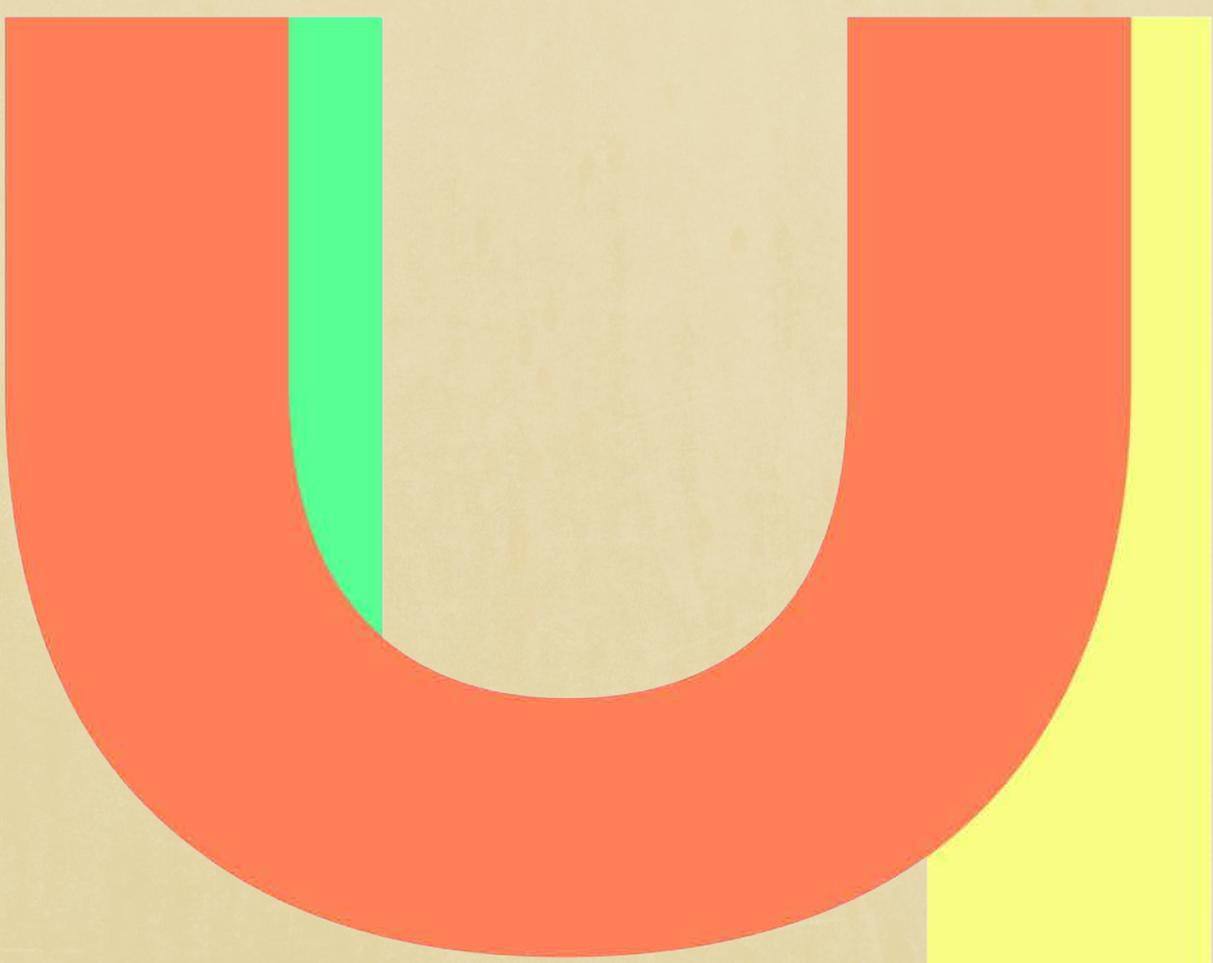




PRÉCIS DE



L'INCERTITUDE



**GUIDE PRATIQUE À L'USAGE
DES COMMUNICATEURS
DU CHANGEMENT
CLIMATIQUE**



**Adam Corner
Stephan Lewandowsky
Mary Phillips
Olga Roberts**

Auteurs

Dr Adam Corner, Directeur de Recherche, Climate Outreach ; Membre honoraire de l'École de Psychologie, Université de Cardiff

Professeur Stephan Lewandowsky, École de Psychologie Expérimentale et Institut Cabot, Université de Bristol

Dr Mary Phillips, École d'Économie, de Finance et de Gestion, Université de Bristol

Olga Roberts, Chercheuse et Coordinatrice de Projet, Climate Outreach



À propos de Climate Outreach

Climate Outreach (anciennement COIN) est une association caritative non-partisane basée à Oxford. Leader du secteur de la communication sur le changement climatique, elle s'efforce depuis plus de 10 ans de mobiliser l'ensemble de la société autour de la lutte contre le changement climatique.

www.climateoutreach.org

Le *PRÉCIS DE L'INCERTITUDE* est le deuxième d'une série de manuels sur le changement climatique réalisés par Stephan Lewandowsky, et fait suite à la publication du *Précis de Réfutation (The Debunking Handbook)*, <http://sks.to/debunk> ; traduction d'Alexandre Hanin : http://cortecs.org/wp-content/uploads/2014/05/CorteX_Debunking_Handbook_French.pdf). Le contenu de ce manuel s'inspire d'entretiens réalisés avec 11 acteurs du domaine politique scientifique.

Ce manuel a fait l'objet avant publication d'un examen approfondi par cinq experts en sciences du risque et deux professionnels de la communication sur le changement climatique, leaders dans leurs domaines respectifs. Nous tenons à les remercier pour leurs commentaires, qui ont permis d'améliorer la qualité finale de ce document.

Ce projet a été financé par l'Economic and Social Research Council (subvention numéro ES/M500410/1), ainsi que par une subvention du Fond pour le Développement de la Recherche du Worldwide Universities Network.

Pour citer ce document dans une bibliographie : Corner, A., Lewandowsky, S., Phillips, M. and Roberts, O. (2015) *The Uncertainty Handbook*. Bristol: University of Bristol.

Traduction: Chloé Thibaux (Climate Outreach) et Léane de Laigue (Climate Outreach)

Design: Oliver Cowan (www.olivercowan.co.uk) et Elise de Laigue (www.explorecommunications.ca)

Devriez-vous déménager dans une autre ville ? Changer de travail ? Fonder une famille ?

Les incertitudes sont présentes partout, et pourtant nous prenons malgré tout régulièrement des décisions cruciales.

Les entreprises ont l'habitude d'opérer malgré les incertitudes. Les choix d'investissements sont basés sur des connaissances imparfaites ; les risques sont gérés chaque jour, à chaque instant. Et comme dans tout domaine scientifique complexe, l'incertitude est une caractéristique du changement climatique que l'on ne peut pas éliminer.

L'incertitude n'est pas un ennemi des sciences du climat qu'il s'agirait de conquérir. Elle est la stimulation qui pousse la recherche à avancer. Si nous ne disposons que d'une connaissance imparfaite concernant le changement climatique, cela ne devrait qu'accroître la volonté d'instaurer des actions de préventions contre des risques incertains.

Mais à l'inverse des prévisions économiques (communément acceptées bien qu'elles se révèlent parfois erronées) ou des diagnostics médicaux (qui contiennent, chacun l'admet, une part de hasard), l'incertitude est devenue un argument pour discréditer et douter des sciences climatiques, ou encore pour retarder l'action politique.

L'INCERTITUDE

Amie des sciences, ennemie de l'inaction.

Pour le grand public, l'incertitude est un obstacle de taille à un engagement plus affirmé dans la lutte contre le changement climatique. Pour les décideurs politiques, l'incertitude peut éclipser les messages importants qu'elle recouvre. Trop souvent, les scientifiques du climat sont conduits à s'excuser de ce qu'ils ignorent, au lieu d'exposer ce dont ils sont certains.

La responsabilité revient en partie aux acteurs politiques opposés à une prise d'action globale de la société pour lutter contre le changement climatique. Ces « Marchands de doute »¹ ont volontairement instauré une défiance autour des sciences du changement climatique, en exagérant la part d'incertitude tout en minimisant celle des consensus et des faits établis.

Mais même sans compter l'influence de cette vision déformante, communiquer l'incertitude demeure un défi de taille.

S'il vous est arrivé de rencontrer des difficultés à communiquer l'incertitude, ce manuel est fait pour vous. Il rassemble en quelques pages les plus importants résultats de la recherche ainsi que des conseils d'experts, présentés sous la forme de techniques concrètes et aisément mises en pratique afin de fournir aux scientifiques, décideurs politiques et militants les outils nécessaires pour communiquer plus efficacement sur le sujet du changement climatique.

Quelles sont les véritables implications de l'incertitude scientifique quant au changement climatique ?

Tandis que l'incertitude est souvent invoquée dans le débat public pour justifier de retarder l'action politique, la réalité est toute autre : plusieurs travaux scientifiques ont récemment révélé qu'une plus grande incertitude scientifique donne un meilleur élan à la lutte contre le changement climatique, plutôt qu'elle ne la ralentit.² Autrement dit, si nous étions moins certains que nous ne le sommes actuellement des changements climatiques à venir, nous nous efforcerions davantage de régler le problème. Ainsi, les données scientifiques disponibles sur le système climatique vont en réalité à l'encontre de l'intuition générale.

Ce manuel présente quelques stratégies pour remédier au décalage existant entre l'intuition générale et les implications scientifiques de l'incertitude dans le débat autour du changement climatique.

1. Ménagez les attentes de votre public

Si l'incertitude n'est pas spécifique au changement climatique, pourquoi se révèle-t-elle si problématique ? L'une des raisons est qu'il nous est difficile d'accepter l'incertitude engendrée par des « messages contradictoires »³. Lorsque nous entendons les hommes politiques se contredire les uns les autres à propos du changement climatique, ou lorsque les journaux présentent un « rapport de force déséquilibré » entre les scientifiques et les opinions sceptiques, nous avons tendance à douter de la crédibilité des arguments exposés. À la lecture des mêmes informations contradictoires, différentes personnes parviennent à des conclusions différentes.⁴

La science est souvent présentée par les médias comme une machine à produire des séries de faits et de chiffres définitifs : l'affirmation « l'exposition aux rayons UV provoque le cancer de la peau » est soit vraie, soit fausse. Mais en réalité, les scientifiques tra-

vailent à partir de probabilités (en vérité, l'exposition aux rayons UV augmente les chances de développer un cancer de la peau).

À l'école, on enseigne que la science fournit des séries de « réponses » plutôt qu'une méthode pour poser des questions sur le monde qui nous entoure. En conséquence, chacun a des attentes différentes concernant l'incertitude en science, au contraire des situations « quotidiennes » où l'incertitude est considérée comme donnée.⁵

Une étude a révélé qu'insister sur la définition « les sciences consistent

en un débat », plutôt que « les sciences consistent en un ensemble de faits définis » influence la motivation des individus à agir en réponse à des messages incertains.⁶ Les participants qui comprenaient que « les sciences consistent en un débat » étaient moins enclins à rejeter les messages contenant des informations incertaines. Ainsi, l'incertitude ne sappe pas toujours l'efficacité de la communication scientifique, pour autant que cette dernière s'adapte à la vision qu'a son public de la manière dont les sciences opèrent.

« Les individus prennent constamment des décisions fondées sur des incertitudes. Vous prenez les meilleures décisions possibles au vu des informations dont vous disposez. Or, les scientifiques du climat disposent d'une grande quantité d'informations sur lesquelles fonder une décision. » *

Comment réagissons-nous face à un message « incertain » sur le changement climatique ?

Un rapport publié par le *UCL Policy Commission on Communicating Climate Science* suggère quelques réponses possibles :⁷

« Après tout ce travail et ces dépenses, vous pouvez sûrement faire mieux ! »

« Pourquoi ne me dites-vous pas ce dont vous êtes réellement certain ? »

« Attendons que les scientifiques se soient mis d'accord. »

Savoir accepter ces attentes (et anticiper les réactions) est une qualité essentielle pour les communicateurs. Lorsqu'ils abordent les zones les plus incertaines du changement climatique, les professionnels doivent s'assurer de deux choses :

1. Utiliser de nombreuses analogies issues de la vie quotidienne, de façon à ce que votre public prenne conscience que les incertitudes sont présentes partout.

2. Insister sur le fait que le débat est constitutif des sciences, et que si les scientifiques ne savent pas tout sur un sujet, ils savent malgré tout quelque chose. Nous savons que le climat change, et que retarder notre réponse à ce phénomène augmente les risques.

* citation issue d'un entretien

2. Commencez par ce que vous savez, plutôt que par ce que vous ne savez pas

Cela peut sembler évident, mais il est crucial de commencer par ce que vous savez, plutôt que par ce que vous ne savez pas.

Les scientifiques doivent être honnêtes à propos des incertitudes présentes dans leur travail, mais trop souvent les communicateurs mentionnent d'abord la dimension d'incertitude plutôt que de commencer par le message principal. Les scientifiques s'accordent pourtant sur la réponse à de nombreuses questions fondamentales, telles que « Les hommes sont-ils responsables du changement climatique ? » ou « Allons nous engendrer des changements climatiques sans précédents si nous ne réduisons pas nos émissions de dioxyde de carbone ? ». Les communicateurs ne devraient pas hésiter à affirmer cela clairement.

Bien sûr, les scientifiques sont en désaccord sur d'autres questions, par exemple celle de savoir si le changement climatique provoquera une augmentation du nombre d'ouragans. Mais l'incertitude présente aux frontières du domaine scientifique ne devrait pas nous empêcher de nous concentrer sur les points dont nous sommes certains afin d'établir une compréhension mutuelle avec notre public.

« Nombreux sont ceux que le sujet du changement climatique rebute, notamment à cause de sa dimension d'incertitude... Il semble donc judicieux d'insister d'abord sur ce que nous savons. » *



Si vous le pouvez, testez vos messages au préalable afin d'observer comment ils sont reçus. Rien ne vaut un sondage de votre public lorsque vous cherchez à élaborer un message efficace autour du changement climatique et à utiliser un langage qui parle au public auquel il est destiné.

« Le tout est d'atteindre un fragile équilibre : reconnaître la dimension d'incertitude, tout en soulignant qu'elle n'est pas incompatible avec la connaissance de faits certains. » *

3. Insistez sur le consensus scientifique



Les académies scientifiques du monde entier s'accordent à dire que l'homme est responsable du changement climatique, et que celui-ci aura de graves conséquences si rien n'est fait pour le stopper. 97% des scientifiques du climat et la presque totalité de la littérature scientifique sur le

climat soutiennent l'idée que les hommes sont responsables du changement climatique.⁸

Pourtant, la plupart des gens ne réalisent pas la dimension écrasante de ce consensus au sein de la communauté scientifique.⁹ Formuler un message clair et co-

hérent à propos du consensus scientifique est d'autant plus important que plusieurs études suggèrent qu'il s'agit d'une « opinion charnière » menant à la perception du changement climatique comme un phénomène nécessitant une réponse urgente de la part de la société.¹⁰

Comment communiquer efficacement le consensus scientifique ?



Utilisez un graphique tel qu'un camembert, pour rendre le message plus percutant¹¹



Communiquez le consensus via un « messenger » digne de confiance



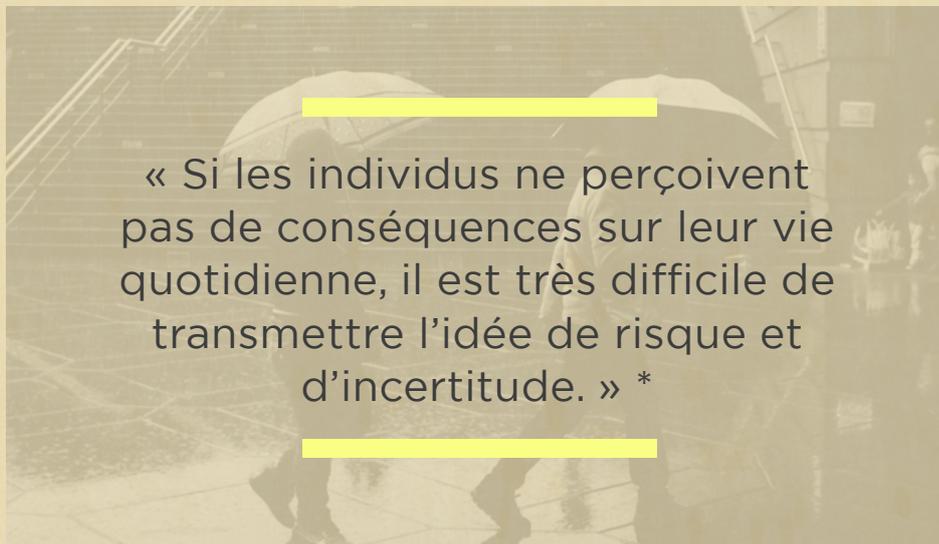
Tâchez de trouver un messenger dont les valeurs correspondent le plus possible à celles de votre public (voir Chapitre 6)

4. Renversez la perspective : de l' « incertitude » au « risque »

La plupart des individus sont habitués à être confrontés à la notion de « risque ». C'est un terme qui appartient aux domaines de l'assurance, de la santé et de la sécurité nationale.¹² Aussi, pour beaucoup de publics (hommes politiques, dirigeants d'entreprises, militaires) parler des risques liés au changement climatique peut s'avérer plus efficace que de parler d'incertitudes.

Plus l'on rend les risques liés au changement climatique frappants grâce à des « représentations mentales », plus le message est efficace. Cela requiert d'utiliser des exemples clairs et concrets, tel que le risque d'inondation menaçant un village, un agriculteur perdant ses récoltes, ou encore un bâtiment en bord de mer s'effondrant dans l'océan.

Renverser la perspective adoptée en parlant de « risque » plutôt que d'« incertitude » permet aux individus de peser plus facilement le pour et le contre de l'inaction, et évite qu'ils ne se trouvent bloqués dans la perception que notre connaissance des effets du changement climatique demeure imparfaite.¹³ Des exemples familiers



Ne dites pas :

« Bien que nous ne puissions pas déterminer dans quelle mesure les services locaux seront affectés, il est probable que le changement climatique provoquera des inondations plus fréquentes à l'avenir. »

Dites plutôt :

« Dans notre ville, le risque d'inondation qui perturberaient nos commerces et nos écoles est désormais plus élevé que jamais à cause du changement climatique. »

de gestion des risques issus de la vie quotidienne sont des points de comparaison et des analogies utiles, comme le souligne la

citation ci-dessous, tirée d'une étude sur les opinions des entreprises quant au changement climatique :

« Le changement climatique est causé par l'activité humaine, plus de 90% des scientifiques s'accordent là-dessus. Avez-vous déjà pris une décision commerciale en disposant d'un tel degré de certitude ? Voilà pourquoi je crois qu'il faut être idiot pour ne pas commencer à agir contre ce problème. » * 14

5. Précisez de quel type d'incertitude vous parlez

L'une des stratégies communément employée par ceux qui rejettent le consensus scientifique consiste à confondre et associer volontairement deux types d'incertitude.¹⁵ C'est pour cette raison qu'il est essentiel de préciser de quel type d'incertitude vous parlez.

Cause du changement climatique

Ne dites pas :

« Bien que l'on ne puisse jamais être absolument certain de rien, il est très probable que les changements dans notre climat soient dûs à la pression anthropique. »

Dites plutôt :

« Les scientifiques sont aussi certains du lien entre l'activité humaine et le changement climatique que de celui entre la cigarette et le cancer du poumon. »

Conséquences du changement climatique

Ne dites pas :

« Le changement climatique ne peut être désigné comme la cause d'aucun événement climatique isolé. »

Dites plutôt :

« Le réchauffement de la planète rend l'air plus humide, ce qui augmente le risque de précipitations intenses. Cette inondation correspond donc bien à ce que les scientifiques prédisent depuis longtemps. »

Politiques publiques et changement climatique

Ne dites pas :

« La science est incapable de nous dire quelle politique est la meilleure en matière de climat. »

Dites plutôt :

« Nous savons combien de carbone nous pouvons brûler si nous voulons limiter les risques liés au changement climatique. La plupart du charbon, du pétrole et du gaz qu'il reste dans le monde doit rester dans le sol. Quant à savoir comment y parvenir, c'est aux hommes politiques d'en débattre. »

6. Comprenez ce qui motive les opinions des individus sur le changement climatique

Lorsqu'un sujet est connoté politiquement (comme la modification génétique des cultures ou l'administration de certains vaccins), les individus filtrent les faits scientifiques par le prisme de leurs propres opinions politiques.¹⁶ Le changement climatique est un problème hautement « polarisé » politiquement dans beaucoup de pays à travers le monde, et les mêmes faits peuvent ainsi être reçus de manière très différente selon les affinités politiques des individus.

De fait, il existe un lien évident entre les opinions politiques « conservatrices » (c'est à dire de centre-droit) et la mise en doute de la réalité du changement climatique et de sa gravité.

L'incertitude à propos du changement climatique est plus forte parmi les individus adhérant à des valeurs de droite.

Cependant, de plus en plus de recherches mettent à jour des manières de communiquer sur le changement climatique sans menacer les systèmes de pensée conservatrice, ou en utilisant un langage trouvant un écho plus favorable auprès des personnes qui défendent des valeurs de centre-droit.¹⁷ Prévention des risques, pragmatisme, sécurité et désir de « conserver » la beauté de la nature sont les valeurs clés des idéologies conservatrices, et sont ainsi susceptibles d'offrir un terrain plus favorable pour aborder les incertitudes du changement climatique avec ce public.

Des récits conservateurs pour ancrer des messages incertains sur le changement climatique

Les récits suivants sont recommandés par Climate Outreach dans son rapport, *A new conversation with the centre-right about climate change: Values, frames and narratives**, publié en 2012.¹⁸

Reconnecter « conservation » et conservatisme

Les conservateurs ont tendance à valoriser la beauté esthétique de la nature. Utilisez cet argument de manière à amorcer une conversation plus vaste à propos des risques climatiques.

« Nous devrions tous être fiers des paysages de notre pays et de nos campagnes, et nous devrions chercher ensemble à les protéger. Au fil des ans, nous avons nettoyé nos rivières, banni la pollution de nos villes, et protégé nos forêts. Avec le changement climatique, de nouvelles menaces pèsent sur nos campagnes, qui nous sont si chères : des inondations plus fréquentes et plus intenses, des saisons perturbées, de même que la faune qui dépend d'elles. Nos villes, elles aussi, deviendront plus congestionnées et polluées si nous ne nous tournons pas vers des énergies plus vertes. C'est pourquoi la seule attitude responsable envisageable est de réduire les risques provoqués par le changement climatique. »

Les politiques climatiques peuvent apparaître comme des menaces pour le maintien du « status quo », sujet de préoccupation clé pour le centre-droit. Mais les conséquences du changement climatique sont une menace bien plus importante.

Un avenir serein, stable et sain

Beaucoup de gens sont fiers de la révolution industrielle et des avancées qu'elle représente. Plutôt que de la diaboliser, reconnaissez-en la valeur, puis montrez les nouvelles opportunités que constituent les énergies renouvelables.

« Au cours de la révolution industrielle, nous avons construit nos pays en utilisant des ressources naturelles (le charbon, le pétrole et le gaz), et nous avons assuré l'avènement d'une ère nouvelle et prospère. Mais nous sommes également riches des ressources naturelles grâce auxquelles nous relèveront les défis du XXI^e siècle : des technologies propres qui n'endommageront ni notre santé, ni notre environnement. Pour assurer un avenir prospère, nous devons faire preuve de davantage de résilience : notre sécurité alimentaire dépend d'énergies renouvelables qui ne s'épuiseront pas, et qui fourniront des emplois stables et durables aux ingénieurs, aux ouvriers, aux techniciens, aux scientifiques et aux commerçants. »

Être responsable et limiter les risques sont deux valeurs auxquelles les citoyens de centre-droit sont susceptibles de s'identifier.

La résilience et la sécurité sont des valeurs centrales du centre-droit.

7. La véritable question n'est pas de savoir « si », mais « quand »

Si l'on vous dit que les chances qu'un événement terrible se produise sont de 70%, il est réconfortant de se concentrer sur les 30% de chances que rien n'arrive. Plus les risques et les dangers se trouvent loin dans le futur, plus il est aisé de les écarter ou de les ignorer. Pour la plupart des gens, le changement climatique est un risque « distant » notoire : il n'est pas ici, et pas maintenant. Or, l'incertitude inhérente aux prédictions climatiques ouvre la voie à toutes sortes d'illusions quant au véritable danger que représente le changement climatique.^{19, 20, 21, 22}

« L'exemple des récentes inondations auxquelles a été confrontée la population a facilité le dialogue sur le risque avec les communautés locales : il ne s'agit plus de savoir « si », mais « quand », et comment l'on peut s'y préparer. » *

Les prédictions sur le changement climatique sont habituellement communiquées par le biais du format standard du « résultat incertain ».

Mais renversez la perspective, grâce à la formulation d'un « temps incertain », et tout à coup il apparaît clairement que la question n'est pas de savoir *si* mais *quand* la montée du niveau de la mer aura atteint 50 cm.

Ne dites pas

Un point fixe dans le temps

« D'ici 2072, le niveau de la mer aura augmenté de 25 à 68 cm, la prédiction moyenne étant de 50 cm. »

Un résultat incertain

Dites plutôt

Un résultat certain

« Le niveau de la mer augmentera d'au moins 50 cm, et cela se produira entre 2060 et 2093. »

Un point incertain dans le temps

D'après une récente étude, ce simple renversement de perspective dans la formulation de l'information incertaine permet d'augmenter le soutien pour l'action du gouvernement sur le changement climatique.²³ Mettre l'accent sur les événements « certains » permet également de pallier la distance psychologique présente entre le changement climatique et le quotidien des gens, en le rendant plus tangible, moins abstrait, et plus pressant.

* citation issue d'un entretien

8. Dites-le avec des images et des histoires

Tous les 4 à 5 ans, le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) publie un rapport d'évaluation résumant des milliers d'articles scientifiques compilés par des centaines de scientifiques renommés. Ces rapports présentent un certain nombre d'énoncés de probabilité révélant le degré de certitude et d'assurance des scientifiques sur différents aspects des sciences du climat. L'affirmation ci-dessous, extraite du rapport d'évaluation de 2007, en est un exemple type :

« La plupart des augmentations observées dans les températures moyennes générales depuis le milieu du XXe siècle sont très probablement dues à l'augmentation observée dans les concentrations de gaz à effet de serre d'origine anthropique. »

Mais tandis que les rapports du GIEC sont des ressources essentielles pour quantifier l'incertitude scientifique, une série d'études a révélé que les individus sous-estiment la signification de certains énoncés de probabilité (par exemple, « très probablement »), tandis qu'ils surestiment celle d'autres affirmations.^{24, 25} En vérité, la plupart des gens voient le monde à travers le prisme d'histoires et d'images, et non au travers de listes et de nombres, d'énoncés de probabilité ou de graphiques techniques.



Vue d'artiste. Une tempête affecte l'accès des visiteurs à un monument inscrit au patrimoine national en front de mer, sur l'île de Brownsea. Résultat d'ateliers sur les scénarios futurs proposés au public afin d'explorer les défis et les opportunités autour de l'érosion du littoral au Royaume-Uni. Ce projet s'inscrit dans le projet Living with a Changing Coast (Vivre avec un littoral en évolution, LiCCO), fondé par l'UE et mené par l'Environment Agency du Royaume-Uni. Illustration : Maria Burns.

C'est pourquoi il est essentiel de trouver des manières de traduire et d'interpréter le langage technique des rapports scientifiques pour le rendre plus parlant.

Une des stratégies possible consiste à créer une « représentation mentale » du changement

climatique dans l'esprit des gens. Un artiste graphique peut parvenir à capter le concept de montée du niveau de la mer mieux qu'aucun autre graphique, et pourtant il n'en est pas moins pertinent d'un point de vue factuel s'il utilise les prédictions des scientifiques pour documenter son travail.

« L'utilisation d'études de cas est une bonne façon de mobiliser les gens qui n'ont pas fait directement l'expérience d'événements climatiques extrêmes... Cela fonctionne particulièrement bien avec des histoires personnelles. » *

9. Soulignez ce que l'incertitude a de « positif »

Lequel des énoncés suivants vous pousse davantage à agir malgré l'incertitude ?

« Si nous agissons maintenant, la probabilité que des inondations hivernales destructrices se produisent est de 20% »

FORMULATION POSITIVE

« Si nous n'agissons pas, la probabilité que des inondations hivernales destructrices se produisent est de 80% »

FORMULATION NEGATIVE

L'incertitude ne constitue pas nécessairement un frein à la communication si l'on présente le problème selon une « formulation » positive.²⁶ Des académiciens de l'Université d'Exeter ont présenté à des individus des messages courts contenant une information incertaine présentée de manière positive ou négative. Les chercheurs ont découvert que lorsque l'incertitude était utilisée afin d'indiquer que la perte pourrait être évitée si une action préven-

tive était menée (formulation positive), alors les individus étaient plus enclins à montrer une plus grande volonté d'agir de manière favorable à l'environnement.

Il faut également souligner qu'agir sur le changement climatique (et ce même dans un contexte d'incertitude) entraîne des bénéfices que la plupart des gens seraient prêts à soutenir. Le dessin ci-dessous l'illustre bien.

« Si l'on aborde l'incertitude de manière positive, on crée de l'espoir.

Si on le fait de manière négative, on crée un sentiment d'impuissance. » *

L'incertitude n'est pas un frein inévitable à l'action si les communicateurs formulent leurs messages sur le changement climatique de manière à inciter à la prudence face à l'incertitude.



Indépendance énergétique, préservation de la forêt vierge, durabilité énergétique, emplois verts, villes propres, énergies renouvelables, propreté de l'air et de l'eau, enfants en bonne santé, etc. etc. « Mais, et s'il s'agissait d'un énorme mensonge, et qu'on s'apprêtait à créer un monde meilleur pour rien... ? » © Joe Pett

10. Communiquez efficacement les conséquences du changement climatique

Partout dans le monde, les événements climatiques extrêmes (cohérents avec les prédictions énoncées par les scientifiques il y a plusieurs dizaines d'années) sont de plus en plus fréquents.

Les expériences concrètes et traumatiques qui découlent des événements climatiques extrêmes réduisent la « distance psychologique » liée au changement climatique, et permettent aux communautés touchées de se sentir plus concernées par ce problème, puisqu'elles seront à nouveau confrontées à des risques similaires à l'avenir.

Mais pouvons-nous légitimement attribuer un événement climatique particulier au changement climatique ? Les scientifiques commentent à mettre en évidence le lien entre le changement climatique et la plus grande probabilité que certains événements climatiques isolés se produisent.²⁷ En vérité, tous les événements climatiques sont désormais influencés par

le changement climatique, car l'environnement dans lequel ils se produisent est plus chaud et plus humide qu'il ne l'était auparavant.²⁸

Mais la question de savoir si tel événement climatique est dû au changement climatique n'est pas pertinente. Lorsque quelqu'un présente un système immunitaire affaibli, il est plus susceptible de contracter un certain nombre de maladies, et personne ne cherche à savoir si chacune d'entre elles est « causée » par le déficit immunitaire. La même logique s'applique au changement climatique et à certains événements climatiques extrêmes : le changement climatique augmente leur probabilité et leur ampleur.

Sans surprise, il existe de plus en plus de preuves du lien entre le changement climatique et les événements climatiques extrêmes.²⁹ Mais pour mobiliser les gens autour des événements climatiques extrêmes, il faut s'assurer de s'adresser à eux en se référant à leurs valeurs et leurs intérêts. Afin de développer des récits autour de ce que le changement climatique représente, ce ne sont pas les « conséquences climatiques » elles-mêmes qui comptent, mais leurs implications.

Si le changement climatique est présent dans les histoires que les gens utilisent pour parler de leurs vies et de leurs espoirs pour l'avenir, ils se sentiront plus concernés par les conséquences climatiques individuelles.



Un climat instable augmente la vulnérabilité de l'industrie touristique



Des saisons imprévisibles menacent la fiabilité des récoltes

Les voyages et la nourriture (pour ne citer que deux exemples) permettent d'amorcer plus facilement une conversation sur le changement climatique que des modèles algorithmiques ou des énoncés de probabilité.

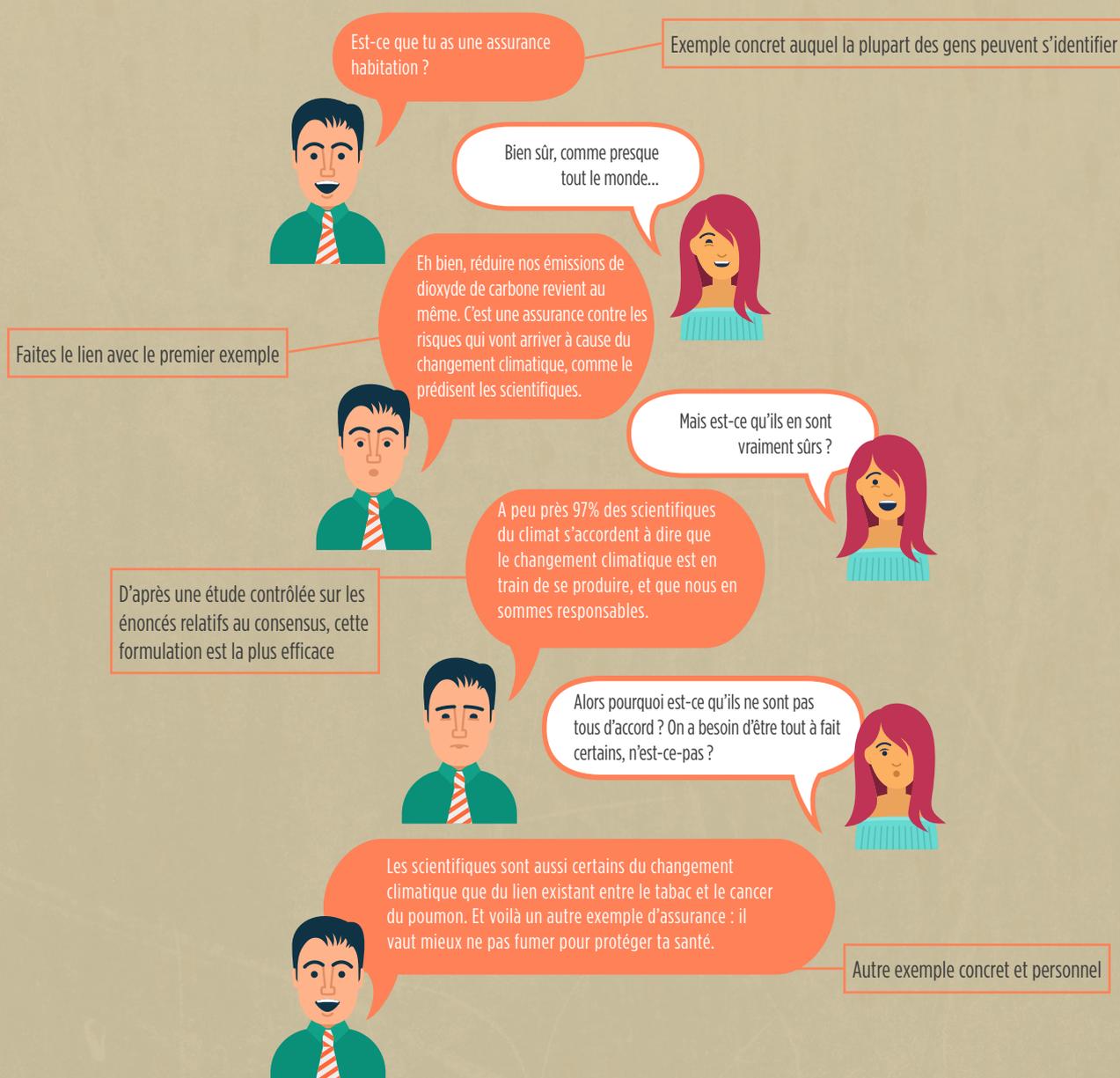
11. Faites la conversation, pas la guerre !

En dépit de l'attention disproportionnée que les médias accordent aux « sceptiques », la plupart des gens ne parlent en fait pas du tout du changement climatique. Cela signifie que le simple fait d'avoir une conversation à ce sujet (et non pas une dispute où l'on martèle le même argument « coup

de poing ») peut être une excellente manière de susciter une mobilisation de la part du public. Lorsque les gens prennent part à des discussions organisées et structurées sur le changement climatique, ils tendent à se montrer plus favorables aux politiques publiques qui y apportent

des solutions.³⁰ Avoir des conversations à propos de l'incertitude qui entoure le changement climatique, plutôt que de se contenter de fabriquer un message percutant, est une autre manière de dissiper l'antagonisme et le scepticisme.

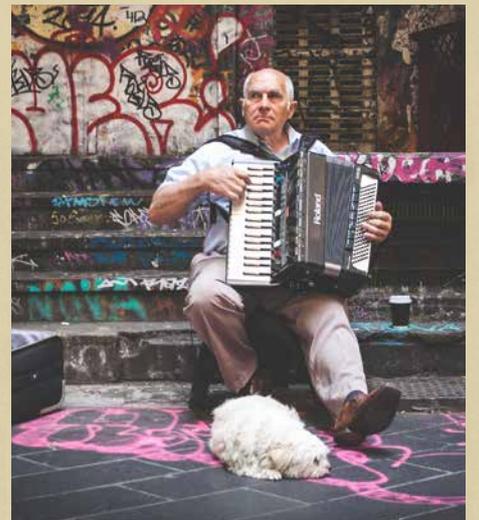
Une conversation sur le changement climatique



12. Racontez une histoire humaine, pas une histoire scientifique

Les individus ont tendance à privilégier leurs expériences personnelles quotidiennes plutôt que les données scientifiques, et leurs convictions politiques influencent bien plus leurs opinions sur le changement climatique que ne le laissent penser les marges d'erreur sur les graphiques des scientifiques. Lorsque les gens se sentent inspirés par les réponses apportées au changement climatique, ils cessent de considérer l'incertitude quant à l'avenir comme le problème central.^{31, 32} Cela signifie qu'il est crucial de raconter des histoires humaines et personnelles sur les individus touchés par le changement climatique (et comment ils luttent contre lui) : il faut faire basculer le changement climatique d'une réalité scientifique à une réalité sociale.

La quantité de dioxyde de carbone émise dans les 50 prochaines années déterminera l'étendue des changements infligés à notre climat. Même selon les hypothèses scientifiques les plus conservatrices, brûler la moitié de nos réserves actuelles d'énergies fossiles entraînerait des changements sans précédent dans l'équilibre de notre planète. Aussi, la plus grande incertitude reste de savoir si nous nous déciderons à agir, et si nous saurons générer à temps la mobilisation collective que cela suppose.



Références

1. **Oreskes, N., and Conway, E.M.** (2010). *Merchants of Doubt: How a handful of scientists obscured the truth on issues from tobacco smoke to global warming*. New York: Bloomsbury Press.
2. **Lewandowsky, S., Risbey, J. S., Smithson, M., Newell, B. R., & Hunter, J.** (2014). Scientific uncertainty and climate change: Part I. Uncertainty and unabated emissions. *Climatic Change* 124, 21-37.
Lewandowsky, S., Risbey, J. S., Smithson, M., & Newell, B. R. (2014). Scientific uncertainty and climate change: Part II. Uncertainty and mitigation. *Climatic Change* 124, 39-52
3. **Smithson, M.** (1999). Conflict Aversion: Preference for Ambiguity vs Conflict in Sources and Evidence. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 79, 179–198.
4. **Corner, A., Whitmarsh, L. and Xenias, D.** (2012). Uncertainty, scepticism and attitudes towards climate change: Biased assimilation and attitude polarisation. *Climatic Change* 114, 463-478.
5. **Corner, A. J. and Hahn, U.** (2009). Evaluating science arguments: Evidence, uncertainty, and argument strength. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 15(3), 199-212. DOI 10.1037/a0016533). **Pollack, H.** (2003). *Uncertain Science...Uncertain World*. Cambridge: OUP.
6. **Rabinovich, A. and Morton, T. A.** (2012). Unquestioned Answers or Unanswered Questions: Beliefs About Science Guide Responses to Uncertainty in Climate Change Risk Communication. *Risk Analysis* 32, 992–1002.
7. **Rapley, C. G., de Meyer, K., Carney, J., Clarke, R., Howarth, C., Smith, N., Stilgoe, J., Youngs, S., Brierley, C., Haugvaldstad, A., Lotto, B., Michie, S., Shipworth, M., & Tuckett, D.** (2014). *Time for Change? Climate Science Reconsidered. A Report of the UCL Policy Commission on Communicating Climate Science*.
8. **Cook, J., Nuccitelli, D., Green, S.A., Richardson, M., Winkler, B., Painting, R., Way, R., Jacobs, P. and Skuce, A.** (2013). Quantifying the consensus on anthropogenic global warming in the scientific literature. *Environmental Research Letters* 8(2). DOI: 10.1088/1748-9326/8/2/024024.
9. **Maibach, E., Myers, T. and Leiserowitz, A.** (2014). Climate scientists need to set the record straight: There is a scientific consensus that human-caused climate change is happening. *Earth's Future* 2(5), 295-298. DOI: 10.1002/2013EF000226.
- Poortinga, W., Capstick, S., Whitmarsh, L. Pidgeon, N. & Spence, A.** (2011). Uncertain climate: An investigation into public scepticism about anthropogenic climate change. *Global Environmental Change* 21(3), 1015-1024.
10. **Lewandowsky, S., Gignac, G. and Vaughan, S.** (2013). The pivotal role of perceived scientific consensus in acceptance of science. *Nature Climate Change* 3, 399-404. DOI: 10.1038/nclimate1720.
11. **van der Linden, S.** et al (2014). How to communicate the scientific consensus on climate change: plain facts, pie charts or metaphors? *Climatic Change* 126, 255-262.
12. **Painter, J** (2015). Taking a bet on risk. *Nature Climate Change* 5, 4, 288–289. **Pidgeon, N.F. and Fischhoff, B.** (2011). The role of social and decision sciences in communicating uncertain climate risks. *Nature Climate Change* 1, 35-41.
13. **Painter, J.** (2015). Taking a bet on risk. *Nature Climate Change* 5 (4), 288–289.
- Houser, T., Kopp, R., Hsiang, S., Delgado, M., Jina, A., Larsen, K., Mastrandrea, M., Mohan, S., Muir-Wood, R., Rasmussen, D., Rising, J., and Wilson P.** (2014). *American Climate Prospectus: Economic Risks in the United States*. Prepared as input to the Risky Business Project. Available at: <http://rhg.com/reports/climate-prospectus>.
14. **Nyberg, D. and Wright, C.** (2015). Performative and political: Corporate constructions of climate change risk. *Organization* 1-22. DOI: 10.1177/1350508415572038.
15. **Poortinga, W., Capstick, S., Whitmarsh, L. Pidgeon, N. and Spence, A.** (2011). Uncertain climate: An investigation into public scepticism about anthropogenic climate change. *Global Environmental Change* 21(3), 1015-1024.
16. **Kahan D.** (2012). Why we are poles apart on climate change? *Nature* 488, 255.

17. **Campbell, T. H. & Kay, A. C.** (2014). Solution aversion: On the relation between ideology and motivated disbelief. *Journal of Personality and Social Psychology* 107, 809-824.
- Corner, A.** (2013). *A new conversation with the centre-right about climate change: Values, frames and narratives*. Oxford: Climate Outreach & Information Network.
- Häkkinen, K. and Akrami, N.** (2014). Ideology and climate change denial. *Personality and Individual Differences* 70, 62-65.
18. **Corner, A.** (2013). *A new conversation with the centre-right about climate change: Values, frames and narratives*. Oxford: Climate Outreach & Information Network.
19. **Markowitz, E.M., and Shariff, A.F.** (2012). Climate change and moral judgement. *Nature Climate Change* 2, 243-247. DOI10.1038.
20. **Lench, H.C., Smallman, R., Darbor, K. and Bench, S.** (2014). Motivated perception of probabilistic information. *Cognition* 133, 429-442.
21. **Harris, A., Corner, A. and Hahn, U.** (2009). Estimating the probability of negative events. *Cognition* 110, 51-64.
22. **Epper, T., Fehr-Duda, H. and Bruhin, A.** (2011). Viewing the future through a warped lens: Why uncertainty generates hyperbolic discounting. *Journal of Risk & Uncertainty* 43, 169-203.
23. **Ballard, T. and Lewandowsky, S.** (2015). When, not if: The inescapability of an uncertain climate. *Philosophical Transactions of the Royal Society A* (in press).
24. **Ekwurzel, B., Frumhoff, P.C. and McCarthy, J.J.** (2011). Climate uncertainties and their discontents: increasing the impact of assessments on public understanding of climate risks and choices. *Climatic Change* 108, 791-802.
- Corner, A. and van Eck, C.** (2014). *Science and Stories: Bringing the IPCC to Life*. Oxford: Climate Outreach & Information Network.
25. **Budescu, D.V., Por, H-H., Broomell, S.B., & Smithson, M.** (2014) The interpretation of IPCC probabilistic statements around the world. *Nature Climate Change*, DOI 10.1038/NCLIMATE2194.
- Harris, A., Corner, A., Xu, J. and Du, X.** (2013). Lost in translation? Interpretations of the probability phrases used by the Intergovernmental Panel on Climate Change in China and the UK. *Climatic Change* 121, 415-425.
26. **Morton, T.A., Rabinovich, A., Marshall, D. and Bretschneider, P.** (2011). The future that may (or may not) come: How framing changes response to uncertainty in climate change communication. *Global Environmental Change* 21(1) 103-109.
27. **Pall, P., Aina, T., Stone, D.A., Stott, P.A., Nozawa, T., Hilberts, A.G.J., Lohmann, D. and Allen, M.R.** (2011) Anthropogenic greenhouse gas contribution to flood risk in England and Wales in autumn 2000. *Nature* 470, 382-385.
28. **Trenberth, K.** (2012). Framing the way to relate climate extremes to climate change. *Climatic Change* 115, 283-290.
29. **Butler, C., Demski, C., Parkhill, K., Pidgeon, N.F. and Spence, A.** (2015). Public values for energy futures: Framing, indeterminacy and policy making. *Energy Policy* (10.1016/j.enpol.2015.01.035).
30. **Dietz, T.** (2013). Bringing values and deliberation to science communication. *Proceedings of the National Academy for Science* 3,14081-14087.
- Dryzek, J. and Lo, A.L.** (2015). Reason and rhetoric in climate communication. *Environmental Politics* 1, 1-16.
- Bedsted, B. and Klüver, L.** (eds) (2009). *World Wide Views on Energy and Global Warming: From the world's citizens to the climate policy-makers*. Policy Report, Danish Board of Technology.
31. **Patt, A. and Weber, E.** (2013). Perceptions and communication strategies for the many uncertainties relevant for climate policy. *WIREs Climate Change* 5(2), 219-232.
32. **Campbell, T.H. and Kay, A.C.** (2014). Solution aversion: On the relation between ideology and motivated disbelief. *Journal of Personality and Social Psychology* 107, 809-824.

Crédit photo :

Le dessin humoristique utilisé page 13 appartient à Joe Pett et est soumis à une licence Creative Commons 2.0. Le dessin original est disponible à l'adresse : <https://www.flickr.com/photos/monkchips/4254681996>.

