

K. Beese, M. Fekkak,
C. Katz, C. Körner,
H. Molitor (Hrsg.)

KLIMZUG 

Anpassung an regionale Klimafolgen kommunizieren

Konzepte, Herausforderungen
und Perspektiven

Klimawandel in Regionen zukunftsfähig gestalten / Band 2



**Karin Beese, Miriam Fekkak, Christine Katz, Claudia Körner,
Heike Molitor (Hrsg.)**

Anpassung an regionale Klimafolgen kommunizieren

Konzepte, Herausforderungen und Perspektiven

ISBN 978-3-86581-474-6

520 Seiten, 16,5 x 23,5 cm, 44,95 Euro

oekom verlag, München 2014

©oekom verlag 2014

www.oekom.de

Beatrice Dernbach

Klimawandel in den Medien

Das schwierige Verhältnis von Wissenschaft und Journalismus

Zusammenfassung

Alle bis dato vorliegenden Studien sind sich einig, dass das Thema Klimawandel spätestens seit den 2000er Jahren von den klassischen Massenmedien verstärkt wahrgenommen wird. Das gilt nicht nur für Deutschland, sondern für die ganze Welt. Das steigert zwar die öffentliche Aufmerksamkeit, funktioniert aber nicht ohne Konflikte. Denn die Funktionen, Strukturen, Rhythmen und Routinen des Wissenschafts- und des Mediensystems sind trotz aller Interpenetrations- und Anpassungstendenzen sehr unterschiedlich. Nach einer Bestandsaufnahme zur Darstellung des Klimawandels in den Medien wird am Ende dieses Beitrags das Potenzial alter und neuer (interaktiver) Kanäle in der Wissenschaftskommunikation erörtert.

1. Die gesellschaftliche Diskussion im Spiegel der Medien

Ein kleiner »Shitstorm« ging 2011 auf die freie Wissenschaftsjournalistin Irene Meichsner nieder. Sie hatte im Jahr 2010 mehrere Beiträge (Meichsner 2010) veröffentlicht, die sich kritisch mit dem UNO-Klimabericht (IPCC-Report) auseinandersetzten. Ihr Hauptvorwurf bezog sich auf die ihrer Ansicht nach unzureichenden Belege über Dürre-Prognosen für Nordafrika. Sie zitierte aus einem Blog des Umweltjournalisten Richard North und einem Artikel in der *Sunday Times* (vgl. Lehmkuhl 2011). Das rief Stefan Rahmstorf auf den Plan, Forscher am Potsdam Institut für Klimafolgenforschung (PIK) sowie Klimaberater der

Bundesregierung. Zwar hatte er schon als Autor an IPCC-Berichten mitgearbeitet, jedoch nicht an dem besagten Kapitel. Er warf der Journalistin vor, unsauber gearbeitet, falsche Behauptungen aufgestellt und aus unlauteren Quellen abgeschrieben zu haben (vgl. Lehmkuhl 2011; Hauschild 2011).

Die Autorin verklagte den Forscher und bekam Recht. Das Gericht sah vor allem aufgrund der Plagiatsvorwürfe die Persönlichkeitsrechte der Journalistin verletzt (vgl. Hauschild 2011). Spätestens damit kam die Sache ins Rollen: Das PIK veröffentlichte eine Stellungnahme auf seiner Website (vgl. PIK 2011/2012), die Zeitschrift der Organisation Wissenschafts-Pressekonferenz – *WPK-Quarterly* – nahm sich ausführlich des Themas an. In Blogs von Wissenschaftler(innen) und Interessensgruppen tobte eine Auseinandersetzung, in der das Verhältnis zwischen Forscher(innen) und Journalist(inn)en thematisiert wurde.

Dies war nicht Stefan Rahmstorfs erste eindrucksvolle Begegnung mit den Medien. In einem Beitrag für die *FAZ* am 31. August 2007 schrieb er: »Schwerer zu verstehen ist aber, dass deutsche Medien immer wieder willfährig die Desinformation verbreiten, die von diesen Gruppen gestreut wird« (Rahmstorf 2007). Der Forscher meinte vor allem, dass Medien Quellen und Interessenvertreter(innen) heranziehen, die in seinen Augen nicht seriös sind.

Warum funktioniert in Fällen wie diesem die Verständigung zwischen Wissenschaftler(inne)n und Journalist(inn)en nicht oder nur sehr schlecht? Systemtheoretisch betrachtet, liegt die Begründung in den unterschiedlichen gesellschaftlichen Funktionen und Leistungen des Wissenschafts- und des Mediensystems. Der Wissenschaft obliegt es, nach Antworten für aktuelle und zukünftige Probleme zu suchen. Medien hingegen beobachten die gesellschaftlichen Teilsysteme und deren Akteure, selektieren und bearbeiten Themen und stellen sie zur Diskussion. Denn Journalismus soll informieren, zur Meinungsbildung beitragen, kritisieren und kontrollieren.

Beide Teilsysteme haben jeweils eigene Methoden, Instrumente, Standards und Routinen zur Erfüllung ihrer Aufgaben entwickelt. Die Logik des jeweils anderen Systems spielt für das Handeln der Akteure in der Wissenschaft bzw. in den Medien keine Rolle, sie wird in keinem Fall berücksichtigt oder gar adaptiert. Die Erwartungen also, dass Klimawissenschaftler(innen) medienaffin sind oder umgekehrt, dass Medien die Botschaften der Klimawissenschaftler(innen) eins zu eins an die Öffentlichkeit tragen, sind nicht erfüllbar und führen bisweilen zu Missverständnissen. Wissenschaftliche Institutionen haben deshalb mittlerweile ihre Öffentlichkeitsarbeit professionalisiert und Wissenschaftskommuni-

nikator(inn)en eingestellt, in den Medien stehen ihnen allerdings relativ wenige spezialisierte Journalist(inn)en für das Themenfeld Wissenschaft gegenüber.

Medien thematisieren Klima und Klimawandel – bearbeiten dieses Feld nach ihren eigenen Routinen, vor allem den so genannten Nachrichtenwerten (vgl. Schulz 1990), wie (geographische und emotionale) Nähe, Negativismus, Kuriosität und Prominenz.

1.1. Die Klimaforschung in den Medien

Seit einigen Jahren analysiert die Kommunikations- und Medienforschung die Darstellung der Klimaforschung in den modernen Massenmedien. Klimawandel ist »eine soziale Konstruktion, die auf naturwissenschaftlichen Daten aufbaut, in bestimmten kommunikativen Formen generiert und verarbeitet wird, primär innerhalb des wissenschaftlichen Feldes, aber auch weit über das wissenschaftliche Feld hinaus« (Lüthje & Neverla 2012, S. 144).

Herausforderung, Chance und zugleich Risiko der Berichterstattung über Klimawandel und Klimaforschung sind deren Komplexität, Uneindeutigkeit und Unbestimmtheit. Der Klimawandel gilt mittlerweile als eine wissenschaftliche Tatsache, auch was dessen (anthropogene) Verursachung betrifft. Die Herausforderungen sowohl der wissenschaftlichen Kommunikation als auch der journalistischen Berichterstattung liegen in der Schwierigkeit, die komplexen Ursachen und Folgen von ihrem Ausmaß her genau beziffern zu können. Endgültig unüberschaubar wird es angesichts der vielen Akteure, der Statements und der vielen Problemlösungsvorschläge. Dass sich die Medien dieses Themas annehmen (müssen), ist einsichtig. Aber die Rolle der Wissenschaftler(innen) in der öffentlichen Diskussion über den Klimawandel ist alles andere als eindeutig. Einerseits sind Forscher(innen), die staatliche Förderung genießen, in Bezug auf die Verwendung der Gelder der Gesellschaft gegenüber rechenschaftspflichtig, und müssen ihre Ergebnisse publizieren. Andererseits liegt darin die Gefahr der Instrumentalisierung wissenschaftlicher Expertise: Forscher(innen) könnten nur noch Themen aufgreifen, die Aufmerksamkeit generieren und damit möglicherweise neue Mittel erbringen (siehe unten). Sie könnten außerdem als Berater(innen) von Politik oder Wirtschaft missbraucht werden. Die Medien wiederum könnten die Expert(inn)en nur dazu benutzen, Schlagzeilen zu liefern. Die Komplexität und Tragweite des Klimawandels werden in dieser Konstellation weitgehend ausgeblendet.

Grundlegend ist, dass der Klimawandel, wie viele Phänomene der Moderne, nicht primär, sondern in erster Linie sekundär über Medien erlebbar ist – auch wenn Menschen denken, ein heißer Sommer sei ein Zeichen der Erderwärmung. Der Fokus des kritischen, hinterfragenden und aufklärerischen Journalismus liegt nicht auf der Dar- oder gar Herstellung von Konsens und Harmonie, sondern auf den Widersprüchen, Ungereimtheiten und Konflikten, die in solchen Themen stecken (= Nachrichtenfaktoren; vgl. Schulz 1990). Gleichwohl sich Klimaforscher(innen) über die Ursachen des Klimawandels mehrheitlich einig sind, wird doch in den Medien oft der Eindruck vermittelt, es gäbe gleichgewichtige Gegenpositionen. Qualitätsmedien zeichnen sich dadurch aus, dass sie derartige Widersprüche und Konfliktlagen darstellen, den Rezipient(innen) die Möglichkeit geben, sich zu informieren und sich eine eigene Meinung zu bilden.

Ein Beispiel: Mitte Dezember 2012 berichtet die *Süddeutsche Zeitung* auf ihrer Wissensseite mit Überschrift »Datenleck beim Weltklimarat? Lobbyisten stellen kommenden IPCC-Bericht ins Netz« (Schrader 2012, S. 24) darüber, dass im Internet ein angeblicher Entwurf des bis dahin noch geheimen Berichts des Weltklimarates kursiert. Ins Netz gestellt haben sollte diese Dokumente ein Kritiker der etablierten Klimaforschung, der US-Amerikaner Alec Rawls. Die Echtheit des Berichts hat der Weltklimarat bestätigt. Problematisch ist dies aus mehrerer Hinsicht: Rawls hatte sich legal beim IPCC als Gutachter angemeldet und damit Zugang zum Berichtsentwurf erhalten. Allerdings unterminierte er durch die unautorisierte Veröffentlichung das Vertrauen in der wissenschaftlichen Gemeinschaft. Zum zweiten zitierte der Amerikaner einen einzigen Aspekt und wertete ihn auf, im Wesentlichen, um seine Skepsis an der etablierten Klimaforschung hervorzuheben: Bisher vernachlässigte Faktoren – beispielsweise kosmische Strahlen – seien die eigentlichen Auslöser der Erderwärmung. Jochen Marotzke, Direktor am Max-Planck-Institut für Meteorologie in Hamburg, sagte der *Süddeutschen Zeitung*, Rawls habe einen Satz aus dem Zusammenhang gerissen und aufgebauscht (ebd.).

Nicht immer werden Dispute aus der Klimaforschung in den Medien derart angemessen und differenziert dargestellt. Robin Avram (2008) hat die Berichterstattung über das Thema Klimawandel vergleichend im *Spiegel* und in der *Zeit* in den Jahren 2006 und 2007 untersucht. Mit einer Diskursanalyse fand er heraus, dass im Gegensatz zur *Zeit* im *Spiegel* ein Deutungswandel stattfand, und zwar von der Katastrophenwarnung zur -entwarnung. Der Klimawandel und

die nationale Klimapolitik wurden somit Neubewertet. Als Gründe vermutet Avram »eine skeptische Haltung gegenüber erneuerbaren Energien und einem Wandel des Lebensstils sowie eine mangelnde kritische Distanz zur Energiewirtschaft« (ebd., S. 106). Möglicherweise habe sich der *Spiegel* durch die skeptische Kommunikation profilieren wollen; er habe damit allerdings seine Glaubwürdigkeit als investigatives Medium riskiert (ebd., S. 108). Diese Strategie der Umbewertung ist offensichtlich für den *Spiegel* kennzeichnend: Noch 1986 lautete der Titel der Ausgabe 33 vom 11. August 1986 »Klima-Katastrophe«, auf dem Titelbild zu sehen ist eine Fotomontage vom Kölner Dom, vom Hochwasser umspült (vgl. Der Spiegel 1986). »Die Symbolik ist eindeutig: Der Untergang des christlichen Abendlandes und seiner Kultur steht bevor« (Grittmann 2012, S. 171). Robin Avram (2008) hat nachgewiesen, dass die Deutung des Problems, die Bewertung und die Lösungsansätze sich im *Spiegel* im Laufe der Jahre und offensichtlich in Abhängigkeit vom zuständigen Personal stark verändern, während sie in der *Zeit* relativ konstant bleiben. Dazu gehört auch, dass im *Spiegel* regelmäßig zur jeweiligen Phase entsprechende Expert(inn)en aufgeboten werden, – beispielsweise in der Phase der Entwarnung der Klimawissenschaftler Hans von Storch –, die so dargestellt werden, als hätten sie einen prägenden Einfluss in der wissenschaftlichen Gemeinschaft.

Nicht nur die Widersprüche machen das Thema Klimawandel attraktiv für Medien. Da das Grundwort »Wandel« hierbei negativ konnotiert ist, erfüllt der darauf fokussierte Sachverhalt weitere wesentliche Nachrichtenfaktoren und überspringt so leicht die Schwelle der Medienaufmerksamkeit. Mit diesen Standards und Routinen versuchen Journalist(inn)en aber auch, einerseits mit der unsicheren wissenschaftlichen Kenntnislage und Folgenabschätzung, andererseits mit ihrer eigenen Unsicherheit umzugehen. Stattdessen suggerieren sie Sicherheit bezüglich wissenschaftlicher Tatsachen und vielleicht noch stärker bezüglich ihrer eigenen Haltung. Markus Maurer (2011) zeigt in einer Analyse der Berichterstattung von *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Bild* und *Spiegel* über die Weltklimakonferenzen zwischen 1979 und 2007, »dass die drei Blätter einheitlich dramatische Folgen des Klimawandels für die Menschheit prognostizierten. Zugleich wurde nur in einer Minderheit der Beiträge deutlich, dass das Eintreten der Folgen ungewiss ist.« (ebd., S. 60)

Journalist(inn)en würden sich nicht von anderen Menschen unterscheiden, auch sie beseitigten Ungewissheit durch Informationsnutzung, »vor allem durch persönliche Kontakte mit Expert(inn)en, durch die Nutzung anderer Medien

und zunehmend durch Recherche im Internet« (ebd., S. 61). Maurer skizziert drei Möglichkeiten, um Ungewissheit deutlich zu machen: eine Situation explizit als ungewiss bezeichnen, sie durch sprachliche Mittel deutlich oder sie indirekt durch abwägende Argumentationen kenntlich machen (ebd., S. 62).

Neben Ungewissheit wird in den Medien auch Nichtwissen (vgl. Nordmann 2012) nicht kommuniziert. Die Klimaforschung kann nicht alle Fragen beantworten, aber was würde passieren, wenn die Wissenschaftler(innen) ins Zentrum ihrer Kommunikation über den Klimawandel das Nichtwissen stellen würden? Was geschähe weiter, wenn Journalist(inn)en die Unsicherheit der Wissenschaft ständig herausgreifen und betonen würden? Würde dies nicht am Ende den Kontrollverlust der Wissenschaftler(innen) bedeuten? Der Hamburger Professor für Klimawandel und Sicherheit, Jürgen Scheffran, formuliert das so:

»Man muss versuchen, eine gewisse Kontrolle auszuüben, aus der Wissenschaft auf die Medien, weil Journalisten nicht für das jeweilige Thema spezialisiert sind. Sie können vielleicht nicht so genau beurteilen, was richtig und falsch ist. Sie haben ihre eigenen Interessen und wollen, dass etwas nach der Eigenlogik der Medien in der Öffentlichkeit erscheint.« (Dernbach 2012, S. 222)

Viele Wissenschaftler(innen) hätten nicht verstanden, wie es funktioniert.

Wäre selbst wenn die Wissenschaftler(innen) dies verstünden ihr Verhältnis zu Journalist(inn)en konfliktärmer (vgl. Peters 2012)? Schließlich lösen sich auch dann die unterschiedlichen Kulturen und die Interessenskonflikte nicht auf. Ein komplexes Thema wie der Klimawandel impliziert immer ein Stück weit Risikokommunikation, in der Wissenschaftler(inn)en häufig die manchmal undankbare Rolle des Erklärers zugewiesen wird. In der medialen Kommunikation sollen sie Ursachen und Wirkungen in maximal eineinhalb Minuten erklären – ein hoch riskantes Unterfangen. Manche Wissenschaftler(innen) haben sich darauf (gut) eingestellt (vgl. Dernbach 2012). Manchem(r) populären Wissenschaftler(in) wird in der Scientific Community mit Skepsis begegnet: Verraten sie am Ende für ein bisschen mediale Aufmerksamkeit die Ernsthaftigkeit der Sache? Prostituierten sie sich gar, um Fördergelder zu gewinnen?

Inwieweit deutsche Klimawissenschaftler(innen) (in einem sehr weiten Verständnis) sich an die Medienroutinen anpassen, also »mediatisiert« sind, hat Mike S. Schäfer mit Kolleg(inn)en (2012) untersucht. Befragt wurden 1130 Wissenschaftler(inn)en mit Bezug zum Klimawandel. Eine der zentralen Fragen war, ob sich die Medien auf die Klimaforscher(innen) einstellen – oder umge-

kehrt? Das Forscher(innen)team fand heraus, dass die intensiven und häufigeren Kontakte sich auf wenige Wissenschaftler(innen) konzentrieren, wobei die Initiative meist von den Journalist(inn)en ausgeht (ebd., S. 240). Jedem/r fünften Wissenschaftler(in) ist ein mögliches Medieninteresse sehr wichtig oder wichtig im Hinblick auf die Entscheidung für ein Forschungsthema oder einen Ort für die Publikation von Ergebnissen (ebd., S. 241 f.). Ein wichtiges Kriterium für die Quantität der Medienkontakte ist die innerwissenschaftliche Position; Auswirkungen haben auch individuelle Erwartungen und Erfahrungen, hier insbesondere positive Reaktionen von Kolleg(inn)en und positive Effekte auf die wissenschaftliche Reputation (ebd., S. 247). Vor allem erfahrene, hochrangige und publikationsstarke Wissenschaftler(innen) haben häufiger Kontakt zu Medien, orientieren sich aber seltener an diesen als weniger erfahrene Wissenschaftler(innen), also der Nachwuchs (ebd., S. 249). Als zentrales Ergebnis formulieren die Medienwissenschaftler(innen) um Mike Schäfer:

»Auch hier zeigt sich, dass die befragten Wissenschaftler bereit sind, sich den (antizipierten) Ansprüchen der Medien bis zu einem gewissen Grad anzupassen. So sind die Befragten weit überwiegend der Meinung, Wissenschaftler sollten eigene Forschungsergebnisse ›in den Medien erklären‹, diese hierbei gegebenenfalls auch ›vereinfachen‹ sowie auf mögliche ›praktische Anwendungen‹ hinweisen.« (ebd., S. 242)

Diese Bereitschaft hat aber Grenzen: Die meisten Befragten finden, dass Wissenschaftler(innen) keine Kompromisse hinsichtlich wissenschaftlicher Standards bei der Zusammenarbeit mit Medien machen dürfen.

1.2. Ein Blick ins Publikum

Hat die Berichterstattung über Klimawandel Effekte auf Wissen, Einstellungen, Meinungen und das Verhalten der Menschen? Diese Frage ist schwer zu untersuchen und soll hier lediglich angerissen werden. Medien wirken nicht in einem eindimensionalen Reiz-Reaktions-Mechanismus, sondern immer im Kontext. Eine wichtige Variable ist die Betroffenheit: Je höher das Involvement, umso größer ist die Möglichkeit der Wirkung. Beim Thema Klimawandel ist somit die Beziehung zwischen Mensch und Umwelt relevant. Umwelt wird an dieser Stelle sowohl als physisch und psychisch erlebbare Welt als auch als sozialer Zusammenhang, als Lebenswelt (vgl. Dernbach 1998) verstanden. Lebenswelt kann als

soziales System konzeptioniert werden, das in besonderem Maße Funktionen übernimmt, wie die Vermittlung von Werten, Normen, Einstellungen, kulturellem Wissen und gesellschaftlichen Sinnbeständen. Zugleich ist es bei der Herstellung eines gesellschaftlichen Konsenses und von sozialem Vertrauen bzw. von sozial Vertrautem bedeutend (ebd., S. 41). Menschen agieren nicht nur in einer, sondern in vielen Lebenswelten, die sich überschneiden. In diese flutet eine bisweilen unüberschaubare Menge an Informationen über soziale Sachverhalte und ökologische Themen (vgl. ebd., S. 104).

Natur und Umwelt werden in den westlichen, hochindustrialisierten Gesellschaften als bedroht und bedrohlich empfunden, was wiederum zu Ängsten führt. Ulrich Beck hat in seinem Buch »Gegengifte« (1988) das Phänomen des »deutschen Angst-Wunders« beschrieben. Angesichts der Diskussionen in Deutschland über den Sauren Regen und das Waldsterben und vielen anderen Katastrophen und Ereignissen, fragt Beck: »Sind sie (die Deutschen; BD) mehr als andere gefährdet? Oder entsteht das Bewusstsein für Naturzerstörungen gerade im Milieu des Reichtums und der Sicherheit?« (ebd., S. 89).

Umweltbewusstsein kann als »erlernte, relativ überdauernde Wahrnehmungsorientierung« einschließlich bestimmter »Reaktions- und Handlungsbereitschaften« (Spada 1990, S. 624) verstanden werden. Sie besteht aus einer kognitiven (Wissen), einer affektiven (Betroffenheit) und einer konativen (Verhalten) Komponente. Es gibt viele Gründe, warum Einstellung und Verhalten scheinbar oder offensichtlich nicht übereinstimmen oder sogar konfliktieren. Gewohnheiten, positive oder negative Anreize, fehlende adäquate Verhaltensmöglichkeiten, Strukturzwänge oder die wahrgenommene Einstellung der Mitmenschen können zum Ignorieren oder gar Verweigern einer eigentlich geforderten Verhaltensweise führen. Starke Einflüsse gehen von Familienmitgliedern, Freund(inn)en, Bekannten, Kolleg(inn)en, Nachbar(inne)n und anderen aus. Schon Studien in den 1980er und 1990er Jahren zeigten, dass die Menschen sich zwar umweltbewusster verhalten als frühere Generationen – was auf einen Anstieg der Verhaltensalternativen, einer Habitualisierung bestimmter Verhaltensweisen oder auch schlicht auf eine verzerrte Wahrnehmung im Hinblick auf soziale Erwünschtheit¹² zurückzuführen ist. Aber der Wille zu umweltpoliti-

¹² So gaben von 1000 Befragten ab 14 Jahren 82 Prozent an, dass sie ihr Verhalten als Verbraucher(innen) im Zuge der Diskussion zum Klimawandel überprüfen (Dialego 2013).

schen Aktionen und die Bereitschaft, zugunsten der Umwelt auf bestimmte Dinge zu verzichten oder gar finanzielle Opfer zu bringen, bewegt sich seit Jahren auf eher niedrigem Niveau. Den Klimawandel beziehen die Menschen in Deutschland noch immer zu wenig auf ihre direkt erfahrbare Lebenswelt, sondern schieben ihn in weite Ferne: 30 bis 50 Prozent der befragten Bundesbürger(innen) glauben, dass ihr Leben vom Klimawandel nicht wesentlich beeinflusst wird¹³.

Dies wird in aktuellen Studien zu Klimawandel und Mediennutzung bestätigt. So haben beispielsweise Dorothee Arlt, Imke Hoppe und Jens Wolling (2010) herausgefunden, »dass die Nutzung informationsbezogener Medienangebote nur dann einen signifikant positiven Einfluss auf klimabezogene Handlungsabsichten im Alltag hat, wenn die Handlung eine kurzfristig wahrnehmbare Wirkung im Sinne eines individuell-ökonomischen Nutzens erwarten lässt oder wenn es um eine gesellschaftspolitische Einflussnahme geht« (ebd., S. 22).

Positive Medieneffekte seien hingegen für dauerhafte und nur langfristig sichtbare Verhaltensänderungen nicht nachweisbar.

Irene Neverla und Monika Taddicken (2011) kommen zu ähnlichen Folgerungen: »Die habituelle Nutzung der Medien versorgt die Nutzer offenbar mit Fakten über den Klimawandel, erreicht sie jedoch nicht emotional. Dies könnte auch erklären, warum die konativen Komponenten, also die Verhaltensabsichten, nicht beeinflusst werden« (ebd., S. 516).

Neverla und Taddicken schreiben im Jahr darauf (2012): »Klimawandel – bzw. globale Erwärmung mit ihren regional differenzierten Folgen – ist als wissenschaftlich generierte Hypothese mit ihren extrem langfristigen und weiträumigen Perspektiven für Menschen nicht wahrnehmbar und in deren Alltagsdenken schlecht integrierbar« (ebd., S. 215; siehe auch Boykoff 2011, S. 164; Lüdecke 2013).

2. Die Chancen und Risiken der Wissenschaftskommunikation

Angesichts der oben skizzierten Erkenntnisse muss überprüft werden, ob die Erwartungen an die mediale Kommunikation über das Wissenschaftsthema

¹³ Siehe auch den Bericht »Umweltbewusstsein in Deutschland 2012« (BMU & UBA 2013).

Klimawandel in Bezug auf Verhaltensänderungen nicht zu hoch sind. Keine Frage, die klassischen Medien sind noch immer als Kanäle attraktiv, um gute Reichweiten zu erzielen und viele Zielgruppen anzusprechen. Die darin liegenden Konfliktpotenziale wurden oben skizziert.

Die Herausforderung für die Wissenschaftskommunikation über Klimawandel liegt nicht zuletzt in der Frage nach der Stärke des Vertrauens in die Lösungskompetenz von Wissenschaft und Forschung. Nur elf Prozent von 1531 Befragten ab 15 Jahren stimmen der Aussage voll und ganz zu, dass Wissenschaft und Technologie jedes Problem lösen können; 74 Prozent widersprechen dieser Annahme (TNS Infratest 2010). In einer anderen Umfrage sind 15 Prozent (von 1000 Personen) der Meinung, dass Wissenschaftler(innen), Politiker(innen) und Medien die negativen Folgen des Klimawandels übertreiben; immerhin 31 Prozent glauben, dass die Befürchtungen realistisch sind und über die Hälfte der Befragten (53 Prozent) ist der Ansicht, dass das heute niemand genau sagen könne (TNS Forschung 2010).

Dieses Vertrauen oder Misstrauen in die wissenschaftliche Bearbeitung des Problems korreliert zum einen mit der eigenen Informiertheit bzw. dem Wissen und zum anderen mit dem Bewusstsein, eigene Versorgungsmaßnahmen treffen zu müssen. Viele Studien zeigen hier eine große Diskrepanz. So fühlen sich laut einer TNS Emnid Studie (2012) zwar 59 Prozent der 2000 Befragten ausreichend informiert über die Risiken, die mit den Folgen des Klimawandels für den Einzelnen verbunden sind, 41 Prozent aber nicht. Insgesamt 58 Prozent denken, dass sie ausreichend persönlich vorgesorgt haben, 42 Prozent glauben dies eher nicht. Auch die Ergebnisse anderer Studien weisen in diese Richtung: Das Wissen über den Klimawandel ist gestiegen, es wird als »das« drängende gesellschaftliche Problem erkannt. Aber das eigene Handeln ist durch eine eher pragmatische Haltung geprägt (vgl. BMU & UBA; Lüdecke 2013). Diese Daten geben nur einen sehr kleinen Einblick in die Konstellation, dass Selbst- und Fremdwahrnehmung divergieren. Hier liegt Potenzial für Kommunikationsprozesse; allerdings ist es nicht trivial, es zu erschließen.

3. Fazit: Klimawandel und Kommunikation 3.0

Der Wissenschaftskommunikation und damit auch der Kommunikation über Klimaforschung und -wandel stehen viele analoge und digitale Medien zur Verfügung, darunter direkte Kommunikationsformen, die Interaktivität ermögli-

chen (Internet, Blogs, Foren etc.) und über die besonders spezifische Zielgruppen (vor allem Kinder und Jugendliche) erreicht werden können. Zwar gehört der(die) bloggende (Klima-)Wissenschaftler(in) noch einer Minderheit an (vgl. Fischer 2012; Scheloske 2012), aber die Tools des Internets werden von einigen Akteuren bereits aktiv genutzt, um beispielsweise Podcasts zu produzieren (vgl. Kube 2012) oder 3D-Welten zu gestalten (vgl. Mersch 2012). Nicht zuletzt basieren viele Schüler(innen)-Projekte auf der Basis der digitalen Medientechnologien (vgl. Dengg & Wilms 2012; Hasselmann & Bach 2012).

Wie muss Kommunikation über Klimawandel in Zukunft gestaltet werden, damit sie glaubwürdig informiert, aufklärt, Diskurse anregt? Und was bedeutet dies wiederum für das Verhältnis zwischen Wissenschaftler(innen) und Journalist(inn)en? Klimawissenschaftler(innen) sind die Akteure mit der größten Expertise, die sich deshalb verstärkt aktiv und direkt in die öffentliche Diskussion einbringen, sich klarer positionieren müssen. Sie sollten das Problem des Klimawandels beschreiben, analysieren und Lösungsvorschläge erarbeiten. Das tun sie auf der Basis wissenschaftlichen Wissens und langjähriger Forschung. Ihre Erkenntnisse vermitteln sie in die politische, ökonomische und mediale Arena. Sie sollten dabei verdeutlichen, dass es einen Konsens darüber gibt, dass der Klimawandel kommt, dass er stark vom Menschen verursacht ist und dass seine (negativen) Folgen wiederum nur vom Menschen beeinflusst werden können.

Intermediäre in diesem Prozess der öffentlichen Kommunikation sind die Wissenschaftskommunikator(inn)en (z.B. Pressesprecher(innen) der Forschungsinstitute) (vgl. von Aretin 2012) und die (Wissenschafts-)Journalist(inn)en (vgl. Heißmann 2012). Diese verfügen idealerweise über eine hohe journalistische Kompetenz sowie, im Hinblick auf ihre Zielgruppen, eine hohe Vermittlungskompetenz. Im Sinne einer professionellen Berichterstattung – die moderiert, aufklärt, untersucht, nachfragt und nachhakt – wäre zu fordern, dass sich professionelle Journalist(inn)en sachlich mit dem Klimawandel auseinandersetzen.

Den Wissenschaftler(inn)en, Wissenschaftskommunikator(inn)en und Wissenschaftsjournalist(inn)en sind damit unterschiedliche Funktionen zugewiesen, die sie wahrnehmen müssen, da diese für eine demokratische Gemeinschaft existenziell sind. Die funktional-strukturelle Differenzierung darf jedoch nicht dazu führen, dass Wissenschaftler(innen) (wie im Falle Rahmstorf) Journalist(inn)en Kompetenzen absprechen, und diese ihrerseits in wissenschaftlichen Themen ausschließlich das Skandalpotenzial erschließen. Nicht der Kuschelfak-

tor zwischen den Berufsgruppen muss ansteigen, sondern der Respekt vor den und das Vertrauen in die jeweiligen Kompetenzen. Alle Beteiligten müssen dafür jeweils die professionellen Grundlagen bilden, beispielsweise auf der Basis einer profunden akademischen und praktischen Ausbildung.

Mindestens ebenso wichtig ist, dass die genannten Berufsgruppen die bis da-
to sehr große Distanz in ihrer Kommunikation zu ihren jeweiligen Zielgruppen aufheben. Klima-Wissenschaftler(innen) forschen weder nur für sich selbst im Elfenbeinturm, noch für die davor stehende Gesellschaft, sondern als Teil dieser Gesellschaft. Journalist(inn)en berichten nicht nur für sich selbst oder für ihr Medium über den Klimawandel und die Klimaforschung. Sie sind ebenso Teil der Gesellschaft, die das Klima beeinflusst und ihr Verhältnis dazu ändern muss.

Literatur

- Arlt, Dorothee; Hoppe, Imke; Wolling, Jens (2010): Klimawandel und Mediennutzung. Wirkungen auf Problembewusstsein und Handlungsabsichten. In: Medien und Kommunikationswissenschaft. Heft 1, S. 3-25.
- Avram, Robin (2008): Der Klimawandel im Spiegel der Zeit – Eine vergleichende Diskursanalyse. Diplomarbeit, Bremen/Norderstedt: GRIN.
- Beck, Ulrich (1988): Gegengifte. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- BMU (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit); UBA (Umweltbundesamt) (2013): Umweltbewusstsein in Deutschland 2012. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage.
[www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/publikation/long/4396.pdf; 03.10.2013].
- Boykoff, Maxwell T. (2011): Who Speaks for the Climate? Making Sense of Media Reporting on Climate Change. Cambridge: University Press.
- Dengg, Joachim; Wilms, Mareike (2012): SFB Outreach – Schülervideos zu Meereswissenschaften. In: Dernbach, Beatrice; Kleinert, Christian; Münder, Herbert (Hrsg.). Handbuch Wissenschaftskommunikation. Wiesbaden: Springer VS, S. 191-196.
- Dernbach, Beatrice (1998): Public Relations für Abfall. Ökologie als Thema öffentlicher Kommunikation. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Dernbach, Beatrice (Hrsg.) (2012): Vom Elfenbeinturm ins Rampenlicht. Prominente Wissenschaftler in populären Massenmedien. Wiesbaden: Springer VS.
- Der Spiegel (Hrsg.) (1986): Die Klima-Katastrophe. Heft 33/1986.
[www.spiegel.de/spiegel/print/d-13519133.html; 03.10.2013].