

Voices for Climate: Veranstaltung 5.1.2026

Informationen: Wissen als Bürde? Der Balanceakt des Informiertseins über die Klimakrise und seine Konsequenzen

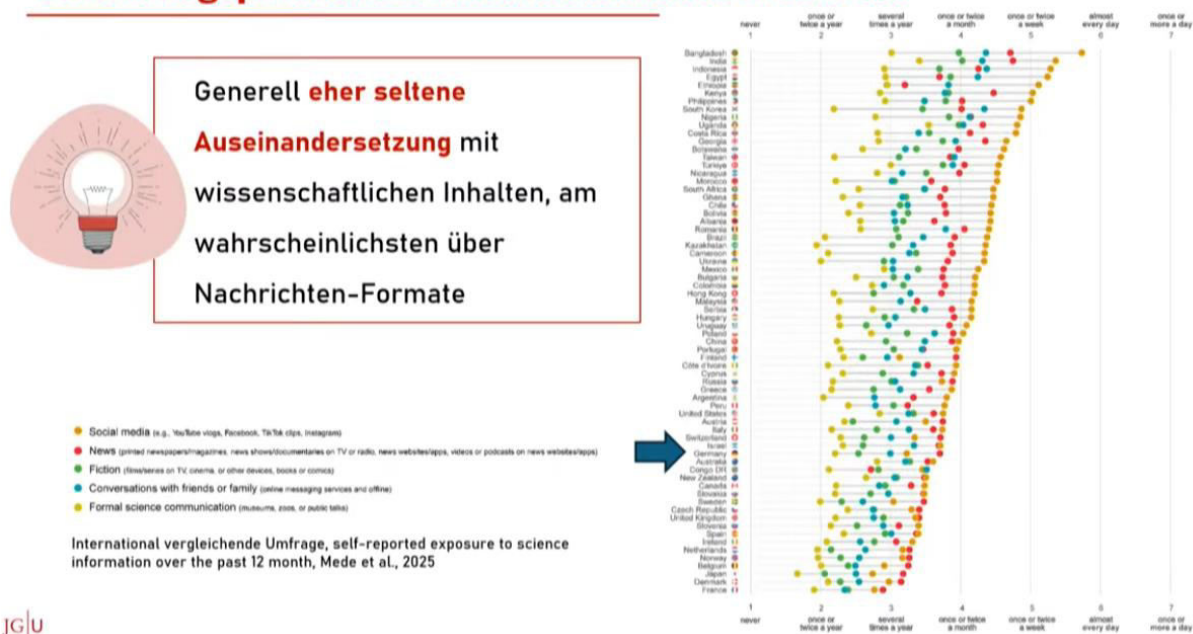
Prof. Dr. Elena Link (Institut für Publizistik, JGU)

Es gibt eine Tendenz des **Nicht-Informiertsein-Wollens**, um sich (ein bisschen) besser zu fühlen. Beim Klimawandel doppelter Druck in diese Richtung: inhaltlich komplex (erfordert Zeit & aktive Arbeit) und emotional belastend (Bedrohungsbotschaften). Und drittens: Langzeit-Effekt, also zeitweise - etwa in Wintermonaten - nicht unmittelbar im Alltag erlebbar. Dem gegenüber steht der normative Selbstanspruch, informiert zu sein ----> wie ausgeprägt ist der individuell?

Daraus resultiert die Risikowahrnehmung (wie gefährdet bin ich?) und auch die Selbstwirksamkeit (was kann ich dagegen tun?). Das beeinflusst unsere Handlungsbereitschaft, unser Verhalten, unsere Akzeptanz für (ggf. lästige) Maßnahmen bis hin zu eigener politischer Aktivität (Unterschriften, ...). Die beiden Extreme: zielgerichtetes Suchen und zielgerichtetes Vermeiden von Informationen - und es gibt viele Mischformen dazwischen. Beide Extreme können der Bewältigung von Unsicherheiten (auch emot. Belastungen) dienen.

Die Fülle an Informationen insgesamt (nicht nur zum Thema Klima) erzwingt allerdings auch eine **selektive Auswahl** (und auch: Verarbeitung) des "Angebots" (übrigens: auch bei der Qualität der Informationen). Referentin gibt *eine merkwürdige (euphemistische) Definition* von "kognitiver Dissonanz". Unter "Reaktanz" versteht sie die Abwehr unerwünschter Verhaltensänderungen durch Info-Vermeidung.

Berührungspunkte mit wissenschaftlichen Inhalten



Mit **wissenschaftlichen Erkenntnissen** kommt der Durchschnittsdeutsche (nach einer 68-Länder-Studie von 2025) etwa 1-2 mal im Monat in Kontakt [*erscheint mir zu niedrig; weil vermutl. das Zitieren wiss. Fakten in Nachrichten & Zeitungsartikeln unterschätzt wird, ergibt sich ein falsches Bild*]. Weiteres (überraschendes?) Ergebnis: in D erreicht man die Leute bei wiss. Facts eher über klassische Medien als über Social Media (Abfrage im Auditorium: Periodika [inkl. ihrer Websites] 83%, Social Media & Fernsehen je 68%; allg. Internet & Bücher wurden nicht abgefragt.)

Häufigkeit des Informierens über Klimawandel: 40% häufig, 25% mittel, 35% selten
Eine Analyse von Google-Zugriffen zeigt einen relativ konstanten Level mit kleinen Peaks bei Events, z.B. Fernsehinformationen zu Hitzetoten [*unklar, welche Schlagwörter den Klima-Bezug bei den Abfragen definieren*].

Einstellungen der Bevölkerung zur Klima-Situation: a) 24% Alarmierte, b) 28% Vorsichtige, c) 10% Zweifler, d) 18% besorgte Aktivisten, e) 20% Desinteressierte.

a) größte Besorgnis, auch zu anderen Umwelt-Themen; Bereitschaft zu persönl. Verhaltensanpassung; polit. aktiv in Energiefragen; Personen: mittleres Alter, geschlechtsunspezifisch, Einkommen & Bildung mittel; Infos über Fernsehen; Kommunikation im Freundskreis.

d) noch intensiver auf Klima und Betätigung fokussiert; etwas jünger, höhergebildet, höheres Einkommen; vielfältige Informationsbeschaffung

b) zwar Sorge, aber keine Verhaltensanpassung (ökolog. Konservatismus, also: nicht das Öko-System bewahren, sondern seine Ausbeutung); haben Kinder ----->Verantwortungslücke; kaum Information, schon gar keine "Bemühungen"

e) Sorge für Klima, nicht für Umwelt; kaum Engagement; niedriges Bildungsniveau (hohe Arbeitslosigkeit), kaum Infos

c) unbesorgte Leugner; kein Engagement; extrem "konservativ" (---->Rechtsextremisten)
[Erhebung schon **10 Jahre alt**, wahrsch. nicht mehr aktuell]

Wahrgenommenes Informationsdefizit

Subjektive Informationsnorm

Fähigkeiten und Überzeugungen bezüglich relevanter Kanäle

Risikowahrnehmung

Affektive Reaktionen

Links stehen die Determinanten für die individuelle Entscheidung, ob man Infos sucht oder vermeidet. Wichtigste Antriebskraft ist die - ggf. durch "mein" Milieu beeinflusste - subj. Norm. Die relevanten Kanäle sind eine Sache des sozialen Vertrauens. Die Aff. Reaktionen hängen ab von klimabezogenen Sorgen, Selbstwirksamkeit und sonstigen Einstellungen.

2022 vermeidet (nach eigenen Angaben) "nur" ein Viertel der Bevölkerung häufig / sehr häufig die Klima-Informationen (das Auditorium hat 64% geschätzt und liegt vermutlich derzeit näher an der Realität).

Gründe für die Vermeidung: "Stimmungsregulierung"; persönliche Handlungshilflosigkeit (*als bequeme Ausrede?* Fatalismus?); Risiko-Unterschätzung; Komplexitätsvermeidung, insbes. wenn das Umfeld das auch tut; Kritik an Info-Quellen (*aber: wie fundiert ist diese?*).

Etwa ein Drittel "ist es leid, vom Klima zu hören" (Klimamüdigkeit). [*Aber: das kann untersch. Gründe haben, z.B. die ignorante Haltung von Politik, Wirtschaft & Gesellschaft*]

Implikationen: Hilfsangebote für Bevölkerung müssen Medienkompetenz, Beurteilungsfähigkeit, Qualitätsanspruch und Resilienz stärken. Medien müssen Zielgruppen ansprechen, vielleicht mit jeweils angepasster Botschaftsstrategie, Vertrauen bilden durch Qualität, Sichtbarkeit und Auffindbarkeit sicherstellen. Die Wissenschaft braucht ein besseres Verständnis für die individuellen und gesellschaftlichen Konsequenzen ihrer Botschaften und die Entwicklung von Unterstützungsangeboten.

Fragen:

Nur ähnliche Nachrichten zu vermehren, bringt keine zusätzlichen Kenntnisse und fördert die "Klimamüdigkeit". Man braucht "maßgeschneiderte" Kommunikationslösungen. Die Frage, wie die 5 "Einstellungstypen" im Bundestag verteilt sind, wurde nicht beantwortet. Es gibt auch keinen Fragebogen, mit dem man die eigene Einstufung herausfinden könnte. Nur

zahme Kritik an den gezielt "desorientierenden" Medien. Sie setzt Hoffnung in die "vielen kleinen Leuchtfeuer" in den Sozialen Medien (Podcasts usw.). Persönliche Ansprache sollte immer so sein, dass sie die vielleicht vorhandene Psychische Belastung nicht verstärkt (*kann man auf der persönlichen Ebene auch eher tun als auf der pauschal-gesellschaftlichen*).