

Fernsehen, Hörfunk, Printmedien

Warum Medienkompetenz gerade für Wissenschaftler wichtig ist

| WERNER SIEBECK | **Wie gelingt es, in Interviews professionell zu agieren? Wie verhält man sich gegenüber Journalisten, so dass sie sich für die eigenen Forschungsarbeiten interessieren? Hinweise eines erfahrenen Fernsehjournalisten.**

Das ist ja wohl das Letzte! Ich bin in einem völlig falschen Zusammenhang zitiert worden. Die machen es so, wie es ihnen gerade am besten passt. Das ist mir zu unseriös – ich werde keine Interviews mehr geben“. Aussagen wie diese sind typisch für das oft schwierige Verhältnis zwischen Medien und Wissenschaft. Wie auch diese: „20 Sekunden! Wie kann ich zu dieser komplexen Materie in dieser kurzen Zeit etwas Seriöses sagen? Das ist doch unmöglich!“

Natürlich ist es möglich. Genau wie es sich vermeiden lässt, in einem unzutreffenden Kontext zitiert zu werden. Wer über professionelle Medienkompetenz verfügt, wer die entsprechenden Spielregeln im Umgang mit den Medien beherrscht und wer weiß, wie in den Redaktionen geplant und gearbeitet wird, wie also Journalisten „ticken“, der muss keine Scheu im Umgang mit Journalisten haben. Im Gegenteil: Die Medien können sich als wichtiger Partner für Wissenschaftler erweisen. Ohnehin

sind beide aufeinander angewiesen: Journalisten benötigen die Wissenschaft, um ihren Lesern, Zuhörern und Zuschauern die immer komplexer werdende Welt näher bringen und erklären zu können. Und Wissenschaftler wiederum benötigen die Medien, wenn sie über ihre Forschungen und deren Ergebnisse berichten wollen. Somit profitieren beide Bereiche voneinander.

Darüber hinaus aber ist eine wissbegierige wie kritische Öffentlichkeit auf ein konstruktives Zusammenwirken von Wissenschaft und Medien angewiesen. Sie benötigt für wichtige Lebensbereiche das Fachwissen der wissenschaftlichen Experten und dessen mediale Vermittlung.

Krisensituationen

Daraus folgt wiederum, dass Wissenschaftler über die Fähigkeit verfügen sollten, auch komplizierteste Sachverhalte allgemein verständlich erklären zu können. Wer nicht verstanden wird, scheidet als Gesprächspartner der Me-

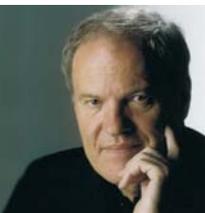
dien – und damit der breiten Öffentlichkeit – aus. Zudem liegt es auch – wie Forschungsministerin Wanka kürzlich deutlich gemacht hat –, in der Verantwortung des vom Steuerzahler alimentierten Forschers, diesem seine Forschungsergebnisse verständlich zu vermitteln.

Des Weiteren ist Medienkompetenz wichtig, wenn es darum geht, Krisensituationen erfolgreich zu bewältigen. In Krisensituationen zeigt sich besonders, wer professionell mit Medien umgehen kann und wer nicht, wer die Krise souverän meistert und wer grandios scheitert. Krisen kommen unerwartet. Dabei muss es gar nicht immer darum gehen, dass man selbst in Schwierigkeiten geraten ist. Angenommen, an der eigenen Institution ist etwas vorgefallen – Plagiatvorwurf, Notenskandale, Korruptionsverdacht o.ä. –, auf das sich die Presse kampagnenartig stürzt. Plötzlich steht unangekündigt ein Fernsehteam vor Ort und versucht, mit aggressiv wie suggestiv formulierten Fragen den Fachmann in die Enge zu treiben. Was nun? Ohne Medienkompetenz kann man sich und seine Institution um Kopf und Kragen reden. Obwohl man selbst keineswegs in den Vorfall involviert ist. Wenn man „kneift“ und sich einem Interview verweigert, wird man zur großen Freude des Fernsehjournalisten als unsympathischer Mitwisser hingestellt, der ausschließlich darauf bedacht ist, alles zu vertuschen. Und schon ist der Ruf beschädigt. Das aber muss nicht sein. Wie man bei diesen „Überfallinterviews“ seinen Kopf aus der Schlinge zieht, lässt sich in einem Medientraining leicht lernen.

Nicht zuletzt: Wer in den Medien kompetent und sympathisch auftritt, kann zu einem begehrten und viel gefragten Experten werden und damit seine Karrierechancen verbessern. Dabei sollte man sich vom möglichen Nasenrumpfen von Kollegen nicht beeinflussen lassen. Wer im 21. Jahrhundert als Hochschullehrer nicht über Medienkompetenz verfügt, kann leicht ins Abseits geraten. Nicht ohne Grund verpflichten sich Professoren an vielen amerikanischen TOP-Universitäten bei ihrer Anstellung dazu, ein Medientraining durchzuführen. Zu ihrem Vorteil wie zum Prestigegewinn ihrer Universität.

Die persönliche Ausstrahlung entscheidet

Genügend Gründe also, um eine profunde Medienkompetenz zu erwerben.



AUTOR

Werner Siebeck hat viele Jahre das Politmagazin des Bayerischen Fernsehens geleitet und moderiert. Seine Medienseminare richten sich vor allem an Hochschullehrer.

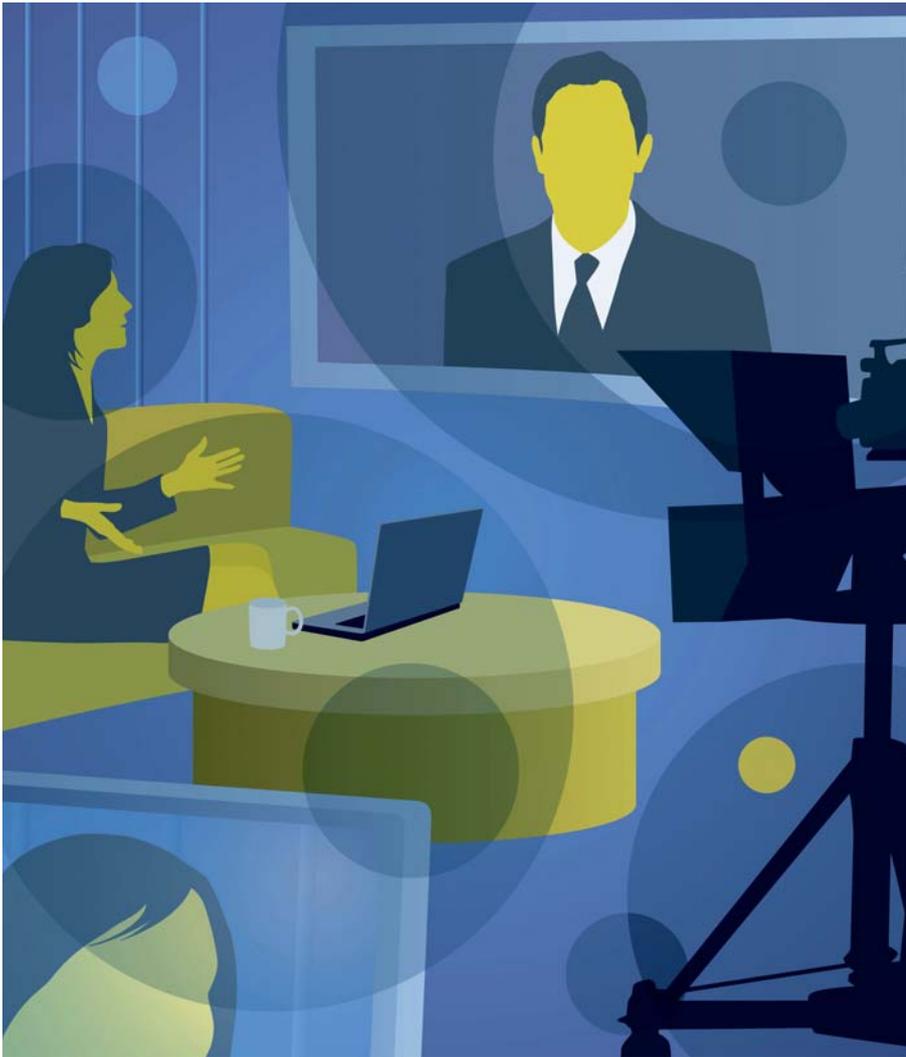


Foto: mauritius images

Doch in welchen Fähigkeiten und Kenntnissen besteht diese? Zunächst einmal müssen gerade Wissenschaftler eine bittere Pille schlucken. Beim Fernsehen kommt es nämlich vor allem darauf an, *wie* etwas gesagt wird. Das heißt: Die persönliche Ausstrahlung des Interviewten entscheidet, ob und wie seine Botschaft beim Zuschauer ankommt. Wirkt man sympathisch? Kompetent? Glaubwürdig? Beim Medientraining kommt es somit darauf an, die Stärken seiner Persönlichkeit zu erkennen und diese dann vor der Kamera bewusst einzusetzen. Genau wie die erlernbare Fähigkeit, sich kurz und verständlich auszudrücken. Gerade Wissenschaftlern fällt es oft schwer, sich in einer 20- bis 30-Sekunden-Antwort auf das Wesentliche zu beschränken. Wer es jedoch unter Anleitung der Trainer versteht, in den Mittelpunkt seiner Antwort einen „Kernsatz“ als wichtigste Botschaft zu stellen, für den werden – das erleben wir in unseren Medienseminaren immer wieder –, diese Kurzantworten sehr schnell zur Routine.

Diese knapp bemessene Zeit ist im Übrigen ausschließlich der Tatsache geschuldet, dass Zuschauer bei längeren „O-Tönen“ wegschalten. Weiterhin muss ein Medienprofi die Welt der Medien kennen, d.h. vor allem wissen, wie Journalisten arbeiten. Und wie man sie für seine Forschung interessieren kann. So ist es beispielweise für beide Seiten von größerem Gewinn, die Medien zu Beginn eines Forschungsvorhabens zu informieren als zu dessen Abschluss. Auch für die professionelle Präsentation seiner Forschungsergebnisse – beispielsweise auf einer Pressekonferenz –, gibt es Spielregeln, welche man sich leicht auf Medientrainings aneignen kann.

Ein Medienprofi weiß auch, dass

der Journalist zumeist bereits *vor* dem Interview seinen Bericht im Kopf und damit seinem Gesprächspartner eine ganz bestimmte, mit dem Redaktionsleiter bereits abgesprochene Rolle zugewiesen hat. Die gilt es vor dem Interview herauszubekommen. Im Fernsehen ist man immer Teil einer Inszenierung. Mit Hilfe von Medienkompetenz ist es jedoch möglich, dieser nicht völlig ausgeliefert zu sein. Ganz generell geht es darum, dem Journalisten zu zeigen, dass man sich sehr wohl in dessen Welt auskennt und ihm somit auf Augenhöhe begegnen kann. Dazu gehören etwa auch Kameraeinstellungen, die einen sympathisch oder unsympathisch erscheinen lassen. Auch die Wahl des Hintergrunds, vor dem das Interview erfolgt, kann die Wirkung auf den Zuschauer entscheidend beeinflussen. So könnte etwa die neben oder über dem eigenen Kopf aufgenommene berühmte Einstein-Grimasse durchaus zu unerwünschten Assoziationen führen.

Gerade in Magazinsendungen, die im Unterschied zu Nachrichtensendungen einen bewusst kritischen und investigativen Charakter besitzen, sollte man immer offen für kritische Hinweise sein, Fragen nie bewerten, auch wenn diese rein polemischer Natur sind. Als goldene Regel gilt hier: Je aggressiver die Fragestellung – umso freundlich-gelassener sollte die Antwort ausfallen. Dies gilt auch für Talkshows. Auch wenn deren Infotainment nicht immer dem eigenen Geschmack entsprechen mag, sollten Wissenschaftler sich ihnen nicht verweigern. Schließlich können sie ein Millionenpublikum über wichtige Sachverhalte aufklären. Gerade in Talkshows sind Wissenschaftler gefragt. Mit ihrem Sachwissen können sie sich bewusst von dem Polittheater absetzen. Zuletzt hat dies sehr eindrucksvoll der hervorragende Auftritt des Historikers Heinrich August Winkler in einer Talkshow zur Griechenland-Krise gezeigt. Allein die Wissenschaft ist in der heutigen Informationsüberflutung in der Lage, die Öffentlichkeit aufzuklären. Dazu gehört Medienkompetenz. Und die ist erlernbar.

KONTAKT

Seminar „Medientraining für Wissenschaftler“ beim Deutschen Hochschulverband.

Nähere Informationen und Anmeldung unter:
www.hochschulverband.de oder direkt unter
www.medientraining-siebeck.de