

Wissenschaftsjournalismus – der mediale Resonanzboden für Wissenschaft

Verleihung des Universitas-Preises der Hanns Martin Schleyer-Stiftung,
Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften
Berlin, 11. Dezember 2009

Mehr denn je tragen Wissenschaftler und Journalisten Verantwortung für die Herausforderungen in unserer Gesellschaft. Die Erkenntnis, dass Forscher und Hochschullehrer von der Gesellschaft verstanden werden, dass Forschungsergebnisse vermittelt und der Ertrag ihrer wissenschaftlichen Akribie in unserer pluralen Gesellschaft Akzeptanz findet, bildet die Grundlage für Wissenschaftsjournalismus. Die Hanns Martin Schleyer-Stiftung nahm das „UNESCO-Jahr der Astronomie 2009“ zum Anlass, zum zweiten Mal eine herausragende Vertreterin dieser Profession mit dem „Universitas-Preis“ auszuzeichnen, der – mit einem Preisgeld von 10.000 EURO ausgestattet – künftig alle zwei Jahre verliehen werden soll.

Der Universitas-Preis für Wissenschaftsjournalismus und seine Trägerin

Anknüpfend an das Gedenkjahr 1610, als in Venedig Galileo Galileis „Siderius nuntius“ – Sternenbote – und in Prag Johannes Keplers „Astronomia Nova“ erschien, hat die fünfköpfige Jury der Geschäftsführung der Hanns Martin Schleyer-Stiftung vorgeschlagen, mit dem aktuellen Preis Frau Hildegard Werth (*1950, Saarbrücken) zu ehren, die seit 1979 beim ZDF und dessen Partnerprogrammen Themen aus den naturwissenschaftlichen Disziplinen, aus Medizin und Raumfahrt „dolmetscht“ und in zahlreichen wissenschaftlichen Beiträgen und Dokumentationen aufarbeitet – exemplarisch genannt sei ihre Sendung „WissensWERTH“ im ZDF Info-Kanal, ihr Film „Blick ins Herz ohne Katheder“ (ZDF, 2004) und ihre Berichte über 40 Jahre Mondlandung „Zukunft im All“ (2009). Hildegard Werth hat sich – so *Peter Strohschneider*, Vorsitzender des Wissenschaftsrats in seiner Laudatio – „als Fachfrau profiliert mit einer Berichterstattung, die das ganze Spektrum naturwissenschaftlich-medizinisch-technischer Forschung in seiner Tiefenstaffelung von der Grundlagenforschung bis zu praktischen, wirtschaftlichen und therapeutischen Anwendungen im Blick zu halten weiß, ohne dass sie dabei die Genauigkeit der Darstellung und ihre Klugheit im Urteil den harten Gesetzen der Aufmerksamkeitsökonomie des Massenmediums zu opfern sich gezwungen sieht“.

In bewunderungswürdigem Zusammenspiel von Präzision der Recherche und Anschaulichkeit in der Darstellung gelingt es der gebildeten Preisträgerin, neues, hochspezialisiertes Expertenwissen in die Sinn- und Deutungszusammenhänge allgemeinen, traditionellen Laienwissens einzuordnen. Ihre naturwissenschaftliche Sachkunde basiert auf einem Studium der Germanistik und Philosophie, der Kunstgeschichte und Soziologie in Saarbrücken und Mannheim und befähigt Hildegard Werth zu differenzieren zwischen Information und Wissen, das sie als „in Sinnzusammenhänge eingeordnete Information“ vermittelt. Darin sah der Laudator die Voraussetzung für eine „souveräne Verfügung über die Gestaltungsmittel des Mediums Fernsehen, Problembewusstsein, Weite des journalistischen Blicks“ – zu Galileis Zeiten verdiente Hildegard Werth, Mitglied im Kuratorium der Max Planck-Gesellschaft, das Prädikat „siderea nuntia leureata“. Die Geehrte bedankte sich mit einer nachdenklich-launigen Deutung von Bertolt Brechts „Legende von der Entstehung des Buches Taoteking“, bezogen auf die Gegenwart: „Das Lob gebühre nicht nur dem Weisen, dessen Name auf dem Buche prangt. Denn man muss dem Weisen seine Weisheit erst entreißen!“ Hildegard Werth

sieht sich als Wissenschaftsjournalistin in der Rolle des Brechtschen Zöllners, der den alten Weisen ihre Wissenschaft und ihre Forschungsergebnisse „abverlangt“ habe, denn „die etwas fragen, verdienen Antwort.“

„Wie kommt Wissenschaft ins Fernsehen?“ – Dagmar Reims Festvortrag

Dass der Festvortrag für Hildegard Werth aus dem Berufsfeld „Medien“ kommen würde, war zu erwarten: *Dagmar Reim* (*1952, Heidelberg), derzeitige Intendantin des fusionierten Radio Berlin-Brandenburg (RBB, 2003-2013) richtete die Aufmerksamkeit des Auditoriums auf die Frage nach Kriterien für die Wichtigkeit einer Person. Ist es die Trefferquote bei Google? Ist es Geist, Eloquenz, Überzeugungskraft, Systemrelevanz? „Googletis“ bestimmt Bedeutung in der Informationsgesellschaft, zurecht sprechen wir von einer nicht mehr zu bewältigenden Informationsflut, belegbar an der Verarbeitung von 20.000.000 Wörtern täglich als Sachinformation. Ein Leser, der 1.000 Wörter pro Minute lesen könnte, würde demnach eineinhalb Monate bei einem Acht-Studentag benötigen, um die Tagesproduktion der Printmedien zu bewältigen und auf diese Weise eine „Leserückstand“ von 5 ½ Jahren aufzuführen.

Dagmar Reim verglich das Feld der Wissenschaften mit einem Schlachtfeld – in Gremien geht es zuvörderst um Aufmerksamkeit und Geld, Projektmittel ergattert man als Wissenschaftler über eine Reichweite in Medien, Fachpublikationen, durch Kongresspräsenz, durch „Geschnatter im Netz“ und durch Schlagzeilen, gefördert durch (eigene) PR-Abteilungen. Wer unterscheidet zwischen einer professionellen PR-Masche und einer (wissenschafts-)relevanten Meldung? „Unbekanntes bekannt und Unsichtbares sichtbar zu machen – das ist die Aufgabe von Wissenschaftsjournalisten“, die mithelfen, die letzten Geheimnisse aufzudecken: in der Gentechnik und der Astronomie, in der Elementarphysik und in den Klimawissenschaften. Gerade diese Themen bergen für den Leser, den Konsumenten von Massenmedien auch Gefahren, suggerieren Angstgefühle und Panik nach dem Motto: „Apokalypse sells!“ Einen Grund sah Dagmar Reim in den „journalistischen Multitaskern“, die heute sich über den Papst, morgen über die Schweingrippe und übermorgen zu den „Schwarzen Löchern“ äußern. Und sie bedauerte, dass längst nicht jede Redaktion sich „kundige Thebaner wie Hildegard Werth“ leisten (kann), was zur Folge hat, dass nicht das fachliche Interesse, sondern die Schlagzeile – sei es die Berichterstattung über den Teilchenbeschleuniger CERN (Garching, 2008) oder die Schweinegrippe, bei der das Virus H1N1 „weniger die Körper als die Köpfe infiziert“ (2009) – den Ausschlag gibt nach dem Motto „Aufregung und Angst: enorm, Bekanntheitsgrad: enorm, Sinn der Aufregung: Null, tiefergehende Erkenntnis: Null“. Im Unterschied zu den Massenmedien, deren „Dauertätigkeit das Erzeugen und Interpretieren von Irritationen“ sei, müsse ein Wissenschaftsjournalist in der Lage sein – so der Soziologe Niklas Luhmann – Erkenntnisse abzuwägen, unterschiedliche Standpunkte darzustellen und Gefahren einzuordnen – vorausgesetzt, er kommt zum Einsatz und nicht sein Kollege von der „Feld-Wald-Wiesen-Fraktion.“

Wissenschaftsjournalisten wissen zu unterscheiden, kennen das schlagzeilenfördernde Freund-Feind-Schema „Guter Erfinder, böse Pharmaindustrie“ (Bsp. H1N1-Virus, Neurodermitis-Wundersalbe u.a.). Es ist ihre Profession, nachhaltig und sehr genau zu recherchieren, Machenschaften einer „simplificatio perniciosa“ zu erkennen und aufzudecken, „treuhänderisch für den Leser und Zuschauer zu handeln. Wissenschaftsfernsehen lebt von faszinierenden Bildern, unsere interessierten Zuschauer wollen sehen, was noch nie jemand gesehen hat nach dem Grundsatz von Elias Canetti: „Der Weg zur Wirklichkeit führt über Bilder.“ Aber: „Je stärker Bilder sind, je eher nutzen sie sich ab“, was leicht an Bildfolgen zur Klimakatastrophe belegt werden könne. Wenn der Begriff Klimawandel „Karriere macht“, nehmen Politiker „instinktsicher Witterung“ auf, denn es winken Profilierungsmöglichkeiten. Andererseits braucht Wissenschaft im Fernsehen auch ein Gesicht, einen „Helden“ oder einen „Anti-Helden“, der die Geschichte trägt. Im Fernsehen, so Dagmar Reim, kann niemand zurückblättern, einen Absatz zweimal lesen. Deshalb wird der gute Journalist seinen Beitrag auf eine Kernaussage reduzieren, Hauptwege und nicht Nebenpfade beschreiten, die Botschaft glaubwürdig

darstellen lassen von renommierten, „medientauglichen“ Wissenschaftlern, die dem Thema „ein Gesicht zu geben versuchen“.

Es ist also das gute Team, das wissenschaftliche Genauigkeit gegen allgemeine Verständlichkeit abwägen muss, denn es ist wichtig, Wissenschaft nicht ausschließlich einem kleinen, erlesenen Publikum zu präsentieren, das die spezifische Begriffssprache beherrscht. Gute Journalisten sind „Wegweiser“ im Informations-Dschungel der Wissenschaften. Exzellente Fachwissenschaftler brauchen ein „strategisches Eigenmarketing“ für ihre Forschungsleistung. Das Risiko dabei erläuterte Dagmar Reim am Negativbeispiel aus der Berliner Charité: als „Bio-Viagra“ als Flop erkannt wurde, musste in den Medien richtig gestellt werden, „Viagra bleibt Pharma“ – fast unbeachtet von den Medien hatte ein Institutschef der Charité seinen Arbeitsplatz zu wechseln. Weil einfache Antworten auf eine zunehmend komplexe Welt nicht mehr möglich sind, dürfen es sich Wissenschaftsjournalisten nicht leicht machen als Rechercheure, Übersetzer und Vermittler. „Anfallsweise denkfaule Redaktionen“ müssen überzeugt und gute Sendeplätze für das eigene Produkt erkämpft werden. Dagmar Reim schloss mit Aldous Huxley, dem Schriftsteller und Utopisten: „Je mehr wir wissen, desto phantastischer erscheint uns die Welt, und desto unergründlicher die Dunkelheit um uns herum“ – die dringend notwendigen „lichten Momente können gute Wissenschaftsjournalisten kreieren, Wissenschaftsjournalisten wie Hildegard Werth“.

Jürgen Kluge (McKinsey & Co, Düsseldorf) schloss die gut besuchte Ehrung in der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften am Gendarmenmarkt mit einem Dank an alle Mitwirkenden, nicht zuletzt dem Tango Real Quartett, Berlin, das die Festveranstaltung exzellent musikalisch abgerundet hat. Als Veranstalter lud die Hanns Martin Schleyer Stiftung zu weiteren Terminen ein: „Soziale Marktwirtschaft und Demokratie“, Dresden, 31.05. / 01.06.2010 und zum VII. Symposium zur Hochschulreform (Berlin, 03.12.2010).

Willi Eisele*

Kontakt:

Willi Eisele

E-Mail: willi.eisele@gmx.de

* Der Berichterstatter (*1946) ist Leiter des Gymnasiums Fürstenried (München), Regionalbeauftragter des Bundes Freiheit der Wissenschaft (Bayern), Landesvorsitzender des Bayerischen Geschichtslehrerverbandes e.V. und der Fachgruppe Geschichte/Sozialkunde im Bayerischen Philologenverband, der Berufsvertretung der Lehrer an Gymnasien, Fachoberschulen und Hochschulen in Bayern.

Copyright

Arbeitsgemeinschaft historischer Forschungseinrichtungen in der Bundesrepublik Deutschland e.V., 2010.

Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung der AHF in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

AHF, Schellingstraße 9, 80799 München

Telefon: 089/13 47 29, Fax: 089/13 47 39

E-Mail: info@ahf-muenchen.de, Website: <http://www.ahf-muenchen.de>

Empfohlene Zitierweise / recommended citation style:

AHF-Information. 2010, Nr.026

URL: <http://www.ahf-muenchen.de/Tagungsberichte/Berichte/pdf/2010/026-10.pdf>