



Clips

L'addition

Court métrage, Allemagne 2009, 4 min., dès 14 ans

Réalisation : Peter Wedel

Langue : allemand

Sous-titres : français, italien

Pour un climat de justice

Film d'animation, Allemagne 2009, 2 min., dès 14 ans

Réalisation : Denise Faust

Langue : sans paroles

Sous-titres : français, allemand, italien

Pas d'argent pour les énergies fossiles

Court métrage, USA 2013, 2 min., dès 16 ans

Langue : anglais

Sous-titres : français, allemand, italien

Matériel pédagogique : Birgit Henökl-Mbwisi, Magdalena Emprechtinger ; traduction : Martine Besse

Thèmes

Réflexion critique sur des films de campagne, justice climatique, changements climatiques, abandon de l'énergie fossile, mesures de protection du climat

Objectifs

Les élèves

- étudient la répartition du revenu, de la population et des émissions de CO₂ à l'échelon mondial,
- réfléchissent sur les causes des changements climatiques et les mesures de protection du climat,
- prennent connaissance de différents films de campagne, les analysent d'un œil critique et se forment une opinion personnelle,
- conçoivent leur propre campagne d'affichage.

Compétences EDD

Plusieurs compétences spécifiques personnelles, sociales, techniques et méthodologiques sont inhérentes à l'éducation en vue du développement durable. Les suggestions suivantes permettent de développer en particulier la pensée créatrice, la participation à des processus collectifs et la compétence d'assumer ces responsabilités et d'utiliser ses marges de manœuvre pour promouvoir un développement durable, ainsi que de développer un sens d'appartenance au monde. Vous trouverez une vue d'ensemble des compétences EDD dans le texte « Introduction au matériel pédagogique : énergie et développement durable ».

Liens au plan d'études (Suisse)

PER, cycle 3	
SHS 31	Analyser des espaces géographiques et les relations établies entre les hommes et entre les sociétés à travers ceux-ci.
SHS 34	Saisir les principales caractéristiques d'un système démocratique.
FG 36	Prendre une part active à la préservation d'un environnement viable.

Contenu

Les trois petits films (clips) abordent les thèmes des changements climatiques, de la justice climatique et des mesures de protection du climat. Ces clips sont des films de campagne commandés par des ONG ; ils sont conçus en forme de plaidoyers et visent à transmettre un message clair. Contrairement à la majeure partie des autres films du DVD, ils ne se fondent pas sur une approche équilibrée et objective d'une thématique donnée mais sont portés par certaines valeurs et ont un caractère mobilisateur.

Clip 1 : L'addition

Qui paie la facture pour les gros consommateurs d'essence, les voyages lointains et les terrains de golf dans le désert ? Ce court métrage montre de manière à la fois provocatrice et distrayante, sans être pédant et accusateur, les effets de notre mode de vie énergivore sur le climat et les conséquences sur les gens dans les pays en développement.

Ce spot a été produit par Germanwatch e.V., une organisation non gouvernementale qui s'investit pour la justice mondiale et la préservation des ressources indispensables à la vie. La politique et l'économie des pays du Nord et leurs effets sur le Sud occupent une place prépondérante.

Clip 2 : Pour un climat de justice

Ce petit film d'animation (technique du stop motion) illustre le déséquilibre social entre les nations industrialisées et les pays en développement provoqué par les changements climatiques. En même temps, il montre aussi des pistes qui pourraient conduire à des solutions.

La fondation Heinrich Böll, éditrice de ce court métrage, se présente elle-même comme une agence pour des idées et des projets verts, proche de l'Alliancego/Les Verts.

Clip 3 : Pas d'argent pour les énergies fossiles

La vidéo de la campagne montre comment le mouvement « zéro fossile » entend lutter contre les changements climatiques par une idée toute simple : il demande que l'on retire les investissements injectés dans les entreprises qui produisent de l'énergie fossile et qu'il n'y ait plus d'argent pour le charbon, le gaz et le pétrole.

Le mouvement « zéro fossile » (Fossil Free) est un réseau international composé d'organisations, de groupes et de personnes qui cherchent à faire pression sur l'industrie du charbon, du pétrole et du gaz par le biais de différentes actions de la société civile.

Suggestions didactiques

Remarque: les suggestions suivantes décrivent différentes méthodes et proposent plusieurs axes thématiques pour étudier les clips de campagne. Chaque suggestion forme un tout et peut être utilisée indépendamment des autres. Les deux premiers clips conviennent à des élèves dès 14 ans. Le troisième clip consacré au thème du désinvestissement (des énergies fossiles) s'adresse à des élèves dès 16 ans. Selon le groupe visé, on travaillera donc sur seulement deux clips ou sur les trois.

Suggestion 1

Justice climatique

Objectif: les élèves étudient la répartition du revenu, de la population et des émissions de CO₂ dans le monde. Ils connaissent les moyens d'action à différents niveaux pour endiguer les changements climatiques.

Âge: dès 14 ans

Durée: 1-2 périodes d'enseignement

Matériel: une feuille de papier par continent (Europe et Russie; Amérique du Nord; Amérique latine; Asie; Afrique; Océanie et Australie), une pièce de monnaie par élève, un ballon gonflable par élève, document à photocopier «Mesures de protection du climat», connexion Internet, papier pour flip-chart, crayons

Démarche:

Jeu du monde – plénum

Les feuilles correspondant aux six continents sont disposées dans la salle de classe. Ensuite, les élèves imaginent qu'ils représentent 100 % de la population mondiale. Ils font une estimation de la répartition des gens entre les différents continents et se placent de manière appropriée. L'enseignant-e lit à haute voix la répartition correcte (voir page suivante) et la manière dont les élèves se sont disposés est corrigée. Les élèves discutent ensemble de ce qui les surprend dans cette répartition; ils restent à côté des feuilles représentant les continents.

Pour la prochaine étape, l'enseignant-e prend les pièces de monnaie (une pièce par élève). Les élèves imaginent que les pièces représentent 100 % du revenu mondial. Ils se demandent combien de pièces chaque continent doit recevoir et répartissent les pièces. Ensuite, l'enseignant-e lit à haute voix la répartition correcte (voir page suivante) et les élèves corrigent leur estimation première. La classe discute de la répartition du revenu en lien avec la répartition de la population. Les élèves devraient aussi avoir la possibilité de s'exprimer spontanément sur la répartition inégale. Ils restent à côté des feuilles représentant les continents.

Pour la troisième étape, l'enseignant-e remet aux élèves les ballons (chaque élève en reçoit un et le gonfle). Les élèves imaginent que tous les ballons représentent ensemble 100 % des émissions annuelles de CO₂ dans le monde. Ils se demandent quelle proportion des émissions annuelles de CO₂ est causée par chacun des continents et répartissent les ballons en fonction de leur estimation. Ensuite, l'enseignant-e lit à haute voix la répartition correcte (voir page suivante) et les élèves corrigent leur estimation première. Il y a lieu de relever ici que la Chine est aujourd'hui la première source d'émissions de CO₂ au monde, mais qu'historiquement parlant, une grande partie des émissions de CO₂ sont causées par les pays industrialisés.

Après cet exercice d'estimation, les élèves discutent ensemble des questions suivantes:

- Quel est le continent qui est à l'origine de la majeure partie des émissions de CO₂? Quel est le lien entre les émissions et la population? Quel est le lien entre les émissions et le revenu?
- Quelle influence la richesse d'un pays a-t-elle sur la manière de gérer les effets des changements climatiques?

Solution du jeu du monde :

Population mondiale								(Source : Stiftung Weltbevölkerung)
Continents	Population (2015) en millions	Pour cent	10 él.**	15 él.	20 él.	25 él.	30 él.	
Europe et Russie	742	10,1 %	1	2	2	3	3	
Amérique du Nord*	357	4,9 %	0	1	1	1	1	
Amérique latine	630	8,6 %	1	1	2	2	3	
Asie	4397	59,9 %	6	9	12	15	18	
Afrique	1171	16 %	2	2	3	4	5	
Océanie et Australie	40	0,5 %	0	0	0	0	0	
Total	7337							

Revenu mondial								(Source : FMI)
Continents	PIB*** en milliards US\$ (2014)	Pour cent	10 él.	15 él.	20 él.	25 él.	30 él.	
Europe et Russie	21 931	28,6 %	3	4	6	7	9	
Amérique du Nord*	19 297	25,1 %	3	4	5	6	7	
Amérique latine	5 697	7,4 %	1	1	1	2	2	
Asie	25 996	33,9 %	3	5	7	8	10	
Afrique	2 197	2,9 %	0	1	1	1	1	
Océanie et Australie	1 658	2,2 %	0	0	0	1	1	
Total	76 776							

Emissions mondiales de dioxyde de carbone****								(Source : AIE)
Continents	Population (2015) en millions	Pour cent	10 él.**	15 él.	20 él.	25 él.	30 él.	
Europe et Russie	5 376,29	17,3 %	2	3	3	4	5	
Amérique du Nord*	5 656,02	18,2 %	2	3	4	5	6	
Amérique latine	1 640,22	5,3 %	1	1	1	1	2	
Asie	16 863,98	54,4 %	5	8	11	14	16	
Afrique	1 044,16	3,4 %	0	0	1	1	1	
Océanie et Australie	419,41	1,4 %	0	0	0	0	0	
Total	31 000,08							

* Etats-Unis et Canada. Dans cette répartition, le Mexique est rattaché à l'Amérique latine.
** él.: élèves
*** Le revenu mondial est calculé ici sur la base du produit intérieur brut (PIB). Ce dernier prend en compte la totalité des marchandises et prestations fournies par une économie mais n'inclut pas d'autres facteurs comme le secteur informel, les activités non rémunérées, la fortune, etc. Il n'est pas tenu compte non plus de la répartition à l'intérieur des Etats et des continents.
**** Il s'agit des émissions de CO₂ générées par la combustion d'agents énergétiques fossiles. En 2013, 1190 Mt d'émissions de CO₂ supplémentaires ont été rejetées dans l'atmosphère sans qu'on puisse les attribuer à un pays précis. Il n'en est pas tenu compte ici.

Répartition des élèves : nombre d'élèves divisé par 100, multiplié par le pourcentage de la solution.

Variante : il est possible d'utiliser ici l'introduction créative aux changements climatiques du film « Hands on! Contre les changements climatiques » (Suggestion 3).

Visionnage du film et discussion – plénum

Avant de visionner les clips, il convient de signaler aux élèves qu'il s'agit de films de campagne. Les traits caractéristiques d'une campagne font l'objet d'une courte discussion (les informations à ce sujet sont disponibles sur la fiche pratique « Qu'est-ce qu'une campagne ? » en lien avec la suggestion 2). Les élèves regardent ensuite ensemble les deux (ou les trois) clips. L'enseignant-e demande aux élèves d'être attentifs, pour chaque clip, aux aspects suivants et après le visionnage de chaque clip, ils notent succinctement (mots-clés) leurs observations :

- Quel est le message de ce clip ?
- Qui a réalisé ce clip ?
- Quel est l'effet souhaité par les initiateurs ? Quel est leur but ?
- Comment y parviendra-t-on ? Quels sont les moyens d'action/les mesures de protection du climat proposés ?
- A qui s'adresse ce petit film ? Qui est appelé à agir ?

Après avoir vu les clips, les élèves discutent des différentes questions qui s'y rapportent.

Ils étudient ensuite les questions suivantes :

- Quel est le sujet qui lie les deux clips (les trois clips) ?
- Quelles sont les scènes/les affirmations qui vous plaisent particulièrement ? Lesquelles ne vous plaisent pas tellement et pourquoi en est-il ainsi ?
- Qu'entend-on, dans le second clip, par « climat de justice » ?
- Les clips de campagne atteignent-ils leur but, à votre avis ? Pourquoi (pourquoi pas) ?

Recherche concernant les moyens d'action – petit groupe

Les élèves forment quatre petits groupes (ou cinq s'ils ont vu les trois clips). Chaque groupe reçoit une mesure de protection du climat tirée des clips (voir le document à photocopier « Mesures de protection du climat »). Si les élèves sont nombreux, on distribuera plusieurs fois la même mesure. Les groupes font des recherches sur Internet et répondent aux questions qui figurent sur les petites cartes à propos de la mesure de protection du climat. Les résultats sont transcrits sur une affiche et présentés à la classe.

Ensuite, les élèves discutent ensemble des questions suivantes :

- Comment jugez-vous ces mesures ? Lesquelles estimez-vous personnellement spécialement importantes ? Lesquelles trouvez-vous moins judicieuses ?
- Quelles sont les mesures qui manquent, à votre avis ?
- Qui porte la responsabilité principale ? Qui peut avoir le plus d'effet ? Les consommateurs/-trices ? Les entreprises ? Les milieux politiques ?

Mesures de protection du climat

Groupe « Financer l'adaptation aux changements climatiques »



Faites des recherches sur Internet, répondez aux questions et présentez les résultats en classe :

- Qu'entend-on par « Financer l'adaptation aux changements climatiques » ?
- A qui est-il principalement demandé de faire quelque chose ?
- Pourquoi cette mesure est-elle importante ?

Pistes pour guider les recherches :

www.klima-allianz.ch/fr/climat-et-justice/

www.ritimo.org/Qui-devrait-payer-pour-le-cout-du-changement-climatique

www.lemonde.fr/afrique/article/2015/05/27/changement-climatique-les-africains-doivent-ils-payer-pour-les-autres_4641727_3212.html

Groupe « Répandre les technologies vertes »

Les technologies vertes – autrement dit les technologies qui ménagent l'environnement – sont utilisées dans les secteurs les plus divers. Dans le domaine de l'énergie, on mise, à la place du charbon, du pétrole et du gaz, sur les énergies renouvelables comme les installations solaires, les éoliennes, la biomasse, l'énergie hydraulique, la géothermie, etc. En matière de circulation routière, les voitures électriques qui fonctionnent avec du courant issu d'énergies renouvelables font partie des technologies vertes. Au lieu de la formule « Technologies Vertes » on utilise aussi les termes « CleanTech » ou « technique environnementale ».

Faites des recherches sur Internet, répondez aux questions et présentez les résultats en classe :

- Qu'entend-on par « technologies vertes » ?
- Pourquoi sont-elles importantes sous l'angle de la protection du climat ?
- Qui doit intervenir activement pour que ces technologies s'implantent réellement ?
- Quels sont les dangers potentiels ?

Pistes pour guider les recherches :

www.ofen.admin.ch/cleantech/index.html?lang=fr

www.econcept.ch/uploads/media/article.pdf

www.eco-malin.com/effet-rebond/



Groupe « Protéger les forêts »

Faites des recherches sur Internet, répondez aux questions et présentez les résultats en classe : Pourquoi est-il si important, sous l'angle de la protection du climat, de protéger les forêts dans le monde ?

- Quels sont les problèmes majeurs dans ce contexte ? Pourquoi la déforestation continue-t-elle d'être pratiquée à de nombreux endroits ?
- Que pourraient faire ici les différents acteurs ?

Pistes pour guider les recherches :

www.greenpeace.org/france/fr/campagnes/forets/problemes/

www.greenpeace.org/luxembourg/fr/news/Les-forets--trois-impacts-majeurs-sur-le-climat/

Groupe « Changer son mode de vie »

Faites des recherches sur Internet, répondez aux questions et présentez les résultats en classe :

- Pourquoi est-il important de changer son mode de vie en lien avec les changements climatiques ?
- Quels sont les domaines abordés dans le clip « L'addition » ?
- Quel est le comportement du consommateur qui influence fortement les émissions de CO₂ ?
- Quelle est la probabilité que les gens changent leur mode de vie/ leur mode de consommation ?
- Que faudrait-il pour qu'un changement ait lieu ?
- Dans quels domaines seriez-vous prêts à changer quelque chose ? Qu'est-ce qui vous retient ?
- Connaissez-vous des projets et initiatives qui existent déjà dans votre village/ville ? Avez-vous d'autres idées ?

Pistes pour guider les recherches :

www.eingutertag.org/startpage-fr.html

<http://fr.unesco.org/themes/%C3%A9ducation-au-d%C3%A9veloppement-durable/modes-vie-durables>

www.bafu.admin.ch/wirtschaft/15556/15612/index.html?lang=fr



Groupe « Désinvestissement »

Le désinvestissement (divestment) est le contraire d'un investissement. Il signifie que l'on renonce (ou se débarrasse) des actions, des prêts ou des fonds d'investissement non écologiques ou douteux du point de vue éthique. Les mouvements de désinvestissement des énergies fossiles comme la campagne « Fossil Free/zéro fossile » s'adressent, par leurs messages avant tout aux entreprises, aux universités, aux villes, aux fonds de retraite, aux assurances et aux Eglises qui investissent leur argent dans des actions, des prêts ou d'autres formes de placement de fortune. Le public cible devrait cesser de placer son argent dans des multinationales cotées en bourse qui font des affaires avec le pétrole, le gaz et le charbon. Les entreprises des huiles minérales et du charbon devraient être de cette manière asséchées financièrement afin que les agents énergétiques fossiles restent dans le sous-sol. Les affaires qui aggravent le réchauffement de la Terre ne devraient plus être rentables. Le but général est de limiter le réchauffement mondial à 2°C au maximum. Le Divestment est donc une mesure de protection du climat.

Faites des recherches sur Internet, répondez aux questions et présentez les résultats en classe :

- Le désinvestissement a-t-il un sens sous l'angle de la protection du climat ? Pourquoi (pourquoi pas) ?
- Qui sont les « méchants » selon le clip et quelle est la « mauvaise » réponse ?
- Qui doit jouer un rôle actif pour que le « désinvestissement » réussisse ?
- Dans quelle mesure le désinvestissement des énergies fossiles peut-il vous concerner aussi, en tant qu'élèves ? Savez-vous ce qu'on fait de votre épargne à la banque ?

Pistes pour guider les recherches :

www.gofossilfree.org/fr/, www.gofossilfree.org (en anglais)

www.novethic.fr/lexique/detail/desinvestissement.html

www.lemonde.fr/climat/article/2015/05/18/la-campagne-de-desinvestissement-des-energies-fossiles-gagne-l-europe_4635346_1652612.html

Suggestion 2**Campagnes pour la protection du climat**

Objectif: les élèves étudient les caractéristiques d'une « campagne » en général ainsi que les trois films de campagne consacrés aux causes des changements climatiques et aux mesures de protection du climat, se forment une opinion personnelle à ce sujet et conçoivent à leur tour une campagne.

Âge: dès 14 ans

Durée: 3 périodes d'enseignement

Matériel: fiche pratique « Qu'est-ce qu'une campagne? », fiche pratique « Campagne d'affichage: les causes des changements climatiques », fiche pratique « Campagne d'affichage: la protection du climat, c'est maintenant! », connexion Internet, matériel pour réaliser les campagnes d'affichage

Pour entrer dans le sujet, il est possible aussi de réaliser le jeu du monde proposé dans la suggestion 1 ou l'approche créative des changements climatiques décrite à propos du film « Hands on! Contre le changement climatique » (Suggestion 3).

Réflexion sur les campagnes en général – petit groupe

Les élèves reçoivent la fiche pratique « Qu'est-ce qu'une campagne? » et la lisent. Ensuite, ils cherchent par petits groupes sur Internet une campagne pour chacun des types décrits, notent le titre, les buts poursuivis ainsi que les producteurs/initiateurs des campagnes. Les résultats sont mis en commun en plénum et discutés à l'aide des questions suivantes :

- Quels sont les avantages et les inconvénients des campagnes (information unilatérale, manipulation, etc.) en comparaison d'un compte rendu objectif?
- Quelle est la différence entre des films de campagne et des films publicitaires?
- Dans quelle mesure est-il important de connaître les producteurs/-trices et initiateurs des campagnes?

Visionnage du film et discussion – plénum

Les élèves regardent les deux (les trois) clips et en discutent à l'aide des questions suivantes :

- Quel est le message des différents clips?
- Quel est le but visé par les différentes campagnes?
- De quel type de campagne s'agit-il à votre avis?
- A qui s'adressent les clips? A qui est-il demandé d'agir?
- Quelles sont les possibilités d'action décrites dans les clips?
- Dans quelle mesure partagez-vous les attitudes et les mesures décrites dans les clips?
- Jugez-vous les clips attrayants? Pourquoi (pourquoi pas)? Lequel jugez-vous le plus réussi?
- Les clips peuvent-ils avoir de l'effet? De tels films ont-ils un sens, à votre avis?

Réalisation d'une campagne d'affichage – petit groupe

Les élèves conçoivent par petits groupes une campagne d'affichage composée de trois affiches différentes au minimum (format A3) puis présentent le résultat à la classe. Ils peuvent choisir entre les variantes suivantes :

Variante 1 : les élèves reçoivent la fiche pratique « Campagne d'affichage: la protection du climat, c'est maintenant! » et conçoivent une campagne d'affichage sur les mesures de protection du climat dans leur village/leur ville/leur pays en cherchant des slogans appropriés.

Variante 2 : les élèves reçoivent la fiche pratique « Campagne d'affichage: les causes des changements climatiques » et conçoivent une campagne d'affichage satirique sur les causes des changements climatiques dues à l'activité humaine. Il s'agit de mettre en évidence les pratiques préjudiciables au climat par des messages positifs (par ex. des cheminées qui fument: avoir froid en hiver, c'est fini!). Un exemple de campagne de ce type (affiches satiriques) est présenté sur <https://campaignwatchers.wordpress.com/2012/07/23/campaignwatch-lets-go-public-green-peace-triezt-seinen-lieblingsfeind-shell-mit-viraler-plakatkampagne/>

Qu'est-ce qu'une campagne ?

Lisez le texte concernant les campagnes. Cherchez ensuite sur Internet une campagne qui correspond à chacun des types décrits. Prenez note des informations suivantes à propos des campagnes :

- Titre de la campagne
- But de la campagne
- Producteurs/-trices et initiateurs de la campagne
- Type de campagne

Qu'est-ce qu'une campagne ?

Une campagne est une forme de communication ciblée qui se focalise sur un thème précis et se déroule selon un plan stratégique soigneusement étudié.

En réalisant une campagne, on cherche, contrairement à la communication dans la vie courante, à atteindre un objectif bien précis.

Il existe différents types de campagnes qui ne poursuivent pas les mêmes objectifs. Souvent aussi, les campagnes sont une combinaison de ces types :

- **La campagne d'information** entend propager des points de vue précis sur un sujet politique ou un problème (par ex. les campagnes du gouvernement).
- **La campagne d'image** entend influencer positivement l'image d'une organisation, d'une entreprise et d'une personne dans le public et améliorer son degré de notoriété, de compréhension et d'acceptation.
- **La campagne de sensibilisation** entend attirer l'attention du public sur certains thèmes ou problèmes, susciter la discussion, apporter des éléments pour nourrir la réflexion.
- **La campagne d'action** cherche à créer une pression politique autour d'un certain sujet afin de favoriser une décision bien précise ou de l'empêcher.

Sources : www.wien.gv.at/gesundheit/beratung-vorsorge/schulwettbewerb/pdf/leitfaden-kampagne.pdf;
<https://de.wikipedia.org/wiki/Kampagne>

Campagne d'affichage : «la protection du climat, c'est maintenant!»

Lisez le petit texte ci-dessous concernant les causes des changements climatiques dues à l'activité humaine. Réfléchissez à différentes mesures de protection du climat possibles pour combattre les causes énoncées. Choisissez au minimum trois mesures qui vous semblent importantes et réalisez à propos de chacune d'elles une affiche avec un message clair. Demandez-vous quel est le but précis de votre campagne, à qui vous vous adressez et qui devrait mettre en œuvre ces mesures de protection du climat (personnes, politicien-ne-s, entreprises, etc.). Cherchez des photos/illustrations qui conviennent sur Internet et formulez des slogans courts et percutants.

En concevant votre affiche, soyez attentifs aux points suivants : peu de texte, mais des termes qui interpellent (5-7 mots), que l'on puisse saisir en 2 secondes au maximum ; grands caractères pour garantir une bonne lisibilité ; utilisation de couleurs contrastées.

Les causes humaines des changements climatiques

Le dioxyde de carbone (CO₂) est responsable de plus de la moitié de l'effet de serre causé par l'activité humaine. Les secteurs de l'énergie et de la circulation routière ont des répercussions particulièrement importantes sur le climat. Par la combustion du charbon, du pétrole et du gaz dans les centrales, les chauffages, les voitures et les avions, une quantité importante de CO₂ se répand dans l'atmosphère.

Le défrichage des forêts par brûlis qui produit des terrains affectés à l'élevage des bovins, à la culture du soja ou à la spéculation foncière libère également du CO₂. Des forêts disparaissent, en raison de ces pratiques, alors qu'elles pourraient absorber une partie du dioxyde de carbone.

L'agriculture génère elle aussi des gaz à effet de serre préjudiciables au climat. L'élevage de bovins (digestion) et la culture du riz produisent du méthane, un gaz à effet de serre néfaste pour le climat ; en outre, lors de l'utilisation d'engrais azotés, un gaz particulièrement nocif pour le climat appelé protoxyde d'azote (gaz hilarant) se répand dans l'atmosphère.

Campagne d'affichage : « les causes des changements climatiques »

Lisez le petit texte ci-dessous concernant les causes des changements climatiques dues à l'activité humaine. Cherchez en lien avec les causes énoncées au minimum trois messages clairs et précis pour réaliser une campagne d'affichage. Cherchez sur Internet des illustrations/photos qui conviennent et formulez des slogans courts et percutants. A l'occasion de cette campagne, il s'agit de mettre en évidence les effets négatifs de notre comportement sur le climat de manière ironique et amusante au moyen de messages positifs. Un exemple de campagne de ce type (affiches satiriques) se trouve sous : <https://campaignwatchers.wordpress.com/2012/07/23/campaignwatch-lets-go-public-greenpeace-triezt-seinen-lieblingsfeind-shell-mit-viraler-plakatkampagne/> En concevant votre affiche, soyez attentifs aux points suivants : peu de texte, mais des termes qui interpellent (5-7 mots), que l'on puisse saisir en 2 secondes au maximum ; grands caractères pour garantir une bonne lisibilité ; utilisation de couleurs contrastées.

Les causes humaines des changements climatiques

Le dioxyde de carbone (CO₂) est responsable de plus de la moitié de l'effet de serre causé par l'activité humaine. Les secteurs de l'énergie et de la circulation routière ont des répercussions particulièrement importantes sur le climat. Par la combustion du charbon, du pétrole et du gaz dans les centrales, les chauffages, les voitures et les avions, une quantité importante de CO₂ se répand dans l'atmosphère.

Le défrichage des forêts par brûlis qui produit des terrains affectés à l'élevage des bovins, à la culture du soja ou à la spéculation foncière libère également du CO₂. Des forêts disparaissent, en raison de ces pratiques, alors qu'elles pourraient absorber une partie du dioxyde de carbone.

L'agriculture génère elle aussi des gaz à effet de serre préjudiciables au climat. L'élevage de bovins (digestion) et la culture du riz produisent du méthane, un gaz à effet de serre néfaste pour le climat ; en outre, lors de l'utilisation d'engrais azotés, un gaz particulièrement nocif pour le climat, appelé protoxyde d'azote (gaz hilarant) se répand dans l'atmosphère.