

**Université Paris II**  
Institut Français de Presse  
Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaire Sur les Médias

# **Créer un climat favorable**

Les enjeux liés aux changements climatiques :  
valorisation publique, médiatisation  
et appropriations au quotidien

Thèse de sciences sociales pour l'obtention du doctorat en sciences de l'information et de la communication présentée et soutenue publiquement par

**Jean-Baptiste Comby**  
le 24 octobre 2008

Directeur de Thèse : Rémy Rieffel

Membres du jury :

**Jean Jouzel**, Directeur de recherche au CNRS, laboratoire des sciences du climat et de l'environnement, directeur de l'Institut Pierre-Simon Laplace, vice-président du groupe I du GIEC

**Brigitte Le Grignou**, Professeur à l'Université Paris Dauphine (rapporteur)

**Erik Neveu**, Professeur à l'Institut d'Etudes Politiques de Rennes

**Isabelle Paillart**, Professeur à l'Université Grenoble III (rapporteur)

**Rémy Rieffel**, Professeur à l'Université Paris II (directeur de thèse)

*L'université Paris II n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans cette thèse. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.*

# Remerciements

Epreuve solitaire, la thèse n'en demeure pas moins un cheminement collectif. Que ce soit sur un plan scientifique ou personnel, vous m'avez, d'une façon ou d'une autre, soutenu et aidé dans ce travail de quatre années.

Je souhaite tout d'abord remercier Monsieur Rieffel pour sa tolérance, sa sagesse et son attention régulière. Je suis également très reconnaissant à Matthieu Grossetête, car sans nos innombrables échanges, cette thèse serait loin d'être ce qu'elle est. Ce travail doit aussi beaucoup à Monsieur Darras, qui, il y a six ans, m'a donné goût à la recherche et à la rigueur scientifique. Enfin, les conseils, les relectures, les suggestions, et au-delà, la stimulation intellectuelle toujours appréciable apportés par Isabelle Charpentier, Dominique Marchetti, Sylvain Laurens, Julie Sedel, Vincent Goulet, Philippe Ponet, Jérémie Nollet, Julien Weisbein, Aurélie Marmu, Hugues Ravenel et Roei Davidson, ont également contribué à la réalisation de ce travail. Je voudrais aussi remercier Valérie Devillard, Josianne Jouët, Grégory Mercier, Guillaume Le Saulnier, et Gianni Gortan pour leur coopération au sein de CARISM.

Cette thèse n'aurait pas pu se faire sans la participation de toutes les personnes interrogées et observées. Leur disponibilité et leur coopération, généralement désintéressée, m'ont permis de mener à bien ce travail. Qu'elles en soient remerciées.

Merci à mes amis chers qu'ils soient du Béarn, rencontrés sur les bancs toulousains ou à Paris, pour leur reconnaissance, leur intérêt et surtout, leur soutien. Chers grands-parents, merci pour votre attention, vos encouragements et vos témoignages d'affection. Chers parents, chère Camille, cher Peyo, je vous remercie tout simplement de m'entourer tous les jours, cela même à quelques centaines de kilomètres. Enfin, Cécile, laisse moi te remercier pour tellement si ce n'est pour tout.

# Sommaire

<b>Introduction .....</b>	<b>p. 2</b>
<b>Partie préliminaire. Remarques sur la genèse internationale et scientifique du problème...</b>	<b>p. 32</b>
Chapitre 1. Un problème introduit par le haut .....	p. 33
Chapitre 2. Un problème (de) scientifique(s) ? .....	p. 49
Chapitre 3. Les intérêts croisés des journalistes et des « scientifiques-experts » en France.....	p. 75
<b>Conclusion.....</b>	<b>p. 102</b>
<b>Première partie. Faire des changements climatiques un problème omnibus. L'emprise de la communication sur la construction politique et médiatique des enjeux.....</b>	<b>p. 104</b>
Chapitre 4. La division administrative des enjeux .....	p. 106
Chapitre 5. L'emprise de la communication sur l'action publique de « lutte contre » les changements climatiques.....	p. 146
Chapitre 6. Les associations face au « changement climatique » : entre expertise et sensibilisation « de masse » .....	p. 201
<b>Conclusion.....</b>	<b>p. 223</b>
<b>Deuxième partie. « Rendre sensible » les changements climatiques. Les retraductions journalistiques des enjeux .....</b>	<b>p. 226</b>
Chapitre 7. Quand l'environnement devient « médiatique ». Contribution à une sociologie du journalisme environnemental .....	p. 230
Chapitre 8. La production de l'information télévisuelle sur les changements climatiques.....	p. 252
<b>Conclusion.....</b>	<b>p. 285</b>
<b>Troisième partie. Un dispositif qui neutralise en partie le poids des dispositions ? La « descente en proximité » des enjeux climatiques dans les discussions quotidiennes .....</b>	<b>p. 288</b>
Chapitre 9. La distribution sociale des pratiques énergétiques .....	p. 292
Chapitre 10. Les changements climatiques : un problème qui fait sens, mais différemment .....	p. 305
<b>Conclusion.....</b>	<b>p. 354</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>p. 357</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>p. 366</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>p. 434</b>
<b>Principaux sigles.....</b>	<b>p. 454</b>
<b>Table des encadrés, des graphiques et des tableaux.....</b>	<b>p. 455</b>
<b>Table des matières.....</b>	<b>p. 456</b>

## Résumé / Summary

### Créer un climat favorable.

Les enjeux liés aux changements climatiques :  
valorisation publique, médiatisation et appropriations au quotidien

En France, au début des années 2000, les changements climatiques commencent à devenir un problème qui compte. Ce qui rend possible cette valorisation publique relève de logiques qui conduisent des agents issus d'univers sociaux divers à s'investir dans un travail politique et collectif de « sensibilisation ».

Cet impératif qui vise à rendre sensible pour faire prendre conscience, se traduit par une dépolitisation du problème climatique. Il l'individualise en ce qu'il rend surtout visible les responsabilités domestiques. Il l'indifférencie en ce qu'il obscurcit les inégalités sociales de contribution et d'exposition au problème. Il le consensualise en ce qu'il disqualifie les controverses à propos de la responsabilité des comportements individuels.

Du point de vue de la production de l'information, cela se traduit par un traitement qui se focalise sur les conséquences du problème climatique plutôt que sur ses causes. La transformation sociologique du groupe des journalistes spécialisés « environnement » au cours des années 1990 favorise ainsi un traitement déconflictualisé des enjeux climatiques.

Face à ce dispositif de publicisation, les individus, dotés de dispositions inégales, se positionnent différemment. D'une part, ils se distinguent en pratique puisqu'en fonction de leurs ressources matérielles, ils ont une propension inégale à émettre des gaz à effet de serre. D'autre part, l'intérêt aux économies d'énergie (et au-delà aux enjeux climatiques) ne revêt ni le même sens, ni la même portée selon qu'il est motivé par des soucis distinctifs de vertu civique ou bien contraint par la nécessité de ne pas trop dépenser.

En somme, la sociologie du problème climatique met au jour ses réalités sociales et politiques, là où d'ordinaire, on invite à n'y voir que des faits naturels et individuels.

---

**Mots clés :** action publique (de communication), appropriations (des biens symboliques), changements climatiques, civilisation des mœurs, construction des problèmes publics, dépolitisation, descendre en proximité, dispositif, disposition, entrepreneurs de cause, incitation, inégalités, journalistes, médias, politique publique, publicisation, rapports pratiques et symboliques, responsabilité individuelle, sensibilisation

---

### Creating a favorable climate.

Climate changes issues: public appreciation, mediatisation and daily appropriations

In France, at the beginning of the 21<sup>st</sup> century, climate change has started to become a problem that matters. Such a public appreciation of the problem was made possible by the political and collective “sensitization” work performed by agents from diverse social groups.

This need to sensitize in order to raise consciousness resulted in a depoliticization of climate issues. Climate change issues were individualised, through the focus on household responsibility; they were made undifferentiated, by obscuring the social inequalities in the contribution and exposure to the problem; and they were made consensual, through the focus on the responsibility of individuals.

From the point of view of information production, the result is a treatment which focuses on the consequences of climate problems rather than its causes. The sociological transformation of the group of journalists specializing in the “environment” during the 1990s encouraged a non-contentious treatment of climate issues.

Individuals position themselves differently in order to contend with the way these issues are publicized. Indeed, according to their material resources, they have varying propensities to emit greenhouse gas. Furthermore, interest in energy savings (and beyond, in climate change issues) takes on differing meanings and scopes depending on whether it is motivated by concerns for civic virtue or constrained by the necessity to not spend too much.

In short, the sociology of climate change brings to light social and political realities where one usually only sees natural and individual facts.

---

**Key words:** public action (of communication), appropriation (of symbolic goods), climate change, domestication of attitudes, construction of public problems, depoliticisation, system, disposition, activist entrepreneurs, incitation, inequality, journalists, media, public policy, publicisation, practical and symbolic relations, individual responsibility, sensitization.

---