

Abstract: Obwohl es die Aufgabe von journalistischen Medien ist, objektive Informationen zu vermitteln, berichten sie zunehmend publikumsorientiert. Vor allem Dramatisierung, Emotionalisierung, Identifikation und Negativismus bieten den Rezipient:innen einen hohen Sensationsgehalt und finden mit größerer Leichtigkeit einen Platz in der Medienberichterstattung. Diese Medienlogik ist auch der Letzten Generation bewusst, welche mit konfliktreichen Protestaktionen auf den Klimawandel aufmerksam machen will. Mit konstanten und auf Bürger:innen teils skurril wirkenden Aktionen versuchen sie, das Thema in der öffentlichen Kommunikation präsent zu halten und eine dauerhafte Reaktualisierung zu erzeugen. Demnach wird in dieser Arbeit entlang drei verschiedener Themenschwerpunkte das Medienimage der Letzten Generation untersucht. Die forschungsleitenden Fragen lauten:

FF1: Wie wird die Letzte Generation in der Berichterstattung dargestellt und bewertet?

FF2: Welche thematischen Schwerpunkte werden in der Berichterstattung über die Letzte Generation gesetzt?

FF3: Werden Emotionalisierungsstrategien in der Berichterstattung über die Letzte Generation verwendet?

Zur Beantwortung der Fragen wurde eine inhaltsanalytische Untersuchung durchgeführt. Für die Analyse werden die fünf überregionalen Tageszeitungen „Bild“, „Süddeutsche Zeitung“, „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Welt“ und „die Tageszeitung“ herangezogen. Es wurden Artikel ausgewählt, die im Zeitraum vom 1. August 2021 bis zum 30. Mai 2023 die Begriffe „Letzte Generation“, „Klima-Kleber“, „Klimakleber“, „Klima-Chaoten“ oder „Klimachaoten“ enthielten. Die Untersuchung differenziert sich in folgende Themenschwerpunkte: *Bewertung, thematischer Anlass, Konflikt, Gewalt und Radikalisierung sowie Emotionalisierung.*

Insgesamt hat sich gezeigt, dass die Bewertung der Letzten Generation eher negativ als positiv ausfällt, allerdings von den einzelnen berichterstattenden Medien abhängt. Motive und Anlässe werden vor allem von konservativen Medien weggelassen und es wird meist mehr über die konfliktreiche Aktion, als über den Klimaschutz und die übergeordneten Ziele berichtet. Zwar wird wenig über Gewalt und Radikalisierung berichtet, jedoch wird in fast jedem Artikel der Konflikt aufgegriffen. Das Medienimage der Letzten Generation steht also in einem engen Kontext zum Konflikt und wird mäßig bis wenig mit dem Klimaschutz verbunden. Angesichts der Ergebnisse sollten zukünftige Untersuchungen die Wirkungen der Inhalte auf die Rezipient:innen überprüfen.

Art der Arbeit: Bachelor-Arbeit

Verfasserin: Sarah Nagel

E-Mail: sarahnagel2001@web.de