

Wissenschaft und Medien – eine schwierige Beziehung

Dr. Hartmut Wewetzer

Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Abteilung Risikokommunikation

Darüber werde ich sprechen:

1. Unter Druck: Medien heute

2. Was Medien im Umgang mit Risiken häufig falsch machen

3. Mit den Medien im Gespräch

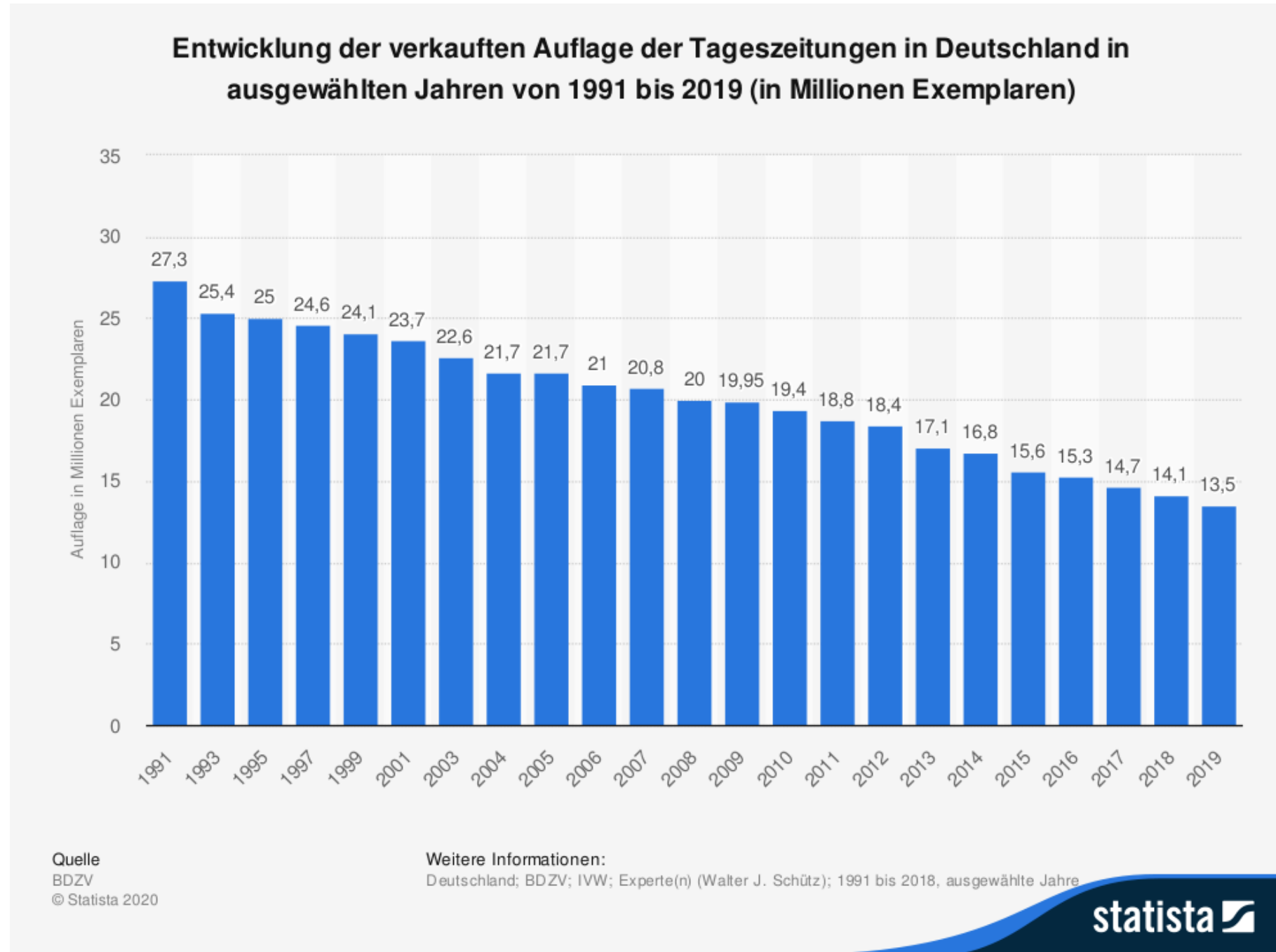
Das Problem: Journalist trifft Wissenschaftler

„Die Wissenschaft schätzt das Detail, Genauigkeit, das Unpersönliche, das Technische, das Überdauernde, Tatsachen und Zahlen und will zudem Recht behalten.

Der Journalismus schätzt Kürze, Annäherung, das Persönliche, das Umgangssprachliche, das Aktuelle, Geschichten, griffige Formulierungen und will zudem Recht behalten – zumindest im Augenblick.“

Quentin Cooper, BBC

Ende eines Mediums? Tageszeitungen im Niedergang



Trends und Thesen: Zur Situation des Journalismus

- **Online verdrängt Print** in der Lesergunst. Paradebeispiel: Die klassische gedruckte Tageszeitung, einst das Rückgrat des Journalismus, steckt in einer existenziellen Krise
- **Kampf um jeden Klick:** Internet und Social Media boulevardisieren die Berichterstattung - Journalismus wird knapper, reißerischer, zugespitzter. Oberfläche ersetzt Hintergrund.
- **Expertise fehlt in den Medien** immer mehr. Gefragt ist der Generalist, der heute über Trainerprobleme bei Hertha BSC, morgen über Mikroplastik und übermorgen über den Brexit schreibt. Anspruchsvolle und gründliche Recherchen wie zum Beispiel im herkömmlichen Wissenschaftsjournalismus sind kaum noch möglich
- **Voreingenommenheit nimmt zu.** Objektive Berichterstattung wird zugunsten eindeutiger Parteinahme aufgegeben. Empörung ersetzt Differenzierung. Beispiel: Glyphosat.
- Die Nation versammelt sich nicht mehr wie früher um 20 Uhr kollektiv zur „Tagesschau“ um das TV-Lagerfeuer. Eher bilden sich „**Echokammern**“, wo Gleichgesinnte auf Gleichgesinnte treffen.
- **Medien bleiben wichtigste Informationsquelle.** Trotz aller Krisen ist das Medieninteresse ungebrochen. Verbraucher ziehen journalistische Information anderen Quellen häufig vor.

Häufige Denkfehler im Umgang mit Gesundheitsrisiken (nicht nur in den Medien)

- 1. Gift ist Gift – oder? Nein!** Die Dosis entscheidet. Hochdosiert sind auch Kochsalz oder Wasser tödlich. Beispiel: Glyphosat im Bier. 2016 fand eine NGO 30 Mikrogramm pro Liter in Bier. Das war die höchste gefundene Menge. Man müsste demnach 1000 Liter Bier am Tag trinken, um in gesundheitlich bedenkliche Regionen der Glyphosat-Dosis vorzustoßen.
- 2. Korrelation bedeutet nicht Kausation.** Das heißt: Ein Zusammenhang zwischen zwei Variablen ist häufig nicht ursächlicher Natur. So wurde kürzlich gemeldet, dass Einkommen und Brustkrebshäufigkeit korreliert sind – je höher das Einkommen, umso häufiger Brustkrebs. Es besteht also ein (wie auch immer gearteter) Zusammenhang. Aber es ist unsinnig zu behaupten: Der Verdienst hat Einfluss auf die Brustkrebshäufigkeit (oder: Geld verursacht Brustkrebs).
- 3. Natur ist gut, Chemie böse.** Was in den Medien das Attribut „natürlich“ erhält, hat sofort eine positive, freundliche Aura. Etwa „natürliche“ Heilmethoden oder „natürliche“ Pflanzenschutzmittel. Es gibt sogar eine Fernsehsendung des SWR, die „Natürlich!“ heißt. Dagegen ist die Chemie das Reich des Bösen. Wer „Chemie“ sagt, sagt auch: Gift, unnatürlich, unrein. Aber der menschliche Organismus besteht bekanntlich aus Biochemie, und die stärksten Gifte hält die Natur bereit. Hier wird also ein moralisches Urteil gefällt.

Das Gespräch mit den Medien – neun Grundregeln

1. **Stets zu Diensten!** Erreichbar sein, Interesse bekunden, möglichst freundlich sein
2. **Sage das Wesentliche!** Drei wichtige Kernbotschaften formulieren (oder auch nur eine)
3. **Fasse dich kurz!** Die Drei-Stockwerke-Regel: Alles Wichtige in einer Zeit erzählen, für die der Fahrstuhl drei Stockwerke braucht.
4. **Klar und verständlich** sein! Keine Fremdwörter, kein Fachjargon! Auch der Nachbar, der Bruder oder die Großmutter muss die Aussage verstehen!
5. **Anschaulichkeit statt Abstraktion!** Also: Metaphern, Analogien, **Beispiele erwähnen.**
6. **Menscheln!** Persönliches, Erfahrungen, Geschichten erzählen.
7. **Zahlen, bitte!** Aber in Maßen – dann sind sie sehr wirkungsvoll!
8. **Wo geht's lang?** Allgemeine Einschätzungen geben, Orientierung vermitteln – Journalisten haben von wissenschaftlichen oder medizinischen Themen in der Regel eher wenig Ahnung und benötigen daher eine Einordnung, eine geistige Landkarte.
9. **Text auf Fehler durchsehen.** Viele Journalisten sind dankbar für das Angebot, einen Artikel zu einem schwierigen Thema noch einmal vom Experten gegenlesen zu lassen.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Hartmut Wewetzer

Bundesinstitut für Risikobewertung

Max-Dohrn-Str. 8-10 • 10589 Berlin

Tel. 030 - 184 12 - 0 • Fax 030 - 184 12 - 47 41

bfr@bfr.bund.de • www.bfr.bund.de