

Die Bredouille mit den Medien

Wie man in die Schlagzeilen kommt

Die Max-Planck-Gesellschaft und ihre Mitglieder wollen die Wissenschaft „für die Öffentlichkeit öffnen“. (@maxplanckpress im @DLF.) Was für eine lächerliche Formulierung! Aber die Sache ist ernst. Es ist nicht das erste Mal, dass die führende Gesellschaft für Grundlagenforschung verspricht, sich an der öffentlichen Diskussion zu beteiligen. Aber diesmal sind die Chancen, dass daraus etwas wird, besser denn je. Noch nie hat die Gesellschaft von den Hochschullehrern so sehnsüchtig erhofft, dass sie die überhitzte Diskussion in Inhalt und Stil wieder auf Normaltemperatur zu bringen. Angesichts von Parteienverachtung und Populismus, von Halbwahrheiten und Fake-News haben wir nicht das Recht zu schweigen.

Im Idealfall sollten sich alle Wissenschaften an der Versachlichung der Diskussion in der Öffentlichkeit beteiligen. Der in Meißen geborene Kommunikationswissenschaftler Mike Steffen Schäfer hat am Beispiel naturwissenschaftlicher Themen nachgewiesen, dass sie dazu im Regelfall auch in der Lage sind. (Wissenschaft in den Medien. Wiesbaden 2007.) Inzwischen arbeitet Schäfer am Institut für Publizistik und Medienfor-

schung der Universität Zürich. Dort hat er mithilfe der Factiva-Datenbank die Berichterstattung der Medien in Europa über die Wissenschaften untersucht. Dass sich die Soziologen am fleißigsten in der Öffentlichkeit profilieren und dass Mathematiker, Chemiker und Veterinärmediziner am seltensten zu Wort

»Journalisten verlassen sich am liebsten auf Fachleute, mit denen sie schon gute Erfahrungen gemacht haben.«

kommen, ist keine Überraschung. Aber dass von den 5 500 der 11 000 Professoren in der Schweiz, welche Schäfer in seiner Stichprobe erfasst hat, in den Medien nur 42 regelmäßig als Experten befragt werden, gibt doch zu denken. In anderen Ländern ist das nicht besser. (Stephan Ruß-Mohl: Immer dieselben Experten am Mikrofon. In: Neue Zürcher Zeitung vom 27. Oktober 2018).

Risikominimierung

Einerseits liegt das an den Wissenschaftlern selbst. Sie werden von emotional erregten Andersdenkenden, aber auch von Neidern diffamiert, wenn sie sich in der Öffentlichkeit zu Wort melden, und schweigen daher vorsichtig. Andererseits sind die Gatekeeper, die Schleusenwärter der veröffentlichten Meinung, dafür verantwortlich: Journalisten verlassen sich am liebsten auf Fachleute, mit denen sie schon gute Erfahrungen gemacht haben. Das minimiert nicht nur das Risiko; es sorgt auch für Verständlichkeit.

Sogar die Kommunikations- und Publizistikwissenschaftler haben Schwierigkeiten, in den öffentlichen Diskurs einzugreifen. Daher arbeiten die drei Medienforscher Mark Eiseneg-

ger (Universität Zürich), Larissa Krainer (Universität Klagenfurt) und Marlis Prinzing (Macromedia Hochschule Köln) an einer Charta, welche die Kommunikationswissenschaft als „öffentliche Wissenschaft“ etablieren soll. Das wirkt nur auf den ersten Blick paradox. Aber wer bedenkt, dass Publizistikwissenschaftler dazu berufen sind, das Verhalten der Mediengewaltigen zu analysieren und zu kritisieren, wird den ernstesten Hintergrund erkennen. Hans Mathias Kepplinger weiß ein Lied davon zu singen (Kepplinger: Totschweigen und Skandalisieren. Köln 2017).

Bündnisse des Vertrauens

Was tun? Professoren, Hochschulleitungen, Institute und Verbände sollten Bündnisse des Vertrauens mit verantwortungsbewußten Redakteuren schließen. So wie Karl Jaspers es getan hat, der Philosoph, der in der Nachkriegszeit die Schicksalsfragen der Deutschen kommentierte. Jürgen Wilke hat in seinem Buch „Jaspers und die Massenmedien“, Bremen 2018, überzeugend dargestellt, wie gegenseitiger Respekt für professionelle Leistung alle Schwierigkeiten überwindet (s. Forschung & Lehre, 10/2018).

Wer sich auf die Marktplätze der öffentlichen Auseinandersetzung wagt, muss mit Neid und Hähme rechnen. Wir dürfen die Fachvertreter daher bei ihrem Einsatz für eine aufgeklärte Öffentlichkeit nicht alleinlassen: Sorgt für Anreize und Belohnungen!

AUTOR



Dr. Kurt Reumann war von 1970 bis 2000 Redakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, zuständig für Bildungs- und Hochschulpolitik. Weitere Spezialgebiete waren die Umfrageforschung samt Wahlanalysen sowie Medienpolitik.

Weitere Spezialgebiete waren die Umfrageforschung samt Wahlanalysen sowie Medienpolitik.