

Teil I

Grundlagen



Kapitel 1

Mediale Formen

Meldung, Interview, Reportage, Kommentar, Bericht, Rezension – all diese und weitere Typen von Beiträgen kennen Sie aus Zeitungen und Zeitschriften ebenso wie aus Hörfunk, Fernsehen, Internet. Traditionell bezeichnet man sie als *journalistische Formen*. Im Zeitalter von Blogs, Podcasts und sozialen Netzwerken ist dieser Begriff jedoch überholt. Die Journalisten haben die Hoheit über das Publizieren teilweise abgegeben, Berichte oder Buchkritiken etwa veröffentlichen längst nicht mehr nur sie. Daher ist in diesem Buch in einer allgemeinen Lesart von *medialen Formen* die Rede. Sich ihrer bedienen kann prinzipiell jeder.

Das Internet hat die Zutrittsbarrieren zum medialen Betrieb drastisch schrumpfen lassen. Darüber hinaus findet der Ruf nach Dialog mit der Öffentlichkeit zunehmend Widerhall in den Säulengängen und Laboren der akademischen Einrichtungen. Längst nutzen daher auch Wissenschaftler verschiedene mediale Formen, um sich mitzuteilen: halten öffentliche Vorträge, arbeiten bei der Erstellung von Pressemeldungen mit, diskutieren neue Bücher in ihren Blogs. Wer den Dialog mit „der Gesellschaft“ pflegen möchte, ist nicht mehr auf Journalisten angewiesen, braucht weder Sendemast noch Druckerpresse, um unterschiedlichste Personengruppen zu erreichen. Die rasante Entwicklung der digitalen Medien beschert uns immer buntere Sträusse von Information und Meinung zu wissenschaftlichen Themen – mit allen Vor- und Nachteilen. Ein Nachteil besteht darin, dass auch Inhalte publiziert und von Suchmaschinen zu Tage gefördert werden, die den Fachleuten des jeweiligen Gebiets die Haare zu Berge stehen lassen. Umgekehrt gibt es wunderbare, teils von Forschern selbst kreierte Beispiele für innovative Wissenschaftskommunikation, die noch vor Jahren so nicht vorstellbar waren.

Einen journalistischen Beitrag macht nicht die Form aus, sondern die Art und Weise, wie er entsteht, welche Standards er einhält. Hinter einem journalistischen Beitrag stecken vor allem Unabhängigkeit in der Sache, um die es geht, und sorgfältige Recherche. Journalisten sollten jede verwendete Information durch mindestens zwei glaubhafte Quellen abgesichert haben, bevor sie sie publizieren. Zudem sollten sie ihre Beiträge klar als darstellend oder als kommentierend kennzeichnen – und die damit verknüpften Versprechen auch einhalten. Außerdem haben sie das Vier-Augen-Prinzip zu beherzigen: Um Fehler jedweder Art zu vermeiden, muss mindestens ein weiterer Redakteur alle Teile eines Beitrags vor

der Veröffentlichung noch einmal geprüft haben. Dass Journalisten darüber hinaus gute Überschriften zimmern können, der Aufbau ihrer Beiträge eingeübten Standards gehorcht, sie eine flotte Schreibe pflegen, um auch komplizierte Sachverhalte anschaulich zu vermitteln – all das versteht sich von selbst, schließlich sind sie Kommunikationsprofis.

Das sind Wissenschaftler nicht. Sie sind auch nicht unabhängig, wenn sie über ihre eigene Forschung und deren Ziele Auskunft geben. Dennoch sind sie aufgerufen, Wissenschaftskommunikation zu betreiben – jedenfalls sofern ihre Forschung öffentlich gefördert wird oder gesellschaftlich relevant ist. Diese Legitimationspflicht erkennen immer mehr Forscher an (siehe Teil V).

Weitere mediale Formen sind der Essay, das Feature, das Porträt, der Nachruf, der Drittmittelantrag, das Gutachten, der Fachartikel, die Pressemeldung, der Newsletter, das (wissenschaftliche) Poster, die Schautafel (zu einem Ausstellungsexponat), der (Werbe-)Flyer, aber ebenso das Foto und die Infografik, der öffentliche Vortrag und die Podiumsdiskussion. Und sie alle können Wissenschaft zum Inhalt haben.

Die entscheidende Frage lautet: Welche mediale Form eignet sich, welche Inhalte für welche Leser, Zuschauer, Hörer, Besucher oder Nutzer so aufzubereiten, dass der Funke überspringt? Die Antwort hängt entscheidend von der konkreten *Zielgruppe* ab und der jeweiligen *Wirkung*, die jemand in dieser Zielgruppe hervorrufen möchte.