

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

COMMUNICATION ET PLAIDOYER CLIMATIQUES : LES CÉLÉBRITÉS  
DIPLOMATES AUX CONFÉRENCES DE L'ONU SUR LE CLIMAT

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAITRISE EN COMMUNICATION

PAR  
JADE MOTARD

OCTOBRE 2019

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Je tiens d'abord à remercier ma directrice de mémoire, Caroline Bouchard, pour son soutien, ses commentaires et ses conseils qui m'ont permis de pousser plus loin ma réflexion. Merci pour tes encouragements constants, tu as toujours su me motiver à mener à bien ce mémoire.

Ensuite, j'aimerais remercier les membres de mon jury, Christian Agbobli et Oumar Kane, pour avoir accepté d'évaluer ce mémoire et de formuler des recommandations judicieuses.

Un merci tout particulier à ma mère, Sylvie Mercier, qui m'a beaucoup aidée et supportée tout au long de mes études.

Merci à Julien, à ma famille et à mes amis qui m'ont continuellement encouragé et réconforté.

## DÉDICACE

À Manon Mercier

## TABLES DES MATIÈRES

|   |      |
|---|------|
| LISTE DES TABLEAUX.....   | viii |
| LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES .....                     | x    |
| RÉSUMÉ.....   | xii  |
| INTRODUCTION.....   | 1    |
| CHAPITRE I PROBLÉMATIQUE .....  | 4    |
| 1.1 Présentation des acteurs institutionnels.....                             | 4    |
| 1.1.1 Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques .... | 9    |
| 1.1.2 Quelques acteurs de la diplomatie climatique.....                       | 13   |
| 1.2 Célébrité diplomate .....   | 14   |
| 1.2.1 Affiliations des célébrités à l'ONU.....                                | 16   |
| 1.2.2 Les célébrités diplomates et la diplomatie climatique .....             | 19   |
| 1.3 Enjeux de communication.....  | 19   |
| 1.3.1 Enjeux de communication internationale.....                             | 20   |
| 1.3.2 Enjeux de communication environnementale et climatique .....            | 21   |
| 1.4 Questions de recherche .....  | 24   |
| CHAPITRE II CADRE CONCEPTUEL .....  | 26   |
| 2.1 La célébrité diplomate.....   | 27   |
| 2.1.1 Les types de célébrités diplomates.....                                 | 27   |
| 2.1.2 La figure de l'intellectuel .....                                       | 30   |
| 2.2 Modalités communicationnelles d'intervention .....                        | 36   |
| 2.2.1 La campagne de plaidoyer environnemental.....                           | 37   |
| 2.2.2 Les modes de plaidoyer.....   | 38   |
| 2.2.3 Élément communicationnel de la campagne de plaidoyer .....              | 39   |
| 2.2.4 Communication et message climatique.....                                | 40   |
| 2.2.5 Enjeux de communication internationale.....                             | 42   |

|   |        |
|---|--------|
| CHAPITRE III MÉTHODOLOGIE .....   | 44     |
| 3.1 Stratégie de recherche qualitative .....  | 45     |
| 3.2 Démarche de la recherche : l'étude de cas .....   | 46     |
| 3.2.1 Le choix des cas .....  | 46     |
| 3.3 Collecte de données.....  | 51     |
| 3.3.1 L'analyse documentaire .....  | 51     |
| 3.3.2 L'analyse qualitative de contenu.....   | 53     |
| 3.3.3 Collecte et analyse des données .....   | 55     |
| 3.3.4 Présentation du corpus .....  | 57     |
| 3.4 Les limites .....   | 59     |
| <br>CHAPITRE IV RÉSULTATS .....   | <br>61 |
| 4.1 Cadre d'analyse .....   | 61     |
| 4.2 Cas 1 : Conférence de Copenhague (COP15).....   | 64     |
| 4.2.1 Présentation de la COP15 .....  | 64     |
| 4.2.2 Les célébrités diplomates à la COP15.....   | 66     |
| 4.2.3 Les caractéristiques des célébrités diplomates à la COP15 .....   | 72     |
| 4.2.4 Les modalités communicationnelles d'intervention à la COP15 .....   | 79     |
| 4.3 Cas 2 : Conférence de Paris (COP21).....  | 94     |
| 4.3.1 Présentation de la COP21 .....  | 94     |
| 4.3.2 Les célébrités diplomates à la COP21.....   | 96     |
| 4.3.3 Les caractéristiques des célébrités diplomates à la COP21 .....   | 102    |
| 4.3.4 Les modalités communicationnelles d'intervention à la COP21 .....   | 109    |
| Conclusion partielle .....  | 123    |
| 5.1 L'étude de cas multiples : la COP15 et la COP21 .....   | 126    |
| 5.1.1 Rappel des résultats de l'analyse .....   | 126    |
| 5.2 Dimension comparative, éléments de réponse et points saillants .....  | 127    |
| 5.2.1 Quels types de célébrité diplomate retrouve-t-on lors des COP? .....  | 128    |
| 5.2.2 Quel sont les modes de plaidoyer, les tactiques et les publics associés aux communications des célébrités diplomates? .....                           | 129    |
| 5.2.3 Quels sont les liens entre le message et le mode de plaidoyer utilisé? Et quels sont les liens entre le public et le mode de plaidoyer utilisé?.....  | 132    |
| 5.2.4 Quels messages récurrent ressortent des communications des célébrités diplomates? Ces messages sont-ils spécifiques de la communication climatique? . |        |
| .....   | 133    |

|   |     |
|---|-----|
| 5.2.5 Autres éléments de discussion .....   | 138 |
| Conclusion partielle .....  | 140 |
| CONCLUSION GÉNÉRALE.....  | 142 |
| ANNEXE A GRILLE D'ANALYSE A : ÉLÉMENTS DE LA CAMPAGNE DE<br>PLAIDOYER CLIMATIQUE ET D'AUTRES ÉLÉMENTS DU DOCUMENT ...   | 147 |
| ANNEXE B GRILLE D'ANALYSE B : TYPES ET CARACTÉRISTIQUES DES<br>CÉLÉBRITÉS DIPLOMATES.....   | 148 |
| ANNEXE C GRILLE D'ANALYSE C : DÉSIGNATIONS ET AFFILIATIONS<br>DES CÉLÉBRITÉS DIPLOMATES .....   | 149 |
| ANNEXE D GRILLE D'ANALYSE D : TYPES D'INTELLECTUEL.....   | 150 |
| ANNEXE E GRILLE D'ANALYSE E : MODES DE PLAIDOYER ET<br>OCARACTÉRISTIQUES D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION<br>CLIMATIQUE, DE CONSCIENTISATION ET POUR MENER À L'ACTION... | 151 |
| ANNEXE F GRILLE D'ANALYSE F : ÉLÉMENTS DE CONSTRUCTION DE<br>MESSAGES CLIMATIQUES.....  | 152 |
| ANNEXE G GRILLE D'ANALYSE G : MESSAGES SPÉCIFIQUES AUX<br>CHANGEMENTS CLIMATIQUES .....   | 153 |
| ANNEXE H EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE A : ÉLÉMENTS DE LA<br>CAMPAGNE DE PLAIDOYER CLIMATIQUE ET D'AUTRES ÉLÉMENTS DU<br>DOCUMENT .....                                      | 154 |
| ANNEXE I EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE B : TYPES ET<br>CARACTÉRISTIQUES DES CÉLÉBRITÉS DIPLOMATES .....  | 155 |
| ANNEXE J EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE C : DÉSIGNATIONS ET<br>AFFILIATIONS DES CÉLÉBRITÉS DIPLOMATES.....  | 158 |
| ANNEXE K EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE D : TYPES D'INTELLECTUEL..<br>.....   | 159 |

|  |  |
|--|--|
| ANNEXE L EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE E : MODES DE PLAIDOYER ET<br>CARACTÉRISTIQUES D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION<br>CLIMATIQUE, DE CONSCIENTISATION ET POUR MENER À L'ACTION... 160 |  |
| ANNEXE M EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE F : ÉLÉMENTS DE<br>CONSTRUCTION DE MESSAGES CLIMATIQUES..... 162   |  |
| ANNEXE P FICHE RÉCAPITULATIVE DES RÉSULTATS DES CÉLÉBRITÉS<br>DIPLOMATES DE LA COP21 ..... 168   |  |
| BIBLIOGRAPHIE ..... 171  |  |

## LISTE DES TABLEAUX

| Tableau   | Page |
|---|------|
| 2.1 Types de célébrités diplomates et leurs caractéristiques.....   | 28   |
| 2.2 Désignations et affiliations des célébrités diplomates.....   | 29   |
| 2.3 Les types d'intellectuels et leurs caractéristiques.....  | 36   |
| 2.4 Tableau des publics d'une campagne de plaidoyer.....  | 38   |
| 2.5 Tableau des modes de plaidoyer d'une campagne de communication<br>climatique de conscientisation et pour mener à l'action et de leurs<br>objectifs..... | 39   |
| 2.6 Construction de messages climatiques.....   | 41   |
| 2.7 Tableau des messages spécifiques aux changements climatiques.....   | 42   |
| 4.1 Classifications des célébrités diplomates de la COP15.....  | 79   |
| 4.2 Modes de plaidoyer du discours critique, tactiques, publics<br>et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP15.....                    | 81   |
| 4.3 Modes de plaidoyer des campagnes d'éducation publique,<br>tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités<br>diplomates de la COP15.....   | 83   |
| 4.4 Modes de plaidoyer de l'action directe, tactiques, publics<br>et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP15.....                     | 84   |
| 4.5 Modes de plaidoyer des événements médiatiques, tactiques, publics<br>et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP15.....              | 85   |

|      |   |     |
|------|---|-----|
| 4.6  | Modes de plaidoyer des organismes communautaires, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP15.....      | 86  |
| 4.7  | Constructions de messages climatiques des célébrités diplomates à la COP15.....   | 87  |
| 4.8  | Messages spécifiques aux changements climatiques des célébrités diplomates COP15.....   | 91  |
| 4.9  | Classifications des célébrités diplomates de la COP21.....  | 109 |
| 4.10 | Modes de plaidoyer du discours critique, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP21.....               | 112 |
| 4.11 | Modes de plaidoyer des campagnes d'éducation publique, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP21..... | 113 |
| 4.12 | Modes de plaidoyer des événements médiatiques, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP21.....         | 115 |
| 4.13 | Modes de plaidoyer des organismes communautaires, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP21.....      | 116 |
| 4.14 | Constructions de messages climatiques des célébrités diplomates à la COP21.....   | 117 |
| 4.15 | Messages spécifiques aux changements climatiques des célébrités diplomates COP21.....   | 121 |

## LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES

|        |  |
|--------|--|
| AFDB   | <i>African Development Bank</i>                                    |
| CCNUCC | Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques |
| CD     | Célébrité diplomate  |
| CDH    | Célébrité diplomate hybride  |
| CDS    | Célébrité diplomate scientifique                                   |
| CDV    | Célébrité diplomate vedette  |
| COP    | <i>Conference of Parties / Conférence des parties</i>              |
| CMP    | Réunion des parties au protocole de Kyoto                          |
| CPDN   | Contribution prévue et déterminée au niveau national               |
| ECOSOC | Conseil économique et social                                       |
| GES    | Gaz à effet de serre   |
| GIEC   | Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat     |
| ICIMOD | <i>International Centre for Integrated Mountain Development</i>    |
| IISD   | <i>International Institute for Sustainable Development</i>         |
| JP/HRO | Jenkins/Penn Haitian Relief Organization                           |
| LPAA   | Lima-Paris Action Agenda   |
| NAZCA  | <i>Non-State Actor Zone for Climate Action</i>                     |
| OBNL   | Organisation à but non lucratif                                    |

|         |  |
|---------|--|
| ONG     | Organisation non gouvernementale   |
| ONU     | Organisation des Nations Unies   |
| OMM     | Organisation météorologique mondiale   |
| UNESCO  | <i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>                      |
| UNFCCC  | <i>United Nations Framework Convention on Climate Change</i>                                 |
| UNICEF  | <i>United Nations Children's Fund</i>  |
| UNSCCUR | <i>United Nations Scientific Conference on the Conservation and Utilization of Resources</i> |
| PDSL    | Pays en développement sans littoral  |
| PFBC    | Partenariat pour les Forêts du Bassin du Congo   |
| PIED    | Petits États insulaires en développement   |
| PNUD    | Programme des Nations Unies pour le développement  |
| PNUE    | Programme des Nations Unies pour l'environnement   |
| PMA     | Pays les moins avancés   |
| PWCF    | Prince of Wales's Charitable Fund  |
| REDD+   | Reducing emissions from deforestation and forest degradation                                 |
| RFSTE   | <i>Research Foundation for Science, Technology and Ecology</i>                               |
| WEDO    | <i>The Women Environment and Development Organization</i>                                    |
| WWF     | <i>World Wide Fund for Nat</i>   |

## RÉSUMÉ

Ce mémoire explore le phénomène des célébrités diplomates et leurs modalités communicationnelles d'intervention lors des conférences des parties à la convention-cadre des Nations Unies sur le changement climatique (COP). Nous explorons l'Organisation des Nations Unies comme cadre de l'évolution des débats sur les enjeux environnementaux, puis climatiques. Nous considérons l'évolution de la diplomatie climatique et de ses acteurs, dont les célébrités diplomates qui sont perçues comme des acteurs non étatiques de la diplomatie climatique. Ce mémoire présente les perspectives communicationnelles relatives aux enjeux de communication internationale et aux enjeux de communication climatique. Nous mobilisons un cadre conceptuel permettant d'étudier les types de célébrités diplomates, leurs caractéristiques se rapportant à la figure de l'intellectuel, leurs affiliations ou désignations lors des COP, leurs modes de plaidoyer, ainsi que leurs tactiques et publics ciblés. Le cadre nous permet d'étudier la construction des messages des célébrités diplomates spécifiquement sur la communication climatique. Afin de réaliser cette recherche qualitative, nous procédons à une étude de cas multiples. Le premier cas est la conférence de Copenhague (2009) et le second cas est la conférence de Paris (2015). Quatre célébrités diplomates sont sélectionnées et analysées pour chacun des cas. L'analyse documentaire et l'analyse qualitative de contenu nous permettent d'analyser le corpus de chacun des cas et leurs comparaisons nous permettent de saisir les phénomènes étudiés et de les comprendre dans leurs contextes. Plusieurs éléments ressortent de la discussion et de l'interprétation des résultats. Nous remarquons une évolution de la construction du message climatique entre les deux COP. La présence plus importante des célébrités diplomates hybrides lors des deux COP. Le discours comme mode d'intervention le plus répandue. La construction de message peignant une vision engageante et moralement attrayante qui ressort comme un élément important des communications climatiques. Puis, le message disant que les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène comme le message le plus récurrent.

Mots clés : communication internationale, communication climatique, célébrité diplomate, plaidoyer climatique, COP.

## INTRODUCTION

Depuis plusieurs années, les enjeux sur le climat apparaissent comme des thèmes récurrents dans les débats publics, dans l'espace public et dans l'expression des identités politiques (Lamizet, 2013). Les débats internationaux sur les changements climatiques, principalement au sein de l'Organisation des Nations unies, sont de plus en plus médiatisés. Cette médiatisation a permis à notre recherche de prendre naissance lors de la conférence de Paris (COP21) en décembre 2015. En effet, l'engouement pour la conférence de Paris et son important traité ont attiré l'attention mondialement. De plus, la présence d'acteurs, tels que des vedettes internationales, a fait les manchettes.

Cette recherche porte sur certains enjeux de communication internationale et de communication environnementale. Le phénomène des célébrités diplomates et leurs modalités communicationnelles d'intervention, lors de conférences internationales sur les changements climatiques (COP) organisées par l'ONU, sont étudiés. Nous cherchons à exposer ces phénomènes lors de la conférence de Copenhague (COP15) et lors de la conférence de Paris (COP21). En outre, nous nous intéressons au contexte, aux communications, aux messages et à certains acteurs de la communication climatique lors des COP.

Ce mémoire contient six chapitres. Le premier chapitre met en contexte les phénomènes à l'étude dans notre projet. Il prend en compte l'évolution de la diplomatie climatique et de ses acteurs au sein de l'ONU. Il traite aussi d'acteurs non étatiques, dont la présence suscite l'intérêt, à savoir les célébrités diplomates. Aussi, ce chapitre aborde la perspective communicationnelle relative aux enjeux de

communications internationales et aux enjeux de la communication climatique. Pour conclure, les questions de recherche sont présentées. Le second chapitre présente le cadre conceptuel nous permettant de conduire l'analyse sur les célébrités diplomates (Cooper, 2008), certaines de leurs affiliations (Wheeler, 2011) et la figure de l'intellectuel (Sapiro, 2009). De plus, il traite des campagnes de communication de type plaidoyer climatique (Cox et Pezzullo, 2015) et de la communication climatique (Pruneau, Demers et Khattabi, 2008). Les auteurs sont mobilisés afin d'étudier les modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates. Leurs concepts nous permettent également de raffiner et de présenter les questions spécifiques guidant notre recherche.

Le troisième chapitre propose la méthodologie utilisée pour la recherche. Spécifiquement, une stratégie de recherche qualitative (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007; Mongeau, 2008; Mucchielli, 2009) s'inscrivant dans une perspective communicationnelle nous permet de réaliser notre projet par une démarche d'étude de cas multiples (Mucchielli, 2009; Yin, 2011). Il présente également les deux méthodes qualitatives retenues dans le cadre de ce projet : l'analyse documentaire et l'analyse de contenu. Les outils conceptuels provenant du cadre conceptuel guident l'analyse documentaire (Waller et Masse, 1999) et l'analyse qualitative de contenu (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007; Mucchielli, 2009) du corpus sélectionné. Enfin, les limites de la recherche sont discutées.

Le quatrième chapitre porte sur la présentation des résultats de notre analyse. Il discute des deux cas (COP15 et COP21) et les célébrités diplomates étudiés. Le chapitre passe en revue les résultats de l'analyse documentaire et de l'analyse qualitative de contenu, du corpus pour chacun des cas, ainsi que pour chacune des célébrités diplomates.

Dans le cinquième chapitre, nous abordons la discussion et l'interprétation des résultats qui émergent de la comparaison des cas et des catégories d'analyse. Nous présentons des éléments de réponses à la question principale et aux sous-questions spécifiques de notre recherche. Finalement, en conclusion nous faisons un dernier retour sur notre démarche de recherche, nous considérons les limites de notre recherche et nous présentons des pistes de recherches futures.

## CHAPITRE I

### PROBLÉMATIQUE

Le milieu auquel s'intéresse cette recherche est celui de l'Organisation des Nations Unies où la diplomatie environnementale puis la diplomatie climatique ont évolué au cours des dernières décennies. Ce premier chapitre met en contexte les sujets et les phénomènes à l'étude dans cette recherche. Les conférences des parties (COP), qui assurent l'application et l'évolution de la convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CNUCCC<sup>1</sup>) sont des événements internationaux où de nombreux acteurs du changement climatique se rencontrent. Les célébrités diplomates représentent un type d'acteur non étatique qui apparaît au cours de l'histoire des COP. Aussi, nous nous intéressons aux perspectives communicationnelles relatives à ces différents phénomènes, soit les enjeux de communications internationales et les enjeux de communication climatique. Enfin, nous présentons les questions de recherche concernant les célébrités diplomates qui s'engagent pour la protection climatique lors des COP.

#### 1.1 Présentation des acteurs institutionnels

L'Organisation des Nations Unies (ONU) est souvent associée à la pratique de la diplomatie environnementale et climatique. Elle a été fondée en 1945 à la suite de la Seconde Guerre mondiale dans le but d'assurer le maintien de la paix et de la sécurité

---

<sup>1</sup> Dans ce mémoire nous utiliserons les acronymes CCNUCC pour les sources en français et UNFCCC pour les sources en anglais.

internationale. L'ONU est constituée de six organes principaux<sup>2</sup> qui englobent de nombreux organes subsidiaires<sup>3</sup>. La mission et les projets de l'ONU ont toujours été orientés par les principes et les objectifs de sa Charte fondatrice (ONU, 1945). Cette Charte permet, notamment, aux membres de l'ONU de prendre les mesures nécessaires à la résolution de crises mondiales. De plus, les États membres de l'ONU favorisent la coopération économique, sociale et culturelle par la pratique de la diplomatie (ONU, 2015). Selon Cooper, Heine et Thakur (2013, p. 2), cette coopération a pour but de cultiver des relations pacifiques entre les États, les gouvernements, les organisations internationales et d'autres acteurs internationaux.

Pour plusieurs, au cours des années, les pratiques diplomatiques maintiennent une certaine constance tout en s'adaptant au progrès et au développement (Melissen, 1999; Berridge, 2010; Wiseman et Sharp, 2012; Cohen, 2013; Pouliot, Cornut et Wiseman, 2015; Wiseman, 2015). L'évolution de la diplomatie (rôles, outils et acteurs) est liée à la nature changeante des états et à leurs interactions dans l'ordre mondial. En effet, le monde diplomatique, reconnu comme privé et renfermé sur lui-même, devient plus ouvert sur le monde et se complexifie. De nos jours, les diplomates ne représentent plus seulement les intérêts d'un État, ils représentent aussi les intérêts de groupes,

---

<sup>2</sup> Le premier, des principaux organes, est le Conseil de sécurité, il siège en permanence afin d'assurer le maintien de la paix et de la sécurité internationale. Il s'agit du seul organe pour lequel tous les États membres sont contraints d'accepter et d'appliquer les décisions. Les 193 États membres de l'ONU siègent à l'Assemblée générale et permettent la conception d'initiatives politiques, économiques, humanitaires, sociales et juridiques (ONU, 2015i). Le conseil économique et social se concentre sur les enjeux économiques, sociaux et environnementaux depuis sa création en 1946. Les activités du conseil de tutelle ont pris fin en 1994 lorsque les territoires sous tutelle ont accédé à l'indépendance ou à l'autonomie. La Cour internationale de justice est l'organe judiciaire principal de l'ONU. Finalement, le Secrétariat administre les politiques et les programmes des entités de l'ONU. Il est composé du Secrétaire général élu par l'Assemblée générale et de nombreux fonctionnaires provenant de partout dans le monde (ONU, 2016b).

<sup>3</sup> Les fonds, les programmes, les institutions de recherche et d'enseignement, les organes consultatifs subsidiaires, les commissions techniques, les commissions régionales, les institutions spécialisées, les départements, les bureaux et autres comités.

d'organisations, de communautés et de causes reconnus par l'ONU (Langhorne, 1997). En outre, les interactions informelles avec les acteurs non étatiques seraient, selon Wiseman (2015), inductrices des plus grands changements du milieu diplomatique international. De ce fait, nous nous intéressons spécifiquement à un type d'acteur non étatique ou informel de la diplomatie, qui est la célébrité diplomate.

Les enjeux environnementaux deviennent une préoccupation de l'ONU peu de temps après sa création. En effet, dès 1946, le premier conseiller en conservation environnementale, Aldo Leopold<sup>4</sup>, est nommé au sein de l'ONU (Susskind et Ali, 2014; Mongillo et Zierdt-Warshaw 2000; UNESCO, 1950). C'est ensuite en 1949, il y a de cela près de 70 ans, que la première rencontre de l'ONU pour traiter d'enjeux environnementaux est organisée : *la Conférence scientifique de l'ONU sur la conservation et l'utilisation des ressources* (Jackson, 2007). Son but était d'outiller les administrateurs, les économistes, les sociologues et les ingénieurs dans la lutte contre le gaspillage des ressources naturelles et pour l'optimisation de leur rendement (UNESCO, 1948). La conférence visait aussi à dégager les enseignements scientifiques et l'importance de considérer le développement en environnement (UNESCO, 1948).

Pour certains, la Conférence des Nations Unies sur l'environnement humain, qui a été organisée à Stockholm pendant l'été 1972, constitue le début de la « diplomatie environnementale » (Hufty, Dormeier Freire, Plagnat, et Neumann, 2007) et le lieu de la création d'une ONU de l'environnement<sup>5</sup> (Desforges, 2010). La déclaration de

---

<sup>4</sup> Aldo Leopold (1887-1948) était un écologiste, forestier et environnementaliste, s'étant intéressé à la gestion de la protection de l'environnement, à l'éthique environnementale et au mouvement pour la protection des espaces naturels (*Aldo Leopold Foundation*, 2017).

<sup>5</sup> L'environnement est défini par l'ONU comme l'ensemble de toutes les conditions extérieures ayant une incidence sur la vie, le développement et la survie d'un organisme (ONU, 2016b). Les principales entités de l'ONU reliées à l'environnement et où les débats sur les changements climatiques ont lieu comprennent, entre autres, l'Assemblée générale, l'UNESCO, l'UNEP, la CCNUCC et les COP.

Stockholm énonce 26 principes qui évoquent les ressources environnementales telles que l'air, l'eau, la terre, la flore, la faune et les écosystèmes naturels et l'importance de leur préservation (Déclaration de Stockholm, 1972; Akin, Froger, Géronimi, Méral, et Schembri, 2002). En effet, la déclaration de Stockholm affirme que :

L'homme a un droit fondamental à la liberté, à l'égalité et à des conditions de vie satisfaisantes, dans un environnement dont la qualité lui permette de vivre dans la dignité et le bien-être. Il a le devoir solennel de protéger et d'améliorer l'environnement pour les générations présentes et futures (Principe 1, Déclaration de Stockholm, 1972).

Il se dégage du document une confiance en l'avancement scientifique, le progrès social, l'évolution de la production et des technologies ainsi que l'aptitude de l'homme à améliorer son environnement (Kiss et Sicault, 1972). Selon Cantley-Smith (2010), après la Conférence de Stockholm, la communauté internationale perçoit l'environnement comme un des seuls domaines pour lequel la souveraineté des États ne devrait pas être absolue. De surcroît, la déclaration de Stockholm fait mention, pour la première fois, de la question du changement climatique. Elle incite les gouvernements à être vigilants par rapport aux activités susceptibles d'influencer les changements climatiques et à en mesurer les effets (Jackson, 2007). L'incidence de cette déclaration permet de graduellement attirer l'attention de la communauté internationale vers la question du changement climatique (Jackson, 2007). De plus, le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) est créé en 1972 à l'issue de la conférence. Cette entité assure une direction mondiale en matière d'environnement, encourage la coopération internationale pour la protection de l'environnement et fait la promotion d'un discours sur le développement durable (ONU, s. d.-a).

Dès sa création, le PNUE perçoit l'environnement et le développement comme des éléments indissociables du concept de développement durable. Le PNUE vise, notamment, à inspirer et à informer la population du monde entier sur les enjeux

environnementaux, la dégradation de la couche d'ozone, la pollution de l'air, les espèces en voie de disparition et la diversité biologique (Lucier-Boisvert, 2016). L'augmentation constante des préoccupations liées à l'environnement mène le PNUE à développer de nouvelles aptitudes afin de promouvoir la coopération et le dialogue sur l'environnement entre les États, soit la diplomatie environnementale (Froger, Andriamahefazafy, 2003). Cette diplomatie porte sur la gestion de biens publics mondiaux et environnementaux et aspire à une coopération internationale pour le respect mondial des accords environnementaux (Susskind et Ali, 2014). De plus, la diplomatie environnementale vise l'établissement d'ententes interétatiques, mais elle est aussi caractérisée par son ouverture vers des partenaires non étatiques (APFA, 2016).

Par la suite, en 1987, l'Assemblée générale étudie les perspectives en matière d'environnement jusqu'à l'an 2000, à titre de guide d'action nationale et de coopération internationale vers un développement tenant compte de l'environnement (Jackson, 2007). Subséquemment, le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) est créé par le PNUE et l'Organisation météorologique mondiale<sup>6</sup> (OMM). Depuis sa création, des centaines de scientifiques collaborent avec le GIEC afin d'informer et d'aider tous les échelons gouvernementaux à prendre des décisions rationnelles en fonction de leur évaluation du changement climatique (IPCC, 2016). Effectivement, le GIEC (1988) a pour but de fournir des évaluations détaillées de l'état et de l'évolution des connaissances scientifiques, techniques et socio-économiques sur les changements climatiques, les causes, les répercussions potentielles et les stratégies d'atténuations (IPCC, 2016). Ces données servent aux

---

<sup>6</sup> L'Organisation météorologique mondiale est une institution spécialisée du conseil économique et social qui facilite, notamment, le partage de données météorologiques et la recherche sur le domaine (United Nations System Chief Executives Board for Coordination, 2016).

décideurs politiques et aux diplomates lors de négociations sur la création de mesures d'atténuations et d'adaptations<sup>7</sup>.

### 1.1.1 Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques

L'Assemblée générale, le PNUE et l'OMM, en collaboration avec le GIEC, recommandent la négociation d'une Convention-cadre des Nations Unies sur le changements climatiques (CCNUCC) lorsque les changements climatiques sont reconnus comme question spécifique et urgente par le GIEC (IPCC, 2015). Celle-ci a été adoptée par les États membres comme cadre de négociation internationale pour la protection de l'environnement lors de la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement de Rio de Janeiro (1992). Au moment de sa création, la CCNUCC représentait l'engagement international le plus important aux fins de contrôle de l'impact de l'émission des gaz à effet de serre<sup>8</sup> (GES) sur les changements climatiques. Cette convention affirme que :

Les changements climatiques constituent un problème complexe, qui, bien qu'étant de nature environnementale, a des conséquences sur beaucoup d'issues globales telles que la pauvreté, le développement économique, la croissance de la population, le développement durable et la gestion des ressources (UNFCCC, 2014b).

---

<sup>7</sup> Le principe d'atténuation qualifie les mesures prises pour réduire la quantité de gaz à effet de serre dans l'atmosphère par des processus naturels ou des moyens technologiques comme l'adoption d'énergies renouvelables, tandis que le principe d'adaptation consiste à la réduction des risques et des impacts des effets néfastes du changement climatique (UNFCCC, 2014c).

<sup>8</sup> Les gaz à effet de serre sont causés par le charbon, le gaz naturel, le pétrole, la déforestation, l'élevage massif et l'agriculture intensive qui augmente drastiquement le dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>) et le méthane (CH<sub>4</sub>) dans l'atmosphère causant l'accélération du réchauffement de la planète. Les énergies renouvelables, elles, représentent des façons de produire de l'électricité et de faire fonctionner les machines à partir de sources naturelles et renouvelables. Six principales sources d'énergie renouvelables sont incluses dans les discussions des COP. Elles proviennent de l'énergie hydraulique, de l'énergie éolienne, de l'énergie solaire, de l'énergie marine (utilisant les vagues et les marrés), de l'énergie issue de la biomasse et de l'énergie géothermique (UNFCCC, 2014c).

Depuis 1992, la CCNUCC « met en place un cadre global de l'effort intergouvernemental pour faire face au défi posé par les changements climatiques (UNFCCC, 2014h) ». Cet accord reconnaît le système climatique planétaire comme une ressource partagée et affectée par l'activité humaine. À ceci, s'ajoute la Conférence des parties<sup>9</sup> (COP) qui se tient chaque année afin d'assurer le suivi des projets de la CCNUCC. Les enjeux des changements climatiques y sont débattus par la pratique de la diplomatie climatique ou la diplomatie du changement climatique<sup>10</sup> (Cooper, Heine et Thakur, 2013).

En fait, au sein de l'ONU, la diplomatie climatique se pratique, entre autres, à l'Assemblée générale, au Conseil Économique et social, au PNUE et au PNUD, mais plus spécifiquement lors des Conférences des parties (COP). Selon Godard (2012), la diffusion de la diplomatie climatique, portée par la CCNUCC, est un indice de la responsabilisation des États membres de l'ONU et du monde économique international. D'ailleurs, pour certains, l'organisation d'une Conférence des parties par un État membre démontre son intérêt pour la diplomatie climatique et a une grande incidence sur le succès de ces rencontres (Maljean-Dubois et Wemaere, 2012; Demaze, 2012). Les États ayant ratifié la CCNUCC en assurent l'application ainsi que les arrangements institutionnels et administratifs (UNFCCC, 2014c). De ce fait, au cours des années, les COP ont mené à des ententes plus ou moins ratifiées, visant la diminution des ss climatiques.

Le Protocole de Kyoto, qui découle de la Conférence de Kyoto (COP3), fixe des objectifs quantifiés et juridiquement contraignants pour la réduction des émissions de

---

<sup>9</sup> La Conférence des parties est aussi connue sous le nom de COP pour l'appellation anglaise de *Conference Of Parties*.

<sup>10</sup> Le terme diplomatie climatique sera préféré dans ce texte.

GES des pays développés et d'appeler aux financements et aux transferts de technologie vers les pays en développement (UNFCCC, 2014i). En 1997, c'est l'un des premiers instruments diplomatiques pour la lutte aux changements climatiques. Aussi, plusieurs auteurs s'intéressent à différents aspects de ce protocole (Chazournes, 1997; Quenault, 2006; Perthuis, 2007; Demaze, 2012; Maljean-Dubois et Wemaëre, 2012). Depuis la conférence de Kyoto, des réunions des parties au Protocole de Kyoto (CMP) ont lieu chaque année en marge des COP. Ce n'est ensuite qu'en 2001 que la Conférence de Marrakech (COP7) marque l'histoire de la diplomatie climatique par la création d'accords visant le transfert des technologies et de mécanismes sur le développement durable (Cooper, Heine et Taker, 2013).

Au cours des COP suivantes, les enjeux d'éducation, de formation, de sensibilisation du public aux changements climatiques et des activités d'adaptation et de transferts de technologies sont des aspects centraux des négociations. La Conférence de Montréal (COP11) de 2005 suscite un intérêt sans précédent du milieu des affaires en visant la promotion du développement durable et la promotion de l'action contre les changements climatiques (UNFCCC, 2014k). Ensuite, la feuille de route de Bali créée lors de la COP13 (2007) présente des pistes vers l'atteinte d'objectifs contre les changements climatiques. Ceux-ci comprennent une vision commune des enjeux climatiques, l'atténuation des impacts du changement climatique, l'adaptation physique aux conséquences des changements climatiques, le partage des technologies et le financement de plans d'action (UNFCCC, 2014a).

Selon les rapports de la CCNUCC (2014), au fil des COP, les participants aux débats augmentent et se diversifient. On y retrouve des représentants des médias, de hauts fonctionnaires gouvernementaux, des représentants de différents organes et agences des Nations Unies, ainsi que des organisations intergouvernementales et non gouvernementales (UNFCCC, 2014c). Par exemple, près de 115 chefs d'État ont assisté à la Conférence de Copenhague (COP15) en 2009 (UNFCCC, 2014e). La

COP15 (2009) est considérée comme cruciale pour les négociations sur le climat en raison du nombre record de chefs d'État présent à l'extérieur du siège social des Nations Unies de New York (CCNUCC, 2014). Malgré ce taux de participation, cette COP est perçue comme un échec dans la lutte aux changements climatiques. Par la suite, près de 12 000 participants, 10 800 délégués et représentants gouvernementaux, 1270 membres des médias et plusieurs organismes non gouvernementaux et intergouvernementaux sont accueillis par le gouvernement du Mexique lors de la COP16 à Cancún (2010). Notamment, les négociations de cette conférence ont mené à l'engagement de contenir le réchauffement climatique sous 2 °C<sup>11</sup> dans les années suivantes, de mettre en œuvre des mécanismes de partage des technologies durables et de créer un fonds vert pour le climat pour l'année 2012 (UNFCCC, 2014b).

Après 2010, les négociations des conférences préparent invariablement le terrain pour la COP21 (2015). D'ailleurs, en appelant les États membres à s'engager à réduire leurs émissions de GES et à établir leur contribution prévue et déterminée au niveau national<sup>12</sup> (CPDN). La COP21 vise à établir une « alliance de Paris pour le climat » dont l'accord<sup>13</sup> inclurait tous les pays signataires de la CCNUCC, la COP21 est une COP qui se démarque des autres par sa grande médiatisation et la participation record

---

<sup>11</sup> La « limite de 2 °C » est un terme qui est largement utilisé au cours des conférences et par les médias. Ce terme, défini par le GIEC, indique la limite supérieure du réchauffement planétaire à ne pas dépasser sans quoi de sérieuses conséquences, comme la multiplication des événements climatiques extrêmes et l'acidification des océans, sont attendues (UNFCCC, 2014m).

<sup>12</sup> Lors de la COP19 (2013), il a été convenu que la contribution (CPDN ou INDC en anglais) de chaque pays soit soumise à la CCNUCC en prévision de la conférence de Paris. Ces intentions de contributions chiffrées présentent les buts et projets de chaque pays en matière de lutte aux changements climatiques jusqu'à l'an 2020. Pour plus d'information, visitez le [www.c2es.org/international/2015-agreement/paris-climate-talks-qa](http://www.c2es.org/international/2015-agreement/paris-climate-talks-qa).

<sup>13</sup> L'accord de Paris est défini comme devant être universel et donc approuvé par tous les pays signataires ainsi que devant être applicable à tous. Il devait aussi être fait d'objectifs ambitieux respectant le réchauffement maximal de 2 °C, annonceurs et engageants pour les acteurs économiques, mais aussi flexibles afin de respecter les capacités de chaque pays. Finalement, il est durable et différencié. Le principe de différenciation correspond à une « responsabilité commune, mais différenciée » c'est-à-dire que chaque pays contribue selon sa responsabilité historique et sa capacité à protéger l'environnement (UNFCCC, 2014m).

des États membres à la conférence. Selon Zelenev (2016), la grande attention portée aux recommandations de la communauté scientifique représente une percée dans les négociations pour le climat. Par contre, la nature volontaire des accords et le manque de plans pour leurs mises en action inquiètent. Néanmoins, la coopération multilatérale qui suivit lors de la COP22 (2016) à Marrakech fait ressortir l'effort d'application de l'accord de Paris. Ensuite, la COP23 (2017) a eu lieu en Allemagne à l'automne 2017 et elle a été organisée et présidée par les îles Fidji. Il s'agit de la première COP présidée par un État insulaire, soit un État particulièrement vulnérable aux changements climatiques. Par exemple, les pays les plus vulnérables aux changements climatiques sont les pays les moins avancés (PMA), les pays en développement sans littoral (PDSL) et les petits États insulaires en développement (PIED) (Diarra, 2012).

#### 1.1.2 Quelques acteurs de la diplomatie climatique

Selon Cooper, Heine et Thakur (2013), de nombreux scientifiques, des organisations non gouvernementales (ONG) et certains gouvernements pratiquent la diplomatie climatique sous forme de *network diplomacy* ou de diplomatie de réseau<sup>14</sup> (Cooper, Heine et Thakur, 2013). Pour Metzl (2001), la diplomatie de type réseau découle de la mondialisation et de la démocratisation de l'accès à l'information qui décentralisent les réseaux de négociations diplomatiques, précédemment très hiérarchisés et centrés sur l'état. Ces réseaux sont formés d'ensembles d'individus connectés et occupant des positions similaires au sein de structures institutionnelles et sociales ayant pour but de former un nouveau cadre plus inclusif, elle implique principalement l'élargissement du cercle des concertations (Postel-Vinay, 2012). De plus, la diplomatie de type réseau nécessite la tenue d'audience publique nationale et internationale pour faire connaître les idées proposées et obtenir l'appui nécessaire à leur implantation (Metzl,

---

2001). De même, les acteurs non étatiques représentent, selon Dombrowski (2010), des groupes spécifiques de plus en plus reconnus en gouvernance climatique. Par exemple, les acteurs non étatiques présentés par Kuyper et Bäckstrand (2016) proviennent de milieux variés (monde des affaires, environnement, gouvernements et autorités municipales, premières nations, ONG indépendantes et en recherche, syndicats, organisation de femmes, organisations jeunesse et du monde de l'agriculture).

Lors des COP les plus récentes, les acteurs non étatiques étaient composés des villes, des régions, des entreprises, d'organisations non gouvernementales (ONG), d'organisations internationales, de représentants des médias, de représentants du milieu académique et de membres de la société civile dont les célébrités font partie (UNFCCC, 2015e). Aussi, selon Hsu, Moffat, Weinfurter et Schwartz (2015), depuis la COP20 (2014) où une plateforme pour les acteurs non étatiques des changements climatiques (NAZCA) a été reconnue, ces derniers sont davantage considérés dans la sphère diplomatique de la CCNUCC. Les célébrités diplomates sont des acteurs non étatiques de la diplomatie climatique que l'on retrouve aux COP et auxquels cette recherche s'intéresse.

## 1.2 Célébrité diplomate

D'une part, plusieurs auteurs s'intéressent au phénomène de la diplomatie climatique et à ses acteurs. D'autre part, plusieurs études explorent le phénomène des célébrités diplomates, notamment en lien avec des enjeux débattus à l'ONU. En revanche, comme le souligne Doyle, Farrell et Goodman (2016), il est surprenant qu'il n'y ait pas davantage de recherche sur la participation des célébrités diplomates dans les communications et les campagnes sur les changements climatiques. En effet, selon Goodman (2013), les professionnels et les chercheurs des changements climatiques aspirent à de nouveaux modèles de communications plus significatifs et connectés culturellement et socialement. De ce fait, il présente lui-même le « *Celebritus*

*politicus* » comme l'évolution de la célébrité contemporaine ayant le devoir d'être politisée relativement aux causes reliées à l'environnement et au développement (Goodman, 2013).

D'autres auteurs étudient les célébrités diplomates en tant qu'acteurs non étatiques de la diplomatie (Cooper et Fréchette, 2015 ; Andersson, 2007 ; Chouliaraki, 2012 ; Kogen, 2015; Kellner, 2010; Wheeler, 2011; Volcic et Erjavec, 2015 et Alleyne, 2005). Pour Cooper (2007), les célébrités diplomates sont des personnalités publiques provenant du milieu des arts, du cinéma, de la musique, du monde du sport, etc. et qui s'engagent politiquement pour une cause régionale ou internationale. De plus, les célébrités diplomates sont caractérisées par leur habileté à faire passer des messages à des publics de masse, tout comme à l'élite politique (Cooper, 2007). Elles peuvent performer, ce que Cooper (2015) désigne comme la « *megaphone diplomacy* », c'est-à-dire qu'une cause diplomatique est médiatisée et rendue publique, plutôt que d'être débattue dans un contexte diplomatique plus traditionnel (Oxford Dictionaries, s.d.). Ce type de diplomatie permet aux célébrités diplomates de rejoindre de larges publics, puis de mobiliser et d'inciter à l'action. De même, Andersson (2007) met de l'avant la capacité des célébrités diplomates à influencer l'attitude et les valeurs d'un public à l'aide de leurs réseaux d'influence, leur pouvoir de persuasion et leur charisme.

Chouliaraki (2012) préfère le terme de célébrité humanitaire au terme de célébrité diplomate et les présente comme des acteurs du *theater of pity*, soit une approche communicationnelle caractérisée par la diffusion d'histoires et d'images exposant la souffrance afin de susciter une émotion et d'inciter à l'action. Aussi, selon Chouliaraki (2012), les célébrités humanitaires sont des vedettes devant posséder des aptitudes communicationnelles développées et devant être très impliquées pour les causes auxquelles elles s'engagent. De plus, elles doivent avoir une influence internationale et maintenir des relations avec divers États. Ainsi, la communication

des célébrités humanitaires permet de promouvoir les discours de solidarité (Chouliaraki, 2012).

Kogen (2015), elle, s'intéresse aux célébrités diplomates et à leur discours. Elle affirme que, depuis quelques années, les célébrités s'impliquent davantage dans la communication de crises humanitaires internationales, adoptant, selon les cas, le rôle de journaliste, de militant, de philanthrope ou encore de publiciste. De plus, Kogen (2015) explique la présence des célébrités diplomates par leur capacité à contextualiser les causes défendues et par leur habileté à convaincre une population. En effet, la popularité des célébrités diplomates fait d'elles des personnalités visibles qui ont le potentiel d'attirer l'attention des médias internationaux comme aucun autre acteur du monde diplomatique (Kogen, 2015). Finalement, bien que certains s'interrogent sur la crédibilité des célébrités diplomates et leur apport dans les débats politiques internationaux (Volcic et Erjavec, 2015), pour plusieurs, la culture médiatique est un aspect inhérent au phénomène des célébrités diplomates dont il faut relever les aspects positifs (Alleyne, 2005; Cooper, 2008; Kellner, 2010; Wheeler, 2011; Volcic et Erjavec, 2015).

### 1.2.1 Affiliations des célébrités à l'ONU

Selon Wheeler (2011), la diplomatie publique, qui est moins centrée sur l'État, aurait permis l'apparition des célébrités diplomates au sein de l'ONU. Aussi, d'après Volcic et Erjavec (2015), les célébrités diplomates apportent des avantages pour les causes portées par des organisations internationales tels que les Nations Unies; elles sont capables de faire passer des messages, de mobiliser de grandes populations et de vulgariser des problématiques, en passant par la culture de masse. De plus, elles ont accès à des cercles de personnalités haut placés, ayant elles-mêmes la capacité d'influencer certains enjeux de politique internationale (Volcic et Erjavec, 2015).

Également, selon Wheeler (2011), on retrouve généralement deux types de célébrités diplomates au sein de l'ONU. Ces célébrités diplomates occupent des positions officielles soit, d'ambassadeur de bonne volonté ou de messenger de la paix. Elles sont désignées comme des représentants de l'ONU et sélectionnées pour leur capacité à attirer l'attention internationale et à mobiliser les ressources nécessaires au soutien d'une cause.

Premièrement, les ambassadeurs de bonne volonté sont nommés par les directeurs des Fonds, des Programmes et des institutions spécialisées de l'ONU, puis approuvés par le Secrétaire général (ONU, 2015j). Ces ambassadeurs sont des figures populaires au sein des différentes entités de l'ONU où ils militent pour des causes précises grâce à leur visibilité (Fasulo, 2015). Les programmes portés par les « ambassadeurs de bonne volonté » ont débuté dès 1953 (ONU, 2015j). Cette même année, le premier ambassadeur de bonne volonté<sup>15</sup> a été nommé par l'UNICEF. Depuis, plus de 200 personnalités publiques ont joué le rôle d'ambassadeur de bonne volonté afin de sensibiliser l'opinion publique mondiale aux différents enjeux de l'Organisation des Nations Unies (ONU, 2015j). Pour Wheeler (2011), les ambassadeurs de bonne volonté constituent des « *citoyens internationaux* ». De plus, on distingue trois types d'ambassadeurs de bonne volonté associés à des territoires régionaux, nationaux ou internationaux. Les différents types d'ambassadeurs permettent de rejoindre des canaux de communication déterminés pour l'atteinte d'un public cible.

Deuxièmement, les messagers de la paix sont désignés par le Secrétaire général des Nations Unies, depuis la création du programme en 1997 (Alleyne, 2005). Ces personnalités de haut rang sont choisies afin qu'elles dédient leur nom, leur réputation et leur énergie au service

---

<sup>15</sup> Danny Kaye (1911-1987) était un comédien américain célèbre qui s'est démarqué pendant 33 ans pour la cause des enfants et l'éducation. Il a notamment été l'un des premiers à voyager autour du monde afin de faire des discours, de participer à des cérémonies et pour informer le public international des enjeux touchant les enfants (UNICEF, 2003).

d'un monde plus pacifique (ONU, 2015j). Selon l'ONU, leur présence dans la sphère publique et dans les médias internationaux donne de la visibilité aux questions internationales et régionales. De plus, les messagers de la paix participent à des activités, des manifestations, des concerts, des allocutions, des voyages, des interventions sur les réseaux sociaux ou toutes autres apparitions publiques, dans le but d'amplifier la portée d'une cause défendue par l'ONU (ONU, 2015j). Les messagers de la paix présentent au public international le travail de l'Organisation des Nations Unies visant l'amélioration des conditions de vie partout dans le monde (Nino, 2014). Finalement, seulement une vingtaine de messagers de la paix ont été nommés depuis l'instauration du programme, comparativement à 200 ambassadeurs de bonne volonté.

Enfin, le développement des programmes d'ambassadeurs de bonne volonté et de messagers de la paix s'est fait parallèlement à celui des départements régionaux et internationaux de l'ONU qui assument la gestion des communications, des médias, des relations avec les célébrités et des événements spéciaux. Par la suite, les communications et la visibilité de l'organisation ont pris beaucoup d'importance lors du mandat de Kofi Annan<sup>16</sup>, septième secrétaire générale des Nations Unies (1997-2006). Ce dernier percevait les ambassadeurs de bonne volonté et les messagers de la paix comme des atouts pour les communications de l'organisation. Finalement, les célébrités diplomates qui agissent à titre d'ambassadeur de bonne volonté ou de messager de la paix permettent d'interpeller et d'informer des publics difficiles à rejoindre. L'ONU considère, ainsi, l'impact de la publicité générée par ces ambassadeurs comme ayant beaucoup de valeur (Wheeler, 2011).

---

<sup>16</sup> Sous Annan, des conférences organisées par l'ONU à l'intention de célébrités diplomates se sont déroulées au début des années 2000 et s'intitulaient « *celebrity advocacy for the new millennium* » (Alleyne, 2005).

### 1.2.2 Les célébrités diplomates et la diplomatie climatique

Meister (2015, p. 281) s'intéresse à l'augmentation du rôle des célébrités et à la montée d'une culture des célébrités dans les campagnes de communication environnementale et lors de discours publics environnementaux. En effet, les célébrités diplomates auraient, selon lui, le potentiel de diffuser des discours épидictiques, soit des discours ayant une valeur politique réelle, par l'entremise de médias de masse (Meister, 2015). Aussi, il s'intéresse à la dépendance des célébrités diplomates aux médias de masse comme les journaux, les revues, la télévision, Internet, le cinéma et la musique pour faire rayonner leur message (Meister, 2015). En outre, pour Anderson (2011), la voix des célébrités est bien présente dans les débats des changements climatiques et permet aux messages de rayonner et de mener au changement.

En somme, les célébrités diplomates seraient des acteurs non étatiques présents dans différents milieux diplomatiques. De plus, bien que leur légitimité soit débattue, plusieurs les perçoivent comme des catalyseurs des communications d'enjeux internationaux, tels que ceux des changements climatiques. Dans le cadre de cette recherche, nous souhaitons étudier le phénomène des célébrités diplomates et leurs engagements en diplomatie climatique, plus précisément lors d'une COP. Enfin, ce sont les enjeux de communication des célébrités diplomates lors des COP qui nous intéressent.

### 1.3 Enjeux de communication

Cette recherche s'intéresse à quelques aspects communicationnels des thèmes abordés dans les sections précédentes. L'approche communicationnelle permet de comprendre ces phénomènes en se demandant en quoi et comment les processus de la communication interviennent (Mucchielli, 2009). Finalement, les enjeux de communication internationale et de communication environnementale des célébrités diplomates sont abordés.

### 1.3.1 Enjeux de communication internationale

Au cours des dernières décennies, le développement des réseaux de communication à travers le monde a rendu la communication internationale omniprésente. De plus, pour Mowlana (1997), la communication internationale, comme champ d'études, découle des recherches en relation internationale, dont celles liées aux enjeux de diplomatie. De même, selon Hsab et Stoiciu (2011, p.11) : « l'international réfère à une situation de communication qui, à différents niveaux, met en contact des cadres étatiques distincts, des relations entre nations, desquelles découlent toute une série de problématiques ayant lien avec des acteurs, des gouvernements, des organisations et des groupes inter ou multinationaux ». La communication internationale est étudiée en tenant compte du contexte, d'idéologies et d'enjeux stratégiques. Elle s'intéresse à la modernité, à la coopération internationale, aux organismes internationaux et aux questions de spécificité et de diversité culturelle (Hsab et Stoiciu, 2011).

Les enjeux de mondialisation, l'explosion des nouvelles technologies et les nouvelles alliances et mises en scène du pouvoir sont, selon Charron et Brunel (2002), certains thèmes importants des recherches des communications internationales. De plus, la communication internationale doit s'adapter au contexte mondial caractérisé par la mondialisation, la crise de l'État-nation, les avancées technologiques, la contestation écologique, le progrès du féminisme, les nouvelles formes de gouvernance et le niveau de développement de tous les pays. D'ailleurs, sur le plan politique, les nouveaux moyens de communication changent les relations entre les États, les citoyens et les organismes internationaux (Charron et Brunel, 2002). Parallèlement, selon Agbobli (2015, p. 67) : « la communication internationale ne se limite plus aux puissances étatiques classiques et aux médias traditionnels, mais intègre de nouveaux acteurs étatiques, de nouvelles organisations, ainsi que de nouveaux enjeux ». Il fait ressortir le lien qui existe entre la tradition de recherche et les enjeux qui marquent le monde dans le champ de la communication internationale.

Par ailleurs, pour Kellner (2010), les célébrités diplomates sont des acteurs importants des communications internationales. Elles sont aptes à répondre aux besoins de conscientisation grandissants des populations au sujet des enjeux environnementaux et climatiques. Enfin, ce projet est réalisé dans le cadre d'études en communication internationale. Il étudie les célébrités diplomates dans un contexte de conférence internationale sur les changements climatiques.

### 1.3.2 Enjeux de communication environnementale et climatique

Ce projet s'intéresse également à un type de communication environnementale qui se déroule lors des COP, soit les communications sur les changements climatiques. En effet, les communications des changements climatiques s'insèrent dans le champ plus large des communications environnementales (Cox et Depoe, 2015). De plus, selon Kane (2016), la communication environnementale constitue une préoccupation relativement récente où la place des changements climatiques gagne en importance. Également pour Kane (2016), les communications environnementales regroupent des thématiques et des acteurs diversifiés. Aussi, elle considère et elle est influencée par les mouvements sociaux, l'opinion publique, la gestion de risques, les relations de pouvoir, les relations de signification et les constructions sociales. D'ailleurs, les différentes catégories d'acteurs de l'espace public mobilisent des stratégies dans le but de renforcer leur légitimité par rapport aux enjeux climatiques à travers l'adhésion de l'opinion publique (Kane, 2016). En outre, en communication environnementale, Kane (2016) s'interroge sur l'influence qu'ont certains acteurs sur l'agenda d'autres acteurs et sur l'établissement des préoccupations sociales et des sujets débattus. Enfin, Cox, Pezzullo (2015) et Kane (2016) s'intéressent à une sphère publique dite « verte » et aux différentes voix<sup>17</sup> que l'on y retrouve.

---

<sup>17</sup> Les membres de la société civile et les citoyens, les groupes environnementaux, les scientifiques et les discours scientifiques, les entreprises et les groupes de pression, les médias et les journalistes

D'ailleurs, certains auteurs s'intéressent aux divers aspects des communications environnementales et climatiques (Cox et Depoe, 2015). Le cadrage et les techniques de persuasion, qui permettent d'augmenter la compréhension des phénomènes climatiques et la volonté d'agir du public, ont suscité l'intérêt des recherches en communication des changements climatiques (Russill, 2008 et Hetch, 2012). D'autres se sont intéressés à la compréhension, aux méthodes de transmission de l'information ou encore à l'éducation sur les changements climatiques (Pruneau, Demers et Khattabi, 2008; Kane, 2016).

Cox et Pezzullo (2015), quant à eux, affirment que la communication sur l'environnement tient compte du langage utilisé, des images véhiculées, des manifestations tenues et des recherches scientifiques mobilisables. Ils les considèrent comme des actions symboliques<sup>18</sup> pour l'environnement. De plus, pour Cox et Pezzullo (2015), les enjeux environnementaux sont perçus par une population selon le niveau d'accès à l'information et selon les types de productions culturelles auxquelles elle est exposée (les médias, le cinéma, les réseaux sociaux, les débats publics et les rencontres quotidiennes). En effet, la construction<sup>19</sup> des référents culturels sur l'environnement et leurs représentations peuvent passer par la culture d'une société (Cox et Pezzullo 2015).

D'ailleurs, l'apport des activistes (*advocates*), tels que les célébrités diplomates peut être un atout lors d'une campagne de communication sur des enjeux de protection de

---

environnementaux, les étudiants et les groupes académiques et finalement les mouvements anti-environnementaux et les critiques des changements climatiques (Cox et Pezzullo, 2015; Kane, 2016).

<sup>18</sup> Le fait de parler d'environnement ne se ferait jamais vraiment sans poser une action (Cox et Pezzullo, 2015).

<sup>19</sup> La communication environnementale est définie comme étant pragmatique et constructive : pragmatique, parce que la communication environnementale a une disposition à éduquer, à alerter, à convaincre et à aider à la résolution de problème; et constructive, parce que la communication environnementale aide à la compréhension des enjeux environnementaux caractérisée par des valeurs (Cox et Pezzullo, 2015).

l'environnement, ou plutôt lors d'une campagne de plaidoyer (Cox; Pezzullo, 2015 p. 180). Cox et Pezzullo la décrivent comme un : « *strategic course of action, involving communication, which is undertaken for a specific purpose or objective* » (Cox et Pezzullo 2015, p. 181). La campagne de plaidoyer regroupe l'ensemble des actions, des communications et des stratégies conçues par une organisation dans le but de provoquer un mouvement de soutien pour une cause, un enjeu, une politique, une proposition de loi, etc. (ONU Femme, s.d.). Ainsi, selon Cox et Pezzullo (2015), la portée planétaire et l'influence de la culture populaire augmentent significativement l'exposition et l'influence des messages environnementaux propagés par des vedettes internationales ou comme dans cette recherche, des célébrités diplomates. Celles-ci ont la possibilité de rejoindre des canaux de communications internationales liés à la culture et des canaux de communications non conventionnels, pour le monde de la diplomatie, tels que certains médias de masse et réseaux sociaux.

Selon Cox et Pezzullo (2015), les campagnes de plaidoyer sont caractérisées par un ensemble d'actions stratégiques qui vont au-delà des critiques et des questionnements du discours critique. Les défenseurs (*advocates*) y participant en les célébrités diplomates ont la capacité de faire rayonner une campagne de plaidoyer sur des enjeux environnementaux et climatiques en attirant l'attention des médias et en communiquant l'urgence des enjeux climatiques. En effet, d'après Cooper (2008), la simple présence d'une célébrité diplomate a le potentiel de créer une nouvelle. Meister (2015) souligne que la médiatisation et l'impact culturel des célébrités diplomates sont des éléments significatifs des campagnes de plaidoyer.

De plus, Cox et Pezzullo (2015) présentent le plaidoyer climatique, comme un type de communication environnementale permettant de convaincre et de débattre d'idées, de politiques et de valeurs relatives à l'environnement. Ce type de communication serait un outil important pour de nombreuses organisations. Les auteurs parlent de

trois principaux genres de mode de plaidoyer soit, 1) les campagnes passant par les canaux politiques et légaux, 2) les campagnes de conscientisation et menant à l'action, et 3) les campagnes visant le marché et les consommateurs. Ces derniers englobent plusieurs modes de plaidoyer<sup>20</sup> qui se distinguent par leur but, leur communication et leur public (Cox & Pezzullo, 2015).

Finalement, il n'est pas rare qu'une campagne de plaidoyer s'associe à des célébrités diplomates comme stratégie de diffusion des messages. Par ailleurs, une campagne de plaidoyer climatique peut faire effet de forums publics et de voie de communication visant un changement social, la conscientisation et l'éducation. Enfin, il est important de considérer le but, le public, le cadrage, les messages, les émetteurs, les canaux de communication et les effets escomptés dans l'étude des campagnes de plaidoyer climatiques (Moser, 2010; Moser et Dilling, 2015).

#### 1.4 Questions de recherche

Ce projet s'inscrit dans une perspective communicationnelle. Il s'intéresse aux processus communicationnels qui émergent lorsque des célébrités diplomates prennent part aux conférences des parties à la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques. En effet, plusieurs types de communications se déroulent lors de ces événements internationaux. Ce travail vise à les mettre en lumière. De plus, nous cherchons à distinguer et à différencier les célébrités diplomates impliquées lors des COP. Nous nous interrogeons sur leur présence, leur rôle et les actions qu'elles posent.

Ceci nous amène à la question suivante :

---

<sup>20</sup> 1) La législation (legislation), la mitigation (litigation), les politiques électorales. 2) Le discours critique, les campagnes d'éducation publique, l'action directe (direct action), les événements médiatiques, les organismes communautaires. 3) La consommation verte et la responsabilité sociale des entreprises. (Cox et Depoe, 2015).

Quelles sont les modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates lors des COP?

Ainsi, le projet s'intéresse aux célébrités diplomates, à leurs communications, à leurs messages et à leur participation lors des COP15 et COP21. Les sous-questions générales suivantes, liées à nos objectifs de recherche, permettent d'approfondir le sujet en s'interrogeant sur :

Quels types de célébrités diplomates retrouve-t-on lors des COP?

À quelles stratégies d'intervention et de communication les célébrités diplomates participent-elles?

Quels sont les objectifs et les publics cibles des stratégies de mobilisation et de communication?

Quels modes de plaidoyer retrouve-t-on dans les apparitions des célébrités diplomates?

Quels sont les messages récurrents qui ressortent des communications des célébrités diplomates lors des COP?

## CHAPITRE II

### CADRE CONCEPTUEL

Ce chapitre présente le cadre conceptuel retenu afin d'étudier les célébrités diplomates qui s'engagent pour la cause du changement climatique lors des COP. Effectivement, ces célébrités sont des acteurs de la diplomatie climatique qui participent aux conférences des parties (COP) et aux activités les entourant. Afin de mettre en lumière leurs modalités communicationnelles d'intervention, certains concepts sont retenus. Dans un premier temps, nous mobilisons des auteurs pour l'étude des célébrités diplomates. D'une part, afin de distinguer les types de célébrités que nous pourrions retrouver, Cooper (2008, 2013, 2015) et Wheeler (2011) permettent d'étudier les célébrités diplomates. D'autre part, Sapiro (2009) permet d'étudier ces acteurs de la diplomatie climatique selon la figure de l'intellectuel. En effet, pour cette auteure, les célébrités peuvent faire partie des intellectuels de notre époque.

Dans un second temps, nous mobilisons des auteurs afin d'étudier les modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates. Cox et Pezzullo (2015) permettent d'aborder les campagnes de communication de type plaidoyer environnemental, tandis que Pruneau, Demers et Khattabi (2008) permettent d'étudier les messages climatiques. Enfin, la littérature mobilisée pour le cadre conceptuel nous permet de raffiner et de présenter les questions spécifiques de notre recherche.

## 2.1 La célébrité diplomate

D'abord, les travaux de Cooper (2008, 2013, 2015) et Wheeler (2011) sur le phénomène des célébrités diplomates sont utilisés afin de distinguer différents types de célébrités diplomates lors des COP. Par la suite, la figure de l'intellectuel présenté par Sapiro (2009) permet d'explorer l'engagement des célébrités aux COP.

### 2.1.1 Les types de célébrités diplomates

D'une part, Cooper (2008, 2015) distingue quatre types de célébrités diplomates. Premièrement, il identifie les autorités académique, soit les scientifiques qui deviennent célèbres grâce à leur implication dans la défense d'une cause. Ces derniers sont perçus comme les chiens de garde du monde intellectuel (*intellectual gatekeeper*). Ils s'associent fréquemment à des célébrités plus connues, afin de mieux propager leurs messages. Deuxièmement, il y a les célébrités vedette, soit de type «*feel good*». Elles sont décrites comme des amateurs ou des enthousiastes, parfois perçues comme des imposteurs illégitimes, sans crédibilité ou rôle officiel. Troisièmement, il y a un type de célébrités diplomates hybrides, c'est-à-dire qu'il n'y a pratiquement plus de différence entre le travail qui rend une personnalité célèbre et son engagement dans la cause qu'elle défend. Ses connaissances et sa compréhension des enjeux et du contexte influencent sa crédibilité dans la défense d'une cause. Par exemple, aujourd'hui il est difficile de dissocier le chanteur Bono de son engagement politique et humanitaire. Quatrièmement, il y a les célébrités diplomates qui proviennent du milieu des affaires. Ces philanthropes offrent d'énormes sommes pour les causes défendues. Eux aussi s'associent souvent à d'autres types de célébrités diplomates capables de créer un engouement pour un événement (Cooper, 2008).

Tableau 2.1 Types de célébrités diplomates et leurs caractéristiques

| Types                                  | Caractéristiques   |
|--|--|
| Célébrité diplomate scientifique (CDS) | Les CDS sont des scientifiques provenant de champs variés qui apportent de la crédibilité aux causes défendues grâce à leurs connaissances et à leurs expertises. Elles s'associent souvent à d'autres types de CD pour augmenter leur potentiel de visibilité qui est souvent faible.   |
| Célébrité diplomate vedette (CDV)      | Les CDV sont des vedettes provenant de milieux variés (sport, cinéma, musique, art, etc.) dont l'avantage est de créer une occasion de nouvelle grâce à leur popularité. Par contre, elles ne sont pas très impliquées dans les causes défendues et elles n'ajoutent pas de crédibilité aux messages.  |
| Célébrité diplomate hybride (CDH)      | Les CDH sont des personnalités très connues qui viennent de différents milieux et dont l'engagement pour une cause est omniprésent. Leur compréhension des enjeux débattus et leur implication continue pour les causes auxquelles elles s'engagent influencent leur crédibilité. De plus, elles sont des influenceuses qui ont la capacité d'attirer l'attention sur les enjeux défendus. |
| Célébrité diplomate philanthrope (CDP) | Les CDP sont des gens d'affaires venant de différents milieux dont l'apport principal est le support financier aux causes défendues. Sauf exception, elles n'ont pas une grande visibilité et elles s'associent souvent à d'autres types de CD pour remédier à la situation.   |

(Inspiré de Cooper, 2008)

D'autre part, Wheeler (2011) définit deux types de célébrités diplomates qui ont une affiliation à l'ONU, soit les messagers de la paix et les ambassadeurs de bonne volonté. Ces derniers ont pour objectif la diffusion de la mission de l'ONU à travers les médias de la planète. Ils proviennent du monde des arts, des lettres, des sciences, du spectacle, des sports et d'autres secteurs de la vie publique. Ils ont le potentiel de faire rayonner des campagnes de communication et ils influencent l'ordre du jour des débats diplomatiques. Les publics visés par ces messagers et ambassadeurs varient, allant des chefs d'État, aux décideurs et aux diplomates. Finalement, ces représentants de l'ONU ont démontré leur capacité à promouvoir des discours alternatifs et à faire des interventions diplomatiques pertinentes et influentes au regard de la communauté internationale (Wheeler, 2011).

Enfin, Cooper (2008, 2015) affirme qu'il existe aussi d'autres types d'affiliations entre des célébrités diplomates et des organisations. Premièrement, celles qui s'associent à des ONG ou des entreprises qui s'impliquent pour une cause. Deuxièmement, les célébrités qui s'impliquent pour une cause de manière indépendante. Le tableau suivant met en relation les désignations de célébrités diplomates et leur affiliation à un organisme.

Tableau 2.2 Désignations et affiliations des célébrités diplomates

| Désignations                        | Affiliations  |
|-------------------------------------|---|
| Ambassadeur de bonne volonté        | Nommé par les directeurs des fonds, des programmes et des institutions spécialisés de l'ONU |
| Messenger de la paix                | Nommé par le secrétaire général de l'ONU  |
| Ambassadeur d'une ONG ou entreprise | Partenaire d'une ONG ou d'une compagnie   |
| Membre de la société civile         | Sans affiliation  |

(Inspiré de Wheeler, 2011)

En somme, le fait d'associer une célébrité présente lors d'une COP à un type de célébrité diplomate permet de faire ressortir ses caractéristiques et d'analyser ses modalités communicationnelles d'intervention. Par ailleurs, la figure de l'intellectuel, dont Sapiro (2009) présente l'évolution, permet également d'étudier une célébrité qui s'engage pour le climat lors d'une COP. Notamment, il existe des similitudes entre certaines célébrités diplomates et la figure de l'intellectuel que nous présentons dans la section suivante.

### 2.1.2 La figure de l'intellectuel

Nous abordons la figure de l'intellectuel comme un second outil nous permettant d'étudier les célébrités qui s'engagent pour la cause du changement climatique lors des COP. Nous considérons trois types d'intellectuels dont Sapiro (2009) présente les caractéristiques et les modes d'intervention.

Pour en arriver à ces types d'intellectuels, Sapiro (2009) présente l'évolution de la figure d'intellectuel depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle en se référant à de nombreux auteurs, dont Sartre (1948) et Foucault (1984). Initialement, la figure de l'intellectuel est attribuée à un individu moral qui occupe un emploi quelconque et qui prend position sur le monde et ses enjeux en sortant de son domaine de compétence. En effet, ce n'est pas le métier, mais bien l'attitude et l'engagement qui caractérisent l'intellectuel. En outre, parmi les intellectuels, la tension entre pensée et action est au centre des débats sur leurs engagements. Pour Sartre, l'intellectuel ne peut pas ne pas être engagé. Puisqu'il a le pouvoir de dévoiler le monde, il a le devoir de s'engager. De façon similaire, pour Foucault, l'intellectuel peut se faire entendre, il informe et donne son point de vue.

Sapiro (2009, p.11) affirme que de nos jours, les artistes (écrivains, musiciens, cinéastes) mobilisés pour une cause sont un exemple de l'évolution de l'intellectuel. Aussi pour Sapiro, la démocratisation de la scolarisation, le développement des universités, la montée du paradigme scientifique et l'industrialisation contribuent à faire valoir le pouvoir symbolique de l'intellectuel, c'est-à-dire sa capacité à influencer dont découle le mode d'intervention. Leur évolution les classifie même comme une catégorie sociale à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle (Sapiro, 2009, p.9).

Le milieu de provenance de l'intellectuel évolue avec la figure. Il peut être associé autant aux professions libérales, qu'aux champs scientifiques, aux milieux financiers ou aux milieux de la création culturelle. De façon similaire les célébrités diplomates

peuvent aussi être issues de différents champs scientifiques, du monde des affaires, de milieux artistiques et autre. La mobilisation pour une cause et l'engagement sont propres à l'intellectuel comme à la célébrité diplomate. Ce parallélisme rend intéressant de considérer la figure de l'intellectuel dans l'étude des célébrités diplomates mobilisées lors des COP et leurs caractéristiques.

#### 2.1.2.1 Les caractéristiques de l'intellectuel

L'intellectuel se distingue par trois facteurs, soit le capital symbolique, le niveau d'autonomie et le degré de spécialisation (Sapiro, 2009). Ces caractéristiques influencent le mode d'intervention de l'intellectuel et son type.

Premièrement, l'intellectuel possède un capital symbolique, soit un niveau d'autorité charismatique (influence) auprès d'un public. C'est sa capacité à influencer qui dicte la forme de sa prise de position et les modalités de l'engagement (individuel ou collectif). Plus l'intellectuel a un haut capital symbolique, plus il est en mesure d'agir seul. Au contraire, un bas capital symbolique demande des actions de groupe. L'intervention individuelle est de l'ordre du discours, de l'entrevue ou de l'article. Le mode d'intervention collectif se réfère plutôt à la manifestation ou à la pétition. Le capital symbolique individuel relève soit du titre (diplômes, distinctions, position universitaire, appartenance à des académies), soit du renom (reconnaissance du nom propre). Ces traits influencent le capital symbolique, qui détermine le mode d'intervention. Le titre, l'expertise, l'affiliation à un organisme ou encore le charisme de l'intellectuel jouent aussi sur le capital symbolique. Enfin, le capital symbolique est similaire au potentiel de visibilité chez les célébrités diplomates. Ce dernier influence les actions des célébrités diplomates.

Deuxièmement, le niveau d'autonomie de l'intellectuel est déterminé par rapport à la demande politique extérieure. C'est le second facteur de différenciation des intellectuels. Cette caractéristique met en opposition l'intellectuel qui adopte la vision

d'une institution et l'intellectuel individuel qui agit seul grâce à son capital symbolique. L'intellectuel hétéronome s'engage au sein d'une organisation (ex. : prêtre) de manière collective. L'intellectuel autonome a plus de liberté dans les modalités et formes d'engagements. Chez les célébrités diplomates, plus un individu a de potentiel de visibilité plus il est autonome. Il contrôle son engagement et est libre de son mode d'intervention. Une célébrité avec un moins grand potentiel de visibilité est hétéronome. Par exemple, une scientifique renommée dans son milieu mais peut-être moins ailleurs doit recourir à des modes d'interventions collectifs ou s'associer à d'autres célébrités pour faire passer son message.

Troisièmement, le niveau de spécialisation de l'intellectuel sur le plan professionnel influence le mode de mobilisation. Parmi les activités les plus spécialisées, on retrouve le droit ou la médecine. Une activité moins spécialisée serait la littérature. Sapiro parle des professions des intellectuels allant des professions libérales (médecins, avocats, comptables, etc.) aux métiers de création (écrivains, musiciens, artistes, cinéastes). Pour toutes ces professions, la mobilisation en tant que corps professionnel s'oppose à l'engagement individuel du mode charismatique. Le mode charismatique individuel comporte un risque d'usurpation qui lui donne moins de reconnaissance que le corps professionnel peut avoir. Enfin, plus l'intellectuel est spécialisé, plus sa rhétorique de justification sera basée sur un savoir spécialisé.

En somme, le type d'intellectuel et le mode d'intervention dépendent du niveau d'autonomie, du capital symbolique et du niveau de spécialisation. Ces trois facteurs évoluent et les types de figures intellectuelles ne sont pas exclusifs. Il est possible qu'un intellectuel possède des caractéristiques de différents types successivement ou simultanément, sans problème. Enfin, nous ne pouvons pas affirmer que toute célébrité diplomate est aussi figure intellectuelle, mais nous nous intéressons aux similitudes entre ces concepts.

### 2.1.2.2 Les types d'intellectuels de Sapiro

Tel que nous l'avons mentionné, Sapiro mobilise les concepts de capital symbolique, d'autonomie et de niveau de spécialisation pour distinguer divers types d'intellectuels.

Sapiro propose 5 types d'intellectuels, dont **l'intellectuel**; **l'intellectuel organique**; **l'expert**; **l'intellectuel spécifique**; et **l'intellectuel collectif**. Nous ne retenons que trois d'entre eux. Ainsi, nous ne considérons ni l'intellectuel ni l'intellectuel collectif. L'intellectuel se rapproche plus à la figure plus traditionnelle, réservée à l'écrivain pour qui la revue est le lieu de prédilection. Il survient en période de crise de manière sporadique. Il s'applique donc moins au contexte de notre recherche et à la figure de la célébrité diplomate. L'intellectuel collectif propose une forme d'action collective fondée sur le cumul des compétences dans un domaine de connaissance déterminé. Il se rapporte au groupe. Comme nous nous intéressons à des individus dans le cadre de cette recherche, la figure collective ne sera pas retenue .

Les 3 types d'intellectuels considérés sont **l'intellectuel organique**, **l'expert**, et **l'intellectuel spécifique**.

L'intellectuel organique illustre et défend la ligne idéologique de son organisation. En tant que telle, cette figure adopte la vision de l'organisation et doit parfois mettre de côté ses croyances personnelles. Cela arrive lorsqu'il y a déchirement moral entre valeurs personnelles et intérêts de l'organisation. Toutefois, le capital symbolique influence les modalités et les formes d'engagement de l'intellectuel organique. Il lui confère l'autorité de prendre position et influence sa capacité de mobilisation. En effet, l'intellectuel organique ne forme pas une catégorie homogène du point de vue des modalités d'intervention et des formes d'engagements. Plus l'intellectuel a un haut capital symbolique, plus il est autonome de dire et faire ce qu'il pense et plus il se rapproche d'autres figures intellectuelles (expert ou intellectuel spécifique). Pensons aux tentatives de l'intellectuel organique catholique d'acquérir une

autonomie relative au sein de l'Église (ex. : intellectuel vs militant catholique). La renaissance littéraire catholique a permis l'émergence d'une figure d'intellectuelle spécifique au sein de l'Église. Par rapport à la célébrité diplomate, on peut reconnaître des caractéristiques de l'intellectuel organique chez celle qui s'associe à l'Organisation des Nations Unies à titre d'ambassadeur de bonne volonté ou de messenger de la paix.

Deuxièmement, il y a l'expert. Il est dit expert parce qu'il est spécialisé dans un domaine. Son capital symbolique est relié à la nomination ou l'obtention d'un diplôme, d'une distinction, d'un poste universitaire ou encore à l'appartenance à une académie. Notamment, la neutralité de l'expert est signe du caractère scientifique de son analyse et de ses interventions. Il fonde son jugement sur un savoir scientifique ce qui lui permet d'informer les détenteurs du pouvoir décisionnel.

L'expert peut venir de nombreux milieux (génie, haute fonction publique, économique, médecine, statistique, droit, sociologie. etc.). Plus le capital symbolique de l'expert est bas, plus il tend à observer une neutralité et une rigueur scientifique dans ses interventions. Le respect de la méthode scientifique et l'objectivité caractérisent le pôle hétéronome. C'est-à-dire que l'intellectuel qui est hétéronome fonde son jugement sur un savoir scientifique qui lui permet d'informer les détenteurs du pouvoir décisionnel et de fournir les fondements « scientifiques » des politiques publiques (Sapiro, 2009).

Plus l'expert a un capital symbolique élevé, plus il est libre d'émettre son opinion personnelle et donc de s'éloigner de la neutralité. Cela le rapproche d'autres figures intellectuelles telles que l'intellectuel spécifique. Il est alors plus autonome. On reconnaît des similitudes entre l'expert plus autonome et la célébrité diplomate scientifique. Celle-ci vient d'un milieu académique et devient célèbre grâce à son implication dans la défense d'une cause. Ces célébrités sont perçues comme les

gardiens du monde intellectuel. Intellectuel non pas au sens de la figure mais en ce qui concerne les choses de l'esprit.

Troisièmement, il y a l'intellectuel spécifique. Celui-ci est autonome parce qu'il n'est pas affilié à l'État, à un appareil politique ou à une organisation et qu'il est libre de penser et de s'exprimer. Cette figure d'intellectuel apparaît en réaction à la figure de l'Expert. Sa critique se veut spécifique et non globale. Elle s'encre dans un savoir spécialisé. Le rôle de l'intellectuel spécifique est : « de repenser les catégories d'analyse du monde social et de redéfinir les problématiques pertinentes, contre les idées reçues et les schèmes de perception routiniers » (Sapiro, 2009, p.28).

Il prend part à l'action politique fondée sur un savoir spécialisé sur le monde social en tant que citoyen. Il s'implique dans des luttes de droit et s'engage pour des causes. Il permet l'émergence d'une contre-expertise au service de ceux qui sont dépossédés des moyens d'expression. Son capital symbolique lui permet d'informer et de se faire entendre. Il peut écrire dans les journaux, il donne son point de vue, il détient un savoir et il permet de faire rayonner le savoir de groupes spécifiques. Son mode d'intervention privilégié est la contre-expertise et le relais de la parole des dominés. Le capital symbolique peut-être fondé sur une renommée internationale au service d'un combat ou d'enjeux de société comme la mondialisation ou les changements climatiques. Ce type d'intellectuel s'associe le plus facilement à la célébrité diplomate, telle que la célébrité diplomate scientifique ou la célébrité diplomate philanthrope, en raison de son expertise, mais aussi sa prise de position pour une cause.

Tableau 2.3 Les types d'intellectuels et leurs caractéristiques

| Type d'intellectuel     | Caractéristiques  | Hétéronomie / autonomie |
|-------------------------|---|-------------------------|
| Intellectuel spécifique | -membre de la société civile.<br>-renom venant du nom propre ou titre.<br>-n'est désigné par personne.<br>-parle en son nom propre.   | autonomie               |
| Intellectuel organique  | -s'associe ou incorpore une institution ou un parti<br>-engagement de type hétéronome (adopte, illustre et défend la ligne idéologique).<br>-propriété sociale (ex. : docteur, architectes, militaire, etc.).<br>-autorité (titre, expertise, affiliation, charisme). | hétéronomie             |
| Expert                  | -possède un diplôme, une distinction, un poste universitaire, l'appartenance à une académie etc.<br>-tend à la neutralité dans ses analyses.  | hétéronomie             |

(Inspiré par Sapiro, 2009)

Ainsi, il est intéressant de faire le lien entre les célébrités diplomates et trois des types d'intellectuels présentés par Sapiro. Nous cherchons à reconnaître des caractéristiques de ces types d'intellectuels chez les célébrités diplomates lors de COP. En somme, nous avons retenu différentes définitions nous permettant de distinguer et d'étudier les CD de différentes manières et selon différentes catégorisations (voir tableau 2.3, p.33). Par contre, afin de comprendre leur engagement, il est nécessaire d'étudier les modalités d'intervention communicationnelle environnementale qui ont lieu lors des conférences sur le climat (COP).

## 2.2 Modalités communicationnelles d'intervention

Afin d'aborder les modalités communicationnelles d'intervention, d'abord, Cox et Pezzullo (2015) présentent des éléments à considérer lors de l'observation des communications des célébrités diplomates lors des COP. Notamment, ils présentent les campagnes de communication environnementale de type plaidoyer, les caractéristiques de ces campagnes puis les différents modèles de plaidoyer. Ensuite,

Pruneau, Demers et Khattabi (2008) permettent d'aborder la communication climatique<sup>21</sup> et ses messages.

### 2.2.1 La campagne de plaidoyer environnemental

Les modalités communicationnelles d'intervention sont les façons ou les manières dont sont effectuées les formes particulières d'action, par une personne, un groupe ou une collectivité, relativement aux communications de masse sur le changement climatique. Afin de les analyser dans notre recherche, des catégories d'observation présentées par Cox et Pezzullo (2015) sont retenues.

Les campagnes s'adressent à un public déterminé que Cox et Pezzullo (2015) classifient en deux types. Le premier comprend les preneurs de décisions, ou les décideurs (*decision makers*). Ceux-ci sont des parties prenantes ayant le pouvoir et la capacité d'agir concrètement sur des enjeux climatiques. Ils proviennent souvent de gouvernements, d'institutions légales, de milieux d'affaires, etc. La stratégie de communication vise alors à influencer les décideurs (Cox & Pezzullo, 2015). Le second public comprend différents groupes de la population, tel que les supporteurs, les défenseurs et les médias. Ce second public a parfois le pouvoir d'influencer les décideurs. En effet, pour les auteurs, il n'est pas rare qu'une campagne s'associe à des professionnels des communications, à des défenseurs ou encore à des membres des communautés pour influencer les décideurs (Cox et Pezzullo, 2015). C'est-à-dire que des membres du second public peuvent influencer ceux du premier.

De plus, une campagne est formée de multiples communications visant la construction et la diffusion d'un message pour l'éducation et la mobilisation d'une population (Rogers et Storey, 1987, cité dans Cox et Pezzullo, 2015).

---

<sup>21</sup> La communication climatique est une catégorie définie de la communication environnementale.

Tableau 2.4 Tableau des publics d'une campagne de plaidoyer

| Public  |  |
|---|--|
| Primaire  | Secondaire   |
| Le premier type de public à identifier est celui ayant le pouvoir de prendre des décisions, les décideurs ( <i>decision makers</i> ). | Le second public comprend différents groupes de la population, telle que les supporteurs, les défenseurs, les médias ou même d'autres campagnes. |

(Inspiré de Cox & Pezzullo, 2015)

### 2.2.2 Les modes de plaidoyer

Cox et Pezzullo (2015) présentent les campagnes de communication visant à conscientiser et mener à l'action « *Public Awareness Campaigns and Actions* ». Ces campagnes aspirent au changement social par l'éducation d'une population. De plus, dans ce genre de campagnes, il est possible de distinguer cinq modes de plaidoyer. Premièrement, il y a le discours critique qui remet en question les comportements, les politiques, les valeurs ou encore les idéologies. Deuxièmement, il y a les campagnes d'éducation publique qui visent à influencer les croyances populaires et les comportements. Troisièmement, il y a l'action *directe* (*direct action*). Pour ce mode de plaidoyer, des actes de protestation, tels que la désobéissance civile, cherchent à influencer les comportements. Quatrièmement, il y a la création d'événements médiatiques. Ce mode peut permettre d'augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence d'une campagne de communication. Enfin, il y a la participation d'organismes communautaires, qui permettent de rallier les citoyens et les résidents pour des causes (Cox et Pezzullo, 2015, tableau 8,1, p179). On retrouve ces différents modes dans le tableau ci-dessous.

Tableau 2.5 Tableau des modes de plaidoyer d'une campagne de communication climatique de conscientisation et pour mener à l'action et de leurs objectifs

| <b>Modes de plaidoyer</b>                 | <b>Objectifs</b>   |
|---|--|
| Le discours critique                      | Remettent en question les comportements, les politiques, les valeurs ou encore les idéologies.     |
| Les campagnes d'éducation publique        | Influencent les croyances populaires et le comportement.   |
| L'action directe ( <i>direct action</i> ) | Visent à influencer les comportements par des actes de protestation, dont la désobéissance civile. |
| Les événements médiatiques                | Cherchent à augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence de la campagne.               |
| Les organismes communautaires             | Rallient les citoyens et les résidents pour des causes.  |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

### 2.2.3 Élément communicationnel de la campagne de plaidoyer

Cox et Pezzullo (2015) étudient un élément central des campagnes de plaidoyer, soit la communication. Celle-ci articule les objectifs de la campagne et tente de convaincre un public précis. Quelques enjeux de communication sont déterminants, soit la mobilisation, la construction de messages, les stratégies et les tactique. Par contre, comme nous l'avons déjà mentionné, cette recherche s'intéresse à une portin d'une camapagne de communication. Ainsi, il est pertinent de considérer les messages et les tactiques.

Selon Cox et Pezzullo (2015), le message est essentiel à toute campagne, car il résume ses intentions, ses valeurs et le contexte pour le public. Il a pour objectif d'éduquer et de convaincre le public visé (Cox et Pezzullo, 2015). De plus, il est souvent court et porteur de significations. Finalement, la construction du message se fait, en tenant compte des valeurs du public et d'un niveau de langage adapté (Cox et Pezzullo, 2015).

Les stratégies discursives et les modes d'interventions sont des éléments centraux à considérer dans l'analyse. Plus précisément, les messages et les tactiques sont des éléments à considérer pour l'étude des communications climatiques de la recherche. Les tactiques sont des actions spécifiques, telles qu'une pétition, un discours ou une manifestation. Le message a pour objectif d'éduquer et de convaincre le public visé (Cox et Pezzullo, 2015).

#### 2.2.4 Communication et message climatique

Il existe différentes constructions de communication permettant de faire passer un message sur les changements climatiques. Notamment, selon Pruneau, Demers et Khattabi (2008) les concepts de base des changements climatiques doivent être explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias<sup>22</sup>. De plus, les concepts d'atténuation et d'adaptation devraient être prépondérants car ils suscitent l'espoir (Pruneau, Demers, & Khattabi, 2008). De même, les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants. En outre, les communications doivent peindre une vision engageante et moralement attrayante. De plus, les messages passent plus facilement s'ils sont conçus pour un public spécifique (lien entre le message et ses récepteurs). Finalement, un message ennuyeux, confondant, trop négatif ou trop complexe peut nuire à la communication sur les changements climatiques (Pruneau, Demers, & Khattabi, 2008).

---

<sup>22</sup> Télévision, journaux, lettre d'information, site Internet, pièce de théâtre ambulante, annonces précédant les films au cinéma, affiches dans les transports publics, etc.

Tableau 2.6 Construction de messages climatiques

|    |  |
|----|--|
| 1. | Le message est court et porteur de significations.   |
| 2. | Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne.   |
| 3. | Le message est créé en tenant compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté.   |
| 4. | Les concepts de base des changements climatiques sont explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias.                                      |
| 5. | Les concepts d'atténuation et d'adaptation sont prépondérants, car ils suscitent l'espoir.   |
| 6. | Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.   |
| 7. | Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.  |
| 8. | Les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messenger et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié. |

(Inspiré de Pruneau, Demers, & Khattabi, 2008)

Par ailleurs, la communication sur le climat doit comprendre quatre messages spécifiques aux changements climatiques (Hassol, 2008, cité dans Pruneau, Demers, & Khattabi, 2008). Premièrement, les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels qui prennent de l'ampleur avec les années. Deuxièmement, les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques. Troisièmement, les humains sont responsables des changements climatiques. Finalement, les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène (Pruneau, Demers, & Khattabi, 2008).

Tableau 2.7 Tableau des messages spécifiques aux changements climatiques

| Messages spécifiques aux changements climatiques |  |
|--|--|
| 1.   | Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années. |
| 2.   | Les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques.  |
| 3.   | Les humains sont responsables des changements climatiques.   |
| 4.   | Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.             |

(Inspiré de Pruneau, Demers, & Khattabi, 2008).

### 2.2.5 Enjeux de communication internationale

Il est à noter que nous étudions ces figures dans un contexte de communication internationale et interculturelle. Mowlana parle de la communication internationale et interculturelle comme d'un échange d'information, d'opinions et d'attitudes entre et parmi les peuples, les nations et les cultures (cité dans Agbobli, 2019). C'est naturellement le cas pour les célébrités diplomates aux COP. La structure derrière laquelle se déroulent les échanges et communications internationales et interculturelles est l'ONU et les événements dans lesquels ils sont considérés sont les COP. En effet, la communication internationale et interculturelle comprend, entre autres, l'ensemble des domaines des industries culturelles qui recoupe notamment les célébrités diplomates, mais aussi « les échanges éducatifs, artistiques et culturels, incluant notamment des conférences et des organisations internationales [...] »(Mowlana, cité dans Agbobli, 2019).

Nous nous concentrons sur les messages et le cadre d'interaction. Effectivement, Hsab et Stoiciu (2011) affirment que la communication internationale est étudiée en tenant compte du contexte, d'idéologies et d'enjeux stratégiques. Elle s'intéresse notamment aux organismes internationaux tels que l'ONU et d'autres présents aux COP. D'ailleurs, sur le plan politique, les nouveaux moyens de communication changent les relations entre les États, les citoyens et les organismes internationaux

(Charron et Brunel, 2002). Rappelons que, pour Kellner (2010), les célébrités diplomates sont des acteurs importants des communications internationales. Elles sont aptes à répondre aux besoins de conscientisation grandissants des populations au sujet des enjeux environnementaux et climatiques. Nous considérons le contexte et ces échanges dans notre analyse.

Pour conclure, afin d'étudier les célébrités diplomates qui s'engagent pour la cause du changement climatique lors des COP, il faut pouvoir étudier les célébrités ainsi que leur communication. Pour ce faire, nous considérons les célébrités diplomates de Cooper (2008, 2013, 2015) et de Wheeler (2011), ainsi que les intellectuels de Sapiro (2009). Par la suite, nous considérons des éléments des campagnes de plaidoyer environnemental de Cox et Pezzullo (2015) et les messages climatiques de Pruneau, Demers et Khattabi (2008). Les définitions spécifiques et les catégorisations que nous avons mobilisés dans ce cadre théorique nous permettront d'analyser à la fois les caractéristiques des célébrités diplomates et leurs modalités communicationnelles. De plus, grâce à notre cadre conceptuel, nous pouvons également préciser certaines de nos sous-questions de recherche. Les questions spécifiques suivantes que nous avons raffinées guideront donc notre analyse et notre discussion sont :

- 1) Quels types de célébrités diplomates retrouve-t-on lors des COP?
- 2) Quels sont les modes de plaidoyer, les tactiques et les publics associés aux communications des célébrités diplomates?
- 3) Quels sont les liens entre le message et le mode de plaidoyer utilisé?
- 4) Quels sont les liens entre le public et le mode de plaidoyer utilisé?
- 5) Quels messages récurrents ressortent des communications des célébrités diplomates?
- 6) Ces messages sont-ils spécifiques de la communication climatique?

## CHAPITRE III

### MÉTHODOLOGIE

Ce chapitre présente la méthodologie retenue pour notre recherche. Nous commençons par présenter l'approche méthodologique retenue, soit une stratégie de recherche qualitative basée sur une étude de cas multiples. Nous présentons et justifions la sélection des cas. Également, ce chapitre présente les deux méthodes retenues pour collecter et analyser nos données : l'analyse documentaire et l'analyse qualitative de contenu. Il discute également de la sélection et de l'analyse du corpus. Enfin, nous terminons en énumérant les limites de cette recherche.

Notre recherche a pour objectif d'observer la présence des célébrités diplomates et leurs modalités communicationnelles d'intervention au cours des COP. Ces conférences ont pour thème les enjeux du changement climatique, dont l'étude se fait généralement selon une vision de la réalité objective et mesurable. Par contre, comme nous nous intéressons aux modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates dans le cadre de débats internationaux sur le changement climatique, nous considérons qu'une construction subjective des phénomènes nous permet mieux de connaître le sujet par rapport à notre perspective. Il s'agit d'une perspective constructiviste. De ce fait, nous considérons que notre rapport au monde dépend du temps et de l'espace. De plus, nous ne pouvons pas être entièrement objectifs, les construits sociaux et la définition des symboles se font selon notre langue, nos connaissances et notre parcours (Benoit, 2004). Ainsi, une perspective constructiviste guide la recherche dans l'étude des réalités observables (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007).

Notre interprétation se base sur l'observation, la description et l'analyse des phénomènes communicationnels lors de deux COP sélectionnées, soit la COP15 et la COP21. Elle vise à faire ressortir l'engagement des célébrités diplomates en diplomatie climatique. Ainsi, nous nous demandons : **quelles sont les modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates lors des COP15 et COP21?** Afin de répondre à cette question, la construction de connaissances est faite par une stratégie de recherche qualitative. L'approche qualitative est privilégiée car elle tend à dégager une interprétation du corpus, lui permettant de donner un sens aux données récoltées (Mongeau, 2008). Aussi, elle permet de comprendre les phénomènes étudiés dans leurs contextes. Les connaissances produites proviennent de la construction de réalités observées. En outre, la validité et la reconnaissance de ces connaissances dépendent de la rigueur de la méthodologie (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007). Enfin, l'impact social de la recherche est la compréhension du phénomène selon la réalité du chercheur.

### 3.1 Stratégie de recherche qualitative

La recherche qualitative concerne toute recherche empirique en sciences humaines et sociales qui a une optique compréhensive; aborde l'objet d'étude de manière large; récolte des données qualitatives; analyse qualitativement les données; et finalement, débouche sur un récit ou une théorie (Mucchielli, 2009). Pour notre recherche, le but était d'étudier, dans son contexte, les modes d'engagements et les communications de célébrités diplomates lors de deux COP sélectionnées. Aussi, la recherche qualitative permet de comprendre le phénomène étudié en faisant appel à des méthodes qualitatives telles que des techniques de collecte de données et d'analyse qualitative (Mucchielli, 2009). Ces dernières permettent généralement de répondre au « comment » et « en vue de quoi » d'un phénomène. D'une part, dans le cadre de ce projet, la démarche de recherche utilisée est l'étude de cas. Aussi, pour sa réalisation,

les techniques d'analyse documentaire et d'analyse qualitative de contenu ont été employées.

### 3.2 Démarche de la recherche : l'étude de cas

L'étude de cas est la démarche de recherche préconisée par ce projet. Elle a permis d'étudier le phénomène des célébrités diplomates et leurs communications dans le contexte international des conférences des parties à la CCNUCC. En effet, cette démarche cherche à répondre au comment ou au pourquoi d'un phénomène (Mucchielli, 2009, Yin, 2011). Dans l'étude de cas, la collecte de données, la mise en forme et le traitement de l'information tendent à présenter un phénomène contemporain dans son contexte au moyen de sources d'information multiples (Yin, 2011). Parce que l'objet d'étude est déterminé par des phénomènes historiques, politiques, économiques, culturels et sociaux, la réalité observée n'est pas neutre. Dans cette recherche, nous ne souhaitons pas seulement observer les communications et les phénomènes, nous les considérons dans le contexte. D'une part, nous avons tenté de mettre les phénomènes en évidence. D'autre part, nous avons interprété les observations au moyen du cadre conceptuel établi (Benoit, 2014). En somme, la compréhension consiste à rechercher, observer et s'informer afin d'élucider le réel, soit une construction de sens de l'objet d'étude.

#### 3.2.1 Le choix des cas

L'étude de cas permet de décrire les cas choisis par la description des événements qui s'y déroule. L'explication et l'analyse de l'information récoltée permettent de faire des liens entre les phénomènes étudiés (Mucchielli, 2009 p.116). Le choix d'un cas se fait selon son potentiel d'apprentissage, soit la qualité du cas et l'enrichissement qu'il apporte à la construction de sens (Mucchielli, 2009). Pour ces raisons, l'étude de cas multiples est choisie pour la réalisation de ce projet. Selon Yin (2011), il s'agit d'une stratégie de recherche préférable à l'étude de cas simple, car les sources sont plus

variées. Les cas sont sélectionnés parfois pour leur importance et leur caractère unique et d'autres fois pour leur caractère généralisable.

Deux cas sont étudiés pour cette recherche. Ceux-ci ont été choisis en fonction de leur caractère unique et parce qu'ils sont mis en opposition par certains (Mayer, 2016; Ourbak, 2017). Il s'agit de la conférence de Copenhague de 2009 (COP15) et de la conférence de Paris de 2015 (COP21). D'une part, on dit de la COP15 qu'elle est un échec au point de vue de l'organisation et au point de vue des négociations internationales sur le changement climatique (Bompard, 2010). En effet, les installations n'ont pas su accueillir les différents groupes désireux de prendre part à la conférence. Les négociations se sont faites sans l'appui de la société civile. De nombreuses manifestations ont eu lieu dans les rues de Copenhague.

D'autre part, la COP21 a été sélectionnée en raison de son statut historique (Mayer, 2016) et de son succès. Cette conférence est marquée par un renouvellement de la gestion des négociations climatiques internationales, l'adoption d'un accord universel sur le climat, l'élaboration de contributions nationales de réduction de GES par chaque État et par l'intégration des membres de la société civile dans le processus des négociations (CCNUCC, 2015 b). La COP15 est souvent comparée à la COP21 comme son opposée; la COP15 étant perçue comme un échec et la COP21 étant perçus comme un succès des négociations sur le climat (Mayer, 2016).

Ces conférences ont également été sélectionnées en raison de l'accessibilité à la documentation permettant d'observer plusieurs facteurs en interaction et de témoigner de la complexité des situations étudiées (Mucchielli, 2009, p.114).

Pour chacun des cas étudiés, un nombre limité de célébrités diplomates ont été sélectionnées et étudiées. Quatre célébrités diplomates ont été sélectionnées par COP, afin d'offrir un corpus assez large à analyser. Parmi les critères de sélection des

célébrités diplomates, nous nous assurons de leur présence dans la ville (Copenhague ou Paris) pendant la durée de la COP, de leur participation à (au moins) un événement public, un discours, une entrevue, etc. De plus, nous cherchions diverses traces de leurs modalités d'intervention sous forme de documents écrits ou de documents vidéos afin d'avoir des sources variées (Yin, 2011). Nous avons sélectionné les quatre premières célébrités diplomates que nous avons repérées pour chacune des COP et qui répondaient à tous ces critères. Pour les reconnaître comme célébrités diplomates, nous nous sommes basés sur la définition de la célébrité diplomate offerte par Cooper (2008) et Wheeler (2011).

#### 3.2.1.1 Cas 1 : Conférence de Copenhague (COP15)

Le premier cas sélectionné pour notre recherche est la conférence de Copenhague (COP15) qui s'est déroulée du 7 au 18 décembre 2009. Lors de la quinzième Conférence des parties (COP15) à la convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, plus de 40 000 personnes (représentants gouvernementaux, organisations non gouvernementales, organisations internationales, organisations religieuses, membres des médias et agences de l'ONU) ont fait des demandes pour accéder à la COP15 (IISD, 2009a). À l'époque, il s'agit d'un des plus grands rassemblements de chefs d'État se réunissant à l'extérieur du siège des Nations Unies pour le climat, avec 115 chefs d'État (Meilstrup, 2010). Somme toute, les attentes étaient très élevées. Notamment, Ourbak (2017) présente la COP15 comme une étape marquante de l'histoire des négociations climatiques.

Néanmoins, pour plusieurs (Bompard, 2010, Meilstrup, 2010; Webster, 2009), la COP15 est considérée comme un échec à plusieurs égards (logistique, politique et négociations sur le climat). Le lieu de la conférence, le centre Bella, n'ayant qu'une capacité de 15 000 places, plusieurs se sont vus refuser l'accès (Bompard, 2010). Pour Bompard (2010, p.103), les problèmes de manque d'espace et d'accès à

l'information ont mené à des questionnements sur le processus démocratique et sur les opportunités d'engagement des membres de la société civile contre les changements climatiques. Notamment, les célébrités diplomates sont des membres de la société qui s'engage, dans notre cas, contre les changements climatiques.

Aussi, suite à la COP15, les scientifiques ont craint un recul de la conscientisation de l'opinion publique sur les enjeux liés aux changements climatiques et une victoire pour les climats-sceptiques (Bompard, 2010). Ce qui nous mène à penser que la présence des célébrités diplomates à la COP15 n'aurait pas été très marquante.

Néanmoins, Mao (2009) parle des grandes manifestations qui marquent le cours de la conférence de Copenhague. En effet, les membres de la société civile et les ONG se mobilisent et prennent part à de nombreuses manifestations et rencontres parallèles tout au long de la conférence (Mao, 2009). Ces activités se déroulent parallèlement à la COP et nous pouvons donc penser qu'elles peuvent être le théâtre de l'engagement des célébrités diplomates. Pour sa part, Webster (2009) parle des manifestants qui proviennent de milieux diversifiés et qui militent pour la diminution des gaz à effet de serre.

Enfin, rappelons que la COP15 est souvent comparée à la COP21 comme son opposée : « Après l'échec retentissant de la Conférence de Copenhague en 2009, la COP21 était vue comme le sommet de la dernière chance [...] » (Mayer, 2016, p.14). Mayer (2016) met en opposition la COP15 et la COP21, la COP15 étant le modèle d'échec d'une conférence et la COP21 la dernière chance. » (Mayer, 2016, p. 14). Il est intéressant de choisir ces deux cas en raison de cette dichotomie.

### 3.2.1.2 Cas 2 : Conférence de Paris (COP21)

Le second cas sélectionné est la conférence de Paris de 2015 sur les changements climatiques qui a été accueillie et présidée par la France du 30 novembre au 12 décembre 2015. D'une part, elle se démarque par l'importance de l'accord de Paris qui engage plus de 178<sup>23</sup> signataires à réduire leur production de GES. D'autre part, pour Zelenev (2016), cette conférence est en somme une réussite, notamment, par rapport au fait d'avoir réuni et inclus de nombreux acteurs (gouvernements, ONG, sociétés civiles et autres organisations internationales) dans les négociations sur les risques et les façons de contrer les changements climatiques. Elle se démarque des autres COP par la participation record de la société civile et des États membres à la conférence (Zelenev, 2016). De plus, de nombreuses activités, rencontres et manifestations ont eu lieu au cours de la COP21, mettant en relation des membres de divers milieux (ONU, 2015b). En effet, plus de 40 000<sup>24</sup> personnes ont participé à la conférence, notamment, des scientifiques, des organisations non gouvernementales, des entreprises, des célébrités et d'autres acteurs de la société civile.

Robbins (2016) affirme que la plupart des 40 000 participants de la COP21 sont là en tant que membres de la société civile. De plus, plusieurs activités se déroulent en marge de la conférence principale, auxquelles des activistes, des experts et des observateurs participent (Robbins, 2016).

Les recommandations des experts et du monde scientifique sont pris au sérieux dans les diverses négociations de la COP21 (Zelenev, 2016). Le jour de l'action, par exemple, est un événement qui se déroule au cours de la conférence des parties et où des membres de la société civile, d'ONG et du milieu financier négocient sur les mesures à prendre contre les changements climatiques (UN News, 2015).

---

<sup>23</sup> (UNFCCC, 2015a)

<sup>24</sup> (« Qu'est-ce que la COP 21 ? », 2016)

D'ailleurs, en raison des efforts de transparence et d'inclusion de l'organisation de la conférence, Ourbak (2017, p.19) qualifie de « multilatéralisme participatif » les communications de la COP21. Pour l'auteur, ce genre de communication: « a permis d'éviter les accusations d'exclusion et d'injustice qui ont conduit à l'échec de la conférence de Copenhague » (Ourbak, 2017, p.19). D'autant plus, pour Terrone (2016), la forte mobilisation de la communauté internationale et le succès de la COP21 s'expliquent par le contexte des négociations sur le climat qui précède la 21<sup>e</sup> conférence des partis.

Ce projet de recherche a pris naissance lors de la COP21 en automne 2015. En effet, la couverture médiatique des enjeux et des débats de la conférence et des célébrités y participant ont permis l'émergence de notre question de recherche.

### 3.3 Collecte de données

Selon Yin (2011), une bonne étude de cas fait appel à des sources de données et des méthodes de collecte variées. Dans le cadre de ce projet, l'analyse documentaire et l'analyse qualitative de contenu ont été utilisées. De plus, afin d'avoir une vision plus diversifiée des cas étudiés, de multiples sources ont été considérées. Enfin, dans l'étude de cas multiples nous avons eu recours aux mêmes méthodes d'analyse (analyse documentaire et analyse qualitative de contenu) pour chacun des deux cas étudiés (COP15 et COP21).

#### 3.3.1 L'analyse documentaire

Selon Waller et Masse (1999), la recherche documentaire est un processus non linéaire qui permet l'analyse documentaire. Cette analyse permet d'extraire les informations ou les données contenues dans un document. Par ailleurs, selon Yin (2011), une étude reposant sur l'analyse documentaire doit porter attention à la subjectivité des sources. Pour ce faire, la sélection des documents et leur justification

doivent être claires (Waller et Masse, 1999). Dans le cadre de notre recherche, nous désirons travailler sur des documents nous permettant de mieux comprendre la place et les modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates présentes lors des COP.

Pour Waller et Masse (1999), l'analyse d'un document comprend l'analyse de l'aspect formel, puis de l'aspect fondamental. L'aspect formel permet de repérer l'information utile à son exploitation et de présenter de manière concise l'information contenue dans un document. Ensuite, l'aspect fondamental, soit le contenu, permet de trouver, de repérer, d'extraire, de mettre en lumière et de sélectionner dans le texte les parties qui fournissent davantage d'information (Waller et Masse, 1999, p.12). En somme, dans le cadre de cette recherche, l'analyse documentaire a été effectuée pour étudier les différentes caractéristiques des célébrités diplomates et de leur modalité communicationnelle d'intervention.

Des grilles d'analyse ont été créées à partir du cadre conceptuel permettant d'étudier quatre catégories de célébrités diplomates (voir Annexe B) : 1) la célébrité diplomate scientifique (CDS); 2) la célébrité diplomate vedette (CDV); 3) la célébrité diplomate hybride (CDH) et 4) la célébrité diplomate philanthrope (CDP) (Cooper, 2008).

Nous considérons également trois figures de l'intellectuel, selon Sapire (2009), dans l'analyse des célébrités diplomates des deux cas (voir Annexe D) : 1) l'intellectuel (intellectuel critique); 2) l'intellectuel organique et 3) l'intellectuel expert (Sapiro, 2009).

Un autre aspect de notre recherche se rapporte aux affiliations possibles des célébrités diplomates. Les quatre types d'affiliations que nous considérons sont (voir Annexe C) : 1) l'ambassadeur de bonne volonté, 2) le messager de la paix, 3) le partenaire d'une organisation ou d'un mouvement puis 4) sans affiliation.

Enfin, notre analyse documentaire est utilisée pour étudier les cinq modes de plaidoyer du « *Public Awareness Campaigns and Actions* » tel que présenté par Cox et Pezzullo (2015) (voir Annexe E). Ces cinq modes de plaidoyer sont : 1) le discours critique, 2) les campagnes d'éducation publique, 3) l'action directe (direct action), 4) les événements médiatiques et 5) les organismes communautaires. Chaque mode de plaidoyer comprend une tactique, un lieu de communication et un public cible.

Cox et Pezzullo (2015) distinguent deux types de public et les tactiques du mode de plaidoyer, que nous considérons pour notre analyse (voir Annexe A). Le premier est composé des décideurs (*decision makers*) (Cox et Pezzullo, 2015). Le second est composé de différents groupes de la population, tels que les supporteurs, les défenseurs et les médias. Ce second public est parfois capable d'influencer le premier (Cox et Pezzullo, 2015). De plus, les tactiques sont des actions spécifiques (pétition, un discours, une manifestation, etc.) (Cox et Pezzullo, 2015).

### 3.3.2 L'analyse qualitative de contenu

La seconde méthode mobilisée est l'analyse qualitative de contenu. Celle-ci est utilisée afin de décrire ou d'expliquer un phénomène (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007, Micchielli 2009). Notamment, l'analyse qualitative de contenu « repose sur le postulat que la répétition d'éléments de discours (expressions ou significations similaires) révèle les centres d'intérêt et les préoccupations des acteurs » (Thiétart, 2003, p.459, cité dans Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007, p.192). Waller et Masse (1999) distinguent l'analyse documentaire de l'analyse de contenu qui, elle, étudie les messages et l'information implicite. Selon Yin (2011), cette démarche nécessite une multitude de sources de documentation. Dans notre recherche, l'analyse qualitative est utilisée afin d'étudier les communications des célébrités diplomates et les messages climatiques. Plus précisément, nous cherchons à faire ressortir les messages sur le climat diffusés lors des COP par des célébrités diplomates. Le matériel est étudié à l'aide de catégories d'analyse afin de faire ressortir et de décrire les

spécificités du phénomène (Landry, 1997 p.334, cité dans Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007).

L'analyse qualitative repose sur la classification ou la codification, dans diverses catégories, des éléments du document analysé. Ainsi, les éléments à analyser sont les communications des célébrités diplomates et les messages climatiques. La première étape est de lire le document pour en comprendre le sens général. La seconde étape est de découper le texte en unités d'analyse, soit des unités de sens. Dans notre recherche, certaines catégories d'analyse sont préexistantes tandis que d'autres peuvent émerger du corpus (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007). Ainsi, le cadre conceptuel permet de donner un sens à certains messages et à certaines communications.

L'analyse qualitative de contenu nous permet d'analyser la construction des messages climatiques. Dans notre analyse, nous avons considéré les huit éléments présentés par Pruneau, Demers et Khattabi (2008) (voir Annexe F) : 1) le message est court et porteur de significations; 2) le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne; 3) le message est créé en tenant compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté; 4) les concepts de base des changements climatiques sont explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias; 5) les concepts d'atténuation et d'adaptation sont prépondérants car ils suscitent l'espoir; 6) les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants; 7) les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante; et 8) les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messenger et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié.

Enfin, selon plusieurs, la communication sur le climat doit comprendre quatre messages spécifiques aux changements climatiques (Hassol, 2008, cité dans Pruneau,

Demers, et Khattabi, 2008). Dans le cadre de notre recherche, nous avons vérifié la présence de ces messages dans les documents sur les communications des célébrités diplomates de la COP15 et de la COP21. Par ailleurs, nous restons attentifs à d'autres messages lors de l'analyse de contenu (voir Annexe G). Ces messages spécifiques sont : 1) les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années; 2) les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques; 3) les humains sont responsables des changements climatiques; 4) les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène; et 5) autres messages.

### 3.3.3 Collecte et analyse des données

La recherche des sources pour notre corpus s'est effectuée en plusieurs étapes. Pour étudier les célébrités diplomates et leurs modalités d'intervention, nous avons considéré cinq types de sources afin d'explorer les phénomènes à l'étude selon différentes perspectives. De plus, pour Cooper (2007), les célébrités diplomates sont caractérisées par leur habileté à faire passer des messages à des publics de masse, de même qu'à l'élite politique. Ainsi, nous estimions nécessaire de diversifier les sources à leur sujet et sur leurs communications.

Nous avons commencé par une recherche parmi les documents officiels de l'ONU provenant de différents sites (site de l'ONU, *UNnews*, CCNUCC, UNFCCC, sites d'autres agences de l'ONU) ainsi que des pages internet sur les COP de chacun des pays hôtes. Ces sources ont offert de l'information provenant du cadre de l'ONU. Nous avons ensuite effectué une recherche parmi des documents non officiels provenant d'organisations non gouvernementales (ONG) présentes aux COP. Comme nous l'avons mentionné précédemment, les organisations non gouvernementales (ONG) sont des acteurs non étatiques qui participent au COP. Ce type de source fourni des informations par rapport à leur perspective.

De plus, nous avons fait une recherche dans les médias. Nous les avons sélectionnés pour la couverture qu'ils offraient des deux COP et des célébrités diplomates. Notamment, la culture médiatique est un aspect inhérent au phénomène des célébrités diplomates (Alleyne, 2005; Cooper, 2008; Kellner, 2010; Wheeler, 2011; Volcic et Erjavec, 2015). Nous avons aussi effectué une recherche dans les réseaux sociaux numériques qui, selon Cox et Pezzullo (2015), permettent d'exposer une population aux enjeux environnementaux et climatiques. Enfin, nous avons considéré les blogues comme source d'information représentant la perspective de la société civile.

En outre, pour trouver les sources dans ces différentes catégories, nous avons effectué une recherche par mots-clés, liés à la définition de la célébrité diplomate. De plus, pour toutes ces sources, la période considérée était du 12 octobre 2009 au 12 février 2010 pour la COP15 et du 5 octobre 2015 au 6 février 2016 pour la COP 21. Ces dates ont été établies dans le but de considérer des publications précédant la conférence et les publications subséquentes. Notamment, nous jugeons que cela permettrait de tenir compte des rapports produits à la suite des COP.

Pour étudier les communications et les messages des célébrités diplomates, la sélection de ces documents a été basée sur la période des COP, donc, du 7 décembre au 18 décembre 2009 pour la COP15 et du 30 novembre au 12 décembre 2015 pour la COP21. De plus, pour bonifier et diversifier nos sources, nous avons aussi considéré les citations des célébrités diplomates reprises dans les médias ou dans les rapports sur la COP. Toutefois, la communication originale devait respecter la période de la durée des COP. Bien qu'il s'agisse de communications provenant de sources secondaires, cela nous a permis d' étoffer notre corpus de données.

Nous avons complété la recherche de notre corpus par une recherche biographique sur chacune des huit célébrités diplomates sélectionnées. Cela nous a permis de

décrire et de contextualiser la présence des célébrités diplomates lors des COP. Il n'y avait pas de période délimitant cette recherche de source. La documentation ayant été considérée provient des sites internet personnels des célébrités, de sites officiels d'organismes ou fondations liées aux célébrités, d'ouvrages biographiques, d'informations provenant de comptes de réseaux sociaux qui leur sont associés ou encore d'articles de presse à leur sujet. Ces informations supplémentaires ont servi dans la classification des célébrités diplomates par rapport au cadre conceptuel et dans la compréhension de leur rôle aux COP. Finalement, il faut souligner que tous les documents analysés ont été sélectionnés en français ou en anglais.

#### 3.3.4 Présentation du corpus

La démarche présentée dans la section précédente permet de sélectionner un corpus pour chacun des cas. Pour le premier cas, la Conférence de Copenhague (COP15), nous avons sélectionné 41 documents. Pour la période comprise entre le 12 octobre 2009 et le 12 février 2010, la recherche a abouti à 17 documents sélectionnés parmi cinq types de sources. Le corpus comprend 4 documents qui découlent de l'ONU, dont 3 du UNFCCC et un de l'ONU. Il est aussi composé de 6 documents des médias, dont 4 de *The Guardian*, un de *CNN* et un de *commondreams.org*. Ensuite, le corpus comprend 4 documents des réseaux sociaux, tous issus de *You Tube*. Enfin, deux sources proviennent de l'*International Institute for Sustainable Development (IISD)*, une ONG qui s'intéresse à certains événements parallèles de la COP15 et un de l'*African Development Bank Group (afdb.org)* pour avoir diffusé le discours d'une célébrité diplomate de la COP15. Enfin, pour cette section du corpus de la COP15, nous n'avons pas analysé de document provenant de blogs.

Ces documents sont étudiés à l'aide de l'analyse documentaire (voir Annexes A, B, C, D et E). D'ailleurs, certains documents sont analysés plus d'une fois pour différentes célébrités diplomates. Enfin, parmi les documents présentés, l'analyse qualitative de

contenu nous permet d'étudier les citations, les discours, les textes et les entrevues qui se sont déroulés lors de la COP15 et entre le 7 décembre et le 18 décembre 2009 (voire Annexes F et G).

La recherche sur les biographies des célébrités diplomates a abouti à 24 documents. Parmi ces sources, on retrouve : 2 articles académiques (Amann, 2009) (Eric, 2010), une biographie (Gish, 2004), 16 sites internet d'organisations (babelio, nobelprize.org, campaignlive.co.uk, princeowales.gov.uk (deux sources), eldis.org, klimaforum.org, royal.uk, ghf-ge.org, pfbc-cbfp.org, vandanashiva.com, navdanya.org, un.org (deux sources), indexonensorship.org, tcktkctck.org), un média social (*You Tube*), deux médias (*The Guardian*, *BBC News*) et un blogue (jamie-pottor.blogs).

Pour la COP21, nous avons sélectionné 50 documents. Nous avons collecté 28 documents ayant été diffusés entre le 5 octobre 2015 et le 6 février 2016. De ces documents, nous en sélectionnons 3 provenant de l'ONU, dont deux du UNFCCC et un d'*UN news*, puis 5 documents provenant des médias, soit de *Vanity Fair*, *Le Monde*, *Le Parisien* et *Paris Match et Bloomberg*. Nous sélectionnons aussi 7 documents provenant des médias sociaux, 3 de *You Tube*, 2 de *Facebook*, un de *Flickr*, un de *Twitter* et un de *Vimeo*. Parmi les pages internet d'autres organisations se trouve la *Leonardo DiCaprio Foundation*, janegoodall.org et novethic.fr. Enfin, deux blogues font partie du corpus, soit *urbanmeisters.com* et *blog.viviennewestwood.com*.

Comme dans le premier cas, tous ces documents sont traités par l'analyse documentaire (voir Annexe A, B, C, D et E). De plus, l'analyse qualitative de contenu (voir Annexe F et G) nous permet d'étudier les citations, les discours, les textes et les entrevues qui se déroulent lors de la COP21, entre le 30 novembre et le 12 décembre 2015.

La seconde recherche portant sur la biographie des célébrités diplomates nous a menés à la sélection de 22 documents. Leur analyse documentaire nous permet de présenter la biographie de chacune des célébrités diplomates et de contextualiser leur présence à la COP21. Parmi les documents sélectionnés pour cette recherche, 4 sont du UNFCCC; 4 sont des médias *Vogue*, *The New York Times*, *Variety* et *The Guardian* et 12 proviennent de sites internet d'organisations, soit [janegoodall.ca](http://janegoodall.ca), [cop21.gouv.fr](http://cop21.gouv.fr), [leonardodicaprio.com](http://leonardodicaprio.com), [leonardodicaprio.org](http://leonardodicaprio.org), [equatorinitiative.org](http://equatorinitiative.org), [futura-sciences.com](http://futura-sciences.com), [economie.gouv.fr](http://economie.gouv.fr), [jphro.org](http://jphro.org), [anothermag.com](http://anothermag.com), [outreach.un.org](http://outreach.un.org), [worldwildlife.org](http://worldwildlife.org), [konbini.com](http://konbini.com). Enfin, 2 livres complètent cette dernière recherche documentaire (*Jane Goodall: A Biography*, *Get a Life: The Diaries of Vivienne Westwood*).

### 3.4 Les limites

Cette recherche comporte certaines limites auxquelles il faut porter attention. Tout d'abord, une limite inhérente à l'approche qualitative est que celle-ci s'inscrit dans une démarche d'étude d'un contexte particulier où la recherche n'est pas généralisable (Gagnon, 2005). Notamment, la validité externe des résultats peut être problématique c'est pourquoi la rigueur scientifique est primordiale (Gagnon, 2005).

De plus, comme les documents sont en anglais ou en français il est possible que nous ne soyons pas en mesure de reconnaître ou de distinguer certaines célébrités diplomates moins connues en Amérique du Nord, ou dont les médias francophones et anglophones couvrent moins les actions. D'ailleurs, notre propre perception du phénomène des célébrités peut avoir influencé notre sélection. Ensuite, comme aucune entrevue ou aucun entretien semi-dirigé ne sont faits, la recherche ne bénéficie donc pas du point de vue de participants aux cas étudiés. De surcroît, il n'y a pas d'observation directe des deux cas de l'étude de cas.

En outre, en raison de la période déterminée pour la recherche documentaire, l'accès à la documentation peut être limité. Par exemple, le site officiel de la COP21, qui était en ligne en prévision et pendant la conférence de Paris, ne l'est plus aujourd'hui. Nous l'avons notamment étudié dans le cadre d'une recherche préliminaire. Ainsi, si cela est possible, nous pensons que le fait d'étudier les modalités communicationnelles d'intervention avant, au moment et après une COP pourrait enrichir l'étude.

En somme, notre méthodologie nous permet de récolter, de classer et d'analyser les données sur les modalités communicationnelles d'information des célébrités diplomates lors des COP. Dans les prochains chapitres, nous procédons à l'analyse de chacun des cas, puis la présentation des résultats et ensuite la comparaison et la discussion de ces résultats.

## CHAPITRE IV

### RÉSULTATS

Dans ce chapitre, nous présentons les résultats de l'analyse documentaire et de l'analyse qualitative de contenu effectués pour les deux cas de l'étude de cas multiples. Le matériel recueilli sur la Conférence de Copenhague (COP15), la Conférence de Paris (COP21) ainsi que sur les 8 célébrités diplomates, a été analysé afin de répondre à la question de recherche : **quelles sont les modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates lors des COP15 et COP21?**

Nous commençons par un rappel du cadre d'analyse qui nous a permis de réaliser l'analyse documentaire et l'analyse qualitative de contenu. Ensuite, nous présentons la COP15 et les événements qui s'y sont déroulés au cours de la conférence, après quoi nous introduisons les quatre célébrités diplomates sélectionnées, incluant une brève biographie et les éléments de leur participation à la COP. Nous poursuivons avec la présentation des résultats pour chacun des catégories d'analyse. Par la suite, nous répétons le processus pour la COP21. Nous présentons également un résumé des résultats pour la conférence de Copenhague et pour la conférence de Paris.

#### 4.1 Cadre d'analyse

Les outils mobilisés dans le cadre conceptuel ont permis d'étudier différentes caractéristiques des célébrités diplomates et de leurs modalités communicationnelles d'intervention. Six catégories d'analyse ont été proposées. Nous les rappelons ici.

Premièrement, nous avons analysé les caractéristiques des types de célébrités diplomates selon Cooper (2008) (voir Annexe I). Nous avons retenu 4 types de célébrités diplomates : 1) La Célébrité diplomate scientifique, qui provient de champs variés qui apportent de la crédibilité aux causes défendues grâce à ses connaissances et son expertise; 2) La célébrité diplomate vedette provenant de milieux variés (sport, cinéma, musique, art, etc.) dont l'avantage est de créer une occasion de nouvelle grâce à sa popularité, mais qui n'est pas très impliquée dans les causes défendues et n'ajoute pas de crédibilité aux messages; 3) La célébrité diplomate hybride qui est très connue et qui vient de différents milieux. Son engagement pour une cause est omniprésent. Sa compréhension des enjeux débattus et son implication continue pour les causes à laquelle elle s'engage influencent sa crédibilité. De plus, elle est capable d'attirer l'attention sur les enjeux défendus; 4) La célébrité diplomate philanthrope provenant de différents milieux d'affaires, dont l'apport principal, est l'appui financier aux causes défendues. Sauf exception, elle n'a pas une grande visibilité et elle s'associe souvent à d'autres types de CD pour remédier à la situation.

Deuxièmement, nous avons analysé leurs désignations et affiliations (voir Annexe J). Nous retenons 4 types d'affiliations : 1) l'ambassadeur de bonne volonté, nommé par les directeurs des fonds, des programmes et des institutions spécialisées de l'ONU; 2) le messenger de la paix, nommé par le secrétaire général de l'ONU; 3) l'ambassadeur d'une ONG ou entreprise, Partenaire d'une ONG ou d'une compagnie; 4) le membre de la société civile qui est sans affiliation.

Troisièmement, nous avons analysé les caractéristiques de trois types d'intellectuels selon Sapiro (2009) (voir Annexe K) : 1) l'intellectuel organique, souvent plus hétéronome s'associe ou incorpore une institution ou une organisation et adopte son idéologie. Son capital symbolique varie en fonction de son titre, son expertise, ses affiliations et son charisme; 2) L'expert tire son expertise d'un diplôme, d'une distinction, d'un poste universitaires, de son appartenance à une académie, etc. Il tend

à la neutralité dans son analyse ce qui le rend plus hétéronome; 3) L'intellectuel spécifique, membre de la société civile dont le renom vient du nom propre ou du titre qui n'est désigné par personne, parle en son nom propre et est autonome.

Quatrièmement, nous avons étudié cinq modes de plaider, les tactiques et les publics selon Cox et Pezzullo (2015), en plus des lieux des communications (voir Annexe E) : 1) le discours critique remet en question les comportements, les politiques, les valeurs ou encore les idéologies. 2) La campagne d'éducation publique influence les croyances populaires et le comportement. 3) L'action directe vise à influencer les comportements par des actes de protestation, dont la désobéissance civile. 4) L'événement médiatique cherche à augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence de la campagne. 5) L'organisme communautaire rallie les citoyens et les résidents pour une cause.

Cinquièmement, nous analysons qualitativement les 9 éléments de la construction de messages selon Pruneau, Demers, et Khattabi (2008) (voir Annexe F) : 1) Le message est court et porteur de significations; 2) Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne; 3) Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté; 4) Les concepts de base des changements climatiques sont explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias; 5) Les concepts d'atténuation et d'adaptation devraient être prépondérants car ils suscitent l'espoir; 6) Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants; 7) Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante; 8) Les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messenger et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié; 9) Les autres éléments.

Sixièmement, nous analysons la présence de 5 messages spécifiques de la communication climatique (voir Annexe G) selon Pruneau, Demers, et Khattabi

(2008) : 1) Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années; 2) Les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques; 3) Les humains sont responsables des changements climatiques; 4) Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène; 5) Autres messages.

## 4.2 Cas 1 : Conférence de Copenhague (COP15)

Cette section présente la COP15 et les célébrités diplomates analysées. Nous présentons, ensuite, les résultats de notre analyse.

### 4.2.1 Présentation de la COP15

Le but de la conférence de Copenhague était de faire avancer les négociations sur les mesures à adopter contre le réchauffement climatique (Meilstrup, 2010; Bompard, 2010). Pour l'atteindre, la COP15 visait l'engagement du plus grand nombre d'États dans l'établissement de leur objectif individuel de réduction ou de limitation d'émissions de GES. En outre, les négociations portent sur la réduction des GES, les enjeux de déforestation et la création d'un fonds vert pour le climat (UN, 2009b). Toutes les sources importantes d'émissions de GES y sont considérées pour limiter à 2 °C le réchauffement climatique (UN, 2009b). De plus, un panel de haut niveau pour l'intégration des mesures d'adaptation et d'atténuation au développement y est créé.

Des négociations sur l'assistance (financière, technologique et de gestion des ressources) apportée aux pays plus vulnérables au changement climatique ont aussi eu lieu à la COP15 (UN, 2009b). Selon Terrone (2009), les questions de financement auraient miné les négociations de la conférence. Pour lui, la COP15 marque l'échec de la communauté internationale dans les négociations sur le climat (Terrone, 2016). De plus, pour Cantley-Smith (2010), les résultats peu concluants des négociations démontrent l'ampleur des défis reliés aux négociations sur le climat. Notamment, suite à la conférence, les scientifiques craignent un recul de la conscientisation de

l'opinion publique sur les enjeux liés au changement climatique et une victoire pour les climats sceptiques (Bompard, 2010).

Parmi les participants de la COP15, nous retrouvons 191 États participants, représentés par plus de 8000 délégués et 115 chefs d'État (UNFCCC, 2009c). D'autres participants sont représentants d'organes subsidiaires, d'agences de l'ONU, de programmes de l'ONU, d'ONG (Oxfam, *Navdanya*) et d'organisations internationales (Organisation internationale de la francophonie, *Organisation for Economic Cooperation and Development*) (UNFCCC, 2009c). Ils représentent près de 20 000 observateurs. Ce à quoi s'ajoutent plus de deux mille membres des médias (UNFCCC, 2009). Tous ces participants sont présents au centre Bella où se sont déroulées les négociations et les rencontres officielles de la COP15 (UNFCCC, 2009c).

Parallèlement, des membres de la société civile et des ONG ont organisé et pris part à de nombreuses manifestations et rencontres tout au long de la conférence de Copenhague (Mao, 2009, Webster, 2009). Parmi elles, on compte les événements parallèles de campagne tels que *Tck Tck Tck, Hopenhagen, Seal de Deal et Hit-The-Production* (ONU, 2009, Kisbenedek, 2009b, Potter, 2009). *Tck Tck Tck Copenhagen* est l'événement de la campagne *The Global Campaign for Climate Action* (GCCA) qui rallie des ONG, le milieu des finances et des groupes religieux pour influencer les négociations de la COP15 (Global Call for Climate Action, s. d.). *Hopenhagen*<sup>25</sup> est une campagne supportée par les Nations Unies qui vise à influencer la perception des négociations de Copenhague avec un message d'espoir (Brownsell, 2009). *Seal the Deal* est la campagne officielle de la COP15 qui s'adresse au négociateur dans le but de signer l'accord sur le climat, de faire passer des messages scientifiques et de rallier

---

<sup>25</sup> Le site internet «[hopenhagen.org](http://hopenhagen.org)» n'est plus disponible.

tous les acteurs de la conférence dans un but commun (UNFCCC, 2009, UNIDO, 2009). *Hit-The-Production* est un événement parallèle indépendant de la COP15 qui s'est déroulé le dimanche 13 décembre 2009 dans les rues de Copenhague. Cette démonstration publique avait pour but de faire fermer le port de Copenhague en signe de protestation contre les exportations internationales perçues comme un symbole du capitalisme (Potter, 2009).

Enfin, un autre acteur de la COP15 qui participe à ces différents événements et qui est un objet important de notre recherche est la célébrité diplomate.

#### 4.2.2 Les célébrités diplomates à la COP15

Nous avons sélectionné quatre célébrités diplomates à étudier pour la COP15. Afin de contextualiser leur engagement et notre analyse, nous présentons une brève biographie de chacune d'elles, leur implication pour l'environnement et leur participation à la COP15. Suivant l'ordre alphabétique, ces célébrités diplomates sont le Prince Charles, Wangari Maathai, Desmond Tutu et Vandana Shiva.

##### 4.2.2.1 Charles de Galles

Son Altesse Royale (S.A.R.), le Prince Charles Philip Arthur George est né en Angleterre en 1948 (*Clarence House*, 2018a). Au cours des années, le Prince Charles de Galles se consacre à plusieurs œuvres caritatives, en tant que mécène ou président d'organisations à but non lucratives (OBNL)<sup>26</sup>. Depuis les années 70, sa fondation *The Prince of Wales's Charitable Fund* (PWCF)<sup>27</sup> offre un support financier en bourse et en subvention pour l'agriculture durable, aux victimes d'inondations, aux

---

<sup>26</sup> Le Prince Charles est mécène ou directeur de plus de 420 œuvres de charité (Goodey, 2016).

<sup>27</sup> Pour plus d'information sur la fondation du Prince Charles : <https://www.pwcf.org.uk/our-partners/princes-charities>.

victimes de braconnage ainsi que pour des fonds humanitaires (Goodey, 2016). Le Prince Charles s'intéresse et s'implique dans les milieux du développement durable, de la protection des forêts tropicales, des opportunités pour les jeunes, des arts, de l'éducation et des croyances religieuses (*Clarence House*, 2018b). De plus, le Prince Charles a mis en place près de 20 fondations oeuvrant pour les jeunes, l'éducation, les arts et l'environnement (Goodey, 2016). Il est appelé le champion des causes environnementales sur le site officiel de la famille royale britannique (*Clarence House*, 2018b). En effet, il parle publiquement de ses inquiétudes pour l'environnement, la pollution et les dangers de l'utilisation du plastique depuis près de 50 ans (Goodey, 2016).

Pendant la COP15, le Prince Charles est présent à Copenhague et au centre Bella. Effectivement, il a fait un discours lors de la cérémonie d'ouverture du *high-level segment*<sup>28</sup> le 15 décembre 2009, où près de 115 chefs d'État et des représentants de gouvernements, du secteur privé et d'ONG sont réunis (IISD, 2009b). À cet événement, des négociations non formelles ont lieu entre des groupes économiques et des représentants de groupes régionaux (IISD, 2009b).

#### 4.2.2.2 Wangari Maathai

Wangari Maathai est née en 1940 et est décédée en 2011 à Nairobi au Kenya (UNESCO, s.d.). Au cours de sa vie, elle fut une activiste environnementale, féministe et académique, qui a accompli beaucoup pour la cause des femmes. En effet, elle compte parmi les premières femmes à être scolarisées au Kenya. De plus, dans les années 60, elle poursuit ses études aux États-Unis où elle complète un

---

<sup>28</sup> Le terme *high-level segment* est un terme utilisé par la CCNUCC, mais aussi par l'ensemble de l'Organisation de Nations Unies, pour désigner un événement officiel regroupant des représentants de haut niveaux tels que des chefs d'États et des représentants de gouvernement. Des discours et des négociations s'y déroulent souvent (ECOSOC, 2018).

baccalauréat puis une maîtrise en biologie. Elle termine son doctorat en science vétérinaire à l'Université de Nairobi en 1971. Cela fait d'elle la première femme à obtenir son doctorat en Afrique de l'Est et Afrique centrale. En 1976, suite à sa carrière académique, elle est devenue doyenne de la faculté de médecine vétérinaire à l'Université de Nairobi au Kenya (Maathai, 2008). Dans les années 2000, Maathai s'implique en politique et elle devient membre du parlement en 2002, puis ministre de l'Environnement, des Ressources naturelles et de la Faune en 2003 (Maathai, 2008). Elle est reconnue pour sa vision globale et ses actions locales (*BBC News*, 2004). En 2004, elle reçoit le Prix Nobel pour sa contribution au développement durable, à la démocratie et à la paix. Elle est la première femme africaine et femme environnementaliste à recevoir ce prix.

En 1977, elle forme l'organisation *Green Belt Movement*<sup>29</sup>. Cette organisation vise l'autonomisation des communautés locales au Kenya et particulièrement des femmes dans le but de préserver l'environnement et améliorer les conditions de vie (*The Green Belt Movement*, 2018). L'organisation se mobilise pour des enjeux d'éducation et de nutrition touchant les femmes (ONU, 2009). Notamment, la campagne *tree planting*, de cette organisation, a permis de planter plus de 40 millions d'arbres au Kenya par l'éducation et l'emploi de 30 000 femmes (Vidal, 2009). Par la suite, en 2006, Maathai devient mécène d'une campagne de communication internationale du PNUE (*Plant for the Planet : Billion Tree Campaign*) qui a pour but de planter un milliard d'arbres chaque année dans 170 pays (*The Green Belt Movement*, 2018).

---

<sup>29</sup> Pour plus d'information sur l'organisation *The Green Belt Movement* : <http://www.greenbeltmovement.org/who-we-are/our-history>.

Enfin, après son décès en 2011, des cérémonies, reconnaissant son engagement pour l'environnement, ont lieu en son honneur au Kenya, à New York, à San Francisco et Londres (*The Green Belt Movement*, 2018).

Au cours de la COP15, le 15 décembre 2009, Maathai est nommée messagère de la paix pour l'environnement et les changements climatiques par Ban Ki-moon, le secrétaire général des Nations Unies (ONU, 2009). Cette même journée, elle fait un discours au centre Bella, à la cérémonie d'ouverture du *high-level segment* (ONU, 2009, IISD, 2009b). Elle s'adresse à 115 chefs d'État, à des représentants de gouvernements, à des ministres, au Secrétaire général des Nations Unies, aux délégués, aux membres du secteur privé, à des ONG et à des membres de la société civile qui ont été sélectionnés pour être présents (IISD, 2009b).

Le communiqué de presse émis par l'ONU le 14 décembre 2009 annonce la présence de Maathai en tant que «*leading civil society voices*» (ONU, 2009). Ce communiqué la présente comme un symbole d'unité entre plusieurs campagnes du changement climatique, telles que *Tck Tck Tck Copenhagen*, *Hopenhagen* et *Seal the Deal* (ONU, 2009).

#### 4.2.2.3 Vandana Shiva

Vandana Shiva est née en Inde en 1952 (Webster, 2009). Elle est une scientifique activiste qui a étudié la physique à l'Université de Punjab en Inde et elle complète son doctorat à l'Université de Western Ontario au Canada. Dans les années 80, elle crée la fondation *Research Foundation for Science, Technology and Ecology (RFSTE)* en Inde (Shiva, 2018). La fondation a pour but de travailler sur des enjeux de biodiversité et de conservation. Elle cherche également à faire avancer la recherche indépendante sur les enjeux sociaux et écologiques avec les communautés locales et d'étudier les mouvements sociaux en plus des campagnes de plaidoyer (Eldis, s. d.). En somme, la fondation vise le changement des pratiques en agriculture en Inde.

Ensuite, en 1991, Shiva fonde l'ONG Navdanya, un mouvement national principalement composé de femmes qui a pour but la protection de la biodiversité et de la diversité culturelle (Hamm, 2009). L'intégrité des ressources naturelles, l'agriculture biologique et le commerce équitable en partenariat avec les communautés et les fermes locales comptent aussi parmi les missions du mouvement. Ce dernier comprend un réseau de conservateur de graines et de producteurs organiques à travers 18 états de l'Inde (Navdanya, s. d.). Plus tard, en 2004, Shiva crée le collège international *Bija Vidyapeeth* qui vise un mode de vie durable et qui s'aligne au mouvement national de Navdanya (Navdanya, s. d.).

Par ailleurs, Shiva s'implique auprès de plusieurs organisations environnementales et dans le domaine de l'agriculture (*The gender unit at the International Centre for Integrated Mountain Development (ICIMOD)*, *The Women Environment and Development Organization (WEDO)* et *The National Board of Organic Standards of India*<sup>30</sup> (Shiva, 2018). En plus de son activisme environnemental, elle siège sur des groupes d'experts en biodiversité et sur la propriété intellectuelle. Notamment, elle siège sur le groupe d'experts sur l'agriculture durable de la fondation du Prince Charles (Shiva, 2018).

En plus de ces nombreux rôles, elle participe à des campagnes de plaidoyer en Afrique, en Asie, en Amérique latine, en Irlande, en Suisse et en Autriche sur des enjeux de technologies biologiques et de génie génétique. Elle est aussi reconnue pour son engagement pour l'égalité des sexes. Enfin, elle enseigne toujours dans les

---

<sup>30</sup> Pour plus d'information sur l'implication de Shiva auprès de ces organisations visitez le <http://www.vandanashiva.com/>

universités à travers le monde et travaille avec des agriculteurs en Inde (Navdanya, s. d.).

Pendant la COP15 Vandana Shiva est présente au centre Bella comme scientifique rattaché à l'organisation Navdanya. En effet, elle est inscrite sur une liste de participants de la COP15 (UNFCCC, 2009c). Elle prend aussi part au *Klimaforum09*, une conférence parallèle pour la société civile organisée par le gouvernement du Danemark et qui se déroule au centre-ville de Copenhague (Webster, 2009, Eriksen, Samuelsen, Monabay, et Timpte, 2010). Elle s'implique également à la marche pour le climat de Copenhague le 12 décembre 2009 (Hamm, 2009). Enfin, elle fait un discours lors d'une démonstration le dimanche 13 décembre 2009 nommé *Hit-The-Production*. Ce rassemblement vise la fermeture du port de Copenhague par une marche pacifique dans la ville s'y terminant (Eric, 2010).

#### 4.2.2.4 Desmond Tutu

Desmond Tutu est né en Afrique du Sud en 1931. Il est un archevêque anglican sud-africain. Il étudie à l'Université d'Afrique du Sud en enseignement, puis étudie la théologie et devient prêtre en 1960. Il poursuit ensuite des études de théologie en Angleterre où il obtient une maîtrise du *King's College* de Londres en 1966. Puis, il retourne en Afrique du Sud, où il travaille comme professeur de théologie et où il occupe plusieurs postes importants au sein de l'Église anglicane (Nobel Media AB, 2018). Notamment, il est nommé doyen du diocèse de Johannesburg en 1975, puis Archevêque du Cap pour l'église anglicane d'Afrique du Sud en 1986 (Gish, 2004). En 1984, il reçoit le prix Nobel de la Paix pour son opposition pacifique aux politiques d'apartheid en Afrique du Sud. Desmond Tutu est maintenant archevêque émérite, ce qui signifie qu'il est retraité (Babelio, 2018). Néanmoins, pendant toute sa vie, il propage son message de paix et de non-violence lors de ses sermons et de ses discours devant des foules immenses. Son message est perçu comme une forme de lutte pacifique menée contre les gouvernements afrikaners (Gish, 2004).

Desmond Tutu est un acteur religieux qui s'implique pour le climat (Kopp, 2015). En effet, il parle des enjeux des changements climatiques à plusieurs événements des Nations Unies (Amann, 2009, Tutu, 2008). Notamment, lors d'un discours prononcé à la soixante et unième assemblée mondiale de la Santé à Genève en 2008 Tutu parle : « [...] [des] longs convois de réfugiés dépenaillés fuyant les catastrophes naturelles ou provoquées par l'homme [...] [et de] la menace du changement climatique et de la dégradation écologique, dont les tsunamis, les cyclones et les ouragans sont les signes. » (Tutu, 2008, p.2)

À la COP15, il participe à la démonstration *Hit-The-Production*, dont il est un porte-parole (Potter, 2009). Il y fait un discours à un événement de *Hopenhagen* et y présente une pétition (Tutu, 2009a). Aussi, Tutu prend part à la campagne *Tck Tck Tck* (Eric, 2010). En effet, il participe à la vidéo de la pétition musicale dont l'écoute équivaut à une signature (Eric, 2010). De plus, il participe à un événement parallèle de la COP, soit une audience publique de *Oxfam International* le 15 décembre 2009 au centre Bella (IISD, 2009b). Cet événement a pour but de faire entendre la voix de la société civile internationale aux dirigeants qui prennent les décisions et qui négocient l'accord de Copenhague (IISD, 2009b). À cet événement, il donne une entrevue à une jeune journaliste pour le média *The Guardian* (Pickering, 2009).

#### 4.2.3 Les caractéristiques des célébrités diplomates à la COP15

Dans cette section, nous présentons les caractéristiques des célébrités diplomates qui ressortent de l'analyse documentaire. Ainsi, nous présentons les caractéristiques des types de célébrités diplomates, les caractéristiques des types d'intellectuels et les affiliations des célébrités diplomates.

#### 4.2.3.1 Les types de célébrités diplomates à la COP15

Un premier type de célébrité diplomate que nous retrouvons à la COP15 est la célébrité diplomate scientifique (CDS) qui vient du monde académique (Cooper, 2008). Nous reconnaissons des caractéristiques de la célébrité diplomate scientifique (CDS) chez Wangari Maathai et chez Vandana Shiva. D'une part, ce type de célébrité diplomate est composé de scientifiques qui deviennent célèbres grâce à leur implication dans la défense d'une cause (Cooper, 2008). Comme nous l'avons présenté lors des sections précédentes, Maathai (biologiste) et Shiva (physicienne) sont toutes deux des scientifiques, des chercheuses, des environnementalistes et des activistes lors de la COP15. D'autre part, les CDS apportent de la crédibilité aux causes défendues grâce à leurs connaissances et leurs expertises. Leurs nombreuses récompenses et accomplissements apportent de la crédibilité à leur engagement.

Par exemple, dans le communiqué de presse diffusé par l'ONU pendant la COP nous apprenons qu'au cours de sa carrière, Wangari Maathai est nommée 6<sup>e</sup> au rang des héros de l'environnement<sup>31</sup>, elle fait partie des 500 personnalités du temple de la renommée du programme des Nations Unies pour l'environnement et elle est nommée une des 10 héroïnes du monde par les Nations Unies. En 2005, elle est nommée une des 100 personnes les plus influentes du monde par la revue *Time* et une des 100 femmes les plus puissantes par la revue *Forbes* (ONU, 2009). Puis, dans la documentation biographique sur Shiva, on remarque qu'elle est nommée héroïne de l'environnement, par *Time Magazine* et une des 5 communicatrices les plus puissantes en Asie par *Asiaweek*. Enfin, elle est l'une des 7 femmes les plus puissantes de la planète en 2011, selon *Forbes Magazine* (Shiva, 2018).

---

<sup>31</sup> 6th in the United Kingdom's Environment Agency peer review of the world's Top 100 Eco-Heroes.

Les CDS sont perçues comme les chiens de garde du monde intellectuel (Cooper, 2008). C'est-à-dire qu'elles sont en mesure d'offrir une voie alternative aux messages d'ordre scientifique d'un système au pouvoir. Par exemple, Maathai est ambassadrice des forêts du bassin du Congo. Elle est une pionnière dans le milieu académique, dans le domaine des droits de la personne et de l'environnement au Kenya, où elle a lutté pour la protection des forêts et la promotion de la justice climatique (PFBC, 2016). Notamment, Maathai a été arrêtée quelques fois pour avoir participé à des campagnes contre la déforestation en Afrique et a même été stigmatisée par le gouvernement de l'ancien président du Kenya, Daniel arap Moi (*BBC News*, 2004). De plus, dans les médias qui font la couverture de la COP15, on apprend que Shiva est présentée à la COP en tant que directrice de l'ONG *Navdanya* qui œuvre pour la protection des femmes et de la diversité biologique et culturelle. (Hamm, 2009). Elle offre une voie alternative aux débats.

Le second type que nous retrouvons à la COP15 est la célébrité diplomate hybride (CDH), il s'agit d'une célébrité aussi connue pour son excellence dans un domaine que pour son engagement pour une cause (Cooper, 2008). Cette célébrité diplomate est parfois plus célèbre pour son activisme que pour l'occupation qui la rend célèbre. Nous retrouvons des caractéristiques de la célébrité diplomate hybride chez le Prince Charles et chez Desmond Tutu. Notamment, leur implication perpétuelle pour les causes défendues et la compréhension qu'ils ont des enjeux leur donnent de la crédibilité. Les documents biographiques utilisés dans les sections précédentes démontrent leur implication de longue date. Notamment, la couverture médiatique du journal *The Guardian* sur le Prince Charles à la Conférence le présente comme un activiste de longue date (Vidal, 2009). De même, l'entrevue de Pickering (2009) avec Tutu au centre Bella au cours d'un événement parallèle de la COP15 et diffusé dans le journal *The Guardian*, le présente comme une figure légendaire qui œuvre pour la cause du climat qu'il considère comme un enjeu des droits de la personne. Par ailleurs, leur popularité et leur rayonnement international dû à leur statut donnent une grande

visibilité aux causes qu'ils défendent. En effet, leur statut d'influenceur leur permet d'attirer l'attention.

Un troisième type de célébrités diplomates provient du monde des affaires. Ce sont les célébrités diplomates philanthropes qui offrent d'énormes sommes pour les causes défendues (Cooper, 2008). En outre, le support monétaire de la fondation du Prince Charles se rapporte aux caractéristiques de la célébrité diplomate philanthrope (CDP) (*Clarence House*, 2018b). Par contre, nous distinguons le Prince Charles de sa fondation de mécène. Comme le Prince Charles ne représente pas sa fondation à la COP15, nous ne le considérons pas comme CDP.

Enfin, un dernier type est la célébrité diplomate vedette. Elles sont des célébrités traditionnelles ou de type «*feel good*», décrites comme des amateurs ou des enthousiastes et parfois perçues comme des imposteurs illégitimes, sans crédibilité ou rôle officiel (Cooper, 2008). Pour la COP15, nous ne remarquons pas de caractéristiques de ce type chez nos quatre célébrités.

#### 4.2.3.2 Les désignations et affiliations à la COP15

Nous trouvons des traces de l'affiliation de Maathai au programme de messenger de la paix de l'ONU. En effet, un communiqué de presse émis par l'ONU au cours de la COP15 informe de la nomination de Wangari Maathai à titre de messagère de la paix spécialisée en environnement et changement climatique (UN, 2009b). De plus, un document de l'institut international du développement durable sur la COP15, présente Maathai comme une lauréate du prix Nobel de la paix et comme une messagère de la paix des Nations Unies (IISD, 2009b).

Ensuite, Vandana Shiva participe à la COP15 en tant que scientifique de l'organisation *Navdanya*. Notamment, elle est inscrite sur la liste de participant de la

COP15 en tant que scientifique de ce mouvement (UNFCCC, 2009). Son affiliation est avec l'ONG *Navdanya* dont elle est partenaire.

Finalement, selon le matériel analysé, rien n'indique que le Prince Charles et que Desmond Tutu aient une désignation ou une affiliation spécifique au cours de la conférence de Copenhague. Cela nous porte à croire que ces deux célébrités diplomates sont sans affiliation à la COP15. Néanmoins, ils sont les invités du comité organisateur de la COP et de certains événements parallèles de la COP. Enfin, nous ne trouvons pas de traces de l'ambassadeur de bonne volonté pour les célébrités analysées pour la COP15. Ainsi, à la cette conférence nous avons une célébrité diplomate messagère de la paix, une célébrité diplomate affiliée à l'ONG *Navdanya* et deux célébrités diplomates sans affiliation.

Enfin, nous avons identifié les ambassadeurs de bonne volonté dans la littérature. Toutefois, dans la recherche documentaire sur les 4 célébrités diplomates de la COP15, nous ne retrouvons pas d'indice de cette affiliation. Nous n'observons pas d'ambassadeur de bonne volonté à la Conférence de Copenhague.

#### 4.2.3.3 Les types d'intellectuels à la COP15

L'observation de certaines caractéristiques des types d'intellectuels de Sapiro chez les célébrités diplomates étudiée, aide à comprendre leur l'engagement et mode d'intervention. Ainsi, notre analyse a permis de faire émerger diverses caractéristiques chez le Prince Charles, Maathai, Tutu et Shiva. Le tableau 4.1 présente leur catégorisation. Toutefois, il est important de mentionner qu'aucune célébrité ne possède toutes les caractéristiques d'une catégorie.

Nous observons des caractéristiques de l'intellectuel organique chez le Prince Charles, Desmond Tutu et Vandana Shiva. Tel que mentionné dans le cadre conceptuel, ce type d'intellectuel s'associe à une organisation et tend à adopter son idéologie. Le

Prince Charles défend la ligne idéologique de la famille royale britannique (Vidal, 2009). Desmond Tutu milite pour les enjeux de société au sein de l'Église anglicane (Pickering, 2009). Puis, Vandana Shiva est une environnementaliste et activiste scientifique qui s'engage au sein de Navdanya (Hamm, 2009).

Ils sont tous trois spécialistes dans leur domaine et se démarquent par leur autorité due à leurs titres (prince, archevêque, docteur), leur expertise, leurs affiliations et leur charisme. Ils occupent des postes respectés, ce qui leur confère une autorité par rapport à leurs prises de position et leur capacité de mobilisation. Leur nom est reconnu à travers le monde. Toutes ces caractéristiques augmentent leur capital symbolique, c'est-à-dire qu'ils ont une forte influence auprès du public. Enfin, leur autonomie leur permettant d'adopter des formes d'engagement individuel comme le discours. Les trois font en effet des discours à la COP15 (Prince Charles, 2009; Pickering, 2009; Shiva, 2009).

Prince Charles possède des caractéristiques de l'intellectuel organique. Son capital symbolique est dû à son titre, mais aussi à son renom et à son charisme. Son autonomie lui permet d'agir seul. Son mode d'intervention lors de la COP15 est le discours.

Tutu possède des caractéristiques de l'intellectuel organique. Son capital symbolique est dû à son titre, à son renom et surtout à son charisme. Son autonomie lui permet d'agir seul. Son mode d'intervention lors de la COP15 est le discours.

Shiva possède des caractéristiques de l'intellectuel organique et de l'expert. Son capital symbolique est dû à son titre, à son renom et à son charisme. Son autonomie lui permet d'agir seul. Son mode d'intervention lors de la COP15 est le discours. Son niveau de spécialisation augmente aussi son capital symbolique par rapport à son expertise.

Maathai possède des caractéristiques de l'intellectuel organique, de l'intellectuel spécifique et de l'expert. Son capital symbolique est dû à son titre, à ses prix, à son renom et à son charisme. Il lui confère une autonomie par rapport à son engagement, les actions qu'elle porte et ses prises de parole. On remarque son autonomie dans son activisme pour les causes des femmes et contre le gouvernement du Kenya au pouvoir. Cette autonomie n'est pas caractéristique d'un seul type d'intellectuel, mais il explique son type d'engagement et sa liberté d'expression dans ses discours. Son mode d'intervention lors de la COP15 est le discours.

Une caractéristique de l'intellectuel organique chez Maathai est qu'elle a été nommée messagère de la paix au cours de la COP15. Elle est choisie pour ce rôle en raison de son charisme et de son renom (nom et titre). Elle a un haut capital symbolique qui lui permet d'avoir le discours comme mode d'intervention. Son autonomie peut être considérée comme moindre car elle adopte l'idéologie de l'ONU. Néanmoins, cela n'affecte pas son mode d'engagement. En effet, une caractéristique de l'intellectuel spécifique qu'on lui attribue est due à son haut capital symbolique et son autonomie qui lui permette d'agir seul et de faire valoir son opinion personnelle. Enfin, les caractéristiques de l'expert que l'on retrouve chez Maathai sont son niveau d'éducation et ses prix. Elle est spécialisée en biologie et elle possède diplômes, distinctions et poste universitaire (ONU, 2009).

Tableau 4.1 : Classifications des célébrités diplomates de la COP15

|                              |                          |  |                                     |                        |
|------------------------------|--------------------------|--|-------------------------------------|------------------------|
| Célébrités diplomates        | Prince Charles de Galles | Wangari Maathai  | Vandana Shiva                       | Desmond Tutu           |
| Type de célébrité diplomate  | CDH                      | CDS  | CDS                                 | CDH                    |
| Désignations et affiliations | Sans affiliation         | Messagère de la paix   | Navdanya                            | Sans affiliation       |
| Types d'intellectuel         | Intellectuel organique   | intellectuelle spécifique / Experte / Intellectuelle organique | Intellectuelle organique et experte | Intellectuel organique |

(Inspiré de Cooper, 2008, Sapiro, 2009)

#### 4.2.4 Les modalités communicationnelles d'intervention à la COP15

Dans cette section, nous présentons les différents aspects des modalités communicationnelles d'intervention qui ressortent de l'analyse documentaire et de l'analyse qualitative de contenu sur les quatre célébrités diplomates pendant la conférence de Copenhague.

##### 4.2.4.1 Les modes de plaidoyer, tactiques, lieux et publics des communications à la COP15

Pour commencer, nous présentons les résultats de notre analyse documentaire et de l'analyse qualitative de contenu sur les modes de plaidoyer. Pour chaque mode de plaidoyer, nous faisons ressortir la tactique, le lieu et le public à qui s'adresse la communication.

Un premier mode de plaidoyer dont nous retrouvons des particularités à la COP15 est le discours critique. Ce dernier vise à remettre en question les comportements, les politiques, les valeurs ou encore les idéologies. Nous en retrouvons des indices dans les communications de chacune des célébrités diplomates (Prince Charles, Wangari Maathai, Vandana Shiva et Desmond Tutu) lors de la conférence de Copenhague.

Premièrement, Le Prince Charles et Maathai ont recours aux modes de plaidoyer du discours critique. Leur action spécifique (tactique) est de faire un discours à la cérémonie d'ouverture des négociations de haut niveau (*high-level segment*) au centre Bella (UNFCCC, 2009a). Il s'agit d'un événement officiel de la conférence. Les transcriptions des deux discours en anglais sont disponibles sur la page internet de la COP15 (Prince Charles, 2009; Maathai, 2009b). De plus, l'analyse documentaire de ces transcriptions nous indique que le public cible est composé de 115 chefs d'État, du Secrétaire général des Nations Unies et des représentants de gouvernements, du secteur privé et d'ONG, donc principalement du public primaire (Prince Charles, 2009; *IISD*, 2009b ; Maathai, 2009b).

Nous reconnaissons le mode de plaidoyer du discours critique, car Le Prince Charles s'interroge sur les comportements des gouvernements:

*We appear intent upon consuming the planet! [...] In the last fifty years we have degraded thirty per cent of global topsoil and destroyed thirty per cent of the world's rainforests. [...] the climate crisis is the mirror in which we see reflected the combined ecological impact of our industrialized age* (Prince Charles, 2009).

Puis, Wangari Maathai a un message qui vise à changer les comportements :

*[...]words that express values like compassion, empathy and mottainai<sup>32</sup> (encompassing respect, gratitude and not wasting). These values, more than science and figures, might be the basis for a true human partnership among our leaders to achieve the ultimate objectives of the Convention* (Maathai, 2009).

Lors de son discours à l'événement *Hit-The-Production*, Tutu répète que les riches doivent payer pour leurs actions qui pénalisent et font souffrir les plus pauvres du monde qui sont aussi les moins responsables (*IISD*, 2009a, Tutu, 2009a). Dans son

---

<sup>32</sup> Expression japonaise.

discours (tactique), il remet en question les politiques qui se rapportent au mode de plaidoyer du discours critique. Le public cible est composé des spectateurs, des négociateurs, des diplomates et des chefs d'État, donc du public primaire et du public secondaire (Tutu, 2009a). *Hit-The-Production* est un événement parallèle indépendant de la COP15. Finalement, à ce même événement, Shiva fait une marche, précédée d'un discours où elle remet en question les comportements et appelle à un changement de valeur : *The time has long passes for big capital to make more money. The earth most call the shots, the earth will write the rules* (Shiva, 2009). Le tableau ci-dessous présente un résumé du mode de plaidoyer du discours critique pour chaque célébrité diplomate étudiée à la COP15.

Tableau 4.2 : Modes de plaidoyer du discours critique, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP15

| Célébrités diplomates | Prince Charles de Galles | Wangari Maathai | Vandana Shiva                   | Desmond Tutu                  |
|-----------------------|--------------------------|-----------------|---------------------------------|-------------------------------|
| Mode de plaidoyer     | Le discours critique     |                 |                                 |                               |
| Tactique              | discours                 | discours        | discours                        | discours                      |
| Public                | *P1                      | P1              | **P2                            | P1/P2                         |
| Lieu                  | COP                      | COP             | événement parallèle indépendant | événement parallèle de la COP |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

P1 : Public primaire

P2 : Public secondaire

Le mode de plaidoyer de la campagne d'éducation publique vise à influencer les croyances populaires et le comportement du public. Pour ce mode de plaidoyer, la présence de Maathai aux événements des campagnes sur le changement climatique *Tck Tck Tck Copenhagen, Hopenhagen* et *Seal the Deal* est annoncée dans un communiqué de presse émis par l'ONU (ONU, 2009). Toutefois, nous ne trouvons pas d'autre document sur la présence de Maathai à ces événements parallèles de la COP15. Ainsi, nous ne pouvons que supposer que la tactique de Maathai est sa

présence aux événements. Enfin, ces campagnes font un appel international à agir pour le climat. Il s'adresse au public primaire et au public secondaire. Notamment, Maathai est présentée comme une « *leading civil society voices* » et un symbole d'unité pour ces campagnes parallèles à la COP15 dans ce même communiqué de presse (ONU, 2009). Elle semble être une personne clé pour le mode de plaidoyer de la campagne d'éducation publique.

De même, Desmond Tutu est présent à la démonstration et manifestation dans les rues de Copenhague de *Tck Tck Tck time for climate Justice campaign* (Alarcon, s. d.). Dans le rapport du mouvement *Tck Tck Tck*, nous apprenons que Tutu est le porte-parole de la campagne (Eric, 2010). Un des buts de cette campagne est de démocratiser et de conscientiser le grand public aux enjeux environnementaux. La campagne de communication utilise une vidéo d'une reprise de la chanson *Beds Are Burning* du groupe Midnight Oil, dans laquelle plusieurs vedettes participent. Cette vidéo agit à titre de pétition musicale où un téléchargement équivaut à une signature. À la fin de la vidéo, il y a un extrait d'un discours de Tutu où il dit: *I support the campaign for climate justice and I am pleased to become a climate ally. This is your campaign* » (*Beds Are Burning - « TckTckTck - Time for Climate Justice Campaign*, 2009). Ainsi, Tutu est présent dans la vidéo de la campagne et il fait un discours à l'événement *Tck Tck Tck time for climate Justice*. Nous associons le mode de plaidoyer de la campagne d'éducation publique pour cette campagne qui est supportée par les Nations Unies et vise le rayonnement de la COP15 et de ses négociations dans le monde. Le tableau ci-dessous présente un résumé du mode de plaidoyer des campagnes d'éducation publique pour Maathai et Tutu à la COP15.

Tableau 4.3 : Modes de plaidoyer des campagnes d'éducation publique, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP15

| Célébrités diplomates | Prince Charles de Galles           | Wangari Maathai               | Vandana Shiva | Desmond Tutu                  |
|-----------------------|------------------------------------|-------------------------------|---------------|-------------------------------|
| Mode de plaidoyer     | Les campagnes d'éducation publique |                               |               |                               |
| Tactique              | aucun                              | Présence                      | aucun         | Vidéo/discours                |
| Public                | aucun                              | P2                            | aucun         | P2                            |
| Lieu                  | aucun                              | événement parallèle de la COP | aucun         | événement parallèle de la COP |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

P1 : Public primaire

P2 : Public secondaire

Ensuite, nous identifions le mode de plaidoyer de l'action directe, qui vise à influencer les comportements par des actes de protestation, dans l'article en ligne du site Common Dreams sur Shiva (Hamm, 2009), où la participation de Shiva à la marche pour le climat de l'événement *Hit-The-Production* est rapportée. Cette marche ou manifestation est la tactique du mode de l'action directe. Le public est composé du public primaire et du public secondaire.

Nous retrouvons aussi des éléments du mode de plaidoyer de l'action directe chez Desmond Tutu. Lors de la démonstration publique et manifestation de *Hit-The-Production*, il y présente une pétition de 512 894 signatures adressées au secrétaire administratif de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (Yvo de Boer) (Kisbenedek, 2009b). La pétition est une tactique d'action directe. Elle s'adresse au public primaire, soit les décideurs. Le tableau ci-dessous présente un résumé du mode de plaidoyer de l'action directe pour Shiva et Tutu à la COP15.

Tableau 4.4 : Modes de plaidoyer de l'action directe, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP15

| Célébrités diplomates | Prince Charles de Galles         | Wangari Maathai | Vandana Shiva                   | Desmond Tutu                  |
|-----------------------|----------------------------------|-----------------|---------------------------------|-------------------------------|
| Mode de plaidoyer     | L'action directe (direct action) |                 |                                 |                               |
| Tactique              | aucun                            | aucun           | marche                          | pétition                      |
| Public                | aucun                            | aucun           | P1/P                            | P1                            |
| Lieu                  | aucun                            | aucun           | événement parallèle indépendant | événement parallèle de la COP |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

P1 : Public primaire

P2 : Public secondaire

Nous identifions des caractéristiques du mode de plaidoyer de l'événement médiatique dans une vidéo *You Tube* d'un discours de Shiva à l'événement *Hit-The-Production* (Shiva, 2009). Elle y fait un discours qui est médiatisé, ce qui est la tactique pour augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence de la campagne. Ainsi, elle s'adresse à une foule de manifestants, mais aussi aux gouvernements qui négocient à la COP, donc le public secondaire, mais aussi le public primaire (Shiva, 2009). En parlant du rassemblement, elle affirme : « *this is what earth democracy looks like; diversity, integrity, joy and beauty. That is what we are going to built on* » (Shiva, 2009).

Pour Tutu, une entrevue est publiée dans le journal *The Guardian*. Cette entrevue a lieu au centre Bella lors de la COP15, elle est la tactique du mode de plaidoyer de l'événement médiatique. Une journaliste locale de 15 ans, Annie Pickering, a réalisé cette entrevue pour l'organisation caritative pour enfant *Plan UK*. L'article s'intitule : *Desmond Tutu : young people have a right to be at climate talks*. Le but de l'entrevue peut être d'augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence de la COP15. De plus, le discours de Tutu à l'événement *TckTckTck - Time for Climate Justice*, présenté plus haut est aussi un événement médiatique. La tactique est le discours à l'événement parallèle de la COP15 et il s'adresse au public primaire et au public

secondaire. Le tableau ci-dessous présente un résumé du mode de plaidoyer des événements médiatiques pour Shiva et Tutu à la COP15.

Tableau 4.5 : Modes de plaidoyer des événements médiatiques, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP15

| Célébrités diplomates | Prince Charles de Galles   | Wangari Maathai | Vandana Shiva                 | Desmond Tutu                  |
|-----------------------|----------------------------|-----------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Mode de plaidoyer     | Les événements médiatiques |                 |                               |                               |
| Tactique              | aucun                      | aucun           | discours                      | entrevue, discours            |
| Public                | aucun                      | aucun           | P1/P2                         | P1/P2                         |
| Lieu                  | aucun                      | aucun           | événement parallèle de la COP | événement parallèle de la COP |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

P1 : Public primaire

P2 : Public secondaire

Enfin, nous identifions le mode de l'organisme communautaire qui rallie les citoyens et les résidents pour des causes dans un article de *CNN* sur la participation de Vandana Shiva au *Klimaforum09*. Cet événement parallèle indépendant est comparé à un sommet de la population par le porte-parole de l'événement, Richard Steed, et vu comme un lieu d'échange pour les membres de la société civile (Webster, 2009). Selon l'information de l'article, nous pouvons supposer que la tactique de Shiva à cet événement est sa présence. De plus, le public du *Klimaforum09* est composé de membres de la société civile, donc du public secondaire. Le tableau ci-dessous présente un résumé du mode de plaidoyer des organismes communautaires pour Shiva à la COP15.

Tableau 4.6 : Modes de plaidoyer des organismes communautaires, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP15

| Célébrités diplomates | Prince Charles de Galles      | Wangari Maathai | Vandana Shiva                   | Desmond Tutu |
|-----------------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------------|--------------|
| Mode de plaidoyer     | Les organismes communautaires |                 |                                 |              |
| Tactique              | aucun                         | aucun           | participaton /présence          | aucun        |
| Public                | aucun                         | aucun           | P2                              | aucun        |
| Lieu                  | aucun                         | aucun           | événement parallèle indépendant | aucun        |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

P1 : Public primaire

P2 : Public secondaire

#### 4.2.4.2 Les constructions de messages climatiques dans les communications à la COP15

Nous poursuivons cette section par la présentation des résultats de l'analyse qualitative de contenu sur la construction de messages climatiques. Le tableau ci-après résume les catégories d'analyse et les résultats de l'analyse par célébrité diplomate.

Le premier type de message sur le climat qui est court et porteur de signification est révélé par l'analyse qualitative dans les communications de Maathai et de Shiva. En effet, à partir de la transcription du discours de Maathai au *high-level segment* nous faisons ressortir son affirmation: « *We are in it together* » (Maathai, 2009). Le message est court et signifie que tous les humains sont touchés par les enjeux du changement climatique. Puis, pendant son discours à l'événement parallèle indépendant *Hit-The-Production*, Shiva déclare en trois courtes phrases que : « [...] nous décidons ce que nous mangeons, nous décidons ce que nous cultivons, nous avons le pouvoir » [Notre traduction] (Shiva, 2009).

Tableau 4.7 : Constructions de messages climatiques des célébrités diplomates à la COP15

| Éléments de la la construction de messages climatiques  | Prince Charles de Galles | Wangari Maathai | Vandana Shiva | Desmond Tutu |
|---|--------------------------|-----------------|---------------|--------------|
| 1. Le message est court et porteur de significations.   |                          | x               | x             |              |
| 2. Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne.   | x                        |                 |               |              |
| 3. Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté.  | x                        | x               | x             | x            |
| 4. Les concepts de base des changements climatiques sont explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias.                                      |                          |                 |               | x            |
| 5. Les concepts d'atténuation et d'adaptation devraient être prépondérants car ils suscitent l'espoir.  | x                        | x               |               |              |
| 6. Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.   | x                        |                 | x             |              |
| 7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.  | x                        |                 |               | x            |
| 8. Les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messenger et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié. | x                        |                 |               |              |
| 9. Autre  |                          |                 |               |              |
| Totale  | 6                        | 3               | 3             | 3            |

(Inspiré de Pruneau, Demers, et Khattabi, 2008)

Ensuite, notre analyse fait apparaître le deuxième type de message sur le climat, soit un message qui résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne dans le discours du Prince Charles. Lors de ce discours, il s'adresse aux négociateurs et au chef d'État du *high-level segment* et il les avise que « les yeux du monde » sont tournés vers la COP15 (Prince Charles, 2009). De plus, il parle des arbres, des forêts

tropicales et de la réduction des GES comme d'éléments cruciaux aux négociations de la conférence (Prince Charles, 2009). Ces messages rappellent le contexte de la conférence et les enjeux des négociations.

Un troisième type de message sur le climat tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté. Notre analyse qualitative dévoile ce type de message dans les communications de chacune des quatre célébrités de la COP15. En effet, les communications du Prince Charles, de Maathai, de Tutu et de Shiva contiennent des messages qui touchent le public auquel ils s'adressent. Par exemple, dans son discours au *high-level segment* le Prince Charles parle des opportunités d'affaires qu'un accord robuste, efficace et équitable pourrait apporter au public orienté sur l'économie, soient les chefs d'État, les ministres et le secteur des entreprises privées (Prince Charles, 2009). Aussi, dans son discours au *high-level segment* Maathai parle des concepts de transparence, d'honnêteté, de justice, de droit et de responsabilité, comme des éléments de base permettant aux négociateurs de s'entendre et d'atteindre les objectifs de la conférence : « *ambitious, fair and legally-binding agreement* » (Maathai, 2009).

Ensuite, nous observons le type de message sur le climat qui explique les concepts de base des changements climatiques dans l'entrevue de Tutu au magazine *The Guardian*. En effet, il parle de l'impact du changement climatique et d'une hausse de la température en Afrique : « *In Africa this would mean an increase of 3-4C – and that's hell* » (Pickering, 2009). Ce message est présent à la COP15, il s'agit d'un enjeu débattu par les négociations officielles de la conférence.

Notre analyse dévoile un autre type de message sur le climat dans les communications du Prince Charles et de Maathai, soit des communications

promouvant les concepts d'atténuation et d'adaptation<sup>33</sup>. Le Prince Charles parle de l'importance de reconnaître le lien entre la résistance des écosystèmes, leur capacité d'adaptation, la baisse de la pauvreté et le développement économique soutenu à son discours au *High-Level Segment* (Prince Charles, 2009). À ce même événement, Maathai parle de l'importance du respect du Protocole de Kyoto qui comprend des mesures d'atténuation et d'adaptation des effets du changement climatique. Lors de son discours au *high-level segment* Maathai affirme :

*We shall see leadership demonstrated with respect to Kyoto Protocol, adaptation, finance, REDD+, capacity building and technology [...] The rich countries have the technology and the capital to adapt and mitigate, and thereby deal with many of the threats that will face the developing world* (Maathai, 2009).

Un sixième type de message sur le climat que nous observons pousse à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé. On retrouve des indices de ce message dans les communications du Prince Charles et de Shiva. D'une part, encore lors de son discours au *high-level segment*, le Prince Charles parle de nouvelles technologies, de financement et de développement. Puis, ils parlent de partage des connaissances avec les communautés locales et les petites fermes ainsi que l'importance d'investir à long terme pour l'environnement et pour les solutions au changement climatique. Notamment, le Prince Charles affirme aussi, en parlant des enjeux de déforestation, que :

*The Project has been exploring the drivers of deforestation and how innovative financing mechanisms could provide Rainforest Nations with financial rewards for positive performance* (Prince Charles, 2009).

D'autre part, lors de son discours à l'événement *Hit-The-Production* Shiva encourage l'innovation pour un avenir prospère lorsqu'elle dit : « nous allons changer [...] nous

---

<sup>33</sup> Comme présenté dans la problématique, le principe d'atténuation correspond aux mesures prises pour réduire les émissions de gaz à effet de serre par l'adoption d'énergies renouvelables. Le principe d'adaptation consiste à la modification physique d'un territoire (CCNUCC, 2014).

serons le changement que nous désirons! [...] personne ne nous arrêtera» [Notre traduction] (Shiva, 2009).

Par la suite, notre analyse qualitative de contenu montre la présence des messages qui peignent une vision engageante et moralement attrayante dans les communications du Prince Charles et Desmond Tutu. Notamment, lors de son discours à l'événement *Tck Tck time for climate Justice* Tutu dit : « *Join us! Join the winning side.* » (Tutu, 2009b). De plus lors de son discours au *high-level segment*, le Prince Charles demande à l'auditoire d'imaginer un monde plus sécuritaire, plus durable et économiquement plus fort. Il affirme qu'une vision commune des objectifs donne le pouvoir d'agir : « *Imagine a healthier, safer, and more sustainable, economically robust world. Because if we share in that vision, we can share the will to action that is now required* » (Prince Charles, 2009).

Finalement, nous retrouvons des indices d'un message conçu pour un public spécifique et approprié dans les communications du Prince Charles. Dans son discours au *high-level segment*, il donne des exemples concrets adressés à certains membres de l'assistance. Il affirme que plusieurs des dirigeants des pays les plus pauvres préfèrent se tourner vers un développement durable, malgré l'attrait économique de l'exploitation des ressources naturelles :

*Such visionary people have a vital role to play in helping the world to find the strength needed to address its problems. But they desperately need our support, for without it they may not have a second chance* (Prince Charles, 2009).

#### 4.2.4.3 Les messages spécifiques aux changements climatiques à la COP15

Enfin dans cette dernière section, nous présentons les résultats de l'analyse qualitative de contenu sur le message spécifique aux changements climatiques qui ressortent des communications des quatre célébrités diplomates de la COP15.

Tableau 4.8 : Messages spécifiques aux changements climatiques des célébrités diplomates COP15

| Célébrités diplomates   | Prince Charles de Galles | Wangari Maathai | Vandan a Shiva | Desmond Tutu |
|---|--------------------------|-----------------|----------------|--------------|
| 1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années. | x                        |                 |                | x            |
| 2. Les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques.  | x                        | x               |                |              |
| 3. Les humains sont responsables des changements climatiques.   | x                        |                 | x              | x            |
| 4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.             | x                        | x               | x              | x            |
| 5. Autre  |                          |                 |                | x            |

(Inspiré de Pruneau, Demers, et Khattabi, 2008).

Pour commencer, notre analyse révèle un premier message spécifique aux changements climatiques, soit le message que les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels qui prennent de l'ampleur avec les années, dans les communications du Prince Charles et de Desmond Tutu. On le retrouve dans le discours du Prince Charles au *high-level segment* lorsqu'il déclare : « *For climate change is a risk-multiplier. It has the potential to take all the other critical issues we face as a global community and transform their severity into a cataclysm* » (Prince Charles, 2009). De plus, lors de son entrevue pour le journal *The Guardian* s'étant déroulé au centre Bella, Tutu affirme que le manque de nourriture, le manque d'abris et les problèmes de santé sont des enjeux des droits de la personne qui sont amplifiés par le changement climatique.

*When you don't have food, when you don't have shelter, when you begin to suffer from disease such as malaria and cholera, those are human rights issues, especially when it is something which is caused by human action* (Tutu, 2009 cité dans Pickering, 2009).

Ensuite, l'analyse de contenu révèle des traces du message que les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques. En effet, ce message se trouve

dans les communications du Prince Charles et de Maathai. D'une part, lors de son discours au *high-level segment*, le Prince Charles parle du consensus de la communauté scientifique sur l'existence du changement climatique. De plus, il parle de son expérience à côtoyer les experts du climat (Prince Charles, 2009). D'autre part, lors de son discours au *high-level segment*, Maathai affirme que malgré les différences entre les délégués, ils sont tous conscients des prédictions scientifiques et des changements climatiques sur les états insulaires et les régions désertiques comme l'indiquent les données scientifiques du GIEC (Maathai, 2009). De ce fait, elle affirme que les scientifiques sont certains de l'existence du changement climatique. Enfin, elle parle des nombreuses campagnes sur le climat qui se retrouvent à la COP15 et qui supportent un effort collectif (Maathai, 2009).

L'analyse qualitative de contenu met en lumière le troisième message qui se retrouve dans les communications des célébrités diplomates et qui dit que les humains sont responsables des changements climatiques. Nous observons ce message dans les communications du Prince Charles, de Vandana Shiva et de Desmond Tutu. Lors de son discours au *high-level segment*, Le Prince Charles parle de l'âge industriel comme l'une des causes du changement climatique, cela signifie que les humains sont responsables des changements climatiques. Il affirme aussi que le seul moyen d'assurer la survie des humains sur terre est de trouver un moyen de vivre au sein de la nature plutôt que d'être séparé d'elle (Prince Charles, 2009). Ensuite, lors de son discours à l'événement *Hit-The-Production* Shiva parle de la corruption et de la pollution comme des activités humaines qui nuisent au climat [Notre traduction] (Shiva, 2009). Enfin, lors de son discours à l'événement *Tck Tck Tck time for climate Justice*, Tutu répète que les riches doivent payer pour leurs actions qui pénalisent et font souffrir les plus pauvres du monde, qui sont aussi les moins responsables des changements climatiques (IISD, 2009a, Tutu, 2009a).

Un autre message spécifique aux communications climatiques dit que les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène. Notre analyse indique que ce message se retrouve dans les communications des quatre célébrités diplomates. Par exemple, dans son discours au *high-level segment*, le Prince Charles souligne la capacité et le devoir des citoyens du monde entier d'agir pour diminuer le changement climatique lorsqu'il dit : « *Just as Mankind had the power to push the world to the brink so, too, do we have the power to bring it back into balance* » (Prince Charles, 2009). Ensuite, au même événement, Maathai parle du devoir des citoyens du monde : « *Climate change is an issue of security both locally and internationally* », car que tous les pays riches et moins riches sont menacés » (Maathai, 2009).

Par ailleurs, lors de son discours à l'événement *Hit-The-Production* Shiva déclare :

*People are not in Copenhagen to bury the climate treaty [...] They are here to implement it! Let this be the time where, you, marching to the Cop15, tell the leaders, 'We have the power... we will be the change we want to see, and no one is going to stop us* (Hamm, 2009).

Pour Shiva, la population qui se mobilise a le pouvoir de faire passer des messages aux dirigeants et aux négociateurs et de faire changer les choses. Enfin, dans son entrevue pour *The Guardian*, Tutu mentionne qu'il faut écouter, porter attention et agir pour les personnes qui ressentent les effets des changements climatiques. Il précise que les pays développés doivent réduire leurs émissions de GES d'au moins 50 %. Notamment, il dit : « *The disaster is already in progress, but we have it in our power to end this injustice* » (Pickering, 2009).

Finalement, notre analyse qualitative de contenu fait apparaître deux messages que nous n'avons pas identifiés dans notre cadre conceptuel. Ces messages ressortent du discours de Tutu à l'événement *Tck Tck Tck time for climate Justice* et de l'entrevue de Tutu pour *The Guardian* (Pickering, 2009, Tutu, 2009a). D'une part, certains des

messages de Tutu sont à connotation religieuse. Pendant son discours, il clame que Dieu est bon, qu'il trouve fantastique chacune des personnes présentes à la COP15 et que chacun des participants on le pouvoir de créer un monde meilleur : « *God looks down and say Copenhagen is here, [and] you're fantastic [...]* » (Tutu, 2009a). D'autre part, en entrevue, Tutu insiste sur la présence des jeunes à la COP15, comme quelque chose d'important et de naturel. Selon lui, les jeunes devraient dire qu'il s'agit de leur monde et que les générations fautives devraient leur faire place (Pickering, 2009).

#### 4.3 Cas 2 : Conférence de Paris (COP21)

Le second cas étudié est la Conférence de Paris (COP21) qui s'est déroulée en France du 30 novembre au 12 décembre 2015. Les quatre célébrités diplomates de la COP21 sont, en ordre alphabétique : 1) Leonardo DiCaprio, 2) Jane Goodall, 3) Sean Penn et 4) Vivienne Westwood.

##### 4.3.1 Présentation de la COP21

En premier lieu, la présentation de la COP21 offre un contexte à notre analyse et nous permet de faire ressortir des événements officiels de la COP21, des événements parallèles de la COP21 ou des événements indépendants de la COP21. La conférence de Paris visait une action mondiale commune relativement aux changements climatiques pour un avenir plus équitable et plus pacifique pour tous (UN, 2015). Un des objectifs de la COP21 est de faire le suivi du Programme d'action Lima-Paris, qui visait à rassembler les acteurs étatiques et non étatiques pour encourager la coopération pour le climat et soutenir un accord universel sur le changement climatique (UN, 2015; UNFCCC, 2015).

Plusieurs événements du Plan d'action Lima-Paris ont eu lieu à la conférence de Paris dans le but d'évaluer le progrès des initiatives sur le climat et d'en présenter de nouvelles. Notamment, le jour de l'action<sup>34</sup> est organisé par le Plan d'action Lima-Paris au Bourget où se réunissent des dirigeants, des participants non étatiques et des membres des médias le 5 décembre 2015 (UNFCCC, 2015). Il s'agit d'un événement parallèle aux négociations de la COP21 tenu sur le site de la conférence. De plus, la conférence de Paris aspirait à un accord universel et contraignant qui permettrait de lutter contre le changement climatique (société et économie sans carbone) et à contenir le réchauffement climatique en dessous des 2 °C (UN, 2015; UNESCO, 2015).

Par ailleurs, à la COP21, le partenariat entre les gouvernements, le secteur privé et la société civile est central. Notamment, avant le début de la conférence, chaque pays devait publier une « contribution déterminée au niveau national » pour la diminution des émissions de GES (Mayer, 2016). En effet, les négociations de la COP21 tentent de trouver un équilibre entre les besoins et les capacités de chaque pays pour la réduction des émissions des GES (UNFCCC, 2015). Pour ce faire, les négociations de la COP21 traitent d'atténuation et d'adaptation des sociétés aux dérèglements présents et futurs causés par les changements climatiques (Mayer, 2016). Il s'y déroule aussi des négociations sur le financement du fond vert et le financement d'autres programmes environnementaux. Enfin, la COP21 se conclut par l'accord de Paris, un document perçu comme un succès des négociations pour le climat au moment de son adoption en 2015 (UN, 2015).

---

<sup>34</sup> Cette journée découle du Plan D'Actions Lima-Paris (LPAA) qui encourage les initiatives coopératives et d'acteurs individuels (entreprises, investisseurs, collectivités locales, ONG ou syndicats) (« Action Day », 2015).

En outre, la COP21 s'est déroulée à Paris Le Bourget, en France. Cet espace, nommé le Bourget, était divisé en trois principales sections durant la conférence. Premièrement, il y avait le centre de conférence, où les négociations ont eu lieu et où nous retrouvons les chefs d'État et les délégués. Deuxièmement, il y avait la galerie des solutions qui regroupait les entreprises et les ONG. Puis troisièmement, il y avait les espaces « Générations climat » pour tous les membres de la société civile. En effet, près de 340 ONG étaient présentes à la COP21. Ces dernières avaient pour but d'inclure et d'informer le grand public par leur implication à des stands d'information, des expositions (pédagogiques, interactives), des conférences ou encore des projections de films (Mulot, 2015).

Plusieurs événements organisés par des entités de l'ONU se déroulent sur le site du Bourget au cours de la COP21, comme le jour de l'action (5 décembre) mentionné plus haut ou le sommet pour les leaders locaux (4 décembre) (UNFCCC, 2015). En outre, l'*Equator Prize 2015 Award* (7 décembre) en l'honneur des premières nations, des communautés locales et de l'inclusion de tous dans le mouvement pour le climat se déroule à Paris pendant la COP (equator initiative, s.d.). Enfin, nous retrouvons aussi des événements indépendants qui se déroulent parallèles à la COP21. Notamment, des campagnes de communication déployées dans les rues de Paris sous forme de marche ou d'expositions. Par exemple, la baleine bleue sur le quai de la Seine est une exposition symbolisant la biodiversité et la conservation des océans (Revert, 2015).

#### 4.3.2 Les célébrités diplomates à la COP21

Pour comprendre le contexte de leur engagement, nous ébauchons le portrait de chacune des célébrités diplomates de la COP21. Nous présentons également leur implication pour la cause climatique, en plus de leur implication lors de la COP21.

#### 4.3.2.1 Leonardo DiCaprio

Leonardo DiCaprio est un acteur hollywoodien populaire et acclamé par la critique qui naît à Los Angeles en 1974 (DiCaprio Foundation, 2015a). Il est un activiste environnemental et philanthrope depuis les années 90 (Clough, 2008). En effet, c'est un environnementaliste de longue date qui utilise sa visibilité pour parler des causes pour lesquelles il milite (DiCaprio Foundation, 2015a). Ses discours engagés sur le climat lors de cérémonies telles que les Golden Globes ou les Oscars (2016), sa participation à des événements pour le climat comme le jour de la terre et son travail sur des documentaires sur l'environnement et sur le changement climatique (*Global Warning* (2003), *Water Planet* (2005), *The 11th Hour* (2007) et *Before the Flood* (2016)) sont des exemples de son engagement pour le climat.

En 1998, il cofonde *The Leonardo DiCaprio Foundation* (1998), une ONBL qui supporte des causes environnementales et leur donne de la visibilité. DiCaprio et sa fondation collaborent avec différentes organisations pour la protection de l'environnement (Fond mondial pour la nature, Fond international pour la protection des animaux, *Natural Resources Defense Council*, *National Geographic Kids*, *National Geographic's Pristine Seas*, *funders' collaborative Oceans 5*, etc.) (WWF, 2018).

Son engagement lui vaut plusieurs prix (*Martin Litton Environmental Warrior Award* (2001), *Environmental Leadership Award* (2003), *Crystal Award* (2016) (Clough, 2008; Leonardo DiCaprio Foundation, 2015). Par ailleurs, aux États-Unis, il participe à des manifestations liées à des enjeux environnementaux (*Standing Rock* (2016), *People's Climate* (2017) (Goldenberg, 2016)). Enfin, il est perçu comme l'une des célébrités les plus impliquées pour la cause du changement climatique (Goldenberg, 2016). Corollairement, il est nommé messager de la paix pour le changement climatique par le secrétaire général des Nations Unies, Kofi Annan, en 2014 au *UN Climate summit* à Cancun (DiCaprio Foundation, 2015a; UNFCCC, 2014b). Ce

sommet avait pour but d'exalté l'action et les négociations pour le climat en préparation de la conférence de Paris de 2015(UNFCCC, 2014p).

Plusieurs documents analysés révèlent la présence de DiCaprio à la COP21. Nous notons sa présence au sommet des élus locaux le 4 décembre où il fait un discours (UNFCCC, 2015). De plus, il participe au jour de l'action, le 5 décembre où il est présent à titre de spectateur. À cet événement, il pose pour les médias en compagnie du secrétaire général des Nations Unies, Kofi Annan, dans son rôle de messenger de la paix (UN, 2015). Enfin, on remarque la présence de DiCaprio dans des publications de la COP21 sur Twitter (UN, 2015).

#### 4.3.2.2 Jane Goodall

Jane Goodall est née en 1934 à Londres, en Angleterre. Elle est une primatologue britannique qui est connue pour son étude des chimpanzés au Congo. Elle passe une grande partie de sa vie dans la région de Gombe au Gabon où elle dirige l'étude de terrain de nombreux candidats au doctorat (Greene, 2005). Notamment, Goodall reçoit un doctorat en éthologie de l'Université de Cambridge en 1966.

D'ailleurs, elle cofonde l'institut Jane Goodall pour la recherche sur la faune, l'éducation et la préservation en 1977 (Greene, 2005). L'institut œuvre et est reconnue dans 31 pays pour son travail de développement de programmes centrés sur la communauté en Afrique et la protection des chimpanzés (Goodall Institute of Canada, 2018). Elle met en œuvre plusieurs projets tel que le programme *Roots and Shoots* initié en 1991 incitant les jeunes à prendre action dans leur communauté et qui touche près de 150 000 personnes dans 100 pays (Greene, 2005). Goodall voyage à travers le monde pour parler des enjeux de la protection des chimpanzés et de l'environnement. Elle encourage son auditoire à adopter des pratiques de

consommation et un mode de vie responsable pour l'environnement et d'être engagé (Goodall Institute of Canada, 2018).

Enfin, elle reçoit de nombreux prix et honneurs au cours de sa carrière, dont le prix Kyoto pour la science en 1990. Ce prix de la Fondation Inamori du Japon souligne le travail exceptionnel dans différents domaines (art, philosophie, science et technologie). En 1995, elle est nommée officière de l'ordre de l'Empire britannique. Puis, en 2004, le Prince Charles la nomme dame commandeur de l'ordre de l'Empire britannique. Elle peut ainsi être appelée Dame Jane Goodall. De plus, elle reçoit le titre d'officier de la Légion d'honneur par le premier ministre français Dominique de Villepin (Futura, s. d.). Elle reçoit ces prix pour son engagement pour la protection de l'environnement et du climat.

Lors de la COP21, Goodall participe à de nombreux événements parallèles. Le 5 décembre, elle est présente au jour de l'action au Bourget et donne des entrevues aux médias (Goodall, 2009). Le 7 décembre, elle donne une entrevue lors de l'inauguration de la plateforme *Taperstry of Hope*. Il s'agit d'une carte interactive réunissant les actions et les projets de milliers de campagnes (Cooke, 2015). Aussi, le 7 décembre, elle présente et assiste à la projection d'un film « *Stop the Burning* » au Bourget (COP PARIS, 2015). Enfin, cette même journée, elle participe à la cérémonie des *Equator Prize 2015 Award au théâtre Mogador à Paris*, où elle est récompensée et où elle prononce le discours de fermeture (equator initiative, s.d.).

#### 4.3.2.3 Sean Penn

Sean Penn est un acteur hollywoodien né en Californie. Il reçoit de nombreux prix dans sa carrière, dont 2 oscars. Il est reconnu pour son activisme provocateur. Par exemple, lorsqu'il rencontre Joaquin Guzman pour une entrevue; lors de sa rencontre avec Hugo Chavez ou lors de son voyage en Iraq en 2003 avant l'invasion par les

États-Unis (Itzkoff, 2017). Ces actions portent à controverse et il prend souvent position contre les politiques des États-Unis (Lang, 2016).

Il est cofondateur de la *J/P Haitian Relief Organization* pour le développement de projets dans les Caraïbes (JP/HRO, s. d.) L'organisation travaille à soutenir les besoins des camps et des communautés affectées dans la reconstruction du pays après les tremblements de terre de 2010 (JP/HRO, s. d.). Avec cette organisation, Penn participe au secours humanitaire en Haïti après le tremblement de terre de 2010 (*BBC*, 2016). Toutefois, lors qu'il est présent sur les lieux de catastrophes naturelles, ses motifs sont mis en doute. Pourtant, selon Lang (2016), Penn prend réellement part aux efforts sur le terrain. D'ailleurs, avant la COP21, Penn prend part à plusieurs rencontres en préparation à la conférence de Paris avec le ministre français des Finances (Michel Sapin). Les deux hommes se rencontrent notamment en marge de l'assemblée annuelle de la Banque mondiale et du Fonds monétaire international à Lima, au Pérou, où ils échangent sur son engagement humanitaire en Haïti et les dangers du réchauffement climatique (France, 2015).

Pendant la COP21, Penn participe au jour de l'action, le 5 décembre, où il fait un discours comme porte-parole de *J/P Haitian Relief Organization*. Son discours est repris dans les médias (*Le Monde* et *Le Parisien*) et sur les réseaux sociaux (*You Tube* et *Facebook*). Du reste, il donne une entrevue à la publication Bloomberg (Roston et Wieners, 2015).

#### 4.3.2.4 Vivienne Westwood

Vivienne Westwood est née en Angleterre en 1941 (Westwood, 2016). Elle est une créatrice de mode et une femme d'affaires impliquée politiquement pour des causes telles que les droits de la personne, la dénucléarisation et le changement climatique. Elle est appelée dame Vivienne Westwood après l'obtention du titre d'officier de

l'ordre de l'Empire britannique en 1992 puis du titre de dame commandeur de l'ordre de l'Empire britannique en 2006 (Moss, 2018).

Westwood est connue pour ses créations, ses idées provocantes et ses slogans anticonformistes<sup>35</sup> (Westwood, 2016, Carlin, 2015). Par ailleurs, son activisme pour les droits de la personne et pour l'environnement influence son travail de créatrice et ses pratiques de production (Moss, 2018). Par exemple, elle crée des serviettes de table au profit de l'œuvre de charité *CoolEarth* pour la préservation des forêts tropicales (Pouget, 2015). Aussi, pour la production d'une collection de mode africaine équitable, elle collabore avec des milliers de femmes africaines dont les compétences leur permettent d'être engagées et payées équitablement pour leur travail (Westwood, 2016). Aussi, en 2013, elle restructure le modèle d'affaires de sa compagnie pour des pratiques plus éthiques (Westwood, 2015).

Westwood utilise ses défilés de mode comme des plateformes pour diffuser ses messages (Thorpe, 2014). Par exemple, en 2012 elle crée un chandail pour supporter Julian Assange<sup>36</sup>, souhaitant que l'assistance à son défilé de mode le porte (Boyes, 2008). De plus, elle raconte, au média *Paris Match* que lorsqu'elle organise des défilés de mode, elle refuse de répondre aux questions des journalistes sur son travail et qu'elle leur parle plutôt d'environnement (Westwood, 2015).

---

<sup>35</sup> Elle utilise le slogan « *Intellectuals Unites* » pour encourager l'engagement des intellectuels. Carlin (2015) note la ressemblance de ce slogan avec ce lui de Noam Chomsky : « *With her slogan "Intellectuals Unite," she echoes Noam Chomsky's famous exhortation during the Vietnam War, spotlighting the "responsibility of intellectuals" [...]* » (Westwood, 2015 cité dans Carlin, 2015).

<sup>36</sup> Il est inscrit sur les chandails : « *I'm a big supporter of Julian Assange* » (Boyes, 2008). Julian Assange est le fondateur de WikiLeaks. Pour plus d'information sur WikiLeaks veuillez consulter le : <https://wikileaks.org> (WikiLeaks.org, s. d.).

Lors de la COP21, Vivienne Westwood participe à des événements parallèles indépendants. Notamment, elle présente son film *Trouble in Paradise* à l'événement *Place to B*, un lieu de rencontre pour les médias et les activistes à Paris pendant la COP21 (Orlovic, 2015). De plus, elle donne une entrevue filmée pour le web au magazine *Paris Match* (Westwood, 2015). L'entrevue se fait sous la baleine bleue pour la campagne du même nom promue par Paul Watsen et elle-même (Westwood, 2015). L'œuvre éphémère est une énorme sculpture d'une baleine bleue, qui vise à conscientiser le plus grand nombre sur les enjeux de biodiversité (Revert, 2015). Enfin, au cours de la COP, Westwood publie une entrevue sur son blogue (Carlin, 2015).

#### 4.3.3 Les caractéristiques des célébrités diplomates à la COP21

L'analyse documentaire nous permet de faire ressortir les caractéristiques des célébrités diplomates. Nous les présentons dans cette section. Ainsi, les caractéristiques des types de célébrités diplomates, les caractéristiques des types d'intellectuels et les affiliations des célébrités diplomates sont mises de l'avant.

##### 4.3.3.1 Les types de célébrité diplomate à la COP21

Pour les célébrités diplomates de la COP21, l'analyse documentaire nous permet d'associer Leonardo DiCaprio et Vivienne Westwood au type de la célébrité diplomate hybride; Jane Goodall au type de la célébrité diplomate scientifique et Sean Penn au type de la célébrité diplomate vedette.

La célébrité diplomate hybride se distingue par le fait qu'il n'y a pratiquement plus de différence entre le travail qui les rend célèbres et leur engagement dans les causes qu'ils défendent (Cooper, 2008). Nous reconnaissons des caractéristiques de la célébrité diplomate hybride chez Leonardo DiCaprio et Vivienne Westwood.

D'une part, Leonardo DiCaprio est très connu et son engagement pour l'environnement et le climat est présent dans plusieurs de ses activités (DiCaprio Foundation, 2015a). Dans un article de la revue *Vanity Fair* diffusé au cours de la COP21, il est présenté comme un environnementaliste de longue date (Miller, 2015). Aussi, il est décrit comme une vedette capable d'attirer l'attention des médias et du public pour communiquer des messages sur environnement (Miller, 2015). Comme nous l'avons mentionné dans sa présentation, DiCaprio parle du climat dans ses discours lors de cérémonies de prix à Hollywood, lors de sa participation à des événements comme le jour de la terre et dans ses documentaires sur le climat (DiCaprio Foundation, 2015a). Sa compréhension des enjeux du climat et son implication continuelle pour la cause lui donnent de la crédibilité lors de ses interventions. Il est un influenceur qui attire grandement l'attention sur les enjeux qu'il défend. Notamment, au cours de la COP21, il est présent sur la page Twitter de l'Organisation des Nations Unies (United Nations, 2015).

D'autre part, Vivienne Westwood est une créatrice de mode connue internationalement dont l'engagement est aussi significatif. L'analyse d'un article du blog *urbanmeisters* sur Westwood révèle qu'elle est une créatrice de mode aussi connue pour ses créations que pour son activisme pour plusieurs causes sociales (Orlovic, 2015). Sa compréhension des enjeux débattus et son implication continuelle envers les causes pour lesquelles elle s'engage lui donnent de la crédibilité. Également l'analyse d'une entrevue publiée pendant la COP21 sur le site du blog de Westwood, dénote son activisme sociale de longue date qui se concentre sur les enjeux du changement climatique (Carlin, 2015). Elle est une influenceuse qui attire grandement l'attention sur les enjeux qu'elle défend. Notamment, on la remarque sur les réseaux sociaux (*You Tube*) pendant la conférence de Paris (La Baleine Bleau, 2015).

La célébrité diplomate scientifique, comme le nom l'indique, provient du monde scientifique et devient célèbre grâce à son implication dans la défense d'une cause. L'analyse documentaire conduit à identifier cette caractéristique chez Jane Goodall. Elle est une anthropologue et éthologue connue à travers le monde, ce qui lui apporte de la crédibilité lorsqu'elle parle des causes qu'elle défend (UNFCCC, 2015). En entrevue, diffusée sur *You Tube* lors de la COP21, elle affirme qu'elle parle souvent pour la défense des forêts parce que c'est ce qu'elle connaît le mieux (Goodall, 2009). Notamment, elle est une des fondatrices de la plate forme informatique *Tapestry of Hope* qu'elle inaugure à la COP21 (Cooke, 2015). Cette initiative permet un partage international de l'information sur des milliers de campagnes climatiques à travers le monde. Ces campagnes appuient la population, les animaux et l'environnement (UNFCCC, 2015).

Ensuite, l'analyse documentaire fait ressortir des caractéristiques de la célébrité diplomate vedette chez Sean Penn. Il faut reconnaître que Penn est un acteur du milieu du cinéma hollywoodien. Sa popularité lui permet de créer une occasion de nouvelle lorsqu'il s'engage pour une cause (Cooper, 2008). Néanmoins, les CDV sont souvent perçus comme des amateurs ou des enthousiastes. En effet, l'activisme de Penn est quelque fois perçu comme de l'opportunisme, mais il est tout de même reconnu pour ses actions (Lang, 2016). Par exemple, Penn utilise son statut de vedette pour prendre part à des débats politiques ou à des enjeux humanitaires (UNFCCC, 2015). Il est présent à la COP21 en tant que cofondateur de l'organisation *J/P Haitian Relief* et pour en défendre les intérêts (novethic, 2015). Dans le vidéo *You Tube* de son discours, au jour de l'action, nous remarquons de nombreux représentants des médias.

Enfin, nous identifions un dernier type de célébrités diplomates dans le cadre conceptuel. Il s'agit de la célébrité diplomate philanthrope qui offre d'énormes sommes pour les causes défendues et qui provient souvent du monde des affaires

(Cooper, 2008). Dans les documents analysés, nous ne distinguons pas d'information se rattachant à ce type de célébrité diplomate à la COP21.

#### 4.3.3.2 Les désignations et affiliations à la COP21

Pour ce qui est de la désignation ou de l'affiliation des célébrités diplomates, notre analyse confirme que Leonardo DiCaprio et Jane Goodall sont présents en tant que messagers de la paix des Nations Unies. D'ailleurs, l'analyse des documents sur la participation de Westwood et Penn indique qu'ils sont présents à la COP21 avec respectivement le mouvement *Climate Revolution* et l'organisation *J/P Haitian Relief*.

Leonardo DiCaprio est nommé messager de la paix des Nations Unies pour l'environnement avec une concentration sur le changement climatique en 2014, au sommet des Nations Unies sur le climat de Cancún (2014). Cette information est présentée dans les communications des Nations Unies pendant la COP21 (UN News, 2015). Dans ce rôle, il fait plusieurs discours, dont un à la conférence de Paris, sommet pour les leaders locaux (2015), puis un lors de la signature de l'accord de Paris (2016). L'analyse de la transcription de son discours au sommet pour les leaders locaux indique qu'il se présente en tant que messager de la paix, en tant que citoyen inquiet et en tant que documentariste travaillant sur un film sur le changement climatique (DiCaprio, 2015b).

Jane Goodall est nommée messagère de la paix pour les Nations Unies en 2002 par le secrétaire général Kofi Annan (Nations Unies, 2002) et en 2007 par le secrétaire général Ban Ki-moon (United Nations, 2007). Selon l'ONU, sa nomination comme messagère de la paix des Nations Unies aurait donné une nouvelle dimension à sa contribution au développement durable au niveau mondial (Nations Unies, 2002). Dans son rôle, elle parle des changements climatiques, de la protection de l'atmosphère, d'économie d'énergie, de la protection des forêts, de la prévention de la

pollution de l'air et des sols, de la désertification et d'autres enjeux environnementaux (outreach.un, s. d.).

Vivianne Westwood est ambassadrice du mouvement « *Climate Revolution* », dont le site internet, *Climate Revolution* présente son activisme et offre une visibilité à de nombreuses ONG et ONBL (« [climaterévolution.co.uk](http://climaterévolution.co.uk) », s. d.). Le lancement du mouvement a lieu lors d'une apparition<sup>37</sup> surprise de la créatrice à la cérémonie de clôture des jeux paralympiques de Londres en 2012. D'ailleurs, lors de la COP21, elle fait un appel aux citoyens du monde pour les inciter à la révolution verte, qui est reprise dans l'entrevue sur son blog (Westwood, 2015 cité dans Carlin, 2015). Elle affirme aussi qu'elle et son équipe de *Climate Revolution* participent à des marches<sup>38</sup> en prévision de la COP21, plusieurs semaines avant l'événement (Westwood, 2015 cité dans Carlin, 2015).

Comme le fait ressortir l'analyse qualitative de contenu, Sean Penn est présent à la COP21 en tant que porte-parole de l'organisation *J/P Haitian Relief* (novethic, 2015). Lors de la journée de l'action, au Bourget, il prononce un discours où il fait la promotion de l'organisation (Penn, 2015). Penn a une affiliation à *J/P Haitian Relief* en tant que cofondateur et porte-parole (novethic, 2015; UNFCCC, 2015e).

Finalement, les ambassadeurs de bonne volonté sont présentés dans notre cadre conceptuel. Cependant, notre analyse ne révèle pas d'indice de cette affiliation pour les quatre célébrités diplomates étudiés pour la COP21.

---

<sup>37</sup> En entrevue, elle fait la remarque que cette action n'est pas rapportée dans les médias car son nom n'y est pas rattaché (Thorpe, 2014).

<sup>38</sup> Cette marche ne se déroule ni à Paris ni pendant la COP, elle ne fait donc pas l'objet de notre analyse.

#### 4.3.3.3 Les types d'intellectuel à la COP21

L'analyse documentaire permet d'observer des caractéristiques de l'intellectuel spécifique chez Leonardo DiCaprio, Sean Penn et Vivienne Westwood. Leur renom dû à leur nom propre et leur charisme influence leur capital symbolique et leur autonomie. Ils sont célébrités dans leur domaine respectif et à travers le monde. On remarque leur autonomie par leur mode d'intervention et leur communication. Ils parlent en leur nom pour les causes qu'ils défendent.

DiCaprio possède des caractéristiques de l'intellectuel spécifique et de l'intellectuel organique. DiCaprio est un activiste de longue date (Miller, 2015). Il est un acteur de renom qui prend position sur les enjeux du climat en sortant du cadre de son travail. Ses caractéristiques de l'intellectuel spécifique sont son capital symbolique qui vient de son nom propre et de son charisme. Son autonomie est une caractéristique qui en découle et lui permet d'agir à titre individuel lors de discours ou d'entrevue. DiCaprio est aussi considéré comme ayant des caractéristiques de l'intellectuel organique, car il est présent à la COP21 à titre de messenger de la paix. DiCaprio s'engage avec l'ONU et adopte sa ligne idéologique. Néanmoins, il reste autonome même s'il s'engage à titre de messenger de la paix. Ses modes d'intervention lors de la COP21 sont l'entrevue et le discours. Sa spécialisation lui vient de son travail au sein de sa fondation et de sa grande connaissance du contexte dans son rôle de messenger de la paix.

Penn possède des caractéristiques de l'intellectuel spécifique. Penn prend position dans les débats de société en tant que membre de la société civile. Son capital symbolique est dû à son activisme et à son nom connu à travers le monde (BBC, 2016). Il n'est pas associé à la cause environnementale ou climatique en particulier, mais le climat est une des causes qu'il supporte (France, 2015). Son autonomie lui vient de son renom ce qui lui permet d'agir seul. Ses modes d'intervention lors de la

COP21 sont l'entrevue et le discours. Selon notre analyse il ne semble pas particulièrement spécialisé.

Westwood possède de caractéristique de l'intellectuel spécifique. Westwood est appelée la reine de la mode britannique. Son capital symbolique lui vient de son renom, de son titre et de son charisme. Par son activisme, elle incite les citoyens du monde à prendre le pouvoir pour faire la révolution verte (Westwood, 2015). Elle s'engage pour des causes depuis des dizaines d'années, notamment sur les enjeux du changement climatique (Carlin, 2015). Son renom lui permet d'attirer l'attention sur les enjeux qu'elle défend. Elle a une grande autonomie, ce qui lui permet d'agir de façon individuelle. Son mode d'intervention lors de la COP21 est l'entrevue. Elle fait une entrevue où elle appelle les intellectuels à prendre position contre les gouvernements et pour un changement vers les énergies renouvelables :

*Westwood is [...] calling out to the intellectual class to use their talents to cut through the false narratives of the political class, and lead the way, with their privileged positions in society, to mass demonstrations that demand a fast transition to clean energy (Westwood, 2015 cité dans Carlin, 2015).*

De plus, elle encourage les citoyens de toutes les classes à agir (Westwood, 2015 cité dans Carlin, 2015). Enfin, sa présence à la COP21 n'est pas une surprise, elle est, au contraire, très attendue (Orlovic, 2015).

Goodall possède des caractéristiques de l'expert et de l'intellectuel organique. Elle est une environnementaliste de renom qui possède un doctorat et s'engage pour des causes qui vont au-delà de son domaine d'expertise. Son capital symbolique est dû à son titre, mais aussi à son renom et à son charisme. Goodall est une primatologue et une scientifique qui milite pour la protection de l'environnement (Nations Unies, 2002). Elle possède une expertise dans ces domaines. Cette spécialisation augmente

aussi son capital symbolique. Son autonomie lui permet d'agir seul. Ses modes d'intervention lors de la COP21 sont l'entrevue et le discours. Son engagement avec l'ONU dans le rôle de messagère de la paix lui permet de faire rayonner leurs messages (Nations Unies, 2002). Son affiliation est une caractéristique de l'intellectuel organique.

En somme, dans ce second cas, notre analyse révèle diverses caractéristiques chez DiCaprio, Goodall, Penn et Westwood. Le tableau 4.9 les résume.

Tableau 4.9 : Classifications des célébrités diplomates de la COP21

| Célébrités diplomates        | Leonardo DiCaprio                                  | Jane Goodall                          | Sean Penn   | Vivienne Westwood                                      |
|------------------------------|--|---------------------------------------|---|--|
| Types de célébrité diplomate | CDH  | CDS                                   | CDV   | CDH  |
| Désignations et affiliations | Messager de la paix<br>changement climatique       | Messagère de la paix<br>environnement | Porte-parole /cofondateur<br><i>J/P Haitian Relief Organisation</i> | Ambassadrice du mouvement<br><i>Climate Revolution</i> |
| Types d'intellectuel         | Intellectuel spécifique/<br>Intellectuel organique | Expert/<br>Intellectuel organique     | Intellectuel spécifique   | Intellectuelle spécifique                              |

(Inspiré de Cooper, 2008, Sapiro, 2009)

#### 4.3.4 Les modalités communicationnelles d'intervention à la COP21

Dans cette section, nous présentons les résultats de l'analyse documentaire et les résultats de l'analyse qualitative de contenu. Ces analyses ont permis de faire ressortir les caractéristiques des modalités communicationnelles d'intervention de célébrités diplomates à la COP21.

#### 4.3.4.1 Les modes de plaidoyer, tactiques, lieux et publics des communications à la COP21

Pour commencer, nous présentons les résultats de notre analyse documentaire et de l'analyse qualitative de contenu sur les modes de plaidoyer. Pour chaque mode de plaidoyer, nous avons identifié la tactique, le lieu et les publics à qui s'adressent la communication. De plus, une même tactique peut être associée à plus d'un mode de plaidoyer.

D'abord, les analyses documentaires et qualitatives révèlent des traces du mode de plaidoyer du discours critique. Celui-ci vise à remettre en question les comportements, les politiques, les valeurs ou encore les idéologies, chez DiCaprio, Goodall et Westwood.

Pour ce mode de plaidoyer, la tactique de DiCaprio est de faire un discours qui s'adresse aux chefs d'État, aux maires et aux dirigeants du sommet pour les leaders locaux (Miller, 2015). Son public est principalement composé du public primaire. L'analyse de la transcription de son discours indique qu'il remet en question les comportements, les politiques, les valeurs et les idéologies. Il demande à son public : *«So to all the mayors and governors in this room today, I implore you join with your peers to commit to moving to no less than 100% renewable energy as soon as possible, do not wait another day»* (DiCaprio, 2015b). Ce discours se déroule à un événement officiel de la COP21.

Par ailleurs, l'analyse du discours de Goodall lors de l'*Equator Prize 2015 Award* démontre des aspects du mode de plaidoyer du discours critique. En effet, lors de son discours (tactique) Goodall se demande comment les humains peuvent détruire ainsi leur seule maison (Goodall, 2015). Elle remet en question les valeurs des humains : *« We need to have a new way of thinking , a new way of how we treat the planet [...] [to] stop thinking of money as a god»* (Goodall, 2015). À cet événement

parallèle de la COP21, le public est composé de membres de la société civile, mais aussi de dirigeants. Ainsi, elle s'adresse au public primaire et au public secondaire. Ce discours se déroule à un événement parallèle de la COP21.

Enfin, Vivienne Westwood prend part à différents engagements pendant la COP21 où nous retrouvons des traces du mode de plaidoyer du discours critique. L'analyse de l'article du blog *urbanmeisters.com* sur Westwood révèle qu'elle incite le public à : « [...] *consume less, consume better and consume sustainable products* [...] » (Orlovic, 2015). De plus, l'auteur de l'article rapporte que Westwood dénonce le caractère hypocrite des gouvernements par rapport aux effets destructeurs du changement climatique [Notre traduction] (Orlovic, 2015). Par ailleurs, lors de son entrevue pour *Paris Match*, elle répète que les politiciens sont des criminels qui mentent et trompent la population [Notre traduction] (Westwood, 2015). Pendant l'entrevue, elle porte et elle parle d'un macaron sur lequel est inscrit : « les politiciens sont des criminels! » [Notre traduction] (Westwood, 2015). La tactique de Westwood est de faire une entrevue où elle adopte le mode de plaidoyer du discours critique qui remet en question les comportements, les politiques, les valeurs et les idéologies. Elle s'adresse principalement à la publication *Paris Match* et ses lecteurs, donc au public secondaire. Cette entrevue a lieu lors d'un événement parallèle indépendant, sous la baleine bleu. Le tableau ci-dessous présente un résumé du mode de plaidoyer du discours critique pour DiCaprio, Goodall et Westwood à la COP21.

Tableau 4.10: Modes de plaidoyer du discours critique, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP21

| Modes de plaidoyer    | Le discours critique   |                               |           |                                 |
|-----------------------|------------------------|-------------------------------|-----------|---------------------------------|
| Célébrités diplomates | Leonardo DiCaprio      | Jane Goodall                  | Sean Penn | Vivienne Westwood               |
| Tactiques             | Discours               | Discours                      | aucun     | Entrevue                        |
| Publics               | P1                     | P1/P2                         | aucun     | P2                              |
| Lieux                 | Événement officiel COP | Événement parallèle de la COP | aucun     | Événement parallèle indépendant |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

P1 : Public primaire

P2 : Public secondaire

Ensuite, l'analyse documentaire et l'analyse qualitative indiquent des caractéristiques du mode de plaidoyer de la campagne d'éducation publique qui vise à influencer les croyances populaires et le comportement dans les communications de Westwood. En effet, lors de son entrevue pour *Paris Match* sous la baleine bleue, Westwood incite à la réduction de la pêche industrielle (Westwood, 2015). Notamment, elle affirme que si nous arrêtons la pêche industrielle, nous avons une chance de survivre. Ici, encore, elle s'adresse principalement à la publication *Paris Match* et ses lecteurs, donc au public secondaire. Sa tactique est une entrevue dans les médias. De plus, comme nous l'avons mentionné, cette entrevue prend place à un événement parallèle indépendant. Le tableau ci-dessous présente un résumé du mode de plaidoyer de la campagne d'éducation publique pour Goodall à la COP21.

Tableau 4.11: Modes de plaidoyer des campagnes d'éducation publique, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP21

| Mode de plaidoyer | Les campagnes d'éducation publique |              |           |                       |
|-------------------|------------------------------------|--------------|-----------|-----------------------|
|                   | Leonardo DiCaprio                  | Jane Goodall | Sean Penn | Vivienne Westwood     |
| Tactique          | aucun                              | aucun        | aucun     | Entrevue              |
| Public            | aucun                              | aucun        | aucun     | P2                    |
| Lieu              | aucun                              | aucun        | aucun     | Événement indépendant |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

P1 : Public primaire

P2 : Public secondaire

Par ailleurs, l'analyse documentaire décèle des caractéristiques du mode de plaidoyer de l'événement médiatique qui cherche à augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence de la campagne chez les quatre célébrités diplomates de la COP21.

Premièrement, une publication sur le compte *Twitter* de l'ONU indique que DiCaprio (messenger de la paix) et Ban Ki-moon (Secrétaire général) se rencontrent lors de la journée de l'action, pour discuter de l'importance d'une action immédiate afin de protéger les générations futures (*UN News*, 2015). À cette occasion, ils posent pour une photo diffusée sur le compte *Twitter* des Nations Unies (*United Nations*, 2015). Cette rencontre est une opportunité de photos, donc une façon de faire rayonner l'événement. De plus, dans l'article de *Vanity Fair*, DiCaprio est présenté à la COP21 en train de poser pour des égoportraits avec des dirigeants pour augmenter la visibilité des négociations (Miller, 2015). Dans les deux cas, la tactique du mode de plaidoyer de l'événement médiatique est de poser pour des photos qui seront diffusées sur les réseaux sociaux (*Twitter*) et dans les médias (*Vanity Fair*). De plus, dans les deux cas, l'analyse permet de le situer à un événement parallèle à la COP21.

Deuxièmement, Jane Goodall donne une entrevue au site du Bourget de la COP21 qui est diffusée sur *You Tube* (Goodall, 2009). Goodall participe aussi au *Equator Prize*

*2015 Award*, au Théâtre Mogador à Paris. Elle y reçoit le prix *for tackling climate change using innovative measures, thinking globally and acting locally* (UNFCCC, 2015). Cette cérémonie de prix du programme UNEP est médiatisée. De plus, elle y fait le discours de fermeture qui est diffusé sur Vimeo (UNFCCC, 2015). Ainsi, pour le mode de plaidoyer de l'événement médiatique, Goodall a pour tactique une entrevue diffusée sur le média social *You Tube* et un discours diffusé sur le média social Vimeo. Dans les deux cas, elle s'adresse principalement au public secondaire. Dans les deux cas l'analyse la situe à des événements parallèles à la COP21.

Troisièmement, lors de la COP21, Penn donne une entrevue à la publication *Bloomberg* et prononce un discours à la journée de l'action. L'entrevue de Penn diffusée dans la publication *Bloomberg* adresse les objectifs de Penn à la COP21 (Roston et Wieners, 2015). Notamment, il a pour objectif de faire accepter un accord pour la reforestation d'Haïti pour la campagne de l'organisation *J/P Haitian Relief*. Aussi, par sa présence au jour de l'action, il cherche à augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence de la campagne. En effet, le samedi 5 décembre 2015, Penn est présent à la journée de l'action au site du Bourget, en tant que cofondateur de la *J/P Haitian Relief Organization*. La journée de l'action offre une scène pour les acteurs non étatiques et pour les « leaders » (Van Eeckhout et Valo, 2015). En effet, c'est un lieu de rencontres et d'échanges pour ces acteurs des négociations sur le climat et pour les médias. L'entrevue et le discours sont les tactiques de Penn pour le mode de plaidoyer de l'événement médiatique qui se déroule à des événements parallèles de la COP21. Penn est présent afin d'augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence du projet qu'il promeut. Par l'entrevue, il s'adresse principalement au public secondaire et par son discours il s'adresse aux deux types de public (primaire et secondaire).

Quatrièmement, Westwood donne une entrevue à *Paris Match* sur le quai de la Seine à l'exposition de la baleine bleue. Cette exposition a été créée par Pierre Douay, en

collaboration avec l'association «un cadeau pour la terre», afin de conscientiser la population mondiale aux enjeux de biodiversité (Westwood, 2015). Par la diffusion de son entrevue dans les médias (*Paris Match*, *You Tube*), elle cherche à augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence de la campagne. La tactique est donc une entrevue diffusée par *Paris Match*. Elle s'adresse principalement à la publication *Paris Match* et son public, donc au public secondaire. De plus, l'entrevue se déroule à un événement indépendant. Le tableau ci-dessous présente un résumé du mode de plaidoyer des événements médiatiques pour DiCaprio, Goodall, Pemm et Westwood à la COP21.

Tableau 4.12: Modes de plaidoyer des événements médiatiques, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP21

| Mode de plaidoyer     | Les événements médiatiques |              |  |                                 |
|-----------------------|----------------------------|--------------|--|---------------------------------|
| Célébrités diplomates | Leonardo DiCaprio          | Jane Goodall | Sean Penn  | Vivienne Westwood               |
| Tactiques             | Photo opp, réseaux sociaux | Entrevue     | Entrevue / Discours  | Entrevue                        |
| Publics               | P2                         | P2           | P2 / P1/P2   | P2                              |
| Lieux                 | COP                        | COP          | événement parallèle indépendant/ événement parallèle de la COP | Événement parallèle indépendant |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

P1 : Public primaire

P2 : Public secondaire

Enfin, l'analyse documentaire révèle des caractéristiques du mode de plaidoyer des organismes communautaires qui rallient les citoyens et les résidents pour des causes, chez Goodall. Un article sur le site internet de *janegoodall.org* présente l'inauguration du projet *the Tapestry of Hope* à un événement parallèle à la COP. En effet lors de la COP21, Goodall annonce le lancement de la plateforme *the Tapestry of Hope*, un outil interactif qui permet aux communautés et aux ONG de suivre des

milliers de projets dans le but de créer un changement positif (Cooke, 2015). La tactique est la plateforme informatique *Tapestry of Hope* qui permet le partage d'informations entre des centaines d'ONG. Le public de cette tactique est principalement le public secondaire. Le tableau ci-dessous présente un résumé du mode de plaidoyer des organismes communautaires pour Goodall à la COP21.

Tableau 4.13: Modes de plaidoyer des organismes communautaires, tactiques, publics et lieux des interventions des célébrités diplomates de la COP21

| Mode de plaidoyer     | Les organismes communautaires |                                 |           |                   |
|-----------------------|-------------------------------|---------------------------------|-----------|-------------------|
| Célébrités diplomates | Leonardo DiCaprio             | Jane Goodall                    | Sean Penn | Vivienne Westwood |
| Tactiques             | aucun                         | plateforme informatique         | aucun     | aucun             |
| Publics               | aucun                         | **P2                            | aucun     | aucun             |
| Lieux                 | aucun                         | événement parallèle indépendant | aucun     | aucun             |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

P1 : Public primaire

P2 : Public secondaire

#### 4.3.4.2 Les constructions de messages climatiques dans les communications à la COP21

Maintenant, nous présentons les résultats de notre analyse qualitative de contenu sur la construction de la communication climatique dans la documentation sur les communications des 4 célébrités diplomates lors de la COP21.

Tableau 4.14 : Construction de messages climatiques des célébrités diplomates à la COP21

| Célébrités Diplomates   | Leonardo DiCaprio | Jane Goodall | Sean Penn | Vivienne Westwood |
|---|-------------------|--------------|-----------|-------------------|
| 1. Le message est court et porteur de significations.   | x                 |              | x         |                   |
| 2. Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne.   | x                 |              | x         | x                 |
| 3. Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté.  | x                 |              |           |                   |
| 4. Les concepts de base des changements climatiques sont explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias.                                      |                   | x            |           |                   |
| 5. Les concepts d'atténuation et d'adaptation devraient être prépondérants car ils suscitent l'espoir.  |                   | x            |           |                   |
| 6. Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.   | x                 |              | x         | x                 |
| 7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.  | x                 | x            | x         | x                 |
| 8. Les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messenger et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié. | x                 |              | x         |                   |
| 9. Autre  |                   |              |           |                   |
| Total   | 6                 | 3            | 5         | 3                 |

(Inspiré de Pruneau, Demers, et Khattabi, 2008)

L'analyse qualitative de contenu fait ressortir le type de message court et porteur de signification dans les communications de Leonardo DiCaprio et de Sean Penn. Par exemple, lors de son discours au sommet pour les leaders locaux, DiCaprio interpelle son public en disant « *I challenge all of you to please do more* » (DiCaprio, 2015). De même, Sean Penn termine son discours, à la journée de l'action, par : « *With your help, here come the trees* » (COP21, 2016).

Ensuite, le type de message sur le climat qui résume les intentions, les valeurs et le contexte d'une campagne est révélé par l'analyse des documents sur les communications de DiCaprio, de Penn et de Westwood. Dans son discours au sommet pour les leaders locaux, DiCaprio affirme qu'à cette époque où nos différences nous séparent, le but commun d'un futur durable devrait nous rapprocher (DiCaprio, 2015). Ensuite, lors de son entrevue pour *Paris Match*, Westwood explique que la seule chose à faire pour sauver la planète est d'arrêter la pêche industrielle, ce qui résume la campagne qu'elle supporte, *Sea Shepherd* (Westwood, 2015). Enfin, lors de son discours à la journée de l'action, Penn parle de la déforestation massive en Haïti et du plan sur 10 ans qu'il désire mettre en place avec son organisation. Le plan vise à augmenter la protection des arbres par de nouvelles pratiques d'agriculture durables, ce qui résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne (Penn, 2015).

L'analyse qualitative révèle le type de message sur le climat qui tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté, dans les communications de DiCaprio au sommet pour les leaders locaux. Par exemple, lorsqu'il s'adresse spécifiquement aux dirigeants des villes, il explique :

*Our world leaders have come to Paris [...] They have a choice. Be timid and stop at an agreement that merely allows them to save face. Or they can lead. They can return to their own towns and cities with a real plan to save the planet. And it is in these cities that the change must start* (DiCaprio, 2015b).

Par la suite, l'analyse qualitative de l'entrevue de Goodall, diffusée sur *You Tube* par *Democracy Now*, fait ressortir deux types de messages de sa communication. Premièrement, Goodall parle des concepts de base des changements climatiques, puis, deuxièmement, elle présente les concepts d'adaptation et d'atténuation. D'une part, Goodall présente l'utilisation excessive des gaz naturels et les émissions de GES dues à l'agriculture, l'élevage animal, l'industrie et les habitations, en plus de la déforestation. Puis, toujours pendant l'entrevue, elle explique que la forêt tropicale

absorbe le CO<sub>2</sub> et que sa destruction émet d'énormes quantités de CO<sub>2</sub> dans l'atmosphère (Goodall, 2009). D'autre part, elle affirme qu'elle est présente à la COP pour parler de l'importance de la sauvegarde de la forêt tropicale comme moyen d'atténuation du changement climatique (Goodall, 2009).

Par ailleurs, le message qui pousse à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé ressort de notre analyse pour les communications de DiCaprio, Penn et Westwood. Premièrement, lors de son discours au sommet de leaders locaux, DiCaprio présente des mesures innovantes lorsqu'il fait connaître les recherches du Professeur Marc Jacobsen et ses villes modèles qui aspirent à des sources d'énergie 100 % renouvelables et non polluantes. De plus, il passe un message qui pousse à l'innovation en insistant sur le fait qu'il est temps d'agir et d'abandonner les technologies désuètes des modèles d'affaires dépassés (DiCaprio, 2015b).

Deuxièmement, Penn parle d'innovation et de partage des ressources et de l'expertise internationale pour un avenir prospère lors de son discours à la journée de l'action :

*It's a 10 years plan to : mobilize a civilian conservation core, intensifies the protections of trees by the resourcing of agriculture, and it's a plan that adds capacity and training to the kind of agriculture that will reinrich the soil of Haiti (COP21, 2016).*

Finalement, en entrevue pour *Paris Match*, Westwood affirme qu'il faut encourager les démonstrations publiques pour l'adoption d'énergie renouvelable et que c'est une question de vie ou de mort (Westwood, 2015).

Le prochain type de message ressort de l'analyse qualitative de certains documentations des quatre célébrités diplomates étudiées pour la COP21. Il s'agit du type de message sur le climat qui peint une vision engageante et moralement attrayante. Par exemple, dans l'entrevue pour *Paris Match*, Westwood affirme qu'une révolution verte mènerait à un monde meilleur (Westwood, 2015). Puis, Jane Goodall

termine son discours au *Equator prize 2015 Award* en affirmant que : « *The most important is to give people hope!* » (Goodall, 2009). Aussi, Sean Penn affirme en entrevue pour *Bloomberg* que pour le climat « la seule option est de rester optimiste » [Notre traduction] (Penn, 2015 cité dans Roston et Wieners, 2015).

Enfin, un dernier type de message sur le climat comporte un lien entre le messager et les récepteurs. Notre analyse qualitative démontre que les communications de DiCaprio et Penn semblent s'adresser à un public spécifique. Notamment, au sommet pour les leaders locaux, DiCaprio parle des participants du sommet. Il s'adresse directement aux maires et aux dirigeants présents dans la salle. Il leur demande : « *Whether you are an elected public official, a business leader, a mother, a father or a student you must commit today to making your communities and companies more resilient and more sustainable* » (DiCaprio, 2015b). À la journée de l'action, Penn dit à son public, qui est composé de dirigeants, de médias et de membres du monde des affaires, qu'il ne faut plus avoir peur de s'engager, qu'il est temps de revendiquer l'environnement, de créer des opportunités économiques et de protéger les droits fondamentaux en Haïti (COP21, 2016).

#### 4.3.4.3 Les messages spécifiques aux changements climatiques à la COP21

Dans cette dernière section, nous présentons les résultats sur les messages spécifiques aux changements climatiques qui ressortent de l'analyse qualitative de contenu sur les quatre célébrités diplomates de la COP21. De plus, notre analyse révèle d'autres messages que nous présentons ensuite.

Tableau 4.15 : Messages spécifiques aux changements climatiques des célébrités diplomates COP21

| Célébrités diplomates   | Leonardo DiCaprio | Jane Goodall | Sean Penn | Vivienne Westwood |
|---|-------------------|--------------|-----------|-------------------|
| 1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années. | x                 | x            | x         | x                 |
| 2. Les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques.  | x                 | x            |           |                   |
| 3. Les humains sont responsables des changements climatiques.   | x                 | x            |           | x                 |
| 4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.             | x                 | x            | x         | x                 |
| 5. Autre  |                   |              | x         | x                 |
| Total   | 4                 | 4            | 3         | 4                 |

(Inspiré de Pruneau, Demers, et Khattabi, 2008).

Parmi les communications de DiCaprio, Goodall, Penn et Westwood, l'analyse qualitative de contenu met en évidence le message selon lequel les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels qui prennent de l'ampleur avec les années. Par exemple, pendant l'entrevue de Goodall diffusée sur *You Tube*, elle décrit la COP21 comme ayant un sentiment d'urgence que les COP précédentes n'avaient pas. Selon elle, les gens acceptent de plus en plus le changement climatique comme une réalité à cause de l'intensification et la multiplication des catastrophes naturelles (inondation, sécheresse, tempête violente) (Goodall, 2009). Par ailleurs, au jour de l'action, Sean Penn raconte son expérience lors de sa visite en Haïti après le tremblement de terre de 2010. Il dit que suite à cette catastrophe naturelle, la détresse et la pauvreté sont encore plus évidentes (Penn, 2015).

Le message, informant que les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques, est identifié par l'analyse qualitative des communications de DiCaprio et de Goodall. En effet, DiCaprio confirme, en parlant des changements climatiques au sommet pour les leaders locaux, que : «*There is no doubt, there is no*

*doubt to scientists or to the millions around the world, that this is a result of man-made activity»* (DiCaprio, 2005b). D'ailleurs, en entrevue diffusée sur *You Tube* par *Democracy Now*, Goodall affirme, en tant que scientifique, que les scientifiques manquent de courage et sont trop prudents dans leurs conclusions (Goodall, 2009).

Un autre message spécifique présente les humains comme responsables des changements climatiques. L'analyse qualitative de contenu révèle ce message dans les communications de DiCaprio, Goodall et Westwood. Notamment, dans son discours, au *Equator Prize 2015 Award*, Goodall nomme la pauvreté extrême, la corruption, le pouvoir des corporations et de l'argent comme des éléments importants à considérer dans la lutte aux changements climatiques (Goodall, 2015b). Aussi, dans son entrevue diffusée sur *You Tube* par *Democracy Now*, elle se demande comment on peut croire que les humains ne sont pas responsables des changements climatiques : « *I dont see how you can come to any other conclusions but that it is our miss used of fossil fuels, the emmissions from agriculture, from industry, from household [...]* » (Goodall, 2015a). De même, lors de son discours au sommet pour les leaders locaux, DiCaprio présente les humains comme responsables des changements climatiques. Il énumère les voyages où il a assisté aux dévastations environnementales causées par l'être humain : « *[...]In Canada I have seen the devastation left behind in the wake of energy giants who have leveled large tracks of the great Boreal forest in an insatiable quest for tar sands oil.[...]* » (DiCaprio, 2005b).

Par ailleurs, l'analyse qualitative de contenu fait ressortir des communications de DiCaprio, Goodall, Penn et Westwood, le message disant que les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène. Par exemple, dans son discours au sommet pour les leaders locaux, DiCaprio rappelle que les dirigeants et toute la population se doivent d'agir : « *The solutions we seek require all of us , to make real changes in the way we live our lives, operate*

*businesses and govern our communities*» (DiCaprio, 2015b). De plus, à la cérémonie, *Equator Prize 2015 Award*, Goodall affirme que «*the biggest evil that we have to overcome if we want to save the planet, we have to fight corruption*» (Goodall, 2015b). À la journée de l'action, Sean Penn affirme qu'il est maintenant temps d'agir : «*And the days of dreams have giving ways to the days of doing*» (Penn, 2015). Puis en entrevue pour *Paris Match*, Westwood affirme que l'enjeu climatique nous force à revoir nos valeurs, à devenir plus humains et à évoluer (Westwood, 2015).

Enfin, l'analyse qualitative de contenu révèle deux messages que nous n'avons pas identifiés dans le cadre conceptuel. D'une part, dans son entrevue pour *Paris Match*, Westwood propage le message que les politiciens sont des criminels qui mentent et trompent la population [Notre traduction] (Westwood, 2015). Il s'agit d'un message critique qui accuse les dirigeants. De plus, elle dit que si la situation continue ainsi, dans moins de 100 ans nous ne pourrons plus rien faire et que les régions sous la latitude de Paris deviendront inhabitables. Il s'agit d'un message qui annonce une catastrophe. D'autre part, Sean Penn compare les sceptiques du changement climatique à des membres d'une secte avec qui il est impossible de raisonner (Penn, 2015 cité dans Roston et Wieners, 2015).

#### Conclusion partielle

En somme, nous avons analysé des sources liées à huit célébrités et à leurs modalités communicationnelles d'intervention lors de la COP15 et de la COP21. Pour la COP15, nous associons deux célébrités diplomates au type hybride (CDH) et deux au type scientifique (CDS). De plus, une célébrité diplomate scientifique est une messagère de la paix, une CDS est associée à l'organisation Navdanya et les deux CDH sont sans affiliation. Aussi, trois d'entre elles possède des caractéristiques de l'intellectuel organique, de l'intellectuel spécifique et de l'expert. En outre, à la COP15, nous retrouvons les cinq modes de plaidoyer identifiés dans le cadre conceptuel, soit le discours critique, la campagne d'éducation publique, l'événement

médiatique, l'action directe et l'organisation communautaire. Par ailleurs, nous retrouvons les huit constructions de messages climatiques et les quatre messages spécifiques à la communication climatique dans les documents analysés. Enfin, deux messages, que nous n'avions pas identifiés dans la littérature, ressortent de notre analyse. Pour des fiches descriptives de chacun des CD de la COP 15, voir l'Annexe O.

Maintenant, pour la COP21, nous associons deux célébrités diplomates au type hybride (CDH), une au type scientifique (CDH) et une au type vedette (CDV). De plus, 2 célébrités diplomates sont des messagers de la paix et les deux autres sont associées à des ONG. Aussi, trois d'entre elles ont des caractéristiques de l'intellectuel spécifique et une de l'experte. D'ailleurs, à la COP21, on retrouve quatre des cinq modes de plaidoyer identifiés au chapitre deux, soit le discours critique, la campagne d'éducation publique, l'événement médiatique et l'organisation communautaire. Nous ne trouvons pas de trace de l'action directe pendant la durée de la COP21 pour les célébrités diplomates sélectionnées. Enfin, nous retrouvons les huit constructions de messages climatiques et les quatre messages spécifiques à la communication climatique dans les documents analysés. De plus, nous repérons aussi des messages inattendus dans les communications de la COP21. Pour des fiches descriptives de chacun des CD de la COP 21, voir l'Annexe P.

Dans la prochaine chapitre, l'analyse comparative permet de faire des liens entre les deux cas de l'étude de cas multiples. La discussion a pour but d'apporter des éléments de réponse aux questions spécifiques de la recherche.

## CHAPITRE VI

### DISCUSSION ET INTERPRÉTATION

Ce chapitre nous permet de considérer les résultats obtenus dans le contexte de notre étude de cas multiples. Les analyses documentaire et qualitative de contenu ont permis de collecter des données basées sur deux cas, la conférence de Copenhague et la conférence de Paris (COP21). Leurs comparaisons, dans le cadre d'une étude de cas multiples, nous permettent d'observer l'évolution, entre 2009 et 2015, de certains phénomènes analysés. De plus, notre discussion explore le rôle des célébrités diplomates lors de ces COP. Cette discussion tente de répondre à notre question de recherche: **quelles sont les modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates lors des COP?** Nous tentons d'apporter des éléments de réponses aux questions spécifiques:

- 1) Quels types de célébrités diplomates retrouve-t-on lors des COP?
- 2) Quels sont les modes de plaidoyer, les tactiques et les publics associés aux communications des célébrités diplomates?
- 3) Quels sont les liens entre le message et le mode de plaidoyer utilisé?
- 4) Quels sont les liens entre le public et le mode de plaidoyer utilisé?
- 5) Quels messages récurrents ressortent des communications des célébrités diplomates?
- 6) Ces messages sont-ils spécifiques de la communication climatique?

Notre discussion nous permet de présenter les liens que nous avons établis entre les catégories d'analyse. Nous présentons également des éléments inattendus qui ressortent de notre analyse.

### 5.1 L'étude de cas multiples : la COP15 et la COP21

En commençant, nous rappelons les principaux éléments du cadre conceptuel qui ont permis l'analyse documentaire et l'analyse qualitative de contenu. Afin de distinguer les célébrités diplomates au cours de notre étude, nous avons considéré les célébrités diplomates présentées par Cooper (2008) et Wheeler (2011), ainsi que les intellectuels de Sapiro (2009). De plus, nous avons cherché à faire ressortir leurs désignations et leurs affiliations. Enfin, Cox et Pezzullo (2015) nous ont permis d'aborder les campagnes de communication de type plaidoyer environnemental, tandis que Pruneau, Demers et Khattabi (2008) nous ont permis d'étudier les messages climatiques.

Le chapitre sur la présentation des résultats nous fournit de l'information sur les types de célébrité diplomate, la construction de leurs communications, les messages spécifiques du climat, les modes de plaidoyer, les tactiques, les lieux et les publics des communications. Nous entamons cette partie en rappelant les résultats de notre analyse, puis nous présentons les liens établis entre les COP et entre les catégories d'analyse.

#### 5.1.1 Rappel des résultats de l'analyse

Les résultats de notre analyse nous permettent d'associer quatre célébrités diplomates à la célébrité diplomate hybride, trois à la célébrité diplomate scientifique, et une à la célébrité diplomate vedette. De plus, trois de ces célébrités diplomates sont des messagers de la paix, trois sont associés à une organisation et les deux dernières sont sans affiliation. Comme nous l'avons mentionné, les résultats de notre analyse ne

révèlent pas d'ambassadeur de bonne volonté parmi les CD sélectionnés. Ensuite, quatre d'entre elles ont des caractéristiques de l'intellectuel spécifique, six d'entre elles ont des caractéristiques de l'intellectuel organique et deux ont des caractéristiques de l'expert. Notamment, nous remarquons qu'une même célébrité diplomate peut avoir des caractéristiques de plusieurs classifications en même temps.

Parmi les interventions et les communications des huit célébrités diplomates au cours des deux COP, nous retrouvons les cinq modes de plaidoyer. Par ailleurs, dans les documents étudiés, l'analyse qualitative de contenu révèle les huit constructions de messages climatiques et les quatre messages spécifiques à la communication climatique. En outre, elle révèle des messages inattendus sur le climat. Néanmoins, les résultats les plus marquants de l'étude de cas multiples ressortent de la comparaison des deux cas. Ainsi, dans la section suivante, nous présentons un résumé des résultats de chacune des COP, pour ensuite en discuter en les comparant.

Afin de mettre en opposition les résultats de nos deux cas, nous rappelons les résultats de l'analyse pour la conférence de Copenhague (COP15), puis pour la conférence de Paris (COP21). Enfin, nous présentons une fiche descriptive de chaque célébrités diplomates étudiées.

## 5.2 Dimension comparative, éléments de réponse et points saillants

Dans cette section, nous discutons des résultats et tentons de présenter les liens que nous établissons entre nos différentes catégories d'analyse. De plus, la discussion nous permet de mettre en parallèle et de comparer les résultats de nos deux cas. Afin de faciliter la lecture, nous structurons notre discussion suivant les cinq questions présentées en début de chapitre.

### 5.2.1 Quels types de célébrité diplomate retrouve-t-on lors des COP?

La première question à laquelle nous avons voulu répondre porte sur les types de célébrités diplomates présentes lors des COP. Précédemment, nous avons rappelé les caractéristiques et classifications des célébrités diplomates obtenues grâce à l'analyse documentaire. Nous poussons maintenant la discussion sur ces classements.

En effet, par rapport aux affiliations et associations, nous identifions trois messagers de la paix parmi les célébrités diplomates analysées. Deux sont des célébrités diplomates scientifiques avec des caractéristiques de l'expert (Maathai et Goodall) et une est une célébrité diplomate hybride avec des caractéristiques de l'intellectuel spécifique (DiCaprio). Les tactiques des communications de la CDS de la COP15 (Maathai) se déroulent à un événement officiel de la COP et celles de la CDS et du CDH de la COP21 (Goodall et DiCaprio) se déroulent à des événements parallèles organisés par la COP21.

Le contexte de leurs communications semble évoluer, passant d'événements officiels de la COP à des événements parallèles, mais toujours organisés par la COP. En outre, selon l'ONU, les messagers de la paix ont pour objectif la diffusion de la mission de l'ONU à travers les médias de la planète (ONU, 2015). En effet, selon Wheeler (2011), ce type de célébrité diplomate est en mesure de faire des interventions diplomatiques pertinentes et influentes au regard de la communauté internationale.

Ainsi, nous pouvons penser que les messagers de la paix propagent des messages conformes à ceux des négociations des COP. D'ailleurs, les trois messagers de la paix affirment que les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques et que les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène, des messages conformes aux messages des COP. Notamment, tel que mentionné précédemment dans notre recherche, pour Ourbak (2017), le succès de la COP21 est dû à l'engagement politique, à la

transparence dans l'organisation, à la communication, au vocabulaire de l'accord et à la multiplicité des acteurs. L'importance de la communication dont parle Ourbak (2017), fait référence à l'uniformité des messages diffusés par les différents acteurs participants, dans ce cas, les messagers de la paix.

Par ailleurs, un CDH de la COP15 (le Prince Charles) est sans affiliation dans le cadre de la COP, mais il a beaucoup d'éléments communs avec les messagers de la paix de notre analyse. Par exemple, il adopte la même tactique, au même événement et à la même date que la messagère de la paix de la COP15 (Maathai). Les deux font un discours devant le public primaire, soit les décideurs et les chefs d'État à la cérémonie d'ouverture du *high-level segment* de la COP15. De plus, les mêmes deux messages spécifiques communs aux trois messagers de la paix sont aussi présents dans son discours, soit que les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques et que les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène. Bien que ce CDH soit sans affiliation au sein de l'ONU et qu'il ne soit pas un chef d'État, son titre (royal) et son activisme pourraient expliquer sa présence et sa crédibilité au regard de la communauté internationale.

### 5.2.2 Quel sont les modes de plaidoyer, les tactiques et les publics associés aux communications des célébrités diplomates?

La seconde question à laquelle nous avons voulu répondre porte sur le mode de plaidoyer, les tactiques et les publics. Les modes de plaidoyer considérés dans notre recherche sont des éléments de campagne de communication visant à conscientiser et mener à l'action « *Public Awareness Campaigns and Actions* » de Cox et Pezzullo (2015). Ils sont des éléments pris en compte dans notre analyse documentaire et dans l'analyse qualitative de contenu. En outre, l'étude de cas multiples nous a permis de faire un survol de ces modes de plaidoyer aux COP15 et COP21. Toutefois, une étude plus poussée des campagnes de communication regroupant ces modes de plaidoyer

serait nécessaire pour une compréhension plus approfondie des phénomènes. En effet, notre étude est faite à partir de documents sélectionnés sur une période précise et donc risquent de ne pas couvrir l'entièreté d'une campagne de communication climatique. Néanmoins, nous retrouvons des éléments d'un ou de plusieurs modes de plaidoyer dans chacun de documents sur les communications des célébrités diplomates.

Nous remarquons une augmentation de la fréquence du mode de plaidoyer de l'événement médiatique, qui permet d'augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence d'une campagne de communication, entre 2009 et 2015. En effet, nous identifions plus d'événements médiatiques à la COP21. Notamment, lors de la conférence de Paris, nous observons des tactiques telles qu'une opportunité de photo sur le site du Bourget, des discours, une cérémonie de prix, la présentation d'un film et des entrevues médiatisées à des événements parallèles et à des événements officiels de la COP21. Ces tactiques et les communications qui les accompagnent sont diffusées sur les médias et sur les réseaux sociaux et s'adressent aux acteurs de la conférence et à la société civile, soit aux publics primaires et aux publics secondaires.

Lors de la COP15, certains événements parallèles sont médiatisés, tels que des discours lors de rassemblements et des marches dans les rues de Copenhague. Toutefois, les événements médiatiques y sont moins fréquents. Notamment, selon notre recherche, le seul média social qui diffuse des communications de la COP15 est *You Tuber*. Cette différence pourrait témoigner de l'évolution des médias, des réseaux sociaux et de la couverture médiatique des COP. En effet, pour l'étude de la COP21, nous analysons des documents provenant des médias sociaux *Facebook*, *Flickr*, *Vimeo*, *Twitter* et *You Tube*. Pourtant, ces derniers existaient déjà tous depuis plusieurs années en 2009. Ainsi, il est possible que leurs utilisations fussent encore marginalisées en 2009, ou bien que notre recherche ne nous ait pas permis de retrouver leur trace 10 ans plus tard.

Ensuite, nous identifions le mode de plaidoyer de l'organisme communautaire qui rallie les citoyens et les résidents pour des causes lors des deux COP. Dans un cas, à la COP15, Shiva participe à un sommet citoyen qui regroupe une multitude d'ONG et qui est un événement parallèle de la COP. Dans l'autre cas, à la COP21, Goodall présente la création et la mise en ligne d'une plateforme informatique de partage des connaissances et des initiatives pour le climat. Nous remarquons que tous deux sont des célébrités diplomates scientifiques qui s'adressent principalement au public secondaire, soit à la société civile lors d'événements parallèles aux COP. Aussi, nous notons une certaine continuité par rapport à ce mode de plaidoyer, mais une évolution des tactiques. En effet, l'évolution d'internet et des réseaux sociaux permet l'adoption de tactiques sur des plateformes informatiques. Ainsi, le mode de plaidoyer de l'organisme communautaire, élaboré avec des tactiques plus modernes, permet d'atteindre un public beaucoup plus large en 2015. Au contraire, en 2009, le public de ce mode de plaidoyer devait être présent à la conférence à Copenhague entre le 7 décembre et le 18 décembre. L'évolution de la tactique passant d'un sommet à une plateforme internet permet de rejoindre le public partout dans le monde.

Finalement, le mode de plaidoyer que nous ne retrouvons pas à la COP21 est l'action directe. Ce mode est pourtant présent chez la moitié des CD de la COP15. Toutefois, nous considérons que la période considérée par notre recherche documentaire explique ce fait. En effet, pendant les semaines précédant la COP21, nous trouvons des traces de la participation d'une célébrité diplomate hybride (Westwood) à des manifestations avant la période considérée par notre recherche (Carlin, 2015).

### 5.2.3 Quels sont les liens entre le message et le mode de plaidoyer utilisé? Et quels sont les liens entre le public et le mode de plaidoyer utilisé?

La troisième question à laquelle nous avons voulu répondre dans notre étude porte sur les liens entre le mode de plaidoyer, les tactiques et les publics. D'abord, l'analyse qualitative de contenu permet de reconnaître les modes de plaidoyer du discours critique et de la campagne d'éducation publique. Elle permet d'identifier les messages propres à ces deux modes de plaidoyer. Pour le mode de plaidoyer du discours critique, les messages remettent en question les comportements, les politiques, les valeurs ou encore les idéologies du public. Pour le mode de plaidoyer de la campagne d'éducation publique, les messages cherchent à influencer le comportement et les croyances populaires. Il y a donc un lien entre les messages et le mode de plaidoyer. Par contre, l'action directe, l'organisme communautaire ou encore l'événement médiatique sont des modes de plaidoyer qui ne contiennent souvent pas de message.

Pour le reste, il est difficile d'établir un lien entre le mode de plaidoyer et les messages spécifiques de la communication climatique. En effet, l'analyse documentaire nous indique de nombreux modes de plaidoyer pour lesquels nous n'avons pas nécessairement accès à une communication correspondante. Ainsi, nous ne discernons pas de lien entre les messages et les modes de plaidoyer, peut-être par manque de données. Pour ce qui est des publics, rien n'indique qu'un mode de plaidoyer soit utilisé spécifiquement pour rejoindre un public. Du reste, le public, selon Cox et Pezullo (2015), n'est séparé qu'en deux catégories, soit le public primaire, composé des décideurs et le public secondaire, composé du reste de la population. Chaque mode de plaidoyer, selon le contexte, peut s'adresser au public primaire, au public secondaire ou aux deux.

#### 5.2.4 Quels messages récurrents ressortent des communications des célébrités diplomates? Ces messages sont-ils spécifiques de la communication climatique?

Ensuite, nous nous sommes intéressés aux messages spécifiques de la communication climatique. En effet, pour ce qui est des messages spécifiques présentés par Pruneau, Demers, et Khattabi (2008), il est intéressant de noter qu'un message domine les communications des huit célébrités diplomates des deux COP. Il s'agit du message que les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène des changements climatiques. Il s'agit d'un message qui pousse à l'action, à l'autonomisation et à la responsabilisation de la population. Ce message est donc propagé aux COP depuis au moins 2009.

Si l'on regarde la fréquence des autres messages spécifiques dans les deux COP, nous remarquons aussi plusieurs éléments. D'une part, seulement la moitié des célébrités diplomates analysées disent que les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques. En outre, nous ne trouvons pas ce message chez une des célébrités diplomates scientifiques de la COP15 (Shiva). Cela nous paraît surprenant étant donné son titre et sa profession. Toutefois, nous remarquons que les quatre CD qui disent que les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques, le font devant un public primaire à un événement des COP ou à un événement parallèle organisé par les COP. Les communications de Shiva ciblent plutôt le public secondaire à un événement parallèle.

Enfin, les quatre CD (DiCaprio, Goodall, Penn et Westwood) de la COP 21 disent que les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années. C'est deux fois plus qu'à la COP15 où seulement deux CD (Prince Charles et Maathai) tenaient ce message. En effet, nous avons relevé dans la problématique les enjeux d'éducation, de formation, de sensibilisation du public aux changements climatiques et aux activités d'adaptation et

de transferts de technologies comme des aspects centraux des négociations au cours des COP (CCNUCC, 2014). Cela pourrait expliquer la présence plus accrue du message sur les conséquences des changements climatiques. Notamment si ce message peut sensibiliser le public.

Par ailleurs, Pruneau, Demers et Khattabi (2008) présentent une construction de message climatique, laquelle peint une vision engageante et moralement attrayante des communications sur le climat. Notamment, nous trouvons cette construction de message chez les quatre célébrités diplomates hybrides (Prince Charles, Tutu, DiCaprio et Westwood) de notre étude et aussi chez les quatre CD de la COP21 (DiCaprio, Goodall, Penn et Westwood). En effet, à la COP 15, cette construction est présente seulement dans les communications des célébrités diplomates hybrides (Prince Charles, Tutu), tandis qu'à la COP21, elle est observable dans les communications des deux célébrités diplomates hybrides (DiCaprio et Westwood), mais aussi, une célébrité diplomate vedette (Penn) et une célébrité diplomate scientifique (Goodall).

Nous remarquons une évolution de la construction du message climatique entre les deux COP. L'évolution transparaît au niveau des communications des célébrités diplomates scientifiques, car elles sont représentées aux deux COP. De ce fait, nous nous interrogeons sur le lien entre cette construction de message et l'évolution du rôle des scientifiques et des célébrités diplomates scientifiques dans les communications climatiques. Dans les sections précédentes, nous avons relevé qu'à la suite de la COP15, les scientifiques ont craint un recul de la conscientisation de l'opinion publique sur les enjeux liés au changement climatique (Bompard, 2010). Il s'agit peut-être d'un indice expliquant pourquoi la construction des messages climatiques qui peint une vision engageante et moralement attrayante des communications sur le climat est plus présente.

La célébrité diplomate hybride est une personnalité très connue dont l'engagement pour une cause est pratiquement indissociable de ce qui la rend célèbre. Nous remarquons que le contexte de la communication semble influencer la construction des messages sans tenir compte des tactiques utilisées. En effet, certaines communications passent par des discours et d'autres par des entrevues. Toutefois, nous observons qu'un contexte plus formel, soit lors d'événements officiels des COP, est propice à une construction de message et une communication plus complexe. C'est-à-dire que l'analyse des communications comporte plus d'éléments de la construction de messages climatiques tels que présentés par Pruneau, Demers et Khattabi (2008).

Nous distinguons 6 éléments de la construction de messages climatiques dans le discours d'une célébrité diplomate hybride (Prince Charles) au *high-level segment* au cours de la COP15. 1) Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne. 2) Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté. 3) Le message est explicité à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias. 4) Les concepts d'atténuation et d'adaptations sont présents. 5) Le message pousse à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé. 6) La communication peint une vision engageante et moralement attrayante. 7) Les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié (Pruneau, Demers et Khattabi, 2008).

Aussi, dans le discours d'une CDH (DiCaprio) au sommet pour les leaders locaux au cours de la COP21, nous relevons 6 éléments de la construction de messages climatiques tel que présenté par Pruneau, Demers et Khattabi (2008). 1) Le message est court et porteur de significations. 2) Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne. 3) Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté. 4) Le message pousse à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants. 5) La communication peint

une vision engageante et moralement attrayante. 6) Les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messenger et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié.

En outre, dans ces deux communications, nous relevons les quatre messages spécifiques de la communication climatique. De plus, dans ce contexte, le public cible est formé de dirigeants, de chefs d'État et de délégués, soit du public primaire. Cela nous laisse penser que les ressources allouées à la préparation de ce genre de communications sont possiblement plus grandes. De plus, les transcriptions des communications sont accessibles et disponibles sur le site de l'ONU pour la CDH de la COP15 (le Prince Charles) et sur le site de sa fondation pour la CDH de la COP21 (DiCaprio). Cela permet aux communications de rejoindre un plus grand public, même après les discours. Notamment, une vidéo du discours de DiCaprio est même disponible sur *You Tube*. Là encore, ça permet de rejoindre un public plus large, le public secondaire.

À l'opposé, les communications en contexte moins formel, soit les événements parallèles des COP ou les événements parallèles indépendants, semblent comprendre moins d'éléments de la construction de messages climatiques telle que présentés par Pruneau, Demers et Khatabi (2008). Les publics cibles sont principalement composés du public secondaire (société civile, les ONG, les médias, etc.). D'ailleurs, dans ce contexte, nous avons un peu moins facilement accès aux traces des communications. Par exemple, les documents analysés sont des vidéos, des transcriptions de vidéo, des extraits de vidéo ou des extraits repris par les médias.

Par ailleurs, notre analyse révèle deux messages inattendus des communications de deux célébrités diplomates hybrides, une de la COP15 (Tutu) et une de la COP21 (Westwood). En effet, ces messages n'ont pas été soulevés dans la littérature mobilisée dans notre cadre conceptuel.

La CDH de la COP15 tient des propos en lien avec la religion. Elle parle de l'amour de Dieu pour les participants de la conférence et de la nécessité d'inclusion. Son titre d'archevêque explique en partie ces messages. Notamment, cela rappelle la caractéristique de l'intellectuel organique, qui adopte les messages de l'organisation à laquelle il est associé. La CDH est alors associée à une organisation religieuse, et elle est même porte-parole d'une campagne de communication de la COP15.

Pour la CDH (Westwood) de la COP21, un message différent ressort de ses communications, soit un message d'insulte envers les politiciens qu'elle traite de criminels. De ce fait, nous nous demandons si le cadre de l'allocution (événement parallèle indépendant) explique la présence d'un tel message. Nous notons que la CDH est présente à Paris avec le mouvement *Climate Revolution* dont elle est la fondatrice et qui remet en question les pratiques nocives pour le climat. De plus, le fait qu'elle ne soit pas une invitée de la conférence pourrait expliquer son autonomie et sa liberté de parole. D'ailleurs, il s'agit d'une caractéristique de l'intellectuel spécifique dont elle présente des caractéristiques. Elle représente ses croyances et diffuse les messages qu'elle veut. Notamment, selon nos résultats, cette CDH est la seule célébrité diplomate dont le public cible n'est jamais le public primaire. En effet, lors de la COP21, elle participe uniquement à des événements parallèles indépendants. Ses publics cibles principaux sont les membres de la société civile.

Additionnellement, les résultats de notre analyse font ressortir d'autres messages inattendus des communications de la célébrité diplomate vedette (Penn) de la COP21. En effet, il s'agit de la seule autre célébrité diplomate à avoir des messages différents dans ses communications. D'une part, lors d'une entrevue, dans le cadre d'un événement parallèle à la COP21, cette CDV insulte les climats sceptiques. Il s'adresse au public de la publication Bloomberg, soit le public secondaire. Ce message peu diplomatique n'aurait peut-être pas sa place aux événements officiels de

la COP. D'autre part, lors d'un discours à un événement parallèle organisé par la COP21, la journée de l'action, elle parle de scénarios catastrophes de fin du monde. Elle s'adresse alors au public primaire et au public secondaire. Nous lui attribuons aussi des caractéristiques de l'intellectuel spécifique. Notamment, cette CDV semble avoir une certaine autonomie dans ses messages, ce qui est un aspect de cette figure. De plus, la CDV s'implique pour une cause qui va au-delà de ses compétences professionnelles ce qui se rapporte à la figure de l'intellectuel spécifique.

### 5.2.5 Autres éléments de discussion

Les communications auxquelles nous nous sommes intéressés au cours des COP se déroulent dans différents contextes. De ce fait, en nous basant sur notre revue de littérature, nous nous attendions à retrouver des communications lors d'événements officiels des COP et lors d'événements parallèles indépendants. Néanmoins, un troisième contexte ressort de notre analyse. Il s'agit des événements parallèles organisés par les COP ou par l'ONU, qui s'adressent au public secondaire (membre de la société civile) et qui ont souvent lieu sur le site de la conférence, mais pas toujours. En effet, l'analyse documentaire met en lumière ce troisième contexte. Nous retrouvons donc trois types d'événements au cours des conférences des partis : les événements officiels des COP, les événements parallèles des COP et les événements parallèles indépendants.

À la COP 15, les événements parallèles organisés par la conférence de Copenhague ne se distinguent pas facilement des événements parallèles indépendants. En effet, le seul événement indépendant de la COP15 que nous identifions est l'événement *Hit-the-production* où une célébrité diplomate scientifique affiliée à une organisation fait un discours. Cet événement parallèle indépendant est suivi d'une marche qui avec la pétition d'une CDH de la COP15 sont les deux seules tactiques du mode de plaidoyer de l'action directe que nous relevons au cours des deux COP. La tactique de la marche se déroule au cours d'un événement parallèle indépendant (*Hit-the-*

*production*) et la tactique de la pétition se déroule au cours d'un événement parallèle de la COP15 (*Tck Tck Tck time for climate Justice campaign*). Les deux types d'événements se déroulent à l'extérieur du site de la conférence (centre Bella) et rassemblent les citoyens, les ONG, les entreprises et les autres membres de la société civile. En effet, notre première analyse catégorisait cet événement comme un événement parallèle indépendant. Toutefois, l'analyse documents permettant la mise en contexte de notre étude révèle la distinction que *Tck Tck Tck time for climate Justice campaign* est organisé par la COP15. Ainsi, une recherche documentaire complémentaire a été nécessaire afin de distinguer le contexte de l'événement.

À la COP21, par contre, les événements parallèles organisés par la conférence de Paris sont mis en évidence par l'organisation de la conférence. En effet, ils se déroulent sur le même site que les événements officiels, soit sur le site du Bourget. Les différents membres de la société civile, que nous avons déjà présentés, sont des invités de la conférence de Paris et le public de ces événements. Notamment, par rapport au contexte des communications, nous remarquons que lors de la COP21, les célébrités diplomates semblent participer davantage à des événements parallèles indépendants que lors de la COP15. Ceci peut démontrer une évolution du contexte et des sources d'information en lien avec les débats des enjeux climatiques.

Dans ce cas, ce ne sont ni les États ni les entités de l'ONU qui diffusent des messages sur le climat, mais plutôt des membres de la société civile, des ONG et/ou d'autres organisations. En effet, les sources d'information sur le climat proviennent traditionnellement des gouvernements ou de l'ONU et de ses programmes. Par contre, les événements parallèles indépendants sont généralement organisés par des ONG ou des mouvements citoyens qui prennent la parole pour informer leurs pairs. Ainsi, il s'agit peut-être de proposer un discours alternatif par rapport au climat. Notamment, nous remarquons que les messages inattendus de la COP21 ressortent de ce type d'événement.

Un dernier élément de discussion se situe du point de vue de la communication internationale et de la communication interculturelle. Il aurait été pertinent de considérer la question de la diversité culturelle dans l'analyse des communications des célébrités diplomates. Notamment, malgré le fait que les COP soient des événements internationaux, les célébrités diplomates de la COP21 ne représentent pas cette diversité culturelle. Ainsi, nous pouvons nous demander si un groupe de communicateurs ou d'influenceurs composé d'individus aux caractéristiques aussi hétérogènes et similaires peut s'adresser et rejoindre efficacement un public aussi large que celui des conférences des parties à la convention-cadre des Nations Unies sur le changement climatique. Lors de la COP15, les célébrités diplomates sont originaires du Royaume-Uni (Prince Charles), du Kenya (Maathai), d'Inde (Shiva) et d'Afrique du Sud (Tutu). Lors de la COP21, les célébrités diplomates sont originaires des États-Unies (DiCaprio et Penn) et du Royaume-Uni (Goodall et Westwood). Nous avons pourtant procédé par la même méthode afin de les sélectionner. Ainsi, nous nous interrogeons sur les raisons de la faible diversité des CD étudiés pour la COP21.

#### Conclusion partielle

En somme, quelques éléments ressortent de notre analyse et de notre interprétation. D'une part, bien que le contexte de notre étude de cas multiples soit les COP15 et COP21, nous identifions trois contextes où se déroulent les communications au cours de ces COP. Le premier correspond aux événements officiels des COP, le second aux événements parallèles organisés par les COP ou l'ONU et le troisième correspond aux événements parallèles indépendants. Notamment, ces contextes semblent être indicateurs du type de public et avoir un impact sur la construction des communications. D'autre part, en plus des messages spécifiques de la communication climatique, nous identifions trois messages inattendus dans les communications des célébrités diplomates. Ensuite, la construction de message qui peint une vision

engageante et moralement attrayante ressort comme un élément important des communications. Également, le message que les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène des changements climatiques apparaît comme un message important car il se retrouve dans les communications de toutes les célébrités diplomates. En outre, l'augmentation de la fréquence du mode de plaidoyer de l'événement médiatique ressort de notre discussion. De même, nous remarquons pour le mode de plaidoyer de l'organisme communautaire une évolution entre les COP de par les tactiques qui y sont associées.

## CONCLUSION GÉNÉRALE

Nous nous sommes penchées sur les modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates lors des conférences des parties. L'objectif de ce mémoire était de comparer, par l'étude de cas multiples, l'analyse des communications de huit célébrités diplomates sélectionnées lors de la conférence de Copenhague (COP15) et lors de la conférence de Paris (COP21). Pour ce faire, nous avons réalisé une analyse documentaire, ainsi qu'une analyse qualitative de contenu. Notamment, nous avons sélectionné quatre célébrités diplomates présentes à la COP15 et quatre célébrités diplomates présentes à la COP21.

Dans notre problématique, nous avons identifié le contexte dans lequel ces acteurs de la communication climatique œuvrent. Nous avons étudié le phénomène des célébrités diplomates et leur communication lors de conférences internationales sur les changements climatiques organisées par l'Organisation des Nations Unies, soit les COP. Nous nous sommes interrogées sur la présence et l'implication de ces personnalités connues à des événements internationaux où les enjeux de diplomatie climatique sont débattus. Avec notre question « Quelles sont les modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates lors des COP? », nous cherchions à explorer ces phénomènes lors de deux COP, afin de comparer les résultats de nos analyses. Les sous-questions touchent les types de célébrité diplomate, les messages, les modes de plaidoyer climatique, les publics, les contextes et les liens qui les unissent : 1. Quels types de célébrités diplomates retrouve-t-on lors des COP? ; 2. Quels sont les modes de plaidoyer, les tactiques et les publics associés aux communications des célébrités diplomates?; 3. Quels sont les liens entre le message et le mode de plaidoyer utilisé?; 4. Quels sont les liens entre le public et le mode de

plaidoyer utilisé?; 5. Quels messages récurrents ressortent des communications des célébrités diplomates?; 6. Ces messages sont-ils spécifiques de la communication climatique?

Dans le but de répondre à ces questions, nous avons mobilisé des outils conceptuels provenant de la littérature. Nous nous sommes intéressées aux caractéristiques des célébrités diplomates chez Cooper (2008); aux caractéristiques de la figure de l'intellectuel chez Sapiro (2009); aux désignations et affiliations des célébrités diplomates chez Wheeler (2011); aux modes de plaidoyers climatiques (publics, tactiques et lieux) chez Cox et Pezzullo (2015); et enfin à la construction de messages climatiques et aux messages spécifiques de la communication climatique chez Pruneau, Demers et Khattabi (2008). Les concepts que proposent ces auteurs ont fourni un cadre conceptuel nous permettant d'analyser notre corpus.

Une stratégie de recherche qualitative s'inscrivant dans une perspective communicationnelle nous a permis de réaliser notre projet par à une étude de cas multiples. Nous avons procédé à une recherche documentaire, puis une analyse documentaire pour chaque célébrité diplomate sélectionnée, suivie d'une analyse qualitative de contenu de sources sur leurs communications. Par l'étude de cas multiples, nous avons été en mesure de comparer les résultats obtenus entre la COP15 de 2009 et la COP21 de 2015. Le rapprochement entre les deux cas nous a permis de faire ressortir les faits saillants de notre analyse.

Nous avons remarqué qu'il y avait généralement trois types d'événements auxquels ont participé les célébrités diplomates, soit les événements officiels des COP, les événements parallèles des COP et les événements parallèles indépendants. Notamment, les événements auxquels le plus de célébrités diplomates ont participé étaient les événements parallèles organisés par les COP. De plus, lors de ce type d'événement, le public cible qui est ressorti le plus souvent était le public secondaire.

Il s'agissait de membres de la société civile, des ONG, des entreprises, etc. En outre, la tactique qui a été utilisée par le plus de célébrités diplomates était le discours critique. Nous avons aussi noté une augmentation de la fréquence d'utilisation du mode de plaidoyer de l'événement médiatique lors de la COP21. Par ailleurs, la construction de messages engageants et moralement attrayants était deux fois plus présente à la COP21 qu'à la COP15. Enfin, le message spécifique que les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène [climatique] est apparu comme un élément commun aux communications de toutes les célébrités diplomates en 2009 et en 2015. Par ailleurs, l'affiliation de la célébrité diplomate semblait un bon indicateur nous permettant de comprendre la raison de la présence d'une célébrité diplomate à une COP.

Toutefois, notre recherche comporte quelques limites. D'abord, les périodes délimitées pour le choix des sources l'ont été afin de cerner les communications des célébrités diplomates lors des COP. Plusieurs de ces communications semblent appartenir à une campagne de plaidoyer plus vaste. En effet, selon Cox et Pezzullo (2015), les campagnes de plaidoyer ont un but<sup>39</sup> précis et un résultat attendu que nous n'avons pas pu observer sur la période étudiée. Ainsi, certains aspects des phénomènes en jeu dans notre recherche, notamment les campagnes de plaidoyer climatique, pourraient eux-mêmes faire l'objet d'une recherche.

Ensuite, pour ce qui est des outils conceptuels choisis, certains étaient parfois imprécis ou sommaires. Par exemple, les publics étaient identifiés et catégorisés selon Cox et Pezzullo (2015), soit par le public primaire (les décideurs) et le public

---

<sup>39</sup> Le but de la campagne est la cible à atteindre afin de résoudre les enjeux environnementaux comme le réchauffement climatique (Cox et Pezzullo, 2015).

secondaire (la population). Par contre, une autre recherche pourrait mobiliser d'autres concepts permettant d'approfondir cet aspect.

De plus, dans notre recherche, le nombre de cas et le nombre de célébrités diplomates étudiées dans chaque COP étaient restreints. De ce fait, il est probable que la recherche documentaire, le choix des sources et le choix des célébrités diplomates n'aient pas été complètement représentatifs de la réalité. Un nombre plus élevé de cas (COP et célébrité diplomate) pourrait faire diminuer cette incertitude. Il suffit de prendre pour exemple la célébrité de type célébrité diplomate philanthrope. Nous n'en avons pas étudié dans cette étude de cas multiples, mais cela ne signifie pas que ce type de célébrité diplomate n'était pas présent à Copenhague ou à Paris.

Nous suggérons donc quelques pistes de recherches futures. Par exemple, l'étude approfondie des campagnes de communication climatique identifiées aiderait à mieux comprendre le contexte des communications faites par les célébrités diplomates lors des COP. De plus, comme ce mémoire ne fait pas d'analyse de discours, cette voie de recherche permettrait de répondre à des questionnements plus poussés sur les messages spécifiques et la construction de messages climatiques. D'autre part, au-delà de l'étude des célébrités diplomates, il serait pertinent de s'intéresser aux événements officiels, parallèles et indépendants lors des COP. Une seconde piste de recherche future serait de mesurer la réception des messages des célébrités diplomates par les publics lors des communications aux événements officiels, aux événements parallèles ou aux événements indépendants. Pour ce faire, la présence du chercheur sur le terrain serait idéale.

Par ailleurs, comme nous considérons ce projet dans un contexte international et interculturel, si cela était possible, il serait pertinent de réaliser ce projet dans une autre langue afin de voir si les communications sont reprises de la même façon dans les médias non francophones ou non anglophones. Cela permettrait aussi d'évaluer le

rayonnement des célébrités diplomates, idéalement à l'extérieur de l'Amérique du Nord et de l'Europe. Enfin, il serait intéressant d'observer une des célébrités diplomates de notre recherche à une COP future. Par exemple en 2021 lors de la COP27, donc 6 ans après la dernière COP étudiée. Cela permettrait de comparer les éléments à l'étude dans notre recherche et possiblement de voir l'évolution des messages climatiques.

Finalement, notre recherche s'inscrit dans le cadre des recherches en communication internationale et interculturelle. Elle nous a permis de faire un survol des modalités communicationnelles d'intervention des célébrités diplomates lors de deux COP. Suite à la réalisation de notre recherche, nous avons une meilleure conception du type de célébrités diplomates que nous retrouvons lors des COP. Les phénomènes présentés dans cette recherche sont toujours d'actualité et en évolution. Ainsi, il sera intéressant d'en suivre l'évolution en parallèle à l'évolution de ce qui est maintenant appelé la crise climatique. De plus, il semble y avoir une certaine continuité par rapport à la présence des célébrités diplomates lors des COP. Notamment, nous le remarquons, lors de la dernière COP, soit à la COP24 à Katowice en Pologne. En effet, au mois de décembre 2018, la jeune Greta Thunberg<sup>40</sup> a fait un discours à un événement officiel de la COP24 qui a fait le tour de la Terre. Ce qui semble la positionner comme une nouvelle voix pour le climat. Nous pouvons ainsi nous interroger sur son rôle et ses caractéristiques d'intellectuelle, d'influenceuse ou de célébrité diplomate. Une prochaine étude pourrait mener à l'établissement de nouveaux types de célébrités qui s'impliquent pour la cause climatique.

---

<sup>40</sup> Greta Thunberg est une étudiante de 15 ans originaire de la Suède. Elle a attiré l'attention des médias en 2018 pour son activisme climatique. Notamment, elle a prononcé un discours au cours de la COP24 en Pologne (Carrington, 2018).

## ANNEXE A

### GRILLE D'ANALYSE A : ÉLÉMENTS DE LA CAMPAGNE DE PLAIDOYER CLIMATIQUE ET D'AUTRES ÉLÉMENTS DU DOCUMENT

Document :

|                     |  |
|---------------------|--|
| Titre               |  |
| Langue              |  |
| Conférence          |  |
| Date /jour          |  |
| Nom de la célébrité |  |
| Public              |  |
| Événement           |  |
| Lieu                |  |
| Action              |  |
| Tactique            |  |
| Autres informations |  |
|                     |  |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015)

## ANNEXE B

### GRILLE D'ANALYSE B : TYPES ET CARACTÉRISTIQUES DES CÉLÉBRITÉS DIPLOMATES

Document :

COP/nom/date :

| Types et caractéristiques des célébrités diplomates   | Code | Information |
|---|------|-------------|
| <b>1- Célébrité diplomate scientifique (CDS)</b>  |      |             |
| des scientifiques provenant de champs variés qui apportent de la crédibilité aux causes défendues grâce à leurs connaissances et leur expertise. Elles s'associent souvent à d'autres types de CD pour augmenter leur potentiel de visibilité qui est souvent faible.   | 1b   |             |
| <b>2- Célébrité diplomate vedette (CDV)</b>   |      |             |
| des vedettes provenant de milieux variés (sport, cinéma, musique, art, etc.) dont l'avantage est de créer une occasion de nouvelle grâce à leur popularité. Par contre, elles ne sont pas très impliquées dans les causes défendues et elles n'ajoutent pas de crédibilité aux messages.  | 2b   |             |
| <b>3- Célébrité diplomate hybride (CDH)</b>   |      |             |
| des personnalités très connues qui viennent de différents milieux et dont l'engagement pour une cause est omniprésent. Leur compréhension des enjeux débattus et leur implication continuelle pour les causes auxquelles elle s'engage influencent leur crédibilité. De plus, elles sont des influenceuses qui ont la capacité d'attirer l'attention sur les enjeux défendus. | 3b   |             |
| <b>4- Célébrité diplomate philanthrope (CDP)</b>  |      |             |
| des gens d'affaires venant de différents milieux dont l'apport principal est le support monétaire aux causes défendus. Sauf exception, elles n'ont pas une grande visibilité et elles s'associent souvent à d'autres types de CD pour remédier à la situation.  | 4b   |             |

(Inspiré de Cooper, 2008)

## ANNEXE C

### GRILLE D'ANALYSE C : DÉSIGNATIONS ET AFFILIATIONS DES CÉLÉBRITÉS DIPLOMATES

Document :

COP/nom/date :

| Types et caractéristiques   | Code | Informations |
|---|------|--------------|
| <b>1- Ambassadeur de bonne volonté</b>  |      |              |
| Nommé par les directeurs des fonds, des programmes et des institutions spécialisés de l'ONU | 1c   |              |
| <b>2- Messenger de la paix</b>  |      |              |
| Nommé par le secrétaire général de l'ONU  | 2c   |              |
| <b>3- Ambassadeur d'une ONG ou entreprise</b>   |      |              |
| Partenaire d'une ONG ou d'une compagnie   | 3c   |              |
| <b>4- Membre de la société civile</b>   |      |              |
| Sans affiliation  | 4c   |              |

(Inspiré de Wheeler, 2011)

## ANNEXE D

### GRILLE D'ANALYSE D : TYPES D'INTELLECTUEL

Document :

COP/nom/date :

| Types et caractéristiques   | Code | Informations |
|---|------|--------------|
| <b>1- Intellectuel spécifique</b>   |      |              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-membre de la société civil.</li> <li>-renom venant du nom propre ou titre.</li> <li>-n'est désigné par personne.</li> <li>-parle en son nom propre.</li> <li>-mode d'engagement principale: écriture</li> <li>-mode d'action principale : la pétition</li> <li>-autonomie</li> </ul>  | 1d   |              |
| <b>2- Intellectuel organique</b>  |      |              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-s'associe ou incorpore une institution ou un parti</li> <li>-engagement de type hétéronome (adopte, illustre et défend la ligne idéologique).</li> <li>-propriété sociale (ex. : docteur, architectes, militaire, etc.).</li> <li>-autorité (titre, expertise, affiliation, charisme).</li> <li>-mode d'engagement principale: selon les compétences spécifiques (science, création, enseignement)</li> <li>-heteronomie</li> </ul> | 2d   |              |
| <b>3- Expert</b>  |      |              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Possède un diplôme, une distinction, un poste universitaire, l'appartenance à une académie etc.</li> <li>-Tend à la neutralité dans ses analyses.</li> <li>-mode d'engagement : conseillé</li> <li>-mode d'action principale :</li> <li>-heteronomie</li> </ul>   | 3d   |              |

(Inspiré par Sapiro, 2009)

## ANNEXE E

### GRILLE D'ANALYSE E : MODES DE PLAIDOYER ET OCARACTÉRISTIQUES D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION CLIMATIQUE, DE CONSCIENTISATION ET POUR MENER À L'ACTION

Document :

COP/nom/date :

| Types et caractéristiques   | Code | Informations |
|---|------|--------------|
| <b>1- Le discours critique</b>  |      |              |
| Remettent en question les comportements, les politiques, les valeurs ou encore les idéologies.    | 1e   |              |
| <b>2- Les campagnes d'éducation publique</b>  |      |              |
| Influencent les croyances populaires et le comportement.  | 2e   |              |
| <b>3- L'action directe (direct action)</b>  |      |              |
| Visent à influencer les comportements par des actes de protestation, dont la désobéissance civil. | 3e   |              |
| <b>4- Les événements médiatiques</b>  |      |              |
| Cherchent à augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence de la campagne               | 4e   |              |
| <b>5- Les organismes communautaires</b>   |      |              |
| Rallient les citoyens et les résidents pour des causes.   | 5e   |              |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

## ANNEXE F

### GRILLE D'ANALYSE F : ÉLÉMENTS DE CONSTRUCTION DE MESSAGES CLIMATIQUES

Document :

COP/nom/date :

| Éléments de communications climatiques  | Code | Informations |
|---|------|--------------|
| 1. Le message est court et porteur de significations.   | 1f   |              |
| 2. Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne.   | 2f   |              |
| 3. Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté.  | 3f   |              |
| 4. Les concepts de base des changements climatiques sont explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias.                                      | 4f   |              |
| 5. Les concepts d'atténuation et d'adaptation devraient être prépondérants car ils suscitent l'espoir.  | 5f   |              |
| 6. Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.   | 6f   |              |
| 7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.  | 7f   |              |
| 8. Les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messenger et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié. | 8f   |              |
| 9. Autres   | 9f   |              |

(Inspiré de Pruneau, Demers, et Khattabi, 2008)

## ANNEXE G

### GRILLE D'ANALYSE G : MESSAGES SPÉCIFIQUES AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Document :

COP/nom/date :

| Messages spécifiques  | Code | Informations |
|---|------|--------------|
| 1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années. | 1g   |              |
| 2. Les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques.  | 2g   |              |
| 3. Les humains sont responsables des changements climatiques.   | 3g   |              |
| 4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.             | 4g   |              |
| 5. Autres   | 5g   |              |

(Inspiré de Pruneau, Demers, et Khattabi, 2008)

## ANNEXE H

### EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE A : ÉLÉMENTS DE LA CAMPAGNE DE PLAIDOYER CLIMATIQUE ET D'AUTRES ÉLÉMENTS DU DOCUMENT

Document : Document 1.1 UN discours Charles de Galles COP15

|  |  |
|--|--|
| Titre  | Speech by HRH the Prince of Wales Copenhagen Climat Summit 15th December 2009  |
| Langue   | anglais  |
| Conférence   | COP15  |
| Date /jour   | 15 décembre 2009   |
| Nom de la célébrité  | His Royal Highness the Prince of Wales   |
| Public   | Prime Minister,<br>Secretary-General, Ministers,<br>Ladies and Gentlemen,<br>Secteur privé<br>(government, business, N.G.O., civil society and individuals)<br>(gouvernement, entreprise, ONG, société civile, les individus)<br>investisseur : subsequent inflows of private sector investment would do much. |
| Événement  | Formal opening of the high-level talks   |
| Lieu   | Bella center   |
| Action   |  |
| Tactique   | Discours   |
| Autres informations  |  |
| Document PDF de l'ONU discours écrit                       |  |
| Document disponible sur le site officiel des Nations unies |  |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015)

## ANNEXE I

### EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE B : TYPES ET CARACTÉRISTIQUES DES CÉLÉBRITÉS DIPLOMATES

Document : 2.1\_UN press\_note to correspondents\_Wangari Maathai\_COP15\_GA1  
 COP/nom/date : COP15 /Lundi 14.12.2009/ Wangari Maathai

| Types et caractéristiques des célébrités diplomates   | Code | Information  |
|---|------|--|
| <b>1- Célébrité diplomate scientifique (CDS)</b>  |      |  |
| des scientifiques provenant de champs variés qui apportent de la crédibilité aux causes défendues grâce à leurs connaissances et leur expertise. Elles s'associent souvent à d'autres types de CD pour augmenter leur potentiel de visibilité qui est souvent faible. | 1b   | <p>2004 Nobel Peace Prize laureate</p> <p>Wangari Maathai, a Kenyan national, has gained worldwide recognition over four decades as an academic, environmentalist, women's rights advocate and parliamentarian, often serving as the first woman in her position.</p> <p>In 1976, she introduced the notion of community-based tree planting. She developed her idea into an innovative grass-roots organization, the Green Belt Movement, focusing on poverty reduction and environmental conservation through tree planting. Through the Green Belt Movement, Ms. Maathai has assisted women throughout Africa in planting more than 40 million trees on community lands, including farms, schools and church compounds.</p> <p>Since 2006, Ms. Maathai has been the patron of the Plant for the Planet: Billion Tree Campaign, which has a presence in 170 countries. Thanks to her advocacy and leadership, 10 billion trees have been planted since the campaign began. Ms. Maathai is actively campaigning for</p> |

|   |    |   |
|---|----|---|
|   |    | <p>forest protection, and serves as Goodwill Ambassador of the Congo forest. She also actively promotes the issue of climate justice.</p> <p>Wangari Maathai was listed 6th in the United Kingdom's Environment Agency peer review of the world's Top 100 Eco-Heroes.</p> <p>She was included in the United Nations Environment Programme's Global 500 Hall of Fame and named one of the 100 heroines of the world.</p> <p>In 2005, she was honored by Time Magazine as one of the 100 most influential people in the world, and by Forbes Magazine as one of the 100 most powerful women in the world.</p> |
| <b>2- Célébrité diplomate vedette (CDV)</b>   |    |   |
| des vedettes provenant de milieux variés (sport, cinéma, musique, art, etc.) dont l'avantage est de créer une occasion de nouvelle grâce à leur popularité. Par contre, elles ne sont pas très impliquées dans les causes défendues et elles n'ajoutent pas de crédibilité aux messages.  | 2b |   |
| <b>3- Célébrité diplomate hybride (CDH)</b>   |    |   |
| des personnalités très connues qui viennent de différents milieux et dont l'engagement pour une cause est omniprésent. Leur compréhension des enjeux débattus et leur implication continuelle pour les causes auxquelles elle s'engage influencent leur crédibilité. De plus, elles sont des influenceuses qui ont la capacité d'attirer l'attention sur les enjeux défendus. | 3b |   |
| <b>4- Célébrité diplomate philanthrope (CDP)</b>  |    |   |
| des gens d'affaires venant de différents milieux dont l'apport  | 4b |   |

|   |  |  |
|---|--|--|
| principal est le support monétaire aux causes défendus. Sauf exception, elles n'ont pas une grande visibilité et elles s'associent souvent à d'autres types de CD pour remédier à la situation. |  |  |
|---|--|--|

(Inspiré de Cooper, 2008)

## ANNEXE J

### EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE C : DÉSIGNATIONS ET AFFILIATIONS DES CÉLÉBRITÉS DIPLOMATES

Document : 2.1\_UN press\_note to correspondents\_Wangari Maathai\_COP15\_GA1  
 COP/nom/date : COP15 /Lundi 14.12.2009/ Wangari Maathai

| Types et caractéristiques   | Code | Informations   |
|---|------|--|
| <b>1- Ambassadeur de bonne volonté</b>  |      |  |
| Nommé par les directeurs des fonds, des programmes et des institutions spécialisés de l'ONU | 1c   |  |
| <b>2- Messager de la paix</b>   |      |  |
| Nommé par le secrétaire général de l'ONU  | 2c   | -Messenger of Peace with a special focus on the environment and climate change |
| <b>3- Ambassadeur d'une ONG ou entreprise</b>   |      |  |
| Partenaire d'une ONG ou d'une compagnie   | 3c   |  |
| <b>4- Membre de la société civile</b>   |      |  |
| Sans affiliation  | 4c   |  |

(Inspiré de Wheeler, 2011)

## ANNEXE K

### EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE D : TYPES D'INTELLECTUEL

Document : 3.1\_UNFCCC\_Article\_Jane Goodall\_COP21

COP/nom/date : COP21 / Jane Goodall / 12 décembre 2015

| Types et caractéristiques   | Code | Informations   |
|---|------|--|
| <b>1- Intellectuel critique</b>   |      |  |
| -membre de la société civil.<br>-renom venant du nom propre ou titre.<br>-n'est désigné par personne.<br>-parle en son nom propre.<br>-mode d'engagement principale: écriture<br>-mode d'action principale : la pétition<br>-autonomie  | 1d   |  |
| <b>2- Intellectuel organique</b>  |      |  |
| -s'associe ou incorpore une institution ou un parti<br>-engagement de type hétéronome (adopte, illustre et défend la ligne idéologique).<br>-propriété sociale (ex. : docteur, architectes, militaire, etc.).<br>-autorité (titre, expertise, affiliation, charisme).<br>-mode d'engagement principale: selon les compétences spécifiques (science, création, enseignement)<br>-heteronomie | 2d   |  |
| <b>3- Expert</b>  |      |  |
| -Possède un diplôme, une distinction, un poste universitaire, l'appartenance à une académie etc.<br>-Tend à la neutralité dans ses analyses.<br>-mode d'engagement : conseillé<br>-mode d'action principale :<br>-heteronomie   | 3d   | -Renowned environmentalists such as the anthropologist Jane Goodall<br>-winners of the prize for tackling climate change using innovative measures, thinking globally and acting locally |

(Inspiré par Sapiro, 2009)

## ANNEXE L

### EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE E : MODES DE PLAIDOYER ET CARACTÉRISTIQUES D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION CLIMATIQUE, DE CONSCIENTISATION ET POUR MENER À L'ACTION

Document : 1.1\_ Youtube\_Discours\_Leonardo DiCaprio\_local leader\_COP21  
COP/nom/date : COP21 / Leonardo DiCaprio / 4 décembre 2015

| Types et caractéristiques   | Code | Informations  |
|---|------|---|
| <b>1- Le discours critique</b>  |      |   |
| Remettent en question les comportements, les politiques, les valeurs ou encore les idéologies.    | 1e   | <p>Now to get there, we must act. We must finally leave behind the inefficient technologies of another century, and the business models that they have created.</p> <p>-In a year which has been the hottest in recorded history, it is hard to understand how some still refuse to accept the reality of climat change.</p> <p>-To do this, local and regional leaders, like all of you, must moove quickly to enact policies that support the transitions to low carbon transportation, energy efficent buildings, better waste management and renewable energy.</p> <p>-So to all the mayors and governors in this room today, I implore you to join with your peers to commit to moving to no less than 100% renewable energy as soon as possible. Do not wait another day.</p> |
| <b>2- Les campagnes d'éducation publique</b>  |      |   |
| Influencent les croyances populaires et le comportement.  | 2e   |   |
| <b>3- L'action directe (direct action)</b>  |      |   |
| Visent à influencer les comportements par des actes de protestation, dont la désobéissance civil. | 3e   |   |
| <b>4- Les événements médiatiques</b>  |      |   |
| Cherchent à augmenter la visibilité, la médiatisation et l'influence de la campagne               | 4e   |   |

|   |    |  |
|---|----|--|
| 5- Les organismes communautaires                        |    |  |
| Rallient les citoyens et les résidents pour des causes. | 5e |  |

(Inspiré de Cox et Pezzullo, 2015, Tableau 8,1 p.179)

## ANNEXE M

### EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE F : ÉLÉMENTS DE CONSTRUCTION DE MESSAGES CLIMATIQUES

Document : 2.5\_Blog\_Vivienne Westwood\_entrevue\_COP21

COP/nom/date : COP21 / Vivienne Westwood / 11 décembre 2015

| Éléments de communications climatiques  | Code | Informations  |
|---|------|---|
| 1. Le message est court et porteur de significations.   | 1f   | - politicians are criminals<br>- demand a fast transition to clean energy                   |
| 2. Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne.   | 2f   |   |
| 3. Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté.  | 3f   |   |
| 4. Les concepts de base des changements climatiques sont explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias.                                      | 4f   |   |
| 5. Les concepts d'atténuation et d'adaptation devraient être prépondérants car ils suscitent l'espoir.  | 5f   |   |
| 6. Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.   | 6f   | the demand to end government subsidies to industrial fishing, and to regenerate the oceans. |
| 7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.  | 7f   |   |
| 8. Les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messenger et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié. | 8f   |   |
| 9. Autres   | 9f   |   |

(Inspiré de Pruneau, Demers, et Khattabi, 2008)

## ANNEXE N

### EXEMPLE GRILLE D'ANALYSE G : MESSAGES SPÉCIFIQUES AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Document : 1.1\_Youtube\_Discours\_Leonardo DiCaprio\_local leader\_COP21  
COP/nom/date : COP21 / Leonardo DiCaprio / 4 décembre 2015

| Messages spécifiques  | Code | Informations   |
|---|------|--|
| 1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années. | 1g   | <p><i>-[...] the very real threat that climat change poses to our planet.</i></p> <p><i>-I have traveled to places like the Arctic, the Antarctic, Greenland where scientists were astonished to find once solid and impermeable ancient glaciers rapidly melting away.</i></p> <p><i>-In India, I met with farmers in a village outside of New Delhi who's crops and livelihoods have been destroyed by unprecedented flooding.</i></p> <p><i>-One thing has become fundamentally clear, that the world's most poor and underprivileged are the first to feel the devastating effects of climat change.</i></p> |
| 2. Les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques.  | 2g   | <p><i>-No matter what country, region or continent, the evidence of climat change is apparent and it is apparent right now. There is no doubt. There is no doubt to scientists, or to the millions around the world that this is a result of man made activity.</i></p> <p><i>-Professor Marc Jacobsen and his team of researchers at Standford University recently proved that we can meet the world's energy demand with a 100% clean renewable energy using existing technologies by 2050, and to avoid many of the unthinkable effects of climat change.</i></p>   |
| 3. Les humains sont responsables des changements climatiques.   | 3g   | <p><i>-In Canada I have seen the devastation left behind in the wake of energy giants who have leveled large traks of the great Boreal Forest in an insatiable quest for tar sands oil.</i></p> <p><i>-There is no doubt to scientists, or to the millions around the world that this is a result of man made activity.</i></p>  |
| 4. Les citoyens du monde entier doivent et  | 4g   | <p><i>-We assemble here as our world faces a variety of crises, but one thing is fundamentally clear, we are</i></p>   |

|  |    |   |
|--|----|---|
| peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène. |    | <p><i>able to solve our greatest challenges when we find the will to work together.</i></p> <p><i>-The solutions we seek require all of us , to make real changes in the way we live our lives, operate businesses and govern our communities.</i></p> <p><i>-enough is enough we must act and we must all act now.</i></p> <p><i>-At a moment where our differences push us all apart, we can find common cause together, our shared interest in a sustainable future.</i></p> |
| 5. Autres  | 5g |   |

(Inspiré de Pruneau, Demers, et Khattabi, 2008)

## ANNEXE O

### FICHE RÉCAPITULATIVE DES RÉSULTATS DES CÉLÉBRITÉS DIPLOMATES DE LA COP15

| Princes Charles   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Célébrité diplomate hybride</li><li>• Sans affiliation</li><li>• Intellectuel organique</li><li>• Modes de plaidoyer, tactiques, publics et événements :</li></ul> <p>-Le discours critique : discours, public primaire (P1), événement officiel de la COP (cérémonie d'ouverture <i>high-level segment</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Construction de message sur le climat :</li></ul> <ol style="list-style-type: none"><li>2. Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne.</li><li>3. Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté. Explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias.</li><li>5. Les concepts d'atténuation et d'adaptation devraient être prépondérants car ils suscitent l'espoir.</li><li>6. Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.</li><li>7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.</li><li>8. Les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messenger et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié.</li></ol> <ul style="list-style-type: none"><li>• Messages spécifiques aux changements climatiques :</li></ul> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années.</li><li>2. Les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques.</li><li>3. Les humains sont responsables des changements climatiques.</li><li>4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.</li></ol> |

| Wangari Maathai  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Célébrité diplomate scientifique</li><li>• Messagère de la paix</li><li>• Intellectuelle critique</li><li>• Modes de plaidoyer, tactiques, publics et événements :</li></ul> <p>-Le discours critique : discours, public primaire (P1), événement officiel de la COP (cérémonie ouverture <i>high-level segment</i>).</p> <p>-La campagne d'éducation publique : présence, public secondaire (P2), événement parallèle de la COP (<i>Tck Tck Tck time for climate Justice campaign</i>).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Construction de message :</li></ul> |

1. Le message est court et porteur de significations.
3. Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté.
5. Les concepts d'atténuation et d'adaptation devraient être prépondérants car ils suscitent l'espoir.
  - Messages spécifiques :
2. Les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques.
4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.

#### Vandana Shiva

- Célébrité diplomate scientifique
- Associée à l'organisation *Navdanya*
- Intellectuel organique et Intellectuel expert
- Modes de plaidoyer, tactiques, publics et événements :
  - Le discours critique : discours, public secondaire (P2), événement parallèle indépendant (*Hit-The-Production*).
  - Les événements médiatiques: discours, public primaire (P1) / public secondaire (P2), événement parallèle indépendant (*Hit-The-Production*).
  - L'action directe (direct action) : marche, public primaire (P1) / public secondaire (P2), événement parallèle indépendant (*Hit-The-Production*).
  - Les organismes communautaires : participation au *Klimaforum09*, public secondaire (P2), événement parallèle de la COP.
- Construction de message :
  1. Le message est court et porteur de significations.
  3. Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté.
  6. Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.
    - Messages spécifiques :
  3. Les humains sont responsables des changements climatiques.
  4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.

#### Desmond Tutu

- Célébrité diplomate hybride
- Sans affiliation
- Intellectuel organique
- Modes de plaidoyer, tactiques, publics et événements :
  - Le discours critique : discours, public primaire (P1)/ public secondaire (P2), événement parallèle de la COP (*Tck Tck Tck time for climate Justice campaign*).
  - Les campagnes d'éducation publique : discours, public secondaire (P2), événement parallèle de la COP (*Tck Tck Tck time for climate Justice campaign*).
  - L'action directe (direct action) : pétition sous forme de vidéo (*Beds Are Burning*), public

primaire (P1), événement parallèle de la COP (*Tck Tck Tck time for climate Justice campaign*).

-Les événements médiatiques : 1) Discours, public primaire (P1)/ public secondaire (P2), événement parallèle de la COP (*Tck Tck Tck time for climate Justice campaign*).

2) Entrevue pour *The Guardian*, public primaire (P1)/ public secondaire (P2), événement parallèle de la COP (entrevue au centre Bella).

- Construction de message :

3. Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté.

4. Les concepts de base des changements climatiques sont explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias.

7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.

- Messages spécifiques :

1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années.

3. Les humains sont responsables des changements climatiques.

4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.

5. Autre message.

## ANNEXE P

### FICHE RÉCAPITULATIVE DES RÉSULTATS DES CÉLÉBRITÉS DIPLOMATES DE LA COP21

| Leonardo DiCaprio   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Célébrité diplomate hybride</li><li>• Messager de la paix changement climatique</li><li>• Intellectuel critique</li><li>• Modes de plaidoyer, tactiques, publics et événements :</li></ul> <p>-Le discours critique : Discours, public primaire (P1), Événement officiel COP (sommet pour les leaders locaux).</p> <p>-Les événements médiatiques : Photo, réseaux sociaux, public secondaire (P2), événement parallèle de la COP (Bourget).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Construction de message :</li></ul> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Le message est court et porteur de significations.</li><li>2. Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne.</li><li>3. Le message tient compte des valeurs du public et utilise un niveau de langage adapté.</li><li>6. Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.</li><li>7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.</li><li>8. Les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messager et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié.</li></ol> <ul style="list-style-type: none"><li>• Messages spécifiques :</li></ul> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années.</li><li>2. Les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques.</li><li>3. Les humains sont responsables des changements climatiques.</li><li>4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.</li></ol> |

| Jane Goodall  |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Célébrité diplomate scientifique</li><li>• Messagère de la paix environnement</li><li>• Intellectuelle experte</li><li>• Modes de plaidoyer, tactiques, publics et événements :</li></ul> |

- Le discours critique : Discours, public primaire (P1)/public secondaire (P2), événement parallèle de la COP (*Equator Prize 2015 Award*).
  - Les événements médiatiques : Entrevue diffusé sur *You Tube*, public secondaire (P2), événement parallèle de la COP (Bourget).
  - Les organismes communautaires : lancement *Tapestry of Hope*, public secondaire (P2), événement parallèle.
    - Construction de message :
4. Les concepts de base des changements climatiques sont explicités à plusieurs reprises, par l'intermédiaire de plusieurs médias.
  5. Les concepts d'atténuation et d'adaptation devraient être prépondérants car ils suscitent l'espoir.
  7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.
    - Messages spécifiques :
1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années.
  2. Les scientifiques sont certains de l'existence des changements climatiques.
  3. Les humains sont responsables des changements climatiques.
  4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.

#### Sean Penn

- Célébrité diplomate vedette
  - Porte-parole/cofondateur de *J/P Haitian Relief Organisation*
  - Intellectuel critique
  - Modes de plaidoyer, tactiques, publics et événements :
- Les événements médiatiques : Entrevue, public primaire (P1)/public secondaire (P2), événement parallèle indépendant (*Bloomberg*).
  - Discours, public primaire (P1)/public secondaire (P2), événement parallèle COP (jour de l'action).
- Construction de message :
1. Le message est court et porteur de significations.
  2. Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne.
  6. Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.
  7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.
  8. Les messages passent plus facilement s'il existe un lien entre le messenger et les récepteurs et si les messages sont conçus pour un public spécifique et approprié.
    - Messages spécifiques :
1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années.
  4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.
  5. autres

|  |
|--|
| <p>Vivienne Westwood</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Célébrité diplomate hybride</li> <li>• Ambassadrice du mouvement Climate Revolution</li> <li>• Intellectuelle critique</li> <li>• Modes de plaidoyer, tactiques, publics et événements :</li> </ul> <p>-Le discours critique : Entrevue, public secondaire (P2), événement parallèle indépendant.</p> <p>-Les campagnes d'éducation publique : Entrevue, public secondaire (P2), Événement indépendant (entrevue <i>Paris Match</i>).</p> <p>-Les événements médiatiques : Entrevue, public secondaire (P2), Événement indépendant (entrevue <i>Paris Match</i>).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construction de message :</li> </ul> <p>2. Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne.</p> <p>6. Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.</p> <p>7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Messages spécifiques :</li> </ul> <p>1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années.</p> <p>3. Les humains sont responsables des changements climatiques.</p> <p>4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.</p> <p>5. autres</p> |
|--|

- Célébrité diplomate hybride
- Ambassadrice du mouvement Climate Revolution
- Intellectuelle critique
- Modes de plaidoyer, tactiques, publics et événements :

-Le discours critique : Entrevue, public secondaire (P2), événement parallèle indépendant.

-Les campagnes d'éducation publique : Entrevue, public secondaire (P2), Événement indépendant (entrevue *Paris Match*).

-Les événements médiatiques : Entrevue, public secondaire (P2), Événement indépendant (entrevue *Paris Match*).

- Construction de message :

2. Le message résume les intentions, les valeurs et le contexte de la campagne.

6. Les messages poussant à l'innovation pour un avenir prospère, sécuritaire et en santé sont importants.

7. Les communications peignent une vision engageante et moralement attrayante.

- Messages spécifiques :

1. Les conséquences des changements climatiques sont des phénomènes réels et qui prennent de l'ampleur avec les années.

3. Les humains sont responsables des changements climatiques.

4. Les citoyens du monde entier doivent et peuvent agir immédiatement pour diminuer l'ampleur du phénomène.

5. autres

## BIBLIOGRAPHIE

- 1979 Convention sur la pollution atmosphérique transfrontière à longue distance. (s. d.). Consulté à l'adresse <https://www.unece.org/fileadmin/DAM/env/lrtap/full%20text/1979.CLRTAP.f.pdf>
- Actu-Environnement*. (2015). Définition de Conférence des Parties (COP). *Actu-Environnement*. Consulté à l'adresse [http://www.actu-environnement.com/ac/dictionnaire\\_environnement/definition/conference\\_des\\_parties\\_cop.php4](http://www.actu-environnement.com/ac/dictionnaire_environnement/definition/conference_des_parties_cop.php4)
- Agbobli, C. (2015). La communication internationale : état des lieux et perspectives de recherche pour le XXI<sup>e</sup> siècle. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, (15), 65-84. <https://doi.org/10.4000/communiquer.1678>
- Agbobli, C., et Hsab, G. (Éd.). (2011). *Communication internationale et communication interculturelle : Regards épistémologiques et espaces de pratique*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Aknin, A., Froger, G., Géronimi, V., Méral, P., et Schembri, P. (2002). Environnement et développement – quelques réflexions autour du concept de « développement durable ». Dans J.-Y. Martin, *Développement durable ? Doctrines, pratiques, évaluations* (IRD Editions, p. 51-71).
- Alarcon, O. (s. d.). *Global Call for Climate Action*. Consulté à l'adresse <http://tcktkctk.org/>
- Aldo Leopold Foundation. (2017). Aldo Leopold. Consulté à l'adresse <https://www.aldolcopold.org/about/aldo-leopold/>
- Alleyne, M. D. (2005). *The United Nations' Celebrity Diplomacy*. *SAIS Review of International Affairs*, 25(1), 175-185. <https://doi.org/10.1353/sais.2005.0001>
- Amann, D. M. (2009). Le changement climatique et la sécurité humaine (*Climate Change and Human Security*) (SSRN Scholarly Paper No. ID 2700274). Rochester, NY: Social Science Research Network. Consulté à l'adresse <https://papers.ssrn.com/abstract=2700274>

- Anderson, A. (2011). *Sources, media, and modes of climate change communication: the role of celebrities*. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 2(4), 535-546. <https://doi.org/10.1002/wcc.119>
- Andersson, J. (2007). *Pop-culture icons as agents of change?* (mémoire de maîtrise). Växjö University, School of Social Sciences, Department of Peace and Development Studies.
- APFA. (2016). Diplomatie environnementale. Consulté à l'adresse <http://www.apfa.asso.fr/defi/d/diploma6.htm>
- Babelio. (2018). Desmond Tutu. Consulté à l'adresse <https://www.babelio.com/auteur/Desmond-Tutu/104928>
- Bailey, A., Giangola, L., et Boykoff, M. T. (2014). *How grammatical choice shapes media representations of climate (un)certainty*. *Environmental Communication*, 8(2), 197-215. <http://dx.doi.org/10.1080/17524032.2014.906481>
- BBC. (2016, janvier 10). *Sean Penn: Hollywood hellraiser turned activist*. Consulté à l'adresse <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-35276897>
- BBC News. (2004, octobre 8). Profile: Wangari Maathai. Consulté à l'adresse <http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/3726084.stm>
- Beds Are Burning - « TckTckTck - Time for Climate Justice » Campaign*. (2009). Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=aBTZOg6l6cA>
- Bennett, L. (2011). *Fan activism for social mobilization: A critical review of the literature*. *Transformative Works and Cultures*, Vol. 10(No. 0). Consulté à l'adresse <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/346>
- Benoit, D. (2004). Le constructivisme en communication : une évidence à revisiter. *Questions de communication*, (5), 185-202. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7109>
- Berger, C. R., et Chaffee, S. H. (1987). *Handbook of Communication Science*. Beverly Hills: Sage publications.
- Bérubé, C. (2010). Changements climatiques et distorsion de la perception des Québécois: de la communication à l'action (Essai). Université de Sherbrooke. Consulté à l'adresse <http://savoirs.usherbrooke.ca/handle/11143/7043>

- Bock, C. (2007). *Celebrities join anti-poverty protests*. Consulté à l'adresse <http://www.u2interference.com/forums/t230/06-1-2007-celebrities-join-anti-poverty-protests-176915.html>
- Bogui, J.-J., Rico, C., Kane, O., et Agbobli, C. (2016). Éditorial: Communication internationale et développement. *Global Media Journal: Canadian Edition*, 9(1), 1-4.
- Bompard, J.-P. (2010). La quinzième conférence des Parties (COP 15), Copenhague (7-18 décembre 2009), *Annales des Mines - Responsabilité et environnement*, (59), 103-106. <https://doi.org/10.3917/re.059.0103>
- Bonneville, L. B., Lagacé, M., et Grosjean, S. (2007). Introduction aux méthodes de recherche en communication (Les Édition de la Chenelière inc.). Montréal: Gaetan Morin Editeur.
- Boyes, M. (2008). Vivienne Westwood. Consulté à l'adresse <https://www.vogue.co.uk/article/vivienne-westwood-biography>
- Boykoff, M., Goodman, M., et Littler, J. (2010). 'Charismatic megafauna': *The growing power of celebrities and pop culture in climate change campaigns*. Department of Geography, King's College London.
- Boykoff, M. T., et Goodman, M. K. (2009). *Conspicuous redemption? Reflections on the promises and perils of the 'Celebritization' of climate change*. *Geoforum*, Vol. 40(No. 3), 395-406. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2008.04.006>
- Brownsell, A. (2009). *United Nations launches Hopenhagen climate change campaign*. Consulté à l'adresse <https://www.campaignlive.co.uk/article/united-nations-launches-hopenhagen-climate-change-campaign/915337>
- Burgess, G., et Burgess, H. (1996). *Consensus Building for Environmental Advocates*. Consulté à l'adresse <http://www.colorado.edu/conflict/hwltap9.htm>
- Calvario, L. (2016). 'Before the Flood': Leonardo DiCaprio's Climate Change Doc Gets Record 60 Million Views. Consulté à l'adresse <http://www.indiewire.com/2016/11/before-the-flood-climate-change-documentary-record-60-million-views-1201747088/>
- Canal-Forgues, E. (2015). *Démocratie et diplomatie environnementale*. Paris: Editions A. Pedone.
- Cantley-Smith, R. (2010). *Climate Change and the Copenhagen Legacy: Where to from Here?* *Monash University Law Review*, 36(1), 278-303.

- Caramel, L. (2013, novembre 11). Climat : la Pologne, championne du charbon, accueille les négociations. *Le Monde.fr*. Consulté à l'adresse [http://www.lemonde.fr/planetc/article/2013/11/11/climat-la-pologne-championne-du-charbon-accueille-les-negociations\\_3511616\\_3244.html](http://www.lemonde.fr/planetc/article/2013/11/11/climat-la-pologne-championne-du-charbon-accueille-les-negociations_3511616_3244.html)
- Carlin, A. (2015, décembre 11). *Intellectuals Unite: An Interview With Vivienne*. Consulté à l'adresse <https://blog.viviennewestwood.com/intellectuals-unite-an-interview-with-vivienne/>
- Carrington, D. (2015, juin 11). *Pharrell Williams calls on leaders to deliver green jobs at UN climate summit*. *The Guardian*. Consulté à l'adresse <http://www.theguardian.com/environment/2015/jun/11/pharrell-williams-world-leaders-deliver-green-jobs-un-climate-summit>
- Carrington, D. (2018, décembre 4). « Our leaders are like children, » school strike founder tells climate summit. *The Guardian*. Consulté à l'adresse <https://www.theguardian.com/environment/2018/dec/04/leaders-like-children-school-strike-founder-greta-thunberg-tells-un-climate-summit>
- CCNUCC. (2009a). Rapport de la quinzième session de la Conférence des Parties tenue à Copenhague du 7 au 19 décembre 2009. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/resource/docs/2009/cop15/fr/11a01f.pdf>
- CCNUCC. (2014). Warsaw Climate Change Conference - November 2013. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/meetings/warsaw\\_nov\\_2013/meeting/7649.php](http://unfccc.int/meetings/warsaw_nov_2013/meeting/7649.php)
- CCNUCC. (2015a). Rapport de la Conférence des Parties sur sa vingt et unième session, tenue à Paris du 30 novembre au 13 décembre 2015. Consulté à l'adresse <http://unfccc.int/resource/docs/2015/cop21/fr/10a03f.pdf>
- CCNUCC. (2015b, décembre 14). Accord historique sur les changements climatiques à Paris, CCNUCC. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/fr/news/accord-cop21>
- CCNUCC. (s. d.). Protocole de Kyoto. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/portal\\_francophone/essential\\_background/kyoto\\_protocol/text\\_of\\_the\\_kyoto\\_protocol/items/3275.php](http://unfccc.int/portal_francophone/essential_background/kyoto_protocol/text_of_the_kyoto_protocol/items/3275.php)
- Center for Climate and Energy Solutions. (s. d.). *Paris Climate Agreement Q&A*. Consulté à l'adresse <https://www.c2es.org/international/2015-agreement/paris-climate-talks-qa>
- Charron, C.-Y., et Brunel, G. (2002). *La communication internationale: mondialisation, acteurs et territoires socioculturels*. Boucherville, Québec: Gaetan Morin Editeur.

- Chazournes, L. B. de. (1997). La gestion de l'intérêt commun à l'épreuve des enjeux économiques - le Protocole de Kyoto sur les changements climatiques. *Annuaire français de droit international*, 43(1), 700-715. <https://doi.org/10.3406/afdi.1997.3477>
- Chomsky, N., et Herman, E. (2002). Un modèle de propagande. Dans *the Political Economy of the Mass Media*. 2d ed. (Pantheon Books, p. 1-35). New York.
- Chouliaraki, L. (2008a). *The Mediation of suffering and the vision of a cosmopolitan public*. *Television & new media*, 9(5), 371-391. <https://doi.org/10.1177/1527476408315496>
- Chouliaraki, L. (2008b). *The Spectatorship of Suffering*. London (UK), United Kingdom: SAGE Publications.
- Chouliaraki, L. (2012). The Theatricality of Humanitarianism: A Critique of Celebrity Advocacy. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 9(1), 1-21. <https://doi.org/10.1080/14791420.2011.637055>
- Chronique ONU. (2012). À Rio+20, les pays vulnérables devraient être au cœur des débats, XLIX(1 et 2). Consulté à l'adresse <https://unchronicle.un.org/fr/article/rio20-les-pays-vulnerables-devraient-tre-au-c-ur-des-debats>
- Clarence House. (2018). *70 facts about HRH The Prince of Wales | Prince of Wales*. Consulté à l'adresse <https://www.princeofwales.gov.uk/70-facts-about-hrh-prince-wales>
- Clarence House. (2018). Prince of Wales. Consulté à l'adresse <https://www.princeofwales.gov.uk/>
- Climat : avant la Cop21, il y a eu la Cop15... (2015, mai 1). Consulté à l'adresse <http://www.leparisien.fr/environnement/cop21/climat-avant-la-cop21-il-y-a-eu-la-cop15-01-05-2015-4738437.php>
- Climat : Copenhague s'achève sur un échec. (s. d.). Consulté à l'adresse <http://www.lefigaro.fr/environnement/2009/12/19/01029-20091219ARTFIG00558-climat-copenhague-s-acheve-dans-la-confusion-.php>
- climaterévolution.co.uk. (s. d.). Consulté à l'adresse <http://climaterévolution.co.uk/wp/>

- Clough, C.-L. (2008, février 9). *Leonardo DiCaprio has spent nearly a decade fighting for our right to a clean, green earth*. Consulté à l'adresse <https://web.archive.org/web/20080209021903/http://www.ukula.com/TorontoArticle.aspx?SectionID=5&ObjectID=1779&CityID=3>
- CNRS. (s. d.). COP 21, Les acteurs. Consulté à l'adresse <http://www.cnrs.fr/fr/COP21/acteurs.html>
- Cohen, R. (1997). *Theatre of Power: The Art of Diplomatic Signaling* (réimprimée). Université du Michigan: Longman.
- Colin, A. (Éd.). (2009). Les conventions internationales sur l'environnement : état des ratifications et des engagements des pays développés et des pays en développement. *L'Information géographique*, 73(3), 84-99. <https://doi.org/10.3917/lig.733.0084>
- Comby, J.-B. (2008). Créer un climat favorable. Les enjeux liés aux changements climatiques : valorisation publique, médiatisation et appropriations au quotidien (Thèse de doctorat). Université Paris II Institut français de Presse Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaire Sur les Médias.
- Conférence des Nations Unies sur l'environnement. (1972). Déclaration de Stockholm. Consulté à l'adresse [https://www.diplomatie.gouv.fr/sites/odyssee-developpement-durable/files/1/Declaration\\_finale\\_conference\\_stockholm\\_1972.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/sites/odyssee-developpement-durable/files/1/Declaration_finale_conference_stockholm_1972.pdf)
- Cooke, H. (2015, décembre 7). *Tapestry of Hope Debuts at COP21 - Jane Goodall's Good for All News*. Consulté à l'adresse <http://news.janegoodall.org/2015/12/07/tapestry-of-hope-debuts-at-cop21/>
- Cooper, A. F. (2007). *Celebrity Diplomacy and the G8: Bono and Bob as Legitimate International Actors* (SSRN Scholarly Paper No. ID 1019091). Rochester, NY: Social Science Research Network. Consulté à l'adresse <https://papers.ssrn.com/abstract=1019091>
- Cooper, A. F. (2008). *Beyond One Image Fits All: Bono and the Complexity of Celebrity Diplomacy*. *Global Governance*, 14(3).
- Cooper, A. F. (2009, septembre 14). *Taking Celebrity Diplomacy Seriously in International Relations*. Consulté à l'adresse <http://www.e-ir.info/2009/09/14/taking-celebrity-diplomacy-seriously-in-international-relations/>
- Cooper, A. F., et Frechette, L. (2015). *Celebrity Diplomacy*. Routledge.

- Cooper, A. F., Heine, J., et Thaker, R. (2013). *Climate Diplomacy*. Dans *The Oxford Handbook of Modern* (p. 840-856). OUP Oxford.
- Cooper, A. F., Heine, J., et Thakur, R. (2013). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. OUP Oxford.
- COP15. (s. d.-a). COP 15, UNFCCC. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/index.php/process/conferences/past-conferences/copenhagen-climate-change-conference-december-2009/cop-15>
- COP15. (s. d.-b). COP 15 - International calls for action, UNFCCC. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/process/conferences/pastconferences/copenhagen-climate-change-conference-december-2009/statements-and-resources/International-calls-for-action?plus=j>
- COP15. (s. d.-c). COP 15 - Side Events and Exhibits, UNFCCC. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/process/conferences/pastconferences/copenhagen-climate-change-conference-december-2009/events-and-programme/side-events--exhibits--cop-15>
- COP15. (s. d.-d). COP 15, the future decided now [File]. Consulté à l'adresse <https://www.eea.europa.eu/media/audiovisuals/cop-15-the-future-decided-now>
- COP19. (s. d.). Showcasing Climate Action. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/meetings/warsaw\\_nov\\_2013/items/7880.php](http://unfccc.int/meetings/warsaw_nov_2013/items/7880.php)
- COP21. (2015). COP21. Consulté à l'adresse <http://www.cop21.gouv.fr/>
- COP21. (s. d.). COP21 - Accueil. Consulté à l'adresse <https://www.facebook.com/COP21fr>
- COP22. (2016). COP22. Consulté à l'adresse <http://cop22.ma/fr/>
- COP23. (s. d.). COP 23. Consulté à l'adresse <https://www.cop23.dc/en/public/information-for-the-public/>
- COP PARIS. (2015). *Le réalisateur Jeff Horowitz et Dr. Jane Goodal pour la projection du film « Stop the burning »* [Photo]. Consulté à l'adresse <https://www.flickr.com/photos/cop21/22960945824/>

- Côté, C. (2013, novembre 22). Conférence sur le climat à Varsovie: le sommet de l'antagonisme. *La Presse*. Consulté à l'adresse <http://www.lapresse.ca/environnement/dossiers/changements-climatiques/201311/21/01-4713427-conference-sur-le-climat-a-varsovie-le-sommet-de-lantagonisme.php>
- Cox, J. R. (2010). *Beyond Frames: Recovering the Strategic in Climate Communication*. *Environmental Communication*, 4(1), 122-133. <https://doi.org/10.1080/17524030903516555>
- Cox, R., et Depoe, S. (2015). *Emergence and growth of the "field" of environmental communication*. Dans *The Routledge Handbook of Environment and Communication* (Routledge). New York.
- Cox, R., et Hansen, A. (Éd.). (2015). *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Cox, R., et Pezzullo, P. C. (2015). *Environmental Communication and the Public Sphere*. SAGE Publications.
- Daley, P. (2013). *Rescuing African bodies: celebrities, consumerism and neoliberal humanitarianism*. *Review of African Political Economy*, 40(137), 375-393. <https://doi.org/10.1080/03056244.2013.816944>
- Dalrymple, K. E., Shaw, B. R., et Brossard, D. (2013). *Following the Leader: Using Opinion Leaders in Environmental Strategic Communication*. *Society & Natural Resources An International Journal*, 26(12), Pages 1438-1453. <https://doi.org/10.1080/08941920.2013.820812>
- Damian, M. (2014). Conférence climatique de Paris 2015 : que peut la diplomatie française ? *Revue de l'Énergie* (620), 306-308. <https://doi.org/halshs-00990907>
- Dannenberg, C. J., Hausman, B. L., Lawrence, H. Y., et Powell, K. M. (2012). *The Moral Appeal of Environmental Discourses: The Implication of Ethical Rhetorics*. *Environmental Communication*, 6(2), 212-232. <https://doi.org/10.1080/17524032.2012.668856>
- De Waal, A. (2017, janvier 15). *The Humanitarian Carnival: A Celebrity Vogue*. Consulté à l'adresse <http://www.worldaffairsjournal.org/article/humanitarian-carnival-celebrity-vogue>
- Delmas-Marty, I. M., Breyer, S., et Amann, D. M. (s. d.). *Diane Marie Amann Associate Dean for International Programs and Strategic Initiatives*, 11.

- Demaze, M. Tsayem. (2012). La difficile construction de la gouvernance internationale de la lutte contre les changements climatiques. *Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement*. <https://doi.org/10.4000/vertigo.13095>
- Desforges, D. (2010). Une ONU de l'environnement ? *Regards croisés sur l'économie*, (6), 258-260. <https://doi.org/10.3917/rcc.006.0258>
- Diarra, C. S. (2012). *Essay: Cheick Sidi Diarra on why least developed countries hold the key to economic recovery*, UNA-UK. Consulté à l'adresse <https://www.una.org.uk/magazine/summer-2012/essay-cheick-sidi-diarra-why-least-developed-countries-hold-key-economic-recovery>
- DiCaprio, L. (2015a, décembre 11). *Leonardo DiCaprio full Speech to the Climate Summit for Local Leaders*. Consulté à l'adresse [https://www.youtube.com/watch?v=-Cq\\_fnglYpI&t=2s](https://www.youtube.com/watch?v=-Cq_fnglYpI&t=2s)
- DiCaprio, L. (2015b, décembre 18). *Leonardo calls for climate action at Mayors summit in Paris*. Consulté à l'adresse <http://leonardodicaprio.com/leonardo-calls-for-climate-action-at-mayors-summit-in-paris-2/>
- DiCaprio Foundation, L. (2015a). *About the Leonardo DiCaprio Foundation*. Consulté à l'adresse <http://leonardodicaprio.org/about/>
- DiCaprio Foundation, L. (2015b). *Films and Career : Leonardo DiCaprio*. Consulté à l'adresse <http://leonardodicaprio.com/biography/>
- Dieter, H., et Kumar, R. (2008). *The Downside of Celebrity Diplomacy: The Neglected Complexity of Development*. *Global Governance*, 14(3), 259-264.
- Dombrowski, K. (2010). *Filling the gap? An analysis of non-governmental organizations responses to participation and representation deficits in global climate governance*. *International Environmental Agreements: Politics, Law and Economics*, 10(4), 397-416. <https://doi.org/10.1007/s10784-010-9140-8>
- Doyle, J., Farrell, N., et Goodman, M. K. (2016). *Celebrities and Climate Change: History, Politics and the Promise of Emotional Witness*. *The Oxford Encyclopedia of Climate Change Communication*. Oxford University Press, Oxford. Consulté à l'adresse [https://www.researchgate.net/profile/Michael\\_Goodman4/publication/311081576\\_Celebrities\\_and\\_Climate\\_Change\\_History\\_Politics\\_and\\_the\\_Promise\\_of\\_Emotional\\_Witness/links/583d54aa08acb3987e3101d3.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Michael_Goodman4/publication/311081576_Celebrities_and_Climate_Change_History_Politics_and_the_Promise_of_Emotional_Witness/links/583d54aa08acb3987e3101d3.pdf)

- Drake, P., et Miah, A. (2010). *The Cultural Politics of Celebrity*. *Cultural Politics*, 6(1), 49-64. <https://doi.org/10.2752/175174310X12549254318746>
- Ducarme, F., Luque, G. M., et Courchamp, F. (2012). *What are “charismatic species” for conservation biologists? Master BioSciences, Département de Biologie, École Normale Supérieure de Lyon.*
- ECOSOC. (2007). Partenariat pour l’environnement et la sécurité: les conflits et l’environnement. Document de catégorie I proposé 2. Document présenté par l’Italie, l’Allemagne, la Belgique et la Hongrie, en collaboration avec le PNUE en tant que partenaire compétent du réseau ENVSEC.
- ECOSOC. (2018). *ECOSOC High-level Segment*. Consulté à l’adresse <https://www.un.org/ecosoc/en/events/2018/ecosoc-high-level-segment-global-local-supporting-sustainable-and-resilient-societies>
- Eldis. (s. d.). *Research Foundation for Science, Technology and Ecology, India (RFSTE)*. Consulté à l’adresse <http://www.eldis.org/organisation/A6564>
- Equator initiative. (s. d.). *Equator Prize 2015 Award Ceremony – Equator Initiative*. Consulté à l’adresse <https://www.equatorinitiative.org/2017/06/08/equator-prize-2015-award-ceremony/>
- Eric, M. (2010). *TCK TCK TCK, the world is ready Retour sur une coalition environnementale innovante.*
- Eriksen, S., Samuelsen, M., Monabay, R., et Timpte, M. (2010). Declaration by Klimaforum. Consulté à l’adresse <http://klimaforum.org/>
- Fasulo, L. (2015). *An Insider’s Guide to the UN: Third Edition*. New Haven et London: Yale University Press.
- Flammarion. (2000). 1946 Almanach d’un comté des sables d’Aldo Leopold. Consulté à l’adresse <http://biosphere.ouvaton.org/dc-1516-a-1969/115-1946-almanach-dun-comte-des-sables-daldo-leopold->
- Ford, P., et Goodale, G. (2005). *Why stars and charities need each other. The Christian Science Monitor*, p. 1.
- Foundation, T. R. (s. d.-a). Angelique Kidjo, *UNICEF Goodwill Ambassador, attends a news conference at the World Climate Change Conference 2015 (COP21) in Le Bourget*. Consulté à l’adresse <http://news.news.trust.org/item/20151209165018-jbmja>

- Foundation, T. R. (s. d.-b). Bianca Jagger Council of Europe Goodwill Ambassador attends a news conference at the World Climate Change Conference 2015 (COP21) in Le Bourget. Consulté à l'adresse <http://news.news.trust.org/item/20151209164417-fu3fd>
- France. (2015, septembre 9). Avant la COP21 : Michel Sapin rencontre Sean Penn à Lima sur le climat. Consulté à l'adresse <https://www.economie.gouv.fr/avant-cop21-michel-sapin-rencontre-sean-penn-sur-climat>
- Fraser, B. P., et Brown, W. J. (2002). *Media, Celebrities, and Social Influence: Identification With Elvis Presley*. *Mass Communication and Society*, 5(2), 183-206. [https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0502\\_5](https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0502_5)
- Fraser, N. (2001). Repenser l'espace public : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement. *Hermès*, 31, 125-156.
- Froger, G., et Andriamahafazafi, F. (2003). *Les stratégies environnementales des organisations internationales dans les pays en développement : continuité ou ruptures ? Mondes en développement*, 31(124), 49-76. <https://doi.org/10.3917/med.124.0049>
- Futura. (s. d.). Jane Goodall [Biographie]. Consulté à l'adresse <https://www.futura-sciences.com/planete/personnalites/zoologie-jane-goodall-885/>
- Gagnon, Y.-C. (2005). *L' Étude de Cas Comme Méthode de Recherche: Guide de Réalisation*. PUQ.
- Gauthier, G. (2003). Critique du constructivisme en communication. *Questions de communication*, (3), 185-198. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7502>
- GIEC. (s. d.). Mobilisation des ressources en faveur du GIEC. Consulté à l'adresse <http://www.ipcc.ch/>
- Girault, Y., et Sauvé, L. (2008). L'éducation scientifique, l'éducation à l'environnement et l'éducation pour le développement durable Croisements, enjeux et mouvances. *Aster*, (46), 23. <https://doi.org/10.4267/2042/20028>
- Gish, S. (2004). *Desmond Tutu: A Biography*. Greenwood Publishing Group.
- Global Call for Climate Action. (s. d.). *Global Campaign for Climate Action (GCCA)* « tck tck tck ». Consulté à l'adresse <http://www.ghf-ge.org/tcktcktck.php>

- Godard, O. (2012). La farce de la diplomatie du climat. *Natures Sciences Sociétés*, 14(2), 131-132. <https://doi.org/10.1051/nss:2006017>
- Goldenberg, S. (2016, février 29). *How Leonardo DiCaprio became one of the world's top climate change champions*. *The Guardian*. Consulté à l'adresse <https://www.theguardian.com/environment/2016/feb/29/how-leonardo-dicaprio-oscar-climate-change-campaigner>
- Goodall Institute of Canada, J. (2018). *All About Jane*. Consulté à l'adresse <https://janegoodall.ca/who-we-are/all-about-jane/>
- Goodall, J. (2015a, décembre 15). Jane Goodall at COP21: « *I'm Here to Save the Rainforests* » *From Intensive Farming, Corruption* [entrevue]. Consulté à l'adresse [https://www.youtube.com/watch?v=\\_xJEFIQjxE0](https://www.youtube.com/watch?v=_xJEFIQjxE0)
- Goodall, J. (2015b, décembre 21). *Equator Prize 2015 Remarks by Jane Goodall Video* [Discours]. Consulté à l'adresse <https://vimeo.com/149682975>
- Goodey, E. (2016, février 24). *The Royal Family* [Text]. Consulté à l'adresse <https://www.royal.uk/royal-family>
- Goodman, M. (2013). *Celebritus politicus, neo-liberal sustainabilities and the terrains of care*. Dans *Contemporary Icons: The Cultural Politics Of Neoliberal Capitalism*, Gavin Fridell and Martijn Konings (Eds), University of Toronto Press. Consulté à l'adresse <http://www.academia.edu/download/11576254/Ccelebritus%20Politicus%20Final%20final%20MKG.pdf>
- Gornet, Y. (2008). L'éducation relative à l'environnement. Consulté à l'adresse <http://www.adequations.org/spip.php?article611>
- Gouvernement du Canada. (2009, octobre 8). La banque de données terminologiques et linguistiques du gouvernement du Canada. Consulté 23 janvier 2017, à l'adresse <http://www.btb.termiumplus.gc.ca/>
- Greene, M. (2005). *Jane Goodall: A Biography*. Greenwood Publishing Group.
- Greenhour, Inc. (s. d.). *Leonardi DiCaprio foundation*. Consulté à l'adresse <http://leonardodicaprio.org/>
- Gregory, B. (2008). *Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field*. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 274-290. <https://doi.org/10.1177/0002716207311723>

- Habermas, J. (1992). « L'espace public », 30 ans après - Persée. *Quaderni*, 18(1), 161-191.  
<https://doi.org/10.3406/quad.1992.977>
- Haddad, E. (2011). A quoi servent les célébrités diplomates? Consulté à l'adresse  
<http://www.slate.fr/story/47479/celebrities-humanitaire>
- Halloran, J. (1997). *International Communication Research: Opportunities and Obstacles*. Dans *International Communication and Globalization: A Critical Introduction* (p. 27-47). London: SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446250310>
- Hamm, A. (2009, décembre 14). *A Global Day of Action*. Consulté à l'adresse  
<https://www.commondreams.org/views/2009/12/14/global-day-action>
- Heine, J. (2013). *From Club to Network Diplomacy*. Dans *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* (OUP Oxford). Consulté à l'adresse  
<http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199588862.001.0001/oxfordhb-9780199588862-e-3>
- Hetch, M. (2012). *Les spécificités théoriques de la communication publique sur l'adaptation aux changements climatiques* (mémoire de maîtrise). Université du Québec à Montréal.
- Holzscheiter, A. (2005). *Discourse as Capability: Non-State Actors' Capital in Global Governance*. *Millennium*, 33(3), 723-746.  
<https://doi.org/10.1177/03058298050330030301>
- Howard, E. (2015, août 26). *Tutu, Klein and Chomsky call for mass climate action ahead of Paris conference*. *The Guardian*. Consulté à l'adresse  
<http://www.theguardian.com/environment/2015/aug/26/campaigners-mass-climate-action-paris-conference-noam-chomsky>
- Hsab, G. et Stoiciu, G. (2011). Communication internationale et communication interculturelle: des champs croisés, des frontières ambulantes. Dans C. Agbobli et G. Hsab (dir.), *Communication internationale et communication interculturelle: regards épistémologiques et espaces de pratique*, Québec : Presses de l'Université du Québec, pp. 9-26.
- Hsu, A., Moffat, A. S., Weinfurter, A. J., et Schwartz, J. D. (2015). *Towards a new climate diplomacy*. *Nature Climate Change*, 5(6), 501-503.  
<https://doi.org/10.1038/nclimate2594>

- Hufty, M., Dormeier Freire, A., Plagnat, P., et Neumann, V. (2007). *Jeux de gouvernance. Regards et réflexions sur un concept*. Institut universitaire et de développement (IEUD): Karthala.
- IISD. (2009a). *Summary of the Copenhagen climate change conference, 7-19 December 2009. Earth negotiations bulletin, 12(459), 30.*
- IISD. (2009b, décembre 18). *ENB on the Side - A Special Report on Selected Side Events at COP 15 and COP/MOP 5 - 7-18 December 2009 - Copenhagen - Denmark.* Consulté à l'adresse <http://enb.iisd.org/climate/cop15/enbots/15dece.html>
- IPCC. (2015). *Fifth Assessment Report - Climate Change 2013.* Consulté à l'adresse [https://www.ipcc.ch/report/ar5/wg1/index\\_fr.shtml](https://www.ipcc.ch/report/ar5/wg1/index_fr.shtml)
- IPCC. (2016). *Intergovernmental Panel on Climate Change.* Consulté à l'adresse <https://www.ipcc.ch/>
- Is1174. (2015). *Leonardo DiCaprio full Speech to the Climate Summit for Local Leaders.* Consulté à l'adresse [https://www.youtube.com/watch?v=-Cq\\_fnglYpI&t=15s](https://www.youtube.com/watch?v=-Cq_fnglYpI&t=15s)
- Itzkoff, D. (2017, décembre 21). *Sean Penn's Excursions Into Writing Often Mix Activism With Journalism. The New York Times.* Consulté à l'adresse <https://www.nytimes.com/2016/01/11/arts/international/sean-penns-excursions-into-writing-often-mix-activism-with-journalism.html>
- Jackson, P. (2007). *De Stockholm À Kyoto : Un bref historique du changement climatique. Chronique ONU, XLIV(2).* Consulté à l'adresse <https://unchronicle.un.org/fr/article/de-stockholm-kyoto-un-bref-historique-du-changement-climatique>
- JP/HRO. (s. d.). *We Are J/P HRO - Saving Lives and Bringing Sustainable Programs to the Haitian People.* Consulté à l'adresse <https://www.jpbro.org/>
- Kahn-Jochimek, A. (2014). *Sommet 2014 sur le climat.* Consulté à l'adresse <http://www.un.org/climatechange/summit/fr/2014/09/sommet-climat-changement-lair-declare-chef-lonu/>
- Kane, O. (2016). *La communication environnementale : enjeux, acteurs et stratégies.* Paris : L'Harmattan.
- Katz, E. (1957). *The Two-Step Flow of Communication : An Up-To-Date Report on an Hypothesis. The Public Opinion Quarterly, 21(1), 61-78.*

- Kelley, J. R. (2010). *The New Diplomacy: Evolution of a Revolution*. *Diplomacy & Statecraft*, 21(2), 286-305.
- Kellner, D. (2010). *Celebrity diplomacy, spectacle and Barack Obama*. *Celebrity Studies*, 1(1), 121-123. <https://doi.org/10.1080/19392390903519156>
- Kisbenedek, A. (2009a). *In pictures : Star power - who's attending Copenhagen*. *The Guardian*. Consulté à l'adresse <https://www.theguardian.com/environment/gallery/2009/dec/15/copenhagen-prince-charles-schwarzenegger#img-26>
- Kisbenedek, A. (2009b, décembre 14). *Copenhagen climate change conference in pictures: Day eight*. *The Guardian*. Consulté à l'adresse <https://www.theguardian.com/environment/gallery/2009/dec/14/copenhagen-climate-change>
- Kiss, A. C., et Sicault, J. D. (1972). La Conférence des Nations Unies sur l'environnement (Stockholm, 5/16 juin 1972). *Annuaire français de droit international*, 18(1), 603-628. <https://doi.org/10.3406/afdi.1972.1717>
- KlimaForum09. (2018). Consulté 14 septembre 2018, à l'adresse <http://klimaforum09.org/>
- Kogen, L. (2015). *For the Public Good or Just Good Publicity? Celebrity Diplomacy and the Ethics of Representation*. *Mass Communication and Society*, 18(1), 37-57.
- Kopp, M. (2015, novembre 29). Agir pour le climat : un acte de foi ? [text]. <http://dx.doi.org/10.4267/pollution-atmospherique.5286>
- Kuyper, J. W., et Bäckstrand, K. (2016). *Accountability and Representation: Nonstate Actors in UN Climate Diplomacy*. *Global Environmental Politics*, 16(2), 61-81. [https://doi.org/10.1162/GLEP\\_a\\_00350](https://doi.org/10.1162/GLEP_a_00350)
- La Baleine Bleue. (2015, décembre 12). La Baleine Bleue - The Blue Whale - Accueil. *Facebook*. Consulté le 13 septembre 2018, à l'adresse [https://www.facebook.com/La-Baleine-Bleue-The-Blue-Whale-1590047227948733/?hc\\_ref=ARSuv3FzZKjNA\\_DM4sEKwqZXIrxOQctadYXnfgDM\\_EdfHAZlm1XKLHJtEV90XC5vU3g&fref=nf&\\_\\_xts\\_\\_\[0\]=68.ARD-LuKowwmwNy5R\\_OPm4isSSKTu0sUujME8-qlxfqHQNeBDiRTTzXVyANHZRJ4NVr8nVCiaU\\_WmR0nXb-j3gLqalEZmxF11EzP\\_nJGfySl2WSWdiKU9n1M\\_\\_tIChrt6CvDuCDLo42y41E01fy0W0X\\_rbtzd5ECDAWllSw3q\\_uZmHjTqtsPB5g&\\_\\_tn\\_\\_=kC-R](https://www.facebook.com/La-Baleine-Bleue-The-Blue-Whale-1590047227948733/?hc_ref=ARSuv3FzZKjNA_DM4sEKwqZXIrxOQctadYXnfgDM_EdfHAZlm1XKLHJtEV90XC5vU3g&fref=nf&__xts__[0]=68.ARD-LuKowwmwNy5R_OPm4isSSKTu0sUujME8-qlxfqHQNeBDiRTTzXVyANHZRJ4NVr8nVCiaU_WmR0nXb-j3gLqalEZmxF11EzP_nJGfySl2WSWdiKU9n1M__tIChrt6CvDuCDLo42y41E01fy0W0X_rbtzd5ECDAWllSw3q_uZmHjTqtsPB5g&__tn__=kC-R)
- Lakoff, G. (2010). *Why it Matters How We Frame the Environment*. *Environmental Communication*, 4(1), 70-81. <https://doi.org/10.1080/17524030903529749>

- Lamizet, B. (2013). Présentation le climat et la communication. *Communication. Information médias théories pratiques*, 31(2).  
<https://doi.org/10.4000/communication.4323>
- Lang, B. (2016, janvier 13). *For Sean Penn, Acting Goes Hand-in-Hand With Activism*. Consulté à l'adresse <https://variety.com/2016/film/features/sean-penn-activism-acting-el-chapo-1201679179/>
- Langhorne, R. (1997). *Current developments in diplomacy: Who are the diplomats now?* *Diplomacy & Statecraft*, 8(2), 1-15. <https://doi.org/10.1080/09592299708406040>
- Le Parisien. (2015, décembre 6). COP21 : Sean Penn électrise l'ambiance - Le Parisien. Consulté à l'adresse <http://www.leparisien.fr/environnement/cop21/cop21-sean-penn-electrise-l-ambiance-06-12-2015-5343921.php>
- Lebel-Racine, M. (2012). *Diplomatie Climatique: La société civile latino-américaine à la rescousse d'une coopération internationale en panne?* Université Laval, Québec.
- Lee, C.-C. (2015). *Internationalizing « International Communication »*. *New Media World*.  
<http://dx.doi.org/10.3998/nmw.12748916.0001.001>
- Leguey-Feilleux, J.-R. (2009). *The Dynamics of Diplomacy*. Boulder, Colorado, États-Unis: Lynne Rienner Publishers.
- Lits, M. (2014). L'espace public : concept fondateur de la communication, *The public sphere as the founding concept of communication*. *Hermès, La Revue*, (70), 77-81.
- Littlejohn, S., et Foss, K. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks, Californie, État-Unis: SAGE Publications, Inc.  
<https://doi.org/10.4135/9781412959384>
- Littler, J. (2008). "I feel your pain": *cosmopolitan charity and the public fashioning of the celebrity soul*. *Social Semiotics*, 18(2), 237-251.  
<https://doi.org/10.1080/10350330802002416>
- Lucier-Boisvert, A. (2016). Programme des Nations Unies pour l'environnement. Consulté à l'adresse  
<http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMDictionnaire?iddictionnaire=1432>
- Lutz Newton, J. (s.d.). Aldo Leopold's Odyssey. Consulté à l'adresse  
<https://orionmagazine.org/review/aldo-leopolds-odyssey/>

- Maathai, W. (2008). *Unbowed: A Memoir*. Knopf Doubleday Publishing Group.
- Maathai, W. (2009a). *2004 Nobel Peace Prize Wangari Maathais Speech Cop15* [Discours]. Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=4jQvFtbkpXA>
- Maathai, W. (2009b, décembre). *Speech by Wangari Maathai, Copenhagen Climate Summit*. Discours, Bella Center. Consulté à l'adresse [https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/speech\\_opening\\_hls\\_cop15\\_prof\\_wangari\\_maathai1.pdf](https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/speech_opening_hls_cop15_prof_wangari_maathai1.pdf)
- Maljean-Dubois, S., et Wemaëre, M. (2012). *After Durban, what Legal Form for the Future International Climate Regime? Carbon & Climate Law Review : CCLR*, 6(3), 187-196.
- Maljean-Dubois, S., et Wemaëre, M. (2015). *COP21 La diplomatie climatique*. Paris, France: Pedone. Consulté à l'adresse <http://pedone.info/762/Cop21.html>
- Mao, B. (2009, décembre 7). *Copenhague : citoyens et ONG font monter la pression*. Consulté à l'adresse <https://www.geo.fr/environnement/actualite-durable/sommet-de-copenhague-rchauffement-climatique-manifestations-58426>
- Marèl Kok, C. (2016). *Celebrities, the new diplomats A study on the formalization of celebrity humanitarianism in international diplomacy* (mémoire de maîtrise). University of Groningen.
- Marshall, D. (1984). *Adam Smith and the Theatricality of Moral Sentiments. Critical Inquiry*, 10(4). Consulté à l'adresse <http://search.proquest.com.proxy.bibliotheques.uqam.ca:2048/docview/1297339022/citation/57D39D99B7094E5CPQ/1>
- Marty, E., Burguet, A., et Marchand, P. (2008). *La communication environnementale : des discours de sensibilisation ?* (p. 1-8). Présenté à CNRIUT, Lyon.
- Mayer, B. (2016). *Enjeux et résultats de la COP21, COP21: its Issues and outcomes. Revue juridique de l'environnement*, me 41(1), 13-17.
- McCalmont, L. (2014). *DiCaprio voices climate change film*. Consulté à l'adresse <http://www.politico.com/story/2014/08/leonardo-dicaprio-climate-change-movie-110185>
- Meilstrup, P. (2010). *The Runaway Summit: The Background Story of the Danish Presidency of COP15, the UN Climate Change Conference*, 23.

- Meister, M. (2015). *Celebrity Culture and Environment*. Dans *The Routledge Handbook of Environment and Communication* (p. 281-289). Routledge Handbooks Online. Consulté à l'adresse <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9781315887586.ch24>
- Melvorn, L. (2013). The world's first environment conference. Consulté à l'adresse <http://www.lindamelvorn.com/index.php/news/18-news/131-the-world-s-first-environment-conference-exclusive>
- Metzl, J. (2001). *Network Diplomacy*. Consulté à l'adresse <http://carnegicendowment.org/2001/04/01/network-diplomacy-pub-681>
- Meyers, E. (2009). "Can You Handle My Truth?": Authenticity and the Celebrity Star Image. *The Journal of Popular Culture*, 42(5), 890-907. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5931.2009.00713.x>
- Micheau, B. (2012). Le changement climatique dans la presse magazine : expliquer la menace, impliquer les individus, prédire la catastrophe. *Communication & langages*, 2012(172), 27-51. <https://doi.org/10.4074/S0336150012002037>
- Miller, J. (2015, décembre 4). *See Leonardo DiCaprio and His Dad Together at the Paris Climate Change Summit*. Consulté à l'adresse <https://www.vanityfair.com/hollywood/2015/12/leonardo-dicaprio-dad-climate-change-summit-paris>
- Mongeau, P. (2008). *Réaliser son mémoire ou sa thèse : côté jeans & côté tenue de soirée*. Québec, Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Mongillo, J. F., et Zierdt-Warshaw, L. (2000). *Encyclopedia of Environmental Science*. University Rochester Press.
- Morris, A. C., McKibbin, W. J., et Wilcoxon, P. J. (2013). *A Climate Diplomacy Proposal: Carbon Pricing Consultations* (SSRN Scholarly Paper No. ID 2295213). Rochester, NY : Social Science Research Network. Consulté à l'adresse <https://papers.ssrn.com/abstract=2295213>
- Moser, S. C. (2010). *Communicating climate change: history, challenges, process and future directions*. *Wiley Interdisciplinary Reviews : Climate Change*, 1(1), 31-53. <https://doi.org/10.1002/wcc.11>

- Moser, S. C., et Dilling, L. (2015). *Communication Climate change: Closing the Science-Action Gap*. Dans *The Routledge Handbook of Environment and Communication* (p. 161-174). New York : Routledge Taylor & Francis Group.
- Moss. (2018, avril 6). *How to Change the World, According to Vivienne Westwood*. Consulté à l'adresse <http://www.anothermag.com/fashion-beauty/10734/how-to-change-the-world-according-to-vivienne-westwood>
- Mowlana, H. (1997). *Global Information and World Communication: New Frontiers in International Relations*. SAGE.
- Mucchielli, A. (2009). *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines*. Armand Colin.
- Mulot, R. (2015, novembre 28). COP21. 27.000 mètres carrés au Bourget pour le grand public. Consulté à l'adresse [https://www.sciencesetavenir.fr/nature-environnement/cop-21/cop21-27-000-metres-carres-au-bourget-pour-le-grand-public\\_17702](https://www.sciencesetavenir.fr/nature-environnement/cop-21/cop21-27-000-metres-carres-au-bourget-pour-le-grand-public_17702)
- Nations Unies. (2002, avril 15). Le secrétaire général nommera la primatologue et environnementaliste Jane Goodall, messagère de la paix, Couverture des réunions et communiqués de presse. Consulté à l'adresse <https://www.un.org/press/fr/2002/NOTE5726.doc.htm>
- Naturerights. (2009). *2004 Nobel Peace Prize Wangari Maathais Speech Cop15*. Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=4jQvFtbkpXA>
- Navdanya. (s. d.). *Bija Vidyapeeth - Earth University*. Consulté à l'adresse <http://www.navdanya.org/earth-university>
- Nino, F. (2014, septembre 16). *Secretary-General designates Leonardo DiCaprio as UN Messenger of Peace*. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/climatechange/summit/2014/09/secretary-general-designates-leonardo-di-caprio-un-messenger-peace/>
- Nisbet, M. C., et Kotcher, J. E. (2009). *A Two-Step Flow of Influence?: Opinion-Leader Campaigns on Climate Change*. *Science Communication*, 30(3), 328-354. <https://doi.org/10.1177/1075547008328797>
- Nobel Media AB. (2018). *The Nobel Peace Prize 1984, Desmond Tutu*. Consulté à l'adresse <https://www.nobelprize.org/prizes/peace/1984/tutu/biographical/>

- Novethic. (2015, décembre 5). *Action Day* : point d'orgue de l'engagement des acteurs non-étatiques sur le climat. Consulté à l'adresse <https://www.novethic.fr/actualite/environnement/climat/isr-rsc/action-day-point-d-orgue-de-l-engagement-des-acteurs-non-etatiques-sur-le-climat-143747.html>
- Ollion, É., et Siméant, J. (2015). Le plaidoyer : internationales et usages locaux. *Critique internationale*, (67), 9-15. <https://doi.org/10.3917/cii.067.0009>
- ONU. (1945). La Charte des Nations Unies. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/fr/charter-united-nations/>
- ONU. (2000). Tous les messagers de la paix et les ambassadeurs de bonne volonté des Nations Unies pour la première fois au siège des Nations Unies. Consulté à l'adresse <http://outreach.un.org/mop/fr/a-propos-de/les-ambassadeurs-de-bonne-volonte/>
- ONU. (2009, décembre 14). *Secretary-General Designates Wangari Maathai United Nations Messenger of Peace, Meetings Coverage and Press Releases*. Consulté à l'adresse <https://www.un.org/press/en/2009/note6239.doc.htm>
- ONU. (2013a). Au cours d'un dialogue interactif, États Membres et experts soulignent liens inextricables entre l'harmonie avec la nature et le développement durable. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/press/fr/2013/AG11362.doc.htm>
- ONU. (2013b). Formation diplomatique sur la diplomatie environnementale. Consulté à l'adresse <https://www.unitar.org/mdp/fr/formation-diplomatique-sur-la-diplomatie-environnementale>
- ONU. (2015a). À propos d'ONU Femmes. Consulté à l'adresse <http://www.unwomen.org/fr/about-us/about-un-women>
- ONU. (2015b). Conférence sur le changement climatique Paris 2015. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/cop21/>
- ONU. (2015c). Conseil de sécurité de l'ONU. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/fr/sc/members/>
- ONU. (2015d). Conseil économique et social. Consulté à l'adresse <https://www.un.org/ecosoc/fr/>
- ONU. (2015e). De Stockholm A Kyoto : Un Bref Historique Du Changement Climatique. Consulté à l'adresse <https://unchronicle.un.org/fr/article/de-stockholm-kyoto-un-bref-historique-du-changement-climatique>

- ONU. (2015f). En bref. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/fr/sections/about-un/overview/index.html>
- ONU. (2015g). Fonctionnement de l'Assemblée générale. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/fr/ga/about/background.shtml>
- ONU. (2015h). Opérations de maintien de la paix des Nations Unies. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/fr/peacekeeping/operations/rolega.shtml>
- ONU. (2015i). Organes principaux. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/fr/sections/about-un/main-organs/index.html>
- ONU. (2015j). Questions fréquemment posées : United Nations Messengers of Peace. Consulté à l'adresse <http://outreach.un.org/mop/fr/questions-frequeemment-posces/>
- ONU. (2016a). *About UN Economic and Social Council*. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/en/ecosoc/about/>
- ONU. (2016b). *United Nations Statistics Division - Environment Statistics*. Consulté à l'adresse <http://unstats.un.org/unsd/environmentgl/>
- ONU. (2017, janvier 15). Assemblée générale - quarante-deuxième session. Consulté à l'adresse [http://www.un.org/fr/documents/view\\_doc.asp?symbol=A/RES/42/186](http://www.un.org/fr/documents/view_doc.asp?symbol=A/RES/42/186)
- ONU. (s. d.-a). 40e anniversaire du PNUE. Consulté à l'adresse <http://www.unep.org/french/40thAnniversary/milestones/1972-1982.asp>
- ONU. (s. d.-b). *About United Nations Environment Programme (UNEP)*. Consulté à l'adresse <http://www.unep.org/Documents.Multilingual/Default.asp?DocumentID=43&ArticleID=3301&l=en>
- ONU. (s. d.-c). Climate Change Overview. Consulté à l'adresse <http://web.unep.org/climatechange/who-we-are/overview>
- ONU. (s. d.-d). Le Moment Est Venu D'agir. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/french/pubs/chronique/2007/numero2/0207p04.html>
- ONU. (s. d.-e). Le système des Nations Unies. Consulté à l'adresse [http://www.un.org/fr/aboutun/structure/pdf/color\\_216x279.pdf](http://www.un.org/fr/aboutun/structure/pdf/color_216x279.pdf)
- ONU. (s. d.-f). Les messagers de l'ONU. Consulté à l'adresse <https://outreach.un.org/mop/fr/isotope-mop>

- ONU Femmes. (s. d.). Qu'est-ce qu'une campagne de plaidoyer et Pourquoi le plaidoyer est-il important? Consulté à l'adresse <http://www.endvawnow.org/fr/articles/92-quest-ce-quune-campagne-de-plaidoyer-et-pourquoi-le-plaidoyer-est-il-important.html>
- Orlovic, M. (2015, décembre 10). COP21 Day 10 update: Suspense looms large. Consulté à l'adresse <http://www.urbanmcisters.com/cop21-day-10-update-suspense-looms-large/>
- Ourbak, T. (2017). Analyse rétrospective de la COP21 et de l'Accord de Paris : Un exemple de diplomatie multilatérale exportable ? Consulté à l'adresse [https://www.diplomatic.gouv.fr/IMG/pdf/analyse-cop21-accord\\_de\\_paris-bat-wcb\\_cle063c66.pdf](https://www.diplomatic.gouv.fr/IMG/pdf/analyse-cop21-accord_de_paris-bat-wcb_cle063c66.pdf)
- Outreach.un. (s. d.). *Welcome to outreach.un.org.mop, outreach.un.org.mop*. Consulté à l'adresse <https://outreach.un.org/mop/>
- Oxford Dictionaries. (s. d.). *megaphone diplomacy - definition of megaphone diplomacy in English. Oxford Dictionaries*. Consulté à l'adresse [https://en.oxforddictionaries.com/definition/megaphone\\_diplomacy](https://en.oxforddictionaries.com/definition/megaphone_diplomacy)
- Oxford University Press (Éd.). (2011). *Opinion leader - Oxford Reference. Oxford Dictionary of marketing* (Oxford University Press). Consulté à l'adresse <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199590230.001.0001/acref-9780199590230-e-1249>
- Ozone Secretariat. (2017). UNEP Ozone Secretariat. Consulté à l'adresse <http://ozone.unep.org/>
- Pahlavi, P. (2007). La diplomatie publique du Canada: Virage ou figure de style? *Canadian Foreign Policy Journal*, 14(1), 7-29. <https://doi.org/10.1080/11926422.2007.9673448>
- Paquot, T. (2009). Introduction. Dans *Repères* (p. 3-9). La Découverte. Consulté à l'adresse <https://www.cairn.info/l-espace-public--9782707154897-page-3.htm>
- Penn, S. (2015, décembre 5). Action Day - intervention de l'acteur américain Sean Penn [Discours]. Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=4VoZtRHHelY>
- Perthuis, C. de. (2007). Protocole de Kyoto : les enjeux post-2012. *Revue internationale et stratégique*, (60), 127-138. <https://doi.org/10.3917/ris.060.0127>

- Petersen, S. (1999). *Congress and Charismatic Megafauna: A Legislative History of the Endangered Species Act*. *Environmental Law*, 29, 463.
- PFBC. (2016). Professeur Wangari Muta Maathai, Ambassadrice itinérante du bassin du Congo et lauréate du prix Nobel de la paix 2004 est décédée dimanche 25 septembre 2011 dans un hôpital de Nairobi - PFBC. Consulté à l'adresse [https://pfbc-cbfp.org/actualites/items/Article\\_prof\\_Wangari\\_Maathai\\_F.html](https://pfbc-cbfp.org/actualites/items/Article_prof_Wangari_Maathai_F.html)
- Pickering, A. (2009, décembre 16). Desmond Tutu: young people have a right to be at climate talks. (Copenhague). *The Guardian*. Consulté à l'adresse <https://www.theguardian.com/environment/blog/2009/dec/16/archbishop-desmond-tutu-copenhagen>
- Porreca, K. L. (1984). Sexism in Current ESL Textbooks. *TESOL Quarterly*, 18(4), 705-724. <https://doi.org/10.2307/3586584>
- Postel-Vinay, K. (2012). Chapitre 2. Le G20 est-il légitime ? Dans *Le G20, laboratoire d'un monde émergent* (p. 59-94). Paris, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.). Consulté à l'adresse <http://www.cairn.info.proxy.bibliotheques.uqam.ca:2048/le-G20-laboratoire-d-un-monde-emergent--9782724612219-page-59.htm>
- Potter, J. (2009, décembre 14). *Jamie Potter: Hit the Production, Close the Harbour*. Consulté à l'adresse <https://jamie-potter.blogspot.com/2009/12/hit-production-close-harbour.html>
- Pouget, J. (2015, novembre 23). Entretien avec Vivienne Westwood, notre marraine de la COP21. Consulté à l'adresse <http://www.konbini.com/fr/tendances-2/interview-vivienne-westwood-cop21/>
- Pouliot, V., Cornut, J., et Wiseman, G. (2015). *Diplomatic practices at the United Nations. Cooperation and Conflict*, 50(3), 316-333. <https://doi.org/10.1177/0010836715574916>
- Prince Charles. (2009, décembre). *Speech by HRH the Prince of Wales , Copenhagen Climate Summit*. Discourt, Bella Center. Consulté à l'adresse [https://unfccc.int/files/meetings/cop\\_15/statements/application/pdf/cop15\\_hls\\_091215\\_speech\\_princeofwales.pdf](https://unfccc.int/files/meetings/cop_15/statements/application/pdf/cop15_hls_091215_speech_princeofwales.pdf)
- Pruneau, D., Demers, M., et Khattabi, A. (2008). Éduquer et communiquer en matière de changements climatiques : Défis et possibilités. *Vertigo*, 8(2). Consulté à l'adresse <http://www.erudit.org/fr/revues/vertigo/2008-v8-n2-vertigo2774/019971ar/>

- Quenault, B. (2006). Protocole de Kyoto et gouvernance écologique mondiale : enjeux et perspectives des engagements post-2012, *The Kyoto Protocol and global ecological governance: stakes and prospects for the post-2012 commitments*. *Mondes en développement*, 136(4), 29-47. <https://doi.org/10.3917/med.136.0029>
- Qu'est-ce que la COP 21 ? (2016, novembre 10). Consulté à l'adresse <http://www.apc-paris.com/cop-21>
- Reinalda, B. (2016). *The Ashgate Research Companion to Non-State Actors*. Routledge.
- Revert, A. (2015, décembre 4). Climat : une baleine-emblème. Consulté à l'adresse <https://information.tv5monde.com/info/climat-une-baleine-embleme-72099>
- Robbins, A. (2016). *How to understand the results of the climate change summit: Conference of Parties 21 (COP21) Paris 2015*. *Journal of Public Health Policy*, 37(2), 129-132. <https://doi.org/10.1057/jphp.2015.47>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5<sup>e</sup> éd.). New York.
- Roston, E., et Wieners, B. (2015, novembre 30). *Sean Penn and Google's Green Chief on the Paris Climate Talks* (Paris), *Bloomberg*. Consulté à l'adresse <https://www.bloomberg.com/features/2015-paris-climate-summit-interviews/>
- Russill, C. (2008). *Tipping Point Forewarnings in Climate Change Communication: Some Implications of an Emerging Trend*. *Environmental Communication*, 2(2), 133-153. <https://doi.org/10.1080/17524030802141711>
- Santourian, R. (2009). Ces stars engagées dans l'environnement. *Planet*. Consulté à l'adresse [environnement-ces-stars-engagees-dans-lenvironnement.18672.1474.html](http://environnement-ces-stars-engagees-dans-lenvironnement.18672.1474.html)
- Sapiro, G. (2009). Modèles d'intervention politique des intellectuels. *Actes de la recherche en sciences sociales*, (176-177), 8-31. <https://doi.org/10.3917/arss.176.0008>
- Sartre, J.-P. (1972). *Plaidoyer pour les intellectuels*. Gallimard.
- Sauvé, L. (2007). L'éducation relative à l'environnement et la globalisation: enjeux curriculaires et pédagogiques. *Éducation relative à l'environnement: Regards-Recherches-Réflexions UQAM*, 6, 13-28.
- Schtticatte, C. (2003). La communication internationale : mondialisation, acteurs et territoires socioculturels sous la direction de Gilles Brunel et Claude-Yves Charron, Boucherville, Gaëtan Morin, 2002, 309 p. *Politique et Sociétés*, 22(2), 177-180. <https://doi.org/10.7202/007887ar>

- Sherman, J. E. (2010). *Uncovering Cultural Bias in EFL Textbooks*. *Applied Linguistics*, 18(1), 26-53.
- Shiva, V. (2009). *Vandana Shiva in Copenhagen: 12.12.09 [Discours]* [Vidéo]. Copenhagen. Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=TZ8hO0oat28>
- Shiva, V. (2018). Dr Vandana Shiva. Consulté à l'adresse <http://www.vandanashiva.com/>
- Sibierski, M. (2013, novembre 11). La conférence climat de l'ONU s'ouvre à Varsovie, à l'ombre d'Haiyan. La Presse. Consulté à l'adresse <http://www.lapresse.ca/environnement/dossiers/changements-climatiques/201311/11/01-4709268-la-conference-climat-de-lonu-souvre-a-varsovie-a-lombre-dhaiyan.php>
- Simonian, H. (2002). *The megaphone diplomat*. *FT.Com; London*, 1, 1. <https://search.proquest.com/docview/228774419?accountid=14719>
- Site de l'Association Adéquations. (s. d.). L'éducation relative à l'environnement. Consulté à l'adresse <http://www.adequations.org/spip.php?article611>
- , Tora. (2000). *Structure and Agent in the Scientific Diplomacy of Climate Change*. Dans *Structure and Agent in the Scientific Diplomacy of Climate Change* (p. 225-233). Springer Netherlands, Springer Science & Business Media. [https://doi.org/10.1007/0-306-48168-5\\_9](https://doi.org/10.1007/0-306-48168-5_9)
- Sohn, L. B. (1973). *Stockholm Declaration on the Human Environment*, *The Harvard International Law Journal*, 14, 423.
- Soung, S. (2015). De la recherche d'information à la rédaction des travaux aux cycles supérieurs : une nécessité incontournable des compétences informationnelles. Consulté à l'adresse <https://tribuneci.wordpress.com/2015/11/16/de-la-recherche-dinformation-a-la-redaction-des-travaux-aux-cycles-superieurs-une-necessite-incontournable-des-competences-informationnelles/>
- Stamm, K. R., Clark, F., et Reynolds Eblacas, P. (2000). *Mass communication and public understanding of environmental problems: the case of global warming*. *Public Understand*, 9, 219–237. [https://doi.org/S0963-6625\(00\)13978-5](https://doi.org/S0963-6625(00)13978-5)
- Susskind, L. E., et Ali, S. H. (2014). *Environmental Diplomacy: Negotiating More Effective Global Agreements*. Oxford University Press.

- Terrone, M. (2016, juin 7). Accord de Paris sur le climat: où en est-on 6 mois après la COP 21 ? Consulté à l'adresse <https://www.diplowcb.com/COP-21-ou-en-est-on-six-mois-apres.html>
- Tétu, J.-F. (1995). L'espace public local et ses médiations, *The Local Public Sphere and Dialogue Outlets*. *Hermès, La Revue*, (17-18), 287-298.
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2018, mai 25). Dame Vivienne Westwood | British fashion designer. Consulté à l'adresse <https://www.britannica.com/biography/Vivienne-Westwood>
- The Green Belt Movement. (2018). The Green Belt Movement. Consulté à l'adresse <http://www.greenbeltmovement.org/>
- The Prince of Wales's Charitable Foundation. (s. d.). The Prince of Wales's charities - The Prince of Wales's Charitable Fund. Consulté à l'adresse <https://www.pwcf.org.uk/our-partners/princes-charities>
- The UN Interagency Framework Team for Preventive Action. (2011). Toolkit and guidance for preventing and managing land and natural resources conflict. Consulté à l'adresse <http://www.un.org/en/land-natural-resources-conflict/pdfs/Resource%20Rich%20Economies.pdf>
- The United Nations Economic Commission for Europe. (1979). Convention sur la pollution atmosphérique transfrontière à longue distance. Consulté à l'adresse <https://www.unece.org/fileadmin/DAM/env/lrtap/full%20text/1979.CLRTAP.f.pdf>
- Theys, J. (2002). La Gouvernance, entre innovation et impuissance. *Développement durable et territoires. Économie, géographie, politique, droit, sociologie*, (Dossier 2). <https://doi.org/10.4000/developpementdurable.1523>
- Thorpe, V. (2014, février 8). *Vivienne Westwood: climate change, not fashion, is now my priority*. *The Observer*. Consulté à l'adresse <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/feb/08/vivienne-westwood-arctic-campaign>
- Thussu, D. (2012). *International Communication* (Vol. 1–4). London: SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446262085>
- Tomas, F. (2001). L'espace public, un concept moribond ou en expansion ? / *Public space : a dying or expanding concept ? Géocarrefour*, 76(1), 75-84. <https://doi.org/10.3406/geoca.2001.2509>

- Trepte, S., et Scherer, H. (2010). *Opinion leaders – Do they know more than others about their area of interest?* *Communication*, 35, 119-140.  
<https://doi.org/10.1515/COMM.2010.007>
- Turcotte, J. F., et Heine, J. (2016). *From Club to Network Diplomacy*. Consulté à l'adresse <http://www.oxfordbibliographics.com/view/document/obo-9780199743292/obo-9780199743292-0137.xml>
- Turcotte, M.-F. (2001). *Image Politics: The New Rhetoric of Environmental Activism*. *Canadian Journal of Communication*, 26(2). Consulté à l'adresse <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1222>
- Tutu, D. (2008, mai 26). Allocution Desmond Tutu. Consulté à l'adresse [http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/24949/A61\\_DIV6-fr.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/24949/A61_DIV6-fr.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Tutu, D. (2009a, décembre 29). COP15 - *Hopenhagen Live: Speech by Archbishop Desmond Tutu Part 1* [Discours]. Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=RDRWbJk13eU>
- Tutu, D. (2009b, décembre 29). COP15 - *Hopenhagen Live: Speech by Archbishop Desmond Tutu Part 2* [Discours]. Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=M17qjJa9wUs>
- UN. (2009a). La conclusion d'un accord ambitieux à Copenhague est encore possible, assurent Ban Ki-moon et Yvo de Boer devant l'Assemblée générale, Couverture des réunions & communiqués de presse. Consulté à l'adresse <https://www.un.org/press/fr/2009/AG10890.doc.htm>
- UN. (2009b). Sommet sur le climat: devant une centaine de dirigeants mondiaux, Ban Ki-moon met en garde contre le risque d'un échec des négociations à Copenhague, Couverture des réunions & communiqués de presse. Consulté à l'adresse <https://www.un.org/press/fr/2009/ENVDEV1069.doc.htm>
- UN. (2015, novembre 25). COP21: « vos voix, votre activisme et votre passion jouent un rôle déterminant », déclare le Secrétaire général aux acteurs de la société civile, Couverture des réunions & communiqués de presse. Consulté à l'adresse <https://www.un.org/press/fr/2015/sgsm17369.doc.htm>
- UN News. (2015, décembre 5). COP21: *UN chief says 'today is about action by all sectors of society'*. Consulté à l'adresse <https://news.un.org/en/story/2015/12/517372-cop21-un-chief-says-today-about-action-all-sectors-society>

- UNEP. (s.d.a). Environmental Diplomacy. Consulté à l'adresse  
<http://staging.unep.org/disastersandconflicts/Introduction/EnvironmentalCooperationforPeacebuilding/EnvironmentalDiplomacy/tabid/54581/Default.aspx>
- UNEP. (s.d.b). Le Fond pour l'Environnement Mondial. Consulté à l'adresse  
<http://www.unep.org/Documents.multilingual/Default.asp?DocumentID=340&ArticleID=4173&l=fr>
- UNEP. (s.d.c). UNEP Goodwill Ambassadors. Consulté à l'adresse  
<http://www.unep.org/gwa/news/Li-BingBing-speaks-at-the-opening-of-the-Climate-Summit.asp#sthash.YeTzHiCV.dpbs>
- UNEP. (2001). La convention de Vienne pour la protection de la couche d'ozone. Consulté à l'adresse [http://www.diplomatic.gouv.fr/sites/odyssec-developpement-durable/files/4/Convention\\_Vienne\\_1985.pdf](http://www.diplomatic.gouv.fr/sites/odyssec-developpement-durable/files/4/Convention_Vienne_1985.pdf)
- UNEP. (s. d.). UNEP. Consulté à l'adresse <http://web.unep.org/about/>
- UNEP Newscentre. (s. d.). Six personnalités engagées dans la protection de l'environnement reçoivent la prestigieuse récompense de l'ONU « Champions de la Terre ». Consulté à l'adresse <http://web.unep.org/newscentre/fr/six-personnalit%C3%A9s-engag%C3%A9es-dans-la-protection-de-lenvironnement-re%C3%A7oivent-la-prestigieuse-r%C3%A9compense>
- UNESCO. (1948). Conférence scientifique de l'ONU sur la conservation et l'utilisation des ressources (UNSCCUR). Consulté à l'adresse [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000154751\\_fre](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000154751_fre)
- UNESCO. (1950). Correspondance Aldo Leopold. Consulté à l'adresse <http://digicoll.library.wisc.edu/cgi-bin/AldoLeopold/AldoLeopold-idx?type=div&did=AldoLeopold.ALWildEcolSU.i0005&isize=M&q1=aldo%20leopold&q2=missouri>
- UNESCO. (1975). *The Belgrad charter: A framework forenvironmental education*. Consulté à l'adresse [http://unesdoc.unesco.org/Ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=17772&set=0058DA38A5\\_1\\_470&gp=1&lin=1&ll=1](http://unesdoc.unesco.org/Ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=17772&set=0058DA38A5_1_470&gp=1&lin=1&ll=1)
- UNESCO. (2015). 21e Conférence des parties de la Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques de 2015 (COP21/CMP11). Consulté à l'adresse <http://fr.unesco.org/events/21e-conference-parties-convention-cadre-nations-unies-changements-climatiques-2015-cop21cmp11>

- UNESCO. (s. d.). Femme dans l'histoire, Wangari Maathai. Consulté à l'adresse <https://fr.unesco.org/womeninafrica/wangari-maathai/biography>
- UNFCCC. (1997). COP 3. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/process-and-meetings/conferences/past-conferences/kyoto-climate-change-conference-december-1997/cop-3>
- UNFCCC. (2009a). COP 15 Statements. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/process/conferences/pastconferences/copenhagen-climate-change-conference-december-2009/statements-and-resources/cop-15-kiosk>
- UNFCCC. (2009b). Seal the deal campaign. Consulté à l'adresse [https://unfccc.int/files/meetings/cop\\_15/climate\\_change\\_kiosk/application/pdf/09\\_12\\_16\\_screen\\_2\\_short.pdf](https://unfccc.int/files/meetings/cop_15/climate_change_kiosk/application/pdf/09_12_16_screen_2_short.pdf)
- UNFCCC. (2009c, décembre 8). Provisional list of participants. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/sites/default/files/resource/docs/2009/cop15/eng/misc01p02.pdf>
- UNFCCC. (2014a). Bali Climate Change Conference - December 2007. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/meetings/bali\\_dec\\_2007/meeting/6319.php](http://unfccc.int/meetings/bali_dec_2007/meeting/6319.php)
- UNFCCC. (2014b). Cancun Climate Change Conference - November 2010. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/meetings/cancun\\_nov\\_2010/meeting/6266.php](http://unfccc.int/meetings/cancun_nov_2010/meeting/6266.php)
- UNFCCC. (2014c). Conference of the Parties (COP). Consulté à l'adresse <http://unfccc.int/bodies/body/6383.php>
- UNFCCC. (2014d). COP 5. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/meetings/bonn\\_oct\\_1999/session/6276.php](http://unfccc.int/meetings/bonn_oct_1999/session/6276.php)
- UNFCCC. (2014e). Copenhagen Climate Change Conference - December 2009. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/meetings/copenhagen\\_dec\\_2009/meeting/6295.php](http://unfccc.int/meetings/copenhagen_dec_2009/meeting/6295.php)
- UNFCCC. (2014f). Doha Climate Change Conference - November 2012. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/meetings/doha\\_nov\\_2012/meeting/6815.php](http://unfccc.int/meetings/doha_nov_2012/meeting/6815.php)
- UNFCCC. (2014g). Durban Climate Change Conference - November 2011. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/meetings/durban\\_nov\\_2011/meeting/6245.php](http://unfccc.int/meetings/durban_nov_2011/meeting/6245.php)
- UNFCCC. (2014h). La Convention-Cadre des Nations Unies sur les changements climatiques. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/portal\\_francophone/essential\\_background/convention/items/3270.php](http://unfccc.int/portal_francophone/essential_background/convention/items/3270.php)

- UNFCCC. (2014i). Le Protocole de Kyoto-Résumé. Consulté à l'adresse*  
[http://unfccc.int/portal\\_francoophone/essential\\_background/feeling\\_the\\_heat/items/3294.php](http://unfccc.int/portal_francoophone/essential_background/feeling_the_heat/items/3294.php)
- UNFCCC. (2014j). Marrakech Climate Change Conference - November 2016. Consulté à l'adresse*  
[http://unfccc.int/meetings/marrakech\\_nov\\_2016/meeting/9567.php](http://unfccc.int/meetings/marrakech_nov_2016/meeting/9567.php)
- UNFCCC. (2014k). Montreal Climate Change Conference - December 2005. Consulté à l'adresse*  
[http://unfccc.int/meetings/montreal\\_nov\\_2005/meeting/6329.php](http://unfccc.int/meetings/montreal_nov_2005/meeting/6329.php)
- UNFCCC. (2014l). Nairobi Climate Change Conference - November 2006. Consulté à l'adresse*  
[http://unfccc.int/meetings/nairobi\\_nov\\_2006/meeting/6326.php](http://unfccc.int/meetings/nairobi_nov_2006/meeting/6326.php)
- UNFCCC. (2014m). Paris Climate Change Conference - November 2015. Consulté à l'adresse*  
[http://unfccc.int/meetings/paris\\_nov\\_2015/meeting/8926.php](http://unfccc.int/meetings/paris_nov_2015/meeting/8926.php)
- UNFCCC. (2014n). Poznań Climate Change Conference - December 2008. Consulté à l'adresse*  
[http://unfccc.int/meetings/poznan\\_dec\\_2008/meeting/6314.php](http://unfccc.int/meetings/poznan_dec_2008/meeting/6314.php)
- UNFCCC. (2014o). United Nations Framework Convention on Climate Change. Consulté à l'adresse*  
<http://unfccc.int/2860.php>
- UNFCCC. (2014p, septembre 25). UN Climate Summit: Ban Ki-moon Final Summary. Consulté à l'adresse*  
<https://unfccc.int/news/un-climate-summit-ban-ki-moon-final-summary>
- UNFCCC. (2015a). Adoption of the Paris Agreement. Consulté à l'adresse*  
<https://unfccc.int/resource/docs/2015/cop21/eng/109r01.pdf>
- UNFCCC. (2015b, juin 30). Local Leaders Climate Summit to Take Place at COP 21, UNFCCC. Consulté à l'adresse*  
<https://unfccc.int/news/local-leaders-climate-summit-to-take-place-at-cop-21>
- UNFCCC. (2015c, octobre 20). Le Programme d'Actions Lima-Paris - Promouvoir l'action climatique transformative, CCNUCC. Consulté à l'adresse*  
<https://unfccc.int/fr/news/le-programme-dactions-lima-paris-promouvoir-laction-climatique-transformative>
- UNFCCC. (2015d, décembre 7). UNFCCC - Publications. Consulté à l'adresse*  
<https://www.facebook.com/UNclimatechange/photos/a.10153670638225867/10153670638275867/?type=3&theater>

- UNFCCC. (2015e, décembre 11). *Two Weeks of COP 21 in 10 Minutes*. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/news/two-weeks-of-cop-21-in-10-minutes>
- UNFCCC. (2015f, décembre 12). *Human Energy Lights up the Iron Lady*. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/news/human-energy-lights-up-the-iron-lady>
- UNFCCC. (2015g, décembre 13). *Historic Paris Agreement on Climate Change: 195 Nations Set Path to Keep Temperature Rise Well Below 2 Degrees Celsius*, UNFCCC. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/news/finalc-cop21>
- UNFCCC. (s. d.-a). *Construction of COP23 Venue Progresses as Planned UNFCCC Newsroom Reporters Visit Building Site*. Consulté à l'adresse <http://newsroom.unfccc.int/cop-23-bonn/construction-of-the-cop23-venue-progresses-as-planned/>
- UNFCCC. (s. d.-b). COP 21. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/meetings/paris\\_nov\\_2015/session/9057/php/view/agenda.php#c](http://unfccc.int/meetings/paris_nov_2015/session/9057/php/view/agenda.php#c)
- UNFCCC. (s. d.-c). *Information for participants COP23 - Overview*. Consulté à l'adresse [http://unfccc.int/meetings/bonn\\_nov\\_2017/items/10068.php](http://unfccc.int/meetings/bonn_nov_2017/items/10068.php)
- UNFCCC. (s. d.-d). *Provisional list of participants. Part one (COP15). Parties*. UNFCCC. Consulté à l'adresse <https://unfccc.int/documents/5388>
- UNICEF. (2003). Danny Kaye. Consulté à l'adresse [https://www.unicef.org/people/people\\_danny\\_kaye.html](https://www.unicef.org/people/people_danny_kaye.html)
- UNIDO. (2009). *The UN worldwide campaign "Seal the Deal"*, UNIDO. Consulté à l'adresse <https://www.unido.org/news/un-worldwide-campaign-seal-deal>
- UNISDR. (s. d.). *15th Session of the Conference of the Parties to the UNFCCC (COP 15) and fifth session of the Meeting of the Parties to the Kyoto Protocol (COP15/MOP5) - UNISDR*. Consulté à l'adresse <https://www.unisdr.org/we/inform/events/4243>
- United Nations. (2007, septembre 21). *Press Conférence by United Nations Messengers of Peace, Meetings Coverage and Press Releases*. Consulté à l'adresse [https://www.un.org/press/en/2007/070921\\_Messengers.doc.htm](https://www.un.org/press/en/2007/070921_Messengers.doc.htm)
- United Nations. (2015, décembre 5). In Paris, Ban Ki-moon and @UN Messenger of Peace on Climate Change @LeoDiCaprio meet on #ActionDay at #COP21.pic.twitter.com/OR1ciktCLu [Tweet]. Consulté à l'adresse <https://twitter.com/un/status/673128390564700160?lang=fr>

- United Nations System Chief Executives Board for Coordination. (2016). World Meteorological Organization. Consulté à l'adresse <http://www.unsceb.org/content/wmo>
- Van der Zee, B. (2009, décembre 14). *Copenhagen cops and the climate of fear*. Consulté à l'adresse <https://www.indexonensorship.org/2009/12/copenhagen-cops-and-the-climate-of-fear/>
- Van Eeckhout, L., et Valo, M. (2015, décembre 5). COP21 : une « Journée de l'action » en demi-teinte. *Le Monde.fr*. Consulté à l'adresse [https://www.lemonde.fr/cop21/article/2015/12/05/cop21-une-journee-de-l-action-en-demi-teinte\\_4825332\\_4527432.html](https://www.lemonde.fr/cop21/article/2015/12/05/cop21-une-journee-de-l-action-en-demi-teinte_4825332_4527432.html)
- Venturini, T., Baya Laffite, N., Cointet, J.-P., Gray, I., Zabban, V., et De Pryck, K. (2014). *Three maps and three misunderstandings: A digital mapping of climate diplomacy*. *Big Data & Society*, 1(2), 2053951714543804. <https://doi.org/10.1177/2053951714543804>
- Victor, D. G. (2013). Climate Diplomacy. *Technology Review*, 116(5), 12.
- Vidal, J. (2009, décembre 15). *Prince of Wales warns Copenhagen summit that planet is in crisis*. *The Guardian*. Consulté à l'adresse <https://www.theguardian.com/environment/2009/dec/15/copenhagen-redd-deforestation>
- Volcic, Z., et Erjavec, K. (2015). *Transnational celebrity activism in Bosnia and Herzegovina: Local responses to Angelina Jolie's film In the Land of Blood and Honey*. *European Journal of Cultural Studies*, 18(3), 356-375. <https://doi.org/10.1177/1367549414526728>
- Wagner, P. (2005). La notion d'intellectuel engagé chez Sartre. *Le Portique*. Revue de philosophie et de sciences humaines. Consulté à l'adresse <http://journals.openedition.org/leportique/381>
- Waldheim, K. (1984). The United Nations: The Tarnished Image. *Foreign Affairs*, 63(1). Consulté à l'adresse <http://search.proquest.com.proxy.bibliothèques.uqam.ca:2048/docview/1290230478/citation/8F7BCDFFD7D4449EPQ/1>
- Waller, S., et Masse, C. (1999). *L'analyse documentaire: une approche méthodologique*. Paris: ADBS éd.

- Warner, K. (2012). *Human Migration and Displacement in the Context of Adaptation to Climate Change: The Cancun Adaptation Framework and Potential for Future Action. Environment and Planning C: Government and Policy*, 30(6), 1061-1077. <https://doi.org/10.1068/c1209j>
- Webster, G. (2009, 08). Climate protesters descend on Copenhagen - CNN.com. Consulté à l'adresse <http://www.cnn.com/2009/WORLD/europe/12/07/climate.protests/index.html>
- Westwood, V. (2015, décembre 11). Vivienne Westwood et Paul Watson - A l'assaut de la révolution verte. Consulté à l'adresse <https://www.parismatch.com/Actu/Environnement/Vivienne-Westwood-et-Paul-Watson-a-l-assaut-de-la-revolution-verte-880377>
- Westwood, V. (2016). *Get a Life: The Diaries of Vivienne Westwood*. Serpent's Tail.
- Wheeler, M. (2011). *Celebrity diplomacy: United Nations' Goodwill Ambassadors and Messengers of Peace. Celebrity Studies*, 2(1), 6-18. <https://doi.org/10.1080/19392397.2011.543267>
- WikiLeaks.org. (s. d.). WikiLeaks. Consulté à l'adresse <https://wikileaks.org/>
- Wilkinson, L. (2013). *The provocation of the humanitarian social imaginary. SAGE Publications*, 12(3), 261-276. <https://doi.org/10.1177/1470357213483061>
- Wilson, J. A. (2011). *Idols of goodwill: caring stars and the making of global citizens*. Consulté à l'adresse <http://conservancy.umn.edu/handle/11299/161963>
- Winock, M. (1984). Les intellectuels dans le siècle. *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, (2), 3-14. <https://doi.org/10.2307/3769347>
- WWF. (2009, février 20). *Archbishop Desmond Tutu supports Earth Hour movement*. Consulté 13 juillet 2018, à l'adresse [http://wwf.panda.org/wwf\\_news/?157023/Archbishop-Desmond-Tutu-supports-Earth-Hour-movement](http://wwf.panda.org/wwf_news/?157023/Archbishop-Desmond-Tutu-supports-Earth-Hour-movement)
- WWF. (2018). Leonardo DiCaprio, Leaders. Consulté à l'adresse <https://www.worldwildlife.org/leaders/leonardo-dicaprio>
- Yin, R. K. (2011). *Applications of Case Study Research* (3<sup>e</sup> éd.). SAGE.
- Young, J. L. (2014). Promoting the Image of the United Nations. *Journalism History*, 40(3), p187-196.

Yrjölä, R. (2009). *The Invisible Violence of Celebrity Humanitarianism: Soft Images and Hard Words in the Making and Unmaking of Africa*. *World Political Science*, 5(1). <https://doi.org/10.2202/1935-6226.1072>

Zelenev. (2016). A landmark Paris accord on climate change: A comment. *International Social Work*, 59(3), 419-421. <https://doi.org/10.1177/0020872816632162>