

- **Personalisierung und Zuspitzung sind wesentliche mediale Faktoren** – Inhalte werden komprimiert und personenbezogen vermittelt. Sie werden daher nicht nur in der Rolle als Wissenschaftler:in dargestellt, sondern möglicherweise auch als Privatperson (siehe auch 3) oder als Gegenspieler:in mit einer konträren (wissenschaftlichen) Position. Durch **metakommunikative Aktivitäten** (z. B. Grenzziehungen, siehe auch 3) können Sie erheblichen Einfluss auf die Darstellung nehmen.

3) Rollen und Grenzen deutlich machen

Alle Beteiligten des medialen Gesprächs haben eine bestimmte, formatabhängige Rolle inne. Sie verfolgen bestimmte Ziele und haben unterschiedliche Rechte und Pflichten. Für Polit-Talkshows im Fernsehen beispielsweise gilt: Moderator:innen kontrollieren, von der Regie unterstützt, das Gespräch, beenden Themen oder führen neue ein, sie verteilen das Rederecht oder unterbrechen ihre Gäste und greifen auf forcierte Aktivitäten zurück, um Bewertungen zu erhalten oder hitzige Diskussionen zu provozieren. All das steigert die Unterhaltsamkeit, denn die Adressat:innen sind weniger die Gesprächsbeteiligten selbst als vielmehr das Fernsehpublikum. Die Gäste werden als Vertreter:innen einer bestimmten Rolle eingeladen, z. B. als Wissenschaftler:in, als Expert:in, als Betroffene:r oder als Politiker:in, wobei die Moderierenden in der jeweiligen Interaktion die spezifische Rolle herausarbeiten (z. B. durch Äußerungen wie „Wie erleben Sie das als Betroffene?“ oder „Was sagt die Expertin dazu?“).

Genauer hierzu finden Sie in den Publikationen:

- a) > Grenzziehungen
- b) > Rollen
- d) > Rollen/wissenschaftliches Selbstverständnis, Medienlogik
- h) > Grenzziehungen

- **Sie durchleben eine Rollen-Transformation mit neuen Ansprüchen:** Für Journalist:innen und Moderator:innen geht es meist nicht so sehr darum zu erklären, wie durch Forschung wissenschaftliches Wissen generiert wird, sondern primär darum, die *Inhalte und Ergebnisse von Forschung* zu vermitteln.

Sie als Wissenschaftler:in agieren daher nun in einer besonderen Rolle an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit (und ggf. auch Politik) und müssen die Forschungsergebnisse möglichst allgemeinverständlich ‚übersetzen‘. Aber: Dazu gehört eben auch, Forschungsprozesse und -methoden offenzulegen, um sowohl die Validität als auch Grenzen der Forschung nachvollziehbar zu machen – ein Aspekt, der der Medienlogik häufig zuwiderläuft, da er die Komplexität steigert.

- **Gehen Sie offen und transparent mit den Grenzen Ihrer epistemischen Autorität um:** Werden z. B. Bewertungen von Ihnen gefordert, können Sie diese zurückweisen, indem Sie auf Ihre Rolle verweisen, um dadurch zu verdeutlichen, über welche Themen Sie zu sprechen bereit sind (z. B. „Ich bin hier als Virologin und kann daher keine politischen Maßnahmen bewerten“). Auch die Beantwortung von Fragen, die über Ihr Fach oder Ihre Schwerpunkte und damit Ihre Kompetenz hinausführen, können Sie ablehnen (z. B. „Das ist eine Frage an die Epidemiologie – ich bin aber Virologin“; siehe auch 4). Das schmälert nicht Ihre Expertise, sondern unterstreicht sie und verdeutlicht Ihre Integrität.

- **Seien Sie vorbereitet auf forcierte Rollenvermischungen:** Im Gespräch werden je nach Format Bewertungen von Ihnen gefordert. Dabei geht es nicht nur um *wissenschaftliche Einschätzungen und Bewertungen*, sondern vor allem darum, Ihnen ein *persönliches Statement* zu entlocken – damit gerät Ihre Rolle als Wissenschaftler:in in den Hintergrund, stattdessen werden Sie als Privatperson angesprochen. Solche von Ihrer Fachexpertise abrückenden Fragen können Sie metakommunikativ aufgreifen und/oder das Gespräch hin zu wissenschaftlichen Inhalten zurückführen (z. B. „Als Virologe weiß ich, dass X, deswegen Y“). **Haben Sie keine Scheu vor Grenzziehungen oder der expliziten Darlegung Ihres Rollenverständnisses.** Weisen Sie darauf hin, wenn Sie sich in Ihrer Rolle als Wissenschaftler:in missverstanden fühlen, und steuern Sie das Gespräch, so gut es geht, in Ihrem Sinne.

4) Sie als Individuum in der Gemengelage

Verorten Sie sich in Ihrer Disziplin: Indem Sie Ihre Rolle als Wissenschaftler:in einer bestimmten Disziplin sichtbar machen, können etwaige Bewertungen und Stellungnahmen von den Rezipierenden besser eingeordnet werden (z. B. „Aus virologischer Sicht ist es so, dass X, daher wäre es sinnvoll, wenn Y“).

Genauer hierzu finden Sie in den Publikationen:

- a) > Grenzziehung, Rollen & Verortung
- b) > Rollen & Verortung
- c) > Zuschreibungen durch Medien
- f) > sprachliche Praktiken
- i) > Gestik, Mimik, Kameraführung

- **Seien Sie vorbereitet auf Zuschreibungen und reflektieren Sie Ihre Selbstdarstellungsziele:** In vielen Medienformaten werden die Beteiligten als Repräsentant:innen einer bestimmten Rolle vorgestellt (z. B. „Zu Gast ist Frau X, renommierte Expertin für Y“) oder auch in einer bestimmten Weise als Person charakterisiert (z. B. „Herr X ist Vater von drei Kindern und engagiert sich ehrenamtlich bei Y“) – das entspricht dem Aspekt der medialen Personalisierung. Durch die Art und Weise Ihrer Selbstdarstellung können Sie Einfluss darauf nehmen, wie Sie wahrgenommen werden.
- **Sprachliche Praktiken wie ERKLÄREN, ERLÄUTERN, KONTEXTUALISIERUNG UND EINORDNEN** sind wissenschaftstypisch und unterstreichen Ihre **Expertise** ebenso wie das Verwenden von Fachtermini. Letztere sollten allerdings im direkten Anschluss allgemeinverständlich ‚übersetzt‘ werden. Wenn Sie Sachverhalte **BEWERTEN**, die außerhalb der Wissenschaft oder Ihrer unmittelbaren Expertise liegen, macht Sie dies angreifbar und lenkt den Fokus weg von Ihrer Rolle als Wissenschaftler:in (auch wenn dies gerade im Gespräch von Ihren Gesprächspartner:innen forciert wird, siehe 3).
- **Das Was und Wie des Gesagten:** Sprechgeschwindigkeit und Tonhöhe (= Paraverbales), Mimik und Gestik (= Non-verbales), aber auch Sitzhaltung, Kleidung oder Frisur (= Extraverbales) wirken gleichzeitig mit dem, was Sie sagen, auf das Publikum und Ihr Gegenüber. Wer aufrecht sitzt, kontrollierte Gestik und Mimik aufweist und moderat, also unaufgeregt und klar spricht, wird in der Regel als kompetenter und glaubwürdiger wahrgenommen als jemand, der sich aufregt.

Statt eines Fazits – Empfehlungen zum Umgang mit der Transparenzforderung:

- **Die Crux mit der Transparenz:** Da wissenschaftliches Wissen in politisierten Kontexten in der Öffentlichkeit selten um seiner selbst willen kommuniziert wird, sondern die daraus ableitbaren Rahmenbedingungen, Entscheidungen und Handlungsfolgen im Mittelpunkt stehen, kann stets nur situations- und themenbezogen abgewogen werden, wie viel Transparenz im Hinblick auf spezifische Aspekte und Details angemessen ist. Letztlich sollten Sie deutlich machen, wo Ihre eigene Expertise liegt, wie sicher oder unsicher das von Ihnen kommunizierte Wissen ist, wie Wissen im eigenen Forschungsfeld generiert wird und wie sich das Wissen ggf. gewandelt, erneuert und weiterentwickelt hat – auch wenn solche Aspekte je nach Medienformat gern ausgeklammert oder verkürzt werden (müssen).
- **Gehen Sie offen mit Nichtwissen um, aber verweisen Sie auch auf gewonnenes Wissen:** Das Hinweisen auf Wissenslücken und Noch-nicht-Wissen ist ein Zeichen von Expertise und Integrität. Allerdings sollten Sie im Zuge dessen auf bereits gewonnenes Wissen hinweisen, um den Wert wissenschaftlicher Forschung nicht in den Hintergrund geraten zu lassen (z. B. „Zu X gibt es bisher noch keine Ergebnisse, aber wir wissen, dass Y und deswegen Z“). Gerade in Krisenzeiten kann der Hinweis auf bereits vorhandenes Wissen Sicherheit vermitteln, vor allem wenn es eingeordnet ist in einen andauernden/fortlaufenden Forschungsprozess.

Genauer hierzu finden Sie in den Publikationen:

- e) > Wissenskritik
- f) > Transparenz
- g) > Vertrauen: Expertise, Integrität, Wohlwollen
- h) > politische Instrumentalisierung von Wissenschaft und Nichtwissen



MagDa-Maximen

zur wissenschafts-externen Kommunikation in politisierten Kontexten

Grundlegend gilt: Raus in die Welt!

Diese Handreichung ist das Kondensat aus der zwei-jährigen Forschung im Kooperations-Projekt der OVGU Magdeburg und der TU Darmstadt *Zwischen Elfenbeinturm und rauer See – zum prekären Verhältnis zwischen Wissenschaft und Politik und seiner Mediatisierung am Beispiel der „Corona-Krise“*, das von 11/2020 – 12/2022 von der Klaus Tschira Stiftung gefördert wurde. Als Datengrundlage diente ein umfangreiches Korpus massenmedialer Kommunikate (Polit-Talkshows der öffentlich-rechtlichen Sender, Pressekonferenzen, Podcasts, Interviews in Fernsehjournalen, Nachrichtensendungen und Zeitungen, regionale und überregionale Zeitungsaufartikel), mit einem besonderen Schwerpunkt auf Polit-Talkshows. Dabei wurde das interaktionale Verhalten der im Corona-Diskurs besonders präsenten Wissenschaftler:innen untersucht. Im Zentrum standen die kommunikativen Anforderungen, denen sie im Spannungsfeld von Wissenschaft, Politik und Medien ausgesetzt waren.

Diese Handreichung abstrahiert von den Ergebnissen der Studien und sollen Wissenschaftler:innen weitestgehend medienunabhängig bei der externen Wissenschaftskommunikation dienlich sein.

Ansprechpartner:innen:

Otto-von-Guericke-Universität
Magdeburg:

Prof. Dr. Kersten Sven Roth
(kersten.roth@ovgu.de)

Dr. Sina Lautenschläger
(sina.lautenschlaeger@ovgu.de)

Technische Universität
Darmstadt:

Prof. Dr. Nina Janich
(nina.janich@tu-darmstadt.de)

Dr. Lisa Rhein
(lisa.rhein@tu-darmstadt.de)

Trauen Sie sich! Externe Wissenschaftskommunikation muss von jemandem betrieben werden – wenn Sie es nicht machen, wer dann? Außerdem gilt: Je häufiger die Öffentlichkeit mit den Besonderheiten wissenschaftlicher Forschung und Argumentation in den verschiedenen Fachdisziplinen Kontakt hat, desto normaler wird ihr Umgang damit.

Dabei sollten Sie auf verschiedene Anforderungen vorbereitet sein, die an Sie als Wissenschaftler:in im öffentlich-medialen Diskurs herangetragen werden.



Muschel-Modell zur Veranschaulichung relevanter Faktoren der wissenschafts-externen Kommunikation.

1) Kommunikative Situationen und Konstellationen vergegenwärtigen

Jede Kommunikation findet in einem konkreten situativen Rahmen statt, der bestimmten Normen und Logiken folgt (siehe 2) und das Einnehmen bestimmter Rollen erforderlich macht (siehe 3). Dabei verfolgen alle am Gespräch Beteiligten kommunikative Ziele, die sie in der Regel nicht aufgeben.

Genauer hierzu finden Sie in den **Publikationen**:

- a) > Medienlogik, Kameraführung, Interaktion
- d) > Medienlogik, gesellschaftliche Implikationen des wissenschaftlichen Wissens
- h) > Phasen/Zeitverläufe in der Pandemie-Kommunikation
- i) > Kameraführung, Darstellung/Inszenierung, Medienlogik

- **Medien und die Marktlogik des Verkaufs:** Medien sind an hohen Einschaltquoten bzw. hohen Verkaufszahlen interessiert und kommunizieren komplexe Informationen möglichst verständlich in die Öffentlichkeit. Dazu werden häufig interessesteigernde Schlagzeilen und pointierte (oft bewertende) Statements von beteiligten Akteur:innen verwendet (siehe 2).
- **Gesellschaftliche Implikationen:** Jedes Format ist räumlich (Seitenanzahl) oder zeitlich (Sendezeit) begrenzt. Es geht Medienschaffenden daher nicht darum, wissenschaftliche Forschung und deren Prozesse en détail darzulegen, sondern darum, die Ergebnisse und besonders deren gesellschaftliche Implikationen zu verbreiten und auch zu kommentieren. Das gilt umso mehr bei gesellschaftspolitisch relevanten Themen.
- **Zeitpunkt der Kommunikation:** Jede Äußerung findet zu einem bestimmten Zeitpunkt innerhalb eines Diskurses statt. Dieser kann gerade beginnen, sich in einer heißen Hochphase oder bereits in der abklingenden Konsens- bzw. zunehmenden Desinteresse-Phase befinden. Dabei kann es sein, dass sich verschiedene Diskurse überlagern und der gesellschaftliche, politische, wirtschaftliche etc. Diskurs in einer anderen Phase ist als der wissenschaftliche. Überlegen Sie daher schon vorab, wie Sie sich und Ihre Aussagen in die bestehende Diskursphase einordnen wollen bzw. können.
- **Interaktionale Mitbestimmung:** Alle Beteiligten beeinflussen den Gesprächsprozess. Bedenken Sie, dass Sie vieles (mit-)steuern und auch auf metakommunikative Mittel zurückgreifen können (siehe 3). Achten Sie auf sicht- und hörbare Rückmeldungen Ihrer Gesprächspartner:innen (z. B. *mhm; ja; nein; doch!* oder Kopfschütteln/-nicken) und passen Sie Ihre weiteren Äußerungen gegebenenfalls an.

2) Politische und mediale Logiken sowie Diskursnormen einkalkulieren

Jedes Medienformat hat seine eigenen Regeln – ein Podcast funktioniert anders als eine Talkshow oder ein schriftlich geführtes Interview. Journalist:innen aus dem Wissenschaftsressort werden Sie anders befragen als solche aus dem Politikressort oder aus dem Feuilleton.

Genauer hierzu finden Sie in den **Publikationen**:

- a) > Medienlogik, forcierendes Verhalten der Moderator:innen, Metakommunikation
- c) > Personalisierung & Fremddarstellung durch Medien
- d) > Vergleich unterschiedlicher Medienformate
- h) > Kritik am Vorgehen der Medien/der Politik

- **Bedenken Sie die formatspezifische Gewichtung von Information und Unterhaltsamkeit** (z. B. bei Zeitungsinterview, Polit-Talkshow, Social-Media-Beitrag). Generell gilt: Unterhaltsamkeit ist immer ein wichtiger Maßstab. Überlegen Sie sich also im Vorfeld, welche Formate Sie bedienen möchten und welchen Regeln dieses Format folgt. Audiovisuelle Formate (z. B. Interview in einer Nachrichtensendung, Polit-Talkshow), in denen die Kameraführung eine wichtige Rolle spielt, entziehen sich stärker der eigenen Kontrollierbarkeit als z. B. verschriftlichte Interviews, bei denen Sie oft die Möglichkeit einer abschließenden Freigabe haben. Ein Live-Interview im Radio kann nicht mehr wie eine Aufzeichnung nachträglich geschnitten werden und ist deutlich kürzer als ein Podcast.
- **Seien Sie vorbereitet auf sogenannte forzierende Aktivitäten:** Je nach Format gehört es zur Rolle der Moderator:innen bzw. Interviewer:innen, provokante oder überspitzte Fragen zu stellen und Sie ‚nicht vom Haken‘ zu lassen, um Sie auf ein eindeutiges, unter Umständen bewertendes Statement festzulegen. Es ist ihr kommunikatives Ziel, Sie zu **pointierten Aussagen und klaren Bewertungen** zu bewegen. Gleiches gilt teilweise auch für anwesende Politiker:innen: Diese sind meist medial erfahren und mit der Medienlogik vertraut; ihr legitimes Ziel ist es, die Plattformen (z. B. Polit-Talkshows) im Interesse ihrer Partei oder ihrer Klientel zu nutzen. Deshalb sind auch sie daran interessiert, eindeutige, bewertende Statements von Wissenschaftler:innen zu bekommen, um sich bei späteren Entscheidungen gegebenenfalls auf sie berufen zu können.

Publikationen:

Erschienen

- a) Lautenschläger, Sina; Rhein, Lisa (2022a): Der geordnete Rückzug. Sprachliche Grenzziehungen von Virolog*innen in Polit-Talkshows. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik (ZfAL) 76, 64–92.
- b) Lautenschläger, Sina; Rhein, Lisa (2022b): Zwischen den Welten? Karl Lauterbachs Rolle(n) in der Pandemie. In: Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur 01/22, 58–82.
- c) Lautenschläger, Sina; Rhein, Lisa (2022c): Angewandte Linguistik: Kommunikative (Fehl-)Leistungen – (In-)Transparenz in Wissenschaft und Politik. In: Klimczak, Peter; Newiak, Denis; Petersen, Christer (Hrsg.): Corona und die anderen Wissenschaften. Wiesbaden: Springer Vieweg (Ars digitalis), 45–60. https://doi.org/10.1007/978-3-658-36903-3_4
- d) Rhein, Lisa; Lautenschläger, Sina (2022a): Wissenschaftskommunikation im Spannungsfeld von Wissenschaft, Politik und Medien: zur Aushandlung von Gesprächsnormen in Pressekonferenzen und Polit-Talkshows. In: Fachsprache. Journal of Professional and Scientific Communication 44.1–2, 20–39.
- e) Rhein, Lisa; Lautenschläger, Sina (2022b): Editorial: Kritik an Wissen. In: Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur 02/2022. Themenheft „Kritik an Wissen“, hrsg. von Lisa Rhein und Sina Lautenschläger, 107–114.
- f) Janich, Nina; Rhein, Lisa (2022): Wissenschaftliche Expertise im Spannungsfeld zwischen Medienlogik und Politikberatung – linguistische Beobachtungen. In: INDES. Zeitschrift für Politik und Gesellschaft 3–4.2022, 47–55.

Im Druck bzw. angenommen

- g) Janich, Nina; Lautenschläger, Sina; Rhein, Lisa; Roth, Kersten Sven (2023, i. Dr.): Zwischen Unbehagen und Notwendigkeit: Wie Wissenschaftler*innen sich (nicht) nicht positionieren. Erscheint in: Dang-Anh, Mark (Hrsg.): Politisches Positionieren. Sprachliche und soziale Praktiken (= Akademiekonferenzen). Heidelberg: Winter.
- h) Lautenschläger, Sina; Rhein, Lisa; Janich, Nina; Roth, Kersten Sven (angenommen): „wir sind wundgescheuert tatsächlich alle“ – Wissenschaftskommunikation zwischen Anspruch und Frustration. Erscheint in: Gräff, Dennis; Hennig, Martin (Hrsg.): Corona und mediale Öffentlichkeiten. Tagungsband (<https://www.digital.uni-passau.de/beitraege/2021/tagung-corona-und-mediale-oeffentlichkeiten/>)
- i) Rhein, Lisa; Lautenschläger, Sina (angenommen): Multimodales Verorten, Positionieren und Grenzziehen in Polit-Talkshows. In: Kabatnik, Susanne; Bülow, Lars; Merten, Marie; Bülow, Lars; Mroczynski, Robert (Hrsg.): Pragmatik multimodal. Tübingen: Narr.