

CHANGER LA SOCIÉTÉ POUR LES ANIMAUX

Devenir un mouvement social

Anou
Sarukhanyan
& Pierre
Sigler



**POUR
L'ABOLITION
DE L'ESCLAVAGE,
POUR
L'ABOLITION
DU VÉGANISME***

***À propos du nécessaire
changement de paradigme
dans le mouvement pour
les droits des animaux.**

**Anou
Sarukhanyan**

I. Introduction

a. Les animaux non-humains sont des esclaves

Depuis Darwin nous savons clairement que les êtres humains ne sont pas les seuls animaux à avoir des intérêts et ressentir des émotions. Néanmoins, les individus non-humains sont légalement une propriété dans nos sociétés spécistes. Considérés comme une simple ressource, ils sont exploités pour leur lait, leurs œufs, sont tués pour leur peau, leur chair, ou sont utilisés comme du matériel biologique pour des expériences, etc.

b. 99.8 % de l'esclavage animal = l'alimentation

Le nombre d'animaux terrestres tués pour l'alimentation s'élève à 60 milliards individus. Les animaux aquatiques sont comptabilisés en tonne (environ 150 000 000 tonnes chaque année) et le nombre des victimes aquatiques s'élève à au moins 1000 milliards d'individus. Donc en tout cela fait 1060 milliards d'êtres sensibles tués chaque année pour l'alimentation.

En comparaison, l'industrie de la fourrure tue 60 millions d'individus (→ 0,0057 % du nombre des victimes pour l'alimentation) et l'expérimentation animale engendre chaque année la mort de 300 millions d'êtres sensibles (→ 0,028 % du nombre des victimes pour l'alimentation).

II. Quelles stratégies utiliser pour abolir l'esclavage animal ?

Premièrement, nous analyserons la stratégie utilisée par les mouvements sociaux pour apporter le changement et ensuite celle pratiquée par les activistes pour les droits des animaux jusqu'à maintenant.

a. Stratégie utilisée par les mouvements sociaux (stratégie du débat public)

8

aa. Machines à faire des revendications

Les mouvements sociaux sont des machines à faire des revendications.

1. Ils doivent exprimer une revendication: « Il faut abolir l'apartheid ! », « Nous demandons le droit de vote pour les femmes ! », « Le logement doit être gratuit ! »

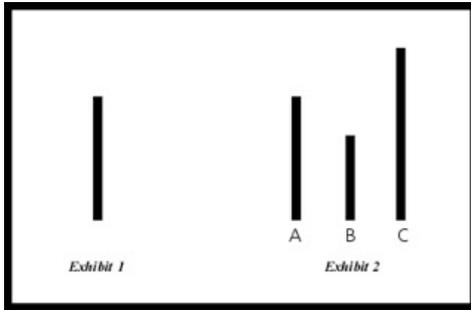
2. Ensuite, ils doivent rendre cette revendication plus visible dans la société (manifestations, actions chocs, pétitions, débats télévisés, etc.).

3. Le fait d'exprimer une revendication crée un débat public dans la société ensuite la question est mise à l'ordre du jour et devient un problème public.

Il est important de remarquer que c'est toujours une minorité qui commence à émettre une revendication. Et durant le débat public (qui peut durer pendant des décennies) plus une revendication est exprimée et discutée, plus la minorité grandit et éventuellement devient une majorité.

Dès que l'unanimité concernant une pratique disparaît grâce aux personnes qui commencent à faire des revendications pour le changement, il devient plus facile pour les autres de remettre en question cette pratique, voir à ce propos l'étude psychologique du professeur Asch.

bb. L'étude psychologique du professeur Asch



« Laquelle des barres se trouvant à droite est de la même longueur que celle se trouvant sur la gauche ? » Cela dépend...

9

Dans cette expérience, on montrait à dix personnes une barre tracée sur un papier et on leur demandait de dire laquelle de celles se trouvant à côté était de la même longueur. Mais en réalité, un seul des participants était le réel sujet de l'étude, car les 9 autres étaient des complices du psychologue et avaient reçu l'instruction de donner une réponse incorrecte. Lorsque les 9 complices donnaient une réponse fautive, le sujet se conformait à la majorité. Et il pensait même que cette majorité avait raison. Mais dès qu'il y avait au moins une personne qui cassait l'unanimité en donnant la réponse correcte, il devenait plus facile pour le sujet de remettre en question ce que disait la majorité et il était plus enclin à répondre correctement.

Si la pression sociale engendrée par l'unanimité est aussi forte pour des questions dont la solution peut simplement être trouvée en utilisant nos yeux, on peut facilement penser qu'elle est encore plus grande pour des questions de justice qui nécessitent un minimum réflexion.

Dès qu'une revendication demandant l'abolition d'une pratique est entendue dans la société, le consensus concernant la légitimité de cette dernière se fissure et elle commence à être perçue comme problématique et ainsi il devient plus facile pour les autres personnes ne pas se conformer à la majorité et d'être pour son abolition.

Par conséquent, on peut comprendre qu'en exprimant et rendant visibles des revendications qui créent un débat public, les mouvements sociaux profitent pleinement de l'effet bénéfique engendré par le fait de briser l'unanimité concernant une situation.

10

b. Stratégie utilisée par les activistes pour les droits des animaux (stratégie de la conversion)

Nous avons vu que l'exploitation animale pour l'alimentation représente environ 99,8 % de l'esclavage animal. Pourtant, concernant cette thématique, les activistes pour les droits des animaux dans le monde ont utilisé jusqu'à maintenant la stratégie de la conversion.

La stratégie de la conversion consiste à tenter de convertir les gens au végétarisme/véganisme sans créer un débat public et sans faire de revendications (comme par exemple: « les abattoirs doivent fermer ! »)

La croyance se cachant derrière la stratégie de la conversion est la suivante : « Nous sommes seulement une minorité, donc nous devons d'abord convertir beaucoup de gens au véganisme et seulement après cela nous pourrions créer un débat public demandant la fermeture des abattoirs. »

1. Pourtant tous les mouvements sociaux étaient juste une petite minorité quand ils ont commencé à exprimer des revendications, même le mouvement pour l'abolition de l'esclavage humain.

2. Ensuite la conversion au véganisme est beaucoup plus difficile s'il n'y a pas de débat public, car une pratique unanimement acceptée est très difficilement remise en question (Etude Asch).

Les mouvements sociaux n'ont jamais utilisé ce genre de tactique seule. En effet, lorsque le boycott est utilisé, c'est toujours avec l'expression de revendications qui l'accompagnent. Exemples : Gandhi appelait au boycott des textiles anglais et revendiquait que l'Inde devait être indépendante, Martin Luther King a appelé au boycott des bus « Montgomery » et a exprimé la revendication que la discrimination raciale devait être abolie. De plus, est également problématique le fait que le véganisme n'est même pas perçu par le public comme un boycott politique, mais comme un simple choix personnel (voir plus bas).

La stratégie de la conversion n'est pas utilisée dans les mouvements sociaux, mais dans les mouvements religieux. Mais l'efficacité de celle-ci est très limitée : après deux mille ans d'utilisation de cette stratégie par le christianisme, la majorité des humains n'est toujours pas de religion chrétienne, alors que le christianisme a même utilisé des techniques de conversion très violentes, pensez par exemple aux croisades. Combien de milliers d'années devra-t-on encore attendre avec cette stratégie pour en finir avec l'esclavage animal ?

III. Conséquences de la stratégie de conversion

a. Inefficience

aa. Regard historique

12 Au cours de l'histoire, aucun changement pour plus de justice n'a été obtenu avec la stratégie de conversion. À l'inverse, la stratégie des mouvements sociaux a porté ses fruits à de nombreuses reprises (le mouvement pour l'abolition de l'esclavage, le mouvement des droits civiques, le mouvement de libération des femmes, les mouvements LGBT, etc.). Ainsi, il apparaît très étrange que le mouvement des droits des animaux utilise une stratégie qui n'a jamais apporté aucune transformation sociale pour plus de justice, au lieu d'utiliser celle qui déjà maintes fois été couronnée de succès.

bb. Sensibilité à la proportion

Des recherches montrent que les gens privilégient les types d'action qui assurent une solution générale plutôt que partielle. Par exemple, dans une étude publiée en 2006, le professeur Bartels a constaté qu'une intervention qui sur 115 vies en danger en sauverait 102, est jugée plus précieuse qu'une intervention qui sur 700 en sauverait 105, alors que le nombre de vies sauvées est plus élevé dans le second cas ! Cet effet psychologique de sensibilité à la proportion est appelé « proportion dominance » en anglais,

et Bartels a montré que son impact était encore plus important dans le contexte de sauver des ressources naturelles ou des vies animales. Dans le cas de pollutions causées par deux usines, les participants à l'étude devaient choisir entre deux interventions mutuellement exclusives. L'opération sur la première entreprise prévenant 245 décès de poissons sur 350 au total a été jugée beaucoup plus importante que celle prévenant la mort de 251 poissons sur 980 décès.¹

Imaginons que le fait d'être végétalien sauve la vie de 100 animaux chaque année. Comme le nombre total d'animaux tués chaque année est de 1060 milliards, sauver 100 animaux est considéré comme tout à fait insignifiant par notre esprit humain à cause de cette sensibilité à la proportion. C'est la raison pour laquelle beaucoup de gens ne veulent pas changer leur régime alimentaire: ils ressentent fortement que leur petite action individuelle ne changera rien au nombre gigantesque d'animaux tués chaque année.

Au contraire, si le fait de refuser de consommer des produits d'origine animale était présenté comme la participation à un boycott mondial, partie intégrante d'un mouvement dont le but est d'éliminer la totalité des 1060 milliards de meurtres chaque année, nous pouvons supposer que les gens s'engageraient plus facilement.

1. Pour plus d'informations sur cette étude, lire Bartels, Daniel M., *Proportion Dominance: The Generality and Variability of Favoring Relative Savings Over Absolute Savings* (2006). *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 100, pp. 76-95, 2006.

cc. Détournement de temps et d'énergie

Le mouvement des droits des animaux ne dispose pas d'un nombre astronomique de militants et nos ressources sont limitées. Néanmoins, nous utilisons notre temps et notre énergie pour convertir un par un 6 milliards de non-vegans, sans même savoir si cette stratégie réussira un jour. Alors qu'à la place, nous pouvons œuvrer, par des actions publiques, à ouvrir le débat dans la société tout entière sur la légitimité de tuer des animaux pour la consommation, ce qui fera réfléchir chaque citoyen à ce sujet.

Notre but étant de faire changer la situation pour les animaux, nous devrions consacrer notre temps à la stratégie la plus efficace, qui permet d'arriver à l'abolition de l'exploitation animale le plus rapidement possible. Sinon, des milliards d'animaux souffriront et mourront pour rien.

14

Ainsi, si nous voulons que nos idées soient entendues dans la société, afin que de plus en plus de gens boycottent les produits d'origine animale et qu'un jour l'exploitation animale soit abolie, nous devons susciter un débat public : un tel débat est alimenté par des revendications, et non par la stratégie de la conversion.

b. Question de choix personnel

La stratégie de la conversion crée l'impression chez le public qu'il s'agit d'une question de choix personnel et non d'une question de justice : « De la même manière que certains individus sont musulmans, d'autres sont vegans, chaque personne a le droit de faire ce qu'elle veut. »

Évidemment, la décision de tuer et manger un autre individu ne relève pas d'une question de choix personnel mais d'une question de justice envers les animaux exploités. Pourtant le public ne comprendra cela que lorsqu'il y aura des personnes

qui exprimeront la revendication que le meurtre des animaux pour la consommation doit être aboli.

À cause de l'utilisation du concept de « véganisme », voilà ce qui reste dans l'esprit du public : « Ils ne mangent pas de produits d'origine animale, car ils sont vegans », ce qui ressemble beaucoup à : « Cet homme ne mange pas de cochon, car il est musulman ». On revient encore à une question de choix personnel. Par contre si l'on commence à utiliser des revendications politiques, on entendra : « Ils boycottent les produits d'origine animale, car ils réclament la fermeture des abattoirs / car ils demandent que l'exploitation animale soit abolie / car ils veulent que les animaux aient un droit légal à la vie. »

Se définir comme vegan ou végétarien fait ainsi passer le refus d'une pratique pour un simple mode de vie. Si nous ne voulons pas que cette problématique soit perçue comme une question de choix personnel, lorsque quelqu'un nous demande pourquoi nous ne mangeons pas de produits d'origine animale, au lieu de dire simplement : « je suis vegan » nous devrions dire : « je boycotte ces produits car je suis pour la fermeture des abattoirs » ou « parce que je suis pour l'abolition de l'exploitation animale ».

15

c. Renforcement psychologique du spécisme

Le but de la stratégie de la conversion est de convertir un maximum de gens au véganisme, les moyens pour y arriver ne sont pas importants. C'est pourquoi, beaucoup d'arguments sont utilisés qui n'ont aucun rapport avec l'oppression des animaux non-humains. Par exemple, les arguments écologiques et concernant la santé sont présents sur beaucoup de flyers que nous distribuons. Et parfois il n'y a même pas un seul mot sur le spécisme.

Si nous vivions dans une société où l'on mange des enfants, critiquerions-nous cette pratique en disant qu'elle peut être mauvaise pour la santé des cannibales ? Non, nous la critiquerions seulement en disant que les enfants ont un intérêt à continuer à vivre leur vie la plus longue et la plus heureuse possible et qu'il est absolument inacceptable de les sacrifier pour le plaisir gustatif de certains. Parler également de la santé des cannibales enverrait le message implicite que les intérêts des enfants ne sont pas si importants.

Imaginez une manifestation contre le génocide au Rwanda dans laquelle les participants auraient dit : « Ce massacre doit cesser immédiatement car il produit beaucoup trop de sang et cela pollue les nappes phréatiques. » Il est immoral d'utiliser des arguments écologiques ou de santé lorsqu'on critique une pratique qui provoque le meurtre des êtres humains. Il est également immoral de les utiliser lorsqu'on critique une situation où des êtres sensibles d'une autre espèce sont tués.

16

La stratégie de la conversion nous pousse à utiliser chaque argument que nous pouvons trouver pour convertir les gens au véganisme, mais lorsque nous utilisons des arguments écologiques ou de santé, alors que cela concerne au premier plan des animaux dont on tranche chaque jour la gorge, nous envoyons implicitement un message spéciste inconscient selon lequel la vie de ces animaux n'est finalement pas si importante.

IV. Que faire pour abolir l'esclavage des animaux non-humains ?

a. Exemple de l'abolition de l'esclavage humain

Prenons exemple sur les abolitionnistes de l'esclavage humain au 19^e siècle. Ont-ils cherché à convertir la population au « hooganisme » (un mode de vie qui exclut tous les produits de l'esclavage humain) ?

Non ! Ils ont exprimé la revendication que l'esclavage humain doit être aboli et ont ouvert le débat. Et les activistes pour les droits des animaux devraient faire la même chose.

b. Stratégie moralement inacceptable

Imaginons qu'il y ait eu dans notre pays des camps de concentration dans lesquels des esclaves humains étaient utilisés pour produire différents produits, aurions nous dit simplement aux gens d'arrêter d'acheter ces produits ou aurions nous exprimé la revendication que ces camps de concentration doivent fermer ? Il est facile de comprendre qu'on aurait clairement exprimé qu'ils doivent fermer et qu'il aurait été totalement immoral de notre part

de nous contenter de demander aux gens de changer leurs habitudes de consommation.

Ainsi non seulement la stratégie de la conversion est inefficace, fait passer l'exploitation animale pour une question de choix personnel et renforce inconsciemment le spécisme, mais de plus elle n'est pas une position moralement acceptable.

c. Stratégie des mouvements sociaux / du débat public

Si nous voulons abolir l'exploitation animale, nous devons exprimer une revendication demandant son abolition, la faire entendre de plus en plus dans la société et ainsi créer un débat public sur cette question.

18

Par exemple, lorsque nous écrivons des tracts ou des communiqués de presse, lorsque nous sommes interviewés, quand nous organisons des manifestations, à la place de la phrase individualiste: « Devenez vegan ! », nous devons exprimer des revendications claires pour un changement dans la société: « Le fait de tuer des animaux pour la consommation doit être aboli ! »

Pour illustrer et pleinement comprendre la différence entre les deux stratégies, on peut analyser les exemples suivants.

Stratégie de la conversion

« Devenez vegan ! »

« Le véganisme est bon pour la planète. »

« Le véganisme est bon pour la santé. »

« Les vegans font mieux l'amour. »

« Devenir vegan est un choix rationnel. »

« La nourriture végane est délicieuse. »

Stratégie du débat public / des mouvements sociaux

- « Nous demandons l'abolition du statut de propriété des animaux. »
- « Il est temps de fermer les abattoirs ! »
- « Le fait de tuer les animaux pour la consommation doit être aboli. »
- « Les animaux doivent avoir un droit légal à la vie. »
- « Nous demandons l'interdiction du meurtre des animaux pour l'alimentation. »
- « La société doit condamner et combattre le spécisme comme elle combat le racisme et le sexisme. »
- « L'élevage, la pêche et la chasse, ainsi que la vente et la consommation de produits animaux, doivent être abolis. »

(tiré de la résolution du mouvement mondial pour l'abolition de la viande: <http://www.meat-abolition.org/fr/presentation>)

19

Conclusion

Lorsque nous faisons de l'activisme ou parlons simplement pour défendre les non-humains, nous devons nous assurer que notre message est compris comme une demande de changement qui concerne la société tout entière. Au lieu d'avoir peur de nous affirmer, nous devons avoir le courage de parler pour les animaux exploités et commencer à exprimer ce que nous voulons réellement :

- « Nous demandons l'abolition de l'esclavage animal ! »

DE L'APPEL À LA VERTU À L'EXIGENCE DE JUSTICE POUR LES ANIMAUX



**Pierre
Sigler**

1. La mobilisation morale

1.1. Exigence de justice et appel à la vertu

La philosophie morale se divise en plusieurs branches. La méta-éthique analyse les concepts fondamentaux de l'éthique, l'éthique normative détermine ce qui est bien ou mal, l'éthique appliquée s'occupe de cas concrets... Reste un domaine largement inexploré: la mobilisation morale. Comment, face à un fléau, mobiliser les agents moraux pour y porter remède ?

Je vois deux méthodes possibles: *l'exigence de justice* et *l'appel à la vertu*. L'exigence de justice est de nature fondamentalement politique: elle réclame des changements législatifs, institutionnels ou sociaux. L'appel à la vertu est apolitique: elle demande aux gens d'agir plus vertueusement, de modifier leur comportement individuel. Pour combattre la pauvreté, l'exigence de justice consiste (par exemple) à réclamer l'édification d'un état providence, la mise en place d'un salaire minimum, la constitution de syndicats, une redistribution des richesses généreuse (voire, pour les plus radicaux, un changement complet de système économique et social). L'appel à la vertu consiste à exhorter les gens à être plus charitables, les municipalités à ouvrir une soupe populaire, les patrons à faire un effort vis-à-vis de leurs employés. Il enjoint les pauvres à être plus solidaires les uns les autres. Il leur conseille d'éviter les dépenses inutiles, de faire des économies, de travailler plus dans la mesure du possible, ou de se détacher des désirs matériels.

L'exigence de justice s'exerce à l'échelon collectif. Il s'adresse aux citoyens. L'appel à la vertu s'exerce à l'échelon individuel. Il s'adresse aux personnes privées: consommateurs, donateurs, croyants, disciples...

Signe de l'apolitisme de l'appel à la vertu, il peut se faire sous un régime autoritaire, alors que l'exigence de justice requiert la démocratie (si on veut éviter la prison).

1.2. La cause du mal

24

Ces deux approches découlent d'analyses différentes (mais pas antinomiques) des causes *évitables* des maux. Pour les tenants de l'exigence de justice, les principales causes évitables des maux sont des défauts dans les structures sociales (typiquement, les lois). Pour y remédier, il faut donc changer la loi, créer, modifier ou démanteler telle ou telle institution, mettre en place des incitations (financières ou autres) pour modifier le comportement des gens (la taxe carbone, par exemple). Pour les tenants de l'appel à la vertu, les principales causes évitables des maux sont les défaillances des agents moraux. Un manque de compassion, un excès de cupidité, des passions trop violentes, un manque d'éducation morale; bref, le vice. Pour y porter remède, il faut donc s'adresser aux individus, leur faire la morale, stimuler leur compassion (par des reportages poignants, par exemple), les aider à calmer leurs passions violentes (par la prière, la méditation, ou la lecture d'un énième livre sur les sagesses antiques), les informer; bref, stimuler leur vertu.

Les tenants de l'exigence de justice ne nient pas l'importance des comportements individuels, mais ils pensent qu'on peut les modifier plus efficacement par des mesures politiques qu'en faisant la morale à chacun. Qu'il est plus facile d'agir sur les causes sociologiques des comportements que sur leurs causes psychologiques.

1.3. Une stratégie lourde de sous-entendus

Se contenter, pour mobiliser les agents moraux, de l'appel à la vertu n'est pas sans implications néfastes. Cela sous-entend que l'on se base sur une éthique de la vertu, que ce qu'on propose va au-delà de nos obligations morales ou est inaccessible, et que faire autrement est légitime.

1.3.1. Une éthique de la vertu

L'éthique de la vertu est un courant de l'éthique normative qui se donne pour but l'amélioration du caractère des agents moraux, le développement de leurs vertus : la bonté, la générosité, la tempérance, le courage... L'éthique de la vertu est une morale privée, visant à la réalisation de soi, à la vie bonne. Elle s'oppose aux éthiques universalistes, pour lesquelles ce qui est bien ou mal l'est partout dans le monde, indépendamment des opinions de celui qui agit.¹

L'éthique de la vertu a toujours un parfum d'élitisme. Aristote la réservait aux citoyens. Une école plus contemporaine d'éthique de la vertu s'appelle le perfectionnisme. Comme son nom l'indique, le but de cette morale est de se perfectionner soi-même. Ses contempteurs y voient une doctrine inégalitaire, pour laquelle il faut favoriser dans la société les êtres d'exception. Nietzsche est un représentant exemplaire du perfectionnisme.²

Tout appel à la vertu ne découle pas d'une éthique de la vertu. Par exemple, une ONG peut appeler les donateurs à la vertu tout en se basant sur une éthique universaliste (les droits de l'Homme, par exemple). En revanche, quand on se fonde sur une éthique de la vertu, on ne peut mobiliser les agents moraux **que** par l'appel à la vertu. La vertu ne peut venir que d'une impulsion

intérieure, pas de la contrainte. Il serait absurde de vouloir interdire la méchanceté ou décréter le courage. À la limite, on manifeste plus facilement sa vertu dans un monde exécrationnel que dans un monde idyllique : un végétarien doit faire preuve de plus de vertu (de force morale) en vivant dans un monde spéciste que dans un monde non spéciste.

Ainsi, un courant de pensée qui n'utiliserait que l'appel à la vertu donnerait l'impression de procéder d'une éthique de la vertu et par conséquent de proposer une éthique personnelle. À plus forte raison si le comportement qu'il veut propager apparaît au public comme une ascèse prenant la forme d'une liste d'interdits, ou si ce groupe de personnes se définit par leur comportement et non par leur idéologie.

1.3.2. Des actes surrogatoires

26

Par définition, l'exigence de justice énonce des obligations (« il faut interdire l'excision », « il faut mettre fin aux discriminations contre les étrangers »). Alors qu'en règle générale, les actes qu'encourage l'appel à la vertu sont surrogatoires, c'est-à-dire qu'ils vont au-delà de nos obligations morales. Donner à une œuvre de charité est considéré comme une chose bonne, mais pas comme une obligation morale. Acheter des produits issus de l'agriculture biologique ou du commerce équitable est considéré comme moralement bon, mais acheter des produits issus de l'agriculture et du commerce conventionnels n'est pas perçu comme immoral.

C'est logique : si un acte est vraiment condamnable, on doit vouloir l'interdire. Si on donne juste des recommandations, c'est que l'on ne pense pas qu'il soit légitime de l'interdire. Ou qu'on croit l'interdiction irréalisable.

1.3.3. Une utopie inaccessible

Souvent, ceux qui appellent à la vertu se refusent d'exiger des changements sociaux quand ils pensent que ces changements sont impossibles, que ce qu'ils proposent est faisable par une petite minorité très motivée, mais hors de portée du commun des mortels.

L'idée sous-jacente est :

– soit que toute réforme politique est impossible. Ne reste plus qu'à promouvoir une morale personnelle pour mieux vivre.

On a observé ce basculement dans la Grèce antique. Pour mettre en pratique leurs principes éthiques, les philosophes de l'Athènes classiques ont eu une approche politique : ils ont imaginé des cités idéales, de nouvelles constitutions, des réformes politiques et économiques. Mais, à l'époque hellénistique (celle des royaumes grecs consécutifs aux conquêtes d'Alexandre), les démocraties directes en Grèce furent remplacées par la royauté, puis par l'Empire (romain). Comme le changement politique devenait impossible, sont montées en puissance les morales et sagesse personnelles : le cynisme, l'épicurisme, le stoïcisme...

27

– soit que la nature humaine est mauvaise et irréformable. Ne reste plus alors qu'à se rabattre sur une morale de la vertu aristocratique.

Souvent les religions adoptent ce point de vue. La charité chrétienne consiste à soulager la souffrance, la pauvreté, mais pas tellement à lutter contre ses causes. La souffrance est due au péché originel, elle est donc inhérente à la nature humaine (voire méritée). En outre, dans la morale chrétienne traditionnelle, on ne se préoccupe que secondairement des conséquences (on les laisse à Dieu), le but de l'éthique est de se comporter vertueusement pour racheter ses péchés.

La non-violence hindouiste est aussi un idéal inaccessible. L'accent est mis sur la bienveillance de l'agent, sa compassion, le but étant d'améliorer son karma par la vertu. La souffrance est méritée (on souffre d'autant plus qu'on a un mauvais karma, c'est-à-dire qu'on n'a pas été vertueux dans une vie antérieure). Il n'y a donc pas lieu d'abolir les castes, de traiter mieux les intouchables, de réduire les inégalités sociales, etc.

1.3.4. Les autres opinions sont légitimes

En utilisant exclusivement l'appel à la vertu, on sous-entend aussi que les choses qu'on critique sont légitimes, même si on arrive à faire comprendre qu'on les trouve immorales, car tout ce qui est immoral n'est pas illégitime. Par exemple, on peut être en désaccord complet avec un courant politique, considérer que, au pouvoir, ses représentants prennent des mesures iniques, et néanmoins considérer que ce courant a sa place en démocratie, qu'il serait mauvais de l'interdire, et désastreux d'instaurer un parti unique, aussi bonnes soient ses idées.

On peut aussi renoncer à toute exigence de justice par relativisme moral³, c'est-à-dire en adhérant à une théorie morale particulière tout en pensant que les autres « systèmes de valeur » sont pareillement légitimes.

1.4. L'activation de nos intuitions « éthique de la vertu »

Nous n'avons pas besoin de connaître explicitement l'éthique de la vertu pour penser dans ce cadre. Notre sens moral fonctionne beaucoup à l'intuition (Haidt, 2001). Parmi ces intuitions, issues de notre histoire évolutive, certaines relèvent de l'éthique de la vertu. Avant de s'engager dans une coopération avec autrui, il est essentiel d'évaluer sa fiabilité. Pour ce faire, il faut, en se basant sur son comportement passé, se faire une idée du genre de personne qu'il est (quelles sont ses qualités et ses défauts, ses vices et ses vertus). Ainsi, nous pouvons utiliser les concepts, raisonnements et catégories de l'éthique de la vertu sans le savoir. Un appel à la vertu active, sans que nous nous en rendions forcément compte, la partie « éthique de la vertu » de notre sens moral.

29

2. La stratégie végétariste actuelle

Il est question ici de la stratégie employée et non du fait d'être végétarien ou végane, ce qui en soi est une très bonne chose. J'appelle « stratégie végétariste » celle qui se fonde sur les idées suivantes :

- Consommer végane constitue l'essentiel de ce qu'on peut faire pour les animaux ;
- Le meilleur moyen d'affaiblir l'industrie de la viande est d'augmenter le nombre de végétariens et véganes ;
- S'employer à convaincre les autres de devenir végétariens ou mieux véganes est la méthode la plus efficace pour augmenter le nombre de végétariens et véganes.

2.1. Une stratégie fondée sur l'appel à la vertu

Force est de constater que la promotion du végétarisme et du véganisme repose sur l'appel à la vertu. D'ailleurs, par définition même, l'éducation (au véganisme ou autre chose) ne cherche pas à changer la chose publique (la loi, les recommandations du PNNS, les cours des facs de médecine...), mais la chose privée (les gens).

Bien sûr, ceux qui privilégient cette approche sont, la plupart du temps, animés par une morale universaliste, et souhaitent un changement de société (le simple fait qu'ils militent le montre). Mais les moyens qu'ils emploient ne sont pas congruents avec leurs vues. C'est pourquoi **le végétarisme est perçu par le public comme relevant d'une éthique personnelle** (de type « éthique de la vertu », donc) comme étant surrogatoire ou utopique, et la consommation de viande comme malgré tout légitime.

30

En témoignent un certain nombre d'objections que l'on nous adresse.

– « Personne n'est parfait ! »

Cette objection n'aurait littéralement aucun sens en réponse à une exigence de justice. Elle n'a de sens que pour des actes surrogatoires dans le cadre d'une éthique de la vertu : chacun choisit sa façon de faire sa BA, certains font un chèque aux bonnes œuvres, d'autres font du bénévolat aux Resto du cœur, d'autres sont végétariens.

C'est ainsi que la fondatrice de Néoplanète présente son végétarisme :

« La souffrance m'est insupportable. Le végétarisme est ma manière de dire "non !" On est ce que l'on mange. Et la spiritualité, religieuse ou laïque, commence dans l'assiette. Mon mari, mes enfants, mes amis mangent de la viande et je n'ai jamais tenté de les convaincre car c'est une décision personnelle, une abnégation que tous ne peuvent accepter⁴. »

– « Mais moi aussi je suis un type bien ! » (variante je-ne-suis-pas-si-méchant-que-ça : « de toute façon, je ne mange pas beaucoup de viande »)

L'Elfe, sur le blog *Les questions composent*, présente cette objection ainsi :

« Combien m'ont rebattu les oreilles avec leur bonté, leur gentillesse, leur non-méchanceté, leur amour des animaux ou leur comportement responsable... Sans jamais se douter à quel point je m'en badigeonne le nombril avec le pinceau de l'indifférence. Tout ce que leurs démonstrations me suggèrent, c'est que je trouve dommage qu'ils se sentent jugés par mon comportement, ce qui est à des années-lumières de mon objectif⁵. »

Bien que ce ne soit pas l'objectif, c'est ce que les gens comprennent du discours *go vegan*. Là encore, ces protestations n'auraient aucun sens en réponse à une exigence de justice.

– « Le végétarisme est une sorte de religion » ; « les végétariens forment une secte »

En effet, car la morale religieuse est une éthique de la vertu, et l'appel à la vertu, surtout végétalien, apparaît aux yeux du profane comme une liste d'interdits alimentaires (pour ne pas dire de tabous).

Voici par exemple comment un médecin engagé dans la promotion du véganisme présente les choses :

« Être végétalien, c'est non seulement ne consommer aucune chair animale, donc ne manger ni viande rouge, ni viande blanche, ni poisson, mais aussi aucun produit dérivé des animaux. Les végétaliens ne mangent ni lait, ni œufs, mais aussi les produits dérivés du lait et des œufs. Par conséquent, les végétaliens ne mangent pas de fromage. En résumé, les végétariens ne mangent aucune chair animale, les végétaliens aucun produit d'origine animale. »

Le parallèle avec les interdits religieux saute aux yeux (la citation est de moi) :

Un juif pratiquant ne consomme aucun produit qui ne soit pas casher, c'est-à-dire aucun produit qui n'ait pas reçu le cachet officiel des autorités religieuses. Être juif, c'est ne consommer que des mammifères ayant les sabots fourchus (donc pas de porc ni de charcuterie à base de porc, pas de lapin, pas de chameau, etc). Les oiseaux sont permis à l'exception de 24 espèces impures (Lv 11:13-19 et Dt 14:12-18). Ne sont permis que les animaux aquatiques ayant des écailles et des nageoires, un juif ne consomme donc pas de crustacés, coquillages et autres fruits de mer. Les autres animaux sont interdits. Les produits de la terre sont permis sauf les fruits d'un arbre de moins de 3 ans. Est autorisé le lait des animaux purs, mais un juif ne mélange pas les laitages et la viande au cours d'un même repas. Etc, etc.

32

Citons encore :

- « Les végétariens se croient supérieurs aux carnivores ! »
- « Les végétariens ont un air tristounet » (traduction : c'est pas terrible comme programme de développement personnel)
- « Chacun son opinion. Tu es libre d'être végétarien, alors laisse-moi manger de la viande »

En témoignent aussi la façon dont les végétaristes eux-mêmes présentent le végétarisme : comme un « mode de vie ». Le mode de vie ne relève pas de l'exigence de justice, ni même d'une morale universaliste ; il dépend de la personnalité de chacun. Il procède, pour les personnes les plus morales ou philosophes, d'une éthique de la vertu, et pour la plupart des gens d'une simple question de mœurs, d'habitudes personnelles et autres traditions familiales ou sociales. En outre, la littérature végétariste fourmille d'expressions propres à l'éthique de la vertu : « mode de vie sans cruauté », « choisir sans cruauté », « mode de vie compatissant », « véganisme : la voie de la compassion »...

2.2. Les présupposés de cette stratégie

33

Nous parlons ici des présupposés de cette stratégie lorsque celle-ci est mise en œuvre par des personnes animées par une morale universaliste. Quand un végétarien fonde son végétarisme sur une éthique de la vertu, il est tout à fait normal qu'il en appelle à la vertu.

2.2.1. Sur tout sujet, les humains ont des convictions et agissent en fonction de ces convictions

Les partisans de l'éducation végane pensent donc qu'il est indispensable de changer le for intérieur de chacun. Exemple :

« Mais le véganisme est un mouvement collectif, bien qu'il appartienne à chaque individu d'adopter ce style de vie au terme de réflexions qui doivent lui être propres⁶. »

Le thème de la réflexion personnelle est très présent dans les discours végétaristes⁷. Typiquement, ils ne se terminent pas par une prescription, que ce soit une exigence de justice (« il faut abolir la viande ! » ; « nous demandons la fermeture des abattoirs ! ») ou un appel clair à la vertu (« vous devez cesser de manger les animaux ! »). On donne des arguments et on laisse la conclusion ouverte, libre à l'interlocuteur d'adopter (ou pas) la même conclusion que nous. Voici la conclusion de l'argumentaire *éthique* du site de l'AVF :

« Et quand bien même la souffrance animale serait réduite à une seconde (ce qui n'est pas envisageable dans le cadre de l'élevage intensif), prendre la vie d'un animal alors que ce n'est pas nécessaire (voir notre page santé) est-il un acte juste ? C'est une question à laquelle il existe autant de réponses que de personnes sur terre (sic). »

34

La figure de style employée (l'hyperbole affirmant qu'il existe des milliards de conclusions possibles) me semble symptomatique d'une volonté appuyée de ne pas avoir l'air de répondre à la question qu'on a eu l'audace de formuler. C'est une manière imagée de dire : « chacun son opinion »

Autre exemple à propos de l'éducation végane :

« on ne doit pas dire aux gens de devenir végétariens, mais leur en suggérer la possibilité. On ne doit pas leur mettre sous le nez des images d'animaux morts sans qu'ils l'aient demandé, car, qu'on le veuille ou non, c'est une agression et cela tend à les culpabiliser, or ils culpabilisent déjà⁸. »

On croit donc nécessaire que les gens se forment une opinion et agissent en conséquence. Pourtant, quand on demande aux gens pourquoi ils mangent de la viande, beaucoup trouvent la question insolite (car il n'est pas coutume de devoir justifier un choix par défaut).

La réponse la plus fréquente est : « Parce que j'en ai toujours mangé ». Viennent ensuite « parce que ce serait trop compliqué d'être végétarien » (i.e. l'offre végétarienne dans les magasins et restaurants est pauvre), « parce que je n'ai pas envie de me casser la tête » (i.e. j'ai depuis l'enfance des routines de mangeur de viande et ça me demanderait des efforts d'en changer), « parce que j'aime la viande⁹ ». Aucune conviction personnelle dans ces réponses, aucune idéologie, seulement le poids des habitudes et la pression sociale¹⁰.

Prenons l'exemple de l'homophobie. Celle-ci n'a pas reculé en occident au cours des dernières décennies parce que chacun a, en son for intérieur, compris la fausseté du sophisme naturaliste ou la vacuité du concept de crime sans victime¹¹, mais parce que l'homophobie a reculé dans la société toute entière, qu'il est devenu socialement délicat de tenir des propos homophobes (et même délictueux depuis 2005 en France).

Car, sur un sujet donné, la plupart des gens n'ont pas ce qu'on appelle un jugement personnel. Ils font ou pensent comme leur entourage, ils endossent le choix par défaut de leur société ou de leur groupe social. D'autre part, ce n'est pas parce que nous avons une conviction que nous l'appliquons (Reus, 2010):

« De façon récurrente, des enquêtes nous informent qu'une proportion notable (et croissante) de la population condamne le mal qui est fait aux bêtes, alors même qu'elle l'entérine par son mode de consommation. Donnons-en trois exemples français :

Selon un sondage réalisé en novembre 2009, 82 % des personnes interrogées pensaient consommer du foie gras au prochain repas de Noël. Un autre sondage, effectué ce même mois de novembre, indiquait que 63 % des sondés estimaient que les oies et canards souffraient du gavage et que 44 % d'entre eux étaient favorables à l'interdiction du gavage.

En janvier 2000, un sondage a été effectué auprès de consommateurs d'œufs afin d'évaluer leur perception des élevages de poules pondeuses en batteries de cages. À une écrasante majorité (plus de 80 %), ils se sont déclarés d'accord avec des propositions décrivant ce type d'élevage de façon très négative [...]. À la question "À l'avenir, seriez vous [...] favorable à interdire l'élevage de poules pondeuses en cage et n'autoriser que l'élevage en plein air, sachant que cette mesure entraînerait une augmentation du prix des œufs ?", 86 % des sondés ont répondu "oui". Enfin, 70 % ont jugé "très important" le critère "bien-être des poules" dans l'achat d'œufs. Or, à l'époque de ce sondage, 90 % des œufs vendus en France provenaient précisément d'élevages en batterie¹². »

De même, parmi les partisans de l'agriculture biologique et du commerce équitables, combien évitent complètement les produits conventionnels ?

36

2.2.2. Postulat : Les gens agissent sur la base de croyances individuelles

Dans certains cas, il est vrai nous agissons sur la base de nos croyances (je pense qu'il pleut, donc je prends un parapluie); dans d'autres cas, nous adoptons les croyances en accord avec nos actes.

Le cas de la viande relève typiquement de la seconde catégorie. Nous mangeons d'abord de la viande, et c'est ensuite que, éventuellement, nous nous faisons une idée sur la question.

On peut même agir sans vraiment être motivé par des croyances particulières, de manière routinière, machinale. C'est le cas, en partie du moins, pour la viande. Les gens en mangent parce que tout le monde en mange autour d'eux et parce qu'ils en ont toujours mangé. Autrement dit, chacun fait x parce que tout le monde (soi compris) fait x .

2.2.3. Corollaire: la plupart des mangeurs de viande sont partisans des abattoirs

La stratégie de la conversion au végétarisme ou au véganisme repose sur l'hypothèse, corollaire de la précédente, que (presque) tout mangeur de viande est un partisan de l'élevage et des abattoirs, soit parce qu'il est un fieffé spéciste, soit parce qu'il refuse de s'informer pour ne pas être dégoûté des produits animaux. Dans cette optique, convaincre le grand public revient à rendre le grand public végétarien (ou mieux encore végan).

Dan Cudahy (2008) écrit :

« Comme le reconnaît clairement et explicitement le Professeur Francione dans *Rain Without Thunder*, les cinq critères [définissant une réforme dite abolitionniste] limitent les réformes des pratiques industriels à des changements tellement dévastateurs pour l'industrie (par exemple, résultant en l'élimination de quelque chose essentiel, du genre « tuer des animaux pour la nourriture ») que de tels changements n'auraient aucune chance d'être acceptés dans notre société spéciste actuelle. Seule une société avec une population végane politiquement viable accepterait des changements aussi révolutionnaires. »

37

Drôle d'argument. En quoi convaincre la population de devenir végane serait plus facile que de la convaincre (par exemple) que la viande doit être abolie, ou qu'en principe le boycott des produits de l'élevage et de l'abattage est quelque chose de juste ? Ceci n'a de sens que si on postule que tout mangeur de viande est un partisan des abattoirs (et que symétriquement tout opposant aux abattoirs est végan).

Les enquêtes disponibles montrent pourtant le contraire. Voir Reus et Dupont (2012a et 2012b) pour une revue complète.

Voici deux exemples.

Une étude menée par Cazes-Villette (2004) sur le rapport du consommateur français à la viande révélait que :

– 14 % des personnes interrogées répondent qu’elles sont en désaccord avec l’affirmation « *Il est normal que les humains élèvent des animaux pour leur viande* » ;

– 39 % désapprouvent l’idée « *que l’on puisse tuer un animal par la pêche* » ;

– 58,8 % désapprouvent l’idée « *que l’on puisse tuer un animal par la chasse* ».

Or seuls 1,2 % des répondants étaient végétariens.

38

Une enquête menée aux États-Unis montre qu’en 2011, à la phrase « *Si les animaux de ferme sont traités décemment et humainement, je n’ai pas de problème à consommer de la viande, du lait et des œufs* »,

– 51 % des Américains expriment un fort niveau d’accord avec cette affirmation (niveau 8 à 10)

– 42 % un niveau modéré (niveau 4 à 7)

– 7 % un faible niveau (niveau 0 à 3)

Ceux qui sont fortement d’accord étaient 63 % en 2007 et 54 % en 2010.

2.2.4. Corollaire: il faut convertir un certain nombre de personnes au végétarisme avant de pouvoir lancer un débat public sur l'abolition de la viande

C'est effectivement logique si on pense que les gens agissent en conformité avec leurs convictions, et que donc la plupart des mangeurs de viande sont pour les abattoirs, et qu'ils ne peuvent changer d'avis qu'à la suite d'une réflexion personnelle et approfondie.

Illustration :

« Tu penses que c'est possible d'abolir la viande tant que 98 % des gens en mangent ? Encore une fois, si 98 % des gens fumaient et pensaient que c'est tout à fait normal d'enfumer son entourage, il aurait été tout bonnement impossible de promulguer une loi anti-tabac dans les lieux publics. On ne peut pas faire des lois comme ça sans changer des mentalités. Ça ne veut pas dire que tout le monde doit être d'accord avec une loi pour la promulguer. Mais penser que 2 % de végétariens vont abolir la viande, c'est tout simplement du fantasme¹³ ».

39

Ce commentaire suppose aussi autre chose : que l'appel à la vertu est plus efficace que l'exigence de justice pour décider quelqu'un à devenir végétarien. Or, je pense le contraire, étant donné les sous-entendus de l'appel à la vertu (cf. 1^{re} partie).

Il est difficile d'extrapoler à partir d'un exemple, mais le cas de l'Inde, où plus du tiers de la population est végétarienne, ne semble pas confirmer l'idée qu'une large population végétarienne favorise ou engendre mécaniquement l'éclosion d'un débat public sur la légitimité de la viande.

2.2.5. Conception sociologique individualiste

Étant donné que l'augmentation du nombre de végétariens entraîne une diminution de la demande de produits animaux, et corrélativement une diminution de l'offre, l'augmentation du nombre de végétariens est perçue comme l'arme la plus efficace pour affaiblir l'industrie de la viande.

« Le seul moteur du pouvoir politique et économique quasi absolu que l'industrie de l'élevage et de la viande a sur les animaux sont les consommateurs, individuellement ou collectivement, qui cautionnent, demandent, financent, et sont en dernière instance responsables de l'existence de l'industrie de la viande et de sa toute puissance ».

Cette idée me semble découler de présupposés sociologiques réducteurs.

40 *Tous les individus sont socialement égaux.* Or, ce n'est manifestement pas le cas. Certaines personnes font plus autorité que d'autre dans tel ou tel domaine. Le président du PNNS, le directeur de la centrale d'achat de Monoprix ou les journalistes ont un pouvoir d'influence bien plus grand qu'un passant dans la rue.

C'est la demande qui détermine l'offre. Certes, mais l'inverse est tout aussi vrai. Je ne fais pas simplement allusion à la publicité. De nombreux travaux d'économie comportementale montrent que l'offre disponible influence grandement les désirs des consommateurs. La simple disposition des plats sur un buffet modifie les choix des clients¹⁴. Les gens mangent de la viande parce que c'est l'option par défaut, parce qu'on en trouve partout.

L'exemple de la législation australienne concernant les armes à feu illustre l'influence que l'offre peut avoir sur la demande. Le lobby des armes à feu affirme que les décès par armes à feu ne sont pas dus aux armes à feu mais à la volonté de tuer qu'ont certains individus.

Ceux dont la volonté de tuer est si forte qu'ils passent à l'acte n'auraient pas de peine à acheter des armes sur le marché noir ou à utiliser d'autres armes. Par conséquent, des lois limitant la détention des armes à feu non seulement n'empêcheraient pas les meurtres, mais priveraient les victimes potentielles d'un moyen de dissuader leurs agresseurs ou de se défendre en cas d'agression, entraînant une augmentation des homicides. Or, après les réformes de 1996 (restriction drastique des ventes et programmes de rachat des armes en circulation), les tueries par armes à feu ont cessé. Les homicides par arme à feu ont diminué à un rythme deux fois plus important qu'avant la réforme. En seulement dix ans, le taux d'homicide par arme à feu a diminué de 60 % et celui de suicide par arme à feu de 65 %. Le taux de suicide en général est passé de 23,6 à 14,9 pour 100 000 habitants¹⁵, celui d'homicide en général de 1,9 à 1,3¹⁶. Il n'y a pas eu d'effet de substitution (en faveur des armes blanches, par exemple) statistiquement détectable. Il semble donc bien que la disponibilité des armes à feu augmente le désir de s'en servir.

41

C'est l'acheteur final qui détermine la demande. C'est loin d'être aussi simple. Il est également vrai que les gens achètent ce qu'on leur propose en rayons. Rappelons que quatre français sur cinq affirment être contre l'élevage des poules pondeuses en batterie mais que quatre français sur cinq achètent des œufs issus de ce type d'élevage, simplement parce qu'ils font leurs courses sans faire attention, ou parce qu'ils se laissent tenter par le prix, ou parce qu'il n'y a plus d'œufs « plein air » en rayon. D'autre part, quasiment la moitié des œufs consommés le sont indirectement, via l'achat de plats préparés, de pâtisseries, de biscuits, via les restaurants, les hôtels, les cantines...

Ceux qui sont sensibles à la cause animale mais qui mangent tout de même des animaux le font à cause de blocages psychologiques. Bizarrement, cette idée peut coexister avec

l'idée que le spécisme est omniprésent. C'est notable chez les francioniens : ils disent que 99 % des gens sont partisans de l'exploitation, sont imprégnés de spécisme jusqu'à la moelle, et en même temps que nombre d'entre eux sont néanmoins mal à l'aise avec l'exploitation. C'est pourquoi Francione affirme à qui veut l'entendre « Si vous êtes d'accord avec l'affirmation "il est mal d'infliger des souffrances inutiles à un animal", donnez-moi 15 minutes et je vous rendrais végane». ¹⁷

Donc, il convient de contourner ces blocages par divers procédés : édulcorer le message, mettre en avant des arguments indirects, avoir une approche marketing et psychologique du problème. Ce sont ces procédés que nous allons examiner.

42 **3. Les conséquences de la stratégie de réduction de la demande par l'éducation du consommateur**

De ces présupposés découlent plusieurs conséquences sur les comportements et réflexions des militants.

3.1. La méthode « Témoins de Jéhovah »

Consistant à aborder chaque personne individuellement pour la convertir petit à petit. C'est partir de l'idée que les mangeurs de viande le sont par conviction et c'est faire l'impasse sur les déterminants sociaux de la consommation de viande.

La méthode « Témoins de Jéhovah » a une conséquence curieuse : en réponse au « blocage » du passant moyen, les végétaristes¹⁸ édulcorent leur message par divers moyens : les arguments indirects, mais aussi ne pas appeler un chat « un chat » (ne pas dire que tuer les animaux est immoral, ne pas parler de meurtre...). L'ennui, c'est qu'à trop vouloir rendre le message acceptable aux oreilles de gens qui de toute façon ne deviendront pas d'eux-mêmes végétariens, ou alors de vagues flexitariens du dimanche, on s'aliène les gens sensibles à la question animale. Car enfin, même dans le cadre de l'appel à la vertu, les prochaines cohortes de végétariens ne viendront pas d'aficionados chasseurs bouchers, mais des 14 % de personnes mal à l'aise avec le meurtre des animaux. Quitte à faire la promotion du végétarisme, il semblerait plus opportun de les cibler et d'ignorer les cris et moqueries des 86 % autres¹⁹.

43

3.2. La place du marketing

3.2.1. La chair est faible

Les éthiciens de la vertu et les universalistes qui ont la mauvaise idée de fonder leur message sur l'appel à la vertu sont confrontés à un constat amer : les humains ne sont pas à la hauteur de la morale qu'ils ont conçue pour eux. En l'occurrence, les véganes ne courent pas les rues.

Il leur faut donc mettre en place quelques incitations égoïstes. Les religions promettent le salut (ou une réincarnation en brahmane). Les promoteurs de l'agriculture biologique une protection contre le cancer, les végétaristes une bonne érection et des artères propres.

C'est ainsi que PETA a lancé plusieurs campagnes sur le thème « Vegetarians have better sex », traduit par PETA France en « Les végétariens sont de meilleurs amants ». Avec comme media des clips mêlant femmes dénudés et légumes verts, ou des actions de rue centrées sur des couples (dénudés, toujours) s'embrassant.²⁰

3.2.2. Les arguments indirects

44 La vigueur sexuelle n'est qu'un argument indirect parmi d'autres. On appelle « arguments indirects » les arguments autres que les arguments éthiques. L'idée est que, puisqu'il s'agit d'augmenter le nombre de consommateurs végétariens, tous les arguments sont bons. Or, les arguments indirects ont un défaut majeur : ils ne sont pas contraignants, c'est-à-dire qu'ils n'impliquent pas d'arrêter complètement de manger des animaux, encore moins des produits animaux, et encore moins de fermer les abattoirs et démanteler l'industrie de la viande. Car enfin, ce n'est pas une portion de poulet fermier par semaine et une tranche de jambon bio qui vont rendre quelqu'un malade²¹ ou détruire la planète,²² ni un peu de parmesan dans les spaghettis, ni un pavé de saumon de temps en temps. Et d'ailleurs, être en bonne santé ou progresser spirituellement relève du choix personnel, pas de l'obligation morale. Du coup, mis sur le même plan que les arguments éthiques, les arguments indirects aggravent l'impression que le végétarisme est surérogatoire.

Il s'ensuit que les végétariens qui, croyant être plus consensuels, mettent en avant des arguments indirects, passent paradoxalement pour extrémistes, puisqu'à la suite d'arguments impliquant qu'il est bon de réduire sa consommation de chair animale, ils l'éliminent complètement. Certains poussent même leur jusqu'au boutisme au véganisme.

Troisièmement, les arguments indirects brouillent quelque peu le message général, comme le constate un dirigeant de l'AVF :

« Alors il est possible aussi que cette conjugaison de réflexions – de raisons, en fait, fasse qu'une partie des gens soient un petit peu perdu et ne sachent plus très bien dans quelle direction ils doivent aller, quels arguments ils doivent accepter, quels arguments ils doivent mettre de côté, pour peut-être un petit peu plus tard ». ²³

3.2.3. Seulement proposer

Un militant qui parviendrait à surmonter les sous-entendus de l'appel à la vertu, c'est-à-dire qui parviendrait à faire comprendre que son appel à la vertu n'est ni surrogatoire ni utopique, et que l'alternative (manger des animaux) n'est pas légitime mais criminelle, paraîtrait fondamentalement agressif. En effet, comme l'appel à la vertu part du principe que le mal vient du cœur de gens, son discours impliquerait que les gens sont des salauds. Alors que l'exigence de justice prend la société à parti et non les individus en particuliers.

Pour éviter cet écueil, les végétaristes évitent à toute force d'avoir l'air « d'imposer » quoi que ce soit, de paraître forcer la main à qui que ce soit (cf. § 2.2.1.). Ils affirment qu'ils ne font que proposer un mode de vie. Je ne te force pas, je te montre juste que c'est possible, et seulement si tu en as envie. Exemple déjà cité :

« On ne doit pas dire aux gens de devenir véganes, mais leur en suggérer la possibilité. On ne doit pas leur mettre sous le nez des images d'animaux morts sans qu'ils l'aient demandé, car, qu'on le veuille ou non, c'est une agression et cela tend à les culpabiliser, or ils culpabilisent déjà. »

Cela ne fait que renforcer, à mon sens, l'aspect surrogatoire du végétarisme et du véganisme aux yeux du public.

3.2.4. Être des représentants

La littérature végétariste explique aux militants qu'ils sont les représentants des végétariens auprès du public, et qu'en conséquence ils doivent donner envie: être jeunes et beaux (si possible), en bonne santé, sportifs et musclés, avoir le sourire et les dents blanches, être sympathiques. Certains sont de bon sens, les autres sont bons pour des représentants de commerce, pas des militants.

Dans cette optique, on explique à qui veut l'entendre que les végétariens ont un QI supérieur à la population générale, et qu'ils ont parmi eux un certain nombre de célébrités glamours (d'où cette affiche: « Ils sont célèbres [photos de chanteurs], ils sont beaux [photos de mannequins], ils sont intelligents [photo de L. de Vinci, Tolstoï et Einstein], ils sont sportifs [photos idoines], ils sont végétaliens ».

46 Symétriquement, il est convenu de se démarquer de personnages controversés (à tort ou à raison), comme Peter Singer ou Brigitte Bardot, au motif qu'ils déparent le mouvement animaliste dans son ensemble.

En somme, les associations végétariennes ressemblent plus à des clubs services qu'à des mouvements politiques ou à des ONG...

3.3. La focalisation sur les causes psychologiques

Comme les végétaristes travaillent à l'échelon individuel, ils ont tendance à se focaliser sur les causes psychologiques de la consommation de viande. Pourquoi cette personne-là, que j'ai en face de moi, refuse de devenir végétarienne ? Comment la rassurer, la convaincre, lever ses blocages ? Comment faire pour qu'elle ne se sente pas agressée ?

Comment lui prouver que les plats végétariens sont savoureux ? D'où les séances de dégustation, les ateliers de cuisines et autres manifestations conviviales.²⁴

Se focaliser sur les causes psychologiques, c'est négliger les causes sociales déterminant la consommation de viande (et de produits animaux en général), notamment : législation²⁵, subventions à l'élevage, aliments disponibles dans le commerce²⁶, menus des restaurants environnants, plats disponibles à la cantine, végéphobie, propagande intense des lobbies de l'élevage et de la pêche, pression familiale, pression du corps médical, diffusion du spécisme par les institutions aux enfants, des livres d'animaux à la crèche jusqu'aux cours de philosophie en terminale, en passant par les leçons de nutrition en classe de cinquième.

On fait souvent le parallèle entre le carnisme et le patriarcat. Or, il est remarquable que, pour leurs concepteurs et diffuseurs, le concept de patriarcat relève de la sociologie, le concept de carnisme de la psychologie.

47

Patriarcat: « *Une forme d'organisation sociale et juridique fondée sur la détention de l'autorité par les hommes* »
(Bonte, 1991)

Carnisme: « *Le système invisible de croyances, ou idéologie, qui conditionne les gens à manger certains animaux* ²⁷ »

De la même façon, alors que le mouvement de libération animale existe depuis une quarantaine d'années, la notion de végéphobie, un frein *social* au végétarisme, n'a été développé que récemment.

De nombreux végétariens affirment qu'être végétarien est facile et que les mangeurs de viande ne se rendent pas compte à quel point c'est facile (après une période d'adaptation, d'acquisition de connaissances diététiques et culinaires). Je crois au contraire que les mangeurs de viande se rendent très bien

compte des difficultés sociales qu'entraînent le végétarisme et que ces difficultés les rebutent. La plupart des gens pâlisent à la seule idée de devoir argumenter en public, de devoir faire face à l'opposition, voire l'hostilité, d'un groupe entier de personnes. Beaucoup de gens sont inconsistants et ne sont pas capables de résister à la tentation d'un met carné, lesquels sont omniprésents dans notre société. Beaucoup ne connaissent aucun végétarien dans leur entourage et ont peur de l'isolement. Bref, comme le dit Martin Balluch, les humains sont plus des animaux sociaux que des animaux rationnels.

3.4. La focalisation sur le comportement

48

Un autre effet pervers de la stratégie véganiste est que, dans les médias, on présente ceux qui s'opposent à l'exploitation des animaux comme des véganes (et non comme des antispécistes, sensibilistes, militants pour les droits des animaux, égalitaristes, opposant à telle ou telle pratique, etc). L'accent est mis sur leur comportement plutôt que sur leurs idées. S'ensuit d'interminables listes d'interdits, y compris les plus bizarres, en lieu et place des arguments moraux.

En 2003, le journal *Libération* a consacré un article à la troisième Veggie Pride²⁸. Environ 70 % de l'article est consacré aux difficultés de la consommation végane (dépeinte comme un calvaire obsessionnel) mais surtout à d'interminables listes de produits autorisés et défendus, jusqu'au plus infime additif des préservatifs en latex.

L'ambiguïté autour du lait maternel illustre le fait que le public retient du véganisme plus une liste d'interdits qu'une position morale. D'aucuns se demandent si les véganes sont contre l'allaitement au lait maternel humain²⁹. Idée tout à fait saugrenue, mais indiquant qu'ils ont retenu « les véganes ne

consomment pas de lait » ou « les véganes ne consomment aucun produit d'origine animale » plutôt que « les véganes sont contre le meurtre des veaux, le mode d'élevage des vaches laitières et leur "réforme" dès que leur productivité baisse ».

3.5. La réduction à l'homo economicus

Cette réduction consiste à ne voir en un humain qu'un consommateur, et non pas un citoyen. Beaucoup d'émissions abordent la question animale sous le seul angle végétariste.

L'émission « Le choix de la rédaction » sur *France Culture*, du 20 mai 2013 portait sur « l'abolition de la viande ». En fait, durant les cinq minutes de l'émission, il n'est que très peu question de cette revendication politique (réduite à l'abolition des seuls élevages intensifs) et des arguments qui la justifient (réduits à « l'élevage industriel est mauvais pour l'environnement et cruel pour les animaux »). L'essentiel de l'émission porte sur : la typologie *sur critère de consommation* des militants, des plus modérés (les semi-végétariens et les végétariens³⁰) aux plus radicaux (les véganes); l'ouverture d'un restaurant végétalien à Paris par une cuisinière qui met en avant la santé et l'environnement, l'attitude des parents d'une cliente quand elle a fait son coming-out végétarien, les moqueries de son entourage, la faible offre de produits et repas sans viande en France, l'évolution des mentalités. Conclusion : « les mentalités doivent encore évoluer pour accepter ces régimes ».

Bref, une émission plus axée « tendance conso » que « débat de société ». Cela qui n'est pas un problème en soi (il est évidemment légitime et intéressant de parler des tendances de consommation) mais c'est un problème dans la mesure où l'émission était censée porter sur l'abolition de la viande.

Cette revendication semble avoir été perçue comme un simple appel au végétarisme.

Et ceci n'est qu'un exemple parmi tant d'autres. L214 a lancé une campagne pour obliger Monoprix à retirer de ses rayons les œufs de poules élevées en cages. L'objectif de cette campagne est politique : d'une part, affirmer qu'il n'est pas normal que l'on vende des produits pareils dans les supermarchés, d'autre part faire plier une enseigne de distribution, et ainsi obtenir une victoire permettant des victoires futures concernant d'autres enseignes ou d'autres produits. Hélas, beaucoup de véganes n'y ont vu qu'une campagne visant à sensibiliser le consommateur en général et le client de Monoprix en particulier. D'où les critiques du type « autant leur proposer d'emblée de se passer d'œufs plutôt que de les inciter *de facto* à acheter des œufs de poules élevées en plein air ³¹ ».

50

4. Conclusion

L'appel à la vertu est probablement efficace pour convaincre une personne donnée, un proche, un ami, un voisin, de devenir végétarien. Elle ne l'est pas à l'échelle d'une population. C'est comme si, sous prétexte qu'une serpillière est le meilleur instrument pour éponger une flaque, on entreprenait de vider une piscine avec.

L'un des buts de la stratégie végétariste est de combattre l'idée que la viande et les produits laitiers sont indispensables à l'équilibre alimentaire, et corrélativement d'informer sur la possibilité du végétarisme et du végétalisme. Or, le mouvement végétarien français existe depuis 150 ans et a longtemps axé sa communication sur les arguments santé. Avec une efficacité à peu près nulle.

L'argument écologique est-il plus efficace ? Cela fait 40 ans qu'on informe les gens en matière d'écologie, sans que cela ait un effet notable sur leur mode de vie. Seuls ont un effet notable les changements politico-économiques (pour ne prendre que le cas des transports : prix des carburants, disponibilité des transports en commun, interdiction de l'essence au plomb, pots catalytiques obligatoires, etc).

Plus fondamentalement, y a-t-il un seul problème moral qui ait jamais été résolu par le seul appel à la vertu ? L'existence même des lois prouve que l'appel à la vertu ne suffit pas à changer profondément le comportement des humains.

-
1. Alors que pour l'éthique des vertus, les intentions sont primordiales.
 2. Voir John Rawls, *Théorie de la justice*, paragraphe 50.
 3. Il ne faut pas confondre le relativisme moral avec le nihilisme moral, qui nie toute valeur de vérité aux propositions morales, et même l'existence des propositions morales.
 4. <http://www.greenetvert.fr/2011/09/30/etre-vegetarien-en-france/34449>
 5. <http://lesquestionscomposent.over-blog.com/article-l-ego-et-la-raison-continuation-du-mythe-de-la-purete-84275138.html>
 6. <http://lesquestionscomposent.over-blog.com/m/article-85475231.html>
 7. Il n'a pas pour seule cause l'idée que le comportement individuel doit découler d'une réflexion personnelle. L'idée est aussi de ne pas paraître agressif ou extrémiste, cf. infra.
 8. <http://lesquestionscomposent.fr/pourquoi-je-ne-participerai-plus-aux-actions-reformistes/>

9. Cette explication par une préférence cache de simples routines acquises dans l'enfance et le poids des tentations carnistes dans notre société. Car enfin, la plupart des gens ne mangent pas 100 % des choses qu'ils aiment (ceux qui le font n'aiment pas grand-chose !). Par exemple, de nombreux métropolitains aiment la cuisine créole mais ne mangent des plats créoles qu'une fois tous les 36 du mois. Ça ne leur manque pas plus que ça le reste du temps, car il existe d'autres plats tout aussi bons.
 10. Même les réponses plus idéologiques (l'homme est au sommet de la chaîne alimentaire, et *tutti quanti*) reposent plus sur des préjugés que sur une pensée élaborée.
 11. Un « crime sans victime » est un comportement réprouvé socialement mais qui ne cause de tort à personne. En cela leur réprobation n'est pas légitime aux yeux des conséquentialistes.
 12. Le troisième exemple est l'étude de Cazes-Villette dont nous avons déjà parlé.
- 52**
13. <http://lesquestionscomposent.over-blog.com/article-pour-en-finir-avec-le-mythe-de-la-purete-96013708-comments.html#anchorComment>
 14. Pour une introduction aux travaux d'économie comportementale, voir Ariely (2008)
 15. S Chapman, P Alpers, K Agho, M Jones, « Australia's 1996 gun law reforms: faster falls in firearm deaths, firearm suicides, and a decade without mass shootings », *Injury Prevention* 12:365-372, 2006
 16. <http://www.aic.gov.au/statistics/homicide.html>
 17. Il me semble très curieux de penser qu'il est relativement facile de convaincre quelqu'un de devenir végétarien dans un monde carniste mais que cette même personne va nous rire au nez si on parle d'abolition de la viande ou de fermeture des abattoirs...
 18. C'est moins vrai des végétariens.

19. Ceci nous semble être une conséquence de l'habitude qu'ont beaucoup de végétariens de parler à des murs, que ce soit pour des raisons indépendantes de leur volonté (les discussions avec l'entourage, les collègues, et autres relations) ou à cause de certaines pratiques militantes (les stands de rue).
20. Ce qui ne va pas dans cette campagne, c'est sa conclusion. Celle-ci n'est pas « nous sommes en bonne santé », ou quelque chose dans ce genre, mais : « devenez végétariens ». On tire du fait que les végétariens sont en forme non pas l'idée que l'exploitation des animaux est inutile et nuisible, ou que les préjugés contre les végétariens sont faux (si c'était le cas, ce serait une bonne campagne), mais qu'il est dans notre intérêt personnel de moins manger les animaux (« moins » car une consommation modérée de viande ne provoque pas d'asthénie foudroyante ou de troubles de l'érection).
21. En effet, une consommation modérée de produits animaux, comme c'est le cas, par exemple, dans le régime méditerranéen omnivore, n'a pas d'effet négatif établi, contrairement à ce que sous-entendent certains argumentaires santé fallacieux.
22. En effet, la pollution ou le gaspillage ne posent de problèmes environnementaux qu'au-delà d'une certaine quantité. D'ailleurs, en deçà d'un certain nombre d'animaux, l'élevage n'a aucun impact négatif sur l'environnement puisque les animaux se contentent des produits végétaux que les humains ne peuvent consommer (l'herbe des fourrés ou des terrains non cultivables, la balle des céréales, les épiluchures de légumes, etc). Ajoutons qu'il n'y a pas que l'élevage qui pollue plus qu'il n'est nécessaire pour maintenir en vie les humains. Quelqu'un qui refuse en toute occasion le moindre lardon pour raison environnemental devrait refuser en toute occasion tout végétal qui n'est pas bio et produit localement et plus généralement tout bien ou service superflu ou dont la production n'est pas optimale écologiquement.
23. André Méry dans l'émission « Terre à terre » sur *France Culture*, le 20/02/2010.

24. Ces manifestations ne sont pas mauvaises en soi, évidemment, mais miser dessus pour changer le monde me semble aberrant.
25. Exemple tout bête : les gens achètent des œufs en batterie parce qu'ils sont autorisés à la vente.
26. Il est plus facile de se procurer de la viande que des produits végétariens.
27. <http://www.carnism.com/carnism.htm>
28. <http://www.liberation.fr/week-end/0101443374-les-vegetaliens-des-animaux-comme-les-autres>
29. Par exemple une intervenante dans le débat faisant suite au reportage « les nouveaux végétariens » (diffusé sur *Arte* en avril 2012).
30. Lesquels mangent du poisson, si j'ai bien compris ce que j'ai entendu.
31. Voir les débats sur le blog *Les questions composent* :
<http://lesquestionscomposent.fr/pourquoi-je-ne-participerai-plus-aux-actions-reformistes/> <http://lesquestionscomposent.fr/debat-faut-il-reformer-lindustrie/>



Août 2015

Livret édité par PEA - Pour l'égalité animale
Chemin de Grange-Canal 28A, 1224 Chêne-Bougeries
www.asso-pea.ch - info@asso-pea.ch

Photographie de couverture : Dakota Langlois
Mise en page : Emma Mariolle