

## Kurzvortrag Modul 8: Klimawandel und Kommunikation

### Folie 2 – Eine Verortung – Von der Umweltkommunikation zur Klimakommunikation

Was ist Klimakommunikation? Um das zu beantworten, ist zunächst eine kurze Verortung der Begriffe sinnvoll. Seit der Konferenz von Rio 1992, hat die Nachhaltigkeitskommunikation den Terminus Umweltkommunikation der 1980er Jahre abgelöst. Denn die Kommunikation über Umweltfragen kann nicht mehr ohne das Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung erfolgen – sprich, ökologische Kernprobleme (Klimawandel oder Bodendegradation, also Verlust an fruchtbarem Boden), ökonomische Kernprobleme (Globalisierung und wachsendes Nord-Süd-Gefälle) sowie soziale Kernprobleme (wachsende Weltbevölkerung, Verstädterungsprozesse, Unterernährung, Wassermangel, Armut). Ein Teil dieser ökologischen Kernprobleme ist der Klimawandel. Damit ist auch die Klimakommunikation ein Teil der Nachhaltigkeitskommunikation und meint weit mehr als Information oder Wissenstransfer. Zwar informiert sie auch im klassischen Sinne der Risikokommunikation über die Entstehung, Kontrolle oder Regulierung zukünftiger und globaler Risiken. Gute Klimakommunikation hingegen möchte wissenschaftlich fundiert und zielgruppenorientiert Lernprozesse anstoßen und so zu entsprechenden Verhaltensweisen führen.

### Folie 3 – Warum eigentlich darüber reden?

Der Systemtheoretiker Niklas Luhmann konstatierte schon 1986 folgendes Zitat über Umweltprobleme (vgl. Folie 3): *„Es mögen Fische sterben oder Menschen, das Baden in Seen und Flüssen mag Krankheiten erzeugen, es mag kein Öl mehr aus den Pumpen kommen und die Durchschnittstemperaturen mögen sinken oder steigen, solange darüber nicht kommuniziert wird, hat dies keine gesellschaftlichen Auswirkungen.“* Luhmann (1986).

Dazu erklärt der Kommunikationstheoretiker Andreas Ziemann 2007 folgendes Zitat (vgl. Folie 3): *„Die Notwendigkeit der Kommunikation liegt in dem (anthropologischen) Umstand begründet, dass jedes Bewusstsein für sich ist, unsere neuropsychologischen, kognitiven und emotionalen Prozesse unbeobachtbar sind und niemand direkt Zugriff auf Gedanken, Einstellungen und Absichten des Anderen hat.“* Ziemann (2007).

Das bedeutet, dass ein Ereignis nur eine gesellschaftliche Relevanz erhält, wenn darüber geredet wird. Somit sind ökologische Kernprobleme nur dann existent, wenn sie kommuniziert werden. Die Klimawandelfolgen entsprechen häufig (noch) nicht dem „eigenen Erleben und individueller Alltagserfahrung – sie müssen (massenmedial) mitgeteilt werden, damit dies gesellschaftlich relevant wird und gesellschaftliche Resonanz bzw. Abhilfe erzeugt.“ „Kommunikation und Medien sind also notwendige Bedingungen des Nachhaltigkeitsdiskurses.“ Die Theorie hinter diesen beiden Zitaten ist die sogenannte systemisch-konstruktivistische Perspektive, die an dieser Stelle aufgrund der Komplexität nur kurz erwähnt werden soll. Die Theorie bietet ein mögliches Erklärungsmuster, warum

Kommunikation für den Nachhaltigkeitsdiskurs notwendig ist. Es sei erwähnt, dass weitere kommunikationstheoretische Perspektiven (Psychologie, Soziologie, Kommunikationswissenschaften, etc.) in der Klimakommunikation eine wichtige Rolle spielen.

#### **Folie 4 – Klimawandel und Emotionen**

Von den großen systemtheoretischen Überlegungen ausgehend, ist aber auch die individuelle Betroffenheit ein entscheidendes Kriterium für eine erfolgreiche Klimakommunikation. Es geht also hierbei um das eigene Erleben oder um Emotionen. Der Klimawandel ist für die meisten Menschen ein wenig emotionales Thema. Das bedeutet, es gibt keine direkte Wahrnehmbarkeit (sehr lange Zeiträume Klima = 30-jähriges Mittel), für viele Menschen besteht bisher (noch) keine direkte Betroffenheit der Klimawandelfolgen und vorhandene „Erfahrungen“ über Naturgefahren verblassen schnell (z.B. Elbeflut 2002, Hitzewelle 2003 und Kyrill 2007). Der Klimawandel wird häufig lediglich als Problem der fernen Zukunft oder ferner Orte wahrgenommen. Aus der Psychologie ist bekannt, dass abstrakte, weit in der Zukunft liegende Risiken geringere emotionale Reaktionen erzeugen, als in der nahen Zukunft liegende Risiken. Bei der Klimakommunikation geht es immer auch um Verhaltensänderungen. Daher sind Emotionen ein wichtiges Thema, um den Klimawandel zu kommunizieren und gesellschaftlich relevant zu machen. Denn Emotionen (Furcht, Hoffnung etc.) sind ein entscheidender „Treibstoff“ menschlichen Verhaltens. Über Emotionen werden im Idealfall Problembewusstsein, Verantwortungsgefühl und Selbstwirksamkeit gefördert und reflektieren somit unser individuelles Handeln.

#### **Folie 5 – Neurowissenschaften: Keine Handlung ohne Emotionen**

„Keine Handlung ohne Emotionen“ sagen die Neurowissenschaften und zeigen auf, dass Emotionen von besonderer Bedeutung in der Kommunikation sind. In der medialen Klimakommunikation kann z.B. die richtige Auswahl von Bildern entscheidend auf das Handeln beitragen. So können Fotos, die Angst- oder Schuldkommunikation zum Ziel haben, Abwehr, Trotz und sogar psychische Belastungen auslösen und sollten eher vermieden werden. Verschiedene Studien legen nahe, dass es eher angenehme Emotionen sind, die zu Klimaschutzhandeln motivieren können. Daher ist es oft besser z.B. über die Fotos eine Hoffnung auf eine gute Zukunft, Freude, Stolz oder Selbstzufriedenheit zu vermitteln.



Quellen:

Michelsen, Gerd; Godemann, Jasmin (2007): Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis. oekom, München.

K3 Kongress 2017 – Keynote: Grothmann, Thorsten (2017): Klimakommunikation handlungsnah – Ergebnisse psychologischer Forschung, Universität Oldenburg.

---

Dieses Modul ist Teil einer digitalen Mustervortragsreihe. Durch das digitale Angebot sind die Akteure in der Lage, die Materialien je nach Bedarf und rund um die Uhr abrufen zu können. Die Materialien können beispielsweise zur Ergänzung von Vorträgen eingesetzt werden oder dienen schlicht der Wissensvermittlung. Die Module können je nach Bedarf, einzeln oder der Reihe nach genutzt werden.

Weitere Module der digitalen Mustervortragsreihe sind Modul 0: „Das Fachzentrum Klimawandel und Anpassung (FZK) stellt sich vor“, Modul 1: „Grundlagen des Klimawandels“, Modul 2: „Beobachtete Klimaänderungen weltweit und in Hessen“, Modul 3: „Projizierte Klimaänderungen weltweit und in Hessen“, Modul 4: „Globale Folgen des Klimawandels“, Modul 5: „Folgen des Klimawandels in Hessen“, Modul 6: „Anpassung an den Klimawandel“ sowie Modul 7: „Folgen und Anpassung im Gesundheitsbereich“. Diese können heruntergeladen werden, unter: <https://www.hlnug.de/themen/klimawandel-und-anpassung/downloads>