

Lara Moritz: Bildung für nachhaltige Entwicklung auf Instagram

Beitrag aus Heft »2023/05: Streaming. Die digitale Transformation des Bewegtbildes«

Die Studie befragte Heranwachsende zu ihrer Aneignung von Umweltthemen auf Instagram, um Möglichkeiten der Integration von Bildung für nachhaltige Entwicklung in die Medienpädagogik auszuloten. Die qualitative und quantitative Befragung zeigt positive Zusammenhänge von Umweltbewusstsein und Medienaneignung. Vor allem die qualitative Befragung weist auf eine Vielzahl individueller Unterschiede in der Auseinandersetzung mit Umweltthemen hin.

Literatur

BMU & UBA (Hrsg.). (2020). Zukunft? Jugend fragen! Umwelt, Klima, Politik, Engagement – Was junge Menschen bewegt. https://bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/zukunft_jugend_fragen_studie_bf.pdf

Feierabend, S., Rathgeb, T., Kheredmand, H. & Glöckler, S. (2020). JIM-Studie 2020: Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf

Haan, G. de. (2012). Chancen und Perspektiven der Bildung für nachhaltige Entwicklung. Umweltbundesamt. <https://refubium.fu-berlin.de/bitstream/handle/fub188/16389/4222.pdf>

Holbert, R. L., Kwak, N. & Shah, D. V. (2003). Environmental Concern, Patterns of Television Viewing, and Pro-Environmental Behaviors: Integrating Models of Media Consumption and Effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(2), 177–196. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4702_2

Huber, J. (2001). Allgemeine Umweltsoziologie. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-80398-6>

Littig, B. (1995). Die Bedeutung von Umweltbewußtsein im Alltag: Oder: was tun wir eigentlich, wenn wir umweltbewußt sind? Zugl.: Hagen, Fernuniv., Diss., Europäische Hochschulschriften Reihe 22, Soziologie = Sociologie = Sociology, 270. Peter Lang Internationaler Verlag der Wissenschaften.

Mayring, P. (1994). Qualitative Inhaltsanalyse. In A. Boehm, A. Mengel & T. Muhr (Hrsg.), *Schriften zur Informationswissenschaft*: Bd. 14. Texte verstehen: Konzepte, Methoden, Werkzeuge (S. 159–175).

Moritz, L. (2021). Umweltkommunikation und Umweltbildung in sozialen Medien: Eine qualitative Analyse verschiedener Akteur*innen auf Instagram [Hausarbeit]. Universität Erfurt.

Neverla, I. & Taddicken, M. (2012). Der Klimawandel aus Rezipientensicht: Relevanz und Forschungsstand. In I. Neverla & M. S. Schäfer (Hrsg.), *Das MedienKlima: Fragen und Befunde der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung* (S. 215–231).

Neverla, I., Taddicken, M., Lörcher, I. & Hoppe, I. (2019). ‚Breitbandkommunikation‘ zum Thema Klimawandel.: Ein multifaktorielles Modell und zentrale Projektergebnisse zur Medienwirkung eines Meta-Themas. In I. Neverla, M. Taddicken, I. Lörcher & I. Hoppe (Hrsg.), *Klimawandel im Kopf* (S. 3–27).
https://doi.org/10.1007/978-3-658-22145-4_1

Schipperges, M., Gossen, M., Holzhauer, B. & Scholl, G. (2016). Trends und Tendenzen im Umweltbewusstsein. *Ökologisches Wirtschaften*, 31(4), 15. <https://doi.org/10.14512/OEW310415>

Schöps, K., Senkbeil, M. & Schütte, K. (2009). Umweltbezogene Einstellungen von Jugendlichen in Deutschland — Ergebnisse aus PISA 2006. In M. Prenzel & J. Baumert (Hrsg.), *Vertiefende Analysen zu PISA 2006* (S. 53–77).
https://doi.org/10.1007/978-3-531-91815-0_4

Schorb, B. & Theunert, H. (2000). Kontextuelles Verstehen der Medienaneignung. In I. Paus-Hasebrink & B. Schorb (Hrsg.), *Qualitative Kinder und Jugendmedienforschung: Theorie und Methoden: ein Arbeitsbuch* (S. 33–57).

UNESCO (Hrsg.). (2021). *Bildung für nachhaltige Entwicklung: Eine Roadmap*.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379488>