

## MESSAGES CLÉ

● Les médias représentent une source d'information importante, qui peut renforcer l'autonomie des personnes et les pousser à accomplir des changements positifs. Ils peuvent informer les communautés vulnérables des impacts et de la manière dont il est possible de s'y adapter, et promouvoir des activités d'atténuation qui visent à limiter le nombre d'actions menant au réchauffement de la planète.

● Une couverture médiatique de grande qualité sur les questions liées au changement climatique peut déboucher non seulement sur une meilleure information du public, mais aussi sur une meilleure information des décideurs et sur l'élaboration de politiques plus efficaces.

● Une meilleure couverture médiatique peut aussi permettre une sensibilisation mondiale aux défis auxquels sont confrontées les nations les moins développées, ainsi que la promotion d'un résultat durable quant aux négociations intergouvernementales relatives au changement climatique.

● Cependant, dans de nombreux pays en développement, les journalistes éprouvent des difficultés à rendre compte efficacement du changement climatique en raison du manque de formation et de soutien des rédacteurs en chef, et de la portée limitée des décideurs du pays.

● Les décideurs peuvent prendre des mesures concrètes pour relever ces défis.

# L'importance des médias dans un monde en réchauffement : guide destiné aux décideurs des pays du Sud planétaire

**Le journalisme axé sur le changement climatique peut protéger les hommes et promouvoir un développement durable, mais seulement si les informations sont exactes, pertinentes et fournies en temps voulu. Le renforcement de la capacité des médias à couvrir le sujet du changement climatique peut aider les pays à planifier et à mettre en œuvre des politiques nationales qui fonctionnent sur le terrain, tout en remplissant les obligations du pays au niveau international. Les décideurs ont un rôle très important à jouer : ils améliorent l'accès des médias à des informations sur les politiques pertinentes au niveau local, ils encouragent les journalistes à effectuer des reportages dans des zones rurales et lors des réunions internationales, ils font participer les médias aux processus d'élaboration des politiques et des plans. Enfin, ils cherchent à améliorer leur propre éducation aux médias et leur capacité à communiquer clairement sur le changement climatique.**

## DE BONNES ET DE MAUVAISES NOUVELLES

La lutte contre le changement climatique pourrait être gagnée ou perdue dans les pages des journaux, à la télévision, à la radio, sur Internet et sur les téléphones portables. Pourquoi ? Parce que le public a besoin de bonnes informations pour pouvoir prendre des décisions efficaces à son niveau ou à l'échelle mondiale, et la grande majorité des personnes s'informe sur le changement climatique via les médias. Les journalistes peuvent avertir le public d'événements climatiques extrêmes, fournir des explications sur des politiques complexes, souligner des stratégies d'adaptation qui fonctionnent sur le terrain, jouer le rôle d'organe de surveillance pour protéger l'intérêt public

et promouvoir les actions nécessaires de la part des consommateurs, des entreprises et des gouvernements, afin de bâtir des économies vertes.

La bonne nouvelle est que, à travers le Sud planétaire, le nombre de journalistes spécialistes du changement climatique ne fait que croître, ainsi que leur expérience sur le sujet. Ils créent des réseaux pour s'entraider à mesure qu'ils rendent compte du changement climatique et les médias progressifs tentent de développer leur couverture. Par exemple, en 2009, les représentants de presque 1 000 radiodiffuseurs ont adopté la Déclaration de Paris sur les médias radiotélévisés et les changements climatiques, en vertu de laquelle ils s'engagent à renforcer leur couverture

« La communication facilite la proposition de mesures pour lutter contre le changement climatique et permet de continuer à avancer. »

médiatique du changement climatique et à faire entendre davantage la voix des populations marginalisées. La couverture médiatique du changement climatique peut faire la différence. Par exemple, au Costa Rica, une série de reportages importants réalisés par des journalistes en 2007 a permis d'inciter

le gouvernement à développer sa stratégie nationale sur le changement climatique<sup>1</sup>, y compris la promesse de devenir un pays au bilan carbone neutre d'ici à 2021.

La mauvaise nouvelle est que la couverture médiatique du changement climatique représente toujours une petite proportion de l'ensemble de la couverture médiatique par rapport à l'ampleur du problème, qui menace la vie et les moyens de subsistance de milliards de personnes. Même si la sensibilisation du public au changement climatique s'accroît, dans de nombreux pays, la compréhension

publique quant au changement climatique, à ses causes et à ses conséquences reste faible. Une étude de BBC World Service Trust<sup>2</sup> effectuée dans 10 pays d'Afrique révèle que « les leaders d'opinion les mieux à même de soutenir l'adaptation des communautés et de les aider à trouver une réponse au changement climatique sont les moins informés sur le sujet. » Cela constitue un obstacle à une action efficace et à l'acceptation des politiques nécessaires, mais aussi un obstacle à une prise de décision efficace.

Dans de nombreux pays, le problème n'est pas tant l'ampleur de la couverture des questions liées au changement climatique que sa qualité. Le changement climatique est souvent cantonné aux pages ou programmes spécialisés sur l'environnement. Son traitement est souvent inexact et ce sujet est présenté comme une information d'échelle internationale qui n'est pas pertinente pour les populations locales. Les langues vernaculaires représentent le parent pauvre. Ces déficits ont des causes diverses (se reporter à la section « Des obstacles à surmonter, des ponts à jeter »).

## DES OBSTACLES À SURMONTER, DES PONTS À JETER

Les études<sup>3</sup> sur le journalisme dans le Sud planétaire révèlent qu'un grand nombre de journalistes sont confrontés aux mêmes obstacles lorsqu'ils souhaitent effectuer des reportages sur le changement climatique : manque de formation ou de soutien de leur rédacteur en chef, accès limité à l'information et aux personnes interviewées, y compris les scientifiques et fonctionnaires locaux. De nombreux journalistes veulent réaliser des reportages sur le changement climatique mais éprouvent des difficultés à convaincre leurs rédacteurs en chef que cela en vaut la peine. Cela est dû à une idée fautive, à savoir que le changement climatique ne concerne que la science ou l'environnement, plutôt que des sujets plus populaires et très médiatisés tels que la politique, la sécurité nationale, les moyens de subsistance et la santé des populations, le monde des affaires et l'économie.

De nombreux rédacteurs en chef perçoivent également le changement climatique comme un sujet international. Par conséquent, ils n'accordent pas la priorité aux reportages locaux mais préfèrent utiliser des reportages provenant d'agences de presse ou de médias occidentaux, ou réutiliser des communiqués de presse sans y ajouter de contexte ou d'informations locales. Une étude<sup>4</sup> a révélé que plus de 70 % des articles sur le changement climatique publiés dans le journal sud-africain *South Africa's Mail and Guardian* pendant six mois, en 2009 et 2010, avaient pour objet des sujets internationaux mais aucun sujet ne concernait l'Afrique du Sud (ni même l'Afrique). Les reportages originaux et locaux ne représentaient que 6 % de la couverture des questions liées au changement climatique. Cependant, alors que le changement climatique est véritablement un phénomène mondial, son impact sera local et bon nombre de ses solutions devront être trouvées à l'échelle locale.

Même s'il existe une volonté de réaliser des reportages au niveau local, les journalistes éprouvent souvent des difficultés à obtenir des informations pertinentes de la part des décideurs de leur pays. En 2010, les journalistes en Namibie remarquaient<sup>5</sup> que les ministères nationaux responsables des questions liées au changement climatique n'étaient « pas suffisamment visibles » et avaient désespérément besoin d'engager du personnel pour établir des rapports avec les journalistes, planifier des stratégies d'information et tenir le rôle de porte-parole. Un journaliste colombien a fait écho à cette situation et a déclaré en 2011 : « Jamais le Ministère de l'environnement n'a aussi peu communiqué... il est impossible d'obtenir des informations lorsque l'on s'adresse à lui. Pour cette institution, c'est comme si le changement climatique n'existait pas. »

Les décideurs peuvent aider à surmonter les obstacles à propos du changement climatique de manière rentable et apporter des avantages connexes. En effet, de cette manière, ils pourraient mieux comprendre le changement climatique. Ce ne sont pas ceux qui veulent « se servir » des médias qui connaîtront le succès, mais plutôt ceux qui cherchent à connaître, comprendre et servir les médias.



Cependant, les décideurs qui sont confrontés au défi du changement climatique peuvent prendre des mesures concrètes pour les relever. En particulier, ils peuvent accroître les connaissances, les compétences et les ressources mises à la disposition des journalistes et renforcer leur propre éducation aux médias et la capacité à communiquer clairement sur le changement climatique.

## VERS UN MEILLEUR EXERCICE DU JOURNALISME : UNE FORME D'ADAPTATION

Les médias peuvent fournir des informations essentielles dans le cadre de situations d'urgence, de l'avertissement d'inondations imminentes à l'explication sur la manière de gérer des épidémies. Cependant, de telles informations sur des catastrophes arrivent souvent trop tard. Les gouvernements peuvent en faire davantage pour protéger les personnes, les infrastructures et les entreprises des impacts du changement climatique s'ils font participer des journalistes à l'élaboration de leurs plans nationaux d'adaptation. En effet, les actions stratégiques qui permettent d'améliorer le journalisme axé sur le changement climatique peuvent elles-mêmes constituer des formes d'adaptation car des informations précises, pertinentes et fournies en temps voulu représentent une composante essentielle de la capacité de récupération.

Cependant, de nombreuses initiatives gouvernementales échouent justement parce que leur priorité n'est pas d'investir dans une communication efficace : encore aujourd'hui, de nombreux décideurs perçoivent uniquement les médias comme un outil de sensibilisation de l'opinion publique destiné à

promouvoir leurs propres messages. Quarante-cinq des pays les moins développés de la planète ont développé un Programme d'action national d'adaptation aux changements climatiques (PANA) qui souligne leur stratégie de lutte contre le changement climatique prévu. Pourtant, une recherche dans ces documents révèle que pratiquement la moitié des pays (c'est à dire vingt) ne mentionne pas les termes « journaliste », « journalisme » ou « médias ». Ces termes sont indiqués par les autres pays, mais souvent dans le cadre d'une déclaration vague sur une « utilisation » des médias visant à sensibiliser le public, plutôt que de l'énoncé d'un programme concret. Cela trahit une mauvaise compréhension du fonctionnement des médias. Les journalistes ont besoin de *reportages* qui plaisent à leur public et d'*informations* fournies en temps voulu, pas seulement d'informations à publier.

Seuls onze des quarante-cinq pays ont indiqué qu'ils avaient consulté des journalistes lors de l'élaboration de leur PANA, et uniquement cinq ont mentionné des programmes visant à renforcer la capacité des journalistes à rendre compte du changement climatique. Un pays a impliqué pleinement les journalistes : le Bangladesh. Son atelier de consultation nationale pour le PANA a en fait été organisé par une association de journalistes spécialisés dans le domaine de l'environnement. Depuis, le Bangladesh a développé un Plan d'action et de stratégie sur le changement climatique<sup>6</sup> et s'est doté d'un programme spécifique visant à renforcer la capacité des médias à promouvoir l'adaptation et le développement à faible émission de carbone. D'une manière décisive, ce plan reconnaît que les journalistes ne servent pas seulement à amplifier les opinions gouvernementales, qui permet aussi de promouvoir le débat public et d'agir en tant qu'organe de surveillance.

*Des millions de personnes du Sud planétaire ont pu bénéficier d'une information pertinente sur les sommets récents de l'ONU grâce à des projets tels que le Partenariat média sur le changement climatique, qui ont permis d'envoyer des journalistes des pays en développement couvrir ces réunions, et parce que les négociateurs de certains pays ont accepté de leur parler.*

## UNE MEILLEURE COUVERTURE MÉDIATIQUE POUR DE MEILLEURES RÉPONSES

Un journalisme puissant peut permettre aux citoyens, au secteur privé et aux décideurs de collaborer à la conception d'une adaptation efficace et de stratégies d'atténuation. Cela peut permettre non seulement de mieux informer le public, mais aussi les décideurs. Toutefois, pour que cela soit possible, la couverture médiatique doit s'ancrer dans la réalité : les reportages doivent être pertinents au niveau local et permettre à des personnes qui, dans le cas contraire, seraient marginalisées, de pouvoir s'exprimer.

Cependant, les études récentes concernant la couverture médiatique en Chine<sup>7</sup>, au Ghana<sup>4</sup>, en Inde<sup>8</sup>, au Malawi<sup>9</sup>, au Nigeria<sup>4</sup>, au Pérou<sup>10</sup>, en Afrique du Sud<sup>4,11</sup> et au Zimbabwe<sup>11</sup> suggèrent que cela ne se produit pas souvent. Au contraire, les politiques internationales concernant le changement climatique ont tendance à dominer, plutôt qu'une couverture médiatique présentant des implications plus directes dans la vie des personnes. Les reportages dans les médias tendent à se focaliser sur les différences de risque et sur la responsabilité entre les pays développés et les pays les moins développés, mais n'évoquent pas très souvent dans quelle mesure l'adaptation des responsabilités, des risques et des capacités varie au sein de chaque pays. Généralement la couverture médiatique ne laisse pas la parole aux personnes pauvres et ne montre pas le rôle de leurs systèmes de connaissances autochtones en vue d'élaborer des solutions. Ce sont ces personnes qui sont en première ligne face au changement climatique, c'est-à-dire celles qui doivent surmonter les impacts de catastrophes telles que la sécheresse ou les inondations et qui disposent d'une foule d'informations et de connaissances à partager à propos de solutions qui fonctionnent ainsi que sur les modes et les lieux d'application.

En Indonésie, la couverture médiatique de propositions visant à limiter les effets du changement climatique par la réduction des émissions causées par le déboisement a, selon le Centre de recherche forestière internationale (CIFOR)<sup>12</sup>, conduit à une participation de la société à tous les niveaux et contribué à faire avancer le débat sur les politiques. La CIFOR a cependant conclu que « les opinions sont manifestement polarisées et [que] quelques voix se font entendre plus que d'autres » et que la couverture médiatique avait « suscité des attentes et créé un conflit quant au contrôle des ressources ». Les groupes d'apprentissage (se

reporter à la section « Les groupes d'apprentissage montrent le chemin ») ont fait leurs preuves et ont permis de jeter des ponts entre les décideurs, les journalistes et les parties prenantes au niveau local, dont la participation est nécessaire pour rendre la couverture médiatique de sujets si complexes pertinente et représentative au niveau local.

## LA (MÉDIATION) DE LA DIPLOMATIE MONDIALE EN MATIÈRE DE CLIMAT

La couverture médiatique a aussi son importance à l'échelle mondiale, surtout lors des négociations de la Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques (CCNUCC). Les journalistes présents lors de ces discussions peuvent proposer au public de leurs pays des reportages pertinents sur les négociations et sur le travail de leurs gouvernements. Cependant, peu de médias du Sud planétaire sont prêts à dépenser des fonds pour envoyer des journalistes à de telles réunions. Par conséquent la présence des médias y est souvent réduite. Cela signifie que la plupart des informations proviennent de médias occidentaux, qui présentent le point de vue des nations les plus puissantes et des organisations non-gouvernementales internationales.

## LES GROUPES D'APPRENTISSAGE MONTRENT LE CHEMIN

Michael Simire, l'un des journalistes spécialisés dans les questions liées au changement climatique les plus expérimentés du Nigeria, était l'un des membres de la délégation nigériane qui s'est rendue à la conférence de la CCNUCC en 2010. Chaque semaine, il a envoyé ses articles à une liste de diffusion, composée de fonctionnaires du gouvernement, de journalistes et d'entrepreneurs, qui n'a cessé de s'allonger. Ces personnes discutaient ensuite de l'article par message électronique ou appelaient M. Simire pour lui parler des informations dont il avait rendu compte.

Des groupes d'apprentissage plus formels peuvent présenter des avantages encore plus importants. En Ouganda, le « Forest Governance Learning Group » (FGLG, Groupe d'apprentissage sur la gouvernance des forêts) a surmonté les obstacles et instauré la confiance entre les journalistes et les décideurs. Avant la participation du FGLG au travail des médias, ses membres pensaient que les journalistes étaient uniquement intéressés par le sensationnalisme et que les médias définissaient l'industrie forestière comme un milieu complètement corrompu. L'inclusion de journalistes dans le groupe a permis d'inverser totalement ces perceptions négatives. Les journalistes membres du groupe utilisent maintenant les résultats des études et réunions du FGLG en tant que point de départ pour fournir des informations en temps voulu. Une analyse indépendante<sup>13</sup> a révélé que : « la qualité et l'attention des reportages des médias, qui sont équipés de ces informations précises et davantage sensibilisés aux débats sur l'industrie forestière, s'est grandement améliorée ».

« La communication facilite la proposition de mesures pour lutter contre le changement climatique et permet de continuer à avancer. »

Quelques progrès ont eu lieu ces dernières années : l'Inde et le Nigeria ont financé le déplacement

de journalistes qui ont couvert les réunions de la CCNUCC. Le secrétariat du Programme régional océanien de l'environnement (PROE), organisation intergouvernementale, a également fourni un service

d'enquête journalistique destiné aux pays du Pacifique. Des projets financés par des donateurs, tels que le Partenariat média sur le changement climatique, permettent à des journalistes du monde entier d'assister aux réunions de la CCNUCC. De tels efforts aident à atteindre des millions de personnes, mais il faut véritablement les transposer à une plus grande échelle dans d'autres pays et ce, de manière colossale, pour atteindre les milliards de personnes touchées par le changement climatique et concernées par les événements mondiaux.

De la même façon, les pays en développement pourraient davantage tirer parti du vaste contingent de médias occidentaux pour communiquer avec les électeurs des pays industrialisés. La Chine constitue une exception notable. Comme son négociateur en chef sur le changement climatique, Xie Zhenhua, l'a expliqué en 2010,<sup>14</sup> autrefois, la Chine ne faisait pas part de ses actions en matière de changement climatique. Cependant, cela a mené à des déformations quant à ses politiques de la part de certains médias. La Chine veut maintenant afficher sa transparence, comme l'explique M. Zhenhua : « Maintenant, nous nous disons que si nous avons fait quelque chose, pourquoi ne pas en parler ? Qu'a fait la Chine ? Que n'a-t-elle pas fait ? À quelles difficultés est-elle confrontée ? Je suis prêt à en parler à tout le monde. »

Si les décideurs ont une obligation intéressée de jeter des ponts entre les médias, ils ont également une obligation internationale de le faire. En décembre 2010, les parties de la CCNUCC ont accepté (en vertu de l'article 6 de la convention) de promouvoir l'accès public aux informations concernant le changement climatique, ainsi que la participation publique quant à la lutte contre le changement climatique et le développement de réponses adéquates. Pour ce faire, les parties se sont mis d'accord sur la nécessité de la formation de personnel compétent. Celui-ci sera composé non seulement d'employés du gouvernement, mais aussi de journalistes, afin de leur permettre d'interpréter le mélange complexe constitué par la climatologie et les politiques destinées à leur public.

## PROCHAINES ÉTAPES

Nous serons tous amenés à vivre dans le contexte du changement climatique. Son ampleur et ses impacts dans les décennies à venir dépendront des décisions que nous prendrons dans les prochaines années. Les informations seront essentielles. Comme l'a déclaré Nakala Gunawardene, journaliste au Sri Lanka<sup>15</sup> : « Une communication adéquate est essentielle au succès de l'atténuation du changement climatique et à son adaptation. La communication facilite la proposition de mesures pour lutter contre le changement climatique et permet de continuer à avancer. »

Une couverture médiatique de haute qualité des questions liées au changement climatique peut permettre d'informer des communautés vulnérables des impacts potentiels et de la manière dont ils peuvent s'y adapter. Elle peut aussi promouvoir des activités d'atténuation visant à limiter le nombre d'actions qui mènent au réchauffement de la planète. Les décideurs peuvent et doivent s'employer davantage à faire participer les citoyens via les médias, à communiquer avec les journalistes et à soutenir une meilleure catégorie de journalisme traitant des questions liées au changement climatique, pour un journalisme pertinent pour le public local qui sensibilise le public au changement climatique et qui contribue à améliorer l'élaboration de politiques. En particulier, les décideurs du Sud planétaire peuvent :

### Renforcer les capacités des médias

- Soutenir les ateliers de formation et l'attribution de bourses destinées aux journalistes ainsi que les cours ayant pour objet l'environnement dans les écoles de journalisme.
- Permettre aux journalistes de se déplacer pour assister à des réunions internationales et faire des reportages dans les zones rurales.
- Soutenir les réseaux nationaux de journalistes spécialisés dans les questions liées au changement climatique afin de renforcer les capacités des médias sur le long terme.
- Collaborer avec des rédacteurs en chef afin de démontrer que le changement climatique présente de l'intérêt pour leur public et qu'ils peuvent inclure une dimension relative au changement climatique dans leurs reportages sur la politique, sur les affaires ou sur toute autre question.

### Améliorer la communication

- Développer des stratégies de participation avec les médias qui incluent des réunions d'information régulières concernant les processus politiques clé.

- Employer des attachés de presse qualifiés et des porte-parole qui maîtrisent le fonctionnement des médias et connaissent les besoins des journalistes.

- Soutenir des groupes d'apprentissage qui rassemblent les décideurs, les scientifiques, les journalistes, les organisations de la société civile, les entrepreneurs et les représentants de communautés.

#### Engager la participation avec les parties prenantes marginalisées

- Traduire le matériel de formation existant, tel que le « Earth Journalism Toolkit »<sup>16</sup> (Kit de journalisme pour

la Terre) dans les langues locales.

- Soutenir les systèmes qui permettent aux décideurs d'entendre la voix de communautés qui, dans le cas contraire, seraient marginalisées et d'y réagir, par exemple en créant des radios communautaires.

La nature globale des questions liées au changement climatique signifie que ces actions procureront des bénéfices supplémentaires, au moment où les nations font leur possible pour parvenir à un développement durable et respecter les objectifs du millénaire pour le développement (OMD).

## RÉFÉRENCES

● <sup>1</sup> Internews. 2010. Coverage prompts national climate change strategy in Costa Rica. Voir [www.tinyurl.com/6zz383q](http://www.tinyurl.com/6zz383q) ● <sup>2</sup> BBC World Service Trust. 2009. Africa talks climate: The public understanding of climate change in ten countries. Voir [www.tinyurl.com/3jwyvtf](http://www.tinyurl.com/3jwyvtf) ● <sup>3</sup> Shanahan, M. 2009. Time to adapt? Media coverage of climate change in non-industrialised countries. In: Boyce, T., Lewis, J. (eds) *Climate Change and the Media*. Peter Lang Publishing. Voir [www.tinyurl.com/3mb8l5s](http://www.tinyurl.com/3mb8l5s) ● <sup>4</sup> Tagbo, E. 2010. *Media Coverage of Climate Change in Africa: A case study of Nigeria and South Africa*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. Voir [www.tinyurl.com/5raxsaz](http://www.tinyurl.com/5raxsaz) ● <sup>5</sup> van den Bosch, S. 2010. Climate Change Reporting Workshop for Media Practitioners – Report. Namibia. ● <sup>6</sup> MoEF, 2008. Bangladesh Climate Change Strategy and Action Plan 2008. Ministry of Environment and Forests, Government of the People's Republic of Bangladesh, Dhaka, Bangladesh. Voir [www.tinyurl.com/ma3otm](http://www.tinyurl.com/ma3otm) ● <sup>7</sup> Wu, Y. 2009. The Good, The Bad and the Ugly: Framing of China in news media coverage of global climate change. In: Boyce, T., Lewis, J. (eds) *Climate Change and the Media*. Peter Lang Publishing. ● <sup>8</sup> Billett, S. 2010. Dividing climate change: global warming in the Indian mass media. *Climatic Change* 99 (1–2) 1–16. ● <sup>9</sup> Madise, M. 2010. Environmental information and advocacy: A study of mass media coverage and framing of climate change advocacies in the Malawi's print media. BA dissertation. University of Malawi. ● <sup>10</sup> Takahashi, B. 2010. Framing and sources: A study of mass media coverage of climate change in Peru during the V ALCUE. Public Understanding of Science. Voir [www.tinyurl.com/6esw9ub](http://www.tinyurl.com/6esw9ub) ● <sup>11</sup> Mare, A. 2011. Climate Change, Mediation and Mediatization in Southern Africa: Towards climate and environmental journalism. Presented at AfrikaAdapt Symposium, Addis Ababa, Ethiopia. March 2011. Voir [www.tinyurl.com/64wydqq](http://www.tinyurl.com/64wydqq) ● <sup>12</sup> Cronin, T., Santoso, L. 2010. *REDD+ Politics in the Media: A case study from Indonesia*. Center for International Forestry Research, Indonesia. Voir [www.tinyurl.com/5vgv3eu](http://www.tinyurl.com/5vgv3eu) ● <sup>13</sup> Blomley, T. 2009. Evaluation of the work of the Forest Governance Learning Group 2005–2009. IIED, London. Voir [www.tinyurl.com/6auqzau](http://www.tinyurl.com/6auqzau) ● <sup>14</sup> Si, M. 2010. China will be transparent. ChinaDialogue.Net. Voir [www.tinyurl.com/3kzudom](http://www.tinyurl.com/3kzudom) ● <sup>15</sup> In a speech at Sri Lanka's National Symposium on Climate Change Adaptation, in Colombo on 18 November 2010. Voir [www.tinyurl.com/6djyvtv](http://www.tinyurl.com/6djyvtv) ● <sup>16</sup> Internews. 2010. *Earth Journalism Toolkit*. Voir [www.tinyurl.com/3zw268t](http://www.tinyurl.com/3zw268t)

### AUTEUR

Dr Mike Shanahan  
International Institute for  
Environment & Development  
[mike.shanahan@iied.org](mailto:mike.shanahan@iied.org)

climatechange  
mediapartnership

Le Partenariat média sur le changement climatique est une initiative conjointe de l'IIED (Institut international pour l'environnement et le développement), d'Internews Europe et de l'Institut Panos destinée à améliorer la couverture médiatique du changement climatique dans les pays en développement. Pour en savoir plus, reportez-vous au site [www.climatemediapartnership.org](http://www.climatemediapartnership.org)



Cette note de synthèse a été réalisée en collaboration avec l'Union européenne. Le contenu de cette note de synthèse relève de la seule responsabilité du Plan de conservation et de gestion complet (PGCG) et ne reflète en aucun cas l'opinion de l'Union européenne.