

# Quelle stratégie animaliste?

## Les non-humains sont des esclaves

Dans nos sociétés spécistes, les individus non-humains ont le statut légal de propriété.

Considérés comme une ressource, ils sont exploités pour leur lait, leurs œufs, sont tués pour leur peau, leur chair, sont utilisés comme « matériel biologique » pour des expériences, etc...

## La plus grande part de l'esclavage animal : la nourriture tue 99,8% des victimes

Le nombre d'animaux terrestres tués pour la nourriture est de 56 milliards d'individus par ans. Les animaux aquatiques sont comptés en tonnes, environ 150 millions de tonnes par an, ce qui fait au moins 400 milliards de victimes. Au total cela fait autour de **456 milliards d'individus**.

En comparaison, l'expérimentation tue 300 millions d'animaux (0,07% des victimes), et l'industrie de la fourrure autour de 60 millions (0,013% des victimes).

## *Quelles stratégies devraient être utilisées pour abolir cet esclavage?*

## Stratégie utilisée par les mouvements sociaux : la stratégie du débat public

Les mouvements sociaux sont des machines à revendiquer!

Ils expriment des revendications, ils réclament : « abolition de l'apartheid! », « nous demandons le droit de vote pour les femmes! », etc...

Ils essaient de rendre visibles leurs revendications (manifestations, pétitions, lettres, débats TV, etc...)

Ces actions créent un **débat public**, la question est mise à l'agenda, devient un problème public, et alors des avancées sont possibles.

C'est toujours une minorité qui commence à revendiquer, et pendant le débat public, qui peut durer des décennies, plus la revendication est discutée, plus la minorité grossit, et devient finalement une majorité.

## **Un peu de psychologie : l'étude de Asch<sup>1</sup>**

*Selon l'étude psychologique de Asch, une fois que l'unanimité au sujet d'une situation ou d'une pratique est brisée parce que quelqu'un commence à revendiquer un changement, il devient plus facile pour les autres de remettre en question cette pratique ou cette situation.*

*Prenons 10 participants, dont un qui est le vrai sujet de l'étude. Si les 9 premiers donnent une mauvaise réponse, le sujet va se conformer à la majorité : il pensera que la majorité a raison. Mais si juste une autre personne donne la bonne réponse, il est plus facile pour le sujet de donner la bonne réponse.*

*Quand une revendication commence à être entendue dans la société au sujet d'une situation ou d'une pratique, cette situation ou cette pratique commence à être vue comme problématique, et il est plus facile d'être contre elle.*

# **Stratégie utilisée par les activistes des droits des animaux : la stratégie de la conversion**

La croyance derrière la stratégie de la conversion est celle-ci : « *nous sommes juste une minorité, donc nous devons d'abord convertir beaucoup de monde au véganisme, et alors seulement, nous créerons un débat public.* »

Mais tout mouvement social est nécessairement une minorité quand il commence à revendiquer!

Et la conversion au véganisme est beaucoup plus compliquée si il n'y a pas de débat public (étude de Asch).

Le mouvement social n'a jamais utilisé ce genre de tactique seule. Si un boycott est utilisé, c'est accompagné de revendications. Par exemple, Martin Luther King appelait au boycott des bus de Montgomery et en même temps réclamait l'abolition de la discrimination raciale. Gandhi appelait au boycott des textiles britanniques pour réclamer l'indépendance de l'Inde.

---

**1Solomon E. Asch** (1907 - 1996) est connu pour avoir été un psychologue d'inspiration Gestaltiste et un pionnier de la psychologie sociale.

Description de l'expérience :

Solomon Asch invita un groupe d'étudiants de 17 à 25 ans à participer à un prétendu test de vision. Tous les participants étaient complices avec l'expérimentateur, sauf un. L'expérience avait pour objet d'observer comment cet étudiant (le sujet) allait réagir au comportement des autres.

Les complices et le sujet furent assis dans une pièce et on leur demanda de juger la longueur de plusieurs lignes tracées sur une série d'affiches. À gauche, une ligne modèle, et à droite, 3 autres lignes. Chacun devait dire laquelle de ces 3 lignes sur la droite était égale à la ligne modèle de gauche. Au début, les complices donnent à l'unanimité la même fausse réponse avant de laisser le sujet répondre en dernier.

Tandis que la plupart des sujets répondirent correctement, beaucoup furent assez perturbés, et un grand nombre (37 %) finissait par se conformer aux mauvaises réponses soutenues à l'unanimité par les complices. Les sujets étaient même amenés à soutenir des réponses allant contre l'évidence et leur propre vue (voir les expériences filmées), pour par exemple affirmer que deux lignes avaient la même longueur, alors que l'écart était très visible car de plus de 5 cm.

- Lorsqu'il n'y avait pas unanimité parmi les complices, les sujets s'émancipaient du groupe pour soutenir la réponse vraie, mais dissidente et contrariante pour le groupe ;
- Des sujets *témoins* qui n'étaient pas soumis à un point de vue majoritaire, n'eurent aucun mal à donner toujours la bonne réponse.

Après l'annonce des résultats, le sujet attribuait généralement sa piètre performance à sa propre « mauvaise vue ». Ceci rejoint dans une certaine mesure l'expérience de Milgram où le sujet accuse l'expérimentateur d'être responsable de son comportement. Dans les deux cas, le sujet se dédouane de la responsabilité de ses décisions sur un élément extérieur à sa volonté.

De plus, et c'est problématique, c'est que le véganisme n'est jamais perçu par le public comme un boycott politique, mais comme un choix personnel.

En outre, la stratégie de la conversion n'est pas utilisée dans les mouvements sociaux, mais dans les **mouvements religieux**. Le succès de cette tactique est très limité : par exemple après 2'000 ans de cette stratégie utilisée par le christianisme, une majorité des humains n'est toujours pas chrétienne, et pourtant le christianisme a utilisé beaucoup de tactiques de conversions, y compris violentes.

Combien de milliers d'années faudra-t-il attendre pour abolir l'esclavage animal si nous utilisons cette stratégie?

## La non-efficacité de la stratégie de la conversion

*nombre de naissances en France en 2006 : 830 900*

*nombre de décès en 2006 : 531 100*

*soit 299 800 personnes de plus chaque année, auxquelles il faut ajouter un solde migratoire de +82 000 personnes.*

*Cela nous fait un total de 381 800 personnes supplémentaires en France à la fin de l'année 2006.*

*Donc si nous voulons que le pourcentage de gens boycottant les produits animaux augmente, avec la stratégie de la conversion, nous devons convertir plus de 381 800 personnes chaque année, c'est à dire l'équivalent de la population de Montpellier! A mon avis, c'est sûr que nous faisons moins...*

Si nous voulons que nos idées soient mieux entendues, et donc que davantage de gens puissent boycotter les produits animaux, nous devons créer un débat public, et un tel débat ne peut se faire que par des revendications, pas par la conversion.

## Autres conséquences de la stratégie de la conversion

### Question de choix personnel

La défense du véganisme crée l'impression parmi le public, qu'il s'agit d'un choix personnel, et non d'une question de justice. « *De la même manière que des gens sont musulmans, d'autres sont végétariens, tout le monde a le droit de faire ce qu'il veut.* »

Bien sûr, le meurtre et la consommation d'un autre individu n'est pas une question de choix personnel mais une question de justice pour les animaux victimes. Mais cela ne peut pas être compris si personne ne revendique l'abolition du meurtre des animaux.

La construction du véganisme provoque l'effet suivant dans l'esprit du public : « *ils ne mangent pas de produits animaux parce qu'ils sont végétariens* », qui ressemble beaucoup à « *ils ne mangent pas de porc parce qu'ils sont musulmans* ». Et on revient au choix personnel. Par contre, si nous utilisons les revendications politiques on obtiendra : « *ils boycottent les produits animaux parce qu'ils veulent l'abolition de l'exploitation animale.* »

### Le renforcement psychologique du spécisme

Le but de la stratégie de la conversion est de convertir les gens au véganisme, et finalement peu important les raisons. C'est pourquoi beaucoup d'arguments sont utilisés qui n'ont rien à voir avec l'oppression des animaux. Par exemple les arguments de la santé ou de l'environnement sont presque toujours dans les tracts que nous distribuons, et parfois il n'y a pas un mot sur le spécisme ni la souffrance animale!

Si nous étions dans une société où des gens mangeaient les enfants, critiquerions-nous cette pratique en disant que cela peut être mauvais pour la santé des cannibales? Non, nous critiquerions uniquement en disant que les enfants ont un intérêt à vivre leur vie et ne doivent pas être traités comme des objets. Parler ainsi de la santé des cannibales envoie le message inconscient que les intérêts des enfants ne sont pas si importants.

Peut-on imaginer une manifestation contre le génocide du Rwanda où des gens diraient « *il faut cesser le massacre, car il y a trop de sang versé, et que cela pollue le sol.* » ?

Il est immoral d'utiliser de tels arguments -la santé ou l'environnement- quand des humains sont assassinés. Et il est tout autant immoral d'utiliser ces arguments quand d'autres animaux sont assassinés.

La stratégie de la conversion nous amène à utiliser tous les arguments que nous pouvons pour convertir les gens au véganisme, mais quand nous utilisons les arguments de la santé et de l'environnement après avoir évoqué les animaux tués chaque jour, nous envoyons le message spéciste implicite que la vie des animaux non-humains n'est pas si importante.

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

Prenons l'exemple de l'abolition de l'esclavage humain au 19ème siècle. Ont-ils essayé de convertir les gens au « libertanisme » -un mode de vie qui exclut tout produit issu de l'esclavage humain- ? Non! Ils revendiquèrent l'abolition de l'esclavage humain et créèrent un débat public sur la question.<sup>2</sup> Les activistes des droits des animaux devraient faire de même.

S'il y avait des camps de concentration dans notre pays, dans lesquels des humains esclaves fabriquaient toutes sortes de produits, devrions-nous juste dire aux gens d'arrêter d'acheter ces produits ou devrions-nous réclamer la fermeture de ces camps? Evidemment nous devrions exprimer clairement la fermeture de tels camps!

La stratégie de la conversion au véganisme n'est pas moralement acceptable; **nous devons revendiquer et créer un débat public!**

Quand nous écrivons des tracts, des communiqués de presse, quand nous faisons des interviews, des manifestations, au lieu de la phrase individualiste « *go vegan!* » nous devons réclamer clairement un changement dans la société : « *abolition de la viande!* »

---

<sup>2</sup> Milieu du XIVème siècle: condamnation morale de l'esclavage par les philosophes des Lumières. 1780, création des premières sociétés antiesclavagistes aux Etats-Unis, Grande Bretagne et en France....

### Exemples de slogans de la stratégie de la conversion

« go vegan! »

« le véganisme est bon pour la planète! »

« le véganisme est bon pour votre santé! »

« les végétariens ont du meilleur sexe! »

« devenir végétarien est un choix rationnel! »

« la nourriture végétarienne est succulente! »

### Exemples de slogans de la stratégie du débat public

« nous demandons l'abolition du statut de propriété pour les animaux! »

« les abattoirs doivent être fermés maintenant! »

« le meurtre des animaux pour la nourriture doit être aboli! »

« abolition de la viande! »

« non au spécisme! »

« élevage = esclavage! ».

## Conclusion

Nous devons être sûr que notre message est compris comme une demande pour un changement de la société. Nous devons arrêter d'avoir peur du public, et commencer à exprimer ce que nous voulons vraiment : « **nous demandons l'abolition de l'esclavage des animaux!** »

A bientôt aux actions et dans les manifs!

salutations antispécistes

Jérôme DUMARTY