustice dans leur vie. Pour les activistes, ce cadre d'injustice tient une place centrale. Pour la seconde représentation mentale, les activistes ont une plus forte perception de l'utilité de leur engagement pour Greenpeace et, que cet engagement est *in fine* utile pour contribuer au changement social. Pour Greenpeace, ces résultats ont une implication. Greenpeace joue sans conteste un rôle socialisateur important pour les activistes. Les interactions des activistes avec l'organisation, et entre eux, renforcent certaines représentations qui sont importantes pour s'engager activement, notamment le cadre d'injustice et la perception de l'utilité de son propre engagement. Greenpeace doit donc être attentif à favoriser la construction et le renforcement de ces deux perceptions parmi ses activistes. Renforcer le cadre d'injustice et informer ses activistes de l'utilité de leur engagement est certainement une clef importante pour le recrutement des activistes mais aussi pour qu'ils maintiennent leur haut niveau d'engagement.

Quelle évaluation portent les militant-e-s sur Greenpeace ?

Après avoir analysé les mondes sociaux, normatifs, relationnels, et cognitifs des militant-e-s, nous allons maintenant nous tourner vers l'évaluation que portent les militant-e-s sur leur organisation. Dans le cadre de cette enquête, Greenpeace avait posé un certain nombre de questions à ses membres. Ce sont ces questions qui sont examinées ici⁷.

L'écologie politique au centre des préoccupations des militant-e-s

De par son histoire Greenpeace est davantage portée sur l'écologie politique que sur la conservation de la nature (Diani 1995). En examinant, l'activité de Greenpeace Suisse cette préoccupation pour l'écologie politique ressort clairement. Cette préoccupation spécifique pour l'écologie politique est-elle également partagée par les militant-e-s de Greenpeace ? Nous avons demandé aux militant-e-s d'évaluer un certain nombre de *domaines politiques* où Greenpeace est engagé, ou souhaite le devenir. Parmi les enjeux politiques proposés, les militant-e-s devaient fixer trois enjeux qui leur semblent prioritaires pour les activités futures de Greenpeace.

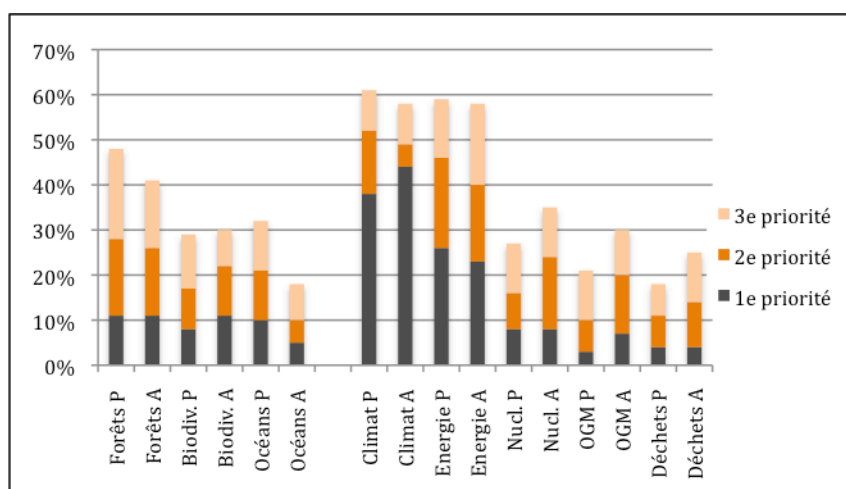
Très clairement, les militant-e-s de Greenpeace souhaitent que l'organisation se concentre sur *des enjeux d'écologie politique* (Figure 4.1, à gauche du graphe sont placés les enjeux liés à la conservation de la nature et à droite ceux de l'écologie politique). En particulier, les militant-e-s souhaitent voir la question du changement climatique et celle du développement des énergies renouvelables au cœur du travail politique de Greenpeace. Ces deux enjeux sont deux fois plus importants aux yeux des militant-e-s que les autres domaines politiques sur lesquels ils étaient amenés à se positionner. Il est fort à parier que ces deux enjeux, et plus globalement les domaines liés à l'écologie politique, sont devenus encore plus importants après la catastrophe nucléaire de Fukushima⁸. Il est intéressant de noter que la question des OGM et la gestion des déchets toxiques ne constituent pas des priorités très importantes pour les militant-e-s de Greenpeace.

Si les militant-e-s semblent davantage préoccupés par des questions d'écologie politique, ils ne négligent pas totalement les enjeux liés à la *conservation de la nature*. La protection des forêts, en particulier les questions liées à la surexploitation forestière, fait partie d'un enjeu politique qui préoccupe les militant-e-s. Sur l'ensemble des domaines, après le changement climatique et les énergies renouvelables, la protection des forêts arrive en troisième position en tant que domaine qu'ils souhaitent voir présent à Greenpeace. De même, les autres enjeux de conservation de la nature, comme la question de la biodiversité et la protection des océans ne sont pas minorés. A peu près un tiers de ces enjeux retient l'attention des militant-e-s et ils souhaiteraient qu'ils fassent partie des priorités de l'organisation.

⁷ Toutes les questions discutées dans cette section ont été formulées par Greenpeace. Nous avons simplement mis à disposition notre expertise liée aux enquêtes quantitatives pour aider à la conceptualisation et formulation de certaines de ces questions.

⁸ Les militant-e-s ont répondu à l'enquête avant la catastrophe nucléaire au Japon.

Figure 4.1: Les domaines politiques sur lesquels Greenpeace devrait se concentrer selon les militant-e-s



NOTE: Greenpeace se mobilise dans différents domaines politiques. Tous ces domaines sont importants. Toutefois, si Greenpeace devait se concentrer sur 3 domaines politiques, lesquels seraient les plus importants à vos yeux ? Pouvez-vous fixer les 3 domaines politiques prioritaires pour Greenpeace ? Les items à choisir étaient les suivantes: Surexploitation forestière, Biodiversité, Protection des océans, Changements climatiques, Développement des énergies renouvelables, Énergie nucléaire, Génie génétique / Manipulation génétique (OGM), Déchets toxiques et produits chimiques. Passifs n=519, Actifs n=119.

Activistes et sympathisant-e-s ne se distinguent pas véritablement en termes d'enjeux politiques. Les priorités politiques sont relativement homogènes entre ces deux sphères militantes. Toutefois, quelques différences sont à relever. Des domaines comme l'énergie nucléaire, les OGM ou les déchets toxiques attirent plus l'attention des activistes que celle des sympathisant-e-s. En revanche, les sympathisant-e-s sont plus sensibles à la protection des océans et à la surexploitation des forêts. Les activistes sont plus sensibles aux enjeux constitutifs de Greenpeace, à savoir ceux de l'écologie politique ; alors que les sympathisant-e-s, sans délaisser l'écologie politique, sont un peu plus sensibles aux domaines liés à la conservation de la nature.

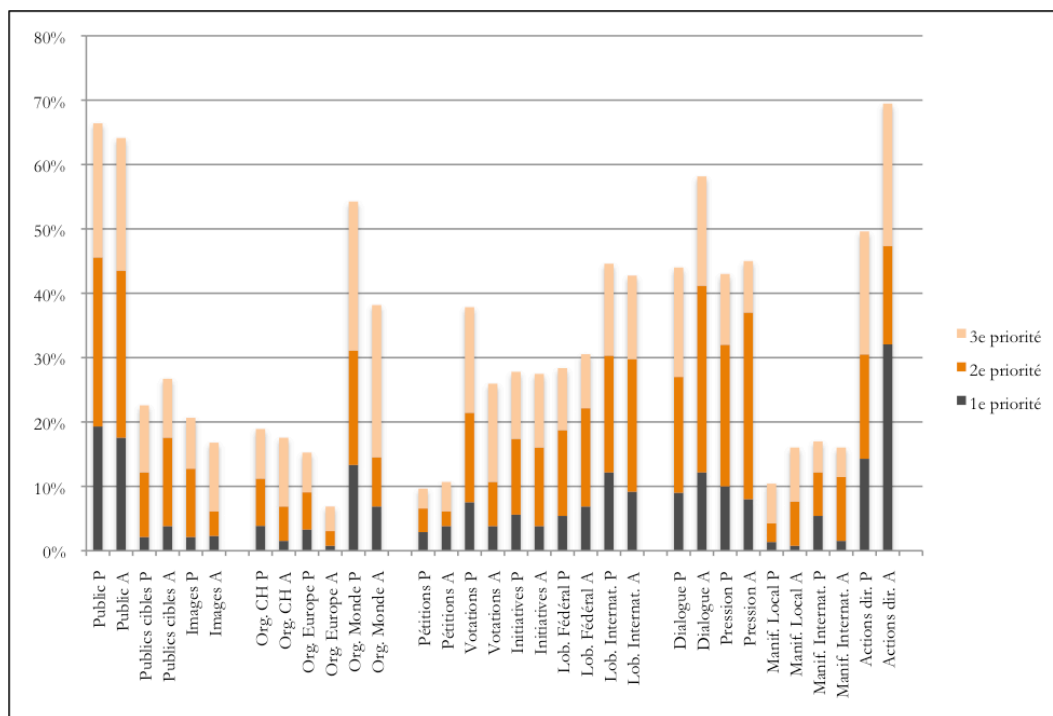
Agir politiquement et informer la population

Les organisations de mouvements sociaux ont différents *moyens d'action* pour agir sur le plan politique. Greenpeace a la spécificité d'utiliser à la fois un répertoire d'action proche des groupes d'intérêt, comme le lobbying politique par exemple, et des formes d'action plus radicales comme par exemple l'action directe (blocage de trains, de conférences internationales, etc.). Faire pression sur les autorités politiques est la spécificité même des acteurs protestataires mais cette activité se couple généralement d'une autre activité qui est celle de sensibiliser la population aux enjeux politiques portés par ces acteurs protestataires. Que pensent les militant-e-s de ces différents moyens d'action et lesquels privilégient-ils pour faire avancer la cause écologique ?

Nous avons présenté aux militant-e-s une liste avec tous les moyens d'action utilisés par Greenpeace, et dans cette liste ils ont dû choisir cinq moyens d'action qu'ils jugent prioritaires pour l'organisation. Nous avons regroupé ces moyens d'action en trois catégories (Figure 4.2). Premièrement, nous avons les formes d'action qui visent à informer et sensibiliser la population aux problèmes environnementaux. Deuxièmement, nous avons regroupé les actions qui visent à organiser un travail de réseaux et de

collaboration avec d'autres organisations politiques. Enfin, nous avons regroupé les formes d'action politique en distinguant d'un côté les formes qui visent à faire pression auprès des autorités politiques et qui se rapprochent du répertoire d'action des groupes d'intérêt et, de l'autre, les moyens d'action non-conventionnels qui sont propres aux acteurs protestataires (comme la manifestation et l'action directe).

Figure 4.2: Les moyens d'action sur lesquels Greenpeace devrait se concentrer selon les militant-e-s



NOTE: Greenpeace utilise différents moyens d'action. Tous ces moyens d'action sont importants. Toutefois, si Greenpeace devait se concentrer sur 5 moyens d'action lesquels seraient les plus importants à vos yeux? Pouvez-vous fixer les 5 moyens d'action prioritaires pour Greenpeace? Les items à choisir étaient les suivants: informer le public, informer des publics cibles, mener des campagnes d'images, collaborer avec d'autres organisations en Suisse, collaborer avec d'autres organisations en Europe, collaborer avec d'autres organisations dans le monde, lancer des pétitions, prendre position lors de campagnes de votations, lancer des initiatives / référendums, lobbying politique au niveau fédéral/ local, lobbying politique au niveau international, dialogue / négociation directe avec des adversaires, pression / information auprès des médias organiser des manifestations au niveau national/ local, organiser des manifestations au niveau international, mener des actions directes. Pour plus de lisibilité, nous avons recodé les priorités de la manière suivante : 1^e priorité=1^{re} priorité / 2^e et 3^e priorités = 2^e priorité / 4^e et 5^e priorités = 3^e priorité. Passifs n=518, Actifs n=131.

Les formes d'action politiques sont largement privilégiées par les militant-e-s de Greenpeace. On voit là très clairement que les militant-e-s adhèrent à une organisation dont le but est d'articuler des revendications politiques auprès des autorités et autres acteurs influents de l'espace public (les médias). Ils souscrivent donc très largement à ce but en évaluant les moyens d'action politique comme étant très importants. Dans le répertoire des formes d'action politique, nous retrouvons chez les militant-e-s de Greenpeace la même spécificité que celle de l'organisation elle-même, à savoir une prédilection à combiner des moyens d'action peu radicaux (et proches de ceux qu'utilisent les groupes d'intérêt) à des formes d'action propres aux mouvements sociaux et en particulier celles qui sont plus radicales. Parmi les formes propres aux acteurs des mouvements sociaux, les militant-e-s estiment que l'action directe est un moyen d'action qui doit être privilégié. C'est du reste la forme d'action la plus prisée par les militant-e-s de Greenpeace. En revanche, la manifestation sollicite peu leur intérêt. Quant aux formes politiques proches des groupes d'intérêt, le lobbying au niveau international, le dialogue avec les autorités et adversaires politiques ou encore la pression auprès des médias, ce sont des formes d'action privilégiées par les militant-e-s. Les autres formes d'action sont un peu moins prisées.

Si les formes d'action politique sont largement privilégiées par les militant-e-s de Greenpeace, ils ne négligent pas pour autant les deux autres moyens d'action que sont l'information du public et l'organisation de réseaux politiques. *L'information du public*, c'est à dire la sensibilisation de la population aux problèmes environnementaux, est un moyen d'action que doit absolument privilégier Greenpeace. Cette information doit se faire sur l'ensemble de la population et non sur des groupes cibles. Il est intéressant de relever que les campagnes d'images, qui semblent importantes pour Greenpeace, trouvent peu la faveur de ses militant-e-s. Bien que moins importante que l'information de la population, *l'organisation de réseaux politiques* suscite de l'intérêt auprès des militant-e-s. Toutefois, ce travail de réseau et de collaboration politique doit se faire essentiellement au niveau international.

Agir politiquement, en combinant les formes protestataires (en particulier l'action directe) à des formes propres au lobbying politique, et informer la population sur les questions environnementales constituent les formes d'action que devraient privilégier Greenpeace. Par ailleurs, les militant-e-s de Greenpeace tendent à privilégier les formes d'action qui se situent au *niveau international*, comme le lobbying ou l'organisation de réseaux politiques. Le niveau national, ou européen, ne semble pas être la cible privilégiée de ces militant-e-s. Sans totalement délaisser le niveau national, en sachant probablement que le pouvoir décisionnel restent encore très important au niveau des Etats-nations, ils tendraient à pousser Greenpeace vers les instances internationales pour articuler leurs revendications politiques.

Là encore *sympathisant-e-s et activistes divergent peu* quant aux modes d'action que devraient privilégier Greenpeace. Activistes et sympathisant-e-s privilégient les formes d'action politiques et estiment que l'information du public est très importante. Toutefois, ils se distinguent sur quatre points. Les activistes privilégient fortement l'action directe mais aussi le dialogue avec les adversaires politiques. On voit bien là que les activistes sont très proches de l'organisation dans cette velléité de mettre sous pression les acteurs politiques par le biais d'action directe puis de négocier avec ces interlocuteurs. Les sympathisant-e-s, souhaiteraient quant à eux un peu plus que Greenpeace prennent des positions politiques lors des votations en Suisse, et peut-être qu'elle en informe ses membres. De même, ils

privilégient plus que les activistes la nécessité de tisser des réseaux de collaboration politiques au niveau international.

Des canaux d'interaction spécifiques pour les activistes et les sympathisant-e-s

Après avoir discuté des domaines politiques et des moyens d'action qui sont privilégiés par les militant-e-s, nous passons maintenant aux canaux d'interaction entre Greenpeace et ses membres. Savoir qui utilise quels canaux a évidemment l'avantage de pouvoir distinguer quel moyen d'information est le plus adapté pour interagir avec les militant-e-s.

Premièrement, nous voulions savoir si les militant-e-s s'informent sur les questions d'environnement principalement par les *moyens d'information mis à disposition par Greenpeace* (publications, site Web, mailing). Les résultats de l'enquête montrent clairement que ce n'est pas le cas. Près de 80% des activistes et sympathisant-e-s s'informent essentiellement par le biais d'autres canaux. L'information mise à disposition par Greenpeace ne constitue donc pas une source d'information essentielle pour les militant-e-s.

Si l'information mise à disposition par Greenpeace ne constitue qu'une petite partie de l'information glanée par les militant-e-s, ils sont néanmoins *de fidèles lecteurs du Magazine Greenpeace*. Parmi les différents moyens d'information offerts par Greenpeace, plus des trois-quarts des activistes et sympathisant-e-s lisent le Magazine (Tableau 4.1). Nous pouvons retenir deux informations importantes de ces résultats. D'une part, les militant-e-s de Greenpeace semblent être *des personnes qui s'informent beaucoup sur les questions environnementales*. Non seulement la plupart des militant-e-s lisent le journal de Greenpeace, mais de surcroît ils s'informent sur les problèmes environnementaux par le biais d'autres canaux. Sans conteste, nous avons affaire à des personnes informées. D'autre part, pour Greenpeace ses efforts de publication sont récompensés étant donné la proportion très importante des militant-e-s qui lisent le Magazine.

Tableau 4.1: Les moyens d'information auprès de Greenpeace

	GP Passifs	GP Actifs
	%	%
Magazine	77	72
Site web	18	64
Newsletter / email	7	40
n	491	129

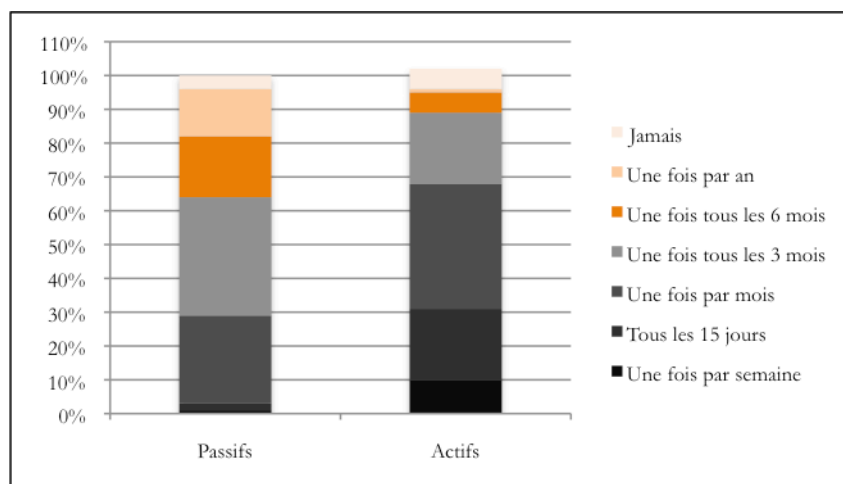
NOTE: Greenpeace utilise plusieurs moyens pour informer ses membres. Pour chaque moyen d'information veuillez nous dire si vous l'utilisez très régulièrement, plutôt régulièrement, rarement ou jamais. Les pourcentages représentent le nombre des personnes qui consultent le moyen d'information très ou plutôt régulièrement.

Pour les *sympathisant-e-s*, la lecture du journal constitue le principal moyen d'information mis à disposition par Greenpeace. Ils utilisent peu le site web de l'association et sa newsletter pour s'informer. En revanche, il en est *tout autrement pour les activistes* de Greenpeace. Ils lisent le Magazine mais aussi se tiennent informés par le biais du site web

et, dans une moindre mesure, de la newsletter que publie l'association. Seuls donc les activistes utilisent l'ensemble des moyens d'information de Greenpeace ; les sympathisant-e-s, quant à eux, se contentent principalement de la lecture du Magazine.

Enfin, nous avons demandé à quelle *fréquence les militant-e-s souhaitent être contactés* par Greenpeace pour les informer sur des questions environnementales et sur ses actions (Tableau 4.2). Tout d'abord, il est important de constater que les militant-e-s veulent avoir des contacts avec l'organisation. Seuls 5% des membres de Greenpeace indiquent qu'ils ne souhaitent jamais être contactés. Ensuite, nous pouvons relever une très *forte variance entre les sphères militantes*. Sans surprise, les activistes souhaitent être en contact avec Greenpeace de manière régulière. Plus des deux tiers des activistes aimeraient être contactés au moins une fois par mois et un tiers d'entre eux au moins tous les 15 jours. Il en va autrement pour les sympathisant-e-s : peu souhaitent être contactés de manière régulière. La majorité souhaite avoir des contacts tous les trois ou six mois. En revanche, ils sont peu à envisager un contact uniquement sur une base annuelle.

Tableau 4.2: Fréquence à laquelle les militant-e-s souhaitent être contactés par l'organisation pour être informés



NOTE: Greenpeace contacte régulièrement ses membres pour les informer. Vous, personnellement, à quelle fréquence souhaiteriez-vous être contacté par l'organisation pour être informé ? Passifs n=490, Actifs n=126.

Un potentiel de mobilisation distinct pour les activistes et les sympathisant-e-s

Les militant-e-s souhaitent-ils *s'engager davantage auprès de Greenpeace* qu'ils ne le font actuellement ? A cette question, activistes et sympathisant-e-s répondent de façon distincte. Étonnement, les personnes déjà actives chez Greenpeace souhaiterait pour 41% d'entre-elles l'être davantage. Autrement dit, Greenpeace pourrait intensifier la mobilisation d'une proportion non-négligeable d'activistes et les mettre davantage à contribution. En revanche, le potentiel de mobilisation des sympathisant-e-s semble nettement plus restreint. Seul un cinquième de cette population militante est prête à s'investir davantage qu'elle ne le fait actuellement. Une très forte majorité des sympathisant-e-s ne souhaitent donc pas contribuer davantage à Greenpeace.

Tableau 4.3: Manière de s'engager d'avantage à Greenpeace

	GP Passifs	GP Actifs
	%	%
S'engager davantage ?		
<i>Oui</i>	20	41
De quelle manière ?		
<i>Donner plus d'argent</i>	78	44
<i>Participer aux campagnes et projets de GP</i>	66	92
<i>Participer au Projet Solaire Jeunesse</i>	48	50
<i>Devenir volontaire</i>	45	72
<i>Devenir responsable d'un groupe de volontaires</i>	23	42
<i>Devenir activiste</i>	36	82
n	103	53

NOTE: *De quelle manière souhaiteriez-vous vous engager à Greenpeace ?*

De quelle manière les personnes voulant s'engager plus souhaiteraient contribuer à l'organisation ? Là encore activistes et sympathisant-e-s se positionnent de façon distincte. Pour les *sympathisant-e-s*, l'élargissement de leur effort de mobilisation va vers une *augmentation de leurs contributions financières*. Néanmoins, presque 80% des sympathisant-e-s voulant s'engager davantage montrent également un intérêt pour donner de leur temps à Greenpeace. Parmi ceux-ci, deux tiers pourraient s'imaginer participer à des campagnes et projets organisés par Greenpeace. Près de la moitié pourrait participer au Projet Solaire Jeunesse ou devenir volontaire. En revanche, les sympathisant-e-s seraient moins mobilisables pour devenir des activistes (entendu ici selon la terminologie de Greenpeace : des personnes qui participent aux actions directes) ou devenir responsables d'un groupe de volontaires.

Les *activistes* sont nettement moins intéressés à donner plus d'argent à l'organisation. Par contre, ils veulent *s'investir davantage dans les campagnes et projets de Greenpeace, ou encore en devenant activistes* (des personnes qui conduisent des actions directes) *ou volontaires*. De manière générale, nous pouvons constater que les militant-e-s qui souhaitent s'engager davantage veulent le faire en renforçant les activités qu'ils ont déjà. Les sympathisant-e-s veulent donner plus d'argent, les activistes souhaitent devenir encore plus actifs dans les sphères où ils sont déjà actifs.

Quels sont les aspects importants pour devenir un volontaire ?

Greenpeace a posé un certain nombre de questions liées spécifiquement à l'activité des volontaires. Toutefois, tous les participant-e-s à l'enquête ont été invités à répondre à ces questions. Pour cette raison, nous continuons de présenter les résultats en séparant les activistes et sympathisant-e-s afin de pouvoir vérifier s'il existe des différences dans la structure des réponses entre ces deux groupes.

Premièrement, nous avons demandé quels sont les aspects les plus importants pour *s'engager dans un groupe de volontaire*. L'aspect de loin le plus important a trait aux *sujets abordés dans le groupe* (Tableau 4.4). Vient en seconde position, les méthodes de travail du groupe. Il semble donc impératif pour Greenpeace de miser sur les thématiques abordées afin de mobiliser de nouvelles personnes dans les groupes de volontaires ; c'est là un aspect clé pour élargir le cercle de volontaires. Ensuite, Greenpeace devra être attentif aux modes de travail des groupes pour pouvoir assurer leur élargissement.

Tableau 4.4: Les aspects les plus importants pour s'engager dans une groupe de volontaires selon les militant-e-s

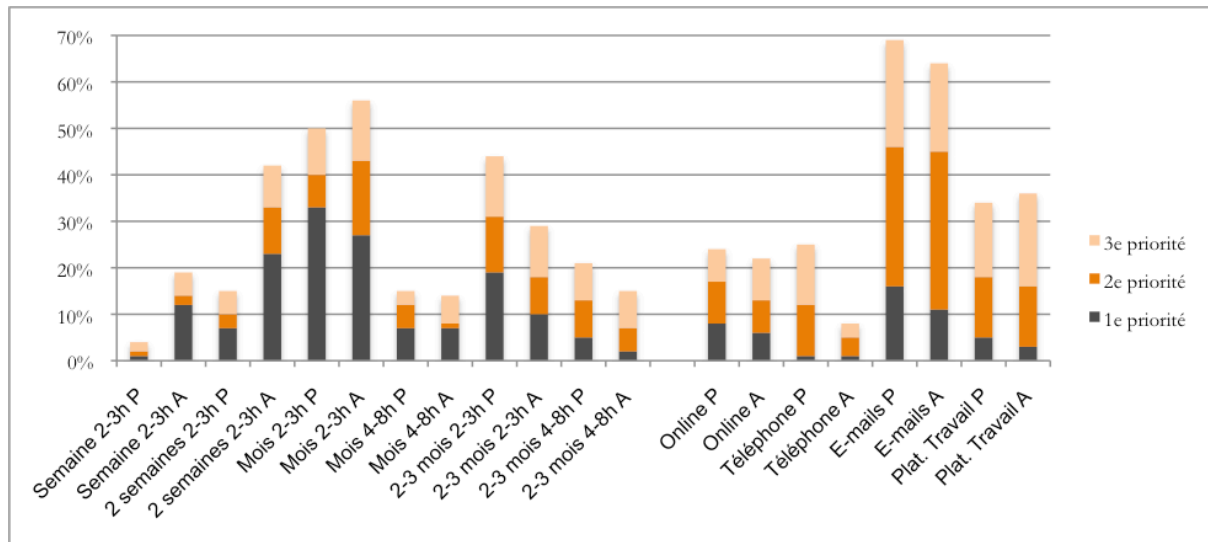
	GP Passifs %	GP Actifs %	GP Passifs %	GP Actifs %
	1 ^e choix		2 ^e choix	
<i>Les sujets abordés</i>	20	41	12	11
<i>La méthode de travail</i>	9	11	50	46
<i>Les personnes dans le groupe</i>	8	15	21	30
<i>La région dans laquelle le groupe est actif</i>	5	2	18	13
	100%	100%	100%	100%
n	445	123	436	122

NOTE: Différents aspects peuvent être importants pour s'engager dans un groupe de volontaires. Dans la liste suivante, Différents aspects sont énumérés. Pouvez-vous nous dire quel est l'aspect qui est le plus important ? Et lequel arrive en deuxième position ?

Deuxièmement, Greenpeace a posé un certain nombre de questions liées au *mode de rencontres* des volontaires. Très clairement, les militant-e-s souhaitent *des rencontres effectives où les personnes sont amenées à se voir* (Figure 4.3). Parmi cette modalité, autrement dit le mode classique de réunion, les militant-e-s estiment que la réunion la plus appropriée est une rencontre mensuelle de 2 à 3 heures. En revanche, peu de militant-e-s souhaitent faire des réunions qui durent une demi-journée ou une journée entière. Si les activistes peuvent s'imaginer se réunir plus régulièrement en se voyant tous les 15 jours, les sympathisant-e-s sont plus enclins à diminuer la fréquence des réunions.

Si la rencontre effective entre les membres du groupe est importante, les militant-e-s estiment que *les moyens virtuels peuvent être utiles*, principalement par le biais de la communication par *e-mail*. Rencontres effectives et communication virtuelle sont complémentaires aux yeux des militant-e-s. Ainsi, une combinaison efficace de ces deux modes d'organisation devrait être envisagée.

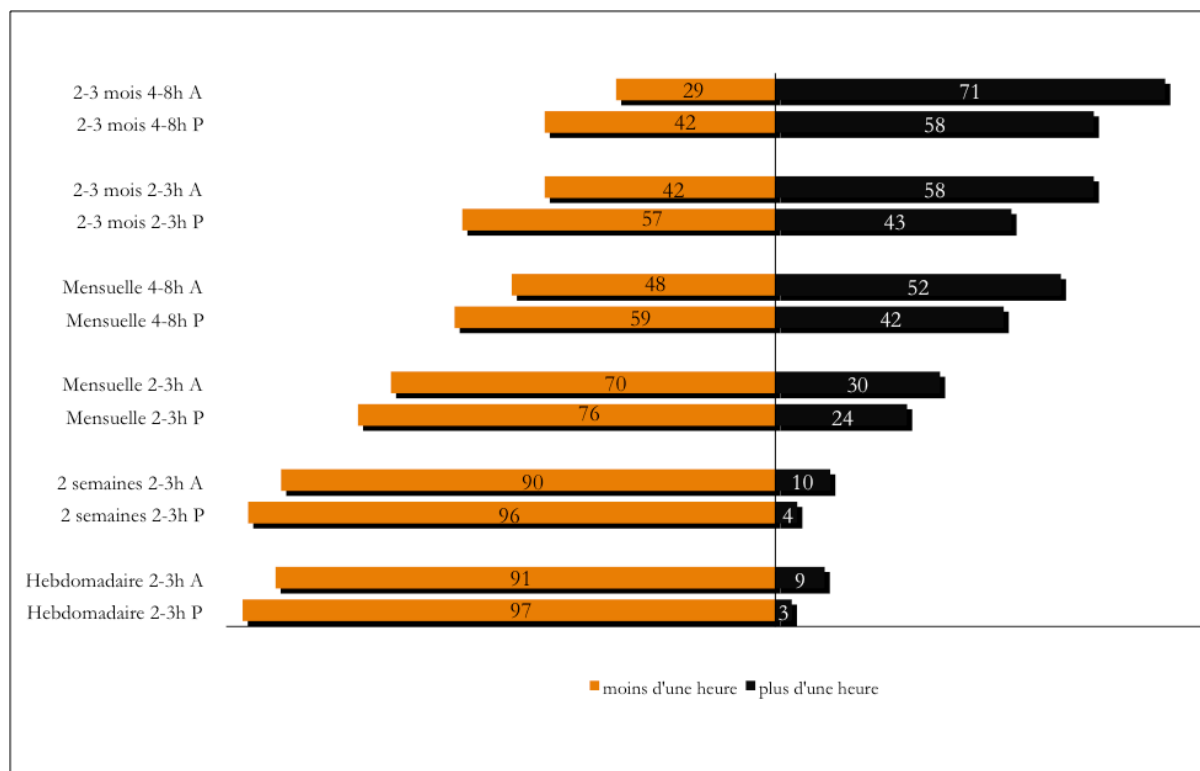
Figure 4.3: Les moyens d'action (par ordre de priorité) pour collaborer avec d'autres volontaires



NOTE: Il y a différents moyens de collaborer avec d'autres volontaires. Tous ces moyens peuvent être importants. Toutefois, si personnellement vous deviez choisir parmi les 3 moyens de collaboration lesquels seraient les plus importants à vos yeux? Passifs n=387, Actifs n=119.

Troisièmement, Greenpeace a souhaité connaître *l'effort en termes de déplacement* que sont prêts à faire les membres pour rejoindre une réunion. Cette question est éminemment importante puisqu'on a vu que les militant-e-s souhaitent avoir des rencontres réelles et non virtuelles. Deux constats peuvent être faits au vu des résultats (Figure 4.4). Tout d'abord, il ressort que *l'intervalle entre les réunions et la durée d'une réunion a un effet sur le temps qu'on est prêt à mettre pour se déplacer*. Plus cet intervalle est grand plus on est prêt à investir un temps plus long dans le déplacement. Il en va de même pour la durée d'une réunion : plus elle est longue, plus les gens sont prêts à passer du temps dans les transports. Nous venons de voir que les militant-e-s sont en faveur des réunions mensuelles durant 2 à 3 heures. Pour ce type de réunion, les trois-quarts des militant-e-s souhaiteraient avoir moins d'une heure de transport pour rejoindre le groupe. Enfin, on peut voir que les activistes, et ce quelque soit la formule de rencontres qui leur est proposée, sont disposés à voyager plus longtemps que les sympathisant-e-s.

Figure 4.4: Temps que les militant-e-s sont prêts à mettre dans leurs déplacements pour rejoindre une réunion



NOTE: Si vous étiez membre d'un groupe volontaire combien de temps seriez vous prêt à mettre dans vos déplacements pour rejoindre une réunion de GP ?
Passifs n=387, Actifs n=119.

Enfin, Greenpeace a souhaité connaître un aspect important de l'organisation des groupes de volontaires : à savoir leur *degré d'autonomie par rapport aux professionnels* de Greenpeace (Tableau 4.5). Là encore activistes et sympathisant-e-s se distinguent clairement. Une moitié des activistes souhaitent avoir de l'autonomie, en développant leurs propres projets, sans pour autant se désengager des projets mis sur pied par Greenpeace. Et une autre petite moitié (40%) des activistes préfèrent s'engager dans des projets élaborés par l'organisation. Ainsi, autonomie et suivi des projets de l'organisation semble être le dosage savant qu'il conviendrait d'adopter pour une bonne partie de cette population militante. En revanche, pour les sympathisant-e-s il est largement préférable de s'impliquer dans des projets mis sur pied par Greenpeace.

Tableau 4.5: L'autonomie dans le choix des projets au sein des groupes des volontaires

	GP Passifs %	GP Actifs %
Origine des projets		
Propres projets / campagnes / actions	12	14
Projets déjà organisé par Greenpeace	66	38
Les deux à la fois	22	48
n	336	118

NOTE: Certaines personnes préfèrent, préparer et exécuter leurs propres projets, campagnes et actions (ou ceux de mon groupe). D'autres, en revanche, préfèrent participer aux projets organisés par Greenpeace. Vous, personnellement, qu'est-ce que vous préférez ?

Synthèse et implications

Pour conclure cette discussion sur l'évaluation que les militant-e-s portent sur leur organisation nous retiendrons cinq points. Premièrement, les **militant-e-s de Greenpeace sont de fervents défenseurs de l'écologie politique**. Le réchauffement climatique et le développement des énergies renouvelables sont au cœur de leurs préoccupations. Les activistes sont encore plus sensibles à ces enjeux politiques que les sympathisant-e-s. Ces derniers, sans délaissier les enjeux liés à l'écologie politique, sont un peu plus en faveur à la conservation de la nature. Pour Greenpeace, ces résultats ont deux implications. Premièrement, son engagement pour l'écologie politique est en adéquation avec les attentes de ses militant-e-s. Deuxièmement, si elle souhaite élargir le cercle de ses sympathisant-e-s, elle devra davantage s'appuyer sur des enjeux de protection de la nature et, à l'inverse, privilégier les domaines de l'écologie politique pour renforcer le cercle des activistes. Ou alors, si elle souhaite amener ses sympathisant-e-s vers des enjeux d'écologie politique, Greenpeace devra mettre en place un dispositif communicationnel pour les amener vers ces thématiques.

Deuxièmement, les militant-e-s de Greenpeace estiment que **l'action politique et l'information de la population sont prioritaires**. Pour les formes d'action politiques, ils privilégient à la fois des formes radicales, notamment les actions directes, et des formes moins radicales comme la négociation et le lobbying. Pour l'information au public, ils privilégient une information auprès de l'ensemble de la population et non sur des publics cibles. Ces résultats montrent que les militant-e-s sont là encore en adéquation avec Greenpeace : action politique radicale, lobbying et négociation, ainsi que l'information auprès du public constituent des modalités d'action clefs de Greenpeace.

Troisièmement, les **canaux d'interaction entre Greenpeace et ses militant-e-s sont distincts pour les sympathisant-e-s et les activistes**. Si les trois-quarts des militant-e-s lisent régulièrement le Magazine de Greenpeace, les sympathisant-e-s n'utilisent essentiellement que ce canal d'information mis à disposition par l'organisation. En revanche, les activistes utilisent plus volontiers les autres moyens offerts par Greenpeace, notamment son site web et ses newsletters. Ensuite, activistes et sympathisant-e-s se distinguent quant à la fréquence des contacts qu'ils souhaitent avec l'organisation. Les activistes souhaitent des contacts réguliers, alors que les sympathisant-e-s préfèrent n'être contactés que tous les trois ou six mois. Greenpeace doit donc être sensible à ces différences entre les sphères militantes pour mettre en place ses stratégies de communication.

Quatrièmement, **Greenpeace repose sur un potentiel de mobilisation distinct parmi ses militant-e-s**. 40% des activistes de Greenpeace souhaitent s'engager plus intensément. En revanche, seul un cinquième de ses sympathisant-e-s souhaiteraient s'engager davantage. Ces informations sont intéressantes pour Greenpeace qui pourrait davantage solliciter les membres actifs. Ils sont prêts à s'engager plus et dans des formes actives (ses campagnes, groupes de volontaires, actions directes, etc.). Pour les sympathisant-e-s, le potentiel d'élargissement de leur activité est plus limité.

Le dernier thème abordé était le type de motivation qui pourrait potentiellement pousser les militant-e-s à rejoindre un **cercle de volontaires**. La motivation principale invoquée

par les militant-e-s est le thème abordé par le groupe. La thématique est un élément crucial de l'incitation. Quant aux modalités de rencontre des membres de ces groupes, les militant-e-s privilégient la forme réunion à des formes virtuelles de rencontres. Parmi les différentes modalités d'organisation de ces réunions, celles qui ont des fréquences mensuelles et durent 2 à 3 heures semblent rencontrer la faveur de la plupart des militant-e-s, réunions qu'ils souhaiteraient rejoindre en moins d'une heure. Voilà la piste principale qui se dégage de nos analyses.

Annexe méthodologique

Trois milles membres de Greenpeace ont été contactés pour cette enquête. En tout, 736 personnes ont répondu à notre sondage, soit *25% des personnes contactées* pour cette enquête. Le taux de réponse à l'enquête est donc assez faible. Il correspond toutefois plus ou moins aux autres enquêtes que nous avons conduites, et plus largement au taux de réponses que l'on arrive actuellement à avoir en conduisant des sondages. Les activistes ont été de meilleurs répondants (34%) que les sympathisant-e-s (21%).

Sommes-nous représentatifs de la population des militant-e-s de Greenpeace? Oui concernant les caractéristiques principales des militant-e-s, à savoir le sexe, l'âge et la région linguistique (Tableau A.1). Sur ces caractéristiques que nous avons à disposition pour comparer la population-mère à l'échantillon, nous pouvons dire que notre échantillon a une bonne représentativité. En revanche, comme nous avons sur-échantillonné les activistes pour pouvoir analyser les militant-e-s en fonction de leur degré d'implication dans l'organisation, les répondant-e-s ne sont pas représentatifs de l'ensemble des membres de Greenpeace. Par contre, ce choix nous permet d'être représentatif de deux populations militantes distinctes : les activistes d'un côté et les sympathisant-e-s de l'autre. C'est la raison pour laquelle nous présentons toutes nos analyses en séparant les activistes des sympathisant-e-s.

Un sondage est toujours assorti d'une marge d'erreur. L'ampleur de la marge d'erreur statistique dépend du nombre de répondant-e-s à l'enquête. Nous avons un échantillon de 736 militant-e-s de Greenpeace qui ont répondu à l'enquête. Cependant, ces militant-e-s n'ont pas toujours répondu à l'ensemble des questions de l'enquête, ce qui augmente le nombre de données manquantes et réduit l'échantillon sur lequel sont calculées les statistiques de certaines questions. Pour l'ensemble des questions, la moyenne des réponses est autour de 630 personnes. Pour un échantillon de 630 personnes, la marge d'erreur est d'environ 4%. Ainsi, tout pourcentage doit être compris avec sa marge d'erreur. Par exemple, si l'on considère que 34% des sympathisant-e-s estiment que les actions de Greenpeace sont très efficaces, ce pourcentage doit être lu comme suit : entre 30% (-4%) et 38% (+4%) des sympathisant-e-s estiment que les actions de Greenpeace sont très efficaces. Ainsi, les faibles différences ne peuvent pas être interprétées comme étant des différences significatives.

Tableau A.1: Représentativité de l'enquête

	Population mère	Diff.	Echantillon
	%		%
Degré d'engagement			
<i>Activistes</i>	0.3	20	21
<i>Sympathisant-e-s</i>	99.7	20	80
Sexe			
<i>Femmes</i>	46	5	41
<i>Hommes</i>	48	1	47
<i>Inconnu</i>	6	6	12
Age			
<i>Moins de 18 ans</i>	0.1	0.3	0.4
<i>18 – moins de 25 ans</i>	10	3	7
<i>25 – moins de 35 ans</i>	20	5	15
<i>35 – moins de 45 ans</i>	20	2	18
<i>45 – moins de 55 ans</i>	19	4	23
<i>55 – moins de 65 ans</i>	11	2	13
<i>65 et plus vieux</i>	11	0	11
<i>Inconnu</i>	10	2	12
Langue*			
<i>Allemand</i>	83	4	79
<i>Français</i>	15	5	20
<i>Italien</i>	2	2	0
<i>Inconnu</i>	0	1	1
Total	166'927		736

NOTE: Cette information sur la population mère date de l'année 2008.

* Pour toutes les analyses, nous avons pondéré les réponses des sympathisant-e-s avec un facteur de 1.96 pour les germanophones et un facteur de 0.27 pour les francophones.

Bibliographie

Bartolini, Stefano et Peter Mair 1990. *Identity, Competition, and Electoral Availability*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bütschi, Danielle 1997. *Information et opinions. Promesses et limites du questionnaire de choix*. Thèse de doctorat. Université de Genève.

Diani, Mario 1995. *Green Networks. A Structural Analysis of the Italian Environmental Movement*. Edinburgh : Edinburgh University Press.

Gamson, William A. 1992. *Talking Politics*. Cambridge : Cambridge University Press.

Jasper, James M. 1997. *The Art of Moral Protest : Culture, Biography, and Creativity in Social Movements*. Chicago: University of Chicago Press.

Kriesi, Hanspeter 1993. *Political Mobilization and Social Change*. Aldershot: Avebury.

McAdam, Doug 1982. *Political Process and the Development of Black Insurgency, 1930-1970*. Chicago : University of Chicago Press.

Monroe, Kristen R. 2006. *The Hand of Compassion*. Portraits of Moral Choice during the Holocaust. Princeton, NJ : Princeton University Press.

Oliner, Samuel P. and Pearl M. Oliner 1988. *The Altruistic Personality. Rescuers of Jews in Nazi Europe*. New York : Free Press.

Oliver, Pamela 1980. «Rewards and Punishments as Selective Incentives for Collective Action. Theoretical Investigation ». *American Journal of Sociology* 85: 1356-75.

Olson, Mancur 1965. *The Logic of Collective Action*. Cambridge, MA : Harvard University Press.

Passy, Florence 1998a. *L'action altruiste*. Genève : Droz.

Passy, Florence 1998b. *Les militants du WWF. Les chemins de leur engagement*. Rapport de recherche pour le WWF.

Piven, Frances F. and Richard A. Cloward 1979. *Poor People's Movements*. New York : Vintage Books.

Snow, David A. and Robert D. Benford 1992. «Master Frames and Cycles of Protest ». In : *Frontiers of Social Movement Theory* ed. by A.D. Morri and C. McClurg Mueller. New Haven : Yale University Press.