

dimensiOnen

Newsletter Wissenschaftsjournalismus - Heft 28, Sommer 2005

Neuigkeiten aus der Szene...

Dieser Newsletter wurde von jungen Wissenschaftsjournalisten hergestellt, den Absolventen des letzten Durchgangs unseres Zusatzstudiengangs Wissenschaftsjournalismus an der Freien Universität Berlin.

Im kommenden Jahr wird dieser Zusatzstudiengang abgelöst durch einen Master-Studiengang. Aber auch in der Zwischenzeit bilden wir Wissenschaftsjournalisten aus, im Studiengang Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Magister oder Bachelor), und auch diese Studenten gestalten wieder den

Newsletter Wissenschaftsjournalismus !

Inhalt:

Psychotherapie in der Fernsehunterhaltung: Interview mit Angelika Kallwass	1
Impressum	2
Neue Studiengänge Wissenschaftsjournalismus	3
Wissenschaftsradio	4
Der freie Radiojournalist: Interview mit Frank Grotelüschen	5
Journalisten für einen Euro	7
10 Jahre Uniradio mephisto	8
Forschungsbericht aus dem Arbeitsbereich Wissenschaftsjournalismus der Freien Universität Berlin: SARS-Berichterstattung in Regionalzeitungen. Eine Untersuchung zur journalistischen Qualität der Wissenschaftsberichterstattung	10



Rechte bei Sat1 und Filmpool

Interview mit der Psychotherapeutin und TV-Moderatorin

Angelika Kallwass

Sie arbeiten als Psychotherapeutin in einer eigenen Praxis und Sie sind Moderatorin der Unterhaltungssendung "Zwei bei Kallwass" auf SAT1. Worin besteht für Sie der spezielle Reiz als Therapeutin eine Sendung wie diese zu moderieren?

Ich wollte etwas auszuprobieren, was mit meiner eigenen Biographie zu tun hatte. Bevor ich etwas anderes studierte, wollte ich Schauspielerin werden. Das war insofern eine Möglichkeit mich mit meinen ganz frühen Wünschen zu beschäftigen. Darüber hinaus möchte ich das, was wir Psychologen und Therapeuten machen, ein wenig entmystifizieren, damit auch die Psychotherapie, die ich in unserer Zeit für sehr wichtig halte und die bei vielen Menschen immer noch Berührungängste auslöst. Es ist leichter für den Patienten mit einem Schnupfen zum praktischen Arzt zu gehen als mit einem "seelischen Schnupfen" zu einem Psychotherapeuten. **Inwiefern spielt wissenschaftliche Psychologie bei der Konzeption ihrer Sendung eine Rolle?**

Die Aufgabe meiner Sendung ist es, die grundlegenden psycho-analytischen Erkenntnisse oder auch psychotherapeutischen Umgangsformen zu zeigen und diese gleichzeitig in einem Unterhaltungszusammenhang einzubetten. Diese Aufgabe ist nicht zu unterschätzen.

Welche Unterschiede bestehen für Sie zwischen ihrer Arbeit in ihrer therapeutischen Praxis und ihrer Tätigkeit als Moderatorin?

Im Fernsehen, ist das eher ein pädagogischer Prozess, der vornehmlich der Unterhaltung dient. Ich will etwas vermitteln und anschaulich darstellen. Das zielt natürlich auch auf psychologische Zusammenhänge ab, aber diese sind es nicht allein.

In ihrer Sendung behandeln Sie innerhalb von 45 Minuten ein bis zwei Fälle, meist erfolgreich. Eine Psychotherapie dauert länger. Besteht da nicht die Gefahr, in den Menschen falsche Hoffnungen zu wecken und auch einen falschen Eindruck von psychotherapeutischer Arbeit zu vermitteln?

Ich bemühe mich darum, die Gefahr aufzufangen. Ich habe diese Kritik natürlich selbst in mir. In den meisten Fällen ist es fahrlässig zu sagen: "Ich habe ihnen jetzt geholfen. Nun ist die Erkenntnis da und jetzt wird alles wieder gut!" Das ist ein Märchen, das ist nicht die Realität. Das heißt, ich sage in solchen Fällen: "So, wir haben jetzt hier einen ersten Schritt gemacht. Daran müssen sie weiterarbeiten. Ich empfehle ihnen dringend eine Therapie zu machen oder eine Selbsthilfegruppe aufzusuchen." Meist ist das im Nachspann dann genau so beschrieben. "Herr SoundSo" und "Frau SoundSo" haben sich in eine Paartherapie begeben.

Wie gehen Sie mit der Resonanz von Zuschauern um?

Einmal im Monat mache ich einen Chat. Da können Menschen mit mir direkt in Kontakt treten. Es sind unglaublich viele Meldungen, die wir gar nicht in dieser Zeit bewältigen können, weil ich alleine antworte. Wenn jemand sagt: "Meine Freundin ritzt ununterbrochen!", dann schreibe ich meist allgemeinere Sachen zurück, wie zum Beispiel: "Ritzen als Form der Selbstverletzung ist meist ein Versuch mit einer unerträglichen inneren Spannung umzugehen. Es kann auch ein Versuch sein, Aufmerksamkeit auf sich zu lenken. Das hängt aber ganz stark von den Umständen ab. Das ist eine ernstzunehmende Tatsache. Sie sollten mit ihrer Freundin zum Therapeuten gehen. Diesen finden sie in ihrer Umgebung..." und dann verweise ich auf unsere Homepage, wo psychotherapeutische Adressen stehen. Das ist ein Multiplikatoreffekt, den ich mir gewünscht habe.

In dem Moment bietet Ihre Sendung eine Art Brücke zur professionellen Psychotherapie?

Das habe ich mir gewünscht. Es gab schon böse Stimmen, die fragten, ob ich mit verschiedenen Verbänden irgendwelche Verträge geschlossen habe und denen Patienten beschaffe. Darüber kann ich nur lachen. Es ist eine nette Idee, aber es unterschätzt die Bedürftigkeit von Menschen.

Haben Kolleginnen und Kollegen aus den Reihen der Psychologie sich auch kritisch geäußert?

Es gab immer wieder Stimmen, die warnten: "Ist das nicht eine falsche Hoffnung, die man damit setzt?" Ich bin selbst vom Fach und antworte demgemäß. Aber es sind sehr viel

weniger, als ich gedacht habe, vor allem aus den Reihen der Psychoanalytiker. Wer meine Sendung anguckt, der merkt, dass ich immer wieder Sätze einstreue, die etwas mit dem Besprochenen zu tun haben. Zum Beispiel sage ich: "Wenn man sowas macht, dann kann es dazu führen, dass..." und dann gehe ich zu etwas anderem über. Die Kollegen merken sehr genau, wie ich die Sendung mit psychologischen Erkenntnissen spicke.

Wie meinen sie, wirkt sich ein Format wie "Zwei bei Kallwass" auf das allgemeine Verständnis der Psychologie aus?

Ich kann natürlich nicht auf alle unterschiedlichen Ansätze eingehen, die es zum Beispiel für die Behandlung von Traumata gibt. Ich zeige auch nur begrenzt Unterschiede zwischen Verhaltenstherapie und Tiefenpsychologie auf. Sowas geht einfach nicht. Insofern bezweifle ich, dass die Psychologie als Wissenschaft, bis auf wissenschaftliche Basiskenntnisse in der Sendung eine Rolle spielt. Vielmehr steht die Psychotherapie als Methode, als Möglichkeit des Heilens, der Erkenntnis und als Weg mit sich Selbst umzugehen im Vordergrund.

Das Interview führte Sibel Balta

Naturführer zur Rettung der bedrohten Vielfalt

Der neue Naturführer „Schmetterlinge – Die Tagfalter Deutschlands“ ist ab April im Handel erhältlich. Darin werden alle einheimischen Tagfalterarten nördlich der Alpen beschrieben. Ziel ist es auf die Bedrohung vieler Schmetterlingsarten und ihrer Lebensräume hinzuweisen. Das Buch mit seinen vielen Farbbildungen und Informationen zu den einzelnen Arten soll auch Laien animieren, am Beobachtungsprogramm in Deutschland aktiv teilzunehmen. Es ist Teil der bundesweite Aktion „Abenteuer Schmetterling“, die vom ZDF, dem BUND und dem UFZ durchgeführt wird.

Medien und Bildung auf dem Bildungsserver online

Seit April ist beim deutschen Bildungsserver ein neuer Themenbereich „Medien und Bildung“ zu finden. Das Kapitel enthält nicht nur Informationen für Schule und Unterricht, es werden auch wissenschaftliche Texte angeboten. Sie dienen als Grundlage für medienpädagogische Diskussionen. Die redaktionelle Verantwortung für das Portal trägt das Institut für Film und Bildung in Wissenschaft und Unterricht/FWU.

Näheres unter: www.bildungsserver.de

Impressum

Herausgeber: Freie Universität Berlin,
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Arbeitsbereich Wissenschaftsjournalismus,
Malteserstr. 74-100, D-12249 Berlin,
Tel.: (030) 838-70300, Fax: (030) 838-70746,
E-Mail: wissjour@zedat.fu-berlin.de
Internet: www.wissenschaftsjournalismus.de
Redaktion: Winfried Göpfert (verantwortlich),
Erscheint zweimal im Jahr.
Copyright: Alle Rechte (auch Bildrechte, wenn nicht anders angegeben) liegen bei den Autoren. Nachdruck nur mit Einwilligung der Autoren und der Redaktion.

Neuer Studiengang Wissenschaftsmarketing

Ab Oktober 2005 bietet die TU Berlin einen neuen berufsbegleitenden Master-Studiengang zur Qualifizierung im Wissenschaftsmarketing an. In vier Semestern sollen Interessenten aus Wissenschaft, Kommunikation und Technologietransfer Kompetenzen im Kommunikationsmanagement und strategischen Marketing für wissenschaftliche Einrichtungen

erwerben. Professionelle Selbstdarstellung und Profilbildung wird auch für Hochschulen und Forschungseinrichtungen immer wichtiger. Nicht zuletzt um im Wettbewerb um Drittmittelgeber, Industriepartner und Sponsoren bestehen zu können. Dieser Auffassung sind die Initiatoren des neuen Studiengangs „Wissenschaftsmarketing“, der im kommenden Wintersemester an der TU Berlin startet. Sie wollen deshalb Kompetenzen in Kommunikation und Marketing an Mitarbeiter aus dem wissenschaftlichen Umfeld vermitteln.

Das Studienangebot richtet sich an Interessenten aus dem Bereich der Wissenschaft, der Kommunikation und des Technologietransfers. Gedacht ist insbesondere an Wissenschaftler, die sich im Management qualifizieren wollen, aber auch an Journalisten, Mitarbeiter von Presse- und Transferstellen, oder Geschäftsführer von Ausgründungen, die nebenberuflich Know-how erwerben können.

Das Curriculum wird derzeit von der TU Berlin Servicegesellschaft, Agentur für Wissenschaftskommunikation, gemeinsam mit der Fakultät für Wirtschaft und Management entwickelt. Direkte Vorbilder gebe es dabei nicht, sagt Horst Meier, Geschäftsführer der TU Servicegesellschaft, noch sei man einzigartig in Deutschland.

Auf dem Stundenplan stehen Veranstaltungen zu Kommunikations- und Veranstaltungsmanagement, PR- und Medienarbeit, Betriebswirtschaftliche Grundlagen und rechtliche Rahmenbedingungen. Wie in jedem klassischen Studium werden die Inhalte in Vorlesungen, Übungen und Seminaren vermittelt.

Die Dozenten kommen sowohl von der Fakultät für Wirtschaft und Management der TU Berlin als auch aus der Praxis. Insbesondere konnten Pressesprecher und Geschäftsführer von Forschungsinstituten für eine Lehrtätigkeit gewonnen werden, sowie Fachleute aus Wissenschaftsverwaltung und Wissenschaftspolitik.

Das viersemestrige Studium ist berufsbegleitend angelegt und findet daher abends und gelegentlich an Wochenenden statt. Jedes Semester umfasst ca. 50 Unterrichtseinheiten à vier Stunden. Im letzten Semester wird eine Masterarbeit angefertigt. Wer das Studium erfolgreich absolviert hat, erwirbt den internationalen Titel „Master of Science Communications and Marketing“. Das Studium ist gebührenpflichtig und kostet insgesamt 9.360 Euro, zu zahlen in Raten von 390 Euro pro Monat.

Wer das Studium zum Oktober 2005 aufnehmen möchte, sollte sich bis Ende Juli bei der TU Servicegesellschaft anmelden. Die Studienplätze werden nach einem persönlichen Auswahlgespräch vergeben. Formale Voraussetzung ist ein

Hochschulabschluss und eine mindestens einjährige Berufserfahrung. Es werden aber auch Bewerber ohne Hochschulabschluss zugelassen, sofern sie eine qualifizierte Berufspraxis nachweisen können.

Damit der Studiengang stattfindet, müssen sich mindestens 20 geeignete Kandidaten angemeldet haben. Mehr als 30 Studienplätze werden nicht vergeben. Horst Meier ist zuversichtlich, dass die erforderliche Mindestzahl an Bewerbern erreicht wird und der Studienbetrieb wie geplant im Oktober aufgenommen werden kann.

www.tu-servicegmbh.de/master

Uta Deffke

Neuer Master-Studiengang Science Communication in Bremen

An der Hochschule Bremen gibt es seit dem Sommersemester 2005 den berufsbegleitenden Master-Studiengang Science Communication. In dem viersemestrigen Weiterbildungsstudium sollen Journalisten, PR-Mitarbeiter und Wissenschaftler lernen, Forschungsergebnisse aus den Natur- und Ingenieurwissenschaften für ein Laienpublikum aufzuarbeiten. Daneben werden Module aus den Bereichen Natur- und Ingenieurwissenschaften angeboten. Zwei Wochen im Semester lernen die Studenten in Bremen, die übrige Zeit über ein E-Learning-System. Die Studiengebühr beträgt 2.500 Euro pro Semester. Zulassungsvoraussetzungen sind ein abgeschlossenes Hochschulstudium in einem journalistischen oder ingenieur- bzw. technikkwissenschaftlichen Fach, eine mindestens einjährige einschlägige Berufserfahrung und gute Englisch-Kenntnisse. Die Studienzahl ist auf 20 Teilnehmer begrenzt.

www.fachjournalistik.de/master.htm

Neuer Studiengang Wissenschaftsjournalismus in Darmstadt

Die Fachhochschule Darmstadt richtet zum kommenden Wintersemester einen grundständigen Studiengang "Wissenschaftsjournalismus" ein. Pro Jahr stehen 18 Studienplätze zur Verfügung. Das Lehrprogramm ist auf sechs Semester angelegt. Es verknüpft journalistische Arbeitsmethoden mit einer Grundausbildung in Natur-, Sozial- und Kulturwissenschaften. Gefördert wird der neue Bachelor-Studiengang von der Volkswagen-Stiftung mit 122.200 Euro. Weitere Infos unter: www.wj.fh-darmstadt.de

Aufbaustudium "Journalismus" in Hamburg

Die Universität Hamburg und die Hamburg Media School bieten ab dem kommenden Wintersemester einen gemeinsamen Aufbaustudiengang "Journalismus" an. Im Verlauf des Studiums ist eine Spezialisierung auf das Ressort Wissenschaft möglich. Das Master-Studium dauert zwei Jahre und kostet 12.000 Euro Studiengebühren. Kooperationen mit Unternehmen wie z.B. Gruner + Jahr, Axel Springer und NDR Media sollen Praxisnähe garantieren. Weitere Infos unter: www.hamburgmediaschool.com

Wilantis: Wissen, das sexy macht

Ein knappes halbes Jahr nach dem Startschuss hat sich der Sender Wilantis beachtlich weiterentwickelt. Das Wissensradio aus Stuttgart lässt sich mittlerweile in einigen Städten über DAB empfangen. Eine terrestrische Expansion über die Landesgrenzen von Baden-Württemberg hinaus ist bereits in Planung.

Wilantis - Deutschlands erstes Wissensradio – baut seine Verbreitungswege Schritt für Schritt aus. Der Privatsender mit Sitz in Stuttgart hatte sich zum Programmstart im Dezember 2004 nur über UKW 88,6 und per Livestream im Internet verbreiten können. Seit März dieses Jahres kann man Wilantis zusätzlich über Satellit europaweit empfangen. Die zunächst letzte Erweiterung erfolgte nun im Mai: via DAB (Digital Audio Broadcast) sendet Wilantis in Stuttgart, Ulm, Heidelberg, Freiburg, Mannheim und Karlsruhe sein Vollprogramm. Für den digitalen Empfang ist ein Zusatzgerät erforderlich. Geschäftsführer Wolfgang Voßeler kündigte an, schon in naher Zukunft auf analog-terrestrischem Wege die Landesgrenzen Baden-Württembergs überschreiten zu wollen.

Wilantis wurde von den Unternehmern Reinhold Barlian (Bartec GmbH) und Manfred Wittenstein (Wittenstein AG) initiiert. Als Privatsender finanziert sich Wilantis fast ausschließlich aus Werbe- und Sponsoringeinnahmen. Gesetzlich sind pro Stunde 9 Minuten Werbung und 3 Minuten Sponsoring erlaubt.

Das Themenspektrum des Wissensradios reicht von Wirtschaftspolitik, Forschung, Medizin, Kommunikation und Technik bis hin zu kuriosen Begebenheiten. Mit einem Wortanteil von fast 80 Prozent präsentiert Wilantis pro Stunde zwei mal allgemeine Nachrichten, zwei mal Wirtschaftsnews, vier mal Wissensnews und durchschnittlich vier Wortbeiträge. Abends wird das 24-Stunden-Programm durch Hörbücher abgerundet. Sämtliche Audiobeiträge werden im Internet visuell begleitet und sind über ein Web-Archiv jederzeit abrufbar. Darüber hinaus hat der Zuhörer stets die Möglichkeit, sich in beitragsbezogenen Diskussionsforen zu beteiligen sowie per Mail Wissensfragen zu stellen, die im Programm schnellstmöglich beantwortet werden.

Für die inhaltliche Gestaltung des Senders ist Programmleiter Roman Haase verantwortlich. Fünf Redakteure, eine Volontärin, fünf „feste freie“ und rund zwanzig freie Journalisten arbeiten derzeit bei Wilantis. Praktikantenstellen werden jeweils für den Zeitraum von sechs Monaten vergeben.

Laut Geschäftsführer Wolfgang Voßeler heißt einer der Leitsprüche des Senders: „Für Neugierige von Neugierigen, für Aktive von Aktiven“. Auf der Homepage www.wilantis.de ist noch ein weiteres Motto zu lesen: „Bildung macht sexy und selbstbewusst. Bleiben Sie neugierig!“

Christian Eßer

Elb-Kultour 2005: eine Medienreise von Prag nach Hamburg

Deutschlandradio Kultur und der MDR haben im Frühjahr das Medien- und Forschungsschiff ALDEBARAN auf einer Fahrt auf der Elbe begleitet. Innerhalb von zwanzig Tagen legten sie die Strecke von Prag nach Hamburg zurück. Täglich berichtete die Crew dabei über Besonderheiten der Stationen entlang des Flusses.

Am 6. Mai herrschte in Hamburg Hochbetrieb an den Landungsbrücken. Tausende feierten das größte Hafenfest der Welt, den Hafengeburtstag. Neben mächtigen Großseglern wurde auch die 14 Meter lange ALDEBARAN in Empfang genommen. Das gelbe Medien- und Forschungsschiff war 20 Tage von Prag nach Hamburg auf der Elbe unterwegs gewesen. Anlass war die fünfzehnjährige Partnerschaft zwischen den beiden Städten. Mit an Bord waren Korrespondenten von Deutschlandradio Kultur und MDR. Sie dokumentierten die einzigartige Flusslandschaft mit Kamera und Mikrofon.

Die ALDEBARAN ist das Schiff der gleichnamigen Organisation für Umweltkommunikation in Hamburg. Seit 1992 ist es als "Sprachrohr für die Meere" unterwegs, als "Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Medien". So benennt es Frank Schweikert, Initiator und Manager des segelnden Multimediasschiffes. Die ALDEBARAN ist zugleich Forschungsschiff und schwimmendes Hörfunkstudio. Knapp 1000 Radiobeiträge und über 300 Fernsehsendungen wurden bis heute an Bord produziert.

Vor allem in den europäischen Küstengewässern ist die ALDEBARAN heimisch, als Plattform für marine Forschungsarbeiten, Reportagen und Unterwasseraufnahmen. Der geringe Tiefgang von nur einem Meter ermöglichte jedoch problemlos das Vorankommen auf der Elbe.

Auf der Fahrt von Prag nach Hamburg sendete Deutschlandradio Kultur im Programm "Ortszeit" täglich Berichte. Die Reporter nutzten dafür das bordeigene Studio. Zum einen beschrieben sie naturwissenschaftliche Aspekte der Elbe, zum anderen die Bedeutung des Stroms als kulturelles Bindeglied zwischen Ost und West.

Die filmischen Porträts wurden im Ländermagazin "MDR um 12" gesendet. Die Aufnahmen wurden von einem eigenen Kamerateam des MDR gedreht.

Teammanagerin Linda Ippers und ihre Crew beschrieben die Eindrücke der Fahrt in einem Tagebuch, welches online zur Einsicht steht. Hier erfährt der Leser mehr über Medienkontakte und Forschungsprojekte während der Fahrt. Ippers Fazit fällt positiv aus. Der Abschluss des Tagebuchs: "Die Stimmung an Bord ist fantastisch, alle sind ergriffen von den Erlebnissen der letzten Wochen, während uns von allen Seiten zugewunken wird. Schließlich legt die ALDEBARAN im City-Sportboothafen an. Die Korken knallen und wir feiern den erfolgreichen Abschluss eines unvergesslichen Projektes." www.aldebaran.org

Svenja Rubsch

Interview Frank Grotelüschen

Frank Grotelüschen ist freier Wissenschaftsjournalist und Buch-Autor. Er lebt und arbeitet in Hamburg, wenn er nicht gerade unterwegs ist, um eine Konferenz oder ein Labor zu besuchen.

Herr Grotelüschen, Sie sind von Hause aus Physiker – wo liegen Ihre journalistischen Wurzeln?

Ich habe während des Studiums angefangen, Plattenkritiken zu schreiben, Konzerte zu besprechen oder Bands zu interviewen. Bald kam ich in kleine Stadtzeitungen rein, auch in Musikzeitschriften, und habe damit zum Teil mein Studium finanziert. Im Laufe der Zeit habe ich gemerkt: das ist das, was du machen willst. Gegen Ende des Studiums habe ich das dann mit der Physik kombiniert und erste Artikel für dpa geschrieben und für die Hauszeitschrift beim Desy in Hamburg, wo ich Diplomarbeit machte. So bin ich da rein-gerutscht.

Haben Sie auch noch eine professionelle journalistische Ausbildung genossen?

Durch viel Glück habe ich ein Volontariat beim Deutschlandfunk bekommen. Das war optimal, weil es ein spezielles Wissenschaftsvolontariat war. 18 Monate, die Hälfte davon in der Wissenschaftsredaktion und dann bei externen Stationen wie dem dpa-Wissenschaftsdienst, Geo-Wissen und auch beim WDR-Fernsehen. Das war eine gute Ausbildung, weil sie mir noch ein zweites Medium erschlossen hat, den Rundfunk. Und damit hatte ich einen optimalen Start in die Tätigkeit als freier Journalist.

Das heißt, Sie arbeiten seit dem frei und das aus Überzeugung?

Grundsätzlich fühle ich mich als Autor wohl. Denn ich merke in Gesprächen mit Redakteuren, dass die doch recht selten aus ihren Redaktionsstuben rauskommen und auch recht wenig selber schreiben. Redakteur sein heißt, viel organisieren, viel redigieren. Ich hingegen fahre auf interessante Rechercheisen, schreibe viel und mache auch viel für den Hörfunk. Und weil ich das gerne mache, möchte ich nicht dauerhaft in einer Redaktion arbeiten. Auch wenn das wieder andere Vorteile hat.

Was sind denn die Voraussetzungen, um sich als freier Wissenschaftsjournalist auf dem Markt etablieren und behaupten zu können?

Auf jeden Fall ist es gut, wenn man unterhaltsam schreiben kann. Und man muss schnell arbeiten. Denn die Honorare, die man bekommt, sind in der Regel nicht so hoch. Also muss man die Themen mehrfach verwerten. Bei mir klappt das ganz gut, weil ich bimedial arbeite. Viele Sachen erscheinen zuerst im Hörfunk, weil es das schnellere Medium ist, und dann im Print. Und man kann eine Sache, die man in Deutschland veröffentlicht hat, vielleicht noch in der Schweiz anbieten. Bei den Rundfunksendern profitiere ich von der föderalen Struktur, so dass ich dasselbe Thema in unterschiedlicher Form sowohl beim NDR als auch beim Bayerischen Rundfunk unterbringen kann. Mit bestimmten Themen geht das ganz gut. Gestern wurde zum Beispiel der Standort bekannt gegeben für Iter, den Fusionsreaktor. Da

bin ich an einem Tag gleich sieben Stücke losgeworden. Dann ist richtig Zahltag.

Sie haben einmal sinngemäß gesagt, Sie fragten sich schon, wer sich täglich die Wissenschaft im Radio anhört. Wie wichtig ist es für Sie zu wissen, für wen Sie schreiben und was die Leser und Hörer davon halten?

Ich finde es frustrierend, dass ich nach der ganzen Zeit immer noch relativ wenig über die Leser und Hörer weiß. Es gibt wenig wissenschaftliche Untersuchungen darüber, wie Radio- oder Printstücke aus dem Wissenschaftsbereich wahrgenommen werden. Wenn es sie gibt, werden sie nicht so gut kommuniziert, dass man als Journalist davon etwas erfährt.

Ich habe mich von der vielleicht etwas idealistischen Vision verabschiedet, ich würde für Lieschen Müller schreiben. Oder für Leute, die sagen: Wissenschaft interessiert mich eh nicht, da war ich in der Schule schon schlecht. Das habe ich mir abgeschminkt.

Ich habe eher die Vorstellung, dass es Leute erreicht wie meine Freunde, die meistens relativ aufgeschlossen sind. Mit denen kann ich auch mal zehn Minuten über Teilchenphysik sprechen, obwohl sie damit nichts zu tun haben. So jemanden stelle ich mir beim Schreiben als Zielperson vor.

Letztendlich schreibe ich aber für die Redakteure, wenn ich ganz ehrlich bin. Denn die beauftragen und bezahlen mich, also müssen die es gut finden.

Bekommen Sie denn ein Feedback von Seiten der Redaktionen?

Eigentlich nur, wenn irgendetwas gar nicht passt. Dann ruft der Redakteur an und bittet um Nachbesserungen. Aber wenn man nichts hört, kann es sein, dass es ganz O.K. ist, kann auch sein, dass sie es ganz toll fanden. Das geht im Redaktionsalltag häufig unter. Da sollte man wirklich nachfragen. Bei den Redaktionen, für die ich oft arbeite, ist allerdings die grundsätzliche Akzeptanz abgeklärt.

Gerade wenn man neu ins Geschäft geht, sollte man sich die Redaktionen ansehen, fragen, ob man einen Tag mitlaufen kann oder eine Woche, damit man sieht, wie die ticken und was für Kriterien eine Rolle spielen.

Auch Sie haben erst kürzlich einen Ausflug in den Redaktionsalltag gemacht und für ein halbes Jahr bei der Financial Times Deutschland (FTD) gearbeitet. Was hat Sie daran gereizt?

Im Team kommt man auf Ideen, auf die man allein an seinem Schreibtisch nicht kommt. Mich hat es gereizt, das mal auszuprobieren. Ich hatte meine Zweifel, ob das funktioniert, nachdem ich seit zwölf Jahren als Einzelkämpfer unterwegs bin. Das war eigentlich die größte Herausforderung.

Außerdem habe ich das in einer Situation gemacht, in der sich ein wenig Routine in meinen Job eingeschlichen hatte: die Themen wiederholen sich, die Machart wiederholt sich, da hatte ich schon ein bisschen mit Lustlosigkeit zu kämpfen. Nach über zehn Jahren ist das auch normal, denke ich.

Bei der FTD wurden Sie angeheuert, um beim Aufbau einer täglichen Wissenschaftsseite zu helfen. Wie konnten Sie sich da einbringen?

Die FTD hat mich vor allem wegen meiner großen Erfahrung eingekauft, was die Einschätzung von Themen anbe-

langt. Die Kompetenz hat man einfach nach 12 Jahren im Geschäft. Also: welches Thema könnte man aufgreifen, was sollte man in dem Zusammenhang machen, was besser nicht.

Und was haben Sie für sich aus dieser Zeit mitgenommen?

Irgendwie hat sich meine Schreibe verändert, ich bringe Sachen vielleicht besser auf den Punkt. Und ich habe jetzt den Eindruck, dass ich einigmaßen teamfähig bin.

Etwas Besonderes war es auch, als quasi alter Hase die tägliche Blattkritik mitzuerleben. Wie die Wissenschaftsstücke beispielsweise von den Redakteuren aus dem Kultur- oder Politikbereich rezipiert werden, das ist immer noch überraschend.

Es war auch interessant, unter welchem Zeitdruck oft gearbeitet wird. Wie wenig Zeit für inhaltliche Arbeit bleibt. Ich glaube, der Job wäre mir auf Dauer zu fließbandmäßig – jeden Tag diese Seite rausrotzen und immer die festen Konferenztermine. Obwohl es eine super Erfahrung war, habe ich gemerkt: letztlich ist mein Platz doch eher der als Autor.

Was ist denn Ihr Selbstverständnis als Wissenschaftsjournalist?

Meistens versuche ich, niveauvolle Unterhaltung zu machen. Was mich an der Wissenschaft interessiert, sind die verblüffenden Effekte. Jetzt sitze ich gerade an einem Stück über metallische Gläser. Die meisten Leute werden nicht wissen, dass es Metalle gibt, die wie Glas zerbrechen, wenn man versucht sie zu biegen. Und diesen verblüffenden Effekt versuche ich herauszukitzeln, damit der Hörer oder Leser denkt: Huch, ist ja kurios.

Da haben wir als Wissenschaftsjournalisten wirklich einen Vorteil: Wir haben etwas zu berichten, was den Leuten neu ist. Das ist nicht wie in der Politik. Da kommen ständig Vermutungen: Wenn Merkel jetzt dies macht, was macht Schröder dann, usw. Das ist viel Stochereijournalismus und man kann es nicht mehr hören.

Es gibt natürlich auch in der Wissenschaft Bereiche, die sind eher politisch. Wenn ich zum Beispiel über Energiethematiken berichte wie die Kernfusion oder Windkraft, sollte ich schon schreiben: was bietet so eine Technologie für Chancen, wo liegen die Haken. Da geht es darum, dass die Leute das auch einordnen können.

Wenn Sie jetzt die Wissenschaftsberichterstattung generell betrachten – wie hat sich die in den letzten Jahren verändert?

Seit Anfang der 90er Jahre hat die Berichterstattung über Wissenschaftsthemen auf jeden Fall zugenommen. Allerdings würde ich zwei Bereiche unterscheiden. Der Wissenschaftsjournalismus, der über die Wissenschaftsszene berichtet: Das ist der klassische Wissenschaftsjournalismus. Der hat eher nicht zugenommen. Und dann gibt es das, was ich den konsumentenbasierten Ansatz nenne. Wie funktioniert dieses und jenes, was habe ich als Konsument davon. Das hat sehr stark zugenommen.

Mit entscheidend dafür war der Pisa-Schock, wo einfach klar geworden ist, Deutschland hat Defizite, die Schulen müssen besser werden, wir brauchen mehr Wissen.

Und dann beobachte ich noch eine andere Tendenz. Als ich angefangen habe, gab es noch diese latente Technikfeindlichkeit, diesen Technologieskeptizismus. Da war Tschernobyl gerade erst ein paar Jahre zuvor passiert. Die ganze Gentechnik war höchst suspekt. Und auch als Journalist ist man da mehr auf die Risiken eingegangen. Damals war der Umweltjournalismus noch ziemlich in Mode. Immer Skandale entdecken, auf die Risiken von irgendwas aufmerksam machen: viele Journalisten haben sich so definiert.

Und das hat sich, wie ich finde, doch recht deutlich geändert. Mittlerweile liest man viel mehr im Sinne von: ‚Nanotechnologie, das ist jetzt das neue Ding und Deutschland darf es nicht verschlafen. Wir brauchen das, um Arbeitsplätze zu sichern, wir brauchen das für ein zukunftsfähiges Deutschland.‘ Ich will das gar nicht werten, das stelle ich nur fest.

Welche Erwartungen oder Wünsche haben Sie denn an die zukünftige Entwicklung des Wissenschaftsjournalismus?

Ich würde mir wünschen, dass beide Richtungen, der klassische Wissenschafts- und der Wissensjournalismus, ein bisschen mehr verheiratet werden. Der Wissensjournalismus ist häufig peppig aufbereitet – ich persönlich stehe auf so etwas wie diese Animationsfilme mit Dinosauriern. Da fühle ich mich blendend unterhalten. Auf der anderen Seite finde ich es schade, dass da eine Scheu besteht, auch Themen aus der Wissenschaft aufzugreifen. Es wird immer schnell gesagt: Ach, das ist doch viel zu kompliziert. Und das glaube ich nicht. Im Gegenteil.

Ich kenne viele Leute, die sich für dumm verkauft fühlen, weil diese Wissenschaft zu sehr wie eine Sendung mit der Maus für Erwachsene aufbereitet ist. Die wollen das nicht erklärt bekommen wie ein Grundschüler, sondern für Erwachsene.

Insgesamt muss man sich vielleicht von der Vorstellung lösen, dass man mit jeder Sendung und jedem Artikel wirklich auch jeden Hörer und jeden Leser erreicht. Ich finde, man muss in Kauf nehmen, dass man als Wissenschaftsjournalist auch polarisiert. Dass man auch mal Sachen veranstaltet, die einige Leute ganz toll finden, und andere Leute steigen dann aus. Den Mut wünsche ich mir.

Das Interview führte Uta Deffke

Neubesetzung bei der FTD

Annette Bolz verstärkt seit dem 1. April die Redaktion „Forschen und Entwickeln“ der *Financial Times Deutschland* (FTD). Die studierte Psychologin schreibt vorzugsweise über Themen aus den Life Sciences. Sie hat die halbe Redakteurstelle von Frank Grotelüschen übernommen, dessen Mitarbeit am Aufbau einer täglichen Wissenschaftsseite der FTD zu Ende ging. Daneben arbeitet sie weiterhin als freie Journalistin, Autorin und Dozentin an der Akademie für Publizistik in Hamburg. Annette Bolz hat bei der *Taz Hamburg* volontiert und war seitdem für *Die Zeit*, das schweizer Magazin *Facts* sowie zehn Jahre lang als freie Freie tätig.

Journalisten für einen Euro

Im Hamburger Medienpool arbeiten und lernen seit dem 1. Juli rund 20 erwerbslose Journalisten für einen Euro pro Stunde. Der neu gegründete Trägerverein will laut Selbstauskunft die Arbeitslosengeld II-Empfänger fit für die Selbständige Arbeit machen. Thematische Schwerpunkte sollen auf dem Bereich Wissenschaftsjournalismus und Mediengestaltung liegen. Die Deutsche Journalisten-Union (dju) befürchtet Honorardumping und fordert die Wirtschaftsbehörde auf, das Projekt zu stoppen.

Der Medienpool sei „gesetzwidrig“ und „ein skandalöses Honorardumping“ teilte die dju mit, kurz nachdem die *Junge Welt* Anfang Juni zum ersten Mal kritisch von dem Projekt berichtete. Die Gewerkschaftler befürchten seitdem, dass mit den so genannten Ein-Euro-Jobbern eine nicht zu unterbietende Konkurrenz herangezuchtet werde, in deren Folge die freien Journalisten und Mediengestalter in der Hansestadt selbst zu Hartz IV-Empfängern würden.

Da der Trägerverein aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und der Arge (Hamburger Arbeitsgemeinschaft von Wirtschaftsbehörde und Arbeitsagentur) gefördert wird, fordert die dju die Behörde auf, den Medienpool sofort zu stoppen und ihm die Förderungszusage zu entziehen.

Inbesondere bezweifelt die Journalisten-Union vehement, dass die Förderungskriterien nach dem Sozialgesetzbuch erfüllt seien. So dürfen Arbeiten für einen Euro pro Stunde nur dann angeboten werden, wenn sie „zusätzlich“ und von „öffentlichem Interesse“ sind. Die gesetzlichen Vorgaben seien aber noch nicht erfüllt, nur weil man Webseiten für gemeinnützige Organisationen erstellt, wie es für die Schüler des Medienpools vorgesehen ist.

Peter Müller, Vorstandsvorsitzender des Hamburger Projekts und selbst freier Journalist, kann die ganze Aufregung nicht nachvollziehen. Schließlich sei die Förderung ja erst nach eingehender Prüfung durch die Wirtschaftsbehörde bewilligt worden. Und alle gesetzlichen Vorgaben würden erfüllt. „Warum sollten wir einen Markt kaputtmachen, für den wir die Leute doch fit machen wollen?“ entrüstet sich Müller auch in dem folgenden Interview.

Inge Brinkmann

Interview mit Dr. Peter Müller, Vorsitzender des Trägervereins Hamburger Medienpool

Wie ist die Idee zu dem Hamburger Medienpool entstanden?

Die Urdee stammt noch aus dem Jahr 2000. Damals war die Auftragslage für freie Journalisten einfach grauenvoll. Die Verlage mussten wegen fehlender Anzeigen Einsparungen vornehmen und haben ganz schnell die Aufträge für Freie reduziert. Aus Verlagssicht sind freie Journalisten immer die erste und einfachste Dispositionsmasse – keine arbeitsrechtlichen Bindungen usw. Auch Freunde von mir, gut

ausgebildete Leute mit hoher Qualifikation, standen, zack, auf der Straße. Auf der anderen Seite, als wenn es eine andere Welt gewesen wäre, habe ich mit meinen Mitarbeitern im Medienbüro Medizin die Arbeit kaum bewältigen können. Es kamen sogar neue Auftraggeber dazu.

Woran lag das?

Die Verlage wollen einfach lieber mit einem alteingesessenen Redaktionsbüro arbeiten, möglichst mit mehreren Mitarbeitern, damit die Arbeit auch erledigt wird, wenn mal jemand krank wird oder auf Recherche ist. Da kam mir die Idee zu einer Art „Pool“: freie Journalisten mit Gemeinschaftsräumen, gemeinsamer Technik und einem permanenten Ansprechpartner für eventuelle Auftraggeber.

Was ist von der Idee übrig geblieben?

Wenig. Zunächst hatte ich auch keine Zeit und Energie, die Idee weiter zu verfolgen. Dann lernte ich 2003 durch Zufall Hannelore Thate von der Koordinationsstelle Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung des Bezirksamts Altona kennen – eine sehr weitsichtige, intelligente und ungeheuer tatkräftige Frau. Mit einem Konzept von mir ist sie durch die Behörden gegangen und hat geprüft, wie man die Idee organisieren könnte. Das Konzept wurde weiterentwickelt und jetzt können wir rund 20 Journalisten und Mediengestaltern eine Ausbildung zukommen lassen, während der sie lernen wie man als Freie ordentlich überlebt – auf einem Markt wie er jetzt ist und den wir nicht ändern können.

Die Schüler des Medienpools sind Arbeitslosengeld II-Empfänger und gehören während der neunmonatigen Ausbildung zu den so genannten Ein-Euro-Jobbern, bekommen also zusätzlich ein bis zwei Euro pro Stunde. Kritiker werfen dem Medienpool vor, als Konkurrenz die Situation für freie Journalisten noch zu verschärfen.

Ich hatte ihnen bereits meine Motivation geschildert, warum ich mich für den Medienpool engagiere. Glauben sie wirklich, ich würde sehenden Auges zulassen, dass auf irgendeine Weise durch irgendwen der Markt kaputtgemacht wird, für den wir die Leute fit machen wollen? Das würde die Urdee ja konterkarieren. Abgesehen davon wird der Medienpool durch den Europäischen Sozialfond und die Arge (Hamburger Arbeitsgemeinschaft SGB II) finanziert. Und da gibt es gesetzliche Maßgaben, nämlich dass Produktionsarbeit nicht in den Markt eingreifen darf, also zusätzlich und von öffentlichem Interesse sein muss.

Was heißt das konkret?

Die Schüler sollen viel lernen – und natürlich auch am Objekt und nicht nur für den Mülleimer. Wir sind deshalb mit einer Reihe von Einrichtungen im Gespräch. In Deutschland gibt es ungefähr 30 bis 40 000 Selbsthilfegruppen und Beratungsstellen, die alle im öffentlichen Interesse arbeiten. Einige wenige davon stehen voll im Saft, haben richtig viel Geld. Aus welchen Quellen ist irrelevant. Für die werden wir garantiert nichts tun, die können das gefälligst selbst bei freien Journalisten oder Agenturen einkaufen. Aber warum soll man nichts für die Kleinen hinterm Deich tun, die nie die Chance hätten, eine eigene Website zu entwickeln, auch in zehn Jahren nicht. Außerdem stellen wir jedes Produkt, das der Medienpool macht ins Internet. Da kann jeder gucken. Und wenn es dann Kritik gibt: Herzlich Willkommen.

Was sollen die Schüler in den neun Monaten denn eigentlich lernen?

Die Schulungen werden nicht so sehr daraus bestehen, dass wir Medienleuten erklären, wie sie einen Hauptsatz geradeaus schreiben müssen. Journalistisches Urhandwerkszeug können die alle. Sondern es wird sehr stark darauf ankommen, zu lernen, wie man als Freiberufler überlebt, was nicht einfach ist. Dazu gehören dann Dinge, mit denen man zum Beispiel als fest angestellter Redakteur nie zu tun hatte: Wie komme ich eigentlich zu einer Preisfindung für meine Produkte, diese ganze eklige Mehrwertsteuergeschichte und wie akquiriere ich einen Auftraggeber. Alles lebensnotwendig, um nicht sofort finanziell ins Gras zu beißen.

Warum liegt ein Scherpunkt der Ausbildung auf Wissenschaftsjournalismus?

Ich selbst kenne gut nur den Markt von Wissenschaftsjournalismus und Medizinjournalismus. Das liegt einfach daran, dass ich seit 1985 darin als freier Journalist tätig bin, mittlerweile mit eigenem Büro und einer Handvoll Mitarbeitern. Ich weiß, und das ist mir auch von anderen bestätigt worden, dass man für den Markt sinnvoll fortbilden kann. Warum soll man Leute fortbilden für einen Markt, der nicht oder nur unzureichend existiert? Oder irgendwo reindrücken, wo es schon voll ist? Das ist doch Unfug. Deshalb dieser Akzent auf Wissenschaftsjournalismus.

Das Interview führte Inge Brinkmann

10 Jahre Uniradio mephisto.

Seit 10 Jahren sendet das Uniradio mephisto aus Leipzig. Das wurde mit einem großen Sonderprogramm eine Woche lang gefeiert.

Mephisto, das Uniradio aus Leipzig, feierte in diesem Jahr seinen Geburtstag. Seit 1995 sendet das unabhängige Radio zwei mal zwei Stunden am Tag. In seiner Geburtstagswoche bot mephisto neben seinem Sendeprogramm ein offline-Programm an. So konnte beispielsweise an einem improvisierten Hörspiel mit bekannten Comedians teilgenommen werden oder man gewann bei einer Stadtralley Preise. Ein besonderes Geschenk gaben die prominenten Journalisten Peter Klöppel, Marc Bator und Gundula Gause. Sie lasen die Nachrichten des Senders vor und gaben anschließend Interviews. Eine abschließendes Geburtstagskonzert wurde in der Schaubühne Lindenfels mit bekannten Musikern gefeiert.

Mephisto, 1995 erstmals auf Sendung, ist ein Universitätsradio mit eigener Frequenz und Sendelizenz als Leipziger Lokalsender. Es sendet 5 Tage die Woche vier Stunden. Das Programm beginnt jeweils morgens von 10-12 mit dem faustschlag. Von 18-20 Uhr ist dann jeden Tag ein wechselndes Programm zu hören – immer ohne Werbung.

Das Radio ist ein fester Bestandteil des Studiengangs Journalistik. Trotzdem dürfen Studenten aus allen Fachbereichen beim Radio mitmachen. Hier können die Studieren-

den lernen, wie man ein politisches und künstlerisches Radioprogramm gestaltet und sendet. Während der Ausbildung im Uniradio arbeiten sie als Reporter oder Moderatoren, als Nachrichtensprecher oder Chef vom Dienst. Jedem der 170 mitarbeitenden Studenten wird damit ein Weg in die Medienwelt bereitet. Einige der Absolventen konnten den Axel-Springer-Preis oder den Wissenschafts-Publizistikpreis gewinnen.

Die Beiträge laufen nicht nur in Leipzig und Halle: Die Partneruniversität von Leipzig Athens in Ohio, USA, sendet verschiedene Beiträge in englisch im Radio Goethe - The German Voice. Momentan arbeitet mephisto an einer Kooperation mit der Universität Iasi, Rumänien.

Das Geld für das Leipziger Radio kommt aus den Kassen der sächsischen Landesmedienanstalt, die für Sender- und Leitungskosten aufkommt. Die Leipziger Universität bezahlt die Stellen für journalistische und technische Betreuer und stellt Räume sowie Verbrauchsmittel zur Verfügung.

Mehr Informationen unter www.uni-leipzig.de/~mephisto

Thomas Rode

Interview mit Marion Nagel vom Uniradio Mephisto, Leipzig

Mephisto ist ein Teil meines Lebens

Anlässlich des zehnjährigen Geburtstages vom Uniradio Mephisto in Leipzig, sprach Anja Laabs mit der langjährigen Mitarbeiterin des Senders Marion Nagel über ihre dortigen Erfahrungen als Journalistin, Redakteurin und Moderatorin.

Das Leipziger Uniradio Mephisto ist zehn Jahre alt geworden. Haben Sie den Geburtstag mitgefeiert?

Ja natürlich, schließlich sind fünf dieser zehn *mephisto*-Jahre ein Teil meines Lebens.

Mephisto scheint ein sehr erfolgreiches Radio zu sein. Das ist besonders seinen vielen amtlichen und ehrenamtlichen Machern zu verdanken. Was verbindet Sie mit dem Radio?

Ich bin 1999 zu *mephisto* gekommen. Angefangen habe ich als Nachrichtenredakteurin. Danach habe ich dann mehr für die tagesaktuellen Magazine Faustschlag und Direkt gearbeitet. Durch ein längeres Interview mit *Smudo* von den Fantastischen Vier bin ich schließlich beim Genre Interview gelandet und habe dort eine Art journalistische Heimat gefunden. Ich mag es sehr, mit interessanten Menschen länger als die berühmten 1:30 zu reden, auf mein Gegenüber einzugehen, ihm oder ihr zuzuhören. Neben der journalistischen Arbeit interessiere ich mich auch für die technische Seite des Hörfunks. Ich produziere am liebsten Trailer und Jingles. Es fasziniert mich, wie man mit Geräuschen, Musik und wenig Text Informationen zum Hörer bringt.

In welchem Bereich arbeiten sie am liebsten?

Ich gehöre nicht zu denen, die es ausschließlich ans Mikrofon drängt. Wenn ich sehe, dass sich jemand mit einem Thema besser auskennt oder der bessere Moderator für ei-

nen bestimmten Gast wäre, dann kann ich mich auf die redaktionelle Arbeit konzentrieren. Überhaupt denke ich, dass das Moderieren oft überbewertet wird. Ohne Redakteure und den Rest des Teams ist auch der beste Moderator nichts. Ich recherchiere sehr gern. Durch intensive Recherche entwickelt sich oft aus einem vermeintlich kleinen Thema ein großes, spannendes. Wenn ich es mir aussuchen kann, mache ich am liebsten Interviews.

Mephisto strahlt auch eine Wissenschaftssendung aus. Was ist das für eine Sendung?

Wir haben eine wöchentliche Rubrik im Morgenmagazin. Sie heißt *defacto* und wird immer montags ausgestrahlt. Schwerpunkte sind Neuigkeiten aus der Wissenschaft. Die Themenbreite reicht von der Eröffnung des Neuen Fraunhofer Instituts in Leipzig bis hin zum Klimawandel. Ansonsten kommt Wissenschaft auch in anderen Formaten bei uns vor. So laden wir Wissenschaftler zur Sendung *M19* - dem langen Interview - ein, gestalten Wissenschaftsthemen als Feature oder können Experten für musikwissenschaftliche Themen gewinnen.

Arbeiten Sie auch für dieses Format?

In dieser Woche beschäftigen wir uns mit dem Kulturphänomen Hip Hop im wissenschaftlichen Kontext. In einer anderen Sendung hatte ich zum Beispiel einen Forscher vom Umweltforschungszentrum zu Gast. Mit ihm sprach ich über die Abwasserreinigung durch Pflanzenkläranlagen. Ein interessanter Gast war auch mal ein Spaziergangsforscher. Im Rahmen einer Musikspezialsendung, die sich mit dem Thema Musik in der Werbung auseinandersetzt, sprach ich mit einem Wissenschaftler für Kommunikationswissenschaft und PR.

Wo sehen Sie die wesentlichen Unterschiede zwischen Journalismus und Wissenschaftsjournalismus?

Eigentlich sehe ich da keinen besonderen Unterschied. Auch bei der täglichen Berichterstattung geht es darum, zwischen verschiedenen Gruppen und Themen zu vermitteln. Im Kern geht es ja darum, die vorhandenen wissenschaftlichen Daten und Fakten für unterschiedliche Zielgruppen von Hörern aufzuarbeiten. Das macht ein Nicht-Wissenschaftsjournalist aber auch.

Sehen Sie Defizite in der herkömmlichen Journalismusausbildung, was den Wissenschaftsjournalismus betrifft?

Das Angebot an theoretischen und praktischen Seminaren im Bereich Wissenschaftsjournalismus ist zu gering und nicht langfristig genug. Außerdem müsste es eine fächerübergreifende Zusammenarbeit zwischen Wissenschaftlern geben, damit diese verstehen, welche Bedürfnisse Journalisten haben, wenn sie über Wissenschaft berichten wollen. Meistens ist es so, dass die Wissenschaftler in ihren Laboren sitzen und sich wundern, warum niemand sich für ihre „bahnbrechenden“ Forschungen interessiert. Trotzdem wollen sie aber nichts dafür tun, dass sich das ändert. Wissenschaftler müssen sich mehr öffnen und die Journalisten für sich und die Forschung interessieren.

Gibt es einen Bedarf an Wissenschaftsjournalismus?

Dass dieses Bedürfnis vorhanden ist, sieht man schon an der Anzahl und dem großen Erfolg der populärwissenschaftlichen Sendungen im Fernsehen. Fast jeder Sender leistet sich

mittlerweile eine Wissenschaftssendung. Auch die überregionalen Zeitungen haben mindestens einen für die Wissenschaft zuständigen Redakteur. Allerdings bedarf guter Wissenschaftsjournalismus intensiver Recherche. Dafür fehlen leider oft die Zeit und das Geld.

Nach welchen Kriterien selektiert Mephisto seine Themen?

Bei *mephisto* selektieren wir einerseits nach Aktualität, aber auch nach lokalem Bezug. Unser Format ist ja überwiegend lokal orientiert. Da die Universität Lizenznehmer ist, schauen wir auch sehr darauf was von der Universität kommt.

Was sind für Sie die wichtigsten Erfahrungen in der Journalismusausbildung gewesen?

Meine wichtigste Erfahrung ist, dass Journalismus vor allen Dingen ein Handwerk ist. All die theoretischen Seminare sind schön und wichtig, aber was nützen einem 10 Bücher über Interviewführung, wenn der Gesprächspartner im Interview nichts oder nur wenig sagt? Man sollte so früh wie möglich praktisch arbeiten, entweder nebenbei bei einer Zeitung, oder bei einem Lokalradio usw. Es ist nicht wichtig, Praktika zu machen, sondern Praktika bei denen man was mitnimmt.

Was raten Sie Anfängern?

Zurzeit sehe ich, dass es für zu viele gute Leute zu wenige Arbeitsstellen gibt. Hinzu kommt, dass man z.B. im Privatradiobereich (aber auch bei manchem öffentlich-rechtlichen Sender) immer weniger auf den Inhalt Wert legt. Stattdessen rücken Wetter- und Verkehrsmeldungen und eine möglichst kleine Musikrotation in den Mittelpunkt. Dafür setzt man dann 19jährige Moderatoren hinter das Mikrofon, die weiter zur Verflachung beitragen. Bei den Zeitungen sehe ich den Trend, dass auch dort eingespart wird und nur noch dpameldungen übernommen werden, ohne selbst zu recherchieren. Da bleiben viele Arbeitsstellen auf der Strecke. Trotzdem sollte man sich nicht entmutigen lassen. Ich habe ca. 30 Bewerbungen schreiben müssen, bis ich endlich eine Stelle hatte. Das ist heute leider nichts Besonderes mehr. Und Vorsicht bei Praktika! Bei Praktika, die ein halbes Jahr dauern und unbezahlt sind, wäre ich besonders skeptisch. Das ist reine Ausbeutung. Man sollte sich Praktika suchen, bei denen man viel machen kann und die einem die Chance bieten, später einmal für dieses Unternehmen zu arbeiten. Das ist manchmal auch Verhandlungssache.

Das Interview führte Anja Laabs

Nächste WISSENSWERTE im November 2005

Die Fachtagung WISSENSWERTE wird in diesem Jahr vom 28.-30. November ihre Pforten für Wissenschaftsjournalisten und medieninteressierte Forscher öffnen. Wie bei der letztjährigen Premiere werden die Teilnehmer über berufsständische Fragen diskutieren, sich über die aktuelle Wissenschaftspolitik informieren oder Kontakte knüpfen. Veranstaltet wird der Kongress vom Qualifizierungsprogramm Wissenschaftsjournalismus der Bertelsmannstiftung, dem Deutschen Journalisten-Verband und der Messe Bremen.

Weitere Infos unter www.wissenswerte-bremen.de

Neueste Forschungsarbeiten aus dem Arbeitsbereich Wissenschaftsjournalismus der Freien Universität Berlin.

Anne Vorbringer stellt ihre Magisterarbeit vor:

SARS-Berichterstattung in Regionalzeitungen

In der Berichterstattung über das Schwere Akute Respiratorische Syndrom (SARS) wurden einige Mängel gefunden. Von mehrheitlich sensationell geprägten und inhaltlich falschen Darstellungen kann aber nicht gesprochen werden. Mit der Zahl der Wissenschaftsjournalisten in einer Redaktion erhöhte sich die Qualität ihrer Artikel.

Wird die gesamte Menschheit von einem mysteriösen Virus dahingerafft?

Nicht nur die Boulevardpresse stürzte sich von März bis Juni 2003 auf die Lungenkrankheit SARS, die im November 2002 vermutlich das erste Mal in der südchinesischen Provinz Guangdong ausgebrochen war. Die Tageszeitung „Die Welt“ veröffentlichte im April eine Hochrechnung, nach deren Berechnungen innerhalb von zwei Jahren jeder Bürger Hongkongs mit SARS infiziert wäre. Das ist Hollywood at it's best. Regisseur Wolfgang Petersen hatte mit „Outbreak“ bereits eine filmische Vorlage über lautlose Killerviren geliefert.

Die Berichterstattung verfehlte ihre Wirkung nicht: Die Angst vor SARS nahm zu. Reisebeschränkungen, Quarantänemaßnahmen und Bilder von Mundschutzmasken verunsicherten die Menschen. SARS hatte Auswirkungen auf Wirtschaft und Tourismus der betroffenen Länder. Skepsis gegenüber Fernreisenden und Menschen asiatischer Abstammung blieb nicht aus. Also mal wieder die berüchtigte Panikmache der Medien oder hat der Journalismus eine Aufklärungsfunktion wahrgenommen und Breitenwirkungen genutzt?

Im Rahmen dieser Forschungsarbeit sollte das Marktsegment der Regionalzeitungen genauer untersucht werden. Dabei war von besonderem Interesse, ob sich die Qualität der Berichterstattung mit einer zunehmend gut ausgebauten Wissenschaftsredaktion verbessert. Deshalb wurden drei Zeitungen miteinander verglichen, die unterschiedliche Voraussetzungen erfüllen. Die „Ostsee-Zeitung“ in Mecklenburg-Vorpommern hat keine ausgebaute Wissenschaftsredaktion und ihre Berichterstattung über SARS fußte vor allem auf dpa-Meldungen. Beim „Münchner Merkur“ arbeitet eine auf medizinische Themen spezialisierte Redakteurin, während der Berliner „Tagesspiegel“ sogar sechs fest angestellte Wissenschaftsjournalisten beschäftigt. Kann also der

„Tagesspiegel“ seine Leser zu einem aktuellen Thema mit medizinischem Hintergrund besser informieren als die „Ostsee-Zeitung“? Zudem wurden die Meldungen des dpa-Basisdienstes ausgewertet, um zu erheben, ob die Berichterstattung der führenden deutschen Nachrichtenagentur qualitativ gut ist.

Die journalistische Qualität der Publikationen wurde mit Hilfe der Inhaltsanalyse anhand ausgewählter Kriterien gemessen. Dabei war der Autorin bewusst, dass Qualität weder objektiv definierbar noch vollständig operationalisierbar ist. Durch einen breit angelegten Kriterienkatalog und hohe Validitäts- und Reliabilitätswerte konnte es jedoch als wahrscheinlich erachtet werden, dass sich Qualität einstellt. Kriterien wie Akkuratheit, Aktualität, Transparenz, Meinungsvielfalt und Service wurden untersucht, um die Informations-, Einordnungs- und Nützlichkeitsfunktion des Journalismus zu prüfen. Bei den Untersuchungseinheiten handelte es sich um Beiträge, die im Zeitraum vom 15. März bis zum 15. April 2003 schwerpunktmäßig über die Lungenkrankheit SARS berichteten. Für die Analyse wurden nur die redaktionellen Teile des Mantels und der Lokalausgaben berücksichtigt. Summa summarum lagen 169 Zeitungartikel und 131 dpa-Meldungen zur Untersuchung vor. Die Annahme, dass der „Tagesspiegel“ die umfassendste, kontinuierlichste und qualitativ hochwertigste Berichterstattung liefert, konnte bestätigt werden. Durchschnittlich 2,4 Artikel erschienen pro Tag im Blatt, während es bei der „Ostsee-Zeitung“ große Lücken in der Berichterstattung gab. Die meisten Veröffentlichungen gab es in allen Medien, wenn die Weltgesundheitsorganisation (WHO) internationale Warnungen herausgab. Die überwiegende Mehrheit der Untersuchungseinheiten ließ sich erwartungsgemäß den informierenden journalistischen Gattungen zuordnen. Kommentare und Expertenbefragungen, die zur Einordnung der Geschehnisse hätten dienen können, kamen praktisch nicht vor. Der „Tagesspiegel“ nutzte noch am häufigsten Reportagen und meinungsbetonte Formen. Die Anzahl der redaktionellen Beiträge stieg erwartungsgemäß mit der Zahl der Wissenschaftsredakteure einer

Redaktion an. Beim „Tagesspiegel“ blieb die Nutzung von Agenturen nur zweitrangig. Fast 60 Prozent der Artikel waren redaktionell verfasst, während die Artikel der „Ostsee-Zeitung“ zu mehr als 80 Prozent auf Agenturmeldungen zurückgingen. Die Transparenz der Berichterstattung war beim „Tagesspiegel“ am höchsten, alle Artikel hatten Autorenzeilen und Quelleninformationen im Text. Die Hauptinformationsquelle der SARS-Berichterstattung waren die Meldungen der WHO. Wissenschaftliche Studien spielten keine Rolle, obwohl es zu diesem Zeitpunkt schon einige Veröffentlichungen über die Infektionskrankheit gab. Überhaupt waren wissenschaftliche Erkenntnisse und auch die schnellen Erfolge im Zusammenhang mit der Entdeckung und Identifizierung des verursachenden Coronavirus kaum ein Thema in



den untersuchten Medien. So wurden weder die Anstrengungen der WHO in einem weltweiten Netzwerk, noch die Isolierung des SARS-Virus aktuell thematisiert, obwohl das für die Eindämmung der Krankheit entscheidende Faktoren waren. Im Hinblick auf die Akkuratheit der Texte kann den Zeitungen insgesamt eine gute Berichterstattung attestiert werden. Die analysierten Beiträge waren sachlich und inhaltlich mehrheitlich richtig. Die medizinischen Fakten wurden mit Hilfe der wissenschaftlichen Veröffentlichung „SARS Reference“ überprüft. Die geringste Fehlerquote war beim „Tagesspiegel“ zu verzeichnen. Dennoch durchzogen auch unzutreffende Einschätzungen alle untersuchten Medien. So wurde im Zusammenhang mit SARS immer wieder von einer hoch ansteckenden Krankheit oder einem hoch infektiösen Erreger gesprochen. Diese Formulierung ist ebenso falsch wie verzerrend, denn SARS ist meist nur bei intensivem Kontakt übertragbar und der Virus ist nur schwach kontagiös. Das bedeutet, eine große Menge an Viren ist nötig, um die Krankheit zu übertragen. Von dieser verzerrten Darstellung abgesehen, bestand in der Negativbewertung bei allen Zeitungen eine gewisse Zurückhaltung, neutrale Formulierungen wurden vorgezogen. Insgesamt erwies sich die Berichterstattung des „Tagesspiegel“ als aktueller, akkurater, verständlicher, differenzierter und ganzheitlicher als die der anderen Zeitungen. Im Hinblick auf den Service bleibt dem „Münchener Merkur“ die beste Leistung zu attestieren: Mehr als elf Prozent der Artikel enthielten einen Hinweis auf weiterführende Informationsangebote. Die Berichterstattung der dpa war ebenfalls von hoher Qualität, insbesondere im Hinblick auf die medizinische Aktualität. An der Berichterstattung der „Ostsee-Zeitung“ ist zu bemängeln, dass oft von der Angst vor einer Ansteckung die Rede war, die Benennung von übertragungsrelevanten Faktoren jedoch ins Hintertreffen geriet. Insgesamt konnte die Grundannahme der Arbeit bestätigt werden: Mehr Wissenschaftsjournalisten garantieren auch eine höhere Qualität der Berichterstattung über medizinische Themen. Die Informationsqualität und die Einschätzungskompetenz steigen mit zunehmend ausgebauter Wissenschaftsredaktion. Den Lesern des „Tagesspiegel“ wird insgesamt ein realistisches Einschätzungsvermögen über die Krankheit und entsprechende Präventionsmöglichkeiten vermittelt.

Als Fazit bleibt die Forderung nach der Mitarbeit von Wissenschafts- und in diesem Fall ausgebildeten Medizinjournalisten im tagesaktuellen Journalismus nur zu unterstreichen. Es hat sich gezeigt, dass vorhandenes Wissen und die Kenntnis des wissenschaftlichen Forschungsprozesses unnötige Ängste verbannen kann und Verunsicherung in der Bevölkerung vermeiden hilft. Eine vorschnelle, allzu ergebnisorientierte Berichterstattung, die den angemessenen Vermutungscharakter früher medizinischer Erkenntnisse ignoriert, leistet solcher Verunsicherung und daraus resultierenden Fehleinschätzungen Vorschub.

Anne Vorbringer

*** Die Arbeit von A. V. wurde in diesem Sommer am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit dem Preis für die beste Magisterarbeit ausgezeichnet.**

Neues Online-Portal zum Thema Journalismus und Wissenschaft

Seit Ende April bietet ein neues Online-Portal Aktuelles aus der Journalismusforschung und der Medienbranche. Die Internet-Plattform, entstanden im Rahmen eines Forschungsprojekts der Hochschule Bremen, bietet Medieninteressierten und Journalisten umfangreiche Linksammlungen, Materialdatenbanken und Diskussionsforen.

Neben dem frei zugänglichen Bereich ist auch eine virtuelle Lehrredaktion für den internationalen Studiengang Fachjournalistik entstanden.

Weitere Infos unter

www.journalistik-online-education.de

Hochschulportal für Journalismus und Wissenschaft eröffnet

Nach Pressemitteilungen der Hochschule Bremen können sich seit Anfang April Journalisten und Medieninteressierte auf den Seiten der Journalistic Online Education (J.O.E) über aktuelle Entwicklungen in der Medienbranche und neueste Ergebnisse aus der Journalismusforschung informieren. Das in Deutschland bisher einzigartige Webangebot bietet neben zahlreichen Linkssammlungen und Materialdatenbanken auch Raum für Diskussionen mit Experten aus dem Journalismusbereich. Ziel dieses Angebotes ist nach Aussagen der Projektleiterin eine höhere Transparenz im Journalismus und eine grenzüberschreitende Kommunikation zwischen Theorie und Praxis. Registrierte Benutzer können neben dem öffentlichen Informationsangebot auch von der virtuellen Lehrredaktion profitieren.

TV-Wissenschaftssendungen im Überblick

Das Onlineangebot des Geo- und Mediaservices Geoversum hilft dem wissenschaftsinteressierten Fernsehzuschauer, den Überblick im Dschungel der Fernsehformate zu behalten. Im wöchentlichen Überblick zeigt die Webseite eine gut sortierte und umfangreiche Auswahl verschiedener Wissenschaftssendungen. Die Diplom-Geologin Vanessa Pruß aus Göttingen ist für den speziellen TV-Guide verantwortlich.

Die Webadresse lautet:

<http://www.geoversum.info/?page=geotv>

Der Newsletter Wissenschaftsjournalismus

Der Newsletter Wissenschaftsjournalismus wird zukünftig als eigenständige Veröffentlichung, unabhängig von „dimensionen“ erscheinen. Er wird auch häufiger veröffentlicht. Die nächste Ausgabe erscheint bereits im September. „dimensionen“ wird ein reiner Artikeldienst und kommt wie bisher halbjährlich heraus.