
Umweltethik und Medien

Thomas A. Bauer

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
der Universität Wien

Kommunizierbarkeit von Umweltthemen

- Medien sind Referenzrahmen für
 - Wichtigkeit
 - Gültigkeit
 - Relevanzvon Themen
- Medien sind Dispositive der gesellschaftlichen Ordnung

Umwelt im medialen Diskurs

- Theoretische Grundlagen
- Kommunizierbarkeit prüfen
- Vermittelbarkeit der Themen
- Expertenbefragungen
- Rahmenbedingungen für das „Agenda-setting“
- Kommunikationsschienen

Sozialtheoretische Einordnung

- Kommunikationskanäle
- Vielfältigkeit der Umweltthemen
- Qualifizierte Umweltinformation
- Werbung im Umweltthemenbereich
- Austausch über das Internet

Sozialtheoretische Einordnung

- Lebenswelt und Kommunikation sind zueinander „autokonstitutiv“
- Multidiskursive Umwelt:
Komplexität plus Multioptionalität

Environmental Care

- Ein Ergebnis mehrdimensionaler Kommunikation
- Chance der Konzentration auf die Perspektive des Publikums

Das Lebensweltmodell

- Aufschlussreiche theoretische Referenz für die Analyse von Umweltkommunikation und für die Entwicklung von Projekten mit umweltkommunikativer Implikation
- Lebenswelten als relevante Anschlussadresse für umweltökologische Botschaften

Folgerungen

- Vorgänge der Erfahrung-Sedimentierung sind sozial mitbestimmt
- Spezifische Wissens Elemente werden sozial abgeleitet
- Der größte Teil des Wissensvorrates wird er- und ge-lernt

Ökologische Ethik

- Ökologische Ethik ist ein Habitus, nicht ein Habitat
- Der kommunikative Rahmen für Nachhaltigkeit setzt Umwelt als kulturelle Größe voraus

Umweltethik und Medien

Thomas A. Bauer

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
der Universität Wien