



Cofinancé par  
l'Union européenne



**SLACC**

STOP LIES ABOUT CLIMATE CHANGE

**RAPPORT DE RECHERCHE  
TRANSNATIONALE**

**JUILLET 2022**

**SLACC-PROJECT.EU**

Le projet SLACC (Stop Lies About Climate Change) vise à **renforcer l'esprit critique des jeunes** et à leur fournir les compétences de communication nécessaires pour démystifier les fake news sur le changement climatique, afin de **les préparer au rôle d'ambassadeurs du climat**. Le partenariat du projet se compose de 7 organisations d'Autriche, de Bulgarie, de Chypre, de France, d'Allemagne, d'Italie et de Slovénie. Afin de s'assurer que les besoins éducatifs des deux groupes cibles (les jeunes et les travailleurs jeunesse) sont satisfaits au mieux par l'offre du projet, les partenaires ont mené des recherches transnationales sur les **approches existantes de l'éducation climatique** et la **actualité concernant les fake news sur les questions climatiques** dans leurs pays. En outre, ils ont analysé les **moyens d'améliorer l'éducation climatique par des méthodes non formelles** et les meilleures **stratégies pour lutter contre la désinformation**.

Les recherches montrent que les habitants de tous les pays partenaires sont **conscients de la gravité du changement climatique et des problèmes qui y sont liés**. Il existe toutefois des différences plus nettes en ce qui concerne le niveau d'attention que les médias et les gouvernements nationaux accordent aux questions climatiques. L'impression **d'un manque d'information** ne doit pas être sous-estimée, car elle peut conduire à un manque de prise de position chez les jeunes, ce qui signifie qu'ils sont potentiellement plus **enclins aux menaces des campagnes de désinformation**. Néanmoins, leur niveau de conscience quant à l'impact du changement climatique sur leur vie quotidienne est assez élevé. L'intérêt général pour le sujet, en particulier de la part des jeunes les plus actifs et les plus instruits, ne cesse également de croître, comme le prouve le nombre élevé de **projets et d'initiatives de sensibilisation au climat** lancés ces dernières années, ainsi que les **organisations de jeunesse** engagées dans la lutte contre le changement climatique. Cela montre que les **jeunes ont un grand potentiel pour devenir des ambassadeurs du climat**.

La recherche montre également que les acteurs étatiques et non gouvernementaux sont très actifs dans le développement de matériel de formation et dans l'organisation de formations sur des sujets liés au climat. Par conséquent, **l'éducation climatique semble être une partie obligatoire des programmes scolaires** dans presque tous les pays partenaires, bien qu'elle soit plutôt fragmentée. Si les **organisations non gouvernementales semblent être partout un moteur actif du changement**, la vérité est que les **normes éducatives générales semblent incomplètes** et qu'un **cadre universel pour l'éducation au changement climatique et à la protection de l'environnement fait toujours défaut**.

D'après les recherches menées, en dehors de l'école, les **principales sources d'information des jeunes sur les questions climatiques sont les plateformes en ligne** telles que les réseaux sociaux et, dans le cas d'un public plus conscient, les sites Web de médias étrangers ou même les pages Web consacrées au climat. Hors ligne, (une plus petite partie) des jeunes ont tendance à faire encore confiance à la télévision et aux médias imprimés traditionnels. La tendance générale est aux **textes**

**plus courts, au contenu vidéo et à un volume d'informations moins important.** Toutefois, ils sont **peu conscients de la nécessité de vérifier les informations**, du fait que **certaines sources peuvent ne pas être fiables**, même si elles semblent l'être, ou du fait que la diversification des sources permet de se forger une opinion éclairée sur des questions complexes. C'est pourquoi les moyens les plus efficaces d'informer et d'impliquer les jeunes sur le thème du changement climatique seraient de suivre leurs besoins et leurs intérêts - en utilisant différents jeux et défis, de **courtes vidéos informatives**, des **contenus accessibles et attrayants publiés sur les réseaux sociaux**, en rapprochant le sujet de leur vie quotidienne par des exemples pertinents, en leur donnant des responsabilités, en développant leurs propres projets/initiatives (**apprendre en faisant**) et l'interactivité (**discuter plutôt que faire la leçon**). S'il peut être difficile pour les éducateurs et les travailleurs jeunesse de suivre tous les nouveaux canaux de communication, il est important de les utiliser pour atteindre les jeunes et parler leur langage. Il est également important de comprendre que, **même si l'accès libre et l'absence de contrôle entraînent une augmentation des fake news**, **les plateformes en ligne ont contribué à développer le sens critique des jeunes**, aussi fragile soit-il.

Le potentiel est là, mais qu'en est-il de la motivation et de l'intérêt à devenir un ambassadeur du climat ? La recherche montre que les jeunes **se soucient du changement climatique** et sont **conscients des fake news qui y sont liées**, même s'il peut être difficile pour eux de s'orienter dans les ressources disponibles fournissant toutes sortes d'informations. Selon les jeunes, les **personnes plus âgées sont perçues comme plus sensibles aux fake news** pour plusieurs raisons : elles connaissent moins bien les médias sociaux (où les fake news sont le plus souvent publiées) et leurs pièges, elles ont tendance à croire davantage à ce qu'elles trouvent sur l'internet, car elles n'ont pas les mêmes compétences numériques et la même éducation climatique que les jeunes, et sont donc moins susceptibles d'identifier les fake news. Ainsi, les **jeunes conviennent qu'il est vital d'éduquer les autres (et eux-mêmes) sur les fake news** afin d'éviter les croyances et perceptions erronées qui pourraient se traduire par des comportements néfastes. Dans le même temps, ils admettent également que **la vulnérabilité aux fake news n'est pas liée à l'âge** mais à d'autres facteurs tels que la situation économique, la radicalisation et le manque d'esprit critique.

Ce qu'il faut comprendre pour lutter efficacement contre la désinformation, c'est la logique qui la sous-tend - comment les fake news sont diffusées et qui a intérêt à les diffuser. Le rapport montre que **les principaux acteurs vont au-delà des intérêts commerciaux et politiques traditionnels** ou des simples amateurs de théories du complot, et trouvent des moyens de plus en plus innovants pour diffuser la désinformation, façonner les opinions et créer des débats artificiels dans l'espace public. Il est donc crucial de développer l'esprit critique le plus tôt possible, d'éduquer et de sensibiliser la société, et en particulier les jeunes, au fait que les fake news font partie de notre réalité actuelle et que la désinformation peut prendre de nombreuses formes.

Mais **comment reconnaître les fake news dans le vaste océan d'informations** ? Il existe une multitude d'exercices attrayants, utilisant des stratégies inversées, des concours de démystification, des tâches de recherche sur Internet, des discussions ouvertes, des formations interactives à l'éducation aux médias qui, dans l'idéal, devraient être intégrées de manière adéquate dans l'enseignement formel. En outre, il existe de nombreux **outils en ligne** qui peuvent contribuer à la lutte contre la désinformation et doivent être promus auprès des jeunes, notamment les **sites web de vérification des faits** et les **comptes de médias sociaux** publiant des informations scientifiques synthétiques et accessibles, les **podcasts éducatifs**, les outils numériques, les cours en ligne, etc. Par-dessus tout, le principal besoin d'apprentissage reste l'**esprit critique**, y compris la **sensibilisation** au problème de la désinformation en premier lieu, suivie ou accompagnée du développement de méthodes pour distinguer les informations crédibles des fausses, ainsi que des **compétences générales transversales** telles que les compétences en communication, la proactivité, la flexibilité, la persévérance - toutes utiles pour devenir ambassadeur.



## Partners



EUROCIRCLE / France  
[eurocircle.fr](http://eurocircle.fr)



DIE BERATER / Austria  
[www.dieberater.com](http://www.dieberater.com)



CATRO / Bulgaria  
[catrobg.com](http://catrobg.com)



CESIE / Italy  
[www.cesie.org](http://www.cesie.org)



BUPNET / Germany  
[www.bupnet.de](http://www.bupnet.de)



CARDET / Cyprus  
[www.cardet.org](http://www.cardet.org)



PINA / Slovenia  
[www.pina.si](http://www.pina.si)



SLACC © 2022 is licensed under CC BY-NC-SA 4.0.  
To view a copy of this license, visit:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Co-funded by  
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Project Number: 2021-1-FR02-KA220-YOU-000028761