

Rapport du GIEC 2021 : une couverture médiatique minimale

Analyse de la couverture médiatique des rapports du GIEC 2018 et 2021 et de l'intérêt
que leur manifestent les Français

Une étude de la Fondation Descartes
Septembre 2021

Pour citer cette étude :

CORDONIER, Laurent & AGBANRIN, Hanna (2021). *Rapport du GIEC 2021 : une couverture médiatique minimale. Analyse de la couverture médiatique des rapports du GIEC 2018 et 2021 et de l'intérêt que leur manifestent les Français.* Étude de la Fondation Descartes (septembre 2021), www.fondationdescartes.org/nos-rapports/

L'étude en bref

Bien que la gravité de la crise climatique causée par les activités humaines ait longtemps été remise en question, il n'est aujourd'hui plus possible d'en douter raisonnablement. Les conclusions des travaux du *Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat* (GIEC) sont sans appel, tant sur les causes que sur les conséquences du dérèglement climatique. Pourtant, la prise de conscience climatique de la part des populations et des gouvernements des pays industrialisés tarde à venir, ou du moins à se traduire en actes forts qui permettraient de freiner le réchauffement de notre planète.

En France, des sondages et études montrent que si la population est sensibilisée à la question du dérèglement climatique (p. ex., ADEME, 2020), dans l'ensemble, elle comprend mal les paramètres et les conséquences de la situation, ainsi que l'ampleur des mesures qu'il faudrait adopter pour diminuer les émissions de gaz à effet de serre et lutter efficacement contre le réchauffement global (p. ex., Douenne & Fabre, 2019).

Les médias français en font-ils assez pour informer nos concitoyens sur la nature exacte de la situation climatique ? C'est ce que nous avons voulu savoir en nous intéressant à la couverture médiatique dont a bénéficié le dernier rapport du GIEC, publié le 9 août 2021 (*Changement climatique 2021 : les éléments scientifiques*, abrégé RE6) en la comparant à celle du rapport du 8 octobre 2018 (*Rapport spécial sur les conséquences d'un réchauffement planétaire de 1,5°C*, abrégé SR15).

Dans la présente note, **nous avons évalué la couverture médiatique de ces deux rapports du GIEC en mesurant le nombre d'articles de presse qui en ont fait mention au moment de leur publication.** Ces recherches ont été conduites sur Internet, afin d'intégrer les articles de la presse papier traditionnelle – également publiés sur le site web de ces journaux – et ceux des médias présents uniquement en ligne.

Nous avons par ailleurs constitué un échantillon de 13 grands médias français, dont nous avons analysé les articles dans le but de dresser le profil des intervenants externes qui y sont invités à commenter les rapports du GIEC. Nous nous sommes de plus penchés sur les journaux de 20 heures de TF1 et de France 2 pour y décompter le nombre de reportages consacrés aux

rapports du GIEC le jour de leur publication et au cours de la semaine suivante. Finalement, nous avons estimé l'évolution temporelle de l'intérêt des Français pour les rapports du GIEC en analysant leurs recherches Google sur le sujet.

Il ressort de cette étude que le rapport du GIEC de 2021 a été davantage couvert par les médias français que celui de 2018. Cependant, on constate à quel point les travaux du GIEC font l'objet de peu d'attention médiatique quand on compare la couverture par la presse de son rapport de 2021 à celle consacrée à d'autres événements d'actualité, telle que l'arrivée à Paris, le jour de la publication du rapport, de la star du football Lionel Messi. En effet, Messi a été mentionné dans 5 fois plus d'articles que le GIEC du 9 au 16 août 2021.

Une note positive, cependant : **les scientifiques du climat, qui sont les acteurs les plus à même d'informer correctement les Français sur la situation, sont davantage interviewés dans les articles faisant écho au rapport du GIEC de 2021 qu'ils ne l'étaient pour commenter et expliquer celui de 2018.**

On observe finalement que **les Français semblent peu s'intéresser aux rapports du GIEC, du moins si l'on en croit le volume des recherches qu'ils leur consacrent sur Internet. Au vu du faible écho que les médias français donnent aux travaux du GIEC, on est en droit de se demander s'ils en font assez pour susciter l'intérêt de la population et l'informer sur l'état de la connaissance scientifique au sujet du dérèglement climatique.**

Couverture médiatique des rapports 2018 et 2021 du GIEC

Pour évaluer la couverture médiatique des rapports du GIEC d'octobre 2018 (SR15) et d'août 2021 (RE6), nous avons mesuré au moyen de l'outil d'analyse de Storyzy le nombre d'articles mentionnant le GIEC qui ont été publiés sur des sites ou des blogs à visée informationnelle. Ces sites regroupent tant ceux des grands médias français traditionnels que ceux des médias de niche ou satellites plus ou moins confidentiels et potentiellement pourvoyeurs de fausses informations. Pour nous limiter aux publications à caractère médiatique, cette mesure n'inclut pas les articles publiés sur des sites académiques, gouvernementaux, de partis politiques, d'associations, d'ONG ou de Think tank.

Storyzy (www.storyzy.com), entreprise française spécialiste du web, a développé un outil professionnel d'analyse des sites Internet. Cet outil permet notamment de rechercher les occurrences d'un terme ou d'un sujet dans des articles de sites d'information pour un pays donné et sur une période déterminée. Un algorithme classe alors les sources repérées comme « fiables » ou non (« désinformation »). Dans une étude précédente, nous avons estimé la fiabilité de la classification des sites par l'algorithme de Storyzy en la comparant à celle proposée par les Décodeurs du *Monde* (www.lemonde.fr/verification). Cette comparaison avait établi que ces deux classifications donnent des résultats très cohérents entre eux (voir Cordonier & Brest, 2021 : 11-12).

Il ressort de notre mesure que **les maximums de mentions quotidiennes du GIEC dans les médias français depuis janvier 2018 coïncident avec la publication de ses rapports de 2018 (SR15, publié le 08.10.2018) et de 2021 (RE6, publié le 09.08.2021 ; Figure 1).**

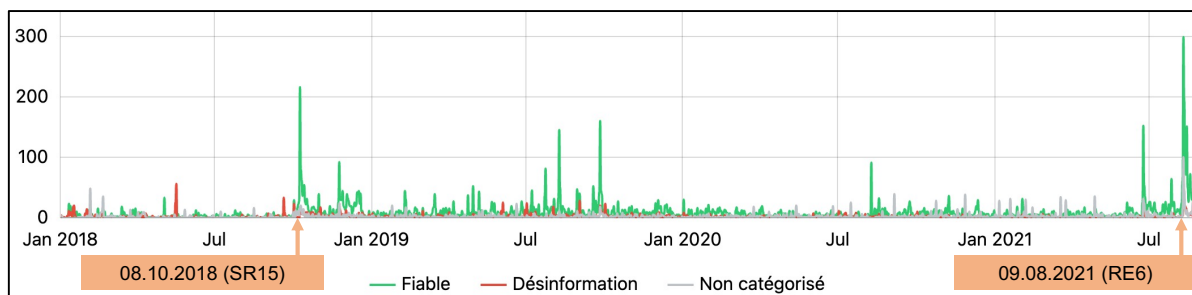


Figure 1 – Nombre d'articles (axe vertical) mentionnant le GIEC publiés quotidiennement en France du 01.01.2018 au 26.08.2021

Le rapport de 2021 semble avoir bénéficié d'une plus ample couverture médiatique que celui de 2018. En effet, le GIEC a été mentionné dans 712 articles provenant de 254 sources différentes du 8 au 15 octobre 2018 (Figure 2), tandis qu'il a été mentionné dans 1 236 articles provenant de 312 sources du 9 au 16 août 2021 (Figure 3) – ce qui correspond à 1,74 fois plus d'articles sur un même laps de temps.

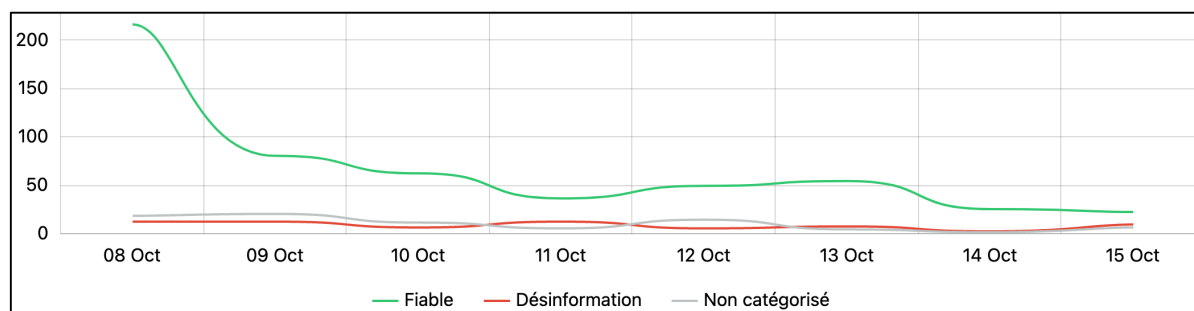


Figure 2 – Nombre d'articles (axe vertical) mentionnant le GIEC publiés quotidiennement en France du 08.10.2018 au 15.10.2018

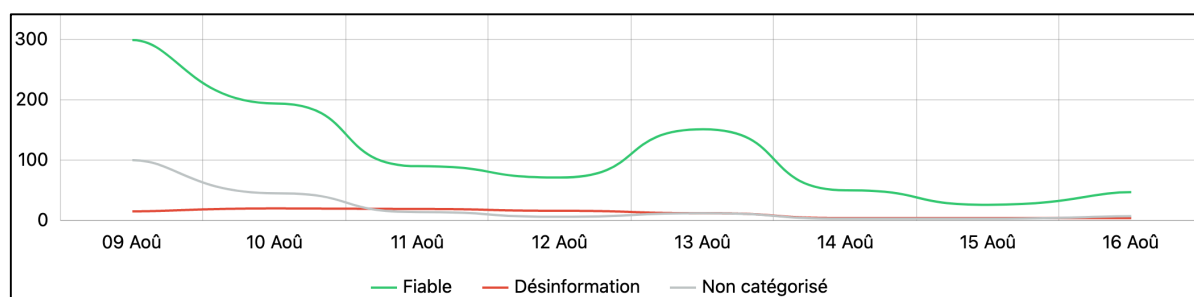


Figure 3 – Nombre d'articles (axe vertical) mentionnant le GIEC publiés quotidiennement en France du 09.08.2021 au 16.08.2021

À noter toutefois que le nombre d'articles mentionnant le GIEC publiés en octobre 2018 est probablement un peu sous-estimé par notre méthode de mesure. Il n'est en effet pas exclu que certains de ces articles ne soient aujourd'hui plus en ligne et que nous n'ayons donc pu les trouver et les comptabiliser.

Se pourrait-il par ailleurs que la différence que nous observons entre le nombre d'articles mentionnant le GIEC en 2018 (N = 712) et en 2021 (N = 1 236) résulte simplement d'une inflation globale du volume d'articles à caractère médiatique publiés sur le web ? Pour le savoir, nous avons estimé le nombre *total* d'articles mis en ligne en France du 8 au 15 octobre 2018 et du 9 au 16 août 2021. Notre stratégie a consisté à rechercher, toujours au moyen de

l'outil de Storyzy, tous les articles à visée informationnelle publiés au cours de ces deux périodes qui comportent au moins un espace typographique. Dans la mesure où un article comporte nécessairement des espaces entre les mots, la valeur obtenue devrait correspondre à une estimation réaliste du nombre total d'articles mis en ligne au cours de chacune de ces périodes.

Il ressort de cette recherche que 119 071 articles comportant au moins un espace typographique ont été mis en ligne en 2018 au cours des huit jours considérés, contre 117 249 en 2021. Nous pouvons en conclure que la différence entre le nombre d'articles qui mentionnent le GIEC en 2018 et en 2021 n'est pas due à une augmentation générale du volume d'articles publiés sur Internet en France.

Relevons encore que la proportion d'articles mentionnant le GIEC publiés par des sources que l'algorithme de Storyzy classe comme non fiables (« désinformation ») par rapport à ceux publiés par des sources jugées fiables est assez similaire concernant les rapports de 2018 (Tableau 1) et de 2021 (Tableau 2). Cette proportion est de 13,22 articles de sources non fiables pour 100 articles de sources fiables en 2018, et de 10,90 articles de sources non fiables pour 100 articles de sources fiables en 2021.

Tableau 1 – Nombre d'articles mentionnant le GIEC publiés en France par des sources fiables, de désinformation ou non catégorisées du 08.10.2018 au 15.10.2018

	Nombre d'articles	Nombre de sources différentes
Total	712	254
Sources fiables	552	150
Sources de désinformation	73	46
Sources non catégorisées	87	58

Tableau 2 – Nombre d’articles mentionnant le GIEC publiés en France par des sources fiables, de désinformation ou non catégorisées du 09.08.2021 au 16.08.2021

	Nombre d'articles	Nombre de sources différentes
Total	1 236	312
Sources fiables	936	197
Sources de désinformation	102	56
Sources non catégorisées	198	59

Si la couverture médiatique du rapport du GIEC de 2021 est plus importante que celle de son rapport de 2018, les articles qui en font mention demeurent peu nombreux quand on les compare à ceux couvrant d’autres actualités de la même période. Le 9 août 2021, jour de la publication du rapport RE6, deux autres événements ont marqué l’actualité : l’arrivée de la star du football Lionel Messi à Paris pour rejoindre le PSG et l’extension du pass sanitaire aux activités de loisir et de restauration. Un autre événement, plus étendu dans le temps et l’espace, a été couvert par les médias durant le mois d’août : les incendies de forêt en France, en Algérie et en Grèce.

Ces événements ont tous trois fait l’objet d’une couverture médiatique plus importante que la publication du rapport du GIEC. Ainsi, **du 9 au 16 août 2021** :

- **Messi est mentionné dans 5,18 fois plus d’articles** (6 412 articles) **que le GIEC** (1 236 articles au cours de la même période).
- **Le pass sanitaire est mentionné dans 6,76 fois plus d’articles** (8 356 articles) **que le GIEC.**
- **Les incendies sont mentionnés dans 3,9 fois plus d’articles** (4 823 articles) **que le GIEC.**

On aurait pu s’attendre à ce que les médias fassent un lien dans leurs articles entre les incendies et le dérèglement climatique, citant ce faisant le rapport du GIEC tout juste publié. Cependant, **seuls 8,23 % des articles mentionnant les incendies mentionnent également le GIEC.** Cela traduit une situation plus générale quant à la couverture médiatique du dérèglement climatique, relevée par l’association Reporters d’Espoir dans une étude menée en 2020 sur le traitement médiatique du changement climatique. L’étude pointe du doigt un manque de contextualisation des sujets environnementaux dans le problème climatique, c’est à dire que de nombreux articles manquent une opportunité de replacer des événements

environnementaux dans la problématique plus large du changement climatique. Ils notent ainsi que « certains sujets ne sont pas mis en regard de questions climatiques alors qu'ils auraient pu l'être dès lors que le lien est scientifiquement établi » (Reporters d'Espoir, 2020).

Pour aller plus loin dans notre analyse de la couverture médiatique des rapports 2018 et 2021 du GIEC, nous avons cherché à savoir quels types d'articles ont été publiés à leur sujet et quels types d'intervenants extérieurs et d'experts y sont interviewés pour commenter ou exposer leur point de vue sur ces rapports.

Pour ce faire, nous avons sélectionné un échantillon de 13 médias nationaux et régionaux parmi ceux que les Français déclarent le plus consulter en ligne et hors ligne (Reuters, 2018 ; 2021). Nous avons alors comptabilisé pour chacun de ces médias français le nombre d'articles mentionnant le GIEC publiés du 08.10.2018 au 15.10.2018 et du 09.08.2021 au 16.08.2021. Afin d'être le plus exhaustifs possible dans cette mesure, nous avons recherché ces articles au moyen de deux outils d'analyse du web : celui de Storyzy, présenté plus haut, et Media Cloud¹, une plateforme open-source d'analyse des médias développée par un consortium d'institutions et d'universités, principalement américaines.

Le Tableau 3 présente le nombre d'articles mentionnant le GIEC que nous avons trouvé pour chacun des 13 médias sur les deux périodes retenues.

Tableau 3 – Nombre d'articles mentionnant le GIEC publiés du 08.10.2018 au 15.10.2018 et du 09.08.2021 au 16.08.2021 par 13 grands médias nationaux et régionaux français

Médias	Nombre articles 2018	Nombre articles 2021
20 MINUTES	11	12
BFMTV	8	16
FRANCE TV INFO	9	16
HUFFINGTON POST	11	11
L'EXPRESS	12	13
LE DAUPHINÉ	9	10
LE FIGARO	16	25
LE MONDE	19	17
LE NOUVEL OBS	11	12
LE POINT	11	15
LE PROGRÈS	4	9
LIBÉRATION	16	10
SUD OUEST	4	24
TOTAL	141	190

Note : Il ne peut être exclu que certains articles aient échappé à nos recherches et ne figurent donc pas dans ce décompte.

¹ www.mediacloud.org

Nous avons ensuite catégorisé l'ensemble des articles mentionnant le GIEC que nous avons repérés selon la typologie suivante :

- *Articles factuels* : présentations du rapport GIEC et de ses principales conclusions ;
- *Mentions du rapport* : brèves mentions du rapport du GIEC ;
- *Commentaires* : articles de commentaires ou de réactions sur le rapport du GIEC de la part de personnalités, d'institutions ou d'organisations ;
- *Tribunes* : articles exprimant l'opinion d'un auteur ou d'un consortium d'auteurs suite à la parution du rapport du GIEC ;
- *Initiatives citoyennes/ONG* : articles relayant une initiative citoyenne ou d'ONG en lien avec le climat et la publication du rapport du GIEC ;
- *Évènements politiques* : articles mettant en perspective un événement politique régional, national ou international avec la question climatique et le rapport du GIEC ;
- *Lien autres recherches* : articles mettant en relation les conclusions du rapport du GIEC avec celles d'un autre rapport ou avec celles des recherches d'autres scientifiques, ou instituts ;
- *Catastrophes naturelles* : articles sur des catastrophes naturelles les mettant en relation avec les conclusions du rapport du GIEC.

Le résultat de cette catégorisation est exposé dans le Tableau 4 pour le rapport du GIEC de 2018 et dans le Tableau 5 pour son rapport de 2021.

Tableau 4 – Typologie des articles mentionnant le GIEC publiés du 08.10.2018 au 15.10.2018 par 13 médias nationaux et régionaux français

Médias	Nombre total articles	Articles factuels	Mentions du rapport	Commentaires	Tribunes	Initiatives citoyennes/ONG	Événements politiques	Lien autres recherches	Catastrophes naturelles	Autres
20 MINUTES	11	3	1	4	0	1	0	0	0	2
BFMTV	8	2	0	2	0	2	1	0	0	1
FRANCETV INFO	9	6	0	2	0	1	0	0	0	0
HUFFINGTON POST	11	3	0	0	1	2	1	1	0	3
L'EXPRESS	12	1	0	4	0	5	0	1	0	1
LE DAUPHINÉ	9	2	2	1	0	1	0	1	0	2
LE FIGARO	16	2	0	2	1	1	2	1	1	6
LE MONDE	19	1	0	3	3	3	3	2	0	4
LE NOUVEL OBS	11	1	1	3	1	1	1	2	0	1
LE POINT	11	2	0	2	0	4	0	0	0	3
LE PROGRÈS	4	1	0	0	0	2	0	0	0	1
LIBÉRATION	16	1	4	2	2	2	2	2	0	1
SUD OUEST	4	1	0	2	0	1	0	0	0	0
TOTAL	141	26	8	27	8	26	10	10	1	25
%	100	18,44	5,67	19,15	5,67	18,44	7,09	7,09	0,71	17,73

Tableau 5 – Typologie des articles mentionnant le GIEC publiés du 09.08.2021 au 16.08.2021 par 13 médias nationaux et régionaux français

Médias	Nombre total articles	Articles factuels	Mentions du rapport	Commentaires	Tribunes	Initiatives citoyennes/ONG	Événements politiques	Lien autres recherches	Catastrophes naturelles	Autres
20 MINUTES	12	1	0	5	0	0	1	3	1	1
BFMTV	16	5	0	5	0	0	1	0	3	2
FRANCETV INFO	16	6	0	8	0	0	0	0	0	2
HUFFINGTON POST	11	2	0	6	0	0	0	1	1	1
L'EXPRESS	13	3	0	3	2	0	1	2	1	1
LE DAUPHINÉ	10	3	0	3	0	0	0	3	1	0
LE FIGARO	25	3	0	10	2	0	2	3	3	2
LE MONDE	17	1	0	10	1	0	1	2	0	2
LE NOUVEL OBS	12	2	0	5	0	0	1	2	1	1
LE POINT	15	2	1	5	0	0	3	2	1	1
LE PROGRÈS	9	3	1	2	0	0	0	3	0	0
LIBÉRATION	10	1	2	1	1	0	2	0	1	2
SUD OUEST	24	4	3	6	2	0	0	3	2	4
TOTAL	190	36	7	69	8	0	12	24	15	19
%	100	18,95	3,68	36,32	4,21	0,00	6,32	12,63	7,89	10,00

Notons, premièrement, qu'à l'exception d'une tribune publiée dans *Le Figaro* sur le rapport 2021 du GIEC, aucun article parmi ceux analysés ne défend une position qualifiable de climatosceptique. Deuxièmement, sur les sites Internet des journaux traditionnels, l'accès à la moitié environ des articles parus au sujet du rapport 2021 du GIEC est réservé aux abonnés. Comparativement à ces derniers, les articles en libre accès mis en ligne par ces mêmes journaux sont généralement plus courts et factuels, ne comportant que rarement une réelle analyse ou mise en perspective. Par exemple, sur les 16 articles publiés en libre accès sur le site du *Figaro* en 2021, 11 consistent simplement en une reprise d'une dépêche de l'AFP.

Afin de d'évaluer le profil des intervenants extérieurs invités à commenter ou expliquer les rapports du GIEC dans les articles publiés par les médias français, nous avons catégorisé de la

manière suivante toutes les personnes interviewées dans les articles des 13 médias composant notre échantillon :

- *politiques* (dont membres du gouvernement) ;
- *scientifiques du climat* ;
- *membres de la société civile* (personnes interviewées en tant que citoyens) ;
- *représentants d'ONG environnementales* (WWF, Greenpeace, etc.) ;
- *économistes* ;
- *militants et activistes écologistes* ;
- *universitaires autres qu'économistes* (sociologues, politologues, ...) ;
- *représentants d'organisation supranationales* (ONU, Union Européenne) ;
- *membres de Think Thank ou de Fondations liées à l'environnement* ;
- *membres d'entreprises ou de cabinets de conseil* (secteur privé) ;
- *autres*.

Soulignons que plusieurs intervenants extérieurs au profil différent peuvent être interviewés dans un même article.

Il ressort de cette analyse que les quatre catégories d'intervenants extérieurs les plus représentées dans les articles couvrant la publication du rapport du GIEC de 2018 sont les suivantes (Tableau 6) :

- acteurs politiques (interviewés dans 24 % des articles) ;
- scientifiques du climats (interviewés dans 21 % des articles) ;
- membres de la société civile (interviewés dans 16 % des articles) ;
- représentants d'ONG environnementales (interviewés dans 15 % des articles).

On constate donc que des scientifiques spécialistes du sujet n'ont été invités à commenter le rapport du GIEC de 2018 que dans un article sur cinq environ. Cette proportion est à peine supérieure à celle des articles dans lesquels des représentants d'ONG environnementales ont été interviewés.

La couverture médiatique du rapport du GIEC de 2021 donne davantage la parole aux scientifiques du climat. En effet, ces derniers arrivent cette fois en tête des quatre catégories d'intervenants extérieurs les plus représentées dans les articles (Tableau 7) :

- scientifiques du climats (interviewés dans 39 % des articles) ;
- acteurs politiques (interviewés dans 27 % des articles) ;
- représentants d'organisations supranationales (interviewés dans 18 % des articles) ;
- représentants d'ONG environnementales (interviewés dans 8 % des articles).

On constate également qu'en 2021, des représentants d'organisations supranationales (Nations Unies, Union Européenne) sont davantage présents dans les médias qu'en 2018, contrairement aux représentants d'ONG environnementales.

Tableau 6 – Profil des personnes interviewées dans les articles mentionnant le GIEC publiés du 08.10.2018 au 15.10.2018 par 13 médias nationaux et régionaux français

Médias	Nombre total articles	Politiques	Scientifiques du climat	Société civile	ONG environnementales	Économistes	Militants et activistes	Universitaires	Organisations supranationales	Think tank et Fondations	Secteur privé	Autres
20 MINUTES	11	5	3	2	0	0	1	1	2	2	1	2
BFMTV	8	3	1	3	4	1	0	0	1	0	0	0
FRANCETV INFO	9	2	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0
HUFFINGTON POST	11	4	4	2	1	1	0	0	1	0	1	0
L'EXPRESS	12	4	4	4	2	2	1	1	0	0	0	1
LE DAUPHINÉ	9	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0
LE FIGARO	16	4	3	1	0	2	2	1	0	0	0	1
LE MONDE	19	3	3	3	3	2	3	3	1	0	0	4
LE NOUVEL OBS	11	1	1	1	4	2	0	1	0	0	0	2
LE POINT	11	4	2	3	1	0	1	0	1	0	0	4
LE PROGRÈS	4	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
LIBÉRATION	16	4	3	0	3	1	0	1	0	1	0	1
SUD OUEST	4	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
TOTAL	141	34	29	22	21	14	9	8	6	3	3	15
%	-	24,11	20,57	15,60	14,89	9,93	6,38	5,67	4,26	2,13	2,13	10,64

Lecture : Des scientifiques du climat ont été interviewés dans 3 des 11 articles de *20 Minutes*. Tous médias confondus, des scientifiques du climat ont été interviewés dans 29 articles au total, soit dans 20,57 % des 141 articles analysés.

Notes : Le nombre total d'articles de chaque média peut être inférieur à la somme de ses articles indiqués comme rapportant les propos d'une catégorie d'interviewés, car plusieurs personnes au profil différent peuvent être interviewées dans un même article.

Tableau 7 – Profil des personnes interviewées dans les articles mentionnant le GIEC publiés du 09.08.2021 au 16.08.2021 par 13 médias nationaux et régionaux français

Médias	Nombre total articles	Politiques	Scientifiques du climat	Société civile	ONG environnementales	Économistes	Militants et activistes	Universitaires	Organisations supranationales	Think tank et Fondations	Secteur privé	Autres
20 MINUTES	12	5	5	0	1	0	0	1	1	1	0	0
BFMTV	16	4	4	1	1	0	1	0	2	1	1	3
FRANCETV INFO	16	3	8	0	2	0	1	0	4	0	1	1
HUFFINGTON POST	11	1	5	0	1	0	2	1	3	0	0	2
L'EXPRESS	13	5	7	0	1	2	1	0	3	0	1	2
LE DAUPHINÉ	10	2	5	0	1	0	2	0	2	0	0	0
LE FIGARO	25	7	9	0	2	1	1	1	2	1	3	2
LE MONDE	17	9	5	1	2	0	0	0	5	1	0	3
LE NOUVEL OBS	12	6	8	0	0	0	1	0	4	0	0	1
LE POINT	15	7	6	0	0	0	2	0	3	1	1	0
LE PROGRÈS	9	1	3	0	1	0	2	0	2	0	0	0
LIBÉRATION	10	0	2	0	2	0	0	0	2	0	0	2
SUD OUEST	24	2	7	0	1	0	1	0	1	0	0	3
TOTAL	190	52	74	2	15	3	14	3	34	5	7	19
%	-	27,37	38,95	1,05	7,89	1,58	7,37	1,58	17,89	2,63	3,68	10,00

Lecture : Des scientifiques du climat ont été interviewés dans 5 des 12 articles de *20 Minutes*. Tous médias confondus, des scientifiques du climat ont été interviewés dans 74 articles au total, soit dans 38,95 % des 190 articles analysés.

Notes : Le nombre total d'articles de chaque média peut être inférieur à la somme de ses articles indiqués comme rapportant les propos d'une catégorie d'interviewés, car plusieurs personnes au profil différent peuvent être interviewées dans un même article.

On peut juger que l'évolution entre 2018 et 2021 du profil des personnes interviewées est globalement positive. En effet, les scientifiques du climat sont les plus à même d'éclairer les citoyens sur la réalité de la situation climatique et de vulgariser de manière correcte les conclusions des rapports du GIEC. Il est donc crucial que leur voix porte dans les médias, ce qui est davantage le cas aujourd'hui qu'en 2018.

Le fait que des représentants d'organisations supranationales soient interviewés dans plus d'articles cette année qu'en 2018 est probablement aussi un bon signe. Cette évolution

pourrait refléter une prise de conscience quant à la nécessité d'une action climatique coordonnée au niveau international.

Alors qu'en 2018 le cadrage des articles était souvent structuré autour du WWF et de son directeur général français d'alors, Pascal Canfin, en 2021 il l'est davantage autour de l'ONU et de son secrétaire général, António Guterres, qui a qualifié le rapport du GIEC « d'alerte rouge pour l'humanité ». L'Union Européenne, par la voix de Frans Timmermans, Vice-Président de la Commission, émerge également dans les articles de 2021 comme un acteur de référence en termes de politiques supranationales de lutte contre le réchauffement climatique. En 2018, l'Union Européenne était davantage présentée dans les médias français comme un espace au sein duquel les intérêts privés et le travail de lobbying des automobilistes empêchaient l'adoption de politiques climatiques ambitieuses. C'est probablement la mise en place du *European Green Deal*, dont les travaux ont été menés par Frans Timmermans, et la définition d'objectifs ambitieux de neutralité carbone qui ont modifié la perception du rôle de l'Union Européenne dans la question climatique.

À l'échelle nationale, on observe en 2021 une politisation de la question du changement climatique dans la presse française. Ainsi, en 2018, la critique de la gestion gouvernementale de la question climatique était principalement portée dans les médias par la société civile et les ONG. En 2021, en revanche, elle l'est davantage par les partis politiques d'opposition : Europe-Ecologie Les Verts (EELV), tout d'abord, puis les partis de gauche.

Jusqu'à présent, notre analyse de la couverture médiatique des rapports 2018 et 2021 du GIEC n'a porté que sur des articles de presse (y compris ceux publiés sur les sites Internet de médias télévisuels ou radiophoniques). Nous avons voulu compléter cette approche en nous penchant brièvement sur l'écho que leur ont donné les journaux télévisés de 20h de *TF1* et de *France 2*. On sait en effet que chez les Français de plus de 15 ans, la durée d'écoute quotidienne sur téléviseur des principaux journaux TV est de 20 minutes en moyenne (Médiamétrie, 2018). La télévision demeure ainsi le premier canal d'information en France, devant la presse papier, la radio et Internet (Cordonier & Brest, 2021).

Le site d'analyse et de critique des médias *Arrêt sur images* a consacré un article à la couverture du rapport du GIEC d'août 2021 par les deux chaînes d'information en continu *BFMTV* et *CNEWS* (Guémart, 2021). Leurs journalistes ont visionné ces deux chaînes durant 36

heures dès le lundi matin 9 août, jour de publication du rapport. Leur conclusion est que *BFMTV* et *CNEWS* « ont proposé un service minimum » dans leur couverture de ce rapport. En effet, les deux chaînes y ont consacré moins d'une heure d'antenne chacune. Ainsi, « le climat y a eu moins de temps d'antenne que le transfert de Messi au PSG ».

Pour notre part, nous avons visionné les journaux de 20h de *TF1* et de *France 2* diffusés du 08.10.2018 au 15.10.2018 et du 09.08.2021 au 16.08.2021, afin de recenser les reportages consacrés aux rapports du GIEC. Il en ressort que dans le 20h de *TF1*, la publication du rapport du GIEC de 2018 n'a fait l'objet que d'un seul reportage (le 8 octobre) sur la période du 08.10.2018 au 15.10.2018. Le 20h de *France 2*, lui, a consacré deux reportages au rapport du GIEC au cours de la même période (les 8 et 13 octobre). Si le rapport du GIEC a évidemment pu faire l'objet de reportages ou de débats sur ces chaînes dans d'autres émissions durant la période considérée, il n'en demeure pas moins que leur principal rendez-vous d'information n'a que très peu couvert le sujet lors de la publication du rapport et immédiatement après.

La situation n'a que peu évolué concernant la couverture du rapport du GIEC de 2021. Ainsi, **du 09.08.2021 au 16.08.2021, le 20h de *TF1* n'a diffusé que deux reportages en lien avec le dernier rapport du GIEC, dans son édition du 9 août. Le 20h de *France 2* a fait un peu mieux, avec des reportages sur le sujet dans ses éditions du 9, 11, 12 et 13 août.**

(Dés)intérêt des Français pour les rapports du GIEC

Si la couverture médiatique des rapports du GIEC en France relève globalement du « service minimal », qu'en est-il de l'intérêt des Français pour le sujet ? Un moyen de l'estimer est de s'intéresser à leurs recherches sur Google². On sait en effet que le volume de recherches Internet sur un sujet donné constitue une mesure fiable de l'intérêt que lui porte le public (voir p. ex., DiGrazia, 2017 ; Vosen & Schmidt, 2011). Nous avons donc utilisé le logiciel en ligne Google Trends pour mesurer les recherches en France du terme « GIEC ».

Google Trends est un logiciel en ligne mis à disposition par Google qui permet d'évaluer « la proportion de recherches portant sur un mot clé donné dans une région et pour une période spécifiques, par rapport à la région ou la période où le taux d'utilisation de ce mot clé est le plus élevé » (<https://trends.google.fr/trends/explore>). Cette proportion de recherches est reportée sur une échelle de 0 à 100 ; 100 indiquant la région ou la période où l'utilisation du mot clé en question a été la plus intense. Google Trends permet de plus de comparer le volume respectif des recherches portant sur deux termes différents pour une région et une période définies. Le résultat d'une telle comparaison se présente sous la forme de deux valeurs numériques correspondant chacune au volume moyen des recherches d'un des termes pour cette période et cette région, ces deux valeurs étant relatives l'une à l'autre. Autrement dit, cet outil indique lequel des deux termes a été plus recherché que l'autre, et dans quelle proportion. A noter que Google Trends ne permet par contre pas de déterminer le nombre absolu de recherches dont un terme a fait l'objet sur une quelconque période ou région. (Tiré de Cordonier, Bronner & Walzer, 2020 : 509)

Il ressort de notre mesure que **les maximums de recherches Google sur le GIEC en France depuis janvier 2018 coïncident avec la publication des rapports du GIEC de 2018** (SR15, publié le 08.10.2018) **et de 2021** (RE6, publié le 09.08.2021 ; Figure 6). **On note un intérêt plus marqué de la population pour le rapport de 2021 que pour celui de 2018.** En effet, en France,

² Google occupe une position quasi monopolistique sur le marché des moteurs de recherche. En effet, plus de 90 % des recherches Internet effectuées aujourd'hui en France le sont via Google (<http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>).

le terme « GIEC » a été recherché sur Google environ 3 fois plus durant la semaine du 8 au 14 août 2021 que durant celle du 7 au 13 octobre 2018.



Figure 6 – Évolution des recherches du terme « GIEC » sur Google en France du 01.01.2018 au 26.08.2021.

Cependant, par rapport à d'autres termes d'actualité, « GIEC » demeure très peu recherché par les Français en août 2021. C'est ce que l'on observe en comparant les recherches du terme « GIEC » le jour de la publication du rapport de 2021 à celles correspondant à d'autres actualités du 9 août, comme l'arrivée de Lionel Messi à Paris, l'extension du pass sanitaire aux activités de loisir et de restauration ou les incendies qui ont touché la France, l'Algérie et la Grèce au cours du mois.

Le 9 août, le terme « Messi » a été recherché 23,7 fois plus en France sur Google que le terme « GIEC », le terme « Pass sanitaire » 26,3 fois plus et le terme « Incendie » 1,3 fois plus. La comparaison des Figures 7 et 8 permet de visualiser le peu d'intérêt public suscité par la publication du sixième rapport du GIEC par rapport à ces autres actualités du mois d'août.



Figure 7 – Évolution des recherches du terme « GIEC » sur Google en France du 1^{er} au 25 août 2021

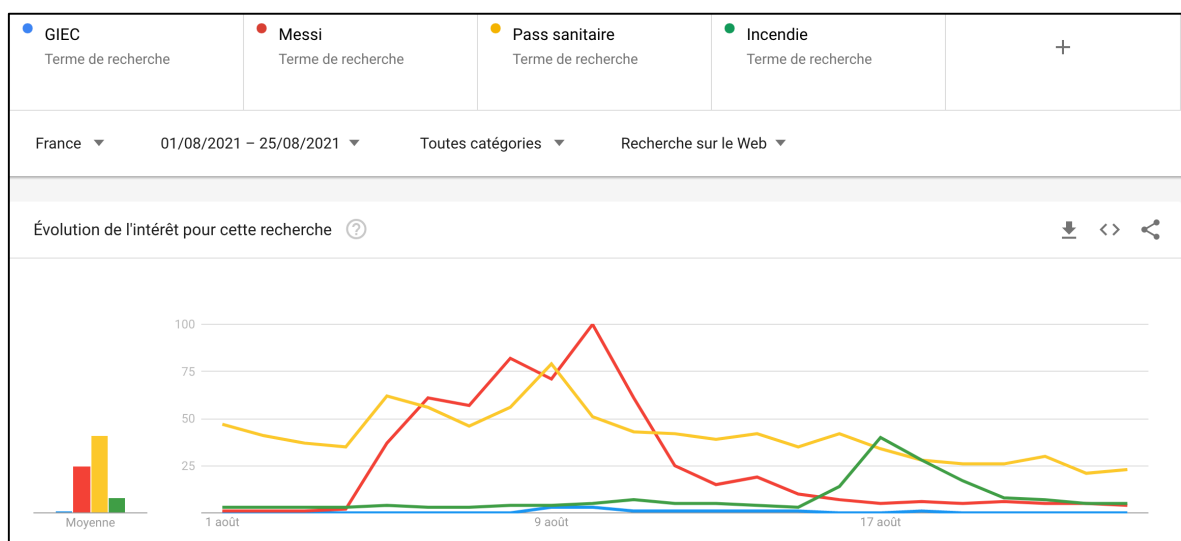


Figure 8 – Évolution des recherches des termes « GIEC » (ligne bleue), « Messi » (ligne rouge), « Pass sanitaire » (ligne jaune) et « Incendie » (ligne verte) sur Google en France du 1^{er} au 25 août 2021

Pour finir, il est intéressant de noter sur la Figure 9 l'étroite correspondance entre l'évolution temporelle du nombre d'articles qui mentionnent le GIEC et celle des recherches Google du terme « GIEC ».

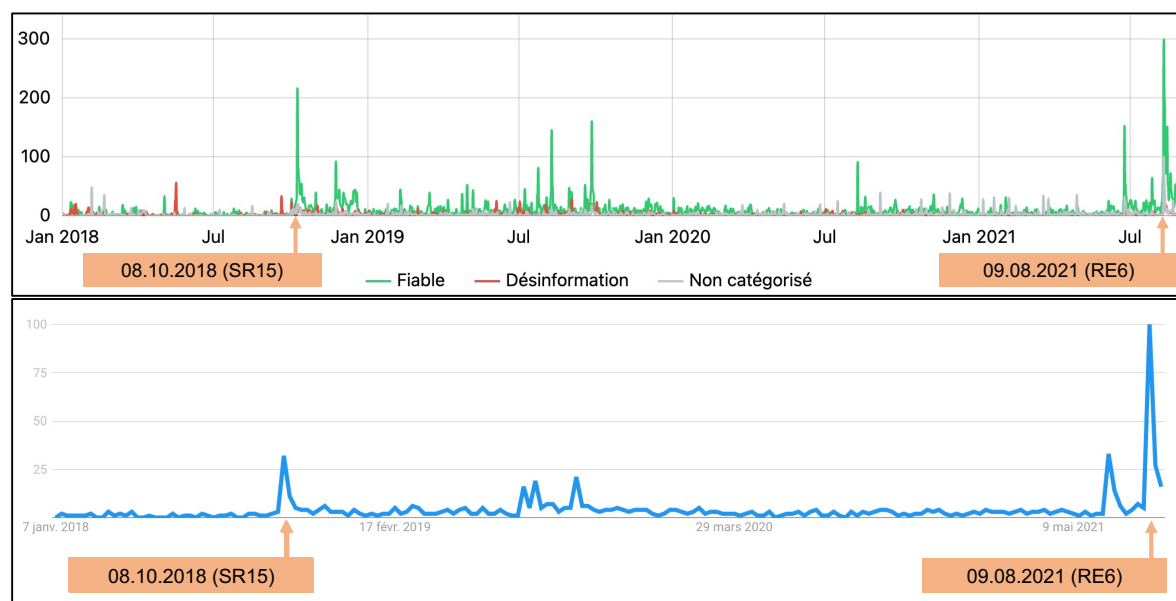


Figure 9 – Comparaison entre le nombre d’articles mentionnant le GIEC publiés quotidiennement en France du 01.01.2018 au 26.08.2021 (graphique du haut) et l’évolution des recherches du terme « GIEC » sur Google en France durant la même période (graphique du bas).

Cette impression visuelle est confirmée par l’analyse statistique. On constate en effet l’existence d’une très forte corrélation entre, d’un côté, le nombre hebdomadaire d’articles mentionnant le GIEC publiés de la semaine du 07.01.2018 à celle du 15.08.2021 (189 semaines) et, de l’autre, le volume hebdomadaire de recherches Google du terme « GIEC » sur la même période : $R = 0.92$, $N = 189$, $p < 0.001$.

Afin de nous assurer que cette corrélation n’est pas le seul fait des trois maximums de recherches du terme « GIEC » au cours de cette période (semaines du 08.08.2021, du 07.10.2018 et du 20.06.2021), qui correspondent chacun à un pic d’articles mentionnant le GIEC (voir Figure 9), nous avons recalculé cette corrélation en excluant de l’analyse les trois semaines concernées. Même ainsi, la corrélation entre le nombre hebdomadaire d’articles mentionnant le GIEC et le volume hebdomadaire de recherches Google du terme « GIEC » demeure forte et significative : $R = 0.73$, $N = 186$, $p < 0.001$ (Figure 10)³.

³ À noter que les sujets qui suscitent un intérêt spontané de la part des Français ne voient pas nécessairement les recherches Google qui leur sont dédiées fluctuer en fonction de la couverture médiatique dont ils bénéficient. Pour l’illustrer, nous avons comparé de la même manière que nous l’avons fait pour le GIEC le nombre hebdomadaire d’articles qui mentionnent le terme « foot » ou « football » publiés en France de la semaine du 07.01.2018 à celle du 15.08.2021 avec les volumes hebdomadaires de recherches Google des termes « foot » et « football » sur la même période. Nous n’observons pas de corrélation entre, d’un côté, le nombre hebdomadaire d’articles qui mentionnent le terme « foot » ou « football » et, de l’autre, 1) le volume hebdomadaire de

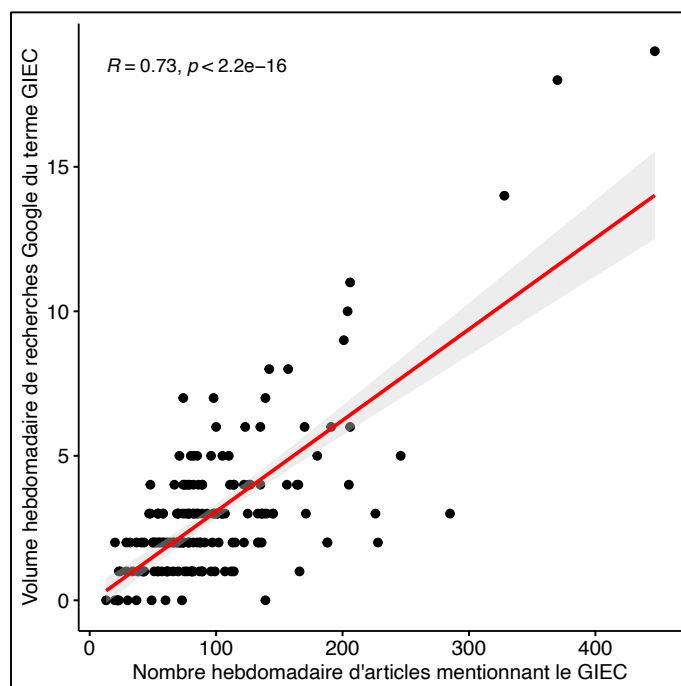


Figure 10 – Corrélation ($R = 0.73$, $N = 186$, $p < 0.001$) entre le nombre hebdomadaire d’articles mentionnant le GIEC et le volume hebdomadaire de recherches Google du terme « GIEC » en France de la semaine du 07.01.2018 à celle du 15.08.2021, à l’exclusion des trois maximums de recherches Google du terme « GIEC » (semaines du 08.08.2021, du 07.10.2018 et du 20.06.2021), qui correspondent chacun à un pic d’articles mentionnant le GIEC (sans exclure ces trois semaines, la corrélation est plus forte encore : $R = 0.92$, $N = 189$, $p < 0.001$).

Cette correspondance temporelle suggère très clairement que **l’intérêt des Français pour les rapports du GIEC est directement fonction de la couverture médiatique dont ces derniers bénéficient.**

En conclusion, ce résultat souligne le fait que les médias ont un rôle central à jouer dans la prise de conscience par la population des paramètres réels de la situation climatique actuelle. Pourtant, au vu du faible écho qu’ils donnent en France aux travaux du GIEC, on est en droit de se demander s’ils en font assez pour susciter l’intérêt de la population et l’informer sur l’état de la connaissance scientifique au sujet du dérèglement climatique.

recherches du terme « foot » ($R = -0.06$, $N = 189$; $p = 0.404$), 2) le volume hebdomadaire de recherches du terme « football » ($R = -0.10$, $N = 189$; $p = 0.163$).

Références citées

- ADEME (2020).** *Représentations sociales du changement climatique : 21^{ème} vague*, Agence de la transition écologique, <https://librairie.ademe.fr/changement-climatique-et-energie/4057-representations-sociales-du-changement-climatique-21-eme-vague.html>
- Cordonier, L., & Brest, A. (2021).** *Comment les Français s'informent-ils sur Internet ? Analyse des comportements d'information et de désinformation en ligne*. Étude de la Fondation Descartes (mars 2021), https://www.fondationdescartes.org/wp-content/uploads/2021/03/Etude_Information_Internet_FondationDescartes_2021.pdf
- Cordonier, L., Bronner, G., & Walzer, N. (2020).** Du capital de (micro) notoriété au capital économique : le cas du marché de la conférence. *L'Année sociologique*, 70(2), 497-526. <https://doi.org/10.3917/anso.202.0497>
- DiGrazia, J. (2017).** Using Internet search data to produce state-level measures: the case of tea party mobilization. *Sociological Methods & Research*, 46(4), 898-925.
- Douenne, T., & Fabre, A. (2019).** French Attitudes over Climate Change and Climate Policies. *FAERE Policy Paper*, http://faere.fr/pub/WorkingPapers/Douenne_Fabre_FAERE_WP2019.15.pdf
- Guémart, L. (2021).** Climat : BFMTV et CNews regardent ailleurs. *Arrêt sur images*, 11.08.2021, <https://www.arretsurimages.net/articles/climat-bfmtv-et-cnews-regardent-ailleurs>
- Médiamétrie (2018).** *Les jeunes et l'information*, https://www.culture.gouv.fr/content/download/193360/file/DGMIC_Synthese_Les%20jeunes%20et%20l%27information.pdf?inLanguage=fr-FR
- Reporters d'Espoir (2020).** *Comment les médias traitent-ils du changement climatique ?*, https://reportersdespoirs.org/wp-content/uploads/2020/07/Etude_Climat_ReportersdEspoirs_07072020.pdf
- Reuters (2018).** *Digital News Report 2018*, <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/>
- Reuters (2021).** *Digital News Report 2021*, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>
- Vosen, S., & Schmidt, T. (2011).** Forecasting private consumption: survey-based indicators vs. Google trends. *Journal of Forecasting*, 30(6), 565-578.