

Medienaufmerksamkeit für den Klimawandel

Fenja De Silva-Schmidt

Schmidt, Andreas, Ivanova, Ana & Mike S. Schäfer (2013): *Media Attention for Climate Change around the World. A Comparative Analysis of Newspaper Coverage in 27 Countries*. *Global Environmental Change* 23(5): 1233-1248.

Schäfer, Mike S., Ivanova, Ana, & Andreas Schmidt (2013): *What Drives Media Attention for Climate Change? Explaining Issue Attention in Australian, German and Indian Print Media from 1996 to 2010*. *International Communication Gazette* 76(2): 152-176.

In den beiden empirischen Artikeln beschreibt das kommunikationswissenschaftliche Autor*innenteam, wie sich die mediale Aufmerksamkeit für das Thema Klimawandel im Zeitraum von 1996 bis 2010 entwickelt hat. Zudem untersuchen sie in ihrer ländervergleichenden Längsschnittanalyse, welche Faktoren sich auf diese Medienaufmerksamkeit – im Englischen als »issue attention« bezeichnet – auswirken. Sie zeigen, dass sowohl nationale Eigenschaften wie die Abhängigkeit von fossilen Energieträgern als auch gesellschaftliche Aktivitäten und Ereignisse beeinflussen, mit welcher Intensität die Medien über den Klimawandel berichten.

Damit gehören die Studien ins breite Feld der Medieninhaltsanalysen zum Thema Klimawandel. Beschreibungen zu Verläufen der Medienaufmerksamkeit stammen ursprünglich aus dem Gebiet der politischen Kommunikationsforschung, angelehnt an Untersuchungen zu gesellschaftlicher Aufmerksamkeit für Themen und Politikzyklen. Sie schließen an Studien an, die bereits gezeigt haben, dass in der medialen Berichterstattung Themen allgemein, insbesondere jedoch Umweltthemen oft ein Auf und Ab der öffentlichen Aufmerksamkeit erleben – ein Phänomen, das als »Issue Attention Cycles« bezeichnet wird (Downs 1972). Ein Thema oder Problem durchläuft mehrere typische Phasen, in denen es erst in den Fokus der Aufmerksamkeit rückt, bevor es wieder zum Randthema wird – etwa wenn die Öffentlichkeit realisiert, dass eine Lösung nicht einfach und kurzfristig erreichbar ist, oder sich politische und soziale Rahmenbedingungen ändern (Ungar 2014; → Ungar 1992). Allerdings war nicht klar, inwiefern dieses Muster themen-, länder- und kulturübergreifend oder vor allem für englischsprachige Länder gilt (Brossard et al. 2004).

Schmidt et al. (2013) beschreiben in einem ersten Schritt, wie sich die mediale Themenaufmerksamkeit für den Klimawandel in verschiedenen Ländern weltweit über den Untersuchungszeitraum hinweg entwickelt hat. Für ihre Analysen hat das Autor*innenteam zunächst mit einer automatisierten Suche in führenden Tageszeitungen der 27 untersuchten Länder die relative Medienaufmerksamkeit für das Thema Klimawandel bestimmt. Dazu werden die Befunde in einer ganzseitigen Grafik zusammengefasst, die die Aufmerksamkeitskurven für alle Länder einzeln darstellt. Zudem werden die Ergebnisse der einzelnen Länder miteinander verglichen. In einem zweiten, erklärenden Schritt untersuchen die Autoren, ob sich die unterschiedliche mediale Aufmerksamkeit durch drei länderspezifische Eigenschaften auf der nationalen Ebene – das Ausmaß der erwarteten Klimawandelfolgen für das Land, die Verantwortung zur Emissionsreduktion gemäß dem Kyoto-Protokoll und die Abhängigkeit von fossilen Energieträgern – erklären lässt. Dabei gehen sie noch nicht auf Ereignisse im Zeitverlauf und Auslöser für intensivierte Berichterstattung ein; die Länder werden zunächst nur in Beziehung zueinander gesetzt.

Die Analyse ergibt, dass das Ausmaß der Berichterstattung über den Klimawandel in absoluten Zahlen im Untersuchungszeitraum in allen Ländern zugenommen hat. Allerdings zeigen sich sowohl im prozentualen Anteil der Klima-Artikel an der Gesamt-Berichterstattung als auch im Anstieg große Unterschiede zwischen den Ländern.

In Ländern mit einer großen Abhängigkeit von fossilen Energieträgern, die sich zudem im Kyoto-Protokoll zu Reduktionen verpflichtet haben (sogenannte »Annex B countries«), ist die Medienaufmerksamkeit besonders hoch – beispielhaft dafür sind in der Stichprobe Australien und Großbritannien. Medien in Ländern, die die negativen Folgen des Klimawandels im Vergleich besonders stark spüren werden (gemessen durch den Climate Risk Index und den Climate Vulnerability Monitor), etwa Namibia und Indien, berichten entgegen der ursprünglichen Annahmen der Autoren nicht unbedingt mehr über den Klimawandel als andere; eine höhere Medienaufmerksamkeit für das Thema Klimawandel hängt also nicht direkt mit der Vulnerabilität eines Landes zusammen. Vermutlich liegt dies jedoch auch daran, dass es sich bei diesen Ländern häufig um Entwicklungsländer handelt, in denen wenig Ressourcen für Umweltjournalismus und die Berichterstattung von internationalen Konferenzen zur Verfügung stehen (Schmidt et al. 2013: 1243).

Während Schmidt et al. (2013) also Unterschiede in der relativen Medienaufmerksamkeit beschreiben und mit nationalen Eigenschaften erklären, widmet sich der zweite Artikel des Autor*innenteams der Erklärung von Höhepunkten der Medienaufmerksamkeit im Zeitverlauf. Schäfer et al. (2013) untersuchen darin, an Schmidt et al. (2013) anschließend, die Berichterstattung in Australien, Deutschland und Indien genauer. Mit dieser Konzentration auf drei Länder, die sich sowohl in ihren Verpflichtungen zur Emissionsreduktion als auch in ihrer Vulnerabilität unterscheiden, führen sie eine tiefergehende Analyse der Zusammenhänge im Zeitverlauf durch, wobei das Ziel ist, die »Peaks«, also die Höhepunkte der Themenaufmerksamkeit, zu erklären. Das dafür aufgestellte explanatorische Modell entspringt einer konzeptionellen Anbindung an die Agenda-Setting-Theorie und politikwissenschaftliche Theorien. Mögliche Auslöser werden den drei zentralen Dimensionen *Problemindikatoren* – also zum Beispiel Temperaturwerte und Extremwetterereignisse –, *fokussierende Events* wie Klimakonferenzen

und *gesellschaftliche Diskussionen* (»Feedback«) zugeordnet (154f.). In einer Zeitreihenanalyse berechnen die Autor*innen dann die Einflüsse von verschiedenen Ereignissen und Diskussionen auf die relative Medienaufmerksamkeit für das Thema Klimawandel in den untersuchten Ländern.

Zur Erklärung der »Peaks« zeigt das Autorenteam, dass die Problemindikatoren, also Wetter und Klimacharakteristika, in zwei der drei untersuchten Länder keine wichtigen Treiber für Medienaufmerksamkeit sind – die Ausnahme ist Deutschland, wo im Untersuchungszeitraum unter anderem die »Jahrhundertflut« der Elbe für eine verstärkte Themenaufmerksamkeit geführt hat.

Hingegen haben gesellschaftliche Aktivitäten und Ereignisse in allen untersuchten Ländern einen starken Einfluss auf die Themenaufmerksamkeit. Insbesondere internationale Klimakonferenzen fungieren als fokussierende Events; auch öffentlichkeitswirksame Initiativen internationaler Nichtregierungsorganisationen geben durch ihr gesellschaftliches Feedback Anlass zur Berichterstattung. Im Gegensatz zu den beiden westlichen Ländern sind in Indien nur internationale Faktoren wie die jährlichen Klimakonferenzen sowie Aktivitäten globaler ENGOs relevante Treiber der Aufmerksamkeit; inländische Themen kommen seltener vor.

Zum Entstehungszeitpunkt dieser Rezension ist der ländervergleichende Artikel von Schmidt et al. (2013) laut Google Scholar etwa sechshundert Mal zitiert worden (Stand November 2021) – viele dieser Publikationen nehmen jeweils auf eins oder einige der untersuchten Länder Bezug. Der Artikel zur Erklärung der »Peaks« von Schäfer et al. (2013) kommt nur auf ein Drittel an Zitationen.

Eine Vielzahl von Medieninhaltsanalysen befasst sich inzwischen mit dem Thema Klimawandel, viele davon mit der Aufmerksamkeit für das Thema in bestimmten Medien oder mit der Aufmerksamkeit für bestimmte Aspekte des Themas. In einem systematischen Review kommen Schäfer und Schlichting (2014) zu dem Fazit, dass sich die Forschung in diesem Bereich noch immer stark auf westliche Industrienationen und Printmedien konzentriert, auch wenn mehr Länder und Medientypen mit mehr verschiedenen Methoden untersucht werden als früher.

Die vorliegenden Artikel haben in großem Maß dazu beigetragen, den Fokus der Inhaltsanalysen zu Klimawandel über europäische und nordamerikanische, »westliche« Länder hinaus zu erweitern. Nach einer ausführlichen Aufarbeitung der bisherigen Studien zeigen sie eine erste wirklich länderübergreifende komparative Analyse, die zudem einen großen Zeitraum abdeckt – wie Tabelle 1 aus Schmidt et al. (2013) zusammenfasst, wurden vorher fast nur Einzeluntersuchungen veröffentlicht. Ein weiteres, methodisches Verdienst ist, dass das Autorenteam die Medienaufmerksamkeit nicht nur misst, sondern auch in Relation zur Gesamtzahl aller veröffentlichten Artikel setzt – erst dieser Schritt ermöglicht einen validen internationalen und intermedialen Vergleich.

Seit der Veröffentlichung der beiden Artikel hat sich, unter anderem durch die kontinuierliche Beobachtung der Berichterstattung in Form mehrerer »Medien-Monitore« (z.B. der *Media and Climate Change Observatory* der University of Colorado Boulder oder der *Online Media Monitor* der Universität Hamburg) gezeigt, dass sich der Trend des stetigen Anstiegs der medialen Aufmerksamkeit für den Klimawandel nicht fortgesetzt hat. Nach der gescheiterten Konferenz von Kopenhagen Ende 2009 gab es einen starken Einbruch (ca. von 2010 bis 2015), was zur Erwartung aus der Theorie der *issue attention*

cycles passt. Einen neuen Auftrieb erhielt das Thema erst mit dem Abschluss des Pariser Klimaabkommens, mehreren Dürresommern in Europa und dem Beginn der Klimaproteste von *Fridays for Future* (Mahl et al. 2020).

Nachfolgende Studien im Bereich der Klimakommunikation haben sich in methodischer Hinsicht zunehmend auf die Analyse vergleichbar großer Datenmengen – das finale Sample von Schmidt et al. (2013) umfasst 152.125 Artikel – und die Entwicklung verbesserter Suchstrategien zur Sample-Bildung konzentriert, was zum Zeitpunkt der vorgestellten Studie des Autorenteams noch weit weniger verbreitet war. Dabei ist bereits hier ein sorgsam entwickelter und transparent beschriebener ›search string‹ in acht Sprachen zum Einsatz gekommen, mit dem in den Datenbanken nach relevanten Artikeln gesucht wurde – ebenfalls eine beachtliche Leistung. Inwiefern ein solch komplexer Suchstring (deutlich) besser funktioniert als die Verwendung einfacherer Suchwörter, ist jedoch umstritten. Studien zur Validierung ergaben hier unterschiedliche Ergebnisse (Lacy et al. 2015). Neuere *big data studies* verwenden automatisierte Methoden neben der Stichprobenziehung auch für Inhaltsanalysen, etwa zu Themen der Berichterstattung (z.B. in Form des *Topic Modeling*) oder dem Tonfall (*sentiment analysis*).

Methodisch lässt sich an den Artikeln wenig kritisieren, lediglich die identifizierten Unterschiede der Länder(typen) im Artikel von Schmidt et al. (2013) hätten zusätzlich auf Signifikanz überprüft werden sollen. Da es sich um Mittelwertvergleiche handelt (z.B. zwischen Annex B-Staaten und anderen), wäre hierfür ein t-Test zusätzlich zur reinen Deskription ausreichend gewesen.

Interessant wäre zudem gewesen, inwiefern die Aufmerksamkeit für das Thema Klimawandel mit der Aufmerksamkeit für andere Themen zusammenhängt (Ungar 2014). So hat beispielsweise eine Langzeitstudie zur Aufmerksamkeit für Umweltthemen in den Fernsehnachrichten gezeigt, dass diese insbesondere in Krisenzeiten von wirtschaftlichen Nachrichten und der Berichterstattung über bewaffnete Konflikte verdrängt werden (Djerf-Pierre 2012).

Dabei ist Medienberichterstattung über den Klimawandel grundlegend, um einerseits eine Diskursarena für verschiedene Akteure aus Wissenschaft, Politik und Gesellschaft zu bieten, in denen sie das Thema verhandeln können, und andererseits um dessen Bedeutung zu beschreiben. Allerdings kann eine (dauerhaft) hohe Medienaufmerksamkeit auch Risiken mit sich bringen, etwa das Gefühl der Übersättigung beim Publikum (vgl. → Weingart et al. 2000). Kommunikationswissenschaftliche Beschreibungen der Medienaufmerksamkeit und der Publikumswahrnehmung des Klimawandels (vgl. → Mediennutzung und -wirkung) können wichtige Einblicke geben, wie das Thema Klimawandel in den Medien und der Gesellschaft kommuniziert und erlebt wird. Wie die Agenda-Setting-Theorie (einen Überblick gibt Maurer 2017) beschreibt, besteht zwischen Medienagenda und Publikumsagenda eine sehr hohe positive Korrelation – das heißt, Themen mit hoher Medienaufmerksamkeit sind also in der Regel auch diejenigen, die das Publikum aktuell für relevant und diskussionswürdig erachtet. Daher ist Forschung zur Medienaufmerksamkeit für den Klimawandel weiterhin von hoher Relevanz – insbesondere, wenn sie wie die vorgestellten Studien langfristige Vergleiche erlaubt und dahinterstehende Zusammenhänge erklären kann.

Literaturverzeichnis

- Brossard, Dominique, Shanahan, James & Katherine McComas (2004): Are Issue-Cycles Culturally Constructed? A Comparison of French and American Coverage of Global Climate Change. *Mass Communication & Society* 7(3): 359-377. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0703_6
- Djerf-Pierre, Monika (2012): The Crowding-out Effect. Issue Dynamics and Attention to Environmental Issues in Television News Reporting over 30 Years. *Journalism Studies* 13(4): 499-516. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2011.650924>
- Downs, Anthony (1972): Up and Down with Ecology. *The Issue-Attention Cycle*. *The Public Interest* 28: 38-51.
- Lacy, Stephen, Watson, Brendan R., Riffe, Daniel & Jennette Lovejoy (2015): Issues and Best Practices in Content Analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 92(4): 791-811. <https://doi.org/10.1177/1077699015607338>
- Mahl, Daniela, Brüggemann, Michael, Guenther, Lars & Fenja De Silva-Schmidt (2020): Public Opinion at a Tipping Point. Germany's Path to Engaging with Climate Protection. Universität Hamburg (Down to Earth Working Paper). <https://doi.org/10.25592/uhhfdm.850>
- Maurer, Marcus (2017): *Agenda-Setting*. 2., aktualisierte Aufl. Baden-Baden: Nomos.
- Schäfer, Mike S. & Inga Schlichting (2014): Media Representations of Climate Change: A Meta-analysis of the Research Field. *Environmental Communication* 8(2): 142-160. <https://doi.org/10.1080/17524032.2014.914050>
- Ungar, Sheldon (2014): Media Context and Reporting Opportunities on Climate Change: 2012 versus 1988. *Environmental Communication* 8(2): 233-248. <https://doi.org/10.1080/17524032.2014.907193>

