

Komplexes verständlich machen

Das öffentliche Interesse an wissenschaftlichen Themen ist groß. Auch die Berichterstattung über Forschung erlebt in den Massenmedien derzeit einen Boom. Medien sind Ihre wichtigste Verbindung, die Sie zur Öffentlichkeit bekommen können. Denn das meiste, was die Menschen über die Wirksamkeit von Zeckenimpfungen, die Entdeckung einer Maya-Stadt im Regenwald oder die Veränderung des Klimas wissen, haben sie aus Radio, Fernsehen, Zeitung und Internet erfahren. Außerdem: Auch Politiker und Drittmittelgeber erfahren Wissenswertes aus den Medien.

Warum ein Medientraining?

Wissenschaftler, die ihre Arbeit an die breite Öffentlichkeit tragen wollen, sind also auf eine gute und fruchtbare Zusammenarbeit mit Journalisten angewiesen. Mit Medienmachern umzugehen, erfordert jedoch Erfahrung und Übung. Die Regeln der Medienarbeit unterscheiden sich nämlich grundlegend von denen des Wissenschaftsbetriebs. Den wenigsten Forschern ist es in die Wiege gelegt, ihre Themen so zu kommunizieren, dass sie für Journalisten interessant sind, dass aber gleichzeitig der wesentliche Kern der Forschung nicht unter der Tisch fällt.

In ein- und mehrtägigen Medientrainings zeigt Diane Scherzler Ihnen, was Sie tun können, um Redakteure auf Ihre Forschung oder auf die Arbeit Ihres Instituts/Unternehmens aufmerksam zu machen. Sie werden lernen, wie ein guter Presstext geschrieben und strukturiert ist, und wie Sie ein Interview meistern. Sie erfahren auch, wie Sie aktiv die Wahrscheinlichkeit verringern können, dass sich Fehler in journalistische Beiträge einschleichen, oder dass Sie falsch zitiert werden. Praktische Übungen, die sich an Ihren konkreten Bedürfnissen orientieren, sind grundlegender Bestandteil der Workshops.

Wie läuft ein solches Medientraining ab?

Jedes Medientraining ist hinsichtlich Inhalt und Dauer auf die speziellen Bedürfnisse der Teilnehmer zugeschnitten. Folgende Themen und Übungen beinhalten die Workshops normalerweise:

- Was sind "die Medien" und welche Möglichkeiten bieten sie, wissenschaftliche Themen zu kommunizieren? Wie unterscheiden sich verschiedene Medien hinsichtlich ihrer Zielgruppen und ihrer Qualität?
- Wie gestaltet sich das Zusammenspiel von Wissenschaftler und Medien? Wie sieht der Alltag eines Journalisten aus? Was erwartet das Publikum von Geschichten über Ihre Forschung?
- Schreib- und Interview-Übung
- Die Quellen für Medienberichte. Wie kommen Sie in Kontakt mit Massenmedien? Die Pressemeldung und weiteres Pressematerial.
- Schreiben für Nicht-Fachleute. Wie kommuniziert man komplexe Inhalte so, dass sie auch Laien verstehen und interessant finden?
- Übung: Einen nicht-wissenschaftlichen Text schreiben
- Welche Storys schaffen es in die Medien? Nachrichtenwerte und Selektionskriterien des Journalismus.

- Übung: Unter Zeitdruck in der Rolle des Journalisten arbeiten.
- Das Interview, und wie man es vorbereitet. Ein gutes Interview geben.
- Interview-Übungen
- Wie kann man als Wissenschaftler Fehler im journalistischen Produkt reduzieren?
- Strategische Medienarbeit: Was ist Ihre Zielgruppe? Was ist die Botschaft? Was ist Ihre Zielsetzung? Welche Möglichkeiten der Umsetzung Ihrer Ziele haben Sie?

Außerdem ...

Wenn Sie eine bestimmte Fragestellung oder ein besonderes Problem haben, können Sie sich dazu beraten lassen. Diane Scherzler überprüft auch Ihre Broschüren, Ihr Pressematerial oder Ihren Internetauftritt auf Verständlichkeit und mögliche Verbesserungen. Kürzere Kurse, in denen Einzelaspekte eines Medientrainings behandelt werden (z. B. Schreibwerkstatt, Interviews), sind ebenfalls möglich.

Nach einem Medientraining wissen Sie, wie Sie ...

- die passenden Medien auf Ihre Arbeit und Ihre Projekte aufmerksam machen,
- sicherer mit Journalisten umgehen und konstruktiv mit ihnen zusammenarbeiten,
- komplexe Inhalte in Interviews und Pressemeldungen verständlich auf den Punkt bringen, so dass auch Nicht-Experten verstehen, was Sie zu sagen haben,
- auf qualitativ bessere Medienberichte aktiv Einfluss nehmen und die Wahrscheinlichkeit von Fehlern deutlich senken,
- Ihre eigenen Kapazitäten für Medienarbeit genauer einschätzen und planen.

Beraten heißt nicht berichten

Um sowohl mit Wissenschaft als auch mit Journalismus aufrichtig und fair umzugehen, ist es nicht möglich, dass Diane Scherzler gleichzeitig oder zeitnah zu einer Beratung journalistisch über Ihre Arbeit berichtet.

Die Trainerin

Diane Scherzler ist seit vielen Jahren Redakteurin und Projektmanagerin in der Online-Redaktion des Südwestrundfunks (SWR). Schwerpunkt-Themen der studierten Archäologin sind dabei die Wissenschaften sowie kulturelle Ereignisse. Außerdem unterrichtet sie regelmäßig in mehrwöchigen Kursen die Volontäre des SWR.

Seit fast 15 Jahren befasst sich Diane Scherzler mit dem Themenkomplex "Wissenschaft, Massenmedien und Öffentlichkeit". In ihrer täglichen Arbeit stellt sie nämlich immer wieder fest, wie viele Chancen Forscher versäumen, auf ihre spannende und wichtige Arbeit hinzuweisen. Diane Scherzler hält Vorträge und gibt Medientrainings für Forscher und Mitarbeiter von Pressestellen, die besser mit Journalisten zusammenarbeiten wollen. Sie lehrt Wissenschaftskommunikation und verständliches Schreiben an der Universität Tübingen und berät internationale wissenschaftliche Organisationen bei deren Medienarbeit. Artikel von ihr erscheinen in Fachzeitschriften und Büchern.

Kontakt

Diane Scherzler M. A.
Orchideenweg 6
72762 Reutlingen
0 71 21 / 27 45 41
www.diane-scherzler.de
mail@diane-scherzler.de