

De la communication scientifique aux fake news:

la crise du coronavirus comme exercice avant la crise climatique

Webinar | Conseil fédéral du Développement durable (CFDD)

Mardi 10 novembre 2020 - sous la direction du Prof. Jean-Pascal van Ypersele (UCLouvain)

Associations 21 a suivi avec grand intérêt ce webinaire sur la communication scientifique et politique, les fake news et la désinformation, le rôle des médias, l'acquisition d'informations et le rejet de la connaissance. Voici nos notes !

Premier signe de la pertinence de ce thème : près de 400 personnes se sont jointes à cet événement !

Jean-Pascal van Ypersele introduit l'échange, en pointant comme point commun entre la crise sanitaire et la crise climatique, l'importance de l'avis des experts, et l'enjeu d'aplatir la courbe (de l'augmentation des hospitalisations et décès dus au coronavirus d'une part, de l'augmentation des émissions de gaz à effet de serre d'autre part). Celle des changements climatiques et des impacts environnementaux risquent d'être bien plus importantes tout en s'étalant sur une plus longue durée...

Il remarque aussi que ces deux crises :

- Sont annoncées de longue date, cf livre de 2008 qui décrit très précisément le scénario covid. Idem pour climat. Stockholm 1972, « Only one earth » de Barbara Ward et René Dubos. // Rapport Brundtland. Tout était dit !
- Révèlent des changements fondamentaux nécessaires.
- Soulèvent des résistances, la stratégie du doute, du complotisme : ex Les marchands de doute de Naomi Oreskes et Erik Conroy. Ces semeurs de doute sont financés à hauteur d'1 mia\$/an.

En 10 mots, on peut résumer l'essentiel au sujet des changements climatiques : *it's real, it's us, experts agree, it's bad, there's hope...* C'est réel, c'est bien nous les responsables. Le consensus scientifique large et solide à ce propos. C'est mauvais. Il y a de l'espoir. Depuis 1990, il n'est de pire sourd que celui qui ne veut pas entendre...

1. Communications scientifique et politique

Les différences entre ces 2 crises :

- La covid19 menace les humains – les changements climatiques menacent humains et écosystèmes et il n'y aura pas de vaccin.
- La temporalité du risque et le sentiment d'urgence : pour la covid19, le temps de réponse assez rapide même si les signaux d'alerte précoce n'ont pas été pris en compte assez vite.
- On s'est peut-être trompés dans la communication sur le climat car le dérèglement climatique apparaît encore comme lointain. Or il frappe déjà durement, surtout les

plus pays les plus pauvres mais aussi l'Europe : cf la sécheresse récurrente depuis 4 ans. Voir l'article du dernier Imagine sur les vignobles gravement menacés.

- Corona : l'investissement public a été massif et immédiat. D'abord par les Etats puis via un plan de relance européen.
- Climat : il faudrait investir à minima 2,5% du PIB chaque année. On est parvenu à le faire pour la covid...
- 2019 a été l'année de la déferlante des manifestations pour le climat, au niveau international comme en Belgique. Ce phénomène est en retrait depuis la crise covid. La société civile est en difficulté, dès lors qu'on ne peut plus descendre dans la rue...

Les techniques du déni climatique sont désormais bien décryptées : cf notamment JF Viot, « Chaud devant ! Bobards et savoirs sur le climat » (2020 éd Luc Pire) et le Guide de survie du climatologue en herbe

- La dénégation : définit plus exactement ce que l'on nomme erronément « climatoscepticisme ». En anglais on parle des Climate confusers. Cette dénégation était déjà de mise concernant l'usage du DDT provoquant des cancers (cf Printemps silencieux, Rachel Carlson, 1962), le tabac, ces CFC et l'ozone, le VIH et le sida. Un mémo de l'industrie du tabac en 1969, dévoilé plus tard, était intitulé « Doubt is our product ».
- Le millefeuille argumentatif
- Les faux experts : biais d'autorité. Pseudoscience : cf site skepticalscience.com
- La rhétorique : cf diffamation, harcèlement.

Il s'agit donc de ne pas mettre en avant les idées fausses, de se focaliser sur les faits corrects, de mettre en contexte, en récit, de montrer les solutions (cf intervenants suivants).

Communication scientifique et politique : intervention de Christophe Schoune, qui collabore à présent au magazine Imagine, et a cofondé Be Planet et Climate Voices. Une exposition internationale sur le climat est en préparation pour fin 2021 à Bruxelles.

Sur les perceptions croisées des crises et leviers d'actions : cf eurobaromètre mars 2020 et sondage de déc 2019 selon lequel le climat reste une priorité des Européens.

La crise corona est-elle un levier possible pour reconstruire le monde d'après ? Cf un sondage BVA commandé par GP FR : 44% optimistes, 51 pessimistes.

Une autre enquête auprès des jeunes sur leurs connaissances et compétences sur les changements climatiques, montre que celles-en sont recul. 13% comprennent ce qu'est l'effet de serre. Ils étaient en 19% en 2015. Ce pourcentage est de 4% dans l'enseignement professionnel. Comment ces matières sont-elles enseignées ? En tout cas pas de façon prioritaire.

Sur la confiance vis-à-vis des acteurs dans la crise corona : cf rapport Digital news de mai 2020. Cette confiance est élevée vis-à-vis des acteurs du secteur médical.

La confiance vis-à-vis des acteurs scientifiques en général : cf sondage Cevipol avril 2020. La confiance n'est pas si élevée : la perception varie selon catégories sociales. On voit là l'importance des représentations populistes.

Leviers d'action :

- Renforcer les sources de qualité pour les jeunes. E.a www.pplateforme-wallonne-giec.be → 6 newsletter par an. Un travail se fait actuellement sur le pacte d'excellence.
- Renforcer la citoyenneté, innover dans les approches.

Medias et politiques pourraient davantage se former, il y a peu de journalistes spécialisés sur le climat. Les associations de journalistes doivent organiser des formations.

Les scientifiques : certains sont connus et répercutés mais il en faudrait plus.

Une remarque d'Associations 21 : Certains semeurs de doute sont payés mais d'autres le sont par passion pour une mission qu'ils endossent. Le fait de jouer un rôle de leaders d'une minorité incomprise et pourtant éclairée (de leur point de vue) crée chez eux de l'adrénaline...

2. Fake news / désinformation et le rôle des médias / Acquisition de l'information, rejet de la connaissance et dissonance cognitive

Echange entre **Ike Picone (VUB)** et **Tim Pauwels (médiateur VRT, Roularta)**

Ike Picone : qui a intérêt à désinformer ? Le gain commercial de diffuser de fausses infos n'est pas énorme mais bien réel. Idem en politique ou dans les médias.

Aspects psycho-cognitifs : la manière dont nous recevons 1 info dépend de la manière dont notre esprit critique a été échauffé préalablement. Aussi, la fréquence d'une info ou prise de position, nous influence. Si tout le monde est contre le vaccin, on finit par douter de son efficacité. Effet de déstabilisation.

Anna Arendt : quand les gens ne savent plus quoi penser, il devient plus facile de les manipuler.

Tim Pauwels : on peut identifier des activistes financiers qui payent pour des campagnes de doute sur le climat. Parfois beaucoup, certains sont milliardaires, c'est une forme de sponsoring. Il y a aussi des sites de fausses informations, certains d'origine russe. D'autres utilisent des vraies informations pour polariser, ex par tweet.

Que peut faire un journaliste ? Tout est dans la manière de travailler, ce que le journaliste n'explique pas volontiers. Cf factcheck Vlaanderen : à consulter. Un inconvénient du factchecking : c'est encore une façon de valoriser la fausse info.

Erreurs de journaux mainstream : pour attirer le lecteur, ils mettent une info douteuse en titre, pour la contredire dans l'article. Cela contribue au bruit qui renforce la confusion.

Il faut distinguer les médias auxquels on ne répond pas, et les groupes dont on fait partie et dans lesquels on peut interagir. La dynamique est très différente. Journalistes et scientifiques doivent s'y mouiller. C'est vrai que c'est très chronophage.

Les gens se rendent quand même compte des dangers des réseaux sociaux et la confiance en la presse augmente plutôt depuis 20 ans.

Question de la liberté d'expression : il n'y a pas assez d'attention aux lettres ouvertes qui sont publiées sans encadrement des journalistes.

Quelle hiérarchie établir dans les médias pour ne pas donner la même place à des scientifiques reconnus et à des polémistes ?

- En effet, le journaliste veut se montrer neutre et présenter différents points de vue sur le sujet abordé.
- Mais la neutralité n'existe pas : à ne pas confondre avec le fait de n'être d'aucun parti.
- Certains politiques disent : laissez parler les climatosceptiques et répondez-leur. Mais de qui parle-t-on ? Il faut nuancer entre les sceptiques et les négationnistes ! Et tenir compte des consensus scientifiques pour ne pas donner la parole à des gens nuisibles.

Conclusions par les Conseils de la Jeunesse (NL & FR)

Nadège Carlier, déléguée jeune pour le climat du Forum des Jeunes et étudiante en sciences politiques à l'UCL et Reine Spiessens, déléguée Développement Durable du Vlaams Jeugdraad et étudiante en biologie.

Reine Spiessens: importance de la communication de crise. Ses défis :

- Publics hétérogènes : différences culturelles, socio-économiques. Ces publics n'utilisent pas les mêmes médias.
- Comment communiquer avec des jeunes qui sont en crise tout le temps ?
- Bulles dans les médias sociaux : on va vers ce qu'on apprécie. Il faut donc faire des campagnes sur les médias sociaux.
- 10% des jeunes de 15 ans ne peuvent distinguer un fait d'une opinion. Tous les jeunes devraient être capables de débusquer les manipulations.
- Les jeunes veulent être éduqués aux médias mais comment ?
- « Flatten the curve » : encore faut-il pouvoir interpréter la courbe
- Enseigner le climat : pas seulement des chiffres mais aussi l'acquisition de ces compétences et de la vision systémique du Développement Durable.

Nadège Carlier : il est aussi courant que les gens rejettent leur propre responsabilité ou décrédibilisent les jeunes (ex même d'1 président de parti vis-à-vis de jeunes manifestant pour le climat !).

Or beaucoup de jeunes font de gros efforts eux-mêmes. C'est donc injuste et contre-productif car il vaut mieux les inclure dans la solution. Et ne préfère-t-on pas la relative incohérence des jeunes qui manifestent à la relative cohérence des cyniques qui critiquent tout ?

Exemple d'une communication de Greenpeace contre Nestlé : frappante mais stigmatisante. La culpabilisation entraîne le rejet. L'interlocuteur est sur la défensive. Durant la crise Covid, les jeunes ont été souvent stigmatisés. Mieux vaut les prendre au sérieux, c'est la démarche de l'empowerment (capacitation). Mieux vaut faire partie de la solution que du problème. Aussi, mettre en valeur le « tous ensemble ». On se rappelle tous de ces mots de Sophie Wilmès : « prenez soin de vous et des autres ». C'est inspirant et la crise sanitaire peut ainsi inspirer la crise climatique. Il convient donc :

- De communiquer sur les conséquences de nos comportements, pour changer la perception des risques
- De ne pas stigmatiser.
- De voir les individus comme partie du système, qu'ils peuvent transformer
- De promouvoir la solidarité pour relever le défi climatique

La gestion de crise doit-elle être politique ou scientifique ?

Crise sanitaire : les jeunes sont fort impactés et peu entendus. On n'a pas essayé de les impliquer. Beaucoup ont perdu leur emploi ou n'en trouvent pas, et subissent les conséquences psychologiques et sociales de l'isolement. Ils vont aussi subir les conséquences de la crise climatique. Alors on demande un débat politique honnête sur les défis du monde de demain et on veut être impliqués.

« Listen to the science » : disaient Greta Thunberg et les jeunes manifestants. Ils ont plus confiance dans les scientifiques que dans les politiques.

Reine Spiessens : le « framing » est le 4^e défi

Le catastrophisme peut réveiller mais aussi plonger dans le fatalisme ou le laxisme / laisser-faire (on trouvera bien une solution).

Utopies réalistes : montrer les projets pilotes qui marchent. C'est dénoncé comme naïf mais c'est important d'avoir des perspectives.

⇒ 5 recommandations :

1. Investir dans l'éducation, e.a. aux médias, aux mécanismes climatiques : notamment via l'éducation informelle qui construit une relation de confiance avec les jeunes.
2. Rendre le risque perceptible sans stigmatiser.
3. Communication positive qui donne de l'espoir : pour motiver les gens à contribuer.
4. Construire de la confiance : messages clairs, cohérents et justifiés. Ex une loi climat.
5. « Betrek ons » : impliquez-nous. La communication doit être dans les 2 sens. La solidarité entre les générations est au cœur de la définition du DD.

Jean-Pascale van Ypersele point que le plan de relance post-covid doit se baser sur une telle vision inter-générationnelle. Le CFDD a publié 2 avis à ce sujet.

Cette conférence est le 1^{er} volet d'un triptyque « climat, jeunes et communication ». Le volet 2 consistera en ateliers pratiques.

Notes prises par Antoinette Brouyaux, Associations 21