südostasien
Zeitschrift für Politik • Kultur • Dialog

1 | 2020, Indonesien,
Autor*in: Syarifah Aini Dalimunthe

Jargon, Jargon… Klimawandel und Kommunikation



Kinder in der ostindonesischen Provinz Ost-Nusa Tenggara stehen an, um sauberes Wasser zu bekommen. Ein moderater El Niño hat die Dürre verlängert und eine verzögerte Regenzeit verursacht © Pramarta Bari

Indonesien – Informationen zum Klimawandel sind häufig gespickt mit Fachsprache. Das macht sie unzugänglich für die Menschen. Unsere Autorin fordert einen Paradigmenwechsel in der Kommunikationsstrategie

Indonesien nimmt eine entscheidende Rolle bei der erfolgreichen Umsetzung der globalen Klimaziele ein. Im Jahr 2009 erließ Präsident Susilo Bambang Yudhoyono eine Verordnung zur

Reduktion von Treibhausgasemissionen um 26 Prozent bis zum Jahr 2020, und sogar bis zu 41 Prozent bei stärkerer Unterstützung durch die Industrienationen. Es war ein ambitioniertes Ziel für Indonesien als fünftgrößten Treibhausgasemittenten.

Indonesiens Klimaziele zwischen Anspruch und Wirklichkeit

Das Land stützt sich seit jeher auf Forstwirtschaft, Landwirtschaft und den Energiesektor. Daher ist es keine Überraschung, dass sich Indonesien von den Zielen weg bewegt hat. Es verbraucht selbst mehr Steinkohle als jemals zuvor und ist der weltweit zehntgrößte Kohle-Exporteur, mit China, Indien, Japan und Südkorea als Hauptzielländern.



Ein Wasser-Verkäufer in Kamal Muara, Nord-Jakarta. Das Steigen des Meeresspiegels verschlechtert die Wasserqualität in dieser Region © Syarifah Aini Dalimunthe

Die Entscheidungsträger*innen in Indonesien bleiben dennoch optimistisch. So geht die Regierung weiter davon aus, bis 2030 die Emissionen, die auf Entwaldung zurückzuführen sind, um 29 Prozent gegenüber dem ‚Business-as-usual'-Szenario reduzieren zu wollen (Boykoff, Maxwell & Pearman, Olivia (2019). Now or never: How media coverage of the IPCC Special Report on 1.5C shaped climate-action deadlines. *One Earth*, 1(3), 285–288). Dieses Ziel wurde ursprünglich im Rahmen des

Pariser Klima-Abkommens aus dem Jahr 2018 formuliert. Dabei sichert die Regierung in Indonesien weiterhin zu, das Waldmoratorium und die Dekarbonisierung umzusetzen, z.B. durch die Verwendung von Biogas.

Auf der anderen Seite sorgt aktuell der Entwurf für das so genannte ‚Omnibus-Gesetz', das es Unternehmen erheblich erleichtern soll, in Indonesien zu investieren, für Diskussionen. Umweltschützer*innen warnen davor, dass dieses Gesetz zu noch stärkerer Ausbeutung von Ressourcen führen würde (vgl. den Artikel *Profit geht vor Umweltschutz* von Hans Nicholas Jong auf suedostasien.net). In einer Pressemeldung vom 28. Februar 2020 teilte das Ministerium für Umwelt und Forstwirtschaft seine Unterstützung des Gesetzes mit, da es den Abbau von Bürokratie verspreche. Der Minister gab bekannt, dass das Gesetz dazu führen würde, dass Investor*innen ihre Umweltverträglichkeitsprüfungen leichter und schneller bearbeiten/erledigen könnten. Hauptsächlich wird die Gesetzesänderung aber wohl zu einem erheblichen Ausbau von Industrien führen.

Der Druck ist hoch, die Herausforderungen des Klimawandels als nationales Problem anzunehmen. Die Regierung beginnt nun, die breitere Öffentlichkeit über die Herausforderungen des Klimawandels aufzuklären. Dabei legt sie den Schwerpunkt auf wissenschaftliche Informationen zu extremen Wetterereignissen. Das öffentliche Verständnis für den Klimawandel gilt als ausschlaggebender Faktor, um die allgemeine Akzeptanz politischer Entscheidungen und Risikomanagement-Maßnahmen in der Bevölkerung zu gewährleisten.

Politische Entscheidungsträger*innen sind jedoch stark eingebunden in ihre Verantwortlichkeiten. Wissenschaftliche Quellen stellen Informationen lediglich im Fach-Jargon bereit. Das führt zu erheblichen Schwierigkeiten für diejenigen mit weniger Fachexpertise, eine klare Botschaft der Ergebnisse dieser wissenschaftlichen Studien zu kommunizieren.

Dieser Artikel beleuchtet eine Studie von *Climate Asia*, in der 2012, 2016 und 2018 private Haushalte zu alltäglichen Erfahrungen und zum Umgang mit dem Klimawandel befragt wurden. Die Studie umfasste 4985 Haushalte in ganz Indonesien. Dieser Artikel nimmt Bezug auf die zwei aktuelleren Erhebungen.

Climate Asia

Climate Asia, ein Projekt der *BBC Media Action*, ist die bisher größte qualitative und quantitative Erhebung über das öffentliche Bewusstsein zum Klimawandel in Asien. Climate Asia interviewte hierfür über 33.500 Menschen in sieben Ländern (Bangladesch, China, Indien, Indonesien, Nepal, Pakistan und Vietnam). Die daraus resultierenden Daten bilden ein umfangreiches Bild darüber ab, wie die Menschen heutzutage mit dem Klimawandel leben. Die Daten für Indonesien von 2012 sind bereits öffentlich verfügbar.

Aufklärung hauptsächlich in größeren Städten

Für die Öffentlichkeit ist die Diskussion über Auswirkungen und Abmilderung des Klimawandels sowie die Anpassung daran noch neu. Obwohl weltweite Initiativen schon Mitte der 1990er begannen, wurde die Thematik in Indonesien erst im Jahr 2007 nach der UN-Klimakonferenz auf Bali bekannt. Aufgrund der Geschehnisse im ersten Jahrzehnt des neuen Jahrtausends legte man in Indonesien den Schwerpunkt auf die Risikominimierung bei Naturkatastrophen, beispielsweise von Tsunamis und Erdbeben.



Aktuelle Klimawandel-Kampagne per Twitter in Indonesien – gängiger Gebrauch von wissenschaftlichem Fachjargon wie pemanasan global (globale Erderwärmung) © BMKG

Die Studie von *Climate Asia* zeigte, dass die Aufklärung über den Klimawandel hauptsächlich größere Städte erreicht. Die Befragung ergab, dass 57 Prozent der Stadtbewohner*innen bereits von Aufklärungskampagnen und -programmen über die Auswirkungen des Klimawandels gehört hatten. Demgegenüber haben 68 Prozent der Befragten aus ländlichen Gebieten noch nie davon gehört.

Erste Kampagnen konzentrierten sich auf größere städtische Gebiete, um das Wissen über den Klimawandel allmählich in ganz Indonesien zu verbreiten. Aus meiner Beobachtung der aktuellen Kampagne stelle ich fest, dass der meistgenutzte Jargon *efek rumah kaca* (Treibhausgaseffekt), *pemanasan global* (globale Erderwärmung), *kerusakan lapisan ozon* (Ozonabbau), *kerusakan fungsi hutan* (Entwaldung) und *gas buang industri* (Industrieemissionen) beinhaltet. Diesem Fachjargon folgt dann eine Liste von Handlungen, um den Klimawandel abzumildern.

Die Regierung verbreitet regelmäßig Informationen über den Klimawandel durch die Meteorologische, Klimatologische und Geophysische Behörde (BMKG). Diese Behörde initiiert für gewöhnlich Gespräche zu diesem Thema auf nationaler Ebene. Darüber hinaus werden Informationen über Mainstream- und soziale Medien verbreitet. Da die Kampagne vor allem von den nationalen Behörden ausgeht, erreicht der Fachjargon hauptsächlich Menschen in städtischen und industriellen Gebieten.

In meinen Gesprächen mit der Regierung, mit internationalen Behörden, der Zivilgesellschaft und

Medienorganisationen bestehen diese darauf, dass die Kommunikationsmaßnahmen gut in der Öffentlichkeit verbreitet wurden. Nichtsdestotrotz gestehen sie ein, dass Hürden überwunden werden müssen, um das Verständnis für die Thematik zu erhöhen. Besonders die Nutzung von Fachjargon und wissenschaftlicher Sprache seien weniger relevant für das Alltagsleben.

„Medien in Indonesien werden vom Fernsehen dominiert. Ich weiß, dass soziale Medien wie Twitter populärer werden, aber die Mehrheit der Bevölkerung sieht fern. Umweltprobleme (wie etwa Waldbrände, Klima- und landwirtschaftliche Probleme) werden selten diskutiert. Diese Themen bringen keine Einschaltquoten"Medienexpertin, Jakarta

Der Klimawandel – ein Thema der Elite

Eine unausgeglichene Verteilung der Kampagne wird sehr deutlich. Jakarta und andere größere Städte waren Epizentren der Kampagne. Die Bevölkerung dieser Regionen haben von den nationalen und internationalen Aufklärungskampagnen stark profitiert. Diese Kampagnen hoben vor allem die ‚grünen' Aktivitäten hervor. Dazu zählen beispielsweise, mit dem Fahrrad zur Arbeit zu fahren, den Stromverbrauch einzudämmen und weniger Plastik zu nutzen.

In einem Gespräch mit einem NGO-Mitglied in Jambi (Sumatra) wurde mir erklärt, dass die Herausforderungen des Klimawandels im Allgemeinen kaum diskutiert werden.

*„Herausforderungen des Klimawandels sind in Indonesien immer noch der Elite vorbehalten. Es gehört nicht zu den alltäglichen Themen in der Allgemeinbevölkerung. Deshalb sind die mächtigsten Mittel zur Visualisierung ein Fahrzeug im städtischen Stau oder Plakatkampagnen, die zeigen, wie Kinder sich zum Schutz vor dem Stadtsmog die Nase zuhalten. Initiativen, Kampagnen und Visualisierungen dringen kaum zu betroffenen Menschen in den ländlichen und Küstenregionen durch."*NGO-Mitglied in Jambi, Sumatra

Klimawandel hat in der Gesellschaft unterschiedliche Bedeutungen. Stadtbewohner*innen sind um ihre Umwelt besorgt. 43 Prozent der Befragten verstehen Klimawandel als extreme Wetterereignisse wie Überflutungen und Dürrezeiten. Stadtbewohner*innen gaben an, dass die Aufklärung zum Klimawandel sie kaum auf die Auswirkungen des extremen Wetters vorbereiteten, nur 18 Prozent fühlten sich vorbereitet.



Ein Kleinbauer in Nord-Bali, der nach Unterstützung sucht, da die steigenden Temperaturen zunehmend die Ernte der Sorghum-Hirse zerstören © Syarifah Aini Dalimunthe

Ländliche Bevölkerung fühlt sich abgehängt

Im ländlichen Raum war das Bewusstsein und Verständnis für den Begriff ‚Klimawandel' eher gering mit Ausnahme von Kalimantan. Es fällt in jenen Gebieten höher aus, in denen die Regierung und Zivilgesellschaft stark eingegriffen haben. In Kalimantan haben 74 Prozent der Befragten schon einmal vom Begriff ‚Klimawandel' gehört. Grund dafür ist, dass die Region [das Hauptkohlerevier Indonesiens, d.R.] im Mittelpunkt der Diskussionen um Biodiversitäts- und Moorlandverlust sowie um Waldbrände steht. Obwohl die Anzahl der Befragten, denen der Begriff Klimawandel nicht fremd ist, sehr hoch ist, konnten nur 29 Prozent diesen tatsächlich auch verstehen.

Die Kampagnen von Seiten der Regierung enthalten zwar geläufige Begriffe wie ‚Flut', ‚Erdrutsch' oder ‚Dürre', aber die wissenschaftliche Kommunikation schafft es nicht , auszudrücken, was der Klimawandel in spezifischen Zusammenhängen wirklich bedeutet. Die Narrativen, die der ländlichen Bevölkerung vorgesetzt werden, sind vor allem Ausflüchte der nationalen Klimaagentur.

Die große Mehrheit der ländlichen Bevölkerung nannte fehlende Ressourcen als Hürde, um auf den Klimawandel zu reagieren. Sie sind der Überzeugung, dass Aktivitäten zum Klimaschutz teuer und unerreichbar seien. Auch das Unwissen über Handlungsmöglichkeiten und der fehlende Zugang zu Informationen werden als Hemmnisse von rund 50 Prozent der Befragten genannt.

Im Großen und Ganzen fühlt sich die ländliche Bevölkerung, bombardiert mit dem Fachjargon zum Klimaschutz, im Stich gelassen.

„Wir haben eine Bürgerversammlung und irgendjemand spricht von Emissionen, Verschmutzung…

*Ich sah, dass es öffentliche Verkündungen gab, aber es ist schwer ihre Botschaft zu verstehen. Sie verstehen nicht, was wir brauchen"*Mann aus einer ländlichen Region auf Bali, 43 Jahre

Die aktuelle Kommunikation führt dazu, dass diejenigen, die am stärksten vom Klimawandel betroffen sind, am wenigsten dagegen ausrichten können. Überraschenderweise waren Landwirtinnen zynisch gegenüber sich selbst (61 Prozent), wenn es um die Anpassung an den Klimawandel geht.

*„Die „-ber-Monate" (September, Oktober, November) brachten für gewöhnlich den höchsten Niederschlag, so dass wir normalerweise nur einmal pro Jahr ernten. Weil das Wetter aber unvorhersehbar wird, werden unsere Felder mitten in der Anbauzeit vom Regen zerstört. Wir geben viel Geld für unterschiedliches Saatgut aus. Wenn ich mit Arbeiter*innen aus der Landwirtschaft spreche, sagen sie das sei der Klimawandel. Was ist das?"*Frau aus der ländlichen Gegend in Jambi, 28 Jahre

Die Bevölkerung, die von der Natur abhängt, wie etwa Landwirt*innen und Fischer*innen, benötigt Informationen, die sie in ihrem Lebensalltag unterstützen. Sie würden auch Informationen über Techniken begrüßen, die die Umwelt nicht weiter belasten. Das Wissen das Landwirt*innen vor der so genannten ‚Grünen Revolution' noch besaßen, wurde nicht an die nächste Generation weiter gegeben. Stattdessen gerieten Bäuer*innen in die Abhängigkeit von chemischen Düngemitteln, um ihre Ernteerträge anzukurbeln. Saaten wurden von den Märkten bezogen, anstatt sie selbst zu ziehen/kultivieren.



In Bali zwingt die Dürre einen Bauern dazu, seine Maisfarm zu verlassen und stattdessen auf einer Salzfarm zu arbeiten © Syarifah Aini Dalimunthe

Die derzeitigen Methoden misslingen auch deshalb, weil die Qualität des Bodens abnimmt. Dazu kommen die Folgen des Klimawandels: In Bali suchen Landwirt*innen aufgrund wiederholter Ernteausfälle beispielsweise inzwischen nach Maissetzlingen, die lange Trockenzeiten besser überstehen. Insgesamt muss der Fokus auf einer Klima-Bildung liegen, die die finanziellen und sozialen Vorteile der Anpassung an den Klimawandel in den Vordergrund stellt.

Kommunikation muss näher an Bedürfnissen der Menschen sein

Ohne die bisherigen und fortlaufenden Bemühungen zur Klimawandel-Aufklärung schlecht reden zu wollen, muss diese Lücke geschlossen werden. Um die Bemühungen auf die nächste Ebene zu bringen, muss die Kommunikation in Indonesien sich auf die Vermeidung von Fachjargon konzentrieren, wenn es um die Aufklärung der Öffentlichkeit geht. Es muss einen Paradigmenwechsel in der Kommunikationsstrategie geben.

Es müssen dringend Informationen bereitgestellt werden, die der Bevölkerung helfen, Bewusstsein, Motivation, den Glauben an sich selbst, Wissen und Kompetenzen aufzubauen, damit sie entsprechend handeln können. Dabei stehen Nahrungsmittelsicherheit, Wasser und Obdach, wirtschaftliche Potentiale und Sicherheit, Minimierung von Naturkatastrophen und der Umgang mit Klimakrisen im Vordergrund. Außerdem sollten die Kampagnen den Austausch innerhalb der Gemeinschaften über gemeinsame Herausforderungen und Zusammenarbeit unterstützen.

Übersetzung aus dem Englischen von: Tiara Fausel und Tanja Matheis.

Zum Weiterlesen:

Chadwick, Amy E. (2017). Climate Change Communication. Oxford Research Encyclopedia of Communication, (January), 1–28.

Autor:in

Syarifah Aini Dalimunthe

Syarifah Aini Dalimunthe ist Wissenschaftlerin am *Research Center for Population* am *Indonesian Institute of Sciences* (LIPI). Sie ist derzeit Doktorandin der Humangeographie an der *Nagoya University* in Japan. Zuvor war sie als Wissenschaftlerin bei *The BBC Media Action – Climate Asia* tätig.

Dieser Text erscheint unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.