

**FORUM PHILIPPE BERNOUX**, sociologue, membre de Convaincre Rhône-Alpes

**HERVÉ CHAYGNEAUD-DUPUY**, vice-président de Synergie, fondateur des Ateliers de la citoyenneté

## Le « pouvoir d'agir » contre la désespérance

Durant ces mois de campagne nous n'avons pas entendu l'essentiel : comment refaire de la politique en donnant aux personnes du « pouvoir d'agir ». Pour cela il faut sortir des idées toutes faites sur « la société bloquée », sur « le désintérêt à l'égard de la politique », sur « le repli individualiste » ; elles ne prennent pas en compte la réalité de la société ni ce qui la transforme en profondeur.

Et si on découvrait que l'absence de marge budgétaire du nouveau gouvernement est peut-être une chance pour refaire de la politique ? De la vraie politique, avec les gens eux-mêmes, pas avec des subventions ou des réductions d'impôt ? Et si nous prenions au pied de la lettre l'idée que la politique, c'est le « vivre-ensemble » ?

Un exemple : la transition écologique. Beaucoup d'entre nous souhaiteraient réduire leur empreinte environnementale mais les nouvelles pratiques en termes de déplacement, de consommation ou de logement nous semblent souvent hors de portée. Nous n'avons pas de temps à y consacrer et, surtout, nous ne nous sentons pas en mesure d'y faire face seuls.

Nous avons oublié la ressource majeure de la démocratie, le pouvoir d'agir des citoyens. C'est quoi le pouvoir d'agir ? C'est la capacité de chacun de trouver des solutions créatives aux questions qui le concernent s'il sort de l'isolement qui le rend incapable d'agir.

Il existe déjà, à bas bruit, des initiatives dans tous les domaines qui sont autant de signes encourageants : les pratiques d'échange et d'entraide

facilitées par Internet, le développement des « circuits courts » qui rapprochent agriculteurs et consommateurs avec le succès des Amap (Associations pour le maintien d'une

**N'oublions pas un « événement invisible », pourtant riche de perspectives, l'installation du volontariat dans notre culture de l'engagement grâce au Service civique qui touche près de 15 000 jeunes par an.**

agriculture paysanne), les nouvelles formes de mobilité, du covoiturage aux pédibus, les démarches de science citoyenne...

L'empowerment (la « responsabilisation ») n'est plus seulement une

pratique anglo-saxonne éloignée de nos modes de faire et popularisée un temps par l'engagement de jeunesse d'Obama. C'est devenu une notion dont de nombreux

groupes s'emparent. On peut citer le collectif Pouvoir d'agir qui tend à devenir un pôle de référence sur la question, ou la parution du rapport du laboratoire d'idées Terra Nova sur les banlieues qui prône

(enfin !) les pratiques de développement communautaire. C'est l'espoir d'une refonte de la politique de la ville sur les bases de l'empowerment plutôt que sur la seule rénovation urbaine. N'oublions pas non plus un « événement invisible », pourtant riche de perspectives, l'installation du volontariat dans notre culture de l'engagement grâce au Service civique qui touche maintenant près de 15 000 jeunes par an.

Cet inventaire à la Prévert, bien loin de l'exhaustivité, entend donner une indication du foisonnement d'initiatives... et de son potentiel.

La question est maintenant de savoir comment les politiques (et les médias) peuvent accompagner l'essaimage des initiatives sans cher-

**Des membres d'une Amap (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne) débroussaillent un terrain utilisé par un des agriculteurs fournisseurs de celle-ci. En matière de responsabilisation, c'est le nombre des initiatives qui compte, et non leur taille.**



cher à les faire grossir. En effet, en matière d'empowerment, c'est le nombre des initiatives qui compte et non leur taille. Voici par quoi cela pourrait passer :

- Des espaces de débat où l'on ne se contente pas de râler contre le système mais où l'on recherche collectivement des pistes de solution. Locaux, non partisans, positifs, permettant de mêler des expériences et des points de vue divers.

- L'organisation d'un droit de tirage sur l'expertise publique pour donner corps aux solutions explorées dans les débats.

- La mobilisation de ressources extrabudgétaires, notamment via les fondations, pour mener à bien les expérimentations, faciliter leur déploiement.

- La mise en place d'un volontariat tout au long de la vie pour dégager du temps et des compétences au service de cette nouvelle action collective.

C'est pour nous la condition indispensable du renouveau politique. C'est la seule réponse possible à la désespérance ou au moins au scepticisme que suscite la politique aujourd'hui.

**OPINION DANIELLE RAPOPORT**, psychosociologue, spécialiste dans l'analyse des modes de vie et de la consommation

## Sortir du marketing de la peur

L'ensemble des discours politico-médiatiques ont appuyé leurs arguments sur la peur, la souffrance, le dénuement des « gens de peu » - Pierre Sansot - pour un peuple aujourd'hui à secourir. Cette stratégie de compassion faussée ne sert que leurs auteurs. Car même si certains s'y identifient, ces mots nourrissent l'impuissance, la fragilité et le sentiment de dépendance. D'où un contexte général de défiance et, cercle vicieux oblige, d'attentes de prise en charge et de réassurance jamais satisfaites.

À rabaisser les personnes au rang de victimes - ou de coupables ! -, à les infantiliser au point de décider pour eux du degré de leur souffrance, se renforce une confusion sémantique entre une « compréhension » de « l'autre » et une empathie réelle. C'est en effet dans le respect de l'autre, de

sa situation professionnelle et sociale pour y adapter des actions justes, que la fonction et les obligations des dirigeants, quels qu'ils soient, deviennent plus crédibles. C'est ce que j'appelle la « puissance bienveillante », l'inverse de la toute-puissance et de la posture de « sauveur » que certains voudraient s'arroger dans une conception faussée du pouvoir. Il s'agit d'une assomption de soi, de ses forces et de ses faiblesses, qui signe le statut d'humain, d'être en devenir et de perfectibilité. C'est cette confiance-en-soi-et-en-l'autre qui pourra fonder un nouveau mode de relation entre les citoyens et les représentants du pouvoir, avec pour les premiers une capacité critique positive qui aiderait les seconds à connaître leurs propres forces et limites, et à (re)dimensionner leurs propositions et manières de gouverner.

Le marketing de la peur, basé sur l'appropriation d'un savoir que l'autre n'aurait pas, a été - est encore ! - fortement utilisé dans la mécanique de la consommation.

**Les personnes ont évolué dans leur façon de consommer, de recevoir l'information, de décrypter les discours, et mettent à distance leurs envies.**

Par exemple, les univers de l'alimentation ou de la cosmétologie, le jeunisme à tout prix, qui sont liés aux injonctions de santé et à la dramatisation des sources d'alarme, qui renforcent les peurs et la nécessité de ses antidotes marchandisées.

Mais les personnes ont évolué dans leur façon de consommer, de recevoir l'information, de décrypter les discours, et mettent à distance leurs envies. Et les offreurs ne sont pas tous à niveau des nouvelles attentes, pragmatiques et de contenus crédibles des marques. Internet et ses contributions signent chez les consommateurs leur volonté de savoir ce qu'ils consomment, de faire des arbitrages de temps et de budget, à travers de nouvelles formes d'accès aux produits et des liens de sens. Ils ont renforcé une confiance interindividuelle qui n'a pas son pendant dans le collectif.

Ne serait-il pas opportun, pour nos gouvernants, de s'inspirer des capacités d'invention et de résilience d'individus plongés dans

un climat d'imprévisibilité... En contrepoint des effets néfastes de l'hyper-consommation - obésité de l'offre, modèles d'obsolescence programmée -, de prendre en compte leur résultante : redécouverte d'autres valeurs, possibilité de faire vivre de nouveaux métiers, donner une seconde vie aux produits, s'inventer des bonheurs accessibles, trouver sa place dans la vie des quartiers, etc.

Cette construction nouvelle et obligée de soi dans sa sphère privée pourrait s'élargir à celle d'un collectif. À condition qu'il s'y autorise et y mette les moyens nécessaires. Ce pourrait être le début d'une confiance retrouvée, via un vrai dialogue à partir d'une écoute et d'une bonne connaissance de la diversité des personnes, de leur singularité et de leurs attentes.