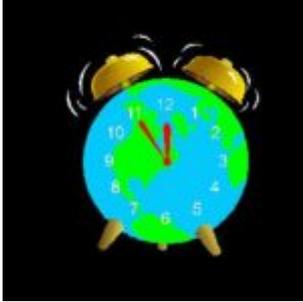


# Warum die Rhetorik des Klimawandels gleichzeitig erfolgreich ist und fehl schlägt



Was könnte getan werden? Eine zunehmend verbreitetes Argument, unterstützt sowohl durch Intuition und sozialwissenschaftliche Forschung, ist, dass die Rhetorik hervorheben sollte, wie der Klimawandel das Leben der Amerikaner persönlich betreffen wird. Zu den häufigsten der "persönlichen Relevanz" gehören diejenigen, die sich auf die persönliche Gesundheit auswirken könnten oder es für die Menschen schwieriger machen, die Lebensmittel die sie wollen, zu bekommen.

Es stellt sich heraus, dass diese persönlichen Nachrichten den gegenteiligen Effekt von dem haben, was wir erwarten: Obwohl sie die Besorgnisse der Menschen über den Klimawandel erhöhen, reduzieren sie tatsächlich ihre Bereitschaft, sich in dieser Frage zu engagieren.

Den Klimawandel im Hinblick auf seine Wirkung entweder auf die persönliche Gesundheit oder die Lebensmittelsicherheit zu konzentrieren, erinnert die Menschen, dass sehr wichtige, persönliche Ziele (gesund bleiben und gesund essen) schwer zu erreichen sein werden. Sie bekommen schlechte Laune und wenn die Menschen in schlechter Laune sind, sind sie weniger bereit, sich in kollektiver Lobbyarbeit zu engagieren.

Vor kurzem haben wir eine Reihe von Experimenten durchgeführt, in denen die Teilnehmer nach dem Zufallsprinzip verschiedene Mitteilungen erhalten. In einigen Fällen erhielten sie diese Nachrichten über E-Mail und wurden aufgefordert, eine Petition zu unterschreiben und einer Organisation in Washington DC beizutreten, die sich für eine Abkehr von fossilen Brennstoffen und hin zu sauberer Energie einsetzt. In anderen Fällen erhielten sie diese Nachrichten während einer Untersuchung und wurden dann um eine Reihe von Fragen gebeten: Sollte die Bewältigung des Klimawandels eine nationale Priorität sein, welche Auswirkungen glauben Sie, wird der Klimawandel auf sie und Ihre Familie haben und ob die Nachrichten Sie traurig oder weniger hoffnungsvoll machen.

Einige Nachrichten enthielten nur grundlegende Informationen über den Klimawandel, insbesondere die Feststellung, dass wir die schlimmsten Folgen noch vermeiden könnten, wenn wir jetzt handeln. Andere erhielten diese Informationen zusammen mit Erwähnung einer von drei verschiedenen

Möglichkeiten, wie der Klimawandel sie persönlich betreffen könnte, einschließlich der Auswirkungen auf ihre persönliche Gesundheit, seine Auswirkungen auf ihre Fähigkeit, die Nahrung, die sie wollen zu bekommen, oder seine Auswirkungen auf die Gesundheit und das Befinden der Kinder und älterer Menschen in ihrer Gemeinde.

[Anmerkung des Übersetzers: Der einfacheren Lesbarkeit wegen, habe ich den folgenden Originalabsatz in eine tabellenartige Aufzählung verwandelt:]

Ergebnisse:

Maßstab war (gezählt wurde) die Bereitschaft eine Petition zu unterschreiben und der Organisation gegen fossile Brennstoffe und für saubere Energie beizutreten

1. Basisgruppe waren die Menschen, die nur die grundlegenden Informationen erhalten haben  
– Deren Anzahl Bereitwilliger wurde 100% gesetzt
2. die Gruppe, die rhetorisch hervor gehoben bekamen, wie der Klimawandel ihre persönliche Gesundheit beeinflussen könnte:  
– Deren Anteil bereitwilliger waren minus 17% (ggü. 1.)
3. die Gruppe, denen zusätzlich die Unsicherheit über die Verfügbarkeit gewünschter Nahrung erzählt wurde  
– Deren Anteil bereitwilliger waren minus 15% (ggü. 1.)
4. die Gruppe, denen das Wohlbefinden von Kindern und älteren Menschen hervorgehoben wurde  
– Deren Anteil bereitwilliger waren minus 9% (ggü. 1.)

Es war nicht so, dass die Informationen, die wir lieferten, völlig überzeugend waren. Aber, die gleichen Arten von Menschen, die durch diese persönlichen E-Mails demobilisiert wurden, waren eher bereit unserer Umfrage zuzustimmen, dass die Bewältigung des Klimawandels eine wichtige politische Priorität sein sollte. Darüber hinaus wird in allen drei Fällen größere Sicherheit ausgedrückt, dass der Klimawandel passiert, und in zwei der drei Fällen waren die Befragten eher bereit zu glauben, dass der Klimawandel sie persönlich und ihre Familie beeinflusst.

Um den zugrundeliegenden Mechanismus zu untersuchen, fragten wir die Befragten, welche Informationen sie in eine schlechte Stimmung setzen. Wir messen dies mit zwei Fragen, eine, ob es ihnen ein trauriges Gefühl vermittelt und eine andere, ob es ihnen ein hoffnungsvolles Gefühl vermittelt. Es stellt sich heraus, dass jede unserer persönlichen Hervorhebung Traurigkeit erhöht und Hoffnung verringert.

Kurz gesagt, politische Nachrichten, die hervorheben, wie der Klimawandel die persönliche Gesundheit und Ernährungssicherheit einzelner Amerikaner beeinflussen könnte – Schlüssel Wege, mit denen das Problem mit ihren Alltag verbunden werden kann – verringerte ihre Bereitschaft, sich in klimabezogenen Interessenvertretungen zu engagieren, auch wenn sie die Salienz [Bedeutung, Wichtigkeit] und Besorgnis über das Thema erhöhen. Dies ist ein Beispiel der

sich selbst untergrabenen Rhetorik, die, auch wenn sie die Meinung der Menschen ändert, andere Ziele aufweicht, für die sie entwickelt wurde.

Wenn diese Art von persönlicher Relevanz die Menschen nicht motiviert, sich zu engagieren, was wirkt? Die Konzentration auf die moralische Verpflichtung des Klimawandels oder die Verknüpfung der Befürwortung des Klimas mit wichtigen Identitäten (wie es Gruppen wie Mothers Out Front\* tun) sind zwei Alternativen.

Aber, obwohl die Intuition etwas anderes suggeriert, Argumente, die die persönliche Bedeutung erhöhen, ermutigen die Menschen sich nach innen zu wenden und sich auf sich auf ihre eigenen, persönlichen Probleme zu konzentrieren, anstatt zusammen kommen um gemeinsame Probleme zu lösen.

*Adam Seth Levine ist Privatdozent in der Abteilung: Department of Government at Cornell University. [Dem Studium der politischen Macht und der Interaktion von Bürgern und Regierungen gewidmet.]  
Reuben Kline ist Privatdozent in der Abteilung für Politikwissenschaft an der Stony Brook University.*

Erschienen auf Huffington Post am 04. Jan. 2016

Übersetzt durch Andreas Demmig

[http://www.huffingtonpost.com/adam-seth-levine/why-climate-change-rhetor\\_b\\_8913694.html](http://www.huffingtonpost.com/adam-seth-levine/why-climate-change-rhetor_b_8913694.html)

Nur zur Info, weil ich von diesen Aktivisten auch noch nichts wusste

\*[http://www.mothersoutfront.org/who\\_we\\_are](http://www.mothersoutfront.org/who_we_are)

*We are mothers, grandmothers, and other caregivers who can no longer be silent and still about the very real danger that climate change poses to our children's and grandchildren's future*

Wir sind Mütter, Großmütter und andere Betreuungspersonen, die nicht länger schweigen, über die weiterhin sehr reale Gefahr des Klimawandels für unsere Kinder und zukünftigen Enkel.