

# the good wave

RÉSEAU POUR  
UNE ACTION  
CLIMATIQUE  
IMPACTANTE

FAKE NEWS

**10 CONSEILS**  
sur la manière d'aborder  
les fake news et la  
désinformation





# POURQUOI CES CONSEILS?

Les Sciences Humaines et Sociales regorgent de connaissances et d'informations que vous pouvez utiliser pour faire gagner vos actions et communications climatiques en efficacité. Grâce à ces 10 conseils – tous scientifiquement étayés –, vous pouvez traiter intelligemment les fake news et renforcer ainsi la confiance dans l'action climatique.



# 1 RECONNAÎTRE LA DÉSINFORMATION

La désinformation sur le changement climatique se présente sous cinq formes : (1) le déni du changement climatique, (2) l'homme n'en est pas à l'origine, (3) les conséquences ne sont pas graves, (4) la science et les scientifiques du climat ne sont pas fiables et (5) les solutions pour le climat ne fonctionnent pas. Les opposants passent souvent stratégiquement du déni pur et simple des questions climatiques à la désinformation visant les solutions climatiques afin de retarder l'action climatique. Prêtez donc une attention particulière aux cadres subtils qui préconisent l'absence d'action, l'action par les autres ou la promotion d'une action alternative.

La désinformation utilise souvent un langage émotionnel pour attirer l'attention et persuader, facilitant ainsi la diffusion et l'impact. Une tactique courante des personnes qui propagent de fausses informations consiste à poser des questions soi-disant critiques. Les individus qui ne vont pas plus loin que la question « Le GIEC est-il réellement indépendant ? » retiennent surtout l'insinuation formulée.



# 2 MIEUX VAUT PRÉVENIR QUE GUÉRIR

En avertissant les individus à l'avance de la menace que représente une mauvaise information, on les rend moins susceptibles d'y croire et de la partager en ligne. C'est ce qu'on appelle le prebunking. Pour savoir contre quelles fausses informations vous devez « vacciner » votre public cible, vous pouvez passer au crible ses forums publics et ses sources d'information préférées.



## 3 AUGMENTER LE FACTEUR D'ADHÉRENCE

La réalité est souvent plus complexe qu'un slogan trompeur qui dit que « les entreprises fuient le pays à cause des mesures prises par le gouvernement en matière de climat ». Utilisez des graphiques bien conçus pour démentir ces affirmations, réalisez une vidéo sur la manière dont l'industrie a tiré profit des droits d'émission et faites en sorte que les témoignages soulignent qu'il existe de nombreuses raisons pour les entreprises de ne pas délocaliser, telles que l'éducation, les infrastructures, les investissements, le climat politique... Évitez le jargon scientifique, mettez l'accent sur la qualité de vos preuves avec des données et des sources claires, et veillez à ce que les informations correctives soient faciles à trouver, à comprendre et à mémoriser. Enfin : répétez, répétez et répétez encore.

## 4 PROPOSER DES ALTERNATIVES AUX HISTOIRES ERRONÉES

Il ne suffit pas de dire que telle ou telle affirmation est fausse. Vous devez également les réfuter en détail pour éviter que les informations erronées soient toujours considérées comme valables. Lorsque vous corrigez, comblez les lacunes du raisonnement de cause à effet par une alternative pertinente et simple. Expliquez (1) pourquoi la fausse information était d'abord considérée comme correcte, (2) pourquoi il apparaît qu'elle est fausse, et (3) pourquoi l'alternative est correcte. Il est essentiel que les individus voient l'incohérence afin de la résoudre.

## 5 INFORMER DE MANIÈRE ACCESSIBLE

Pour lutter contre les fake news et la désinformation, il est essentiel de présenter les informations de manière compréhensible. Utilisez un langage et une mise en page clairs. Par exemple, lorsque vous communiquez sur le déploiement d'un réseau de chaleur, veillez à fournir des explications claires, étape par étape, ainsi qu'un tableau présentant les avantages et les inconvénients. Pensez toujours à votre public et anticipez ses questions et préoccupations. Si les individus ont l'impression que vous ignorez ou passez sous silence des informations importantes, ils risquent de douter de votre intégrité. Si vous ne savez pas quelque chose, admettez-le honnêtement et indiquez les mesures que vous prendrez lorsque vous en saurez plus.

## 6 FOURNISSEZ UN MESSAGER FIABLE

Les sources crédibles renforcent les croyances. La conception contribue à la crédibilité. Il suffit de penser aux publicités pour le dentifrice avec une personne en blouse blanche. La fiabilité perçue l'emporte parfois sur l'expertise perçue. En résumé : qui votre public cible considère-t-il comme digne de confiance ? Les corrections sont les plus efficaces lorsque les individus se méfient de la source de l'information erronée.

## 7 CHOISISSEZ VOTRE TERRAIN D'ATTAQUE

Le debunking et le fact-checking requièrent beaucoup de temps et d'énergie. Réfléchissez bien à l'affectation de vos ressources. Si les fausses informations ont peu d'impact, il peut être préférable de les ignorer, car le fait de les réfuter peut involontairement renforcer la familiarité et le cadre du mythe. Face à l'image des coûts climatiques qui montent en flèche, introduisez plutôt de nouveaux cadres tels que la protection de l'avenir, la protection contre les crises, la durabilité du mode de vie actuel ou l'instauration d'une société équitable.

## 8 UTILISEZ LE POUVOIR DES MÉDIAS SOCIAUX POUR DÉMYSTIFIER

Utilisez le pouvoir viral des médias sociaux pour encourager les personnes qui vous suivent à partager des faits exacts. Le silence est synonyme de consentement. Répondez donc de manière affirmative et personnelle, car les réactions individuelles permettent d'influencer les algorithmes, par exemple en partageant un lien vers des informations correctes. Corriger les autres sur les médias sociaux peut contribuer à améliorer l'hygiène de l'information. Démasquez les faux profils qui diffusent délibérément des fausses informations dès qu'ils entrent dans une discussion.



# 9 OBSERVEZ LE MONDE À TRAVERS LES YEUX DE VOTRE GROUPE CIBLE

Notre vision du monde détermine les informations que nous préférons. Certains groupes sont plus exposés à la désinformation et moins susceptibles de recevoir des informations correctives.

Si quelqu'un croit que la politique climatique est un mécanisme de contrôle de « l'élite politique », il cherchera des sources qui confirment cette théorie du complot. Aller directement à l'encontre de cette vision du monde ne fonctionne pas. Comme preuve alternative, on peut citer les groupes de pression de l'industrie fossile qui diffusent de la désinformation pour des raisons d'intérêt personnel.

N'attaquez pas directement la vision du monde ou l'image de soi d'une personne, mais donnez-lui les raisons pour lesquelles elle a cru à des informations erronées.

# 10 RÉFUTER LA DÉSINFORMATION EN 4 ÉTAPES

Vous pouvez démystifier efficacement les fausses informations en 4 étapes : (1) commencez par présenter les faits de manière claire, concise, concrète, simple et plausible, (2) mettez en garde contre la désinformation, (3) expliquez pourquoi l'information est trompeuse, et (4) réaffirmez le fait.



# ENVIE D'EN SAVOIR PLUS

Découvrez également  
les conseils sur les autres thèmes:

[storytelling](#)

[polarisation](#)

[création de contexte](#)

[éco-émotion](#)

[impact](#)

[tout le monde à bord](#)

[www.thegoodwave.be](http://www.thegoodwave.be)

**the  
good  
wave**

Voulez-vous faire réellement la différence en matière d'action climatique ? Dans ce cas, vous n'êtes pas seul. The Good Wave – une initiative de la Fondation Roi Baudouin – est un réseau de professionnels ayant en commun la volonté de mettre en mouvement les personnes, de manière positive. The Good Wave souhaite inspirer et rassembler les différents acteurs de l'action climatique pour les mettre en réseau et assurer ainsi un échange de connaissances. Et si vous nous rejoigniez ?