

NOVEMBER / MILJÖ

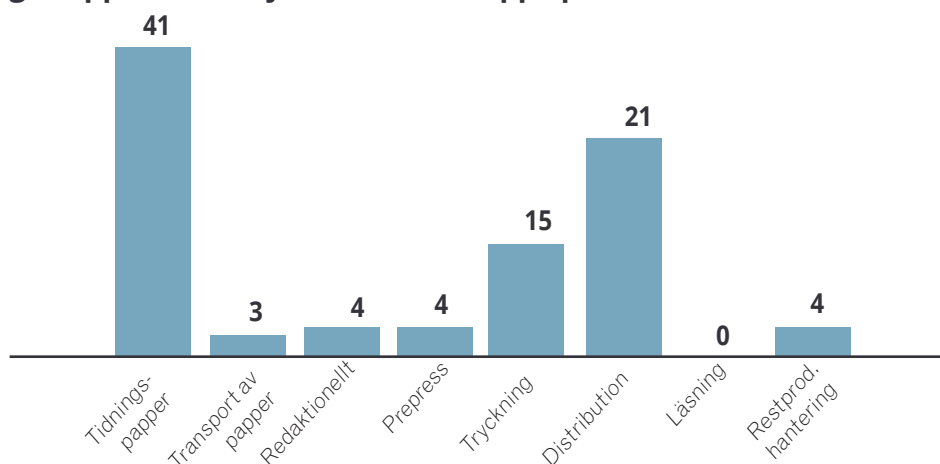
Medie
världen
Premium

Analys/Malin Picha Edwardsson

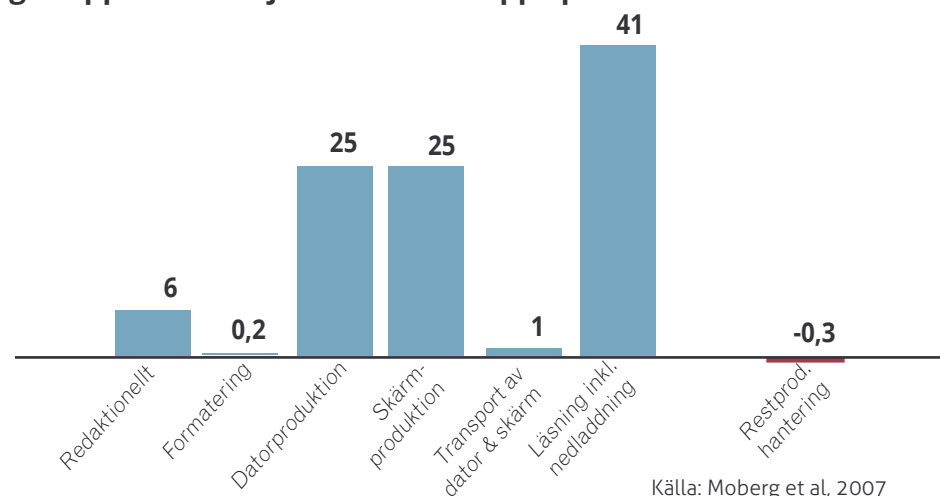
Medieföretagens miljöpåverkan

Ekonomiska intressen styr i allt högre grad medieföretagen och dess strategier. Utvecklingen väntas inte minska framöver. Men vad får det för följder för miljö och hållbarhet i samhället? Och går det att skapa en hållbar mediesektor?

Att läsa en papperstidning ger upphov till följande CO₂-utsläpp i procent:



Att läsa en tidning på nätet ger upphov till följande CO₂-utsläpp i procent:



» Det är lätt att miljö- och hållbarhetsfrågorna kommer i skymundan när vardagen kantas av tankar kring ekonomi och lönsamhet. Men miljöpåverkan från produktion, distribution och konsumtion av medier är betydande i ett globalt perspektiv, och kan vara en avgörande faktor för hur många väljer att konsumera medier, både nu och framöver.

Konsumenterna styrs mer av vad de tror är miljövänligt, än vad de faktiskt vet. De flesta återvinner sina papperstidningar, men tror att en övergång till digital läsning skulle bidra väsentligt till en bättre miljö. Sanningen är den att även digitala medier har en betydande miljöpåverkan – miljöpåverkan från pappersmedier och digitala medier är ungefär likvärdig. Det går dock att göra medieproduktion och konsumtion mer hållbar genom några medvetna åtgärder. Att åtgärderna sedan kan medföra viktiga kostnadsbesparingar för företaget, är ju bara en positiv bieffekt.



MALIN PICHA EDWARDSSON

DOKTORAND

Malin Picha Edwardsson är doktorand i medieteknik vid Kungl. Tekniska Högskolan i Stockholm. Hon disputerar i vår med en avhandling om framtidens medier med särskild inriktning på miljö och hållbarhet. Malin arbetade tidigare som projektledare på TU och projektkommunikatör på Wan- ifra, och dessförinnan som redaktör på ett antal svenska medieföretag. Forskningsprojektet Framtidens medielandskap finansieras av Anderstiftelsen.

Halverat avtryck med förnybar el

Koldioxidavtrycket för en dagstidning är ett drygt ton CO₂ per ton producerad papperstidning. Koldioxidavtrycket för ett tidningsexemplar är 180-210 g CO₂. Det är lika mycket som att köra bil 1,2 kilometer, eller titta på tv i 5-6 timmar. Om man ersatte fossila bränslen med förnybara energikällor, skulle det minska koldioxidavtrycket för en dagstidning med ungefär hälften.

Källa: WAN-IFAR mfl

**Medie
världen
Premium**



För papperstidningen är de viktigaste källorna till klimatpåverkan: produktionen av tidningspapper, distributionen och tryckningen (i den ordningen). För digitalt medieinnehåll är de viktigaste källorna till klimatpåverkan: tillverkningen av datorer, skärmar och annan elektronisk utrustning, samt själva nedladdningen av det digitala innehållet till den elektroniska enheten.

Men klimatpåverkan är inte allt när det gäller miljöpåverkan från digitala medier. Det behövs mineraler när man tillverkar datorer, mineraler som är svåra att få tag på, och där brytningen ofta sker i länder med sociala problem, fattigdom och miljöförstörelse i form av förgiftning av jord och vattendrag.

Datorn, mobilen, surfplattan och andra elektroniska enheter som används för konsumtion av digitalt medieinnehåll har alltså en betydande påverkan på miljön, och den väntas inte minska i framtiden i takt med att utbudet på elektroniska prylar och digitalt innehåll ökar, samtidigt om naturens resurser minskar. Följden blir att det ställs högre krav på oss att producera, distribuera och konsumera digitala medier på ett hållbart sätt.

Följande parametrar är viktiga när man diskuterar mediekonsumtion i förhållande till miljö och hållbarhet i samhället i stort:

- ✳ Hur många elektroniska enheter som används i samhället, och vilken typ det är.
- ✳ Hur ofta de elektroniska enheterna byts ut, i genomsnitt.
- ✳ Miljöpåverkan från energiförbrukning när de elektroniska enheterna används (energieffektivitet).
- ✳ Miljöpåverkan från produktionen av elektroniska enheter.
- ✳ Miljöpåverkan från avfallshanteringen av elektroniska enheter (sker informell återvinning i utvecklingsländer, skickas elektroniken till deponi eller återanvänds avfallet under kontrollerade former?)

Returpapper sparar energi

Pappersfibrer kan återvinnas upp till sju gånger innan det är utslitet även om kvaliteten sjunker för varje gång. Produktion av returfiber ger en energibesparing på 70 procent jämfört med produktion av ny fiber (jungfrufiber).

Varje svenskt hushåll genererar drygt 50 kilo returpapper per år. Över 90 procent av alla tidningar, tidskrifter, kataloger och reklamutskick återvinns. Drygt 1 miljon ton samlas in per år, dessutom är nettoimporten på omkring 200 miljoner ton.

Källa: Naturvårdsverket mfl

★ Hur mycket som konsumeras i samhället i stort.

★ Miljöpåverkan från infrastrukturen som tillgodoser nätverk och liknande delar i IT-användningen med el.

★ Hur mycket resor som sker i samhället i stort, framför allt med bil och flyg.

★ Hur många transporter som sker, framför allt med lastbil och flyg.

★ Miljöpåverkan från tryckta medieprodukter, hela livscykeln från skog, papper, tryck, distribution och återvinning.

★ Mängden tillgänglig information om miljöpåverkan, samt hur korrekt informationen är och i vilken grad som konsumenter och andra aktörer i samhället tar del av informationen.

Sammanfattningsvis är miljöpåverkan från medieproduktion och konsumtion till stor del kopplat till elektroniska enheter, resor, transporter, energi-användning och avfallshantering. Det handlar inte enbart om den totala mängden, utan också om hur enheterna är tillverkade och används, hur resor och transporter går till, vilken typ av energi som används och hur avfallshantering går till. Det är här man kan skapa både miljövinster och ekonomiska besparingar med ökad medvetenhet.

Några generella råd för att skapa hållbar produktion, distribution och konsumtion av medieinnehåll:

Produktion av medieinnehåll:

★ Försök minska antalet resor med bil och flyg. Satsa på Skype-möten, tågresor eller samåkning. En stor utsläppskälla är ledningspersonal som reser till olika typer av möten, inte i första hand reportrarnas arbete på fältet.

★ Finns det enbart miljöbilar i den egna bilpoolen på redaktionen, eller är det dags att skaffa det nu?

★ Se över den elektroniska utrustningen på kontoret. Vilka typer av mobiler och datorer används? Är de energisnåla? Är de miljöcertifierade?

★ Stängs elektroniska enheter som inte används av helt, för att spara ström, eller sätts de i viloläge?

★ Står det gammal elektronisk utrustning och "drällar" på redaktionen, när man skulle kunna skicka den till återvinning eller sälja den i stället?

★ Hur hanteras kasserad elektronisk utrustning? Skrotas den eller återvinns den av specialiserade firmor?



Efterfrågan ökar på jordartsmetaller

Ett antal sällsynta så kallade jordartsmetaller kan bli den begränsande faktorn i IT-industrin. Neodym används till exempel i hårddiskar, erbium ingår i de fiberoptiska system som används i datakommunikation, terbium, europium och yttrium används i många skärmar.

Kina står för den absolut största produktionen av dessa jordartsmetaller. Där finns en tredjedel av världens kända förekomster av dessa. Men exportkvoter och skärpta miljökrav har gjort att priserna stigit.

I takt med att produktionen ökar av bland annat elbilar (varje exemplar kan innehålla upp till 15 kilo jordartsmetaller) och vindkraftverk (ett modernt sådant innehåller upp till 350 kilo jordartsmetaller, främst neodym) kommer efterfrågan att öka och tillgången minska.

Nu håller ett antal gruvor i andra länder på att etableras ibland annat Australien och Östafrika. Förhoppningar finns också om att kunna utvinna dessa metaller ur slagg och skrotsten från redan existerande gruvor.

Källa: Ny Teknik mfl

✳ Hur är det med el i företagets byggnader? Värme och kyla? Har bra miljöval för el gjorts?

✳ Är lamporna tända dygnet runt på redaktionen, eller släcks de ner i de utrymmen som inte används?

✳ Hur är det med resor till och från jobbet? Kan man ytterligare uppmuntra personal som går, cyklar eller tar bussen eller tåget till jobbet? Poängen är att fler ska lämna bilen hemma. Resor till och från jobbet är på många företag den största enskilda utsläppskällan.

Distribution av medieinnehåll:

✳ Se över tidningsbudens bilar – när får vi se enbart miljöbilar för tidningsdistribution?

✳ Om datavolymen för publicerat digital innehåll sänktes, skulle energiförbrukningen i datacentren minska, vilket skulle innebära miljövinster. Hur ser det ut här?

Konsumtion av medieinnehåll:

✳ Pappersåtervinningen är fortsatt viktig, men hur ser det ut för återvinningen av elektroniskrot som man har konsumerat medier på?

✳ Hur mycket energi drar de digitala plattformar som används för mediekonsumtion i hemmen?

✳ Vad vet konsumenterna om hållbara medier? Hur mycket skrivs det i tidningen/pratas i radio och TV/ om hållbarhet och hållbara medier? Vad kan man göra?

Sammanfattning

✳ Det går att göra mycket för att påverka riktningen inom medieindustrin i en mer hållbar riktning. Det handlar både om att se över den interna organisationen och arbetssätten, och att bli ett kunskapscentrum när det gäller media och hållbarhet gentemot mediekonsumenterna. När allmänhetens (och myndigheternas) krav på hållbara medier ökar, är det viktigt att medieföretagen själva har "rent hus".

✳ Som medieföretag och leverantör av medieinnehåll är det också möjligt att ställa krav gentemot elektronikleverantörerna på hållbarare produkter, tjänster och återvinning. Nya tekniska lösningar kan innebära förbättringar när det gäller miljö och hållbarhet, men det kräver kunskap och kritiskt tänkande för att avgöra om man ska ta till sig den nya tekniken eller inte.

✳ Det viktiga är att titta på hela livscykeln av en produkt eller tjänst, och inte en begränsad del. På så vis kan man försöka ligga steget före.

Mer om studien

Forskningsstudien bygger på resultatet från medietrendstudien som Medievärlden Premium presenterade i oktober, men kompletterades med två workshops. Den första workshopen hölls på KTH med en medieforskare, en framtidsstudieforskare, två miljöforskare som arbetar med livscykelanalyser av medier, och en miljöexpert från Ericsson R&D. Den andra workshopen hölls på det grafiska forskningsinstitutet VTT i Finland med en medieexpert från Sanoma, en medieforskare och fyra miljöexperter med särskilt fokus på livscykelanalyser av medieprodukter.