

LA CRISE ÉCOLOGIQUE : LE SILENCE ASSOURDISSANT DES MÉDIAS FRANÇAIS.

Être bien informé ; c'est là que commence la lutte contre le changement climatique. Mais comment pouvons-nous réussir quand seulement 2,7% de l'espace médiatique est consacré à l'écologie [1] ?

81% des Français estiment que la médiatisation des sujets environnementaux et climatiques induit « *une prise de conscience et une modification des comportements* » [2]. Pour quelles raisons les médias couvrent-ils si peu le sujet de la crise climatique, quelles en sont les conséquences et comment pouvons-nous prendre position ?

Le traitement médiatique des enjeux climatiques est loin d'être satisfaisant: en premier lieu, un problème quantitatif. En 2020, seulement 1% des sujets abordés par les médias étaient consacrés au climat [3]. Ce manque d'information est en partie lié à la concurrence entre les différents médias pour capter l'attention des lecteurs ou des téléspectateurs. Certains privilégient le sensationnalisme au détriment de sujets plus importants, comme en 2021 avec le rapport du GIEC : il a été éclipsé par d'autres actualités, notamment l'arrivée du footballeur Lionel Messi au Paris Saint-Germain. Selon une étude, Messi a été mentionné dans 5 fois plus

d'articles que le rapport du GIEC du 9 au 16 août 2021 [4].

Le traitement médiatique des enjeux écologiques est également souvent jugé déprimant et anxiogène, ce qui peut décourager. Cependant, certains journaux indépendants essaient de changer cela en adoptant un ton plus divertissant et décontracté.



Les 3 premiers numéros du fanzine © Climax

Pour Millie Servant, rédactrice en chef du fanzine indépendant Climax, "Il y a besoin de rendre ce sujet plus populaire et attractif. On le voit dans le traitement, ce n'est pas coloré, c'est toujours un vocabulaire très sage".

Le problème est aussi qualitatif. Lorsque les médias parlent du climat, certaines simplifications sont de mises : le lien entre les événements extrêmes et le changement climatique n'est pas toujours établi. L'été dernier, quand les températures avoisinaient les 40°C et que la France connaissait des feux de forêt sans précédent, ces images côtoyaient des reportages montrant l'aspect positif que les hautes températures amenaient pour le tourisme...

Enfin, il ne faut pas négliger les influences politiques et économiques qui régissent le monde des médias. "C'est un milieu gouverné par l'argent; les grands journaux sont détenus par très peu de personnes, très riches." s'indigne Maïalen Mallet, politique et juriste en droit public. Cela engendre un contrôle de l'information par ces milliardaires, ce qui soumet des journalistes à une orientation éditoriale précise.

Une alternative simple, rapide et unique : Écoïste.

Une nouvelle plateforme appelée "Écoïste" est en cours de développement et a pour objectif de faciliter l'accès à l'information sur les enjeux climatiques. L'objectif est de rassembler en un seul endroit le contenu des médias qui traitent du climat et de l'environnement. Selon Elisa Duplessis, créatrice d'Écoïste, l'idée est de fournir "toute l'information nécessaire pour devenir un éco-citoyen éclairé, sans avoir à courir après l'information".

Grâce à cette initiative, les utilisateurs auront accès à une variété d'articles, de reportages et de documents relatifs aux enjeux climatiques. La plateforme vise à faciliter la recherche et l'accès à cette information, afin que les individus puissent être mieux informés et sensibilisés aux défis environnementaux auxquels nous sommes confrontés. Un projet prometteur qui pourrait jouer un rôle décisif dans la lutte contre la désinformation.

Le rôle crucial des médias sur l'opinion publique.

1 Français sur 5 serait climato-sceptique, soit 20% de la population nierait l'existence du changement climatique [5]. Face à ce constat, les médias ont un rôle crucial à jouer. La sous-représentation de la crise écologique dans le débat a des conséquences telles que la désinformation et le taux croissant de complotistes.

L'influence de la presse a un impact important sur la prise de conscience et la participation citoyenne. Il est donc primordial de



Site web © Écoïste

couvrir de manière équilibrée et factuelle les enjeux environnementaux afin de limiter les effets négatifs sur notre perception du problème. France Télévisions a présenté lundi 13 mars 2023 son « nouveau journal météo climat » qui remplace après plus de 30 ans d'existence, le bulletin météo classique. Une initiative qui permettra de mieux expliquer aux téléspectateurs les conséquences directes du changement climatique sur le temps qu'il fait.

Quels impacts sur les politiques publiques ?

En moyenne 3,6%, c'est le temps occupé par les enjeux climatiques dans les médias français lors de la campagne présidentielle en 2022 [6]. C'est le bilan donné par le baromètre d'Unité de Bruit Médiatique (UBM) d'Onclusive, basé sur 120 sources (presse écrite, médias online, Radio et TV).

"Il n'y a pas de pression suffisante des médias sur les politiques. De ce fait, quand ils sont élus, ils ne vont pas agir de manière efficiente par rapport à

leurs engagements, leurs partis... On se retrouve avec des lois climats qui ne sont pas suffisantes" explique Maïalen Mallet.

Les représentants politiques sont peu sollicités sur les questions climatiques dans les médias, ce qui ralentit l'action du gouvernement pour atteindre certains objectifs comme ceux de la COP 21.

Confronter davantage les élus au sujet des enjeux environnementaux et climatiques permettra de les encourager à mettre en place plus facilement un programme politique, et ainsi les inciter à coproduire des solutions documentées et réalistes pour l'avenir.



Boris Johnson lors de la COP26 © Chris J Ratcliffe/ AP

Le changement climatique est un sujet qui concerne chaque individu, et les journalistes y tiennent un rôle important. Toutefois, la plupart d'entre eux ont besoin d'une formation appropriée pour couvrir de manière approfondie les enjeux environnementaux. En travaillant ensemble, d'une manière interdisciplinaire, nous pouvons promouvoir une couverture médiatique plus éthique et indépendante. Nous pouvons faire de la crise environnementale une priorité universelle et contribuer à la construction d'un avenir durable pour les générations futures.



Cortège de la manifestation à l'occasion de la grève internationale pour le climat initié par Youth for Climate le 3 mars 2023 à Rennes © Marc Ollivier / Ouest France

par Elise Di Crescenzo & Céline Mebodo.

SOURCES :

[1] "Scandale : l'écologie n'occupe que 2,7% de l'espace médiatique" - 17 février 2022.
<https://linsoumission.fr/2022/02/17/ecologie-27-espace-mediatique/>

[2] et [3] "Les médias consacrent 1 % de leurs sujets au climat" - Aude Carasco - 7 juillet 2020.
<https://www.la-croix.com/Economie/medias-consacrent-1-sujets-climat-2020-07-07-1201103917>

[4] "Rapport du GIEC: une couverture médiatique minimale" - Fondation Descartes - Septembre 2021.
https://www.fondationdescartes.org/wp-content/uploads/2021/09/Note_couverture_mediatique_GIEC_v2_pdf.pdf

[5] "Réchauffement climatique : un Français sur cinq se dit climatosceptique, selon un sondage" - Lou Coupau - TF1 - 22 avril 2022

<https://www.tf1info.fr/environnement-ecologie/rechauffement-climatique-environnement-un-francais-sur-cinq-se-dit-climatosceptique-selon-un-sondage-opinionway-2217455.html>

[6] "Présidentielle: le climat n'a occupé que 3,6% du temps médiatique ces deux derniers mois" - Margaux Lacroux et Alice Clair - Libération - 8 avril 2022.

https://www.liberation.fr/environnement/climat/presidentielle-le-climat-na-occupe-que-36-du-temps-mediatique-ces-deux-derniers-mois-20220408_VZN2LZ004FAXBCZNIEYGW375ME/Onabeaucoupparl%C3%A9duclimatdanslesm%C3%A9diaspourlapr%C3%A9sidentielle/