



UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Genève | 28 novembre 2023

ATTENTION: sous embargo jusqu'au 30 novembre 2023, 17h, heure suisse

Climat: pourquoi la désinformation est si tenace

Une équipe de l'UNIGE a testé six interventions psychologiques contre la désinformation climatique. Elle montre la difficulté de lutter contre ces messages résistants à l'information scientifique.

Fonte des glaciers, hausse du niveau des océans, épisodes de chaleur extrême: les conséquences du changement climatique sont plus que jamais visibles et la responsabilité humaine avérée par la communauté scientifique. Pourtant, des études montrent qu'un tiers de la population doute encore ou conteste ces faits. En cause, la désinformation diffusée par certains intérêts particuliers. Pour tenter de prévenir ce phénomène, une équipe de l'Université de Genève (UNIGE) a élaboré et testé six interventions psychologiques sur près de 7000 participant-es dans douze pays. Ces travaux, à découvrir dans le journal *Nature Human Behavior*, mettent en lumière le caractère extrêmement persuasif de la désinformation et la nécessité de redoubler d'efforts pour la combattre.

La lutte contre la désinformation sur le changement climatique constitue un enjeu de société majeur. Alors que la responsabilité humaine - réaffirmée par le sixième rapport du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) - fait l'objet d'un consensus scientifique depuis des décennies, un tiers de la population continue d'en douter ou de la contester. Ce phénomène s'explique par la désinformation diffusée par certaines entreprises et certains lobbies depuis 50 ans.

«Ces messages peuvent, par exemple, prendre la forme d'une remise en question infondée du consensus scientifique, ou d'une surestimation du fardeau socio-financier des politiques climatiques», explique [Tobia Spampatti](#), assistant doctorant au Laboratoire de décision du consommateur et de comportement durable (CDSB Lab) de la Faculté de psychologie et des sciences de l'éducation, et au Centre interfacultaire en sciences affectives (CISA) de l'UNIGE.

De nombreux facteurs psychologiques

Ce phénomène affaiblit l'adhésion d'une partie de la population aux politiques climatiques. Pour le combattre, Tobia Spampatti a conçu avec des chercheurs/euses de l'UNIGE un cadre théorique pour décrire la formation et l'actualisation de l'information (anti)scientifique. Ce cadre, construit sur la base de précédentes approches psychologiques ([Philippe Mueller et al.](#) et [Ulrich Ecker et al.](#) en 2022), prend en compte la source du message, son contenu, ses destinataires ainsi que les facteurs psychologiques pouvant les influencer. Ce cadre théorique vise à identifier les points d'entrée de la désinformation dans la psyché d'un individu. Il peut être utilisé pour intervenir et bloquer, ou favoriser, l'adhésion à une information.

Illustrations haute définition

contact

Tobia Spampatti

Assistant doctorant
Laboratoire de décision
du consommateur et
de comportement durable
Département de psychologie
Faculté de psychologie et
des sciences de l'éducation

Centre interfacultaire en
sciences affectives (CISA)
UNIGE

+41 76 681 96 33
Tobia.Spampatti@unige.ch

Tobias Brosch

Professeur associé
Laboratoire de décision
du consommateur et
de comportement durable
Département de psychologie
Faculté de psychologie et
des sciences de l'éducation

Centre interfacultaire en
sciences affectives (CISA)
UNIGE

Tobias.Brosch@unige.ch

DOI: [10.1038/s41562-023-01736-0](https://doi.org/10.1038/s41562-023-01736-0)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
Service de communication
24 rue du Général-Dufour
CH-1211 Genève 4
Tél. +41 22 379 77 17
media@unige.ch
www.unige.ch

«En tant qu'individus, nous traitons les messages scientifiques non pas comme des récepteurs d'informations neutres mais en les mettant en balance avec nos convictions antérieures, les résultats souhaités, nos liens affectifs, notre bagage socioculturel et idéologique. Selon la configuration de ces facteurs psychologiques, les croyances antiscientifiques peuvent être amplifiées et devenir résistantes à la correction», explique Tobia Spampatti, premier auteur de l'étude.

Six stratégies de prévention à l'épreuve

Sur cette base, les chercheurs/euses ont élaboré six stratégies d'intervention psychologique visant à prévenir les effets de la désinformation climatique sur les croyances et les comportements des individus. Elles ont été testées sur 6816 participant-es dans douze pays différents. Chaque stratégie était liée à une thématique particulière (consensus scientifique, confiance dans les scientifiques du climat, communication transparente, moralisation de l'action climatique, précision, émotions positives envers l'action climatique). Les participant-es ont été réparti-es en huit groupes: six soumis à l'une ou l'autre de ces stratégies et un à de la désinformation sans prévention, et un groupe de contrôle.

Le groupe «confiance dans les scientifiques du climat», par exemple, a reçu de l'information vérifiée démontrant la fiabilité des scientifiques du GIEC. De son côté, le groupe «communication transparente» s'est vu présenter des informations sur les avantages et inconvénients des actions d'atténuation climatique. Puis, chaque groupe a été exposé à vingt informations fausses ou biaisées, dix sur la science du climat et dix sur la politique climatique. Les chercheurs/euses de l'UNIGE ont ensuite mesuré leur impact, après leurs interventions préventives, en interrogeant les participant-es sur leurs ressentis.

Faible effet préventif

«Nous avons constaté que l'effet protecteur de nos stratégies est faible et qu'il disparaît dès la seconde exposition à la désinformation, mais aussi que la désinformation climatique utilisée dans le cadre de cette étude a influencé négativement la croyance des participant-es dans le changement climatique ainsi que leurs comportements "durables"», indique [Tobias Brosch](#), professeur associé au Laboratoire de décision du consommateur et de comportement durable (CDSB Lab) de la Faculté de psychologie et des sciences de l'éducation, et au Centre interfacultaire en sciences affectives (CISA) de l'UNIGE, dernier auteur de l'étude. «La désinformation est donc extrêmement persuasive, davantage que l'information scientifique. Seul le groupe "précision", à qui l'on a demandé de réfléchir en profondeur à la précision des informations qu'il rencontrait en ligne, a montré un léger avantage.»

«La recherche sur la désinformation est encore en plein développement. Nous allons donc poursuivre nos travaux et chercher des formes d'intervention plus efficaces. Il est de plus en plus urgent de lutter contre ce phénomène, qui retarde l'application de certaines mesures urgentes d'atténuation du changement climatique», conclut Tobia Spampatti.