

INTERVENTION

Monica FOSSATI

Directrice EKWO

Bonjour à tous et bienvenue dans cet atelier intitulé “*Le JT et le développement durable*”, un titre extrêmement vaste et complexe.

Je le décline sous trois approches différentes :

– Dans quelle mesure et comment les sujets de l’environnement, au sens général, sont traités dans le JT ?

– Comment est distillé le développement durable dans l’ensemble des sujets du JT ?

– Le dernier est celui de publicités qui vendent moult produits extrêmement polluants et déplorés dans les secondes qui suivent dans le conscient ou l’inconscient des téléspectateurs. Comment sont traitées les nouvelles sur les attaques négatives des fameux produits que l’on a essayé de leur vendre quelques secondes avant ? C’est un sujet complexe à aborder et nous ne pourrions pas le traiter en deux heures.

Pour débattre de la place de l’environnement dans les différents sujets traités au journal télévisé, nous avons Suzanne de CHEVEIGNE, chercheuse au CNRS, ainsi que Guillaume SAINTENY, maître de conférence à Sciences Po et par ailleurs, membre du CNDD.

INTERVENTION

Suzanne de CHEVEIGNE

Chercheuse au CNRS,
CHADIC (CNRS-EHESS),
Marseille

J’aimerais vous parler de deux travaux de recherche.

L’un remonte à une dizaine d’années et porte sur la façon dont les journaux télévisés construisaient le thème de l’environnement ; il avait été réalisé grâce au soutien du ministère de l’Environnement d’alors.

L’autre est une étude en cours qui est une reprise, dix ans après, du même type de travail. Il analyse la manière dont les principaux journaux télévisés français parlent du thème de l’environnement. Elle s’est élargie de diverses façons et notamment sur la réception auprès des téléspectateurs. Ce travail n’est pas encore entamé, mais ce point sera très important.

Cette étude, financée dix ans après par l’ADEME – que je remercie justement de nous avoir donné cette possibilité-, va nous permettre de voir l’évolution du journal télévisé et celle du thème de l’environnement : devient-il du développement durable depuis ces dix dernières années ? Nous examinerons la question plus tard.

“Les médias jouent des rôles divers (circulation de l’information, lieux de débats, de confrontations, de définition des problèmes publics)”

J’aimerais expliquer ma position par rapport aux médias et pourquoi je les étudie. Je les considère comme un phénomène social absolument central de nos sociétés. Nous vivons dans des sociétés où les médias jouent des rôles divers (circulation de l’information, lieux de débats, de confrontations, de définition des problèmes publics), mais aussi de beaucoup d’autres choses : de socialisation pour les jeunes, etc. Bref, c’est un phénomène central de nos sociétés et qu’il convient d’étudier en tant que tel. Il ne faut pas les imaginer

▼
**“C’est une espèce
de co-élaboration
d’un phénomène social
où jouent une série
d’acteurs : publics,
producteurs et
annonceurs”**
▲

comme un vecteur d’information, quelque chose de complètement transparent.

En considérant ce phénomène social complexe, j’éviterai l’excès qui consiste à dire que les médias sont simplement le reflet d’une réalité existante. Nous pourrions discuter si cette réalité se reflète, si elle est fidèle ou non. Je ne vais pas, à l’inverse, considérer que les médias sont surplombants et qu’ils influencent et manipulent le public. C’est un phénomène beaucoup plus complexe et qu’il s’agit de comprendre, c’est une espèce de co-élaboration d’un phénomène social où jouent une série d’acteurs : publics, producteurs et annonceurs.

En tant que chercheuse, je vais l’aborder pour lui-même, essayer de comprendre comment fonctionnent les médias, plus particulièrement du côté de leur réception. Je suis très intéressée par la manière dont ils sont reçus, interprétés, évalués par le public. C’est déjà, en soi, un thème d’intérêt important.

Nous avons une deuxième manière d’aborder la question, tout aussi intéressante. Ils sont fortement impliqués dans la vie sociale et il s’agit donc de les utiliser comme outil pour comprendre comment tel problème public est construit. C’est typiquement le cas ici où nous regardons la manière dont le thème de l’environnement, le thème des relations que la société a avec son cadre physique, est développé et construit dans la société. C’est de ce point de vue que j’aborde cette question.

S’agissant de la notion du développement durable – je continuerai sur ce concept de relation avec le cadre physique, ou environnemental, si vous préférez-, je vais m’interroger sur la manière dont ce thème a évolué, à quel point l’implication sociale et économique est présente dans les discours médiatiques, si le développement durable se dessine mieux aujourd’hui ou si l’environnement continue son chemin, un peu comme avant.

Je fais circuler un texte proche de celui de cette intervention. J’ai regardé comment le thème du développement durable apparaissait dans les médias de presse écrite, “*Le Monde*” et “*Libération*”. Regardez la courbe du nombre d’articles où l’expression apparaît.

Elle est complètement plate au départ, l’expression est pratiquement absente, mais elle commence à frémir aux alentours de 1992, elle augmente plus sérieusement en 1998 et 1999. Nous observons ensuite un décollage exponentiel en 2001 et 2002. C’est donc tout récent, je ne pense pas trouver le thème de façon massive dans les journaux télévisés, mais la question reste ouverte.

Je vais parler rapidement du type d’études en cours et des résultats que nous avons précédemment et voir ce que nous pouvons extrapoler.

En 1994, nous avons intégralement enregistré les journaux télévisés pendant le mois de novembre. Nous avons choisi les éditions de 20 heures de TF1, France 2, France 3 et Arte. Tout a été retranscrit en retenant les nouvelles

**“Nous observons ensuite
un décollage exponentiel
en 2001 et 2002”**

concernant les relations des humains avec leur cadre physique. Nous avons d’abord procédé à une analyse quantitative et examiné la manière dont étaient caractérisées les pollutions, événements de type météorologique ou géologique, politique de l’environnement, etc.

Nous avons fait ensuite une analyse quantitative un peu plus poussée sur ceux qu’ils citaient.

Je peux vous donner quelques éléments de premières réponses et de comparaison. En 2004, nous trouvons un doublement, grosso modo, du nombre de nouvelles traitées par

les journaux télévisés de TF1, France 2 et France 3 mais, étrangement, pas d'Arte. Le thème, de façon générale, est visiblement plus prégnant et cela ne semble pas s'expliquer par des événements ponctuels.

Nous avons donc une évolution en quantité ; apparemment le thème est plus prégnant que dix ans auparavant. Nous notons des évolutions en qualité, toujours selon cette analyse quantitative. Nous avons trouvé à l'époque une répartition des thèmes assez différente entre TF1 et France 2.

“Apparemment le thème est plus prégnant que dix ans auparavant”

L'approche de TF1 était plus populaire et donnait une place plus importante aux catastrophes naturelles, aux sujets animaliers et moins à la politique environnementale.

France 3 se distinguait en 1994, mais en 2004 elle semble s'être alignée sur les grandes chaînes. Il est maintenant nécessaire d'examiner dans le détail ces changements, mais la place accordée aux différentes catégories de nouvelles a changé.

L'ancienne avait apporté d'autres résultats que je ne peux pour l'instant comparer avec l'enquête actuelle. Cela concerne qualitativement la nature du traitement de ces sujets.

Deux éléments me paraissent très importants. Je passerai plus rapidement sur le fonctionnement médiatique, sur la politique de médiation que mettait en œuvre chaque chaîne.

C'est soit une médiation très forte (TF1), très présente, interprétant, voire dénonçant les responsabilités et intervenant beaucoup, soit une médiation plus effacée (France 2, France 3) rapportant des événements et moins dénonciatrice. Il existait donc des différences de médiations. Cependant, le plus important, pour le thème du développement durable en particulier, était une vision du monde ou de fonctionnement du monde social, très différente en fonction des chaînes.

TF1 montrait des nouvelles assez mauvaises – comme sur toutes les chaînes, les bonnes nouvelles, ce qui allait bien, représentaient seulement de l'ordre de 10 % à 20 % des nouvelles, la plupart étant des problèmes de pollution ou de catastrophes naturelles, etc. – TF1 montrait alors une vision d'un monde atomisé, où les ressources sociales, en termes de possibilités de réaction, paraissaient extrêmement faibles, avec en particulier une insistance sur la rupture des liens de communication. C'était l'image d'une société avec très peu de ressources en elle-même.

France 2 et France 3 présentaient une vision d'un monde social avec davantage de ressources : entraide entre voisins, services publics intervenant efficacement. On rendait compte de dégâts, certes, mais davantage des réparations. Nous avions l'image d'un monde social réagissant alors que la situation était plus anormale chez TF1.

Ce sont des éléments tels que ceux-ci qui permettront de comprendre comment fonctionnent les médias aujourd'hui. Que reste-t-il de ce constat ? Comment le développement durable sera-t-il mis en scène ? Comment le thème de l'environnement sera-t-il raccordé aux thèmes plus sociaux, plus économiques ? Comment ces liens entre social, économique et environnemental vont-ils se mettre en place ?

Si je devais avancer une prédiction, je serais tentée de dire que les chaînes de service public seront peut-être plus ouvertes à ces questions que les chaînes privées.

“Les bonnes nouvelles, ce qui allait bien, représentaient seulement de l'ordre de 10 % à 20 %”

▼
“France 2 et France 3 présentaient une vision d'un monde social avec davantage de ressources”
▲

Monica FOSSATI Merci. Pensez-vous qu'il y a une analogie entre certains sondages, les attentes des téléspectateurs et la réponse des chaînes...

Suzanne de CHEVEIGNE Nous avons des résultats, Télérama fait régulièrement des enquêtes sur les publics des grandes chaînes et des journaux télévisés. Nous avons vu des enquêtes très intéressantes sur les votes, par exemple, liés aux pratiques des télévisions. On observait, par exemple, que TF1 avait un public un peu moins éduqué, plus de droite que France 2. On a donc des liens entre des positions politiques et les discours des journaux.

Monica FOSSATI Peut-on avoir accès à ces deux études ?

“Mais ce qui manque terriblement, c'est une compréhension de la réception”

Suzanne de CHEVEIGNE L'ancienne étude a été publiée par CNRS Éditions il y a longtemps, et la nouvelle, sauf embargo de l'ADEME que je n'attends pas, sera terminée à la fin de l'année prochaine.

Un intervenant J'ai une question sur ce qui vient d'être dit, mais je commencerai par une petite anecdote. Une petite séquence qui précédait le journal télévisé de TF1 donnait les prévisions de pollution atmosphérique. C'était entre 1996 et 1997. Pendant six mois, via un annonceur, nous avons eu droit aux prévisions et aux informations sur les différents réseaux de mesure, puis tout s'est arrêté. J'ai su, de manière indirecte, que la politique de la chaîne avait changé et trouvait que parler de la pollution tenait lieu de mauvaise nouvelle et que ce n'était pas bon pour l'image.

Existe-t-il dans d'autres domaines que l'environnement et le développement durable une analyse ou des référentiels sur la façon dont fonctionnent les JT ? Lorsqu'on discute avec les journalistes de télévision, on voit bien que la proximité devient un élément fort de leur dialogue. D'autres analyses ont-elles été conduites ? Ce que tu fais sur le développement durable est très original par rapport à ce qui a pu être fait par les sociologues en général.

Suzanne de CHEVEIGNE Il existe d'autres analyses sur d'autres thèmes, par exemple, celui des banlieues, mais nous n'en avons pas énormément. En France, nous sommes beaucoup plus forts du côté production, sociologie des journalistes, etc., et nous pouvons trouver beaucoup de choses sur l'analyse des journaux. Mais ce qui manque terriblement, c'est une compréhension de la réception : comment les nouvelles sont interprétées, évaluées, jugées, mises en rapport avec d'autres pratiques ou d'autres valeurs. C'est particulièrement intéressant dans le domaine de l'environnement. À ma connaissance, il n'existe pas en France de résultats publiés. Les chaînes font peu de choses d'ailleurs, plutôt des sondages Audimat d'ailleurs.

Un intervenant Encore une question liée au développement durable ; vous êtes centrée sur l'environnement, mais ne peut-on élargir ce domaine à d'autres secteurs ?

Suzanne de CHEVEIGNE Nous allons continuer dans le cadre de l'environnement défini, non pas d'ailleurs pour critiquer (...), mais simplement ce qui est en relation avec le cadre physique, le cadre social, etc. Cela permettra de voir dans un premier temps si des liens sont mis en évidence. Pour bien faire, il faudrait pouvoir examiner et étudier les données sociales, etc. Nous

le ferons certainement par sondage, nous allons essayer de le voir sur l'ensemble du JT, c'est un travail important. Il faut effectivement le faire.

Une intervenante Nous avons fait une enquête avec "Presse +" qui analyse la presse. En novembre 2002, nous avons analysé pendant un mois l'expression "développement durable" dans toute la presse. Nous avons relevé chaque fois à quoi il était corrélé, quels étaient les supports qui en parlaient et ceux qui le faisaient de façon correcte.

Nous en retirons trois enseignements :

"Sur 1 400 citations, l'environnement était cité à 70 % dans la presse"

– Sur 1 400 citations dans le mois de décembre 2002, l'environnement était cité à 70 % dans la presse.
– Quatre supports de presse quotidienne ("Le Monde", "Les Échos", "La Croix" et "L'Humanité") en parlaient avec un angle de vue différent mais de façon compétente.

En fait peu de supports en parlent. Pour beaucoup de journalistes, l'expression "développement durable" reste floue, hormis dans le cadre de l'environnement.

En Bretagne, nous avons des études sur les questions environnementales qui montrent qui regarde tel journal télévisé. Cela peut être intéressant.

Charles-Henry DUBAIL Chaque semaine, dans "Environnement et Stratégie", nous analysons avec Atops, un institut de sondage et une base de données mondiale de plus de 5 000 médias, et nous avons deux bilans d'environnement très forts, une opposition environnement social... Lorsqu'un article était "pour" le développement durable, nous analysons les sous-thèmes. Il était également intéressant de voir que les principaux médias qui en parlaient, à l'échelle mondiale, étaient à vocation économique et de pays émergents. Je pense à "Africa News", "China Daily", ou Amérique du Sud, etc.

Suzanne de CHEVEIGNE Avez-vous continué ?

Un intervenant Nous avons arrêté pour des raisons financières principalement. C'est un travail hebdomadaire très long et très lourd. Atops avait trouvé un intérêt en vendant, grâce à nous, sa méthode de veille à des sociétés qui pouvaient veiller sur des sous-thèmes. Ils avaient une dizaine de prospects, mais cela n'a pas abouti et au bout d'un an, ils ont abandonné cette veille. Il nous a été impossible économiquement de prendre la suite.

"Les principaux médias qui en parlaient, à l'échelle mondiale, étaient à vocation économique"

Monica FOSSATI Nous repartons sur le JT avec Guillaume SAINTENY.
(Bruits dans la salle.)

Guillaume SAINTENY Je vous propose de structurer mon propos en trois points : la situation normative, telle qu'elle devrait être, la situation actuelle et la situation future.

Commençons par la situation normative. Vous me direz : "Normative par rapport à quoi ? Par rapport à l'opinion publique, à la sociologie des médias, au droit international".

– Par rapport à l'opinion publique et à l'importance de ce thème dans la hiérarchie des préoccupations de l'opinion publique. On mesure bien cela par les enquêtes d'opinion. On voit bien que l'opinion publique place à un niveau plus élevé les questions de l'environnement et de développement durable que ne le font les médiateurs ou les élus. Je pense, par exemple, à l'enquête sur les parlementaires réalisée l'an dernier ou aux sondages d'intention de vote

– Situation normative d'un point de vue sociologique. Cela recouvre plusieurs choses. des politiques publiques suivies en la matière. Aujourd'hui, par exemple, la question du réchauffement global peut-être sur-évalué par rapport à d'autres questions d'importances comparables (par exemple, l'érosion de la biodiversité).

Il existe en France un service public télévisuel constitué de plusieurs chaînes et qui a pour rôle et but le service du public. Il doit donc remplir des fonctions d'intérêt général. Or, la protection de l'environnement et le développement durable sont, au titre de la loi française, considérés comme d'intérêt général.

“Le développement durable devrait donc entrer dans les missions d'intérêt général du service public de l'audiovisuel”

Le développement durable devrait donc entrer dans les missions d'intérêt général du service public de l'audiovisuel, d'autant plus que ces objectifs seront constitutionnalisés, comme vous le savez, l'an prochain.

Le deuxième aspect de cette vision sociologique est le pluralisme de l'information. Cela fait partie du cahier des charges de chaque chaîne, qu'elle soit privée ou publique. Le pluralisme ne peut pas se limiter simplement à l'information politique, mais il doit aussi s'appliquer à des sujets de pluralisme sociétal.

Le troisième aspect, encore plus sociologique, concerne ce que nous connaissons maintenant des effets sociologiques des médias. Le débat s'est déplacé des effets directs des médias – nous pouvons considérer qu'ils ont été validés – aux effets indirects sur l'opinion publique, et nous savons qu'ils sont assez importants. On constate finalement que les médias dirigent moins l'opinion dans sa manière de penser mais plus sur les sujets abordés.

Je mentionne, parmi d'autres, quatre effets sociologiques indirects avec les médias, qui sont importants pour notre sujet d'aujourd'hui :

– Le premier, auquel Suzanne a déjà fait référence, concerne la manière de construire un problème public. Un problème public n'est jamais construit ex nihilo. Un certain nombre de combats d'acteurs socioéconomiques, publics et privés, font que tel problème est traité d'une certaine manière dans une société et différemment dans une autre. Les médias jouent un rôle considérable dans la construction du problème face à l'opinion publique.

– Le second concerne ce que l'on appelle la fonction d'agenda qui est très connue. Les médias sélectionnent des thèmes selon l'importance qu'ils leur donnent. Lorsque *“Le Monde”* ou *“Le Figaro”* décident de faire leur couverture sur tel sujet plutôt qu'un autre, ils choisissent évidemment de mettre en haut de l'agenda, notamment politique, des thèmes et pas d'autres. Les hommes politiques réagiront généralement par rapport à l'importance médiatisée de ces problèmes, plus que par rapport à un constat intrinsèque. C'est la même chose pour les médias télévisuels et audiovisuels qui, je vous le rappelle, ont beaucoup moins d'espace ; le nombre de mots par JT est plus faible que dans un journal.

– Le troisième effet est un peu différent, même s'il en approche. C'est ce que l'on appelle la *“fonction d'amorçage”*. Elle consiste à ériger un problème en critère d'évaluation des candidats, des politiques publiques, des gouvernements. Par exemple, pour le social,

▼
“Lorsque l’on parle de développement durable en France ou à l’étranger, le thème le plus souvent mis en avant est l’effet de serre”
▲

le plus grand critère de sélection sont les trente-cinq heures. Nous constatons immédiatement que le développement durable a peu de place dans les critères d’évaluation du gouvernement actuel. Peu de JT, qu’ils soient critiques ou laudateurs du gouvernement actuel ou du précédent, érigent le développement durable en tête des critères de sélection du gouvernement actuel.

Lorsque l’on parle de développement durable en France ou à l’étranger, le thème le plus souvent mis en avant est l’effet de serre. D’une part, le développement durable part dans certaines directions, d’autre part, au sein du développement durable, on parle essentiellement d’un thème, de même à l’étranger. Aux États-Unis, par exemple, on pense immédiatement au “non” à la signature du protocole de Kyoto. Mais la politique environnementale des États-Unis existe et est très différente selon les États elle ne se résume pas, bien entendu, à cela.

Le dernier effet sociologique important concerne la légitimation des thèmes traités. Le passage d’un sujet, quel qu’il soit, dans tel média écrit ou télévisuel, lui donne sa propre légitimité par le seul fait d’être traité dans un milieu légitime. C’est un élément très important pour que le développement durable acquiert une légitimité.

Enfin, la situation est dramatique par rapport à un dernier point très important et très peu connu en France : le droit international. Je rappelle que de nombreux textes –je vois Serge ANTOINE, un internationaliste convaincu, hocher la tête– énoncent certaines obligations en matière d’information environnementale. La France est très en retard de ce point de vue ; elle a été condamnée par la Cour européenne de justice l’an dernier. Je vous livre simplement quelques-uns de ces textes :

– En 1992, la déclaration de Rio avec le principe 10 stipule : *“Les États faciliteront et encourageront l’attention du public et sa participation, rendant l’information sur l’environnement et le développement durable largement disponible.”*

– La déclaration de Johannesburg, avec le point 14 D : *“Le développement de programmes de prise de conscience sur l’importance des comportements de production et de consommation durable, spécialement dans les pays développés, via la publicité et les autres médias.”*

– Une recommandation de l’OCDE (Organisation de coopération et de développement économique) sur l’information environnementale adoptée le 3 avril 1998, indique que : *“Les pays membres établissent des mécanismes effectifs pour mieux informer le public, les preneurs de décisions et les autorités sur l’environnement et les conditions et enjeux du développement durable.”*

“La déclaration de Rio avec le principe 10 stipule : les États faciliteront et encourageront l’attention du public et sa participation, rendant l’information sur l’environnement et le développement durable largement disponible”

Enfin la convention de 1998, très connue et qui a été transposée en droit européen, puisqu’elle a été reprise par la Cour européenne, et en droit français : *“Chaque partie favorise l’éducation écologique du public et sensibilise celui-ci aux problèmes environnementaux.”*

Il existe cinq ou six directives européennes, dont la dernière est de 2003, qui reprennent et développent ces obligations au niveau communautaire. Encore une fois, la France a une procédure extrêmement longue et elle a été condamnée en 2003, sur la base de l’arrêt de 1990, par la Cour de justice européenne, ce qui,

pour les droits de l'homme et donc l'égalité à l'information, n'est pas forcément de bon augure. Je reviens à la situation actuelle.

Premièrement, ce droit international n'est pas appliqué. Dans les cahiers des charges des chaînes de télévision publique, vous avez des obligations d'information du consommateur, d'émissions religieuses, de spectacles lyriques et chorégraphiques, d'histoire, d'émissions scientifiques, etc. Il n'y figure aucune obligation d'émissions sur l'environnement ou le développement durable. Cela me semble contradictoire avec le but d'une chaîne de service public et parce que la protection de l'environnement est relayée par la loi du 10 juillet 1976, déclarée d'intérêt général. Ce sera encore plus contradictoire l'année prochaine lorsque la loi sur l'environnement sera définitivement adoptée, car l'article sur l'information et l'éducation précise ce point.

Il me semble donc qu'une actualisation du cahier des charges serait un préalable. Il ne s'agit évidemment pas de dire que, sur telle chaîne, il doit y avoir tant d'heures sur le développement durable, etc., mais cela devrait être contrôlé par le CSA, mentionné dans le cahier des charges pour une reconnaissance du principe et un meilleur contrôle.

“Une chaîne privée a des obligations plus importantes que les chaînes publiques dans ce domaine”

Une seule chaîne privée, M 6, a accepté en 1996, lors de sa nouvelle décision d'autorisation, que mention soit faite de l'environnement de façon explicite dans l'annexe de la décision d'autorisation (équivalent du cahier des charges des chaînes publiques). D'une certaine manière, une chaîne privée a des obligations plus importantes que les chaînes publiques dans ce domaine. Je vous rappelle également que Canal+, TF1, M 6 ou NRJ ont l'obligation en vertu de la loi NRE de produire un rapport sur le développement durable, ce qui n'est pas le cas de France 2 et de France 3.

Deuxièmement, le développement durable n'est pas traité par les JT et, quand il l'est, c'est davantage sous l'angle de l'environnement ou par le journaliste “environnement”. Je n'ai pas connaissance de l'existence d'un service de développement durable dans une chaîne de télévision française, même s'il n'est pas évident que ce service serait en soi une bonne chose, mais, souvent, il n'existe aucun service environnement. Quelques journalistes spécialistes de l'environnement travaillent au sein du service société, alors qu'il existe un service économique et un service social. Le trépied du développement durable est d'emblée déséquilibré dans la construction, la structuration de la télévision française. Cela aboutit, en quelque sorte, à la négation du thème du développement durable.

Je parlerai également d'une “illégitimation” du thème du développement durable qui, à ma connaissance n'est quasiment jamais traité par les services économiques ou sociaux. En général, il est traité par le journaliste “environnement”. Or, dans la hiérarchie des rubriques d'une rédaction, les services économiques et sociaux sont placés au-dessus du journaliste “environnement” ou du service société.

Je me souviens d'une anecdote remontant à 1981. On parlait alors très peu de développement durable. Pendant la campagne présidentielle, Brice LALONDE passait au Club de la presse d'Europe 1 évoquant ce que devait être la politique forestière française. Le journaliste lui a rétorqué : “*Vous n'êtes pas candidat à la présidence de l'ONE, mais à la présidence de la République.*” Cela sous entendait qu'il était illégitime, dans une campagne pour la présidence de la République, de développer des propositions pour une politique

“Le sensationnalisme et le catastrophisme me semblent, doublement pénalisant”

publique de la forêt, alors même que celle-ci couvre 25 % du territoire français et qu’une grande partie de cette forêt est publique.

Enfin l’accent placé sur le “sensationnalisme” et le “catastrophisme” me semblent, doublement pénalisant.

Le sensationnalisme-catastrophisme aboutit parfois à mettre l’accent sur des épiphénomènes ou sur des contresens écologiques ; chaque fois qu’il se produit une marée noire, c’est un déferlement d’images médiatiques. Il est ensuite difficile d’expliquer à des étudiants qu’une marée noire correspond à une infime partie de la totalité des hydrocarbures déversés dans les océans, que c’est, certes, important localement parce que la capacité d’épuration de l’écosystème local est submergé, etc., mais on parle beaucoup moins des problèmes structurels réguliers de dégazage.

Même chose pour certains incendies de forêt qui posent des problèmes de sécurité et économiques, mais qui sont quelquefois utiles du point de vue écologique. Vous savez que dans les Parcs nationaux américains, on met le feu volontairement à certains écosystèmes.

Ce biais du sensationnalisme – catastrophisme induit, les journalistes, qui ne sont pas des spécialistes il est vrai, à prétendre que l’environnement et le développement durable ne sont pas des sujets assez “sexy” pour être montrés à la télé. Or, n’est-ce pas au médiateur de s’adapter à son sujet ?

Je crois donc que le travail du journaliste est de trouver le bon angle pour traiter un sujet. Un journaliste de télévision a beaucoup plus de moyens à sa disposition qu’un journaliste de presse écrite. De plus on est passé du noir et blanc à la couleur, du SECAM à la haute définition, de l’hertzien au satellite et au câble, du mono à la stéréo, nous avons des images de synthèse et nous pouvons faire de l’intérieur et de l’extérieur, donc le journal de télévision bénéficie de beaucoup de moyens pour parler de son sujet.

Par rapport aux pays anglo-saxons, nous avons du retard dans ce domaine avec, à l’évidence, une faiblesse de traitement scientifique de l’écologie. C’est un point qui avait déjà été mentionné par les rapports Di Carsi et Henry de 1984, cela fait vingt ans. Nous n’avons pas beaucoup progressé depuis.

Par rapport à la situation, il me semble que nous n’avons pas de construction d’un objet “développement durable” dans les JT, pas de mise sur l’agenda, pas d’effet d’amorçage, pas de légitimation du thème et, pour finir, pas de respect des droits internationaux dans les cahiers de charges.

Le dernier point concerne la situation future et la manière dont elle peut évoluer. Je crois qu’elle n’évoluera pas beaucoup à court ou moyen terme. On peut moins le savoir à long terme.

“Le travail du journaliste est de trouver le bon angle pour traiter un sujet”

“Le développement durable est producteur de ce que l’on appelle une dissonance cognitive”

Il y a trois raisons à cela. La première est psychologique. Le développement durable est producteur de ce que l’on appelle une “dissonance cognitive”. C’est un concept très important en psychologie. Il est démontré que les gens, en général, n’aiment pas s’exposer à des réalités ou des informations qui contredisent leurs croyances. C’est extrêmement coûteux pour leur personnalité et leur manière de fonctionner.

▼
**“Les gens cherchent
des informations
qui les confortent
dans leur croyance”**
▲

Par exemple, aux États-Unis, un électeur républicain regardera essentiellement les émissions consacrées à un candidat républicain, et un démocrate fera de même de son côté. En France, un électeur de droite regardera de préférence à la télévision un candidat de droite, etc. Quelqu'un qui a une voiture Toyota regardera beaucoup plus les publicités sur la marque Toyota, etc. Les gens cherchent des informations qui les confortent dans leur croyance et rechignent à s'exposer à des informations différentes, avec parfois une position extrême de négation de la réalité.

Or, à l'évidence, le développement durable vient bouleverser beaucoup de croyances établies, notamment chez les générations plus anciennes qui n'ont pas été éduquées dans cette perspective. Donc, pour adopter la vision du développement durable, une restructuration cognitive est nécessaire et coûteuse pour ces individus. Beaucoup d'entre eux rejettent le concept, c'est aussi le cas chez les journalistes.

Ensuite, les raisons qui tendent vers le contenu même du développement durable... Le mot est facile, mais le sujet est en fait très technique et très interdisciplinaire, il faut donc une double, voire une triple culture. Or, il est parfois traité, soit par des journalistes non spécialisés qui n'ont pas la formation, les connaissances scientifiques nécessaires, soit par des journalistes environnementaux qui ne sont pas des journalistes de développement durable ; ils ont une connaissance de l'environnement mais pas d'autres domaines. Ce sont, parfois, des journalistes “dominés” dans la hiérarchie des rubriques journalistiques.

Troisième raison, celle qui tend à la structuration des rédactions des chaînes de télévision. La notion courante du développement durable renvoie à la réunion des sphères économiques, sociales et environnementales, or, la formation des journalistes français en économie est faible, beaucoup plus que dans les pays anglo-saxons. La formation dans le domaine de l'environnement des journalistes non spécialisés est inexistante. De plus, ils ont la perception vague que l'environnement est toujours moins important que l'économie.

Dans le domaine du social. La “vision de certains métiers n'est pas très favorable au développement durable pour trois raisons : une vision du social conflictuelle et non consensuelle, à la différence, peut-être, du cas des pays anglo-saxons où l'on recherche, comme en Allemagne, les accords collectifs davantage que des conflits d'intérêts, une vision du social beaucoup plus politique que civile ; et une vision du social comme étant du social et non du sociétal, alors que dans les pays anglo-saxons la vision sociale renvoie beaucoup au sociétal. D'ailleurs “social” en anglais veut dire à la fois “social” et “sociétal”.

Cela pose un dernier problème : le lien avec ces trois sphères n'est pas fait. Il devrait peut-être être fait par le rédacteur en chef lui-même, il pourrait être celui qui, prenant les apports de ses journalistes “économique”, “social” et “environnement”, devrait être capable de relier le tout. Or,

lorsque l'on discute avec les journalistes d'environnement, une de leurs plaintes principales est qu'ils se heurtent très souvent au rédacteur en chef qui ne comprend pas les sujets qu'ils leur proposent, y compris sur des thèmes très importants.

Voilà toutes les raisons pour lesquelles j'aurai une conclusion politiquement incorrecte. En estimant que la situation n'évoluera pas à moyen terme.

▼
**“Les journalistes
d'environnement se heurtent
très souvent au rédacteur
en chef qui ne comprend pas
les sujets qu'ils leur proposent”**
▲

Monica FOSSATI Nous allons passer rapidement aux questions.

Serge ANTOINE L'avenir est toujours donné aux pessimistes et Guillaume, qui n'est pas un pessimiste de nature, nous a donné toutes les raisons pour que cela ne change pas. Malheureusement, tu as raison, lorsqu'on regarde le monde, et la situation française en particulier.

Pourtant, nous sommes libres de faire des propositions. Je crois que nous pouvons tout de même essayer de faire bouger des choses. Il est anormal que, dans une société comme la nôtre, tout le monde s'invente des instruments d'analyse de suivi de ce que l'on fait, qu'il y ait des agences de notation qui s'empilent, que les collectivités jouent la transparence et que le monde fondamentalement important de la communication n'ait pas ses propres instruments de mesure. Comme par exemple pour la publicité, il faudrait au moins un instrument d'observation.

“Il est anormal que le monde fondamentalement important de la communication n'ait pas ses propres instruments de mesure”

Alors, merci à Suzanne de CHEVEIGNE d'avoir à elle seule été, avec Charles-Henry, des éléments d'un instrument d'observation et d'analyse indépendant. Je pense que nous pouvons aller plus loin et faire une proposition, non pas en indiquant de quelle manière charpenter, structurer et financer, mais pour que ce monde puisse avoir les instruments de sa propre observation. Il est anormal que tout le monde, sur le plan de la santé s'auto-examine... Or, voilà un monde qui est important et qui ne le fait pas.

Alors, peut-on le faire à l'échelle française ou à l'échelle européenne ? Merci d'avoir vu mon imperceptible satisfaction quand tu as ouvert la “marmite” internationale. Je pense que le monde est bien grand et bien difficile. J'aimerais pour ma part que le monde méditerranéen le fasse mais il n'est pas encore mûr pour cela. L'échelle européenne pourrait être un instrument pour se doter de moyens d'observation. Quand on se regarde dans le miroir, on commence à être un petit peu autre que lorsqu'on ne se regarde pas, même s'il n'y a pas les flics, la police et le système de réglementation. C'est d'abord ce que l'on peut faire.

Dans la publicité, je vois que l'on se donne même des règles qu'on a fait voter je ne sais comment par la profession. Là, il s'agit simplement de se regarder dans la glace, et le regard que vous avez porté tous les deux est lucidement féroce, pas marqué par la politique ou autres.

Suzanne de CHEVEIGNE

J'ai été déléguée à un festival de films d'environnement. Voici trois ans, l'Agence européenne de l'environnement nous a convoqués dans des réunions des différents festivals européens de l'environnement pour nous dire qu'il était aberrant de ne pas parler davantage d'environnement dans les chaînes de télévision. La plupart du temps, il s'agissait de sujets animaliers. Or, il y avait des enjeux extrêmement importants, entre autres, la vulgarisation scientifique.

Maintenant, il est vrai que l'on parle d'effet de serre, d'OGM, etc., les gens entendent blanc ou noir, et les scientifiques disent aussi noir ou blanc, etc. Un travail de vulgarisation doit être fait. On comptait sur les festivals parce qu'il y avait cette conscience que les lois et les directives étaient utiles ; mais, sans adaptation, les gens ne comprenaient pas

▼
“La situation française était effectivement très mauvaise”
▲

pourquoi on leur demandait... C'est le meilleur support, le meilleur outil de sensibilisation. Il est vrai qu'au niveau européen il y a vraiment une conscience. Il est vrai que nous avons été montrés du doigt puisque, pour nous, le festival était axé davantage vers le développement durable, mais la situation française était effectivement très mauvaise.

Une intervenante Les documentaires sont généralement montés sur le thème de l'environnement. Il existe quelques exceptions que l'on connaît tous, notamment "Gaïa". Le problème est que lorsqu'un sujet est traité dans un JT, il est toujours "anglé", comme sur les OGM où on sent une tendance pas très claire. Pour le téléspectateur, il est encore plus difficile de se faire une opinion. Les scientifiques ne sont pas tous d'accord pour donner des éléments de réflexion et de choix.

Une intervenante Mais dans un JT, on ne peut pas traiter des OGM en deux minutes...

Une intervenante C'est également la façon dont ils relatent l'actualité. Tant qu'aucun événement ne s'est produit, ils n'ont aucune raison de s'appesantir dessus. C'est la manière dont ils vont traiter le sujet, voire la petite phrase supplémentaire qui va orienter. Malgré tout, c'est distillé.

Alexandre EPALLE Nous rencontrons également ce genre de problèmes en Suisse où l'on sent bien un mur par rapport aux journalistes. Nous les avons invités à une table ronde voici deux ans, dans le cadre de journées consacrées au développement durable, dont le thème était le rôle des journalistes au travers de ce thème. Parallèlement, nous avons traité du rôle du milieu de la santé, de la coopération, etc. Ce sont les seuls qui ont été incapables de comprendre la question ! Ils nous ont donné cette réponse un peu universelle, que le sujet n'était pas "sexy". Nous les avons interrogés sur leur rôle en tant qu'acteurs, en tant qu'êtres humains, etc. C'est une chose qu'ils n'arrivent absolument pas à comprendre.

“On sous-estime à quel point ils sont mal formés”

On sous-estime à quel point ils sont mal formés. Je me souviens d'une émission très intéressante de la télévision suisse romande qui portait sur l'huile d'olive bio comparée à l'huile d'olive non bio. La journaliste était quelqu'un de très compétent et censée connaître le développement durable. Pourtant, elle arrivait à la conclusion que dans l'huile non bio, on retrouvait très peu de résidus de pesticides et que ce n'était pas dangereux pour la santé. L'effet de ces pesticides sur le sol ne lui a même pas effleuré l'esprit. Elle a une équipe rédactionnelle qui travaille pour elle, c'est une scientifique, mais elle a évoqué seulement le faible taux de pesticides résiduels dans l'huile non bio et que ce n'était donc pas la peine d'acheter de l'huile bio. C'est quand même assez révélateur.

François MOISAN Ce que dit Guillaume est tout à fait vrai. Je voudrais revenir sur la question des évolutions. Il me semble que le côté "vie quotidienne", est un point qui se développe et qui permet de travailler l'environnement. Par exemple, lorsqu'une équipe de télévision fait un reportage, nous essayons d'être présents et nous travaillons de plus en plus des thèmes comme les appareils en veille. Cela n'a pas un effet majeur sur l'environnement, mais s'inscrit bien dans la vie quotidienne des gens. On parle souvent de téléviseurs mis en veille qui consomment de l'énergie. On l'entend souvent dans les JT.

J'ai l'impression que la thématique de la vie quotidienne est un point d'entrée sur lequel on peut s'appuyer. Ce ne sont pas des grands événements comme des catastrophes écologiques, de grands problèmes psychologiques. Le thème de la vie quotidienne pourrait être une façon d'introduire, non pas le grand thème de la pollution, mais la notion de responsabilité des consommateurs.

“La thématique de la vie quotidienne est un point d'entrée sur lequel on peut s'appuyer”

Monica FOSSATI J'ai regardé quelques JT avant cette réunion et un reportage m'a particulièrement surpris. Cela se passait aux bords de la Garonne, sur une plage où tout le monde se plaignait de la chaleur et recherchait un peu d'ombre, des glaces ou des brumisateurs. Puis, on enchaînait directement sur une interview de Claude AUBERT, suite à la parution de son livre *“Fraîcheur sans clim”*. On le voyait chez une grand-mère donner des conseils classiques, comme les draps humidifiés pour garder la fraîcheur, etc. Suivait un reportage sur des équipements climatiques avec des ouvertures bien calculées, etc. Il était assez amusant de zapper de la plage où tout le monde “crevait” de chaleur, chez la grand-mère pour voir comme se passer de climatisation à la maison.

Jean-François TALLEC Je vais peut-être paraître en décalage avec ce qui s'est dit jusqu'à présent. Je suis frappé de voir, en travaillant au quotidien avec la presse, que les journalistes sont parfaitement capables de s'adapter très vite et avec beaucoup de pertinence et d'efficacité à des sujets extrêmement critiques, sans même être formés. Qu'ils ne soient pas formés, ni le rédacteur en chef, au développement durable ne me paraît pas être la cause de la non-évocation de ce sujet dans les journaux télévisés.

▼
“La responsabilité n'est pas dans l'action de la presse mais dans notre propre escarcelle”
▲

Il faut d'abord essayer de bien comprendre ce qui motive un rédacteur en chef dans l'élaboration d'un journal télévisé. Cette motivation est très simple : il faut que le journal soit écouté. Et, je crois qu'il est de notre responsabilité, nous qui sommes décideurs en matière de développement durable, d'intégrer cette manière de fonctionner. Dire que la presse, les journalistes et les médias devraient parler davantage du développement durable parce que c'est bon pour la marche de la planète, c'est supposer le problème résolu, mais cela ne fonctionne pas de cette manière, en réalité.

Notre tâche est donc de bien comprendre comment tout cela fonctionne et, à partir de là, faire en sorte que le message passe. La responsabilité n'est pas dans l'action de la presse mais dans notre propre escarcelle.

C'est une manière de présenter les choses qui est sans doute un peu équivoque, mais je souhaitais apporter un contrepoint à ce qui a été dit au cours de cette séance. Il me semble naïf de dire qu'il faudrait que la presse s'y mette. Ce n'est pas aussi simple.

Charles-Henry DUBAIL J'apporte un point un peu divergent et un autre éclairage sur les raisons. Je suis éditeur et j'emploie des journalistes et j'ai vu une certaine évolution en quinze ans.

“La profession a pris conscience de la technicité et de son besoin de s'y adapter”

Il faut comprendre que, dans les écoles de journalisme, il existe de plus en plus de formations scientifiques spécialisées. La profession a pris conscience de la technicité et de son besoin de s'y adapter, sachant que la technicité n'est pas la composante principale du

journaliste, qui est plutôt celle de l'investigation.

Nous avons un autre problème, spécifique à la France : le statut du journaliste le protège énormément. En contrepartie, celui-ci est relativement mal payé, voire très mal si on le compare aux journalistes anglo-saxons, mais ces derniers peuvent être licenciés presque en un quart d'heure. Le journaliste français a un statut protecteur qui lui permet une certaine "durée de vie" dans une rédaction.

Lorsque de jeunes journalistes, formés –les formations sont assez récentes sauf une à Lille–, arrivent dans une rédaction, le passage se fera d'abord dans la presse spécialisée, professionnelle, à petit tirage, dont je fais partie. Ils vont progressivement espérer être dans la presse spécialisée grand public, les news, et finalement arriver au JT qui est vraiment le bastion, je ne dirais pas des vieux dinosaures, mais des gens qu'il serait trop onéreux de licencier du fait de leur statut.

“Le statut de journaliste tendait au départ à garantir une liberté maximum”

C'est une conclusion que je peux faire après plusieurs années d'observation de la perversité du statut de journaliste, qui tendait au départ à garantir une liberté maximum et une non-manipulation de l'information.

Une intervenante Cela dit, ils peuvent faire référence à plusieurs experts et ensuite croiser les sources.

Charles-Henry DUBAIL L'investigation existe et je trouve que les journalistes traitent de mieux en mieux les informations environnementales ou le développement durable. Cependant, cela se fait sur le tas. En France, le problème est un statut protecteur qui a des effets pervers, qui fait que leur durée de vie est beaucoup plus longue dans une rédaction que dans les pays anglo-saxons.

Elisabeth PASTORE-REISS Nous faisons des programmes courts de deux ou trois minutes qui passent avant ou après le JT. La question du journaliste ne se pose pas, car c'est une société de production. Lorsque nous projetons l'intérieur de GDF, tous les programmes sur la sécurité, de Renault, de Total... Nous sortons du JT mais nous sommes juste avant et juste après. Ce sont des gens que l'on peut payer sans tous ces problèmes pour faire des programmes pédagogiques.

De notre côté, nous avons deux préoccupations principales : les chaînes et les programmes *prime time* sont très friands de programmes courts à vocation pédagogique pour pouvoir être sponsorisés par un annonceur, en général impliqué dans le développement durable. Cependant, les chaînes n'en veulent pas plus car elles prétendent que le sujet n'intéresse pas le plus grand nombre. La seule possibilité qui nous reste est de faire un programme court, ce qui correspond vraiment à un état d'esprit, c'est de donner un bénéfice client.

Lorsque vous parlez de proximité, avec des gestes d'intérieur ou la sécurité routière, il faut montrer que cela va améliorer la vie quotidienne et vendre votre bénéfice. C'est uniquement de cette manière aujourd'hui, dans une démarche pédagogique-commerciale relativement objective, que l'on peut faire que les gens regardent un sujet à 20 heures sur une grande chaîne.

Ce sont les chiffres qui le disent, il faut vendre du bénéfice client, leur montrer en quoi cela va leur apporter quelque chose.

Serge ORRU On sait que les médias évoquent au quotidien le temps immédiat, et le développement durable est évoqué à travers les “marronniers”. Aujourd’hui, on utilise les sacs plastiques.

Chaque journaliste est influencé par son milieu, par la lecture de la presse, de livres, du cinéma, de la culture. Cela résume la propreté et la rareté des sujets sur l’environnement au travers de la rareté dans le domaine culturel. Le cinéma est libre mais des livres ou des films comme “*Danse avec les loups*” et d’autres œuvres importantes sur l’environnement, sur l’écologie et le développement durable sont très rares. C’est une grande faiblesse.

Quand cette influence dans le domaine culturel sera forte, on en parlera dans le JT.

Andrée BUCHMANN

▼
**“Quand cette influence
dans le domaine
culturel sera forte,
on en parlera dans
le JT”**
▲

Concernant ce type d’approche des sujets très courts, j’aime beaucoup “*Gestes d’intérieur*” car c’est très bien fait, mais cela fait un peu gadget puisqu’on se souvient surtout du logo de Gaz de France. C’est la même chose pour ceux qui utilisent l’environnement ou la maison, la construction ; on se souvient de la lumière et de la publicité mais pas du contenu. On pourra peut-être un jour faire une enquête sur cette approche gadget, qui est une approche “je zappe” d’un endroit à l’autre.

On peut faire de l’environnement mais, en réalité, cela n’a aucune efficacité parce qu’on n’a pas le temps de se poser l’esprit et de réfléchir. Il faut des choses un peu plus longues, pas seulement deux minutes, sur une problématique.

Une intervenante Est-ce qu’ils sont testés ?

Un intervenant Il y a quinze jours, j’ai demandé à une personne que je ne connaissais pas ce qu’était pour elle le développement durable. Elle m’a répondu “EDF”. C’était juste après la campagne EDF sur le développement durable !

**“Nous sommes au moyen-âge
de ce qu’il faudrait faire
en termes de communication”**

La télévision est tout simplement le reflet de notre société. Si nous avons le journal du cinéma, de l’économie, de la météo et pas celui du développement durable, c’est significatif. Nous sommes au moyen-âge de ce qu’il faudrait faire en termes de communication, y compris dans le JT.

Une intervenante C’est le reflet de notre société, mais c’est aussi elle qui a construit la notion de développement durable. Il ne faut pas être aussi radical ; on ne peut pas dire simplement dans quel sens...

Suzanne de CHEVEIGNE Je crois que l’idée que les deux sont imbriquées est très importante. Il ne faut pas se contenter de dire que les journalistes sont fautifs, tout est imbriqué. Il faut penser aux deux choses à la fois, ce que le public demande ; pour répondre un peu aux espoirs de Serge ANTOINE, j’attends beaucoup de la demande.

Un intervenant J’ai la chance d’avoir une petite chronique de développement durable dans une émission de France 5 et, auparavant, dans une chaîne privée. Dans cette dernière, chaque semaine, je passais une heure à expliquer les quatre minutes que j’allais développer dans ma petite chronique, car chaque fois on me disait : “*Je ne comprends pas ce que tu me racontes.*”

C’est vrai, le développement durable est complexe et que voulez-vous dire en quatre minutes, qu’il s’agisse des OGM, des transports, de l’énergie, etc. ?

Une intervenante Expliquer l'effet de serre ou le cycle de l'eau à la télé est très facile !

Suzanne de CHEVEIGNE Ce sont des éléments qui sont vus par un très grand nombre de personnes. Beaucoup n'auront rien visionné du développement durable, sauf pendant ces trente secondes.

Monica FOSSATI La conclusion sera un peu pessimiste : il faut des sujets racoleurs, des catastrophes. Le JT est très axé sur les images, il faut quelque chose de choc. Peut-on imaginer une issue et que pourrait-on faire ?

Guillaume SAINTENY Sur les différents points que nous avons évoqués, je pense qu'il se pose tout de même le problème de la formation.

Les consommateurs se posent beaucoup plus de questions qu'avant sur les OGM, la santé, la voiture, les taux de pollution, etc. Ils vivent dans un environnement beaucoup plus compliqué qu'il y a une dizaine d'années, s'ils veulent un tant soit peu prendre en compte le développement durable.

“Les consommateurs se posent beaucoup plus de questions qu'avant sur les OGM, la santé, la voiture, les taux de pollution”

Deux exemples me viennent à l'esprit. Le premier est au moment où il y a eu une grande vague environnementale au début des années 1990, avec le lancement d'une émission qui s'appelait “Sauve qui peut” et qui passait en deuxième partie de soirée sur France 2. Cette émission était structurée en trois parties : un premier reportage français, un débat avec des personnalités, puis un sujet international.

“Il ne faut pas se contenter de dire que les journalistes sont fautifs”

L'analyse des courbes d'audience montrait extrêmement bien le décrochage d'audience entre la première et la deuxième partie de l'émission. Les gens étaient intéressés par leur environnement local, le Bangladesh n'était pas réellement leur souci.

Le deuxième exemple concerne le journal de mi-journée de TF1, dans lequel on traite beaucoup de sujets environnementaux, au sens large, axés sur la vie quotidienne. Les sondages montrent que ces sujets ont une bonne audience à cette heure.

Monsieur de Préfet, vous nous donnez un point de vue tout à fait différent et très intéressant. Je pense que nous devrions en débattre plus avant, car votre expérience est intéressante. Vous avez peut-être eu affaire à des journalistes très ouverts à ce genre de sujet. Il serait intéressant de confronter davantage nos points de vue.

J'ajouterai que les journalistes français sont peut-être moins “indépendants” que leurs homologues anglo-saxons, précisément parce que ces derniers sont beaucoup mieux payés, les groupes de presse en Angleterre, en Allemagne ou aux États-Unis étant riches. Il est par exemple considéré comme impossible – on s'éloigne du développement durable, mais cet exemple est intéressant – qu'un président de la République ou un ministre emmène dans un avion un journaliste américain. Un journaliste américain paiera toujours son billet d'avion, car il considère que, s'il voyage gratuitement

“Les journalistes français sont peut-être moins indépendants que leurs homologues anglo-saxons”

avec un président de la République, il ne pourra pas être aussi critique. Je me souviens d'un journaliste américain en poste à Paris qui était effaré par les habitudes françaises. Donc, les pressions, qu'elles viennent d'un éventuel pouvoir politique ou de grandes entreprises, sont plus faciles à l'évidence sur des groupes de presse faibles financièrement et dépendants beaucoup de la publicité, que sur des groupes de presse forts financièrement.

En ce qui concerne le bénéficiaire client, je ferai deux remarques en étendant un peu le concept. Je pense que nous avons un problème de forme plus que de fond. Vous vous souvenez que, à une époque, les émissions scientifiques avaient été complètement abandonnées à la télévision. Cela a ressurgi grâce à "E = M6" qui, ensuite, a été copié par le service public par "C'est pas sorcier" sur France 3, qui a une forme différente mais qui, grosso modo, reprenait un peu le principe. C'est un nouveau format et une nouvelle

manière de traiter l'information scientifique. C'est bien la preuve que l'on peut rendre "sexy" une information qui, à première vue, ne l'est pas.

“On peut rendre sexy une information qui, à première vue, ne l'est pas”

L'autre exemple est très intéressant. C'est celui d'"Écolo 6" qui a été la première de la nouvelle vague d'émissions sur l'environnement, après l'interruption des émissions prophétiques comme "La France défigurée", etc... La genèse d'"Écolo 6" est extrêmement intéressante. Fin 1991 M6, qui était une chaîne assez récente, s'est demandé comment elle allait couvrir le sommet de Rio.

Après réflexion, les responsables de la chaîne ont décidé de ne pas faire un grand "show" sur place à l'occasion du sommet mais de diffuser un programme court et ils ont lancé "Écolo 6", qui a eu deux conséquences. La chaîne avait très peu de production propre à l'époque, c'était surtout une chaîne "fiction", et celle-ci eu beaucoup de presse sur cette émission car c'était une des rares productions propres qu'elle diffusait. Ensuite, elle a eu un taux d'audience supérieur pour cette émission à la part d'audience moyenne de la chaîne. Cette émission destinée à ne durer que quelques mois a duré des années. Elle était, de plus diffusée à un très bon horaire, à 20 heures.

Un intervenant Il y a une explication à cela, Michel CELLIER était à l'origine et il m'a dit un jour que son problème n'était pas d'attirer l'audience, mais de la conserver. "Écolo 6" était avant le *prime time*, mais son problème était de tenir.

Guillaume SAINTENY Je serais assez sensible à ce qui a été dit sur le problème des journalistes. Sont-ils dans la société, en dehors, etc ? Une chose est importante et sur laquelle la réflexion devrait se prolonger : les journalistes se donnent le droit de critiquer – c'est une de leurs "fonctions" principales – les pouvoirs politiques, économiques, et c'est parfait ainsi. C'est un des piliers de la démocratie, mais ils ne peuvent pas se situer eux-mêmes en dehors et au-dessus de la critique.