

La Semaine des médias à l'école 2025 – Web série RTS

Les médias et l'environnement - Sommaire complet

Streaming, jeux vidéo, réseaux sociaux, smartphone : comment nos usages numériques impactent-ils notre environnement ? Et comment les grands médias, télévision, radio et journaux, abordent-ils ces enjeux toujours plus urgents ? Entre *greenwashing*, désinformation, intelligence artificielle et jeux d'influence, cette série de 10 capsules rythmées et surtout pas barbant plonge dans l'univers fascinant des médias à l'heure de l'urgence climatique.

1. L'impact des médias sur la perception de l'écologie

Alors que la terre se réchauffe et que les catastrophes naturelles s'enchaînent, journaux, radio et télévision parlent-ils assez de la crise climatique ? À la Radio Télévision Suisse, le responsable de la rubrique sciences et environnement nous explique le combat qu'il mène pour imposer ces sujets. Et la concurrence qui se joue entre chaque chef de rubrique pour composer, chaque jour, une édition grand public et variée, entre actualité urgente, amusante, sportive, économique, politique ou climatique. Un exercice d'équilibre subtil.

2. Médias et "greenwashing"

On l'appelle "greenwashing" ou "écoblanchiment". Une technique marketing toujours plus répandue qui consiste à présenter un produit ou un service comme plus écologique qu'il ne l'est. Logos naturels inventés de toutes pièces sur des aliments, compensations carbone dans l'aviation, mouchoirs recyclés qui ne le sont pas vraiment... Car les industriels ont compris que le "green" fait vendre, plus et plus cher. Le consommateur ne peut compter que sur sa vigilance car la loi n'encadre pas cette pratique.

3. Réseaux sociaux et environnement

Non, les réseaux sociaux ne servent pas uniquement à regarder des vidéos de chats trop mignons, ils peuvent aussi massivement mobiliser pour l'environnement. Lancé par un jeune Algérien, le "#trashtag" consiste à nettoyer un coin de nature et à poster la photo avant et après. Quant à #fillthebottle, initié par une jeune Parisienne, il propose de remplir des bouteilles avec des mégots de cigarette trouvés par terre. En quelques jours, ces initiatives ont connu un retentissement mondial. Et si les réseaux sociaux pouvaient contribuer à sauver la planète ? Car aucun média ne fédère aujourd'hui autant de personnes dans le monde, plus de 4 milliards, qui y passent plusieurs heures par jour.

4. Écologie et fake news

Les fake news sur le climat pullulent sur le net. Chiffres des experts truqués, exagération des informations diffusées, réchauffement climatique lié à un phénomène naturel... Peu de sujets cristallisent autant de désinformation. Pourquoi ? Parce que les intérêts économiques sont gigantesques et que les industriels des énergies fossiles, la plus grosse et la plus ancienne industrie dans le monde, rivalisent d'études et d'approximations qui finissent par nous plonger dans un véritable chaos informationnel. Exemples concrets et astuces pour démêler le vrai du faux.

5. Le journalisme environnemental

C'est une nouvelle spécialité du journalisme qui s'est développée avec l'urgence climatique : le journalisme environnemental. Rencontre avec Agnès Barber, rédactrice en chef des magazines jeunesse "La Salamandre" qui s'adressent aux enfants de 4 à 12 ans. Le but ? Faire aimer la nature et initier un début de prise de conscience. Ici, on travaille comme dans tous les médias, avec une attention particulière à la fiabilité des informations. Mais il faut aussi être attentif à ne pas plomber le moral des lecteurs, tout en insistant sur l'urgence à agir. Un exercice acrobatique.

6. Le journalisme de solution

Le journalisme de solution, c'est une spécialité qui explose ces dernières années. Le principe ? Parler des solutions plutôt que des problèmes. Et l'intérêt du public pour ces informations positives s'accélère, en particulier lorsqu'elles évoquent l'environnement. Dans un monde menacé par le réchauffement climatique, anxieux, bombardé de mauvaises nouvelles, ce journalisme-là agit comme une bulle d'espoir, à l'image de la chronique "Eurêka" dans la matinale de la RTS.

7. Les journalistes lanceurs d'alerte

Parler d'environnement à la télé, à la radio, dans les journaux ou sur Internet, ça peut être dangereux. Selon l'UNESCO, 70% des journalistes qui traitent de questions environnementales sont victimes de menaces. Pourquoi ? Parce que ces questions touchent à un marché gigantesque, avec des milliers de milliards de dollars en jeu. Et les industriels des secteurs fossile, agricole ou industriel, redoutent qu'une information divulguée par un média ne nuise à leurs intérêts : pratiques illégales, pollutions dissimulées, désinformation. La journaliste française Inès Léraud a ainsi affronté menaces de mort, discrédit, surveillance, pour avoir mis en cause l'agriculture et l'industrie locales dans le scandale des algues vertes en Bretagne.

8. L'impact environnemental de nos usages numériques

Envoyer un mail, poster une photo sur Instagram, streamer une série sur Netflix... ces usages numériques à priori virtuels ont pourtant un lourd impact environnemental. Ils représentent aujourd'hui 10% de l'ensemble de notre consommation électrique. Les plus impactants ? Les gros consommateurs de bande passante, en particulier la vidéo très haute résolution, les jeux vidéo ou le téléchargement massif. Car ce qu'on considère "virtuel" n'a en réalité pas grand-chose de virtuel. Réseau d'antennes, de fibres optiques, de satellites, centres de données, câbles sous-marins... : une infrastructure tout à fait réelle qui pollue, aujourd'hui, autant que l'aviation civile.

9. L'impact environnemental d'un smartphone

Devenu indispensable à notre quotidien, le smartphone est notre principal médium de communication. Un petit terminal qui affiche pourtant un très lourd impact environnemental. Conceptualisation, extraction des minéraux, transport des composants, fabrication, distribution : avant d'arriver dans notre poche, il a déjà fait plusieurs fois le tour du monde. Et des smartphones, on en produit chaque année 1,2 milliard dans le monde. Et presque autant de déchets car sa durée de vie excède rarement trois ans. Loin de n'être qu'un téléphone intelligent, ce petit objet est aussi devenu un puissant marqueur social et les fabricants s'inspirent du marketing du luxe pour nous pousser à en changer le plus souvent possible.

10. L'IA peut-elle sauver la planète ?

Et si l'intelligence artificielle se révélait capable de sauver la planète ? Déjà largement utilisée dans la lutte contre le réchauffement climatique, elle permet par exemple à la ville de Zurich de réduire sa consommation énergétique de 70%. Le problème ? C'est que cette technologie est loin d'être vertueuse. Car derrière une IA se cache énormément de données et de gigantesques capacités de calculs qui font tourner à plein régime d'immenses centres de données très gourmands en électricité. Et personne ne sait quel impact aura cette révolution dans les années futures. "Nous ne mesurons pas encore pleinement les besoins en énergie de cette technologie" confiait Sam Altman, le fondateur de Chat GPT. / comm. 21.11.2024