

Colloque international « Quelles forêts voulons-nous demain? Le forestier à la croisée des chemins »

De l'acceptabilité des coupes en forêt à l'heure des changements globaux

Lille, 21 mars 2019



Christine FARCY
Université de Louvain (UCLouvain)



Avec le soutien du Ministre wallon
ayant les forêts dans ses attributions

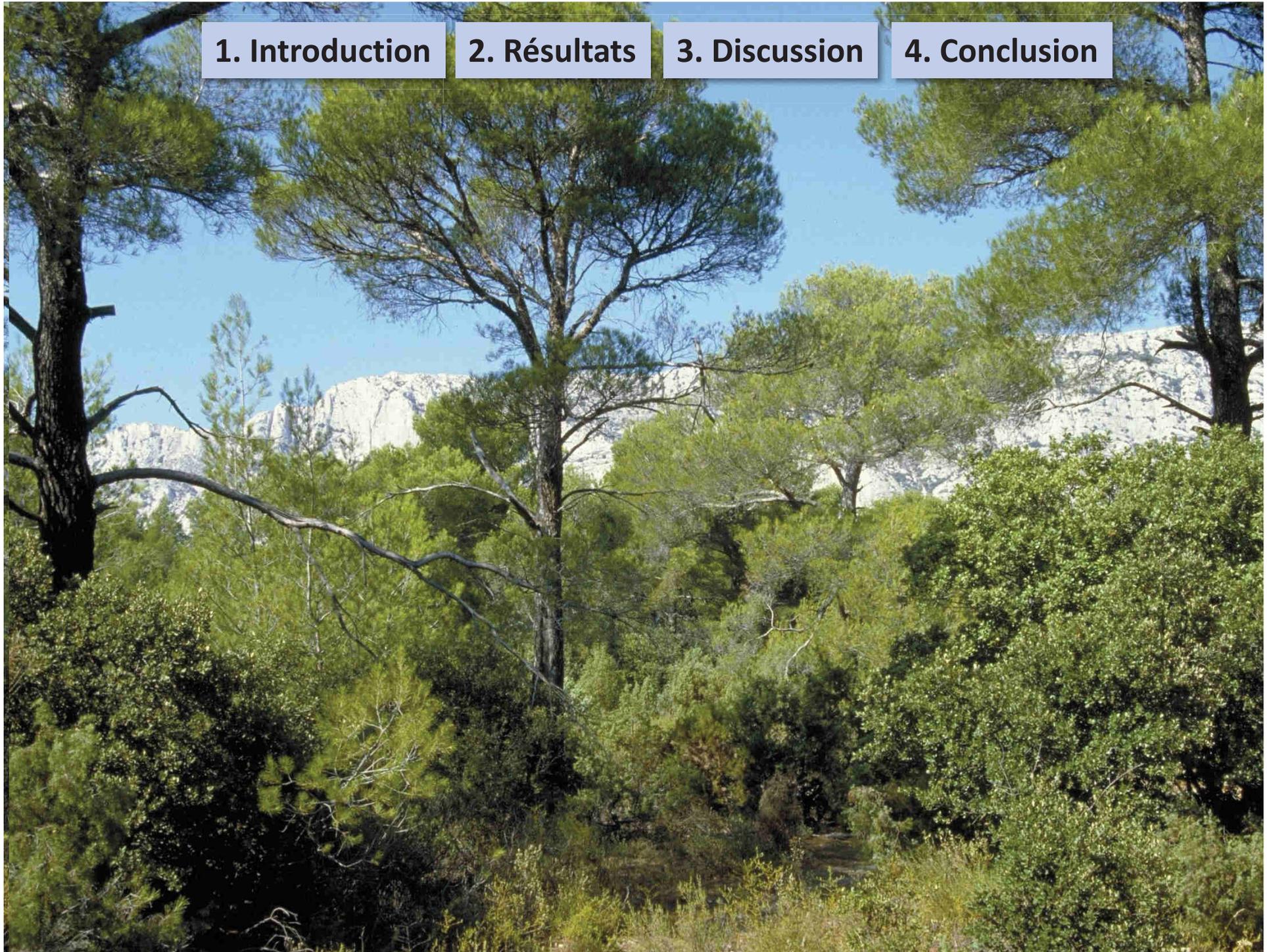


1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion





1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

Postulat

- Résistance / impopularité / opposition à la coupe des arbres de la part du grand public



C'est qui « NOUS »?

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



Acceptabilité sociale

- Concept issu des industries extractives et de leur impact sur les communautés locales
- Approbation qu'une communauté octroie à un projet spécifique
- Développement conceptuel autour de la question de la durabilité
- Reste controversé en sciences sociales
 - Unilatéral : chausse-pied
 - Binaire : à prendre ou à laisser
 - Flou: instrumentalisation
 - Réducteur: Ponctuel <-> vision du monde





Représentation sociale

- Besoin
 - D'invoquer les visions du monde
 - Sortir du cadre
- Représentation sociale **dominante**
 - De la forêt et pas de sa gestion
 - Du grand public et pas des gestionnaires ou groupes de pouvoir



Sempé

Farcy, C., Nail, S., Baudry, O., Granet, A.-M., Matagne, J., Rametsteiner, E., 2018. Toward social representation of forest in urbanized societies. In: Farcy, C., et al., (Eds.), Forestry in the Midst of Global Change. Taylor and Francis Group / CRC Press.

Perception ?

ou

Représentation (sociale) ?

- Langage courant sans définition précise
- (Neuro-)psychologie et sciences cognitives : **processus perceptuels** liés à notre physiologie (ce que les sens sont capables de percevoir)
- Propre à l'individu

Définition propre dans le champ des sciences sociales:

- « Ensemble organisé d'informations, d'opinions, d'attitudes et de croyances à propos d'un objet donné » (Abric 2003)
- « Forme de connaissance, **socialement élaborée et partagée**, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social » (Jodelet 1989)



1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

Représentation sociale : concept

Source

Caractéristiques objectives de l'objet

Expériences et pratiques antérieures

Systèmes d'attitudes et de normes culturelles et sociales

Transmission



Finalités

Comprendre et d'expliquer la réalité

Guider les comportements et les pratiques

Définir l'identité et permettre la sauvegarde et de la spécificité des groupes

Justifier les prises de positions et les comportements

(Moscovici, 1961; Jodelet, 1984)

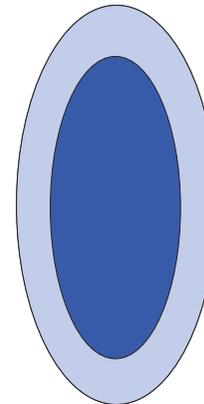
« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



Représentation sociale - concept

Noyau central

- Détermination sociale, historique et idéologique (mémoire et histoire du groupe)
- **Résiste le plus au changement**
- Constitué d'éléments non-négociables, stables et cohérents entre eux
- Ensemble: donnent sens et valeur à la représentation



Périphérie

- Détermination individualisée, contextualisée (expériences et histoires individuelles)
- Permet un décryptage de la réalité
- **Permet l'adaptation de la représentation à des contextes sociaux variés (pare-chocs)**
- Instables, négociables, incohérents

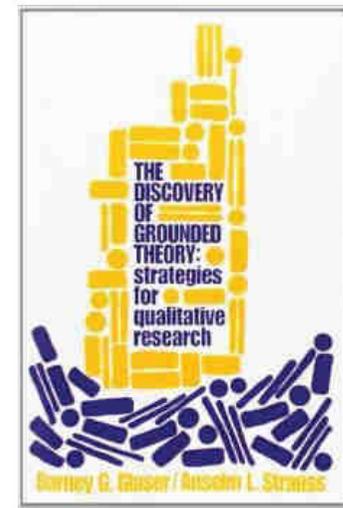


(Abric, 1993)



Représentation sociale - méthode

- Approches méthodologiques
 - Psychologie sociale, anthropologie, sociologie, ethnologie, sciences de la communication
 - Données :
 - Observation, conversation, entretien
 - Extraction corpus textuel/médiatique
 - Analyse (contenu, récit, discours, sémiologie, ...)
 - Souvent qualitatif
 - Triangulation
 - Saturation
 - Méthode de théorie ancrée



(Glaser et Strauss, 1967)



1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion



1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

2.1. Eurobaromètre PAC (2016)

2.2. « What is the forest for me ? » (2015)

2.3. L'arbre et la forêt. Politiques et
communication (2015)

2.4. Autonomie cognitive des jeunes (2018)

1. Introduction

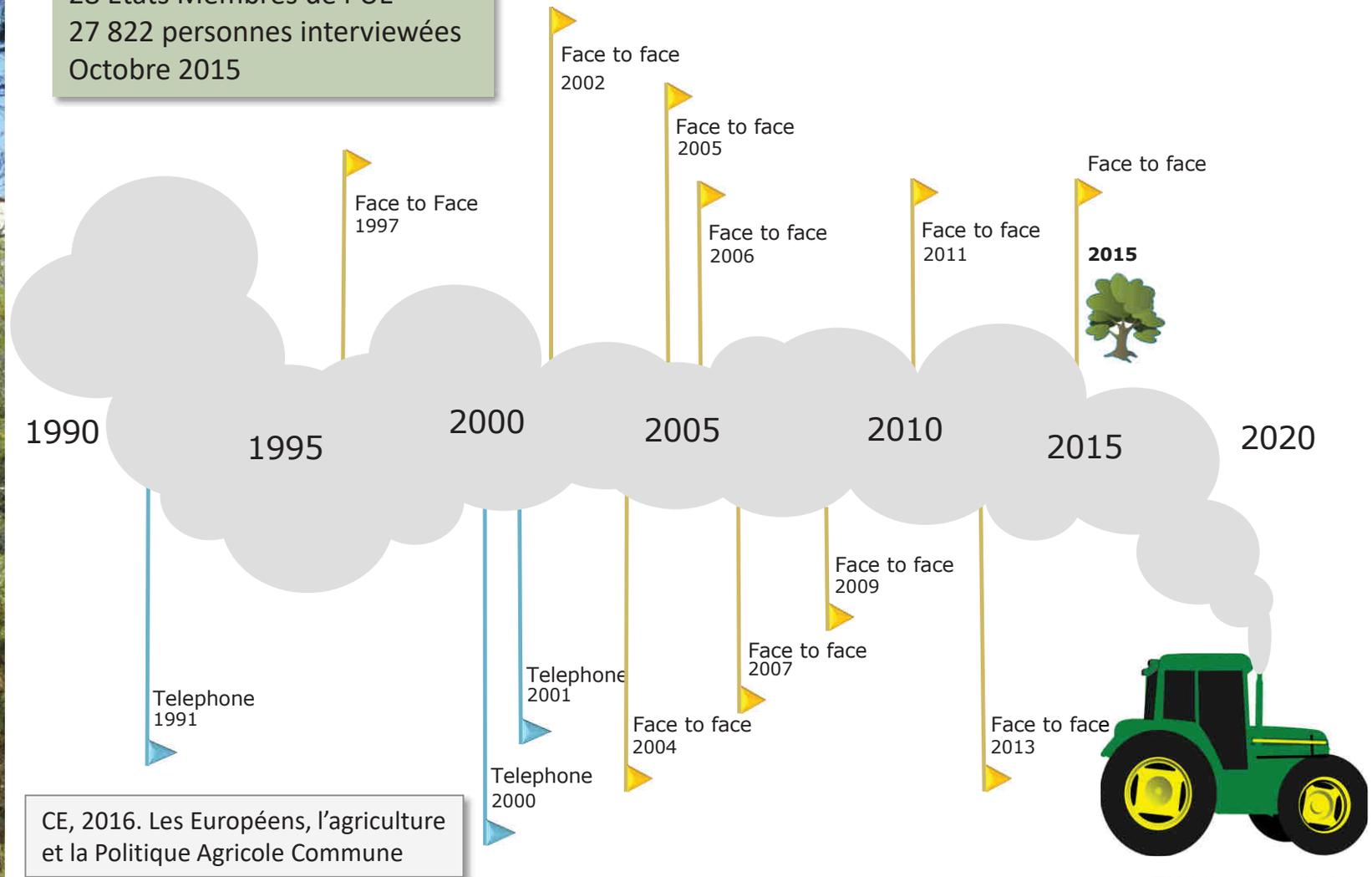
2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

2.1. Eurobaromètre PAC

28 États Membres de l'UE
27 822 personnes interviewées
Octobre 2015



TNS Opinion, 2016

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion



2.1. Eurobaromètre PAC

http://ec.europa.eu/agriculture/survey/index_en.htm

QC13 What do you think are the most important benefits provided by forests? (MAX. 3 ANSWERS)
(% - EU)



TNS Opinion, 2016

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019

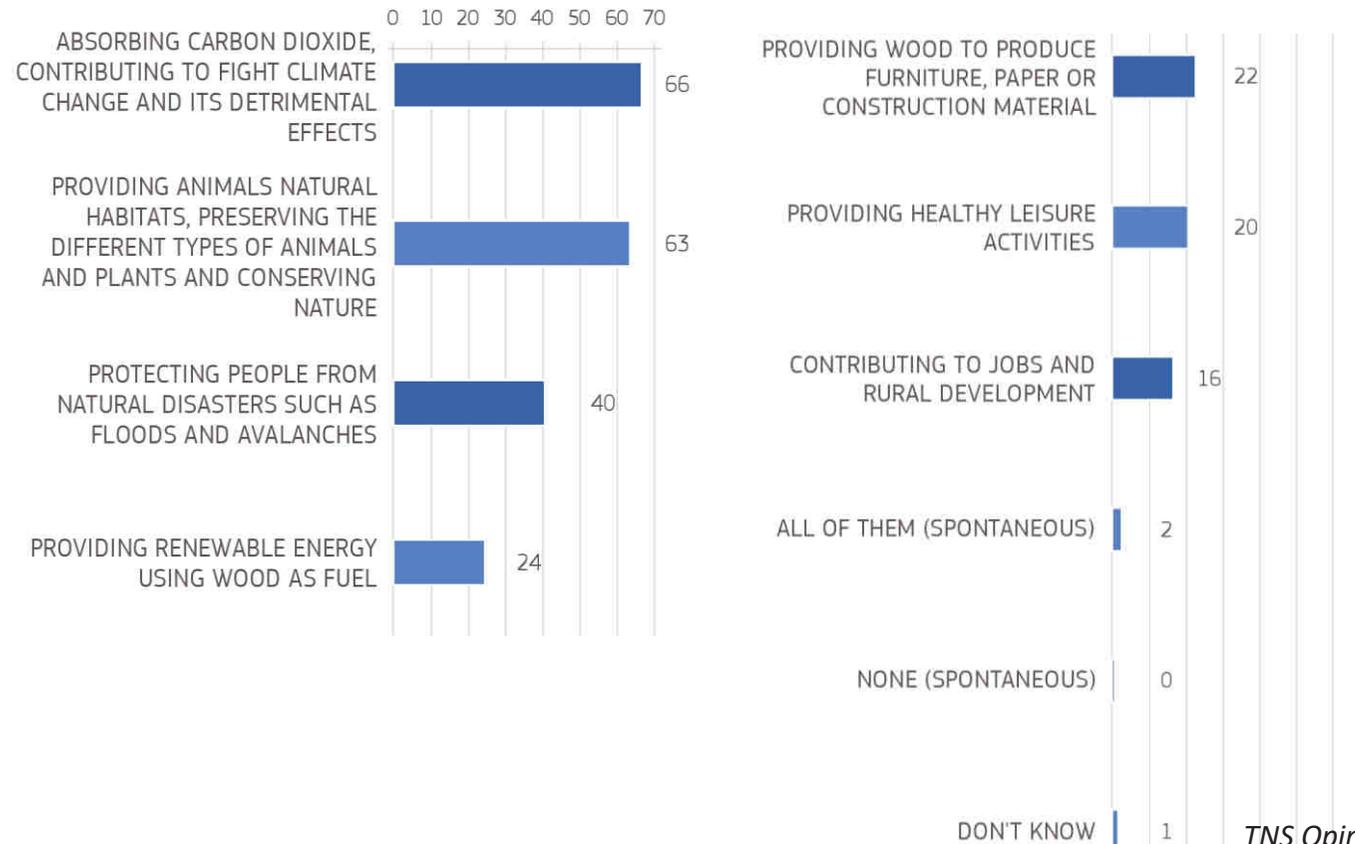


2.1. Eurobaromètre PAC

http://ec.europa.eu/agriculture/survey/index_en.htm

QC13 What do you think are the most important benefits provided by forests? (MAX. 3 ANSWERS)
(% - EU)

(Tous pays confondus)



TNS Opinion, 2016

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019





2.1. Eurobaromètre PAC

Top 1/pays

Protecting people from floods & avalanches



Providing renewable energy



Providing wood

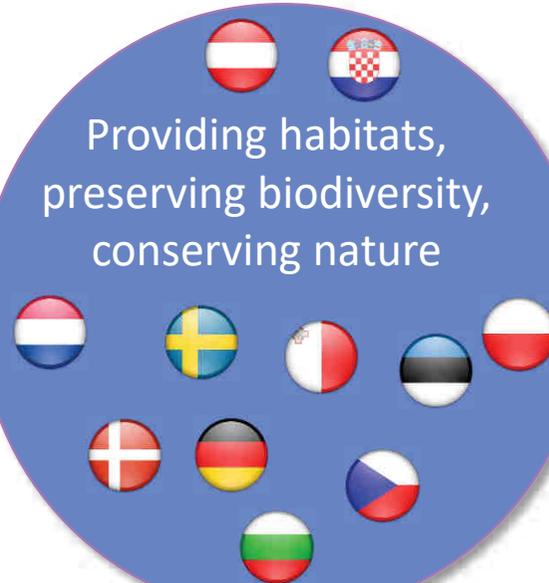
Jobs and RD

Absorbing CO₂



Probable effet COP21 !

Providing habitats, preserving biodiversity, conserving nature



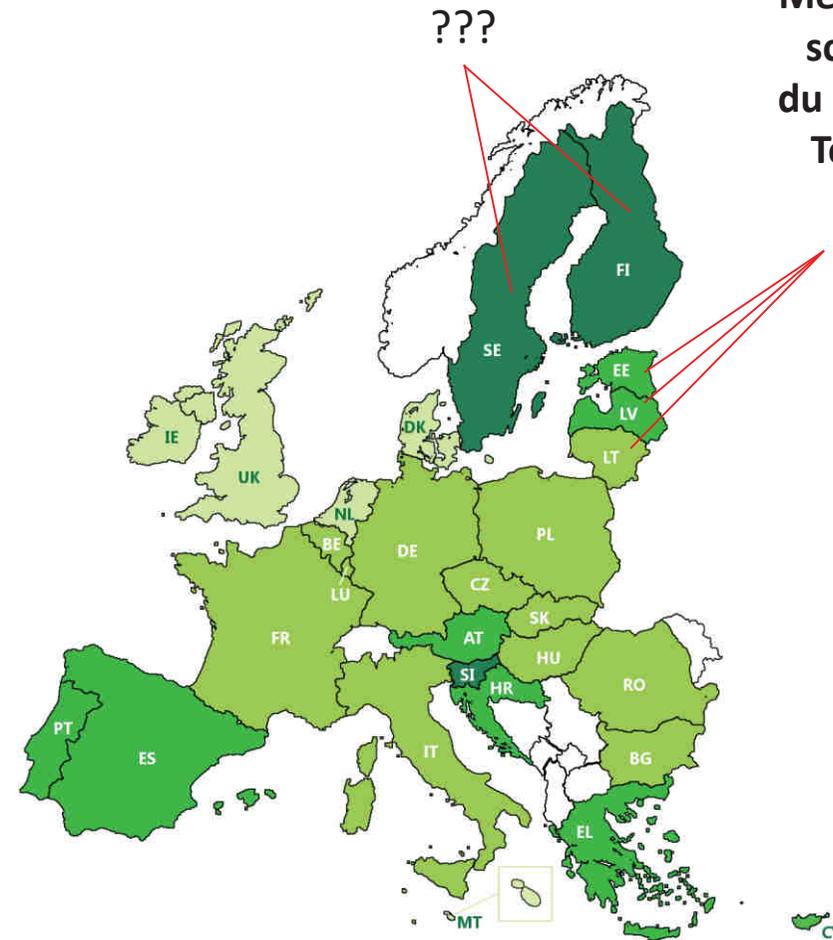
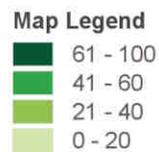
Providing healthy leisure activities

TNS Opinion, 2016





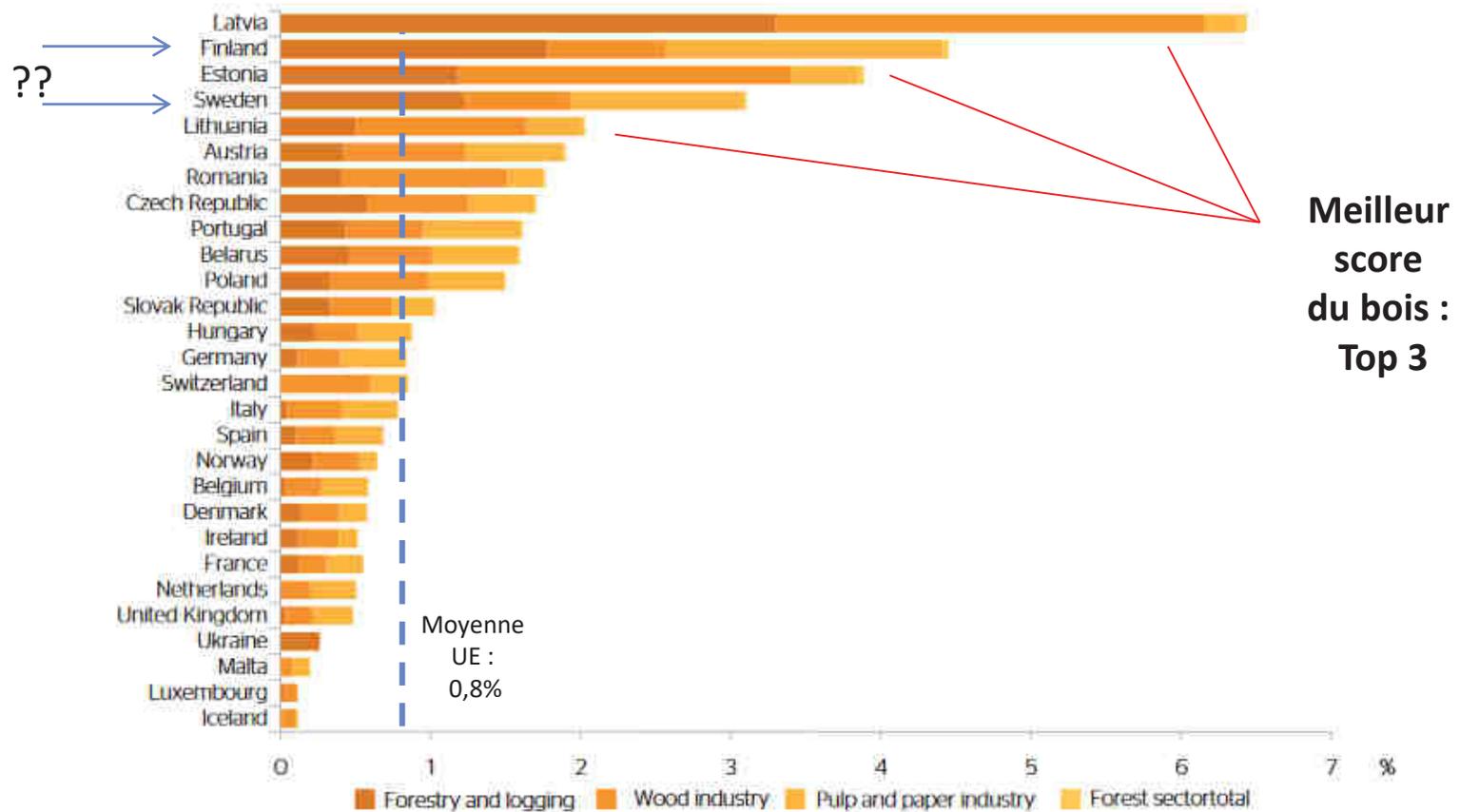
2.1. Eurobaromètre PAC





2.1. Eurobaromètre PAC

Contribution of the forest sector to GDP in selected countries (percentage of GDP) in 2010 (State of Europe's forest 2015, Forest Europe)





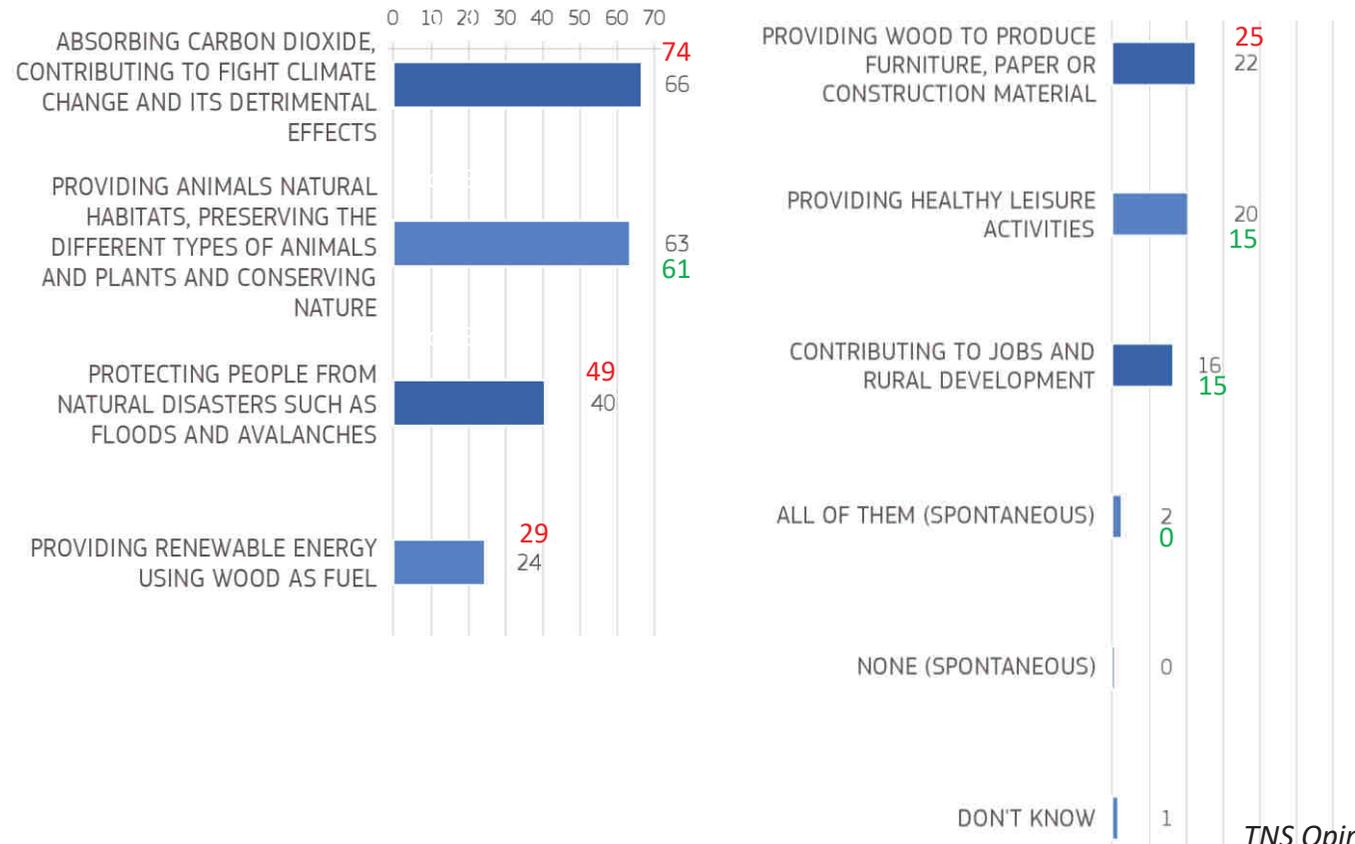
2.1. Eurobaromètre PAC

France



http://ec.europa.eu/agriculture/survey/index_en.htm

QC13 What do you think are the most important benefits provided by forests? (MAX. 3 ANSWERS)
(% - EU)



TNS Opinion, 2016

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



2.1. Eurobaromètre PAC

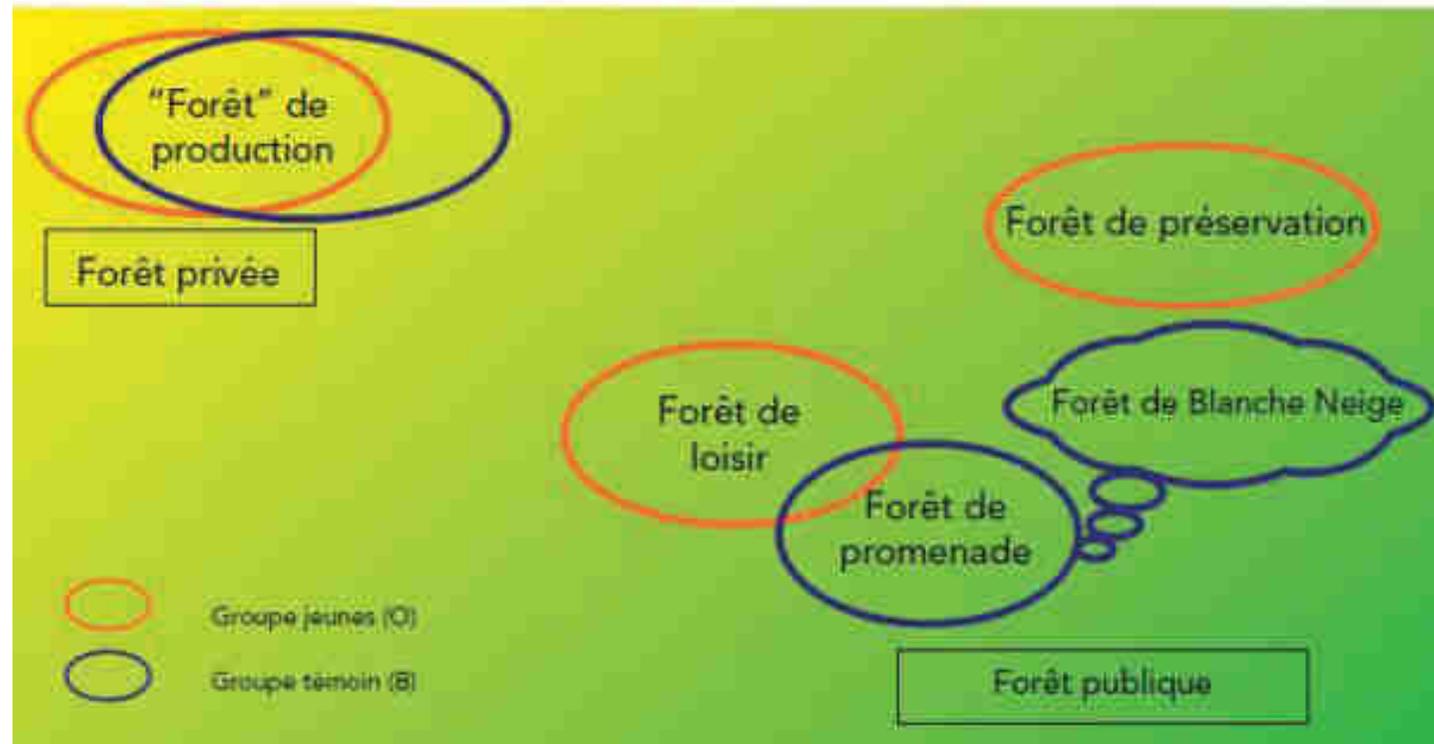
France



« Forêt et société » - ONF et Université de Caen

(1000 personnes interviewées - 2004, 2010, 2015)

Représentation de la forêt pour les 15-24 ans



(Dobre et Granet, 2007)





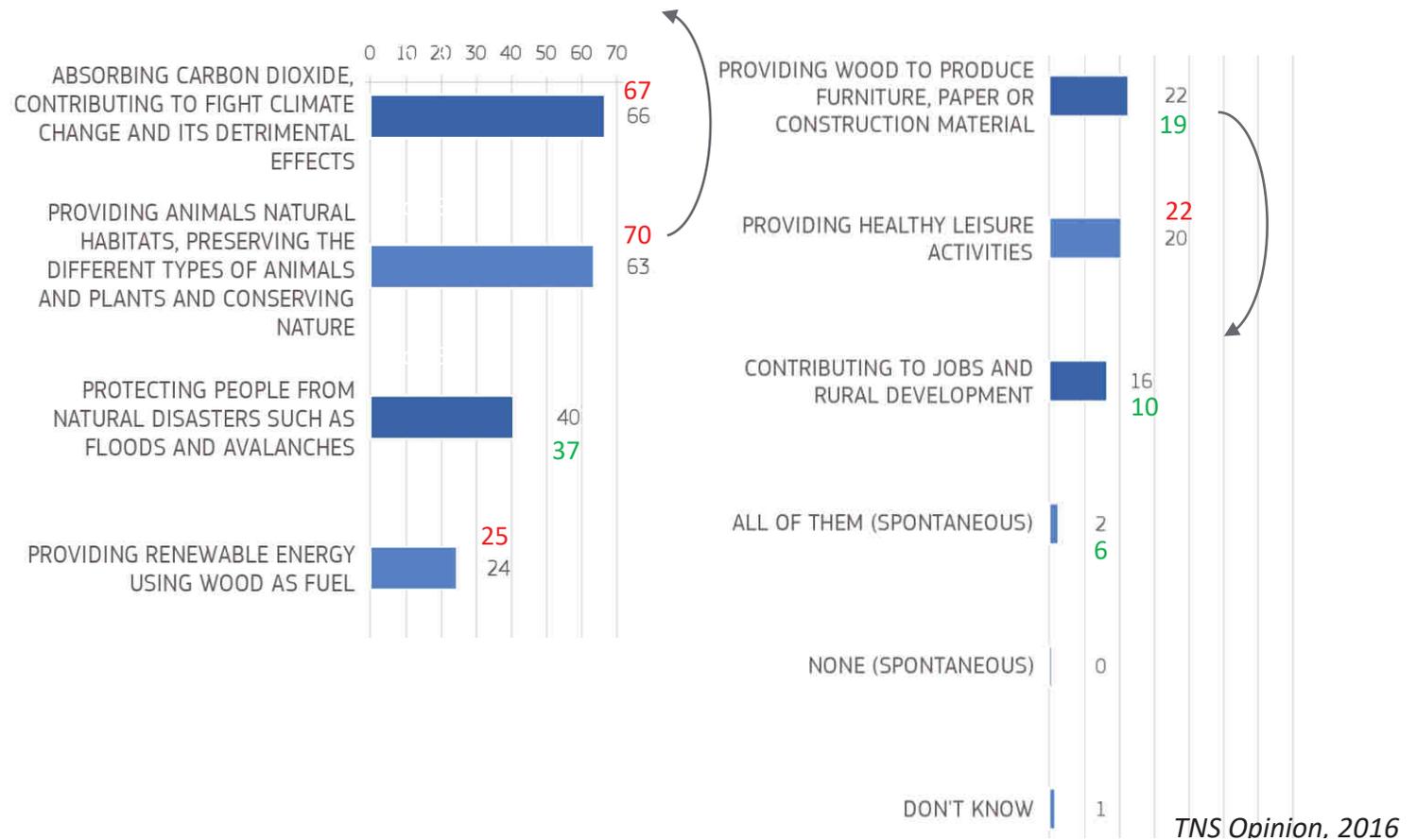
2.1. Eurobaromètre PAC

Allemagne



http://ec.europa.eu/agriculture/survey/index_en.htm

QC13 What do you think are the most important benefits provided by forests? (MAX. 3 ANSWERS)
(% - EU)



« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

2.1. Eurobaromètre PAC

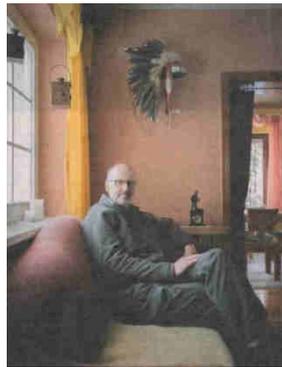
Allemagne



Courrier International n° 1324 du 17 au 23 mars 2016

« Les allemands ont toujours manifesté un attachement viscéral à leurs forêts. Aujourd'hui plus que jamais, c'est au milieu des hêtres, des chênes et des épicéas qu'ils vont se ressourcer. Pourtant, leur consommation de bois de chauffage et de construction grimpe en flèche. **Dilemme** » (*Die Zeit*, Henning Sussebach, Florian Janicke).

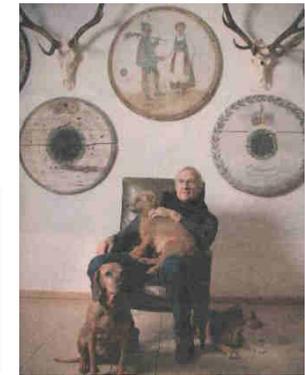
« Les arbres sont-ils les nouvelles baleines? De nobles créatures massacrées par les hommes? »



« La vie secrète des arbres »
400.000 ex. vendus. Meilleures ventes d'essais, 2015



« Foutaises! Si on plante des arbres c'est pour les couper »



Cimetière en forêt. 3400 urnes (3000 euros pièce). Finance des réserves intégrales

Aujourd'hui 650.000 ex. traduits dans 35 pays

« Au plus l'urbanisation s'accélère, au plus la nature est sacralisée »

Bois de feu : 10 m3 bois/an au lieu de 1,06 nationale



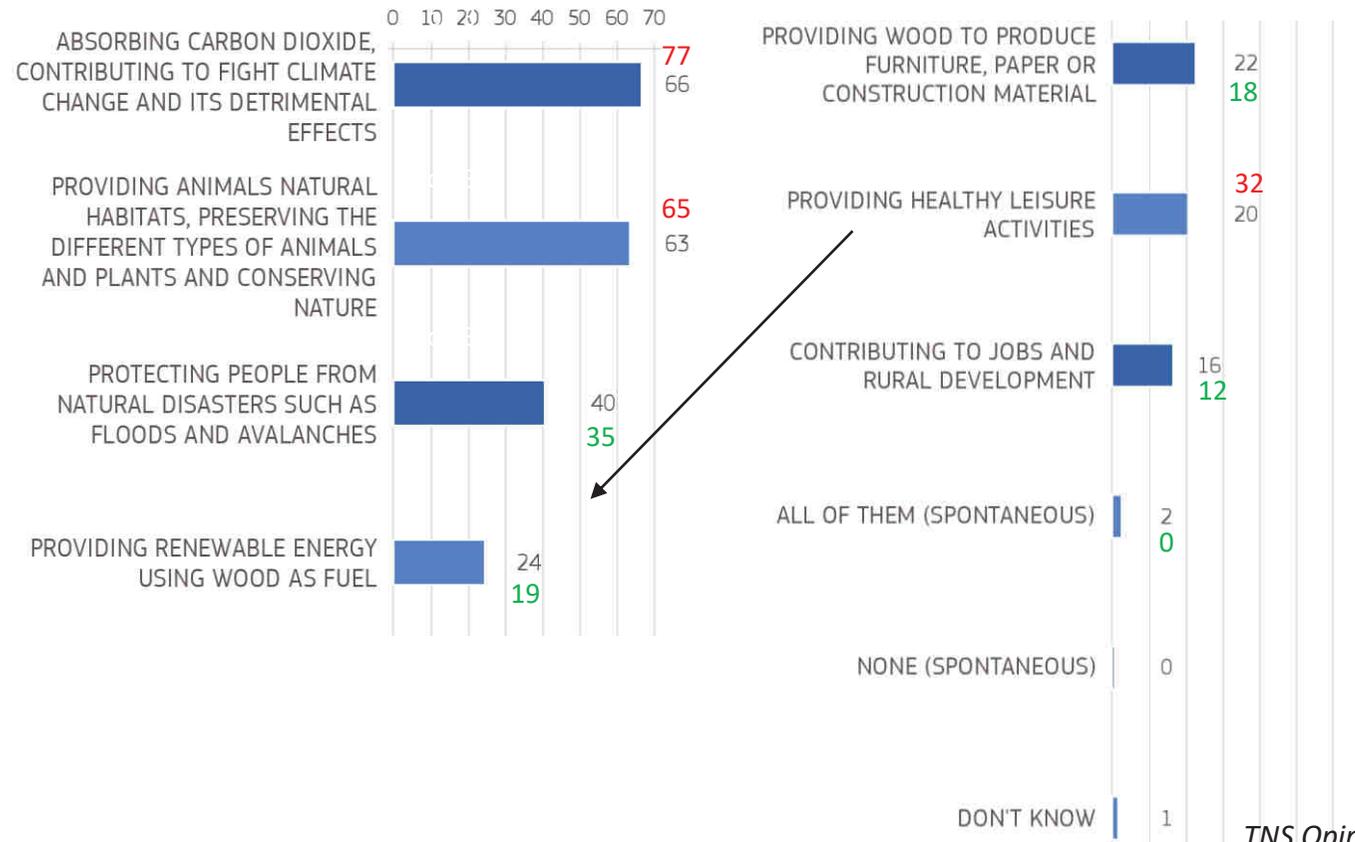


2.1. Eurobaromètre PAC

Belgique 

http://ec.europa.eu/agriculture/survey/index_en.htm

QC13 What do you think are the most important benefits provided by forests? (MAX. 3 ANSWERS)
(% - EU)



TNS Opinion, 2016

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



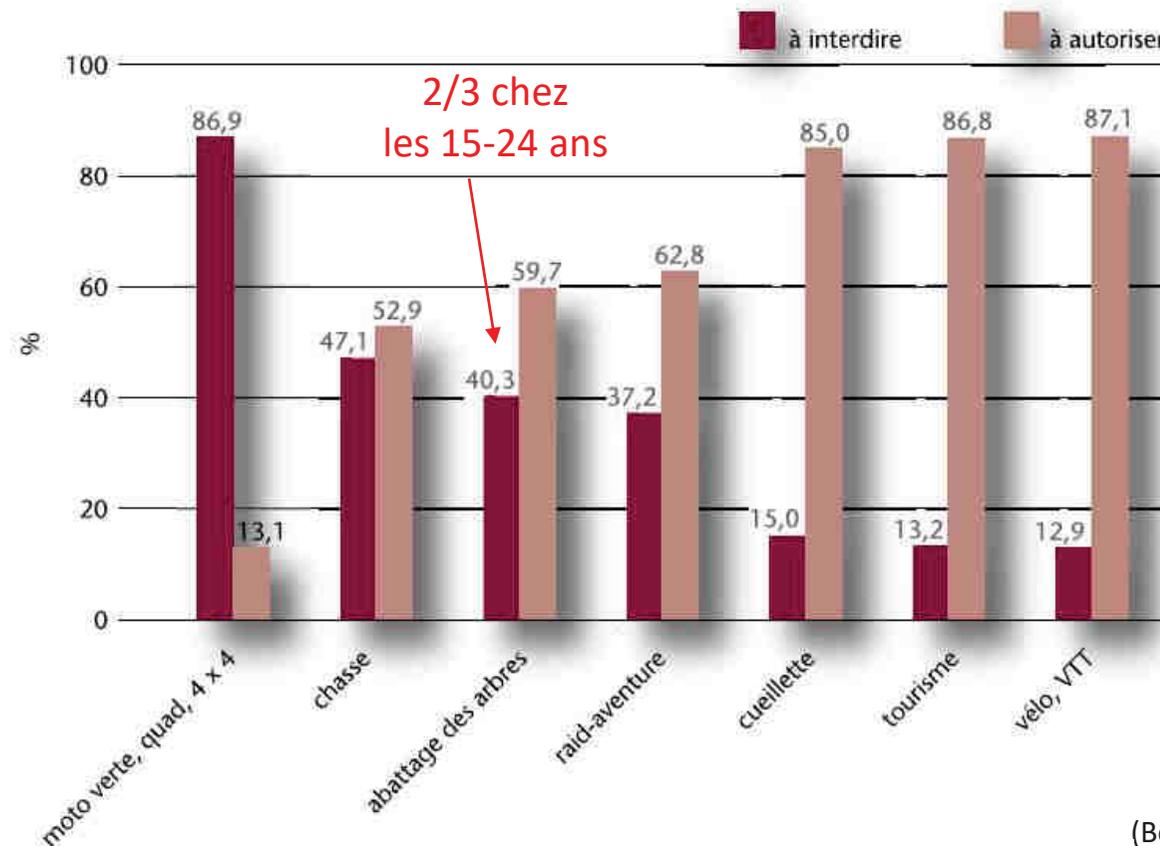
2.1. Eurobaromètre PAC

Belgique 

« Comprendre les perceptions, les usages et les significations de la forêt en 2005 »

Activités à autoriser ou à interdire (liste)

(Wallonie et Bruxelles
1038 individus)



(Bodson, 2005)

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



2.2. « What is the forest for me ? »

Concours de dessin d'enfants
DG AGRI Commission Européenne

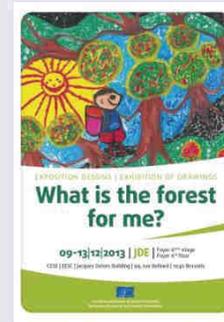
23 pays - États Membres
de l'Union Européenne

Enfants de 6 à 10 ans

http://ec.europa.eu/agriculture/forest-drawing-competition/index_en.htm

Etude exploratoire (2015)

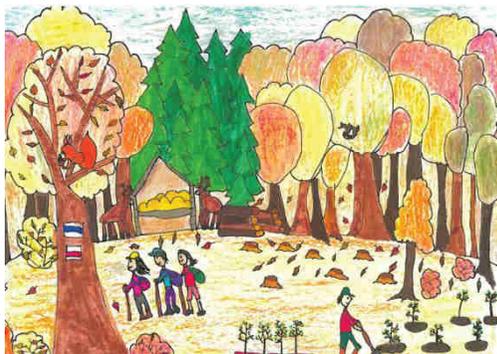
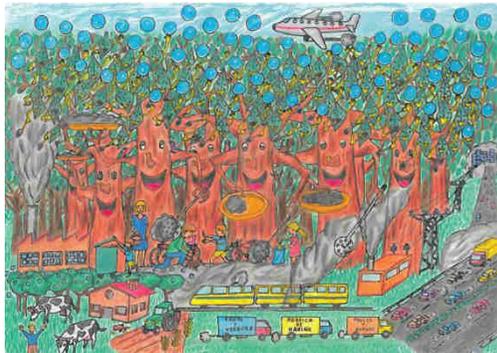
9 021 -> 1000 -> **100 dessins**



Farcy, C., Herzezel, A., Matagne, J., De Smedt, T., Fastrez, P., Gafo Gomez Zamalloa, M., Feuillat, C., 2015. « Qu'est-ce que la forêt pour moi ? » Eléments émergents pour une typologie des représentations sociales de la forêt par les enfants de l'Union Européenne. Paper accepted for the World Forestry Congress, Durban, 07-11/09/2015.



2.2. « What is the forest for me ? »



2.2. « What is the forest for me ? »

- Analyse de contenu catégorielle
- Définition partiellement inductive (théorie ancrée)
- Pas représentatif : exploratoire
 - La forêt et son environnement (ciel, eau, sol, sous-sol)
 - Le type de forêt (inaccessible, habitée, traversée, réelle, fictive)
 - La manière dont la forêt est représentée : fantaisie ou réaliste
 - Présence/absence du monde végétal et/ou animal
 - Présence ou intervention de l'homme : type d'activité, maîtrises foncières
 - Fonctions ou bienfaits pour l'homme : purifier l'air, faire vivre les animaux, fournir des produits



2.2. « What is the forest for me ? »

Quelques tendances manifestes

- Vision positive et réaliste
- Quelques dessins seulement expriment une forêt en danger , menacée de dégradation voire d'anéantissement par l'homme
- Loin de l'image traditionnelle des forêts enfantines : peu de magie, de mystère, de dangers, d'angoisse
- Peu de traces de média audiovisuel fantastique et fictionnel
- Fonctions de la forêt envisagées partiellement mais présentes
- Enjeux contemporains liés aux espèces, à l'énergie et aux pollutions présents
- **Représentation qui fait défaut:**
 - Forêt est le résultat de l'action de l'homme
 - Pas de façonnage par l'homme, pas d'agent forestier (hormis un bucheron nuisible), production de bois marginale





1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

2.3. L'arbre et la forêt: politiques et communication

Programme de recherche (France – Belgique)

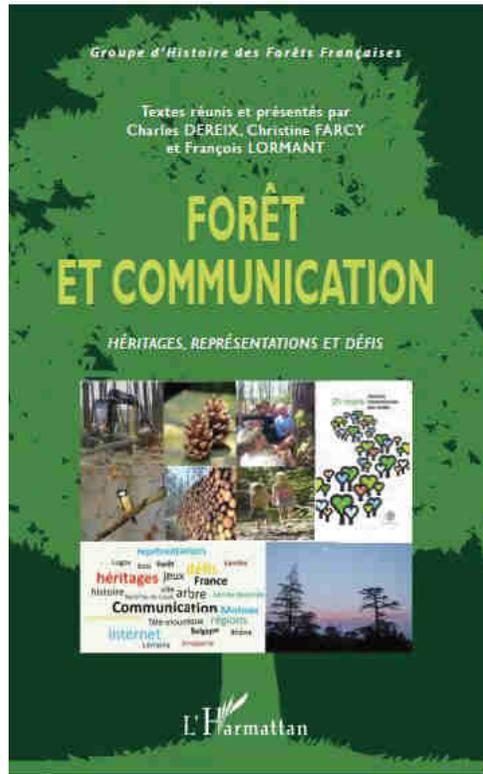
Représentation sociale et utilisation de l'image de l'arbre et de la forêt à des fins religieuses, politiques, commerciales, ...

Groupe d'Histoire des Forêts Française et UCL

Histoire, Économie, Sociologie, Ethnologie, (Bio-)géographie, Droit, Sciences politiques et Sciences de la Communication

Novices quant à la forêt

2.3. L'arbre et la forêt: politiques et communication



Dereix, C., Farcy, C., Lormant, F. (Eds.), 2016. *Forêt et Communication. Héritage, représentations et défis*. Paris, L'Harmattan, 978-2-343-09043-6.

Exemples

- Les matériaux de la communication
- L'image religieuse de l'arbre et la forêts à travers les établissements monastiques
- L'arbre et la forêt dans les récits des jeux de société francophones
- Arbres en otages: l'utilisation de l'image de l'arbre en ville par le politique
- Des guides de voyage aux sites Web : 150 ans de communication sur la forêt landaise
- Cyber-plantations: les arbres entre politique et communication
- Représentation sociale de l'arbre et la forêt dans la publicité commerciale d'un magazine généraliste
- L'arbre partisan. Représentations de l'arbre dans la communication des partis politiques
- Etude de la communication de la filière bois wallonne à destination du grand public
- La littératie du public envers les médiatisations stratégiques de la forêt

2.3. L'arbre et la forêt: politiques et communication

Arbre

- Support de symboliques et de connotations très variables, dépendant des groupes sociaux qui le convoquent
- Significations multiples et riches
- Parfois prototype de la forêt (sa représentation activant en fond celle de la forêt et de ses représentations)

Forêt

- Représentation relativement stable et plutôt convergente
- Un endroit « à part », loin des humains, chargé de mystère
- Jamais substitut de l'arbre ni capable par sa présence, de l'évoquer

(De Smedt, T., Fastrez, P., Matagne, J., Farcy, C., 2016)

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



2.3. L'arbre et la forêt: politiques et communication

Evolution des représentations sociales de l'arbre

- L'arbre n'a que des vertus : consensus sur l'image positive dont il bénéficie
- C'est un intouchable : attenter à l'arbre c'est attenter à des valeurs plus grandes que lui
- Capital symbolique très important et diversifié: emblème de vie, de sacré, d'immortalité, de pérennité, de patrimoine, d'avenir, de nature, de verdure, de promesse, de sécurité, de grandeur, de qualité de vie, de passé, d'enracinement, de vieillesse, d'hérédité, de lignée, de solidité, de force, ...
- Outil de communication stratégique pour des idées très différentes (comme un comédien)
- **Vecteur stratégique de représentation, instrumentalisé, faire-valoir pour d'autres réalités que la sienne**

(De Smedt, T., Fastrez, P., Matagne, J., Farcy, C., 2016)

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



2.3. L'arbre et la forêt: politiques et communication

Evolution des représentations sociales de la forêt

- Fond commun à toutes les époques (mythologie inconsciente) :
 - Espace chargé de puissances divines, lieu de mystère et de révélation
 - On s'y perd, on y trouve sa voie, on s'y retrouve
 - Pour y accéder il faut être fort: chasseur, prêtre, roi ou ... brigand
 - Espace inhospitalier et menaçant que l'on traverse
 - Espace initiatique



*La forêt évocatrice des mythes et légendes,
Cahiers de l'environnement, INRA*

(De Smedt, T., Fastrez, P., Matagne, J., Farcy, C., 2016)

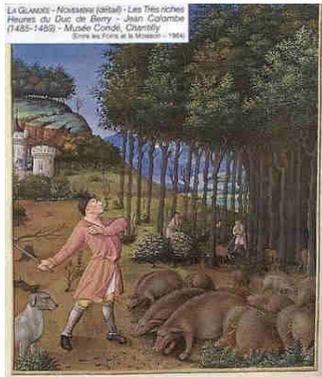
« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



2.3. L'arbre et la forêt: politiques et communication

Evolution des représentations sociales de la forêt

- Influence prégnante des pratiques, du rôle de la forêt dans l'économie et donc du type de société : forestière, agraire, industrielle et post-industrielle/tertiaire



Saline Royale Arc_et-Senans
(Ledoux, 1778-1804)



(De Smedt, T., Fastrez, P., Matagne, J., Farcy, C., 2016)

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019

2.3. L'arbre et la forêt: politiques et communication

Evolution des représentations sociales de la forêt

- Image longtemps ancrée
 - Société rurale traditionnelle, fermée sur elle-même, homogène socialement et culturellement
 - Forêt décor lointain, milieu à part, autocentré, fonctionnant en autonomie par rapport à la société
 - Forestier *propriétaire symbolique* qui en gère le destin



Carte de la forêt de Saint-Germain-en-Laye
- début du XVIIIème siècle
(Archives nationales, Paris)

(De Smedt, T., Fastrez, P., Matagne, J., Farcy, C., 2016)

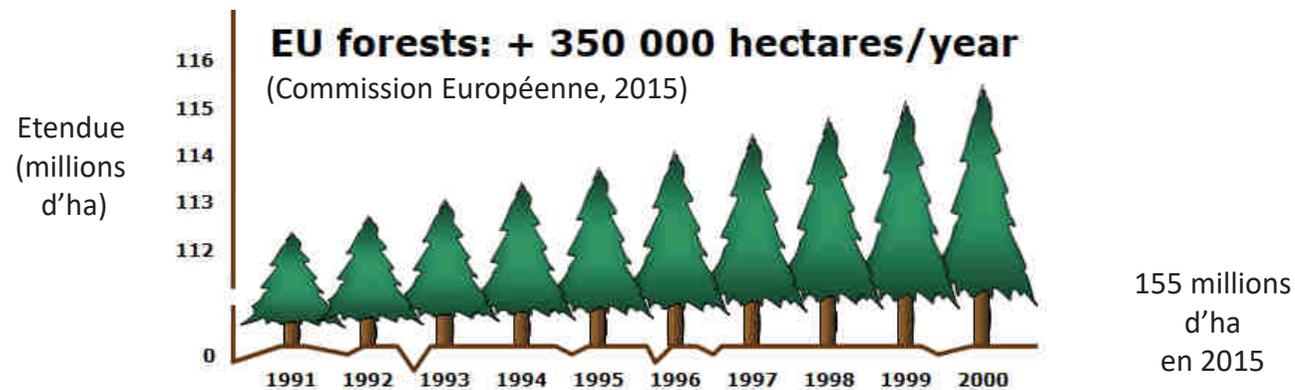
« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



2.3. L'arbre et la forêt: politiques et communication

Evolution des représentations sociales de la forêt

- Aujourd'hui :
 - Société post-industrielle/tertiaire et urbaine
 - Connaissance des forêts est faible dans la population
 - Forêt simple, monofonctionnelle, soit sur l'écosystème naturel soit sur les activités récréatives et de ressourcement
 - Forêt en danger / en retrait alors que :



« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

2.3. L'arbre et la forêt: politiques et communication



ACTU > VOUS > TÉMOIGNAGES

La petite forêt née d'un crowdfunding est menacée: "On m'avait parlé de lapins mais pas de chevreuils"

Pierre Fagnart · publié le 27 septembre 2018 à 04h04



La plantation de la forêt, en avril 2018

"1000 arbres plantés au cœur d'un zoning industriel", "une forêt primitive à Péruwelz", "une zone tampon pour absorber le bruit",... Fin avril, la plantation annoncée de plusieurs centaines d'arbres dans une parcelle appartenant à l'intercommunale IDETA avait fait les gros titres de plusieurs médias. Tout le monde s'accordait pour saluer la portée écologique d'un projet novateur. Cinq mois plus tard, la forêt en croissance est devenue le garde-manger de chevreuils et si personne n'intervient, elle aura disparu avant la fin de l'année.

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019

2.3. L'arbre et la forêt: politiques et communication

Evolution des représentations sociales de la forêt

- Aujourd'hui :
 - Sujet sensible pour le grand public : nombreuses significations sentimentales, rapport affectif, refus de voir des arbres tués
 - Rareté d'une chose précieuse potentiellement menacée par les activités humaines, territoire tabou, préservé des agressions de la vie moderne
 - Population urbaine : partie prenante vigilante de la forêt
 - Rural urbanisé : ouverture et diversité des pratiques sociales et des modèles de référence
- Pas représentation d'un objet mais **d'un milieu de vie atypique** par rapport aux endroits où la vie se déroule « normalement » pour des gens ordinaires: la campagne, le village et surtout, la ville

(De Smedt, T., Fastrez, P., Matagne, J., Farcy, C., 2016)

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



2.4. Autonomie cognitive des jeunes

Thèse doctorale (Julie Matagne, 2017)

Questions de recherche :

1. Dans quelle mesure les jeunes sont des penseurs autonomes et critiques des médias qui traitent de problématiques forestières ?
2. Quels facteurs peuvent influencer cette capacité ?

Méthode :

- **Étude 1** : 183 étudiants belges du secondaire (15 à 20 ans)
- **Etude 2** : 120 étudiants belges de fin de Master (20 à 23 ans)
 - **Etude des représentations sociales** à propos de la forêt
- Questionnaires et interviews (analyse quantitative et qualitative)
- Evaluation de la capacité des jeunes à être des penseurs autonomes et critiques des médias **face à des affiches utilisant différentes stratégies de communication**



2.4. Autonomie cognitive des jeunes

- **Forêt détruite par l'homme** : l'homme met en danger l'écosystème de la forêt, du fait de ses loisirs mais surtout de l'exploitation (même si reconnaît que l'homme peut y accéder pour ses loisirs et a besoin de bois pour vivre)
 - 2,5% des forestiers ont cette vision - 47,5% des non forestiers ont cette vision
- **Vision ambivalente du rôle de l'homme sur la forêt** : l'homme détruit la forêt lorsqu'il l'exploite, mais le bois est nécessaire à l'homme. La bonne santé de la forêt ne dépend pas tellement de l'intervention de l'homme, bien que l'homme doit tout mettre en œuvre pour la protéger
 - 27,5% des forestiers ont cette vision - 38,75% des non forestiers ont cette vision
- **Forêt gérée de façon durable par l'homme**: l'homme protège la forêt et peut l'exploiter, y vivre, y pratiquer ses loisirs sans la détruire
 - 70% des forestiers ont cette vision - 13,75% des non forestiers ont cette vision



2.4. Autonomie cognitive des jeunes

- La **connaissance de la forêt, principalement formelle, est un facteur qui a une influence positive** sur la capacité des jeunes à être des penseurs autonomes et critiques des médias forestiers. Les étudiants en foresterie comprennent mieux et sont plus critiques face aux médias qui traitent de problématiques forestières
- Les jeunes **ne parviennent pas à identifier la qualité institutionnelle des énonciateurs** des médias
- Le **support de communication est un facteur déterminant** sur la capacité des jeunes à penser des médias forestiers. Le média qui repose sur le modèle cognitif favorise la réflexivité du public





1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion



1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

QUELLES FORÊTS VOULONS-NOUS DEMAIN ?

- **Pessimisme sur l'état des forêts et de leur futur**
- Une large part du public est **contre le fait d'abattre des arbres**, acte qu'il assimile à « tuer la forêt ».
- Le public considère que la **principale fonction de la forêt est écologique**
- Les fonctions de **préservation** de la forêt et d'**exploitation** de la forêt sont **incompatibles aux yeux du public**
- Une partie du public peine à savoir à **qui appartient la forêt**

- Décalage entre l'importance économique de la forêt (au sens large) et les représentations sociales dominantes
- Clivage croissant entre le secteur forestier et la société

1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

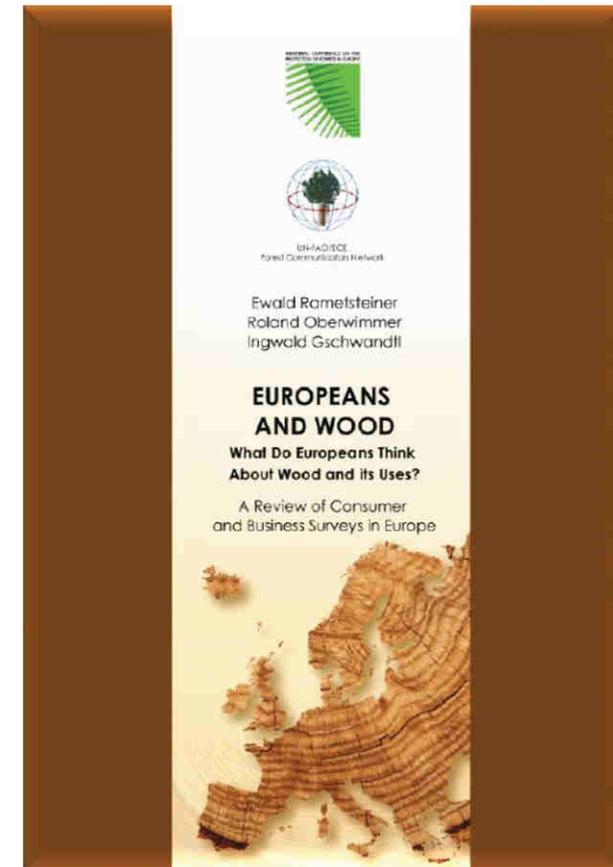
4. Conclusion

Pourtant ...

***« Wood is nature,
warm and friendly »***

**... mais pas de lien
avec la gestion
forestière!**

*« Idem un bon steak! ... Bois matériau et
steak sont devenus des choses en-soi
dans notre perception, mis à distance
voire coupés de leur origine par le
façonnage qu'ils ont subi » Bodson, 2017*



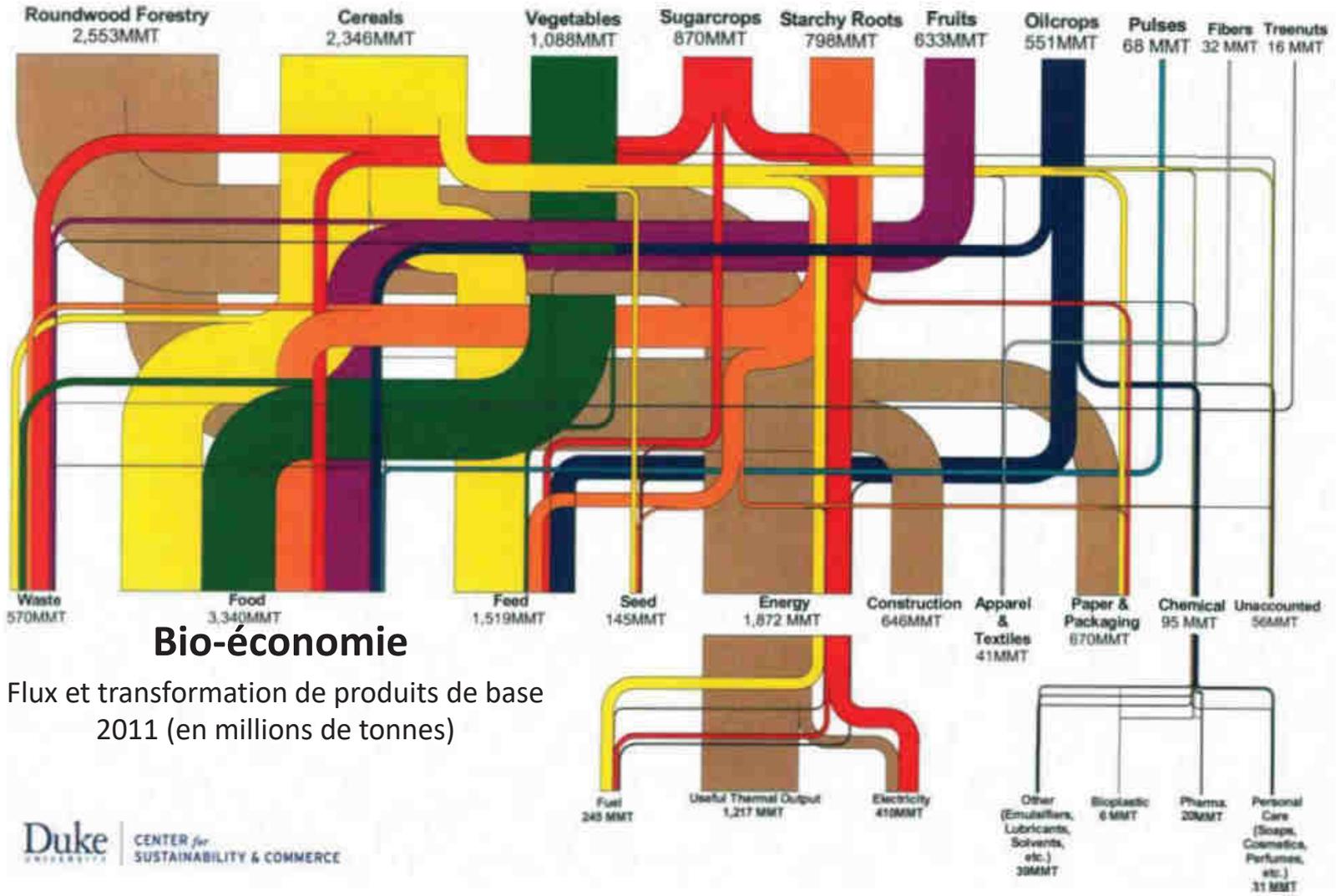
Forest Europe, 2007

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019





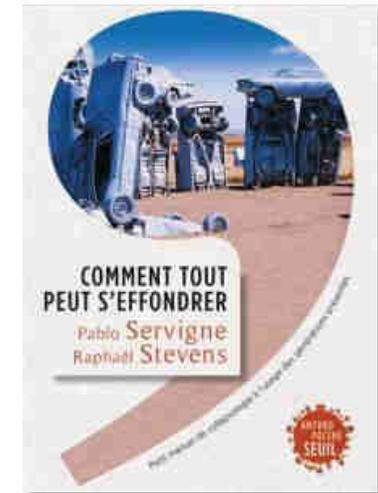
Pourtant ...



(Morrison et Golden, 2015)

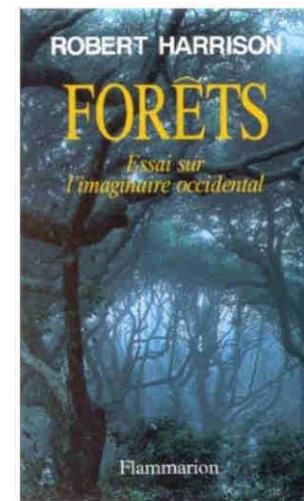
3.1. Un contexte *fragilisant*

- Forte préoccupation sociale face aux **changements climatiques** : climat émotionnel important
 - Société en transition
 - Collapsologie
 - Eveil de la conscience collective citoyenne
 - Urgence
 - Réveil de notre instinct de survie



3.1. Un contexte *fragilisant*

- Remontée en force de la valeur symbolique de la forêt
- Augmentation du **rapport émotionnel** entre l'homme et la forêt
- Ressort d'attachement profond et ancestral à la forêt (reptilien, archaïque)
- Peur de la perte de l'accès à une mémoire collective (Harrison 1992)



3.2. Une cohabitation de modèles éthiques

		On the physicality (the body)	
		Discontinuity	Continuity
On the interiority (the spirit)	Continuity	Animism <i>(Native peoples of Canada)</i>	Totemism <i>(Aborigines of Australia)</i>
	Discontinuity	Analogism <i>(pre-Columbian Mexico)</i>	Naturalism <i>(Western societies today)</i>

Source: Nicole Huybens 2018 adapted from Descola 2005





1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

3.2. Une cohabitation de modèles éthiques

		On the physicality (the body)		
		Discontinuity	Continuity	
On the interiority (the spirit)	Continuity	Animism	Totemism	
	Discontinuity	Analogism	Naturalism	
<i>Anthropo-centric</i>			<i>Biocentric</i>	<i>Ecocentric</i>
		Valuing humanity	Valuing any life	Valuing natural ecosystem

Source: Nicole Huybens 2018 adapted from Descola 2005

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



1. Introduction

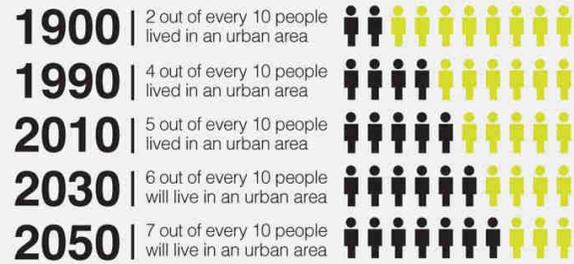
2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

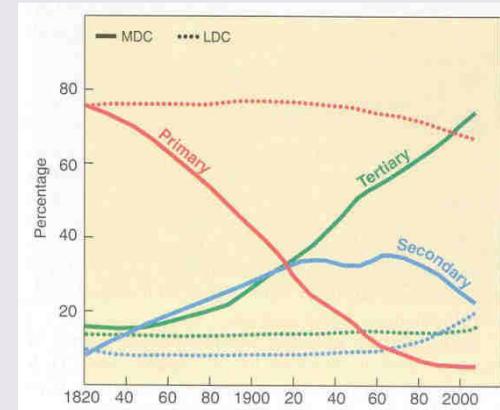
3.3. Drivers sociétaux externes puissants et amenés à durer

Urbanization



Defined by UN HABITAT as a city with a population of more than 10 million

Tertiairisation de l'économie

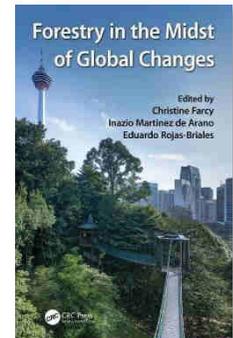


(% en terme d'emplois)

Globalisation



- **Représentation forgée par les médias**
- **Virtuelle**
- **Immatérielle**
- **Distante**



« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019

1. Introduction

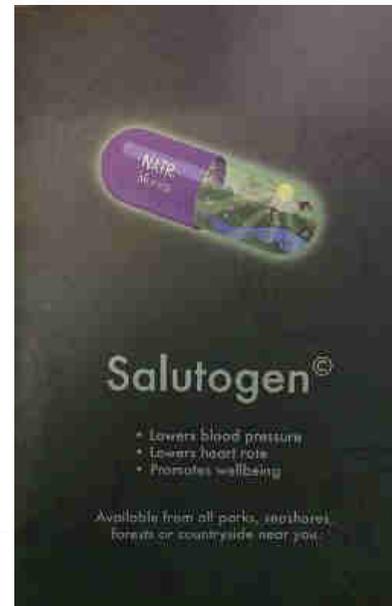
2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

3.3. Drivers sociétaux externes puissants et amenés à durer

Nouveaux usages



(Source: European Centre of Environment and Human Health)

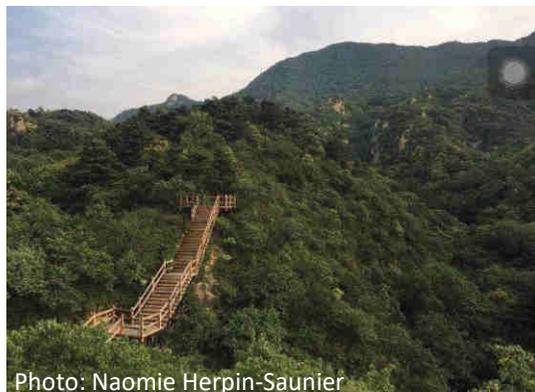


Photo: Naomie Herpin-Saunier



Photo: Sébastien Launay

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

3.3. Drivers sociétaux externes puissants et amenés à durer

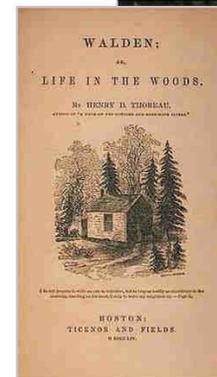
Nouveaux usages

Les jeux vidéo sont-ils plus
verts que nature ?

Point Culture Louvain La Neuve
22 novembre 2017

MEDIA
animations

<https://www.facebook.com/groups/jeuxendebat/>



<https://www.firewatchgame.com/>

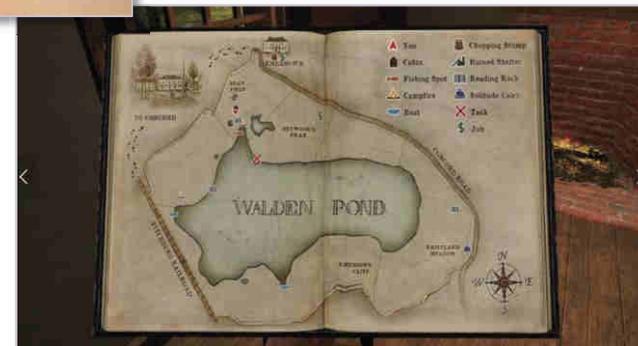


Photo: <https://www.waldengame.com/>

« Enjeux liés aux représentations sociales de la forêt dans nos sociétés urbanisées », AgroParisTech, Paris, 25 janvier 2019



3.3. Drivers sociétaux externes puissants et amenés à durer

Spread of the Internet in the world in 2017 (source: Internetworldstats, 30 June 2017)

Regions	Number of inhabitants	Number of Internet users	% of total Internet users	Growth of Internet users since 2000 (%)	% of inhabitants being users of Internet
Africa	1,246,504,865	388,376,491	10.0	8,503.1	31.2
Asia	4,148,177,672	1,938,075,631	49.7	1,595.5	46.7
Europe	822,710,362	659,634,487	17.0	527.6	80.2
Latin America / Caribbean	647,604,645	404,269,163	10.4	2,137.4	62.4
Middle East	250,327,574	146,972,123	3.8	4,374.3	58.7
North America	363,224,006	320,059,368	8.2	196.1	88.1
Oceania / Australia	40,479,846	28,180,356	0.7	269.8	69.6
World total	7,519,028,970	3,885,567,619	100.0	976.4	51.7



3.3. Drivers sociétaux externes puissants et amenés à durer

Bain médiatique

- La connaissance forestière du public se forme via les **médias**
- Les médias de masse mettent en avant l'**extraordinaire**
- Société de surinformation : le modèle de communication dominant = modèle publicitaire (communication persuasive)
- Les médias de masse s'appuient sur les représentations sociales dominantes et les renforcent



1. Introduction

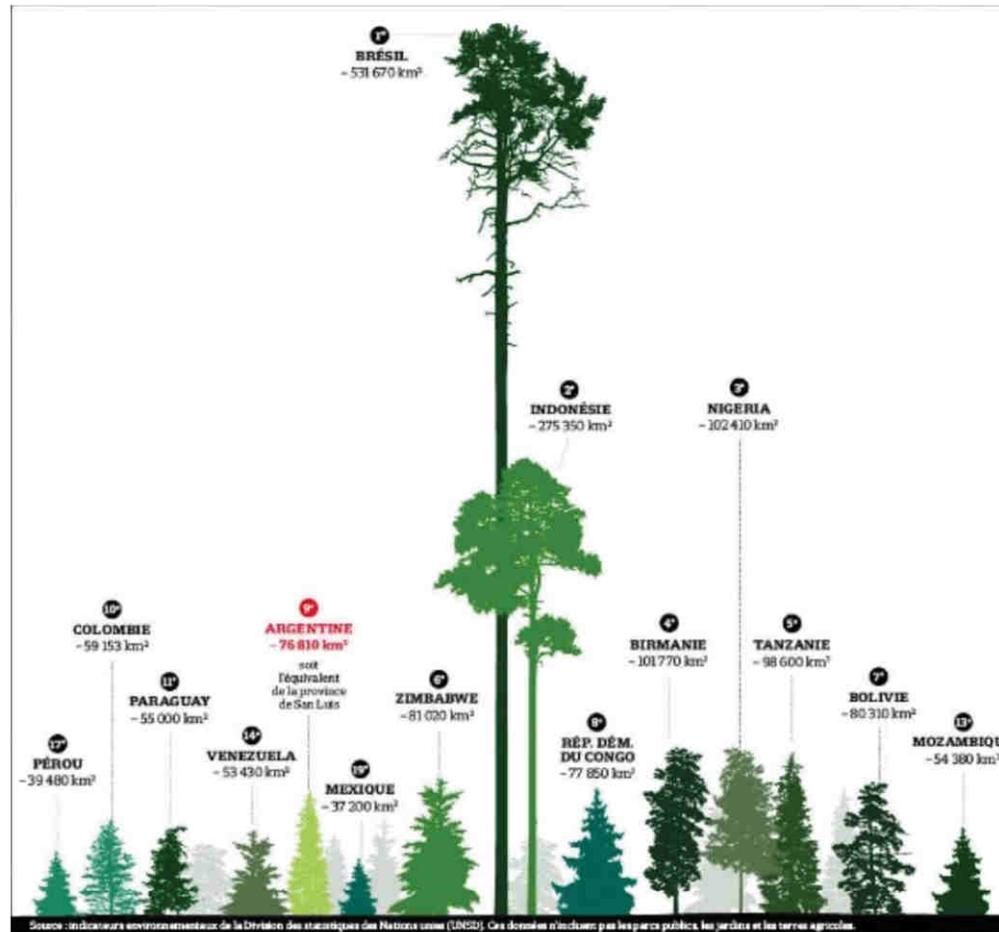
2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

3.3. Drivers sociétaux externes puissants et amenés à durer

Bain médiatique



Courrier International, 10 avril 2017

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019

1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

3.3. Drivers sociétaux externes puissants et amenés à durer

Bain médiatique

Illustration d'une réaction à une nouvelle loi en Pologne



« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019



3.3. Drivers sociétaux externes puissants et amenés à durer

Modèle médiatique

Exemple d'affiches conçues sur le modèle médiatique dominant: **balistique**



- Messages simples, le plus souvent **décontextualisés, visuels et émotionnels**
- Le public est conçu comme une **cible massive et passive** qui réagit de façon similaire aux messages et qui doit être impactée **de façon répétée**
- Focus sur l'impact
- Inappropriés pour la bonne compréhension de problématiques complexes

« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019

3.3. Drivers sociétaux externes puissants et amenés à durer

Modèle médiatique

- Or la foresterie aujourd'hui est complexe
 - Multifonctionnalité
 - Réseau des acteurs
 - Rapport de plus en plus distant
 - Multiplication et imbrications des enjeux
- Problème d'**hypocognition** : manque de cadres cognitifs suffisants pour saisir toutes les dimensions de la réalité complexe que constituent les questions environnementales (Lakoff, 2010)





1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

4.1. Comprendre en profondeur

- Prendre acte de l'existence et de la force de conviction des représentations si l'on souhaite mener une action vis-à-vis du grand public
- Aller chercher les experts (sciences politiques, sciences de la communication, ...)
- Mettre en place des dispositifs d'observation des représentations sociales (exemple de la Suisse)
- Lieu/forum formel et inclusif de discussion des questions forestières (y compris avec autres secteurs) : divergences, paradoxes, créativité
- Observatoire médiatique (médias s'appuient sur la représentation dominante)



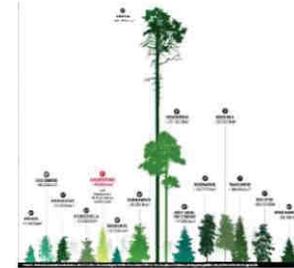
1. Introduction

2. Résultats

3. Discussion

4. Conclusion

Projet transfrontalier qui devrait démarrer prochainement!



« Quelles forêts voulons-nous demain? », Lille, 21 mars 2019

4.2. Communication sur la forêt (versus marketing!)

- Assumer la complexité (versus balistique)
- Accent sur les compétences du récepteur plutôt que sur le message
- Instaurer l'éducation aux médias dans l'enseignement (compétences médiatiques)

Plus précisément :

1. Pourquoi communique t-on ?

- Clarifier ses intentions et objectifs communicationnels

2. Qui parle ?

- Rendre plus explicite, dans un langage accessible, la **qualité institutionnelle des énonciateurs**, leurs rôles et leurs compétences particulières

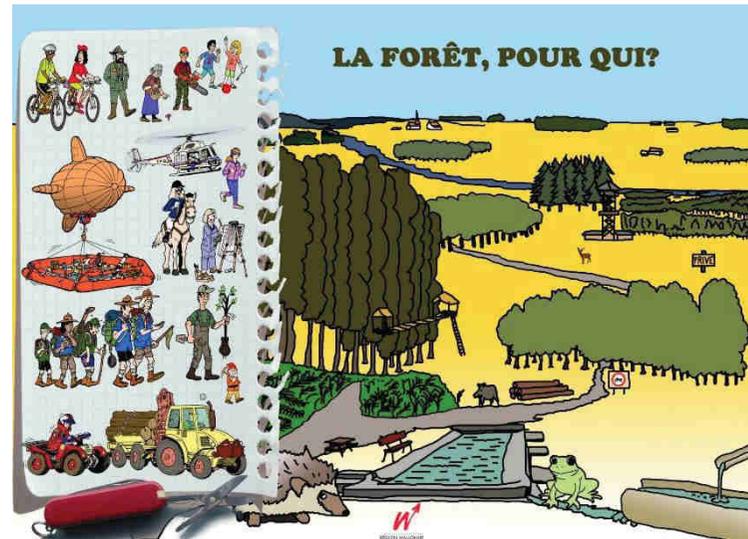
3. A qui ?

- Etudier les **représentations sociales à propos des forêts** afin d'adapter ses messages à ces représentations
- Concevoir des **messages élaborés et contextualisés, de format long**, permettant au grand public de saisir les nuances d'une réalité complexe



4.2. Communication sur la forêt

Modèle médiatique



Exemple d'une affiche conçue sur le modèle cognitif

- **Messages élaborés**, pluriels, **contextualisés**, de format **long**, inscrits dans un processus à long terme
- Le public est un ensemble complexe d'**acteurs compétents** jouant un **rôle dans la construction du sens**, l'interprétation et l'évaluation **des messages**
- Focus sur les usagers médiatiques
- Appropriés pour la bonne compréhension de problématiques complexes

« *Quelles forêts voulons-nous demain?* », Lille, 21 mars 2019



4.3. Positionnement du *forestier*

- Longtemps : propriétaire symbolique de la forêt et posture défensive
- De gestionnaire de la forêt ... à gestionnaire des relations entre l'homme et la forêt
- Occasion de revoir son code déontologique

4.4. Prise de décision:

- Adjoindre aux traditionnels critères économiques et scientifiques des critères éthiques et symboliques (trop souvent non-dits, encryptés)



Mégaphones géants pour écouter la forêt
(Étudiants estoniens en design, 2015)

Merci pour votre attention !