

Übung

Machen Sie sich mit den Medien vertraut

Diane Scherzler

Es ist ein bisschen wie mit einer Diät: Gute Medienarbeit lässt sich nur schwer durch intensive, aber punktuelle Anstrengungen zustande bringen. Sie werden mehr erreichen, wenn Sie sich stattdessen regelmäßig mit Massenmedien beschäftigen, den Aufwand dafür jedoch so begrenzen, dass er Sie in Ihrer täglichen Arbeit nicht einschränkt. Hier bekommen Sie einige Ratschläge, mit deren Hilfe Sie besser darauf vorbereitet sind, wenn ein Reporter Sie das nächste Mal anruft.

Lesen Sie regelmäßig Zeitungen, schauen Sie fern und hören Sie Radio

Fragen Sie sich selbst:

- Was sind die Hauptelemente der Berichte, die sich mit meinem Forschungsbereich befassen? Zeigen Journalisten z. B. vor allem schöne Bilder? Sind akustische Elemente wichtig? Liegen die Schwerpunkte häufig auf Gesprächen mit Forschern/ mit Betroffenen?
- Wofür interessieren sich Reporter normalerweise, wenn sie meine Kollegen interviewen?
- Kann ich Zweifel oder Befürchtungen beobachten, die die Menschen hinsichtlich meines Forschungsbereichs zum Ausdruck bringen?
- Welche Missverständnisse und Stereotype tauchen immer wieder auf?
- Aufgrund welcher Elemente gefällt mir ein Bericht? Ist es die lebendige, plastische Sprache, sind es schöne Bilder etc.? Was kann ich daraus für meine eigene Kommunikationsstrategie lernen?
- Welche Zeitungen bzw. Sendestrecken mag ich? Welche mag ich gar nicht?

Auch wenn Ihnen einige der Fragen, die Journalisten stellen, nicht behagen sollten oder wenn Sie ein Stereotyp nicht mehr hören können: Genau damit sind Sie vermutlich selbst konfrontiert, wenn Sie mit einem Journalisten zu tun haben. Aber nun können Sie in Ruhe über gute Antworten nachdenken, die Sie geben wollen, anstatt im Interview völlig unvorbereitet zu sein. – Wenn Sie die Medien, die Sie schätzen bzw. nicht mögen, kennen, hilft Ihnen das dabei zu entscheiden, an wen Sie sich wenden sollten, wenn Sie Journalisten kontaktieren wollen.

Üben Sie, sich verständlich auszudrücken

Nutzen Sie jede Gelegenheit, Ihre Forschung zu erklären. Sprechen Sie darüber mit Ihrem Partner, Ihren Nachbarn, einem Kind, Ihrem Automechaniker, einem Freund oder einem ehemaligen Klassenkameraden, den Sie nach Jahren wieder einmal treffen. Achten Sie darauf, was die Anderen verstehen, und was sie noch einmal erklären müssen. Was ist zu kompliziert, um es überhaupt zu erwähnen? Ermuntern Sie die Anderen, nachzuhaken und Ihnen Fragen zu stellen. So bekommen Sie ein Gespür dafür, welche Aspekte Ihrer Arbeit die Öffentlichkeit interessieren könnten. Beobachten Sie, wie Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Gesprächspartner geweckt haben und welche Vergleiche Sie nutzen können, um eine farbige und lebendige Geschichte zu erzählen.

Seien Sie sich der Verschiedenartigkeit der Menschen bewusst, die Sie erreichen wollen

Ihr Traum-Publikum mag gebildet sein und sich für Ihre Forschung sehr interessieren. Aber das ist eine kleine Gruppe, und Sie sollten natürlich auch andere Menschen zu erreichen versuchen. Diese werden ein anderes Vorwissen haben, unterschiedliche Bedürfnisse und Herangehensweisen sowie verschiedene Bedenken hinsichtlich Ihrer Forschung. Dass Sie sich dieser Öffentlichkeiten bewusst sind und sich auf sie einstellen, ist grundlegend für den Erfolg Ihrer Kommunikationsbemühungen. Eine gute Übung ist es, wenn Sie versuchen, sich in die Menschen hineinzusetzen, die Sie erreichen wollen. Natürlich kann das nur eine Annäherung sein. Fragen Sie sich also selbst: Warum sollte sich der Handwerker, der gestern mein Auto repariert hat, für das interessieren, was ich erforsche? Was könnte diese ältere Frau dort drüben an der Bushaltestelle über mein Thema denken? – Solche kleinen Übungen können Sie machen, während Sie Zug fahren, im Supermarkt einkaufen oder im Wartezimmer sitzen.

Seien Sie nicht sprachlos

Obwohl Sie nicht genau wissen können, was ein Journalist vielleicht von Ihnen wissen will, gibt es einige Punkte, die Sie vorbereiten sollten – am besten rechtzeitig, bevor ein Interview ansteht. Diese Punkte unterscheiden sich wahrscheinlich recht stark von dem, worüber Sie während Ihrer Forschung üblicherweise nachdenken:

- Was ist der wichtigste Punkt an Ihrer Forschung? Welche Botschaft wollen Sie während eines Interviews unbedingt herüberbringen?
- Was an Ihrer Arbeit ist einzigartig, außergewöhnlich, erstaunlich oder faszinierend?
- Welchen Nutzen hat Ihre Arbeit?
- Ist Ihre Forschung/Ihr Forschungsgebiet relevant für das Alltagsleben der Menschen?
- Welche Beziehungen oder Anknüpfungspunkte existieren zwischen Ihrer Forschung und aktuellen Ereignissen?
- Wer bezahlt für Ihre Forschung? Rechtfertigt Ihr Projekt die Kosten?

Das soll nicht bedeuten, dass Sie nur dann die Medien kontaktieren sollten, wenn Ihre Arbeit nutzbringend ist, alltagsrelevant etc. Sie sollten jedoch über diese Aspekte nachdenken, damit Sie auf solche Fragen vorbereitet sind. Das hilft Ihnen, ein gutes Interview zu geben.

Schreiben Sie Ihre persönliche Anleitung

Wenn Sie Ihre Beobachtungen und Erfahrungen aufschreiben (vielleicht zusammen mit Kollegen), können Sie so im Lauf der Zeit Ihre eigene Ideen-Sammlung entwickeln, wie Sie Ihre Forschung am besten gegenüber Journalisten und Nicht-Experten kommunizieren.

Diane Scherzler M. A.
Orchideenweg 6
72762 Reutlingen
Germany
+49/(0) 71 21 / 27 45 41
mail@diane-scherzler.de