



universität  
wien

# Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

## Das Rollenselbstverständnis österreichischer Wissenschafts- und Medizinjournalisten

Urachen, Wirkungen und Nebenwirkungen  
einer Unterwerfung

Verfasser

Gottfried Derka

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie

Wien, im Juni 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A310 295

Betreuer: Dr. - emer. Univ.-Prof. Wolfgang R. Langenbucher



Einen guten Journalisten erkennt man daran,  
dass er sich nicht gemein macht mit einer Sache,  
auch nicht mit einer guten Sache.

Hanns Joachim Friedrichs, deutscher Fernsehjournalist (1927-1995)



# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort.....</b>	<b>1</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>2</b>
<b>2 Medien.....</b>	<b>3</b>
2.1 Anspruch ..	3
2.2 ...und Wirklichkeit .....	4
2.3 Zusammenfassung.....	6
<b>3 Wissenschaft und Medien .....</b>	<b>7</b>
3.1 Aus dem Elfenbeinturm in die Gesellschaft.....	7
3.2 Die Bedeutung der Medien für die Wissenschaft.....	10
3.3 Überanpassung - Sensationalismus .....	15
3.4 Die Bedeutung des Themas „Wissenschaft“ für die Medien .....	17
3.5 Problemzonen.....	21
3.6 Das „Paradigma des Wissenschaftsjournalismus“ .....	24
3.7 ...und seine Überwindung.....	32
3.8 Österreich, ein Sonderfall .....	35
3.9 Zusammenfassung.....	36
<b>4 Medizin und Medien.....</b>	<b>38</b>
4.1 Von der Pest zum Krebs.....	38
4.2 Überdosis Medizin? .....	39
4.3 Die Bedeutung der Medien für den Medizinbetrieb.....	41
4.4 Die Bedeutung des Themas „Medizin“ für die Medien.....	42
4.5 Problemzonen.....	47
4.6 Das „Paradigma des Medizinjournalismus“ .....	54
4.7 Journalisten als Heiler? Eine (Selbst-)Überschätzung .....	58
4.7.1 Das Einstellungskonzept .....	58
4.7.2 Konsistenztheoretische Ansätze.....	60
4.7.3 Der Uses and Gratifications Approach .....	61
4.7.4 Symbolischer Interaktionismus.....	62
4.8 Journalisten als Gesundheitsförderer? Eine Ernüchterung.....	64
4.9 Die Suche nach der passenden Rolle .....	69
4.10 Zusammenfassung.....	71
<b>5 Journalisten und ihr Selbstverständnis.....</b>	<b>73</b>
5.1 Wozu die Frage? .....	74
5.2 Theorie – die Suche nach dem angemessenen Selbstverständnis .....	75
5.3 Empirie .....	79

5.3.1 Wissenschaftsjournalisten .....	83
5.3.2 Medizinjournalisten .....	86
5.4 Zusammenfassung .....	88
<b>6 Empirie: „Wofür halten sie sich?“ .....</b>	<b>89</b>
6.1 Operationalisierung .....	89
6.2 Hypothesen .....	91
6.3 Wahl der Methode .....	92
6.4 Durchführung .....	94
6.5 Resultate .....	95
6.6 Diskussion .....	106
6.7 Zusammenfassung .....	106
<b>8 Ausblick .....</b>	<b>107</b>
<b>9 Zusammenfassung .....</b>	<b>111</b>
<b>10 Quellen .....</b>	<b>114</b>
<b>10 Anhang .....</b>	<b>127</b>
10.1 Der Fragebogen .....	127
<b>Abstract .....</b>	<b>133</b>
<b>„Akademischer Werdegang“ .....</b>	<b>134</b>

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ziele journalistischer Arbeit 1994 und 2004 .....	81
Tabelle 2: Ziele von Wissenschaftsjournalisten 1974 und 2005.....	85
Tabelle 3: Zuordnung von Statements zu vier Typen von Rollenselbstverständnis .....	93
Tabelle 4: Die wichtigsten Inspirationsquellen für Journalisten.....	96
Tabelle 5: Zustimmung zu den vier Rollenbildern.....	98
Tabelle 6: Zustimmung zu Rollenverständnissen nach Tätigkeitsbereich .....	99
Tabelle 8: Zustimmung zum Rollenverständnis Übersetzer/Erzieher nach Geschlecht.....	101
Tabelle 9: Zustimmung zum Rollenverständnis des Journalisten abhangig von der Ausbildung.....	102
Tabelle 10: Zustimmung zum Rollenverständnis des Journalisten abhangig vom Arbeitsverhältnis .....	102
Tabelle 11: Zustimmung zum Rollenverständnis des Jubeljournalisten nach Arbeitsverhältnis.....	103
Tabelle 12: Zustimmung zum Rollenverständnis des Journalisten nach Typ des Mediums .....	104
Tabelle 13: Zeitaufwand pro Geschichte nach Arbeitsverhältnis .....	104
Tabelle 14: Zeitaufwand pro Geschichte im Vergleich zur Vergangenheit, abhangig von der Berufserfahrung .....	105



## Vorwort

Es war Mitte der Neunziger Jahre, bei einer Pressekonferenz im Café Landtmann in Wien. In einem der Nebenräume verdeutlichten drei Mediziner einer Schar von Journalisten die Risiken von Bluthochdruck. Das Leiden sei deshalb so gefährlich, warnten die Professoren, weil viele Menschen gar nicht bemerken, dass sie daran erkrankt sind. Die Journalisten notierten eifrig und begannen dann, Detailfragen zu stellen. Schließlich meldete sich eine Dame zu Wort: „Was kann man denn tun, damit dieses Problem besser bekannt wird“, fragte sie.

Kein Raunen ging durch den Raum.

Niemand wunderte sich, dass sich die Journalistin den Kopf der Mediziner zerbrach. Denn natürlich wäre es wünschenswert, wenn weniger Menschen an den Folgen von Bluthochdruck leiden müssten. Doch ist es wirklich die Aufgabe von Journalisten, sie zum Blutdruckmessen in die Arztpraxen zu treiben?

Noch im Landtmann begann – unbewusst – die Recherche für die vorliegende Arbeit. Die beschäftigt sich mit der Frage, worin österreichische Gesundheitsjournalisten ihre Aufgabe sehen. Die Hypothese, die in Grundzügen bereits damals entstanden ist, lautet: Viele verstehen sich als Verbündete des Medizinbetriebes.

Dass ich diese Hypothese im Rahmen einer Diplomarbeit prüfen konnte, verdanke ich der unermüdlichen Neugierde meines Betreuers Dr. - emer. Univ.-Prof. Wolfgang R. Langenbacher. Sein aufmerksames Interesse war mir zusätzlicher Ansporn, seine Fragen waren in Wahrheit wertvolle Hinweise.

Zu Dank verpflichtet bin ich auch der „Fritz-Karmasin-Stiftung“ (Wissenschaftliche Gesellschaft zur Förderung und Weiterentwicklung empirischer Kommunikationsforschung). Die großzügige Förderung der Stiftung ermöglichte die professionelle Durchführung der Online-Umfrage unter österreichischen Wissenschafts- und Medizinjournalisten. Dr. Roswitha Hasslinger, Geschäftsführerin der Karmasin Marktforschung, gab wichtige Hinweise für die Fragebogen-Gestaltung und bei der Auswertung der Daten. Ohne ihrer tatkräftigen Hilfe hätte diese Arbeit weitaus weniger Antworten hervorgebracht.

## 1 Einleitung

Gegenstand dieser Arbeit ist das Rollenselbstverständnis von Wissenschafts- und Medizinjournalisten<sup>1</sup>. Die grundlegende Frage lautet: Welche Funktion wollen diese Journalisten erfüllen? Im Sinne von Ulrichs Saxers Kritik an der Kommunikatorforschung<sup>2</sup> werden dazu auch die Rahmenbedingungen untersucht, unter denen Journalisten arbeiten:

Im ersten Kapitel der Arbeit geht es um die Medien. Welche Anforderungen sollten sie aus der Sicht der Systemtheorie erfüllen? Und wie gut stehen die Chancen, dass sie diese Aufgaben wirklich erfüllen können?

Im zweiten Kapitel wird das Verhältnis zwischen dem Wissenschaftsbetrieb und den Medien erörtert. Welche gegenseitigen Abhängigkeiten bestehen hier? Und welche Faktoren beeinträchtigen das Verhältnis der beiden Branchen?

Diese eingehende Betrachtung des Wissenschaftsbetriebes macht sich im dritten Kapitel bezahlt. Hier geht es um das Verhältnis zwischen dem Medizinbetrieb und den Medien. Dabei zeigt sich, dass es einige Besonderheiten aber auch einige Parallelen zum Verhältnis zwischen Wissenschaft und Medien gibt. Insbesonders geht es um die Frage, ob Medien für den Medizinbetrieb die Rolle des Gesundheitsaufkläreres und -Erziehers übernehmen können.

Das vierte Kapitel handelt vom Rollenselbstverständnis von Journalisten. Welche Untersuchungen wurden bereits angestellt, welche Traditionen sind zu erkennen? Und welche Eigenheiten zeichnen die Wissenschafts- und Medizinjournalisten aus?

Auf dieser Grundlage werden im fünften Kapitel die Resultate einer Online-Befragung präsentiert. 93 österreichische Wissenschafts- und Medizinjournalisten haben in einem webbasierten Fragebogen Auskunft über ihre Berufsbiographie und ihr Rollenselbstverständnis gegeben. Diese Angaben werden mit jenen aus voran gegangenen Erhebungen verglichen, sodass einige Besonderheiten der Wissenschafts- und Medizinjournalisten erkennbar werden. Zuletzt werden im Ausblick mögliche weitere Forschungsfragen formuliert.

---

<sup>1</sup> Ausschließlich wegen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Arbeit nur die männliche Form verwendet.

<sup>2</sup> Saxon 1997, S 40

## 2 Medien

In diesem Abschnitt geht es um die Frage: Was sollen Medien leisten? Und es wird untersucht, ob Medien diesen Ansprüchen gerecht werden können.

### 2.1 Anspruch...

Die Frage nach der Aufgabe von Medien wird hier aus der Sicht der Systemtheorie beantwortet. Sie ermöglicht einen Blick auf die Arbeitsteilung zwischen verschiedenen Funktionssystemen der Gesellschaft. Das wiederum ermöglicht Aufschlüsse über die Aufgaben von Medien.

Die Entwicklung einer modernen Gesellschaftsform beschreibt Kohring so: In archaischen Gesellschaften erfolgte die Differenzierung in funktional Gleicher, etwa in einzelne Stämme. In hochkulturellen Gesellschaften entstanden Trennungen in verschiedene „Funktionssysteme“, die jeweils für die Erledigung bestimmter Aufgaben zuständig waren. Diese Funktionssystem waren streng hierarchisch geordnet. An der Spitze stand eine Zentralinstanz wie etwa die Repräsentanten einer Religion, die für Ordnung sorgten.

Mitte des 19. Jahrhunderts begann schließlich die Unterteilung von Gesellschaft in autonome Funktionssysteme die nicht mehr hierarchisch zu ordnen waren<sup>3</sup> – es entstanden ausdifferenzierte und abgegrenzte Systeme für Wirtschaft, Politik, Kultur, Religionen, das Rechtssystem, der Wissenschaftsbetrieb, die Medizin, die Medien und andere mehr.

Jedes dieser modernen Funktionssysteme bearbeitet die Komplexität der Umwelt nach eigenen Kriterien und mit eigenen Methoden. Kohring nennt das die „Komplexitätsverarbeitung steigernde Eigensinnigkeit“ der Funktionssysteme. Dank dieser Eigensinnigkeit hat jedes Funktionssystem eine eigene Sicht der Dinge. „Gesellschaftsbeschreibung ist damit immer Gesellschaftsbeschreibung aus einer bestimmten Beobachterperspektive.“<sup>4</sup> Eine Zentralinstanz, die im Zweifels- oder Konfliktfall entscheidet, welche Deutung denn nun die Richtige ist, gibt es nicht mehr.

---

<sup>3</sup> Kohring 1997, S 224

<sup>4</sup> Kohring 1997, S. 226

Eine wesentliche Leistung des Journalismus ist es, Vorgänge in den verschiedenen Funktionssystemen zu beobachten und die dabei gewonnenen Wahrnehmungen einem breiteren Publikum bekannt zu machen. Die Entscheidung, über welche Ereignisse wie berichtet werden soll, fällen die Medien auf Grundlage ihrer eigenen Kriterien, ihrer „Eigensinnigkeit“.

Nur über die Medien können sich ansonsten scharf voneinander getrennte Subsysteme gegenseitig im Auge behalten. So ermöglichen Medien modernen Gesellschaften eine umfassende Selbstbeobachtung, indem sie gleichsam einen „Bildschirm“ schaffen, auf dem die einzelnen Funktionssysteme übersichtlich und in angemessenen Proportionen zusammen geführt werden. Das verhindert nicht zuletzt das Überhandnehmen von „Sonderperspektiven“ wie sie von den Teilsystemen eingenommen werden. Für die Teilsysteme ermöglicht der Bildschirm auch Einblicke in andere Teilsysteme, etwa zur Abschätzung der gesellschaftlichen Akzeptanz der eigenen Handlungen.<sup>5</sup>

Würde Journalismus auf seine „Eigensinnigkeit“ beziehungsweise auf seine Sonderperspektive verzichten und dafür die Sichtweise eines von ihm beobachteten Teilsystems übernehmen, verkäme er zum PR-Megaphon für Partikularinteressen und würde damit eine seiner zentralen Aufgaben verfehlen.

## 2.2 ...und Wirklichkeit

Der jüngste – und bezeichnender Weise vermutlich auch letzte – verfügbare „Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich“ aus dem Jahr 2004 beschreibt die Situation als düster. Nach dem Internet- und Medienboom der späten neunziger Jahre herrsche Katerstimmung:

Die Krise hat inzwischen auch die meisten Qualitätsmedien, in Österreich wie international, erfasst. (...) Der Werbemarkt hat zum Teil massive Einbrüche verzeichnet müssen (...). Die Entwicklung hat den ‚Flaggschiffen‘ des Qualitätsjournalismus, der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, der Süddeutschen Zeitung, der Frankfurter Rundschau oder der Welt zu teilweise massivem Personalabbau – Stichwort ‚minus zehn Prozent‘ – und einem programmatischen Rückzug vieler Verlage auf das so genannte Kerngeschäft geführt.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Korhing 1997, S. 243

<sup>6</sup> Fabris 2004, S. 6

Die Auswirkungen solcher Sparprogramme hat Haller untersucht. Er beobachtete im Rahmen einer Benchmark-Studie die Arbeit deutscher Journalisten und stellte fest, dass für das Recherchieren immer weniger Zeit bleibt: Nach eigenen Angaben hatten Journalisten im Jahr 1993 im Durchschnitt pro Tag 130 Minuten Zeit für eigene Recherchen. Im Jahr 2004 standen dafür nur noch 90 Minuten zur Verfügung.<sup>7</sup> Das schlug sich auf die Qualität der Berichterstattung nieder: Von 1998 bis 2004 stieg in sechs untersuchten deutschen Regionalzeitungen der Anteil von Texten, die nur eine Quelle nennen, von rund 20 auf rund 30 Prozent. Der Anteil der Beiträge mit zwei, drei oder mehr Quellen lag dagegen bei unter zehn Prozent.<sup>8</sup> Der Journalismusbericht wiederum hat erhoben, dass österreichische Journalisten zur Überprüfung einer PR-Meldung gerade noch 20 Minuten aufwenden.<sup>9</sup>

Ein weiterer Faktor trägt dazu bei, dass bei der Zeit für Recherchen gespart wird: 25 Prozent aller hauptberuflichen Journalisten sind freie Mitarbeiter – unter den Wissenschaftsjournalisten macht ihr Anteil sogar 34 Prozent aus.<sup>10</sup> Diese Journalisten werden nach der Länge ihrer abgelieferten Beiträge bezahlt. Für sie gilt: Je mehr Zeit sie für eine Geschichte aufwenden, desto weniger verdienen sie pro Zeiteinheit. Und das bei ohnehin schon niedrigen Zeilenhonoraren, wie Göpfert vorrechnet:

„Bei typischen Zeilenhonoraren von 50 bis 60 Cent pro Zeile – nur wenige überregionale Tages- und Wochenzeitungen zahlen einen Euro und mehr – müsste man (werk-) täglich etwa 3 Artikel á 100 Zeilen erfolgreich unterbringen, und zwar ohne dabei einen Tag Urlaub zu nehmen oder krank zu sein. Nur so würde (ein freier Journalist) Einnahmen erzielen, die denjenigen eines Tagezeitungs-Redakteurs im gleichen Berufsjahr in etwa entsprechen.“<sup>11</sup>

Während also in den Medien gespart wird, haben die PR-Agenturen und Pressestellen ihre Arbeit professionalisiert: Das Informationsmaterial das sie an Redaktionen herantragen, ist gleichsam mundgerecht angerichtet und kann ohne großen Redigieraufwand übernommen werden.<sup>12</sup>

---

<sup>7</sup> ebendort

<sup>8</sup> Haller 2004b

<sup>9</sup> Fabris 2004, S 6

<sup>10</sup> Blöbaum 2008, S. 249

<sup>11</sup> Göpfert, Jörg 2006, S. 63

<sup>12</sup> Haller 2004b

Weitere Befunde aus Hallers Untersuchung: Während der Einfluss der Politik auf die Medien abnimmt, hat der Einfluss kommerzieller Interessen auf Zeitungsredaktionen zugenommen. Der zeigt sich etwa „an der Zunahme von so genannten ‚Koppelungsgeschäften‘, bei denen Anzeigenkunden als Zugabe für einen Auftrag einen redaktionellen Beitrag erhalten.“ Auch eine steigende Zahl „getarnter PR-Texte“ bei denen ein Produkt positiv herausgestellt wird, nimmt Haller wahr. Sein Resümee: „Die Macht der PR geht einher mit der Ohnmacht der Journalisten.“<sup>13</sup>

Damit geraten Medien in Gefahr, ihre für pluralistische Demokratien wesentlichen Aufgaben nur noch unvollständig erfüllen zu können.

### **2.3 Zusammenfassung**

Medien haben laut Systemtheorie die Aufgabe, einen Bildschirm zu schaffen, auf dem die Partikularinteressen einzelner Teilsysteme für ein möglichst breites Publikum sichtbar und vergleichbar werden. Zur Herstellung dieses Überblicks haben die Medien eigene Betrachtungsweisen und Methoden entwickelt, die sich von jenen der einzelnen Teilsysteme unterscheiden. Medien bilden keine Realität ab, auch nicht die eines einzelnen Teilsystems. Statt dessen schaffen sie eine Medienrealität.

Viele Medien befinden sich zu Beginn des 21. Jahrhunderts in einer als krisenhaft erlebten Situation. Sparmaßnahmen führen dazu, dass Journalisten immer weniger Zeit für eigene Recherchen aufwenden. Das erschwert ihnen die Erledigung ihrer Kontroll- und Kritikfunktion. Sie werden anfälliger für beziehungsweise abhängiger von den Angeboten des PR-Betriebes.

Das sind ausgewählte Ansprüche und Wirklichkeiten des Medienbetriebes. In den folgenden beiden Abschnitten geht es nun um die Wechselwirkungen zwischen Medien und zwei Funktionssystemen: Der Wissenschaft und der Medizin.

---

<sup>13</sup> ebendort

### 3 Wissenschaft und Medien

Das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Medien ist nicht einfach. Um die vielfältigen Beziehungen und gegenseitigen Ansprüche zu klären, werden zunächst Anatomie und Eigengesetzmäßigkeiten des Wissenschaftsbetriebes dargestellt. Auf dieser Grundlage wird erörtert, welche Ansprüche der Wissenschaftsbetrieb an die Medien stellt.

Dem folgt eine Darstellung der rasanten Themenkarriere von „Wissenschaft“ in den Medien. Obwohl beide sowohl der Wissenschaftsbetrieb als auch die Medien von ihrer gegenseitigen Aufmerksamkeit profitieren, gibt es ein historisch gewachsenes, prinzipielles Problem in dieser Beziehung: Akteure aus dem Wissenschaftsbetrieb argumentieren, dass Wissenschaft eine Art Sonderbehandlung von den Medien erhalten sollten. Dieses „Paradigma des Wissenschaftsjournalismus“ war lange Zeit einflussreich und weit verbreitet. Zuletzt geht es um die Frage, wie stark sich Journalisten den Forderungen dieses Paradigmas gebeugt haben oder sich in Zukunft beugen werden.

#### 3.1 Aus dem Elfenbeinturm in die Gesellschaft

Wissenschaft und Technik sind bis in die letzten Winkel der Lebens vorgedrungen. Neue Erkenntnisse und Errungenschaften verändern den privaten Lebensvollzug und die Arbeitswelt. Sie zerstören alte Wirtschaftszweige und schaffen neue. Die wachsende Bedeutung von Forschung und Entwicklung zeigt sich auch im österreichischen Budget: Gaben Bund, Länder und Betriebe im Jahr 1989 noch 1.667,89 Milliarden Euro oder 1,32 Prozent des Brutto Inlandsproduktes in dieser Sparte aus, so wurden für das Jahr 2009 bereits 7.652,27 Milliarden oder 2,73 Prozent des BIP erwartet.<sup>14</sup>

Für die Mitgliedsländer der Europäischen Union sind Wissenschaft und Forschung zum wesentlichen Faktor zur Sicherung von Wachstum und Arbeitsplätzen geworden. Das wird aus der so genannte Lissabon-Strategie deutlich, mit der die EU zur wettbewerbsfähigsten Region der Welt werden soll. Um das zu schaffen, soll wollen die Strategen zwei

---

<sup>14</sup> Statistik Austria 2009

Etappenziele erreichen. Eines davon lautet: Bis 2010 sollen die Europäer drei Prozent ihres Brutto-Inlandsproduktes in Forschung und Entwicklung investieren.<sup>15</sup>

Allerdings ist die Wissenschaft kein Dienstleistungsbetrieb, der sich ausschließlich an der Verkäuflichkeit seiner Erkenntnisse oder an den Entwicklungszügen von überstaatlichen Behörden orientiert. Es sind andere Motive, die Forscher antreiben. Die Wissenschaftssoziologie hat mehrere Erklärungsmodelle für das Handeln von Wissenschaftlern parat. In jedem dieser Modelle spielt die Öffentlichkeit eine andere Rolle – je rezenter das Modell, desto größer die Bedeutung der Öffentlichkeit und damit auch der Medien.

Robert Merton beschreibt die Wissenschaft als hehren Wettstreit ehrlicher Forscher, deren höchstes Ziel uneigennütziger Wissensgewinn und Fortschritt im Interesse der Gesellschaft ist.<sup>16</sup> Nach Merton leiten sich Moral und Ethos der Wissenschaft aus den von ihr angewendeten Methoden ab. Wissenschaft sei demnach geprägt von „Universalität“, „Kommunismus“ und „Uneigennützigkeit“. Universalität verpflichtete die Mitglieder des Wissenschaftsbetriebes dazu, Thesen unabhängig von ihren Autoren zu evaluieren. Jedes Talent müsse eine Chance bekommen, sich zu bewähren, jegliches Ausschlussverfahren würde die Wissenschaft in Bedrängnis bringen.

Unter Kommunismus versteht Merton in diesem Zusammenhang die Idee einer offenen Zusammenarbeit in der Wissenschaft:

„Die substanziellen Erkenntnisse der Wissenschaft sind Produkte gesellschaftlicher Zusammenarbeit und werden der Gesellschaft überantwortet. (...) Sie bilden ein gemeinsames Erbe, auf das der individuelle Produzent nur sehr geringe Ansprüche erheben kann.“<sup>17</sup>

Der einzige Lohn, den sich Forscher erwarten dürfen, ist die Anerkennung ihrer Kollegen, die sich etwa in Zitierungen ausdrückt. Im besten Fall wird das beschriebene Phänomen nach seinem Entdecker benannt.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Europäische Kommission o.J.

<sup>16</sup> Merton 1985, S. 86ff

<sup>17</sup> Merton 1985, S. 93

<sup>18</sup> nach Merton 1985, S. 95

Mit Uneigennützigkeit meint Merton, dass die Forschung nicht für eigene Interessen instrumentalisiert werden dürfe. Auf die Einhaltung dieser Regel sei der gesamte Wissenschaftsbetrieb ausgelegt; Verstöße dagegen würden durch die gegenseitige Kontrolle sofort auffliegen oder aber wirkungslos verpuffen:

Personenkult, Bildung informeller Cliques und die Hervorbringung einer Vielzahl belangloser Publikationen – solche und ähnliche Techniken mögen zur Steigerung des Selbstwertgefühls eingesetzt werden. Aber im Allgemeinen haben hier ungerechtfertigte Ansprüche keine große Bedeutung und keine große Wirkung. (...) Die Gebote des sozialen Anstandes und der Zweckmäßigkeit wirken hier zusammen und schaffen eine Situation institutioneller Stabilität.“<sup>19</sup>

Im Wissenschaftsbetrieb ist demnach also alles bestens organisiert. Probleme bereitet lediglich das gesellschaftliche Umfeld, wie Merton mit spürbarer Empörung fest hält:

„Nach einer lange Phase relativer Sicherheit, in der die Vermehrung und Verbreitung von Wissen auf einen führenden Platz, wenn nicht sogar den ersten Platz unter den kulturellen Werten aufgerückt war, sehen sich die Wissenschaftler heute genötigt, die Wissenschaft vor den Menschen zu rechtfertigen.“<sup>20</sup>

Also müssen sich Wissenschaftler wohl oder übel mit Öffentlichkeiten außerhalb des Elfenbeinturmes abgeben. Eine unabhängige journalistische Beobachtung der Wissenschaft erscheint in diesem Modell jedoch als überflüssige, ja anmaßende Einmischung erscheinen.

Weniger friedlich und kooperativ portraitiert der französische Soziologen Pierre Bourdieu den Wissenschaftsbetrieb. Er sieht wissenschaftliche Fachgebiete als Schauplätze epischer Kämpfe um die Monopolisierung wissenschaftlicher Anerkennung. Je stärker die Durchsetzung eigener Standpunkte gelingt, desto mehr „Kapital“ winkt als Belohnung. Dieses „Kapital“ setzt sich sowohl aus wissenschaftlicher Kompetenz als auch aus sozialer Autorität zusammen und kann wie monetäres Kapital in alle möglichen Ressourcen umgewandelt werden, die für die Fortführung wissenschaftlicher Produktion notwendig sind.“<sup>21</sup> Die wichtigste Triebfeder der Forscher ist auch in diesem Modell der gemeinsame Fortschritt und der Wissensgewinn.

---

19 Merton 1985, S. 97

20 Merton 1985, S. 86f

21 Knorr-Cetina 1991, S 29

Bei Bruno Latour und Steve Woolgar ist auch von diesem Idealismus keine Rede mehr. In ihrer Studie „Laboratory Life“ kommen sie zu dem Schluss, dass die Wissenschaft vom Streben der einzelnen Forscher nach „Credibility“ befeuert wird. Unter Credibility verstehen sie Einfluss und Macht, sie basiert auf dem Vertrauen Anderer in die eigenen Fähigkeiten.

Ein erfolgreicher Forscher bringt laut Latour und Woolgar einen – im Idealfall sich beschleunigenden – Kreislauf in Gang, der folgende Stationen umfasst: Ein Projekt produziert nützliche *Daten*, mit denen neue *Argumente* gestützt werden können. Daraus entstehen wissenschaftliche *Publikationen*. Die führen zu *Aufmerksamkeit*. Die wiederum ermöglicht die Bewerbung um neue *Grants*. Damit können neue *Geräte* angeschafft werden, die zu neuen *Daten* führen, die neue *Argumente* stützen und so fort.<sup>22</sup> Auch Anerkennung von außerhalb des wissenschaftlichen Betriebes kann gesammelt und erneut investiert werden. Medien mit ihrer Fähigkeit, Stars zu produzieren, bekommen so einen hohen Stellenwert.

Wissenschaft ist in dem Modell von Latour und Woolgar kein abgeschotteter oder gar überlegener Bereich der Gesellschaft mehr, in den Geld hineingepumpt wird, und aus dem im Gegenzug überlegenes Wissen heraus fließt. Statt dessen ist Wissenschaft ein offenes Unternehmen das durch Abhängigkeiten und Rückkoppelungen eng mit anderen Teilsystemen verstrickt ist. Die Wissenschaft ist demnach aus dem Elfenbeinturm getreten und ist mitten in der Gesellschaft angelangt.

Um sich hier behaupten zu können, bemüht sie sich verstärkt um die Aufmerksamkeit der Medien.

### 3.2 Die Bedeutung der Medien für die Wissenschaft

Ihr Interesse an einem Interesse der Öffentlichkeit entdecken die Universitäten im deutschsprachigen Raum Ende der sechziger Jahre. Mittlerweile lassen Forscher wenig unversucht, um öffentliche Aufmerksamkeit für ihre Arbeit zu erringen. Jede österreichische Universität verfügt über eine Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit. Selbst einzelne Institute wie jenes für Quantenoptik und Quanteninformation der Österreichischen Akademie der

---

<sup>22</sup> Latour/Woolgar 1986, S. 201f

Wissenschaften, beschäftigen hauptamtliche PR-Fachleute zur Medienbetreuung<sup>23</sup>. Der Fonds zur Förderung wissenschaftlicher Forschung (FWF) ist sogar gesetzlich zur „Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Bedeutung der wissenschaftlichen Forschung und ihrer Förderung“<sup>24</sup> verpflichtet und lobt einen Preis für Wissenschaftler aus, die über ihre Arbeit besonders erfolgreich mit „wichtigen Zielgruppen kommunizieren.“<sup>25</sup>

Die US-amerikanische National Science Foundation (NSF) unterzieht Forscher, die gerade ein wissenschaftliches Paper in einem wichtigen Journal publiziert haben, einem harten Medientraining. Dabei wird einstudiert, wie die wesentlichen Resultate in weniger als zehn Sekunden Sprechzeit auf den Punkt gebracht werden können. So soll sicher gestellt werden, dass die großen Fernsehstationen verwertbare „Originaltöne“ für ihre Kurzmeldungen bekommen. Mehr als zehn Sekunden Sprechzeit wird dort nämlich niemandem eingeräumt.<sup>26</sup>

Auch für österreichische Wissenschaftler ist der Kontakt zur Öffentlichkeit längst zur Normalität geworden: Mehr als 90 Prozent aller Wiener Hochschulprofessoren hatten bereits mit Journalisten zu tun.<sup>27</sup>

Doch welche Ziele verfolgt der Wissenschaftsbetrieb, wenn er sich so vehement an Öffentlichkeiten wendet? Göpfert nennt drei eher normativ gehaltene Argumente für Wissenschaftskommunikation. Dabei unterstellt er, dass die Wissenschaften und ihre Erkenntnisse „richtig“ dargestellt werden.

- Nützlichkeit: Wissenschaftliches Wissen hat hohen Gebrauchswert für das Publikum, „Informationen zur Behandlung von Krankheiten, Hinweise auf technische Verfahren oder präzise Wettervorhersagen sind in der Regel von ganz praktischem Nutzen.“
- Das Kulturargument: „Wissenschaft ist Teil unserer Kultur, und jeder Bürger hat ein Recht darauf, etwas über die gewonnenen Erkenntnisse zu erfahren.“

---

23 siehe Instituts-Website: <http://www.iqoqi.at/media/> Download am 23.2.2009

24 § 4. (1) FTFG

25 FWF o.J.

26 pers. Komm. des NSF-Ornitologen William Fraser am 8. Februar 1997

27 Scheibler 2004, S. 196. Nicht erhoben wurde, von ob diese Kontakte auf Initiative der Wissenschaftler oder der Journalisten zustande gekommen ist.

- Das Kontrollargument: Wissenschaft verändert unsere Welt, die Bevölkerung hat darüber ein Mitspracherecht.<sup>28</sup>

Ein weiterer, nahe liegender Grund ist die Legitimation des eigenen Handelns. Forscher versuchen ihre Leistungen gegenüber Steuerzahlern oder anderen Sponsoren über die Medien sichtbar zu machen, um so die erhaltenen Ressourcen zu rechtfertigen.

Felt nennt eine Reihe von strategischen Zielen, die der Wissenschaftsbetrieb mit seiner Öffentlichkeitsoffensive zu erreichen versucht. Sie geht davon aus, dass es bei den Kommunikationsbemühungen weniger um die Vermittlung konkreter Ergebnisse, sondern vielmehr um ein besseres Image für die (Natur-)Wissenschaften geht.

Die wissenschaftlichen Einrichtungen fürchten einerseits, dass ihre Forschungsfreiheiten beschnitten werden könnten (siehe Gentechnikdiskussion) und andererseits, dass durch den Prestigeverlust insbesondere der Naturwissenschaften der studentische Nachwuchs ausbleiben könnte, und schließlich fürchten Firmen um die Umsetzbarkeit wissenschaftlicher Erkenntnisse in technologische Innovationen.<sup>29</sup>

In die Kategorie solcher strategischer Ziele passt auch der Versucht, umstrittenen Forschungsvorhaben durch Öffentlichkeitsarbeit zu mehr Akzeptanz zu verhelfen. Das wurde etwa in der Debatte um die Zuträglichkeit gentechnisch manipulierter Lebensmittel versucht. Die Öffentlichkeit würde sich von der Sicherheit der neuen Technologie überzeugen lassen, wenn sie nur genügend Informationen darüber bekommen würde, so die Hoffnung. Doch sie erfüllte sich nicht: „Die Werbung für Wissenschaft und Technik unter dem Gesichtspunkt der Akzeptanzbeschaffung geht von der nachweislich falschen Annahme aus, dass ein besseres Verständnis wissenschaftlicher Inhalte zu einer höheren Zustimmung führt“, schreibt Weingart. Und er wundert sich darüber, dass sich überhaupt jemand dieser Hoffnung hat hingeben können: „Das naive Aufklärungskonzept negiert alle Erfahrungen, die mit Aufklärung und Popularisierung schon gemacht worden sind.“<sup>30</sup>

Allerdings: Eine von Medien moderierte öffentliche Diskussion über Neuigkeiten aus den Labors kann Innovationen immerhin „normalisieren“, sie in eine Gesellschaft „einbetten“. Eine Analyse der deutschen Print-Berichterstattung über Klonen, Stammzelltherapien und das

---

<sup>28</sup> Göpfert 2002, S. 34

<sup>29</sup> Felt/Müller/Schober 2003, S. 12

<sup>30</sup> Weingart 2001, S. 247

Projekt zur Entschlüsselung des menschlichen Genoms zeigte, dass die Öffentlichkeit auf neues Wissen häufig zunächst mit Horrorszenarien reagiert. Doch je deutlicher sich ein möglicher Nutzen – etwa die Behandelbarkeit von Krankheiten – abzeichnet, desto weniger kontrovers wird darüber diskutiert.<sup>31</sup>

Dass sich auch einzelne Wissenschaftler mit ihren Projekten und Erkenntnissen an eine fachfremde Öffentlichkeit wenden, kann mehrere – nicht nur gute – Gründe haben:

- Die Öffentlichkeit als Karrierehelfer: Mediale Prominenz kann die „Credibility“ innerhalb des Wissenschaftsbetriebes mehren. So schreibt Weingart:

„Aus der Perspektive des einzelnen Wissenschaftlers ist es (...) denkbar, dass der Erfolg, der in den innerwissenschaftlichen Bewertungsprozessen verstellt worden ist, auf dem Weg über die Prominenz in den Medien doch noch erreicht werden kann.“<sup>32</sup>

Es kommt dabei zu einer Konkurrenz der jeweiligen Relevanz- und Validierungskriterien von Wissenschaft und Medien. Für den Wissenschaftsbetrieb ist zum Beispiel die Zahl der wissenschaftlichen Publikationen eines Forschers ein wichtiges Bewertungskriterium. Ein Journalist auf der Suche nach einem Experten legt jedoch einen anderen Maßstab an. Für ihn könnte schon die Fähigkeit und Bereitschaft eines Forschers ausschlaggebend sein, griffige Statements zu liefern. Manchmal reicht es auch schon, leicht erreichbar zu sein. Wolfgang Wagner, Sendungsplaner der ZiB2 im ORF erklärte einmal, warum von den bekannteren österreichischen Politologen ausgerechnet Peter Filzmaier die höchste Interviewfrequenz erreichen konnte:

„Plasser und Pelinka haben kein Handy. Sie sind nur über ihre Institute erreichbar. Filzmaier ist stärker am Punkt, präziser in der Aussage – und er hat ein Handy.“<sup>33</sup>

Dass solche medientypischen Kriterien bedeutender werden könnten als jene der Wissenschaft, sei in modernen Massendemokratien „zunehmend wahrscheinlich“, meint Weingart<sup>34</sup>. Wiener Hochschulprofessoren halten das offenbar ebenfalls für denkbar.

---

31 Weingart/Salzmann/Wörmann 2008, S. 394

32 Weingart 2001, S. 263

33 Kapeller 2007

34 Weingart 2001, S. 263

Immerhin 43,9 Prozent von ihnen meinen, dass mediale Berichterstattung ihrer universitären Laufbahn dienlich sein kann.<sup>35</sup>

- Die Öffentlichkeit als Schiedsrichter: Wissenschaftsinterne Konflikte werden an außerwissenschaftlicher Öffentlichkeiten herangetragen, damit sie hier durch allgemeine soziale Zustimmung entschieden und abgeschlossen werden. Weingart nennt als Beispiel die Auseinandersetzung zwischen Kreationisten und Evolutionstheoretikern in den USA.<sup>36</sup> Beide Seiten versuchen ihre Sicht der Dinge möglichst breit zu popularisieren, um Zustimmung zu bekommen. Um Aufklärung oder Information geht es dabei bestenfalls in zweiter Linie.
- Die Öffentlichkeit als Patentamt: Ähnlich agieren Forscher, die ihre Resultate in den Medien präsentieren, noch bevor sie diese in einem wissenschaftlichen Umfeld publiziert haben. Damit soll ein zeitlicher Vorsprung gegenüber der Konkurrenz geschaffen werden. Denn während Wissenschaftsjournale für ihren Review-Prozess Monate brauchen, können Medien eine Meldung innerhalb von wenigen Stunden veröffentlichen. Der Anspruch, eine Entdeckung als Erster gemacht zu haben ist damit – zwar nicht in der wissenschaftlichen, aber doch in der allgemeinen Öffentlichkeit – angemeldet.

Diese Vorgangsweise wird im Wissenschaftsbetrieb als Verstoß gegen die Branchenregeln kritisiert. Sie lohnt sich daher nur dann, wenn der zu erzielende Zeitvorsprung gesellschaftlich, ökonomisch oder politisch besonders bedeutsam ist. Als Beispiel wird der (mittlerweile beigelegte) Prioritätsstreit zwischen dem Amerikaner Robert Gallo und dem Franzosen Luc Montagnier um die Entdeckung des AIDS-auslösenden HI-Virus genannt.<sup>37</sup> Bei dem Streit ging es freilich nicht nur um die Forscherehre, sondern auch um die millionenschweren Patentrechte an allfälligen Schutzimpfungen oder Arzneien.

---

<sup>35</sup> Scheibler 2004, S. 209

<sup>36</sup> Weingart 2001, S. 243

<sup>37</sup> Weingart 2001, S. 245f

### 3.3 Überanpassung - Sensationalismus

Was bewirkt die zunehmende Orientierung der Wissenschaft an den Aufmerksamkeitskriterien einer medialen Öffentlichkeit? Es kommt zu einer Anpassung der Wissenschaft an die Erfordernisse der breiteren Öffentlichkeit.

Eine Methode, Forschungsresultate einer nach Sensationen suchenden Medienöffentlichkeit anzudienen, ist die Übertreibung. Forscher können etwa behaupten, dass ihre Resultate einen „Paradigmen-Wechsel“ einleiten würden.

Wie verlockend diese Methode ist, hat das Institute for Scientific Information (ISI) in Philadelphia untersucht. Die ISI-Mitarbeiter zählten nach, wie oft die Phrase „Paradigm Shift“ in Publikationen der wichtigsten Wissenschaftsjournale verwendet wurde. Dabei stellte sich heraus, dass es im Jahr 1991 lediglich 30 behauptete Paradigmenwechsel gegeben hat. Sieben Jahre später wurde diese Formulierung bereits 124 mal verwendet.<sup>38</sup> Eine Untersuchung in der Datei „Medline“, die sämtliche Veröffentlichungen aus dem Bereich der Medizin und der Biowissenschaften verzeichnet, brachte ein ähnliches Resultat: 21 „Paradigmenwechsel“ im Jahr 1991, bereits 73 im Jahr 1997.<sup>39</sup>

Was führt also zur immer häufigeren Verwendung der Paradigmen-Phrase in der wissenschaftlichen Literatur? Der österreichische Molekularbiologe Josef Penninger meint, dass dafür zumeist strategische Überlegungen verantwortlich sind: „The term is an attention-getter (...). I use it, too, sometimes, but really for political reasons--to make reviewers happy and for funding.“<sup>40</sup>

Weitere Analysen zeigten, dass die vollmundig angekündigten Paradigmen-Wechsel kaum jemals wirklich statt finden. Nach den Regeln der Wissenschaftspublizistik müsste ein Artikel, der eine völlig neue Sichtweise notwendig macht, in der Folge besonders häufig von anderen Wissenschaftern zitiert werden. Doch die ISI-Untersuchung brachte ein unerwartetes Resultat zu Tage: Jene Journal-Beiträge, die einen Paradigmenwechsel angekündigt hatten,

---

<sup>38</sup> Cohen 1999, S. 1998

<sup>39</sup> ebendort

<sup>40</sup> Cohen 1999, S. 1999

wurden sogar seltener zitiert als ein durchschnittlicher Artikel. Sie waren also doch nicht so bedeutend, wie die Autoren behauptet hatten.

Einen weiteren Grund für systematische Übertreibungen von Wissenschaftern haben amerikanische und griechische Forscher im System der wissenschaftlichen Publikationen ausgemacht. Die wichtigsten Magazine veröffentlichen nur eine sehr beschränkte Zahl von Studien. Weil aber so viele Wissenschaftler interessante Artikel zur Publikation einreichen, können die Journale selektieren. Wer seine Arbeit abgedruckt sehen will, muss daher schon etwas ganz besonderes abliefern. Die Folge: Die Forscher stellen ihre Einsichten und Erkenntnisse als größer und wichtiger dar, als sie tatsächlich sind.<sup>41</sup>

Übertreibungen, die den Medien etwa bei der Einschätzung wissenschaftlicher Erkenntnisse vorgeworfen werden, müssen ihren Ursprung also nicht in den Köpfen gewissenloser Redakteure haben. Die Übertreibungen können ihren Ursprung auch in den Originalbeiträgen der Wissenschaftler selbst haben.

Subtiler wirkt das Schielen der Wissenschaft nach Öffentlichkeit bei der Themenwahl. So bevorzugt die amerikanische National Science Foundation seit 1997 Förderansuchen, deren Durchführung einen „broader impact“ auch außerhalb der engen Fachgrenzen und in einer breiteren Öffentlichkeit versprechen.<sup>42</sup>

Was solche Regeln für die Entwicklung der Wissenschaft bewirken, beschreibt Weingart:

„(...) wo die Notwendigkeit des ‚Verkaufens‘ der Ergebnisse wissenschaftlicher Forschung das Kalkül der Forscher mitbestimmt, liegt die Vermutung nahe, dass die Entscheidungen im Forschungsprozess sich nicht nur an der späteren Verwertbarkeit der Ergebnisse im gesellschaftlichen und politischen Raum orientiert, sondern zunehmend auch an ihrer potentiellen Medienwirksamkeit.“<sup>43</sup>

Und weiter:

„Aus (...) medienträchtigen Themenkomplexen („issues“) lassen sich weit reichende Forschungsprogramme ableiten, die zur Grundlage langfristiger Großprojekte werden

---

<sup>41</sup> Young/Ioannidis/Al-Ubaydli 2008, e201, S. 1ff

<sup>42</sup> Whiteman 2009

<sup>43</sup> Weingart 2001, S. 250

und aufgrund ihrer politischen Relevanz die Mobilisierung finanzieller Ressourcen im nationalen und supranationalen Maßstab ermöglichen.“<sup>44</sup>

Als Beispiel für diesen Effekt nennen Autoren die Suche nach einem wirksamen Medikament gegen das AIDS-erregende HI-Virus. Demnach hätte erst die hohe mediale Aufmerksamkeit das Thema auf die Agenda der Pharma-Forschung gebracht.<sup>45</sup>

Die Orientierung an den Medien führt also zu Übertreibungen und beeinflusst die Richtung, in die geforscht wird. Doch es gibt noch einen weitere Effekt: Gerade die – nicht zuletzt zur Image-Verbesserung – angestrebte genauere Beobachtung durch die Öffentlichkeit kann zu einem Imageverlust führen.

„Die Wissenschaft konnte nur so lange ihre hohe Reputation bewahren, wie die Öffentlichkeit nicht sehen konnte, dass der Weg des wissenschaftlichen Fortschritts mit dem Aussortieren zahlloser Irrtümer gepflastert ist. (...) Da im Zeitalter des öffentlichen Diskurses nichts mehr dem Auge der Öffentlichkeit verborgen bleibt, wird auch die altehrwürdige Autorität der Wissenschaft nicht wiederzugewinnen sein.“<sup>46</sup>

Vielleicht kommt die Öffentlichkeit aber auch zu einem realistischeren Bild von Wissenschaft und ihrer Stellung in der Gesellschaft. „Die Wissenschaftsgesellschaft“, so Heidenreich, „ist (...) nicht durch eine ständige Erweiterung des Wissens auf Kosten des Nichtwissens gekennzeichnet, sondern durch ein praktisches, experimentelles Vorgehen, in dem nicht nur mehr Wissen, sondern auch mehr Nichtwissen und die entsprechenden Unsicherheiten und Ungewissheiten produziert werden.“<sup>47</sup>

### 3.4 Die Bedeutung des Themas „Wissenschaft“ für die Medien

Hömberg befragte 1974 Wissenschaftsjournalisten über ihre Arbeitsbedingungen und kam in seiner 1982 veröffentlichten Studie zu dem Schluss, dass es sich beim Wissenschaftsjournalismus um „Restseitenjournalismus“ handelt. Berichte über Themen aus den Wissenschaften würden erst dann ins Blatt gerückt, wenn Inserate ausfallen und dadurch

---

<sup>44</sup> Weingart 2001, S. 253

<sup>45</sup> Jasny 1999, S. 1453

<sup>46</sup> Münch 1991, S. 96f

<sup>47</sup> Heidenreich, Martin 1995: *Informatisierung und Kultur*. Opladen: Westdeutscher Verlag. zit. nach Müller/Schober 2002, S. 11

zusätzlicher Platz für redaktionelle Beiträge frei wird.<sup>48</sup> Auch sonst hatten die befragten Wissenschaftsjournalisten keinen leichten Stand: Fast vierzig Prozent gaben an, unter dem „Desinteresse“ ihrer Vorgesetzten zu leiden.<sup>49</sup>

34 Jahre nach dieser Befragung beobachteten Studienautoren einen „Boom“ der Wissenschaftsberichterstattung. Was war in der Zwischenzeit passiert?

Den Anfang machte die New York Times: Ab 1978 setzte die US-Amerikanische Tageszeitung Wissenschaft- und Gesundheitsreporter ein. Ihrem Beispiel folgten bald weitere Blätter in den USA und in Europa. In den frühen achtziger Jahren boten immerhin die meisten der bekannteren Zeitungen Spezialberichterstattung zu diesen Themen an.<sup>50</sup> Doch wirklich flächendeckend wurde längst noch nicht über Wissenschaft berichtet: 1984 beschäftigten erst drei Prozent der „publizistischen Einheiten“ in Deutschland zumindest einen Redakteur, der ausschließlich Wissenschaftsthemen bearbeitet.<sup>51</sup>

Hömberg wiederholte seine Umfrage im Jahr 1986 und stellte fest: Die Redaktionen gestehen der Wissenschaft immer noch geringe Ressourcen zu. Die meiste Arbeit werde von freiberuflichen Mitarbeitern erledigt. Aber immerhin: Der Themenbereich sei in der Zwischenzeit vom „Restseitenjournalismus“ zum „Schwellenressort“ aufgerückt, „dem die Etablierung nur bei großen Medienunternehmen geglückt ist.“<sup>52</sup> Der Arbeitsmarkt für einschlägig tätige Journalisten blieb entsprechend überschaubar: „Unter den 500 Redakteuren der großen Agenturen befinden sich ganze zwei Wissenschaftsjournalisten“, beklagte Thierbach im Jahr 1988. Lediglich die überregionalen Blätter wie die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), die Süddeutsche Zeitung (SZ) oder „Die Welt“ würden sich eigene Wissenschaftsredaktionen „mit Fachleuten vom Experimentalphysiker bis hin zur gestandenen Fachärztein“ leisten.<sup>53</sup> Hämberg glaubte, dass das Interesse des Publikums bereits größer war, als das Angebot der Medien. Hämberg prägte daraufhin für die Wissenschaftsberichterstattung den Begriff des „verspäteten Ressorts“.<sup>54</sup>

---

48 Hämberg 1982, S. 17

49 Hämberg 1982, S. 133

50 Glik 2001, S. 169f

51 Meier/Fledmeier 2005, S. 201f

52 Hämberg 1986, S. 133

53 Thierbach 1988, S. 170f

54 Hämberg 1990

Mitte der Neunziger Jahre begann sich die Entwicklung in Deutschland zu beschleunigen. Private TV-Sender entdecken das Thema Wissenschaft für sich, viele Print-Redaktionen zogen nach. 1998 war bei immerhin 21 Prozent aller publizistischen Einheiten mindestens ein Wissenschaftsjournalist beschäftigt.<sup>55</sup>

Im Jahr 2004 brachten gleich vier deutsche Verlage neue Produkte heraus, um die weiterhin wachsende Nachfrage nach Wissenschafts- und Gesundheitsthemen zu bedienen. „Die Zeit“ startete ihr ZEITWISSEN zunächst mit vier Ausgaben pro Jahr. Die SZ brachte fast gleichzeitig ihr „SZ Wissen“-Magazin an die Kioske, und der Bauer-Verlag lancierte ebenfalls Anfang Dezember eine weitere Probenummer seines Wissens-Magazins „Horizonte“<sup>56</sup> Gruner+Jahr ertüftelte ebenfalls ein Wissensmagazin „Galileo“<sup>57</sup>

Die Rechnung ging auf: Zwischen 1999 und 2004 sank zwar die kumulierte Auflage der etablierten Wissenschaftstitel (Bild der Wissenschaft“, „Geo“, „Natur&Kosmos“, „P.M.“, „Psychologie heute“, „Spektrum der Wissenschaft“, „Sterne und Weltraum“) von 1,4 Millionen auf 1,26 Millionen. Doch die neuen Magazine („National Geographic“, „Gehirn&Geist“, „Astronomie heute“, „Technology Review“, „Horizonte“, „Leib&Leben“, „SZ Wissen“ und „ZEITWISSEN“) verkauften gemeinsam 1,16 Millionen Exemplare.<sup>58</sup> Somit war insgesamt die Nachfrage nach Wissenschaftsmagazinen gestiegen.

Auch in der Tagespresse wuchs die Präsenz von Berichten mit wissenschaftlichem Hintergrund: Wormer und Mitarbeiter analysieren in den Jahren 2003-2004 sowie 2006-2007 für jeweils dreizehn Wochen die einschlägigen Beiträge der SZ, FAZ und „Die Welt“. In der ersten Untersuchungsperiode wurden 1.643 Artikel gefunden, in der zweiten bereits 2.434, das entspricht einer Steigerung von 48 Prozent. Folgerichtig diagnostizierten die Forscher den bereits erwähnten „Boom“ der Wissenschaftspublizistik.<sup>59</sup>

Umfragen des Instituts für Demoskopie Allensbach zeigen, dass diese Entwicklung dem Interesse des Publikums entsprach: Zwischen 1955 und 1991 gaben jeweils zwischen 21 und 24 Prozent der Befragten an, Nachrichten aus Technik und Wissenschaft „im Allgemeinen

55 Meier/Feldmeier 2005, S. 201f

56 N.N.: „*Zeitwissen*“ und andere Magazine. Wiener Zeitung, 3.12.2004

57 [www.kress.de](http://www.kress.de), Download am 30.12.2004

58 Meier/Feldmeier 2005, S. 207

59 Elmer/Badenschier/Wormer 2008, S. 882f

immer“ zu lesen. 1996 stieg der Anteil der einschlägig Interessierten auf 25 Prozent, 1999 bereits auf 29 Prozent.<sup>60</sup> Nach einer Eurobarometer-Erhebung im Jahr 2007 sind sogar 31 Prozent aller Medienkonsumenten an Nachrichten aus Wissenschaft und Forschung interessiert. Zum Vergleich: Für Nachrichten aus den Wirtschaftsressorts interessieren sich laut dieser Erhebung nur 28 Prozent.<sup>61</sup>

So golden wirkten die Zeiten für den Wissenschaftsjournalismus, dass sogar die von Haller düster diagnostizierte Übermacht der PR gegenüber den Medien hier scheinbar nicht gegeben war: Meier/Feldmeier schätzten, dass in Deutschland im Jahr 2005 rund 1500 PR-Experten in den Pressestellen von Forschungseinrichtungen beschäftigt waren.<sup>62</sup> Ihnen gegenüber standen rund 2000 Journalisten, die sich ausschließlich mit Wissenschaft beschäftigten. Blöbaum kam auf Basis einer Stichprobe aus dem Jahr 2006 sogar zu dem Schluss, dass von den 48.000 hauptberuflichen Journalisten in Deutschland 3.072 mit Wissenschaft und Forschung, Medizin, Umwelt, Wissen sowie Bildung, Gesundheit und Natur befasst sind.<sup>63</sup>

Zu bedenken wäre hier allerdings, dass die Zahl der PR-Experten wohl zu tief gegriffen war. Schließlich arbeiteten Wissenschafts-PR-Exerten nicht nur für Forschungseinrichtungen, sondern auch für Wissenschaftsjournale, Forschungspolitiker, Industriebetriebe, Museen etc. Und: Das fest gestellte Kräfteverhältnis sollte sich auch nach Meinung der von Meier/Feldmeier Befragten bald ändern: Sowohl Journalisten als auch PR-Experten glaubten mehrheitlich, dass die Zahl der Wissenschafts-PR-Kräfte in Zukunft schneller wachsen wird, als jene der Journalisten.<sup>64</sup>

Zuletzt mehren sich jedoch die Hinweise darauf, dass die besten Zeiten des Wissenschafts- und Medizinjournalismus schon wieder zu Ende sein könnten: Im amerikanischen Fernsehen verloren die Themen Medizin und Wissenschaft deutlich an Bedeutung. Lag der Anteil der Wissenschaftssendungen an der gesamten Sendezeit vor der Jahrtausendwende regelmäßig zwischen vier und sechs Prozent, sank er nach den Terroranschlägen vom 11. September

---

<sup>60</sup> zitiert nach Meier/Feldmeier 2005, S. 202

<sup>61</sup> Europäische Kommission 2007, S. 3. Das größte Interesse gibt es an Sport (40 Prozent), gefolgt von „Unterhaltung und Prominente“ (35 Prozent), Politik (34 Prozent), Kunst und Kultur (32 Prozent), danach folgen Wissenschaft und Wirtschaft.

<sup>62</sup> Meier/Feldmeier 2005, S. 213

<sup>63</sup> Blöbaum 2008, S. 248

<sup>64</sup> Meier/Feldmeier 2005, S. 213

2001 auf rund zwei Prozent. Seit damals haben stehen mit Themen wie Auslandspolitik, Kriege und nationale Sicherheit im Mittelpunkt.

Der Rückgang hat noch einen zweiten Grund: Die Zuschauer wenden sich verstärkt dem Internet zu, wenn sie sich über Wissenschaft und Medizin informieren wollen. Zwei Drittel aller amerikanischen Internet-User, die im Nachrichten online konsumieren, suchen hier nach Information über Wissenschaft und Gesundheit.<sup>65</sup>

Ende 2008 zog der US-Amerikanische Nachrichtensender CNN die Konsequenzen aus dieser Entwicklung und löste kurzerhand seine Wissenschaftsredaktion auf.<sup>66</sup> Auch die Stimmung in der Branche ist schlecht. Anfang 2009 lud das britische Wissenschaftsjournal „nature“ Wissenschaftsjournalisten zu einer Online-Umfrage. 493 Journalisten antworteten, die Auswertung brachte folgende Schlussfolgerungen: Weltweit gehen Arbeitsplätze verloren; diejenigen, die noch Arbeit haben, müssen mehr und schneller arbeiten als zuvor.<sup>67</sup>

Und im Mai 2009 teilte der Süddeutsche Verlag mit, dass er sein „SZ Wissen“ wegen „sinkender Anzeigenerlöse und einer nicht den Erwartungen entsprechenden Auflagenentwicklung“ einstellt.<sup>68</sup>

### 3.5 Problemzonen

Die Wissenschaft drängt also in die Öffentlichkeit, die Medien bedienen das steigende Interesse des Publikums an Themen der Wissenschaft mit einem – bis vor kurzem noch – wachsenden Angebot. Das klingt nach einer tragfähigen Interessengemeinschaft. Tatsächlich aktiviert das Aufeinandertreffen der beiden Funktionssysteme einiges Konfliktpotential. Der Praktiker Jochum nennt drei prinzipielle Unterschiede zwischen den Wissenschaft und Medien, die eine Verständigung erschweren:

- Journalisten versuchen, Komplexität zu verringern, zu vereinfachen. Wissenschaftler vermehren dagegen die Komplexität.

---

<sup>65</sup> Pew Research Center 2008

<sup>66</sup> Brinard 2009

<sup>67</sup> Brumfiel 2009: 274f

<sup>68</sup> N.N. 2009

- Medien sind an den Interessen ihres Publikums (und der Werbewirtschaft) orientiert. Die Forschung folgt ganz andere Kriterien.
- Journalisten müssen sich an der immer schneller reagierenden Konkurrenz orientieren. In der Wissenschaft zählt Stunden- oder Tagesaktualität nur in Ausnahmefällen.<sup>69</sup>

Angesichts dieser Kluft muss es für Wissenschaftler fast schon riskant erscheinen, einem Journalisten Auskunft zu erteilen.

„Der Wissenschaftler sieht sich dem öffentlich Druck ausgesetzt, etwas Genaues und dauerhaft Gültiges zu sagen. Tut er dies nicht, so erscheint er als unwissend. Tut er es doch, wird er durch die neuen Erkenntnisse des nächsten Tages bloßgestellt. Reputationsverlust ist die Folge.<sup>70</sup>

Wohl auch deshalb galt die starke Medienpräsenz eines Wissenschaftlers unter seinen Kollegen lange Zeit als fast schon anrüchig. Pointiert schreiben die Öffentlichkeitsarbeiter der Amerikanischen National Science Foundation: „The amount of respect that a scientist received from other scientists used to be, in many cases, inversely proportional to the amount of respect she received from the public.“<sup>71</sup>

Wie schwach die Vertrauensbasis zwischen den Wissenschaftern und Journalisten tatsächlich ist, haben mehrere Erhebungen gezeigt: Eine Umfrage unter den Professoren der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz im Jahr 1983/84 ergab, dass die Gelehrten wenig von Journalisten halten: Nur 52 Prozent hielten Journalisten für „integer“. Jene Wissenschaftler, die bereits in Kontakt mit Journalisten waren hatten sogar eine noch schlechtere Meinung: Nur 41 Prozent von ihnen hielten Journalisten für integer.<sup>72</sup>

In keiner anderen gesellschaftlichen Institution seien die Vorbehalte gegenüber Journalisten so groß wie im Wissenschaftsbetrieb, so der Befund einer 1997 präsentierten Studie über das Verhältnis von Wissenschaftern und Journalisten in den USA.<sup>73</sup> 91 Prozent der befragten Forscher gaben an, dass ihrer Meinung nach nur wenige Journalisten das Wesen von Wissenschaft und Technologie, die Vorläufigkeit einer Entdeckung und die Komplexität der

---

<sup>69</sup> Jochum 1999, S. 25

<sup>70</sup> Münch 1991, S. 97

<sup>71</sup> Whiteman 2009

<sup>72</sup> Krüger 1987, S. 45

<sup>73</sup> Chappell/Hartz 1997, S. 25

Resultate verstehen würden. 76 Prozent unterstellen den Journalisten, ihnen wären „Sensationalismus“ wichtiger als „wissenschaftlichen Wahrheit“.<sup>74</sup>

Auch Wiener Hochschullehrer hielten wenig von Wissenschaftsjournalisten: Im Jahr 2007 stimmten 64,8 Prozent dem folgenden Statement zu: Journalisten, die sich in den Massenmedien mit Wissenschaft beschäftigen, verfügen im Allgemeinen nicht über genügend Sachkompetenz, um Wissenschaft verstehen und beurteilen zu können.<sup>75</sup> Und in einer unveröffentlichten Studie im Auftrag des österreichischen Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kunst äußerten einige Genetiker sogar die Befürchtung, die Medienberichterstattung mache das Publikum „paranoid“.<sup>76</sup>

Umgekehrt werfen 62 Prozent der Journalisten den Wissenschaftlern vor, unverständlich zu kommunizieren.<sup>77</sup>

Zur Überwindung der Kluft werden Vorschläge zur Verbesserung der Kommunikation gemacht, und es wird überlegt, wie denn die Medien „richtiger“ über die Wissenschaften berichten könnten.<sup>78</sup> Forschungseinrichtungen laden Journalisten in ihre Labors um ihnen Einblicke in ihre Arbeit zu vermitteln<sup>79</sup>. Gerade so, als bräuchte es hier nur eine technische Lösung für ein einfaches Verständigungsproblem.

Tatsächlich liegt unter dieser Debatte ein tieferer Disput. Dieser Verdacht drängt sich auf, wenn nur 30 Prozent der Mainzer Hochschulprofessoren glaubten, „dass selbst ein *guter* Journalist mit *gutem* Allgemeinwissen, der *ordentlich* recherchiert, auch ohne spezielles Fachwissen auskommen kann.“<sup>80</sup> Der Umkehrschluss, dass nämlich nur fachspezifisch ausgebildete Journalisten gute Geschichten über ein Fach schreiben können zeigt, dass die Ansprüche der Professoren unerfüllbar sind. Worum geht es also dann?

---

<sup>74</sup> Chappell/Hartz 1997, S. 29

<sup>75</sup> Scheibler 2004, S. 216

<sup>76</sup> zitiert nach Tumpej 2007, S. 10, ohne genaueren Quellenangaben.

<sup>77</sup> Chappell/Hartz 1997, S. 31

<sup>78</sup> siehe etwa: Bammé 1989, Flöhl 1987 sowie einzelne Kapitel in Göpfert 2006

<sup>79</sup> etwa das Max Planck Institut für Biophysische Chemie in Göttingen, Programmdetails siehe [www.eicos.mpg.de](http://www.eicos.mpg.de); Download am 23.5.2009

<sup>80</sup> Krüger 1987, S. 50

### 3.6 Das „Paradigma des Wissenschaftsjournalismus“...

Es geht um die Frage, welche Rolle Journalisten gegenüber der Wissenschaft überhaupt einnehmen sollen oder dürfen. Krüger liest aus den Daten seiner Hochschullehrer-Befragung heraus:

„Die Wissenschaftler sehen die Journalisten lediglich als ‚Transportarbeiter‘, als Vermittler von Wissenschaft. Sie erkennen die Aufgaben und die Funktionen des Journalismus, die über die Vermittlerrolle hinaus gehen.“<sup>81</sup>

Das bestätigen auch Praktiker:

„Die Konflikte zwischen Wissenschaft und Journalismus gehen (...) – das sind jedenfalls meine in 25-jähriger journalistischen Tätigkeit gesammelten Erfahrungen – fast ausnahmslos auf die vermeintlich ‚falsche‘ journalistische Bewertung von Forschung zurück und nicht auf die falsche Wiedergabe von Fakten.“<sup>82</sup>

Die „journalistische Bewertung“ ist für den Wissenschaftsbetrieb also schwer zu ertragen – und wird als Versagen der Medien kritisiert. Tatsächlich würden die Medien versagen, wenn sie darauf verzichten, journalistische Einschätzungen abzugeben (siehe Kapitel 2.1).

„Die häufig zu hörende Klage der Wissenschaft über ‚falsche‘ oder ‚verzerrte‘ Berichte geht (...) an der Sache vorbei. Es wird aus konstitutiven Gründen keine ‚adäquate‘ und die Wissenschaftler befriedigende Darstellung ihrer Forschungen in den Medien geben.“<sup>83</sup>

Demnach müsste sich der Wissenschaftsbetrieb an das vermeintliche Versagen der Medien gewöhnen. Tut er aber nicht. Statt dessen versucht er, Medien darauf einzuschwören, die Wissenschaft an den Maßstäben der Wissenschaft zu messen. Konkret: Er fordert, der Wissenschaftsjournalismus solle sich in erster Linie um die Übersetzung und Popularisierung von Ereignissen und Erkenntnissen kümmern, die nach *wissenschaftlichen Kriterien* relevanten erscheinen. Kohring nennt diese Sichtweise das „Paradigma des Wissenschaftsjournalismus“<sup>84</sup>. Seine Wurzeln lassen sich bis ins 19. Jahrhundert zurück verfolgen.

---

81 Krüger 1987, S. 51

82 Flöhl 1990, S. 24

83 Weingart 2001, S. 238

84 Kohring 1997

Damals erschienen popularisierende, halbwissenschaftliche Journale, die sich in der vordemokratischen Gesellschaft über Wissenschaft aufklärend und ohne politischen Anspruch an das Bildungsbürgertum richteten. In den ersten drei Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts geisterte sogar das Schlagwort vom Wissenschaftsjournalismus als einer „Fortbildungsschule des Volkes“ durch die einschlägigen Standardwerke.<sup>85</sup>

Doch diese Definition war nicht die einzige mögliche in dieser Zeit. Kohring zitiert einen gewissen W. Kapp, der 1929 auf der Hauptversammlung der deutschen Zeitungsverleger sagte:

„Es kann also das, was die Zeitung aus der Welt des Erkennens, des Wissens bringt, nicht mit absoluten Maßstäben, die sich aus der Wissenschaft ergeben, gemessen werden, sondern es muss nach Wert, Bedeutung aus diesem Rahmen, wie ihn nun einmal die Tageszeitung darstellt, begriffen, beurteilt werden.“<sup>86</sup>

Kapp beanspruchte für seine Zunft also die Position eines unabhängigen Beobachters, der wissenschaftliche Erkenntnisse nach eigenen Kriterien und eben nicht nach jenen der Wissenschaft beurteilt. Auch der Kommunikationswissenschaftler Otto Groth verteidigte 1928 die Tatsache, dass Wissenschaft und Presse Neuigkeiten nach unterschiedlichen Maßstäben bewerten. In seiner „Zeitungskunde“ kritisiert er die Auffassung der „Gelehrten, der Zeitung die Gesetze der Wissenschaft vorschreiben zu dürfen“. Sie „beweisen damit nur ihre eigene – Unwissenschaftlichkeit.“<sup>87</sup>

Diese deutliche Abgrenzung zwischen Journalismus und der „Fortbildungsschule“ verschwand aber bald wieder. In den späten dreißiger Jahren, unter dem Einfluss der nationalsozialistischen Ideologie, radikalierten einige Autoren die Funktionsbeschreibung des Journalismus als bloßes Erziehungsinstrument.<sup>88</sup>

Nach dem Krieg war auch Groth an einer Harmonisierung des Verhältnisses von Journalismus und Wissenschaft gelegen. Eine dezidiert journalistische Perspektive erachtet er nun nicht mehr für notwendig. Wissenschaft und der von ihr hervorgebrachte Fortschritt galten in den sechziger und siebziger Jahren als wichtige Werkzeuge im Kampf gegen den

---

<sup>85</sup> Weingart 2001, S. 233

<sup>86</sup> zitiert nach Kohring 1997, S. 20

<sup>87</sup> Groth, Otto 1927: *Die Zeitung. Ein System der Zeitungskunde (Journalistik)*. Zweiter Band. Mannheim, Berlin, Leipzig: J. Bensheimer. Zitiert nach Kohring 1997, S. 21

<sup>88</sup> Kohring 1997, S. 17

Kommunismus. Geringe öffentliche Akzeptanz von Wissenschaft war – spätestens nach dem Sputnik-Schock – ein Übel, das nicht zuletzt mit Hilfe der Medien beseitigt werden sollte. Von Medien wurde erwartet, dass sie die Leistungen der Wissenschaft popularisieren und so für den notwendigen Rückhalt beim Publikum sorgen.

Das passte auch gut in das zeitgenössische Konzept der „knowledgeable Society“ oder „Wissensgesellschaft“, von der Soziologen und Ökonomen ab den sechziger Jahren sprachen. Geprägt hatte den Begriff Robert Lane. Forschung ist demnach die Wurzel einer neuen Gesellschaft, sie bringt neues Wissen, das in Folge überkommene Traditionen ersetzen würde.<sup>89</sup>

Tannenbaum untersuchte 1963 den Informationsfluss entlang der von ihm so genannten „Science Communication Chain“, die vom Wissenschafter als Hersteller von Informationen über den Journalisten als Vermittler zum Medienkonsumenten führt. Als schwächstes Glied in dieser Kette machte er den Journalisten aus. Unter anderem auch deshalb, weil der bei seiner Themenwahl einen eigenen Maßstäbe anwendet. Tannenbaum forderte dagegen eine Art Sonderbewertung für Wissenschaftsnachrichten: „While the ‚exciting‘ may be an appropriate criterion for the selection of news stories about accidents, crime, and economics (there is even some doubt about this), it is not a good basis for selecting science news.“<sup>90</sup>

Auch andere Autoren pochten darauf, dass Journalisten besondere Aufgaben erfüllen sollten, wenn sie über Wissenschaft berichten. Kohring fasst typische Argumentationslinien zusammen: An erster Stelle steht die Behauptung vom überlegenen wissenschaftlichen Wissen.

„Danach ist wissenschaftliches Wissen überlegen und höher geordnet, populäres Alltagswissen, der so genannte ‚gesunde Menschenverstand‘ nachrangig. Die Wissenschaft hat das Wahrheitsmonopol in der Gesellschaft. Wissenschaft produziert ‚wahres Wissen‘, die Medien vermitteln Informationen, unter anderem über das von der Wissenschaft produzierte Wissen. Die Vermittlung ist notwendig, weil wissenschaftliches Wissen spezialisiert und esoterisch ist.“<sup>91</sup>

Weitere oft genannte Gründe, mit denen teilweise bis heute eine Sonderbehandlung für

---

<sup>89</sup> nach Müller/Schober 2002, S. 6

<sup>90</sup> Tannenbaum 1963, S. 583

<sup>91</sup> Weingart 2001, S. 233

Wissenschaft in den Medien gefordert wird:

- Informationstransfer: Journalisten sollen als Mittler zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit dienen. Sie sind ein „Transportvehikel“, ein Transmissionsriemen, oder, besonders häufig „Dolmetsch“. Wenn Wissenstransfer gelingt, würden auch Diskussionen über Atomenergie oder Gentechnik auf einem „höheren Niveau“, stattfinden. Dabei wird wiederum auf die überlegene Position wissenschaftlichen Wissens zurückgegriffen – so als wäre jedes, nicht an der Naturwissenschaft orientierte Argument ein Zeichen von Informationsmangel.<sup>92</sup>
- Das Propaganda oder Akzeptanz-Argument: Vor dem Hintergrund einer häufig fest gestellten Technik- und Wissenschaftsfeindlichkeit wird vom Journalismus verlangt, das verlorene Vertrauen in die Forschung wieder zu beleben. Damit würde sich auch der Nachwuchs wieder stärker für die Wissenschaft interessieren.<sup>93</sup>
- Das politisch moralische Argument: Öffentlichkeit gilt als eine moralische Instanz, der gegenüber die Wissenschaft zur Auskunft verpflichtet ist. Die Leistungen der Wissenschaft müssen daher „übersetzt“ werden, damit eine informierte Öffentlichkeit Kontrolle über diesen Sektor ausüben kann.<sup>94</sup>
- Bildung und Aufklärung: Hier sollen Journalisten die Arbeit von Lehrern erledigen und für Fort- und Weiterbildung im naturwissenschaftlichen und kulturellen Bereich sorgen.
- Kritik und Kontrolle: Diese Funktion wird dem Journalismus nur selten zugesprochen und wenn, dann sollte sich diese Kontrolle auf die Einhaltung rein wissenschaftlicher Kriterien beschränken. Damit würde der Journalismus eine Zusatzfunktion innerhalb der wissenschaftlichen Selbstkontrolle erfüllen. „Insgesamt scheint der gelegentliche Hinweis auf die Kritikfunktion des Wissenschaftsjournalismus (...) auf die Prominenz der pauschalen Formel von der Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus zurückzugehen“, so Kohring.<sup>95</sup>

Der Kern des Paradigmas liegt für Kohring darin, dass der Wissenschaftsjournalismus mit

---

<sup>92</sup>Kohring 1997, S. 77ff

<sup>93</sup> Kohring 1997, S. 85

<sup>94</sup> Kärtner, Georg 1972: Wissenschaft und Öffentlichkeit. Göppingen: Kümmerle. zitiert nach Kohring 1997, S. 57

<sup>95</sup> Kohring 1997, S. 82

Wissenschaftsvermittlung gleich gesetzt wird. Journalismus wird

„eindeutig den Expansionsbestrebungen des Wissenschaftssystems untergeordnet. Aus dieser Position muss die spezifische Operationsweise des Journalismus, ersichtlich vor allem an seinen Selektionskriterien, zwangsläufig in den Mittelpunkt der Kritik rücken, bis hin zur Forderung, diese Selektionskriterien durch ‚bessere‘ zu ersetzen.“<sup>96</sup>

Ausgerechnet an den prominentesten Schauplätzen des Wissenschaftsjournalismus wurden diese Forderungen beherzigt, das zeigt eine Untersuchung von Haller aus dem Jahr 1996: Er analysierte die Wissenschafts-Beilagen von FAZ und der SZ „weil sie über gut ausgebauten Ressorts verfügen und im Umgang mit Wissenschaftsthemen weithin als fortschrittlich, für viele als vorbildlich gelten.“<sup>97</sup> Besonderes Augenmerk legte er auf die Quellen der Beiträge. So fand er über die Wissenschaftsbeilage der FAZ heraus, dass 90 Prozent der Beiträge auf Artikel in wissenschaftlichen Fachblättern oder Pressemitteilungen zurückgingen, deren Inhalt in popularisierter Form dargestellt wurde.

„Nur jeder zwölftes Beitrag (8 Prozent) nennt und vergleicht mehrere Quellen, ist also das Ergebnis journalistischer Recherche durch die Redaktion oder einen redaktionellen Mitarbeiter. (...) Stets handelt es sich um den Output aus der Wissensfabrik Wissenschaft, der in der Form eines (freilich meist gut formulierten) Berichts dargestellt wird.“<sup>98</sup>

Haller bemängelte, dass selbst brisante Themen nur dann aufgegriffen werden, wenn zuvor ein Forschungsbericht in einem Journal erschienen war. „Tatsächlich müssten solche Informationen, deren Relevanz durch den Lebensalltag der Menschen bestimmt ist, und die einen größeren Leserkreis betreffen, recherchiert und im allgemeinen Teil der Zeitung behandelt werden (...).“<sup>99</sup> Die SZ schnitt damals auch nicht besser ab:

„In den Haupt-Themenfeldern (naturwissenschaftliche Forschung, Medizin und Technik-Innovation) sind neun von zehn Texten Berichte über Berichte in Fachzeitschriften. (...) Und ähnlich wie bei der FAZ stützen sich die Texte auf eine einzige Quelle: die Fachpublikation, deren Informationen in popularisierter Form nacherzählt werden.“<sup>100</sup>

---

<sup>96</sup> Kohring 1997, S. 201

<sup>97</sup> Haller 1996, S. 13

<sup>98</sup> Haller 1996, S. 14

<sup>99</sup> ebendort

<sup>100</sup> Haller 1996, S. 16

Haller kam zu dem Schluss, dass die Journalisten offenbar eine falsches Bild von ihrem Publikum haben.

„Die Wissenschaftsjournalisten folgen der Vorstellung der Wissenschaftler, es gehe um eine für den gebildeten Laien nachvollziehbare Berichterstattung aus der Welt der Wissenschaften. Sie übersehen, dass Wissenschaftsaussagen in einem für sie völlig fremden Bezugsrahmen zur Kenntnis genommen werden: Das Publikum denkt im Kontext der Alltagswelt mit ihren Fragen und Problemen; diese Alltagswelt generiert ihren eigenen Bedeutungszusammenhang, der nur ausnahmsweise mit den Fragen und Zielen des Forschungsprozesses in Einklang steht.“<sup>101</sup>

Das zu erkennen, falle einigen Wissenschaftern offenbar besonders schwer, so Haller:

„Vor allem Naturwissenschaften sollten akzeptieren, dass unter dem Blickwinkel der alltäglichen Lebenswelt vermeintlich Nebensächliches von enormer Bedeutung, wie auch umgekehrt das wissenschaftlich Bedeutsame ungeheuer nebensächlich sein kann, weil in der Massenkommunikation ganz andere Aufmerksamkeitsfilter maßgebend sind.“<sup>102</sup>

Doch das „Paradigma“ saß tief in den Köpfen vieler Journalisten. Noch 1999 schrieb Belz über die Aufgabe des Wissenschaftsjournalismus: „Er muss Aussagen aus der Welt der Wissenschaft in die Welt des Laienpublikums transferieren, nämlich allgemein bedeutsam und verständlich machen.“<sup>103</sup>

Rückblickend und aus der Sicht der Wissenschaftssoziologie analysiert Felt: Tannenbaums Kettenmodell wurde hier unter der Bezeichnung „Defizitmodell“ abgehandelt, benannt nach den (Wissens-)Defiziten der Öffentlichkeit. Felt beschreibt die Eigenheiten dieses Modells so:

„Öffentlichkeit (...) wird vor allem durch ihr Wissensdefizit beschrieben, relativ undifferenziert wahrgenommen und auf die Rolle der passiven KonsumentInnen zurückgedrängt. (...) Wissenschaft setzt die Standards, welche die Öffentlichkeit zu erreichen versucht, ohne diese jemals wirklich zu erreichen (...) Kommunikation wurde weitgehend auf einen Übersetzungsprozess reduziert (...).“<sup>104</sup>

Dabei, so Felt, werde jedoch übersehen, dass die Grundidee von der passiven aber aufnahmebereiten Öffentlichkeit längst überholt ist. Sozialwissenschaftler hätten mit

---

<sup>101</sup> Haller 1996, S. 17

<sup>102</sup> Haller 1996, S. 19f

<sup>103</sup> Belz/Haller/Sellheim 1999, S. 120

<sup>104</sup> Felt/Müller/Schober 2003, S. 9

ethnografischen Methoden wie teilnehmender Beobachtung und Tiefeninterviews die Einstellungen und Wünsche der „Faktenempfänger“ untersucht. Dabei sei klar geworden, dass auch wissenschaftliches Wissen im Rahmen von sozialen Beziehungen an- und aufgenommen oder auch bewusst verweigert werden kann. Wissenslücken entstehen oder bestehen demnach nicht nur durch den Mangel an Information, sondern auch aus Mangel an Relevanz, Glaubwürdigkeit oder Vertrauen in den Wissensproduzenten.<sup>105</sup>

Zehn Jahre nach Veröffentlichung seiner These vom „Paradigma des Wissenschaftsjournalismus“ widmete sich Kohring abermals dem Thema. Und stellte fest, dass sich in der Zwischenzeit wenig verändert hatte. Dass die Vorstellung vom Ketten- oder Defizitmodell „viel zu schlicht ist, um der heutigen Komplexität des Verhältnisses von Wissenschaft und Gesellschaft gerecht zu werden, mag man noch dahingehen lassen“, so Kohring süffisant. Kritisch werde es allerdings, wenn

„diese Diagnose mit der Aufgabenbestimmung des Wissenschaftsjournalismus gekoppelt wird, dergestalt, dass dieser es nun richten soll, sozusagen kraft seiner medialen Möglichkeiten. Das Akzeptanz- und Kommunikationsproblem der Wissenschaft wird damit kurzerhand zum Kommunikationsproblem des Wissenschaftsjournalismus erklärt, der sich nun stellvertretend daran abarbeiten darf.<sup>106</sup>

Dass das „Paradigma des Wissenschaftsjournalismus“ weiterhin einflussreich sei, wäre „ein interessantes Beispiel für die kontrafaktische Kraft von Normen, die als Erklärungen dienen sollen, und für die beharrliche Resistenz der Diskutanten, aus gesellschaftlichen Veränderungen und empirischen Erkenntnissen etwas dazuzulernen.“<sup>107</sup>

Doch hat Kohring damit recht? Hat sich wirklich nicht geändert? Vier Beobachtungen sprechen dafür:

- Der postgraduale „Universitätslehrgang für Wissenschaftskommunikation“ in Wien richtete sich an Menschen, die „am Schnittstellen zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit tätig sind bzw. tätig sein werden“. Laut selbst gesteckten Zielen wurde dabei kein Unterschied zwischen Journalismus und PR gemacht. So, als ginge es in beiden Berufen um das Gleiche.

---

<sup>105</sup> vgl. Felt/Müller/Schober 2003, S. 11

<sup>106</sup> Kohring 2007, S. 26

<sup>107</sup> Kohring 2007, S. 26f

„Wir vermitteln, wie man Wissenschaft professionell vermittelt. Der Lehrgang wendet sich (...) an Personen, die sich nach einem Studium z.B. als WissenschaftsjournalistInnen oder ÖffentlichkeitsarbeiterInnen für wissenschaftliche Einrichtungen professionell betätigen wollen.“<sup>108</sup>

- Der Österreichische Klub der Bildungs- und Wissenschaftsjournalisten zählt wie selbstverständlich auch PR-Expertinnen und Pressesprecher von Forschungsinstitutionen und Pharmafirmen zu seinen Mitgliedern.<sup>109</sup>
- Die Generaldirektion Forschung der Europäischen Union nennt als eine ihrer vier zentralen Aufgaben: „Förderung eines besseren Verständnisses der Rolle von Wissenschaft und Forschung in der modernen Gesellschaft und Beitrag zur öffentlichen Diskussion über Forschungsfragen im allgemeinen.“<sup>110</sup> Um dieses Ziel zu erreichen, veranstaltete die Behörde das „European Forum on Science Journalism“, das am 3. und 4. Dezember 2007 in Barcelona statt fand. Im Vorwort eines daraus entstandenen Endberichtes heißt es im ersten Absatz: Die Generaldirektion für Forschung „is striving to create an environment which promotes the dissemination of results of scientific research through the mass media and to increase public awareness of the impact of science on our daily lives.“<sup>111</sup>
- Auch in den Köpfen der Wiener Hochschulprofessoren halten sich Wünsche und Meinungen, die ganz dem „Paradigma“ entsprechen: 2004 wurden ihnen eine Reihe von Statements über die wichtigste Aufgaben des Wissenschaftsjournalismus vorgelegt, die Gelehrten konnten Schulnoten vergeben. Die beste Note (1,39) vergaben die Hochschullehrer für „Hinweisen auf wissenschaftliche Entwicklungen, die für die Gesellschaft wichtig sind.“ An zweiter Stelle (Note 1,46): „Fakten über den Stand der wissenschaftlichen Entwicklung mitteilen“ Für Mitarbeiter der Technischen Universität und der Universität für Bodenkultur ist das sogar die wichtigste Aufgabe. Platz drei (Note 1,56): „Aufklärung der Öffentlichkeit, Abbau und Verhinderung von Furcht durch Nichtwissen“. Weitaus schlechter dagegen die Bewertung für „Praktische Ratschläge und Orientierungshilfen für die Leser“. Diese Aufgabe bekommt nur die Note 2,35.<sup>112</sup>

---

<sup>108</sup> zitiert nach: <http://www.scimedia.at/index.php?id=95> Download am 10.12.2008

<sup>109</sup> Klub der Bildungs und Wissenschaftsjournalisten, o.J.: Mitgliederverzeichnis 2007/2008

<sup>110</sup> URL: [http://ec.europa.eu/dgs/research/index\\_de.html](http://ec.europa.eu/dgs/research/index_de.html), Download am 10.12.2008

<sup>111</sup> N.N. 2007

<sup>112</sup> Scheibler 2004, S. 225

Kohrings „Paradigma“ lebt also. Und dennoch hat sich, anders als von Kohring konstatiert, in den vergangenen Jahren sehr wohl einiges getan: Die Welt, in der das Paradigma gilt, wird nämlich immer kleiner.

### 3.7 ...und seine Überwindung

Weingart, Kohring und die zitierte Studie von Haller bezogen sich auf die ausgewiesenen Wissenschaftsseiten und -Beilagen von Tageszeitungen. Allerdings sind diese Seiten längst nicht der einzige Rahmen, in dem über Wissenschaft berichtet wird. Detailliert zeigt das die Studie von Wormer: Der wahre „Boom“ der Wissenschaftsberichterstattung in den Tageszeitungen SZ, FAZ und „Die Woche“ fand demnach gar nicht auf den Wissenschaftsseiten statt. Hier stieg die Zahl der Beiträge von 2003/2004 bis 2006/2007 um lediglich 25 Prozent. Doch die Studienautoren zählten alle Beiträge in einer Zeitung, die sich zu einem Anteil von mindestens 50 Prozent mit Wissenschaft, Technik oder Medizin auseinander setzten. Dabei stellten sie fest: Die Zahl der Wissenschaftsgeschichten, die nicht auf den Seiten der Wissenschaftsressorts erschienen sind, war gleich um 135 Prozent gestiegen. Insgesamt waren damit im zweiten Untersuchungszeitraum schon 40 Prozent aller Wissenschaftsgeschichten nicht auf den Seiten der Wissenschaftsressorts platziert. 2003/2004 waren es erst 25 Prozent.<sup>113</sup>

Und: Außerhalb der Wissenschaftsressorts hat der Wissenschaftsbetrieb als Auslöser für Geschichten keinen hohen Stellenwert. Nur 14,7 Prozent der hier veröffentlichten Wissenschaftsgeschichten sind auf Grund eines Ereignisses im Wissenschaftsbetrieb erschienen – als zum Beispiel wegen einer wissenschaftlichen Publikation, eines Kongresses oder einer Verlautbarung.<sup>114</sup>

Auf den Seiten der klassischen Wissenschaftsressorts entdeckten Elmer et al. eine gegenläufige Entwicklung: Hier lag der Anteil an Beiträgen, die *ausschließlich* auf ein Ereignis im Wissenschaftsbetrieb zurück zu führen waren im Untersuchungszeitraum 2003/2004 bei 61,2 Prozent; im Untersuchungszeitraum 2006/2007 praktisch unverändert bei

---

<sup>113</sup> Elmer/Badenschier/Wormer 2008, S. 883

<sup>114</sup> ebendort

59,3 Prozent.<sup>115</sup> Doch der Anteil der Beiträge, die nicht durch ein Ereignis im Wissenschaftsbereich ausgelöst worden waren, sank von 28,4 auf 19,3 Prozent. Das bedeutet: Die Redakteure dieser Seiten orientierten sich weniger als zuvor an Ereignissen außerhalb der Wissenschaft.<sup>116</sup> Ein weiterer Befund: 71 Prozent aller Beiträge auf den Wissenschaftsseiten hatten einen positiven Grundton gegenüber den Wissenschaften. In den Wissenschafts-Geschichten der anderen Ressorts lag dieser Wert mit 49,9 Prozent deutlich niedriger.<sup>117</sup>

Eine ähnliche Entwicklung beobachteten Maier/Feldmeier im Fernsehen: „Nicht mehr Forschungsergebnisse stehen (...) im Mittelpunkt, sondern die wissenschaftliche und ratgeber-orientierte Erklärung von Alltagsphänomenen.“<sup>118</sup>

Praktiker, die noch in den klassischen Wissenschaftsressorts sozialisiert wurden, bemerken mit Verbitterung, dass sie ihr vormals exklusives Recherchefeld teilen müssen und dass ihre wissenschaftsaffine Betrachtungsweise nicht mehr die einzige ist, die Platz in den Blättern und Programmen findet. Zur Illustration sei hier der deutsche Wissenschaftsjournalist Michael Gross zitiert. Er erinnert sich an seine beruflichen Anfänge bei der SZ im Jahr 1993 und vergleicht die Situation mit heute:

„My first published piece was about the crystal structure of nitrogenase, the enzyme that allows bacteria to convert the nitrogen from the air into ammonia, which can be used in biochemical reactions. Today, I cannot think of any non-specialist publication that would let me get away with 750 words about such a demanding topic.“<sup>119</sup>

2003 löste die britische Tageszeitung „The Guardian“ 2003 die wöchentliche Wissenschaftsbeilage auf und mischte die Wissenschaftsberichte in den anderen Ressorts unter.

„While the paper tried to sell the move as a promotion for science, out of the ghetto and into the real world, I got the impression that less of it made the cut, as much of the daily ‘science’ page is dominated by material that is newsy all right, but not very relevant by scientific criteria.“<sup>120</sup>

---

<sup>115</sup> Elmer/Badenschier/Wormer 2008, S. 883

<sup>116</sup> ebendort

<sup>117</sup> Elmer/Badenschier/Wormer 2008, S. 887

<sup>118</sup> Meier/Feldmeier 2005, S. 208

<sup>119</sup> Gross 2008, S. 1

<sup>120</sup> Gross 2008, S. 2

Seine Konsequenz: Er bietet seine Texte mittlerweile vor allem in Special Interest-Magazinen wie dem „Spektrum der Wissenschaft“, „Chemistry World“ oder „Current Biology“ an. „In this domain, there is still space for detailed science features, ranging from the 800 word one-pager to a full length 2500 word feature.“<sup>121</sup>

Wissenschaft als Thema oder als Lieferant von Expertise breitete sich also zunehmend über sämtlichen Ressorts aus. Damit spiegelten die untersuchten Tageszeitungen die gesellschaftliche Entwicklung. So wie die Wissenschaften immer mehr Lebensbereiche durchdrangen, wurde auch ihre mediale Darstellung zur Querschnittsmaterie in allen Ressorts.

Gleichzeitig kam es auf den klassischen Wissenschaftsseiten zu einer thematischen Einengung. Hier stieg die Orientierung an Ereignissen aus dem Wissenschaftsbetrieb – wenn auch nicht mehr auf jene 90 Prozent, die Haller noch 1996 erhoben hatte. Im relativ kleiner werdenden Ökosystem Wissenschaftsressort ist der Tonfall gegenüber den Wissenschaften unkritischer als in anderen Ressorts.

Es entstehen also zwei auseinander driftende Kulturen von Wissenschaftsjournalismus: Auf der einen Seite die relativ kleiner werdende Nische der orthodoxen Wissenschaftsfreunde, die sich dem Paradigma verpflichtet fühlen. Auf der anderen Seite der florierende Bereich einer gleichsam säkularisierten Wissenschaftsberichterstattung, in der weniger Vorbehalte bestehen, Wissenschaftler und ihre Arbeit zu kritisieren.

In den gewandelten Rahmenbedingungen hat sich auch das Verhältnis zwischen den Hauptakteuren deutlich verändert. Peters befragte im Jahr 2008 nicht weniger als 1.354 Biomedizin-Forscher aus den USA, Japan, Deutschland, Großbritannien und Frankreich über ihre Erfahrungen mit Journalisten. Von den 70 Prozent, die in den drei vorangegangenen Jahren Kontakt zu Journalisten hatten, meinten 75 Prozent, diese Begegnung sei ein überwiegend positives Ereignis gewesen.<sup>122</sup> Verglichen mit Umfrageresultaten aus den achtziger und neunziger Jahren scheint es hier also eine deutliche Entspannung gegeben zu haben.

Als eine mögliche Erklärung nennen die Studienautoren: Die Wissenschaftler könnten ihre

---

<sup>121</sup> ebendort

<sup>122</sup> Peters et al. 2008, S. 272

Ansprüche an die Journalisten geändert haben, „from scientific content quality-oriented criteria to strategic PR effect-oriented criteria.“<sup>123</sup> Demnach wäre es den Wissenschaftern nicht mehr so wichtig, ob sie und ihre Arbeit „richtig“ dargestellt werden. Hauptsache, sie kommen überhaupt in den Medien vor.

Ein anderer Erklärungsversuch von Peters weist wiederum ganz in die Richtung eines möglicherweise doch noch untoten „Paradigmas“ in den Köpfen der Journalisten:

„A cynical hypothesis to explain the positive experiences of scientists with the media would be that science journalism is too tame, that is, that it is easily exploited by scientific sources, understands itself to some extent as serving science, and renounces the investigative orientation that is a major journalistic quality criterion in other areas.“<sup>124</sup>

### 3.8 Österreich, ein Sonderfall

Rückschlüsse darüber, ob und wie stark das „Paradigma“ in österreichischen Medien wirkt, sind erst in Ansätzen möglich. 2006 untersuchte Kaltenbrunner die Wissenschaftsbeiträge, die in den Tageszeitungen „Die Presse“ und „Der Standard“, im Nachrichtenmagazin „profil“, im Special-Interest Magazin „heureka“ sowie in den online-Angeboten von orf.at und derstandard.at/wissenschaft veröffentlicht worden waren. Dabei stellte er fest, dass 44,4 Prozent der Beiträge auf eine Publikation in einem wissenschaftlichen Fachjournal zurück zu führen waren.<sup>125</sup> (Wormer hatte für die deutschen Qualitätsblätter erhoben, dass rund 60 Prozent der Wissenschaftsgeschichten ein Ereignisses im Wissenschaftsbetrieb zum Thema hatten. Dabei zählte er jedoch neben Publikationen auch Kongresse oder Verlautbarungen von Institutionen mit. Auch die doch recht unterschiedlichen Medien lassen einen direkten Vergleich der Resultate von Wormer und Kaltenbrunner wenig sinnvoll erscheinen.)

Ein gewisser Hang zur Orientierung am Wissenschaftsbetrieb mag in einigen der untersuchten Medien auch an den Rahmenbedingungen liegen: Sowohl die Tageszeitung „Die Presse“ als auch „Der Standard“ unterhalten im Jahr 2009 zwar jeweils ein eigenes Wissenschaftsressort für die tägliche Berichterstattung. Darüber hinaus gibt es jedoch in

---

<sup>123</sup> Peters et al. 2008, S 272

<sup>124</sup> Peters et al. 2008, S 273

<sup>125</sup> Kaltenbrunner/Kraus/Leitner/Zimmermann 2006, S. 30

beiden Blättern umfangreiche Beilagen zum Thema. Die verdanken ihre Existenz treuen, institutionellen Sponsoren.

So erscheint in der seit Mitte März 2009 wieder aufgelegten „Presse am Sonntag“ ein sich über mehrere Seiten erstreckendes Ressort „Wissen“. Laut einem eigens für diese Seiten ausgewiesenen Impressum wird „Wissen“ von der „Presse-Redaktion in vollkommener Unabhängigkeit inhaltlich gestaltet und erscheint mit finanzieller Unterstützung durch das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ) und durch die Österreichische Akademie der Wissenschaften (ÖAW).“<sup>126</sup> Eine monatlich beigelegtes Hochglanz-Magazin „Forschung und Technik“ wird vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie finanziert.

Der Standard bringt jeden Mittwoch die Beilage „Forschung Spezial“ heraus. Im Impressum heißt es: „Dieses Spezial entsteht mit finanzieller Unterstützung österreichischer Forschungsinstitutionen. Die redaktionelle Verantwortung liegt beim STANDARD.“<sup>127</sup> „heureka! – Das Wissenschaftsmagazin im Falter“ wiederum wird laut Impressum „hauptsächlich“ vom Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung finanziert<sup>128</sup>.

Über die Folgen dieser von Sponsoren dominierten Berichterstattung lässt sich nur spekulieren. Es scheint jedoch nahe liegend, dass sich die Autoren derartige Beilagen stärker an den Kommunikationsbedürfnissen der Unterstützer orientieren müssen als an den Informations-, Orientierungs- oder Unterhaltungsbedürfnissen des Publikums.

### 3.9 Zusammenfassung

Der Wissenschaftsbetrieb wird in neueren Modellen als ein volkswirtschaftlich bedeutsames, von Konkurrenz geprägtes Unterfangen gesehen, in dem einzelne Forscher versuchen, ihren „Credit“ zu mehren. Wissenschaft insgesamt wird als Funktionssystem unter vielen dar gestellt, das eng mit seiner Umgebung vernetzt ist.

---

<sup>126</sup> N.N. 2009: Impressum, Die Presse am Sonntag, 29. März 2009, Seite 29

<sup>127</sup> N.N. 2009: Impressum, Der Standard, 1.4.2009, Seite 32

<sup>128</sup> [www.falter.at/web/heureka/about.php](http://www.falter.at/web/heureka/about.php), Download am 18.4.2009

Medien sind für die Wissenschaft ein nützlicher Helfer. Etwa um Fachstreitigkeiten durch öffentliche Zustimmung zu entscheiden und abzuschließen. Hier können Entdeckungen und Erfindungen präsentiert werden um so den Anspruch auf die Urheberschaft anzumelden. Und hier kann Reputation und Prominenz erworben werden, mit der sich die wissenschaftsinterne Rangordnung auf den Kopf stellen lässt. Und schließlich hilft eine mediale Darstellung, den Ressourceneinsatz für das Wissenschaftssystem zu rechtfertigen.

Wachsendes Interesse beim Publikum kommt solchen Anliegen entgegen. Es hat dazu geführt, dass die Berichterstattung über Wissenschaft ab den späten Neunziger Jahren einen regelrechten Boom erlebt hat.

Doch das Verhältnis zwischen dem Wissenschaftsbetrieb und den Medien ist getrübt. Das liegt zunächst an einer Reihe von Verständigungsproblemen. Dahinter verbirgt sich jedoch ein Streit darüber, wie angemessen über Wissenschaft berichtet werden soll. Teile des Wissenschaftsbetriebes reklamieren für sich eine Sonderstellung in den Medien. Die sollten sich gegenüber der Wissenschaft auf die Funktion eines Übersetzers beschränken. Neues, wissenschaftlich überprüftes Wissen soll demnach faktengetreu übersetzt und so für eine breite Öffentlichkeit nachvollziehbar oder gar anwendbar gemacht werden.

Dieses, bereits traditionsreiche „Paradigma des Wissenschaftsjournalismus“ ist auch in den Köpfen vieler Journalisten tief verankert. Nachgewiesen werden konnte das durch Inhaltsanalysen von Tageszeitungen. Dabei stellte sich heraus, dass vor allem in den ausgewiesenen Wissenschaftsressorts Beiträge erscheinen, die stark an den Relevanzkriterien des Wissenschaftsbetriebes orientiert sind und auch sonst eher unkritisch gegenüber dem Gegenstand der Berichterstattung sind. Die Rahmenbedingungen von Wissenschaftsberichterstattung in einigen österreichischen Medien begünstigen diese Herangehensweise an das Thema Wissenschaft.

Weitere Inhaltsanalysen zeigen jedoch, dass diese Wissenschafts-Reservate immer kleiner werden. Wissenschaft als Thema oder als Quelle von Expertise ist zum fixen Bestandteil etwa auf den Politik-, Wirtschafts- oder Sportseiten geworden. Und hier wird die Wissenschaft so behandelt, wie jedes andere Thema auch.

## 4 Medizin und Medien

So wie das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Medien ist auch das Verhältnis zwischen dem Medizinbetrieb und den Medien nicht einfach. Zunächst wird eine Anatomie des Medizinbetriebes versucht, wobei der historische Wandel der (selbst gestellten) Aufgaben im Mittelpunkt stehen.

Dann wird die Karriere des Themas „Medizin“ in den Medien nachgezeichnet und untersucht, welche Schwierigkeiten hier auftauchen. Dabei wird deutlich, dass auch Teile des Medizinbetriebes eine Sonderstellung für sich reklamiert indem sie den Medienbetrieb auf eine Assistentenrolle bei der Gesundheitsaufklärung fest legen wollen.

Zuletzt wird überprüft, wie groß die Erfolgsaussichten einer solchen Aufgabenverteilung sind.

### 4.1 Von der Pest zum Krebs

Die Aufgaben des Medizinbetriebes – zu dem hier Ärzte, Forscher und die Pharmaindustrie gezählt werden – haben sich in den vergangenen Jahrzehnten deutlich verändert. Zwei Entwicklungen sollen im Folgenden nachgezeichnet werden: Zunächst geht es um die Verschiebung der häufigsten Krankheiten und den damit verbundenen Wandel der wichtigsten Gegenstrategien. Danach wird untersucht, wie die Definitionen von Krankheit und Gesundheit im historischen Verlauf verändert wurden, welche Akteure diesen Wandel betreiben und welche Nebenwirkungen diese Entwicklung hat.

Weltweit sind Infektionskrankheiten bis heute die häufigste Todesursache für Menschen. In den Industrieländern ist das anders. Nach der Entdeckung von Bakterien und Viren als Krankheitsüberträger haben hier Hygienestandards, Schutzimpfungen und wirksame Medikamente die Infektionskrankheiten als Todesursache beinahe ausgerottet.<sup>129</sup> So verstarben in Österreich im Jahr 2007 insgesamt 34.978 Menschen. Bei nur 273 oder 0,8 Prozent davon waren infektiöse oder parasitäre Krankheiten die Ursache. Die meisten

---

<sup>129</sup> Gredler 1984, S. 18f

Todesfälle waren auf Erkrankungen des Herz-Kreislaufsystems (38,3 Prozent) und auf Krebs (28,5 Prozent) zurück zu führen.<sup>130</sup>

Auslöser dieser Krankheiten sind nicht Viren oder Bakterien. Ausbruch und Verlauf solcher Leiden sind allerdings durch den Lebensstil beeinflussbar, das zeigen seit 1948 die Resultate der so genannten Framingham-Studie in den USA. Seit damals werden die Lebensgewohnheiten und die Gesundheit der Bewohner der Ortschaft Framingham beobachtet.<sup>131</sup> Durch Vergleiche zwischen Lebensstil und Krankheiten entstand ein Katalog von Risikofaktoren und abgeleitet daraus ein Bündel von wissenschaftlich fundierten Empfehlungen für einen gesunden Lebenswandel.

Damit hat sich die Strategie zur Vermeidung von Krankheit und vorzeitigem Tod gewandelt: An die Stelle des Kampfes gegen Mikroben tritt nun das Ringen um gesündere Lebens- und Ernährungsgewohnheiten. Ein guter Teil der Gesundheitsversorgung besteht somit in der erfolgreichen Kommunikation darüber, was gesund ist, und was nicht.

## 4.2 Überdosis Medizin?

Die zweite wesentliche Entwicklung betrifft die Definition von Krankheit und Gesundheit. Noch im 17. Jahrhundert schien klar zu sein, was eine Krankheit ist: „Thomas Sydenham (1624-1689) thought that diseases (...) have an existence independent of the observer and exist in nature, ready to be ‚discovered‘.“<sup>132</sup> Heute wird dagegen davon ausgegangen, dass „Krankheit“ ein soziales Konstrukt ist: „Each civilisation defines its own diseases. What is sickness in one might be chromosomal abnormality, crime, holiness or sin in another.“<sup>133</sup>

Auch für „Gesundheit“ gibt es gleich mehrere, jedoch allesamt sehr offen gehaltene Definitionen. So formulierte die Weltgesundheitsorganisation (WHO) im Jahr 1946: „Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of

---

<sup>130</sup> Statistik Austria 2007

<sup>131</sup> Gredler 1984, S. 19

<sup>132</sup> Smith 2002, S. 883f

<sup>133</sup> Illich, Ivan 1976: *The limits to medicine*. London: Marion Boyars. zitiert nach Smith 2002, S. 884

disease or infirmity.“<sup>134</sup> Auch die Definition des österreichischen Allgemeinen Sozialversicherungsgesetzes lässt Raum für Interpretationen: Paragraph 120 definiert Krankheit als „regelwidrigen Körper- und Geisteszustand, der die Krankenbehandlung notwendig macht.“<sup>135</sup> Umgekehrt formuliert: Krank ist all das, wogegen es eine Behandlung gibt. Und weil das Angebot des Medizinbetriebes ständig wächst, erfahren immer mehr vormals „normale“ oder „schicksalhafte“ Zustände und Befindlichkeiten, eine Neudefinition: Sie werden zu behandelbaren Krankheiten.

Diese Ausweitung der Zuständigkeit der Medizin auf immer größere Lebensbereiche wird als „Medikalisierung“ bezeichnet. In den USA begann diese Entwicklung ab dem Ende des zweiten Weltkrieges, als öffentliche und private Institutionen massiv in den Gesundheitssektor investieren. Zuvor hatten Alkoholismus, Homosexualität, Abtreibung oder Drogenmissbrauch als soziales, juristisches oder moralisches „Problem“ gegolten. Jetzt wurden diese Themen in die Zuständigkeit des Medizinbetriebes geschoben.<sup>136</sup> In den siebziger Jahren kamen Geburt, Tod, Menopause und Verhütung hinzu; später die Posttraumatische Belastungsstörung, das Prämenstruelle Syndrom, Aufmerksamkeitsstörungen und Übergewicht. „These were the beginnings of the medicalization of health, (...) the medicalization of phenomena heretofore within the range of ‘normal’.“<sup>137</sup>

So wurde etwa in Österreich die ungewollte Kinderlosigkeit durch die Möglichkeit der In Vitro Fertilisation zu einer „regelwidrigen“ Krankheit, deren Behebung von den Krankenkassen mitfinanziert wird. Auch Beschwerden wie die Erektilen Dysfunktion oder Nikotinabhängigkeit gelten seit dem Aufkommen entsprechender Arzneien als krankheitswertig.

Wie bereitwillig zumindest der Medizinbetrieb auf die voran schreitende Medikalisierung reagiert, illustriert die berühmt gewordene Geschichte der „Generalisierten Heiterkeitsstörung“: Der deutsche Mediziner Ulrich Streeck hatte einen, allen Regeln der Kunst entsprechenden, Fachbeitrag verfasst, in dem er „Diagnose – Differenzialdiagnose –

---

<sup>134</sup> WHO 1946

<sup>135</sup> § 120 (1) ASVG

<sup>136</sup> Clarke et al, 2002, S. 163

<sup>137</sup> ebendort

Therapie“ dieser von ihm erfundenen Krankheit anschaulich beschrieb<sup>138</sup>: „Insbesondere der persistierende Zustand der Heiterkeit“ sei demnach eine „wirklichkeitsunangemessene pathologische seelische Gemütsverfassung“, das belegte der Autor in seriös wirkendem Jargon und 16 Literaturangaben, von denen 15 völlig frei erfunden waren. Erst nach „erstaunlich ernsthaften Reaktionen von Ärztekollegen“<sup>139</sup> enthüllte der Autor seinen Beitrag in einer späteren Ausgabe der Fachzeitschrift als Scherz-Artikel.<sup>140</sup>

Mindestens ebenso aufnahmebereit wie der Medizinbetrieb ist auch das Publikum gegenüber neuen Diagnosen. Schließlich profitieren auch Menschen – moralisch oder finanziell – wenn ihre Befindlichkeiten zu Krankheiten und sie selbst zu Patienten erklärt werden. Den größeren Gewinn trägt aber der Medizinbetrieb davon, wie in einer wachsenden Bibliothek populärer Sachbücher<sup>141</sup>, aber auch in medizinischen Fachblättern kritisiert wird.<sup>142</sup> Nach einer Berechnung des Instituts für Höhere Studien in Wien werden sich die Pro-Kopf-Ausgaben für Gesundheit in Österreich zwischen 1995 und 2020 fast verdoppeln.<sup>143</sup>

Doch wie lassen sich neue Definitionen, Diagnosen und Therapieformen erfolgreich auf den Markt bringen? Am besten mit Hilfe der Medien.

#### 4.3 Die Bedeutung der Medien für den Medizinbetrieb

Die Anstrengungen der Pharma-Konzerne, neue Produkte auf den Markt zu bringen, sind enorm: Nach einer neueren Schätzung sind die Marketing-Ausgaben der US-Amerikanischen Pharma-Branche zwei mal so hoch wie die Investitionen in Forschung und Entwicklung neuer Arzneien.<sup>144</sup>

---

<sup>138</sup> Streeck 2000

<sup>139</sup> Bartens 2003

<sup>140</sup> Streeck 2001

<sup>141</sup> vergleiche u.a.: Blech, Jörg (2003): Die Krankheitserfinder – Wie wir zu Patienten gemacht werden. Frankfurt am Main: S. Fischer; Schneider, Sylvia (2004): Goldgrube Gynäkologie – Das große Geschäft mit der Angst der Frauen. Wien: Üeberreuter; Ehgartner, Bert; Langbein, Kurt (2002): Das Medizin-Kartell – Die sieben Todsünden der Gesundheitsindustrie. München, Zürich: Piper; Bartens, Werner (2003): Was hab ich bloß? Die besten Krankheiten der Welt. München: Knaur

<sup>142</sup> Smith 2002b, S. 859

<sup>143</sup> Hofmarcher/Röhrling 2003

<sup>144</sup> Gagnon 2008

Der direkte Weg an die Öffentlichkeit ist den Konzernen allerdings weitgehend verbaut, zumindest in Europa. EU weit gilt die Richtlinie 92/28/EWG des Rates vom 31. März 1992 über die Werbung für Humanarzneimittel. Die österreichische Ausformulierung ist im Arzneimittelgesetz (AMG) fest geschrieben. Demnach ist an Laien gerichtete Werbung für rezeptpflichtige Arzneien generell verboten.<sup>145</sup> Und auch für frei erhältliche Medikamente gelten eine Reihe von Beschränkungen. Gemäß § 52 AMG (1) sind Werbung und redaktioneller Inhalt „deutlich zu trennen“.<sup>146</sup> Laut § 53 AMG sind in der Werbung unter anderem Verboten: Abbildungen von Angehörigen der Heilberufe oder Einrichtungen des Gesundheitswesens, Testimonials (Ziffer 7) und Gewinnspiele (Ziffer 13 (3))<sup>147</sup>.

Angesichts solcher Beschränkungen, bekommt die Erwähnung im redaktionellen Teil der Medien einen besonderen Stellenwert für den Medizinbetrieb. Berichte über medizinische Fortschritte würden die Nachfrage nach neuen medizinischen Leistungen steigern und so einen sich selbst verstärkenden Kreislauf in Richtung Medikalisierung weiter beschleunigen, meint Clarke.<sup>148</sup>

#### 4.4 Die Bedeutung des Themas „Medizin“ für die Medien

Einen ersten Höhepunkt erlebte das Genre in österreichischen Medien in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts, als eine periodische medizinische Presse entstand. Prominent wurde das Thema, weil mit dem Anbruch des Industriealters der einzelne Mensch als Produktionsfaktor an Bedeutung gewonnen hatte. Damit lag die Erhaltung seiner Gesundheit nicht mehr nur im persönlichen Interesse des Betroffenen. „Da die Medizin eine öffentliche Angelegenheit geworden war, wurden medizinische Themen verstärkt in der Laienpresse gebracht“<sup>149</sup>, so Soritsch.

200 Jahre später kam das Thema wieder in Mode: Als erste Qualitätszeitung begann 1978 die New York Times mit dem Aufbau einer größeren Redaktion für Gesundheit. Dem Vorbild

---

<sup>145</sup> § 51 (1) AMG

<sup>146</sup> ebendort

<sup>147</sup> § 53 (1-13) AMG

<sup>148</sup> Clarke 2002, S. 178

<sup>149</sup> Soritsch 1976, S.22

folgten weitere Zeitungen in den USA und in Europa. Medizin, Gesundheit, und auch Forschungsdebatten stießen in der Folge auf wachsendes Interesse.<sup>150</sup>

1982 stellte Hämberg fest, dass auf den „Restseiten“ kein Thema so viel Platz bekommt wie Medizin und Gesundheit.<sup>151</sup> Im österreichischen Fernsehen war das Thema Gesundheit Mitte der achtziger Jahre bereits zuverlässige Quotenbringer: 9,2 Prozent der gesamten Sendezeit behandelten diesen Themenkreis, dabei ging es meist um „Information über gesundheitliche Fragen“, gefolgt von „Medizinische Einrichtungen“ und „Gesundheitspolitik/Ökonomie“. Das Angebot traf auf reges Interesse – die Reichweiten dieser Sendungen lagen „deutlich über jener der Gesamtberichterstattung (...).“<sup>152</sup>

Doch die Entwicklung verlief nicht überall gleich schnell. Noch 1988 beklagte Dieter Thierbach, damals Ressortleiter für Wissenschaft und Technik bei der deutschen Tageszeitung „Die Welt“, den geringen Stellenwert von Gesundheitsthemen im Redaktionsalltag von Regionalblättern:

„Gesundheitsthemen kommen in Regionalblättern nur dann ins Blatt, wenn es das Anzeigenvolumen erlaubt, und sind, weil sie oft wochenlang vor sich hinschlummern, von der Aktualität längst überrollt worden. So werden die oft hausbackenen Medizinbeiträge mit Dauerbrennerthemen wie Herzinfarkt, Rheuma, Rauchen, Arterienverkalkung und anderem zur redaktionellen Manövriermasse, zum Lückenbüßer im wörtlichen Sinne.“<sup>153</sup>

Im Jahr 2000 stellte Berger eine Umfrage unter leitenden Journalisten in österreichischen Tageszeitungen an. Ihre Schlussfolgerung mit ungefährtem Bezug auf Hämberg lautet: „Von einem ‚vergessenen Ressort‘ (...) kann man heute vom Gesundheitsressort mit Sicherheit nicht mehr sprechen. Die Chefredaktionen messen diesem Ressort einen hohen Stellenwert bei und auch innerhalb der Zeitungsredaktionen ist es sehr angesehenen.“<sup>154</sup>

Auch im Jahr 2005 war auf den Wissenschaftsseiten kein Thema so häufig vertreten wie die Gesundheit, das zeigte eine Untersuchung sämtlicher Beiträge mit Bezug auf Wissenschaft oder Technik, die von Juli und September 2005 in den Tageszeitungen „Die Presse“ und „Der

---

<sup>150</sup> Glik 2001, S. 169f

<sup>151</sup> Hämberg 1982, S. 19. An zweiter Stelle folgen Naturwissenschaft und Technologie danach Geisteswissenschaften und zuletzt die Sozialwissenschaften.

<sup>152</sup> Gredler 1984, S. 15

<sup>153</sup> Thierbach 1988: S. 169

<sup>154</sup> Berger 2000, S. 150

Standard“, dem Wochenmagazin „profil“ und den Online-Plattformen orf.on und derstandard.at/wissenschaft erschienen sind. 28,5 Prozent der Beiträge haben „Medizin“ zum Thema, gefolgt von „Naturwissenschaft“ mit 25,5 Prozent. „Technik“ landet mit zehn Prozent auf Platz drei.<sup>155</sup> Das Angebot stößt auf (oder schafft?) reges Interesse: 31 Prozent aller europäischen Medienkonsumenten wollen aus Rundfunk, Zeitungen, Internet und Magazinen neues aus der Wissenschaft erfahren. Für 60 Prozent dieser Rezipienten ist „Medizin“ das beliebteste Thema.<sup>156</sup>

Parallel zur steigenden Präsenz in den Publikumsmedien entwickelte sich ein unüberschaubarer Markt von Special-Interest Publikationen zum Thema. Es handelt sich dabei um Journale, Magazine, Wochenblätter von Institutionen und Verbänden, Krankenhauszeitungen, Blätter für das Rettungswesen, für Ärzte etc. Einige Titel finden beachtliche Verbreitung: „Medizin Populär“, hat laut österreichischer Media-Analyse 07/08 eine Reichweite von 4,7 Prozent und überflügelt damit fast alle Frauenmagazine. (Nur „Woman“ kommt mit 7,7 Prozent auf eine höheren Wert.) Zum Vergleich: Das Nachrichtenmagazin „profil“ kommt in der selben Erhebung auf eine Reichweite von 5,1 Prozent. Das monatlich erscheinenden Wirtschaftsmagazin „trend“ kommt auf 4,6 Prozent, die Konkurrenz vom „Gewinn“ auf 4,3 Prozent.<sup>157</sup>

Entsprechend groß ist die Zahl der Journalisten, die über Gesundheit und Medizin berichten. Die Adressdatenbank „Journalisten, Medien&PR-Index“ verzeichnet für das Jahr 2009 in der Sparte „Medizin/Gesundheit“ 364 Redakteure. Demnach arbeiten mehr Menschen in diesem Ressort als etwa in der Außenpolitik (267) oder den Finanzen (171). Mit Chronik sind nur um 19 Journalisten mehr befasst, über Wissenschaft/Bildung verfassen 268 Menschen Beiträge.<sup>158</sup> Insgesamt arbeiten in Österreich rund 7.100 Journalisten.<sup>159</sup> Die im „Index“ erfassten Gesundheitsjournalisten machen davon 5,1 Prozent aus, die Wissenschaftsjournalisten 3,8 Prozent.

---

<sup>155</sup> Kaltenbrunner/Kraus/Leitner/Zimmermann 2006, S. 27

<sup>156</sup> Europäische Kommission 2007, S. 10

<sup>157</sup> <http://www.mediaanalyse.at>, Download am 20.3.2009

<sup>158</sup> [www.indexverlag.at](http://www.indexverlag.at), Download am 20.3.2009. Zum Vergleich: Die meisten Beschäftigten verzeichnet der Index im Lokalressort (942), gefolgt von Wirtschaft (804), Kultur (787), Medien (668), Sport (517), Lifestyle (500), Innenpolitik (447)

<sup>159</sup> Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008, S. 13

Allgemein verbindliche Regeln, wie mit den Begehrlichkeiten und Angeboten der PR umzugehen wäre, gibt es im Bereich des Medizinjournalismus nur wenige. In den Richtlinien und Selbstverpflichtungen journalistischer Berufsverbände gab es dazu lange Zeit kaum Angaben, offenbar ist das Feld als ohnehin unproblematisch eingestuft worden. 1998 fand sich in nur acht von 58 untersuchten Journalisten-Codizes aus aller Welt das Wort „Gesundheit“.<sup>160</sup>

Erst damals wurde 1998 eine eigene internationale Richtlinie für Gesundheitskorrespondenten erstellt.<sup>161</sup> Hier tauchen erste Spuren auf, die belegen, dass die Gefahr einer Instrumentalisierung des Journalismus durch den Medizinbetrieb zumindest als denkbar erachtet wird. Neben Ermahnungen zur Genauigkeit der übermittelten Fakten und über die zu übende Vorsicht gegenüber Sensationsmeldungen steht unter Punkt vier: „Beware of vested interests. Ask yourself who benefits from this story.“ Und unter Punkt fünf heißt es: „Reject personal inducements. Always make it clear if material is being published as a result of sponsorship.“<sup>162</sup>

Dass solche Regelungen überhaupt notwendig sind belegt ein Interview, das 2003 in der Journalisten-Fachzeitschrift „Message“ erschien. Darin verteidigte die Vorsitzende des Verbandes Deutscher Medizinjournalisten (VDMJ) vehement Kollegen, die neben ihrer journalistischen Tätigkeit auch PR-Arbeiten erledigen. Einen möglichen Interessenskonflikt schloss sie dabei aus:

„Natürlich lässt sich das unter einen Hut bringen. Ich selbst bin freie Journalistin und unter anderem Pressesprecherin des Berufsverbandes Frauenärzte. Das eine geht in das andere über. Wichtig ist nicht, PR und Journalismus zu trennen, sondern mit seiner Aufgabe verantwortungsvoll umzugehen.“<sup>163</sup>

Dabei könnte es schon vorkommen, dass freie Journalisten einer Redaktion Texte anbieten, die sie im Auftrag von Firmen oder Verbänden verfasst haben. Darauf fragt der Message-Redakteur: „Es kommt also durchaus vor, dass man von beiden Seiten Geld bekommt?“ Und die Standesvertreterin antwortet: „Das kann gut sein, ist aber sicherlich sehr

---

<sup>160</sup> Svoboda 1998, S. 41

<sup>161</sup> Svoboda 1998, S. 42

<sup>162</sup> ebendort

<sup>163</sup> Lange-Ernst 2003, S. 56-57

unterschiedlich.“<sup>164</sup> Die Problematik ihrer Äußerungen war ihr dabei offenbar gar nicht bewusst, sonst hätte sie sich nicht ausgerechnet einem Branchenblatt gegenüber so offen geäußert. Scheinbar bewegte sie sich in einem Umfeld, in dem derartige Zustände als völlig normal galten. Auch sie nannte die wirtschaftliche Lage als Motiv für Journalist, PR-Aufgaben anzunehmen. Immerhin: Ihre Äußerungen sorgten für einige Aufregungen in der Branche. Wenige Wochen nach der Veröffentlichung des Interviews trat sie als Standesvertreterin zurück.<sup>165</sup>

Auch zwei Jahre danach ging der VDMJ wie selbstverständlich davon aus, dass Medizinjournalisten auch PR-Beiträge verfassen. Was offenbar immer wieder für Identitätsprobleme sorgt, sonst hätte der Verband in seinen 2006 veröffentlichten „Standards für Medizinjournalisten“<sup>166</sup> das Thema nicht so prominent behandelt. Anstatt für eine klare Trennung von PR und Journalismus zu plädieren, zogen die Richtlinienautoren eine recht verwaschene Grenze:

„Kritisch zu differenzieren sind journalistische Beiträge, falls sie von derselben Person erstellt werden, die zeitnah in diesem Themenbereich in PR-Funktion publizistisch tätig ist. Die journalistischen Beiträge sind deshalb nicht von vorne herein PR-Beiträge. Von Schleichwerbung ist auszugehen, wenn zum Beispiel gleiche Recherchequellen, gleiche Zitate und gleiche Inhalte verwendet werden. Im Zweifel gilt der Augenschein der nach außen kolportierten Funktion als freie Berichterstattung oder als PR.“<sup>167</sup>

Viele der Produkte, die unter solchen Rahmenbedingungen zu Stande kommen, unterscheiden sich rein äußerlich nicht von klassischen, journalistischen Zeitschriften, Magazinen oder TV-Sendungen. Die Tarnung als Feature, Interview oder Magazinbeitrag verschleiert die Tatsache, dass die vermittelte Botschaft nicht etwa auf journalistische Inspiration und Recherche, sondern auf die Kommunikationsbedürfnisse zahlender Kunden zurück gehen. So warnt etwa Göpfert davor, die Unabhängigkeit bestimmter Fachjournale zu überschätzen:

„Die meisten dieser Fachblätter sind von der Industrie gesponsert, und das wird leider nicht überall kenntlich gemacht. Da kann es schon mal vorkommen, dass eine

---

<sup>164</sup> alle Zitate: ebendort

<sup>165</sup> <http://www.journalistenvereinigung.de/News.htm> Download am 7.6.2009

<sup>166</sup> Verband der Deutschen Medizinjournalisten: Standards für Medizinjournalisten, URL: <http://journalistenvereinigung.de/>; Download am 28.2.2009

<sup>167</sup> ebendort

Redaktion „gekauft“ wurde, und ganze Seiten im redaktionellen Teil in Wirklichkeit aus der PR-Abteilung eines großen Konzerns stammen.“<sup>168</sup>

Hier drängt sich eine Analogie zu einem klassisch gewordenen Begriff aus der Publizistikwissenschaft auf: Wenn „Pseudoereignisse“ ausschließlich für Medien herbeigeführt werden, dann könnten ausschließlich für einen Wirtschaftszweig „inszenierte“ Medien als „Pseudomedien“ bezeichnet werden.

Trotz der großen, marketing-orientierten Bemühungen des Medizinbetriebes gegenüber den Medien und trotz der Bereitschaft von Medien und Journalisten, für eine gute Zusammenarbeit Grenzverletzungen in Kauf zu nehmen, ist das Verhältnis zwischen den beiden Systemen nicht konfliktfrei.

#### 4.5 Problemzonen

Am 5. Februar 2009 richtete das medizinische Fachjournal „The Lancet“ eine Tagung aus, in deren Rahmen Ärzte und Journalisten über die Rolle der Medien in der Medizin debattierten. „Does the media support or sabotage health?“ lautete die ernst gemeinte Frage an die Teilnehmer.

Die Idee, dass Medien die Gesundheit fördern könnten, drängt sich tatsächlich auf. Nach Schätzungen sind in den USA die zehn wichtigsten Todesursachen zu 50 % auf ungesunden Lebensstil zurückzuführen.<sup>169</sup> Die Veränderung des Lebensstils könnte demnach hunderttausende vorzeitige Todesfälle verhindern. Und Massenmedien könnten die für diese Veränderungen notwendigen Informationen rasch verbreiten. So schreibt Gredler im Jahr 1984:

„Die Prävention, das grundlegende Ziel der Gesundheitsinformation und -erziehung, überträgt den Medien eine wichtige Rolle bei der Förderung gesundheitsdienlicher Lebensweisen wie des Verständnisses der Verantwortung für sich, die Familie und die Gemeinde“<sup>170</sup>

---

<sup>168</sup> Göpfert 2006b, S. 230

<sup>169</sup> Gredler 1984, S. 37

<sup>170</sup> Gredler 1984, S. 117

Krause nennt vier Faktoren, die für den Einsatz von Medien zur Gesundheitsaufklärung sprechen:

- Massenmedien können große Zielgruppen erreichen.
- Massenmedien können Informationen über ein Problem verbreiten.
- Sie können das Ziel und positive Folgen einer Verhaltensänderung vermitteln.
- Massenmedien können Informationen darüber liefern, wo weitere Informationen bezogen werden können.<sup>171</sup>

Tatsächlich dienen Massenmedien häufiger als Quelle für Gesundheitsinformation als das persönliche Gespräch mit dem Arzt, das zeigen die Daten aus Österreich: 45,3 Prozent aller Bürger nutzen Printmedien, um Gesundheitsinformationen zu beziehen. Radio und TV sind für 36,6 Prozent der Bevölkerung eine einschlägige Nachrichtenquelle, das direkte Gespräch mit Ärztin oder Arzt nur für 30 Prozent.<sup>172</sup>

Und die deutsche Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung erhebt für ihre jährlichen Berichten die Wirksamkeit der Aufklärungskampagnen zum Thema Aids. Im Ranking der Informationskanäle durch die in den voran gegangenen Wochen Informationen zum Thema bezogen worden sind, liegen stets Fernsehspots an erster Stelle. Zeitungsberichte und Fernsehsendungen landen regelmäßig auf den Plätzen zwei und drei – weit vor Gesprächen mit Bekannten, mit der Familie oder mit dem Arzt.<sup>173</sup>

Da bietet es sich doch an, via Medien buchstäblich heilsame Informationen verbreiten zu lassen.

Trotz dieser viel versprechenden Ausgangslage ist das Image der Medien in der Medizinbranche schlecht. Die vorherrschende Meinung unter den Teilnehmern der Lancet Konferenz fasste ein Reporter in der folgenden Ausgabe des Wissenschafts-Journals so zusammen: „That the mass media systematically fails to reflect health, health care, and the general practice of medicine in a proper light is perhaps the majority opinion of health-care

---

<sup>171</sup> Krause 1989, S. 33ff

<sup>172</sup> Statistik Austria 2002, S. 10

<sup>173</sup> Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung 2008, S. 13

professionals world-wide.“<sup>174</sup> Als Gründe für dieses Versagen nennt der Autor: „People do not seem to be interested in straight reporting of health issues; mainstream media need to maintain their audiences, and controversy sells.“<sup>175</sup>

Smith beschrieb das Verhältnis der Medien zur Medizin so: „Many journalists and editors still delight in mindless medical formulas, where fear mongering about the latest killer disease is accompanied by news of the latest wonder drug.“<sup>176</sup>

Sind solche Vorhaltungen richtig? „Sabotieren“ Medien die Gesundheit? Oder kommt die Enttäuschung deshalb zustande, weil von den Medien Leistungen erwartet werden, die diese gar nicht erbringen können? Mehrere typische Vorhaltungen halten einer Überprüfung nicht stand.

Zur Klage, es fehle an „straight reporting“: Interpretiert man die englische Formulierung als „wahrheitsgemäßes Bericht erstatten“, so scheint der Vorwurf auf den ersten Blick zuzutreffen. Die Prominenz von Gesundheitsthemen in Publikumsmedien korreliert kaum mit den tatsächlichen Ursachen von Krankheit und Tod. Das bestätigte etwa eine Inhaltsanalyse amerikanischer Nachrichtenmagazine: Der Tod durch Rauchen oder Herzkrankheiten ist in den Medien – gemessen an der Zahl der Todesopfer – unterrepräsentiert. Dagegen wird überproportional häufig über Tod durch Verkehrsunfälle, den Gebrauch illegaler Drogen oder die Exposition von Giftstoffen berichtet.<sup>177</sup>

Ähnlich auch das Urteil über den die British Broadcasting Corporation. Die Fragestellung lautete: „How many people have to die from a disease or condition before it merits a news story on the BBC?“ Die Antwort lautete: An der „variant Creutzfeldt-Jakob“ Krankheit müssen 0,33 Menschen sterben, um einen BBC Beitrag auszulösen. An den Folgen des Rauchens müssen dagegen 8.571 Menschen sterben, bevor die BBC darüber berichtet. Alkohol ist der BBC ab 4.714 Todesopfern eine Geschichte wert, Übergewicht erst ab 7.500.<sup>178</sup>

---

<sup>174</sup> N.N. 2009, S. 604

<sup>175</sup> ebendort

<sup>176</sup> Smith 2002(b), S. 859

<sup>177</sup> Glik 2001, S. 172

<sup>178</sup> Jackson 2003

Russ-Mohl kommt gar zu dem fatalistischen Schluss, dass Medien gar nicht in der Lage wären, über existenzielle Risiken „richtig“ zu berichten.

„Egal ob Waldsterben, Kernenergie, Ozonloch und Klimakatastrophe, Aids, BSE, Anthrax, SARS, Vogelgrippe – immer wieder sorgen ähnliche Dynamiken dafür, dass aufgebaut und verzerrt berichtet wird und dass Themen hochgespielt und dann wieder entsorgt werden – egal, ob sie langfristig virulent sind oder nicht.“<sup>179</sup>

Schuld daran ist für ihn vor allem die Verelendung des Journalismus aufgrund mangelnder Nachfrage nach qualitativ hochwertiger Information bei gleichzeitiger „Aufrüstung“ im PR-Sektor.<sup>180</sup> „Journalistische Frühwarnung kann unter den gegebenen Bedingungen allenfalls zufällig funktionieren“, so Russ-Mohl. Und weiter: „Gebot der Stunde ist es wohl eher, durch Frühwarnungen *vor* dem Journalismus und *vor* mediengenerierten Hypes und Krisen deren Wirkungspotential zu entschärfen.“<sup>181</sup>

Bemerkenswert ist allerdings, dass Russ-Mohl die aus seiner Sicht „richtigen“ Dimensionen der jeweiligen Problembereiche selbst wiederum Publikumsmedien entnimmt: Aus der FAZ lernt er, dass die Aufgeregtheit des „Spiegel“ über den Klimawandel übertrieben sei. Im Wall Street Journal liest er, dass im Jahr 2003 intensiv über die neue aufgetretene Virus-Erkrankung SARS berichtet worden war, obwohl andere ansteckende Krankheiten wie Aids, TbC und Malaria viel mehr Opfer gefordert hatten.<sup>182</sup>

Journalisten werden einwenden, dass sie natürlich nicht erst dann über SARS berichten, wenn die Zahl der Todesopfer mit jener der Alkohol-Opfer vergleichbar ist. Auch hier geht der Streit darum, welche Wahrheit die Medien nun wieder spiegeln sollten: Die Wahrheit des Funktionssystems Medizinbetriebes? Oder soll die Beobachtung und Darstellung von Gesundheit und Medizin eben doch den Selektions- und Präsentationsregeln der Medien folgen?

„Controversy Sells“: Medien würden mit ihrer Schwäche für Konflikte und Richtungsstreitigkeiten die ärztliche Autorität untergraben, so der Vorwurf. Doch werden Konflikte wirklich nur herbei geschrieben? Oder wird über tatsächlich vorhandene Konflikte

---

<sup>179</sup> Russ-Mohl 2007, S.130

<sup>180</sup> Russ-Mohl 2007, S. 130ff

<sup>181</sup> Russ-Mohl 2007, S. 142

<sup>182</sup> vgl. Russ-Mohl 2007, S. 131

berichtet? Über die mediale Darstellung von Psychotherapeuten schreibt etwa Nuber: Es sei „für die/den LeserIn irritierend, wenig vertrauenserweckend, verunsichernd und nicht aufklärend.“<sup>183</sup> Aber: Schuld daran sind aber nicht etwa böswillige Journalisten, sondern die angesprochenen Therapeuten und ihre Selbstdarstellung: Kompetente Psychotherapeuten wären einfach allzu zurückhaltend. „[D]ie Medienarbeit wird oft macht- und medienhungrigen ‚Modetherapeuten‘ überlassen.“ Erst durch die Inaktivität der „seriösen“ Therapeuten würden die unseriösen und selbsternannten Heiler überproportionale Medienpräsenz erreichen und damit das Bild der gesamten Branche verzerren.

Ein zweites Beispiel: Eine Untersuchung der Medizin-internen Auseinandersetzung über Nutzen und Risiko von mammographischen Reihenuntersuchungen ergab, dass die Experten selbst das Thema kontrovers diskutieren. Wobei offenbar alle Mitteln recht waren. Die Studienautorin entdeckte in ihrer Untersuchung dogmatisches Verhalten, unwissenschaftliche Argumentation, bewusste Falschbehauptungen, Diffamierung Andersdenkender, interessensgeleitete Kommunikationsstrategien und Zensur – alles auf Seiten der Experten.<sup>184</sup>

Langenbucher nennt unseriös argumentierende Forscher „wissenschaftlichen Kommunikationsprostituierten“, die innerwissenschaftliche Konflikte oder Außenseiterpositionen in die Öffentlichkeit tragen. „Die Journalisten sind in der Regel dabei nur Wasserträger, nur Wiederkäuer.“<sup>185</sup>

Ein weiterer Vorwurf lautet, Medien würden sich erst dann mit dem Thema Gesundheit auseinander setzen, wenn es etwas zu Kritisieren gibt. Forscher am Institut für Freie Berufe an der Friedrich-Alexander-Universität in Erlangen-Nürnberg haben diesen Vorwurf durch eine umfangreiche Inhaltsanalyse überprüft. Sie analysierten im Untersuchungszeitraum 1975-1977 sämtliche überregionalen Tages- und Wochenzeitungen, alle regionalen Tageszeitungen mit einer Auflage von mehr als 300.000 Stück, dazu noch die auflagenstärkste Tageszeitung des jeweiligen Bundeslandes, sieben Magazine mit politischen und wirtschaftlichem Schwerpunkt, sechs Familien- und Unterhaltungsmagazine sowie drei populärmedizinische Blätter.

---

<sup>183</sup> Nuber 1997, S. 58f

<sup>184</sup> zitiert nach Kohring 1997, S. 126

<sup>185</sup> Langenbucher 1987, S. 146

Im ersten Schritt suchten die Forscher jene Geschichten heraus, in denen in irgend einer Weise über den Arztberuf und das ärztliche Umfeld berichtet oder kommentiert wurde. Insgesamt kamen mehr als 20.000 Artikel zusammen, die von den Forschern in einem zweiten Schritt analysiert wurden. Von überkritischen Journalismus fanden sie kaum Spuren: 55 Prozent aller Berichte drehten sich um Fragen der ärztlichen Berufsausübung, hier kamen die jeweiligen Standesvertreter ausführlich zu Wort. In 20 Prozent aller Beiträge taucht der Arzt als Fachmann auf, als Ratgeber in medizinischen Lebensfragen. 15 Prozent der Artikel handeln von medizinischen Fachfragen und Kongressen. Nur zwei Prozent aller Artikel berichteten über „Sensationsthemen“ wie etwa Kriminalität in der Ärzteschaft.<sup>186</sup>

Nur der ‚Spiegel‘ „zeichnet ein pauschal negatives Arztbild“, es lasse sich eine „negative Grundeinstellung des Magazins gegen die Pharmazeutische Industrie, das deutsche Gesundheitssystem und weite Teile der Medizin, zum Beispiel die Genforschung“ feststellen, so die Studien-Autoren.<sup>187</sup>

„Ebenfalls kritisch bis negativ das Arztbild im ‚Stern‘. Ausschließlich negative Kritik an der ärztlichen Standesvertretung, eine relativ extensive Kunstfehlerkritik und die Berichterstattung über eine als ungerechtfertigt angesehene Honorarpolitik der Ärzteschaft gehen einher mit einer prinzipiell kritischen Einstellung gegen die Schulmedizin“<sup>188</sup>

In anderen Blättern werden die Ärzte dagegen viel freundlicher behandelt: Die ablehnende Haltung gegen Ärzte und Medizin verliert an Intensität,

„je weniger politisch engagiert, beziehungsweise, je unterhaltungsorientierter eine Publikation ist. In Illustraten wie ‚Quick‘ oder ‚Bunte‘ gewinnt dagegen die Verknüpfung von Medizin beziehungsweise Arztbild mit Sexualität an Bedeutung: Medizin und Arzt werden zum Unterhaltungsthema.“<sup>189</sup>

Mehr als ein Jahrzehnt später wird der Tenor der Studie von unverdächtiger Seite bestätigt – wenngleich auch nur auf Basis von Alltagsempirie. So schreibt der damalige Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes der Pharmazeutischen Industrie in Deutschland, Vogel: „Die Tagespresse (...) entledigt sich relativ wertfrei ihrer Chronistenpflicht“. Und weiter:

---

<sup>186</sup> Fischer 1988, S. 157

<sup>187</sup> ebendort

<sup>188</sup> ebendort

<sup>189</sup> Fischer 1988, S. 158

„Ganz pauschal kann man feststellen, dass sich eine grundsätzlich negative Haltung der pharmazeutischen Industrie und ihren Produkten eigentlich nur in einigen in Norddeutschland erscheinenden Wochenmagazinen, sowie einigen Magazinen der elektronischen Medien findet.“<sup>190</sup>

Systematische Untersuchungen über die Pharma-Berichterstattung der Medien weisen sogar nach, dass Journalisten neuen Arzneien gegenüber ihre Rechercheaufgaben nicht ausreichend erledigen, sich statt dessen zu sehr auf Presseunterlagen oder unbestätigte Zwischenresultate beziehen und damit insgesamt zu positiv berichten. So etwa die Analyse von Beiträgen, die zwischen Jänner 1998 und Juni 2000 in dänischen Blättern über neue Medikamente erschienen sind. Von den insgesamt 492 Artikeln berichteten 357 (73 Prozent) über Vorteile der neuen Pillen. 51 Prozent waren im Tonfall positiv, in 19 Prozent fanden sich übertrieben enthusiastische Formulierungen wie „Wunderpille“. Dagegen erwähnten nur 39 Prozent aller Beiträge mögliche negative Auswirkungen. In nur vier Geschichten wurden finanzielle Beziehungen zwischen dem Pharma-Hersteller und zitierten Experten offen gelegt. Und schließlich wurden Presseunterlagen der Hersteller doppelt so oft zitiert wie wissenschaftliche Publikationen über das Medikament.<sup>191</sup>

Von einer Fixierung der Medien auf Negatives kann also – abgesehen von den genannten Magazinen – keine Rede sein. Vielmehr wird offenbar viel zu unkritisch berichtet.

Und schließlich wird Medien vorgeworfen, sie würden durch ihr Informationsangebot das Wissensmonopol der Medizin angreifen. Medien würden „Patienten verunsichern, Angst induzieren und möglicherweise von einem medizinischen Eingriff abhalten.“ Was aber noch schlimmer wiegt: „Der Arzt kann durch verändertes Patientenverhalten irritiert und durch Kritik gekränkt sein (...).“<sup>192</sup>

Dem stellt der als Praktiker und Theoretiker ausgewiesene Göpfert seine eigenen Beobachtungen entgegen:

„Viele Gesundheitsinformationen der Medien, darunter die meisten Gesundheitsmagazine des Fernsehens, geben die Sichtweise des Medizinbetriebs

---

<sup>190</sup> Vogel 1988, S. 165

<sup>191</sup> Høye/Hjortdahl 2002

<sup>192</sup> Buchholz 1988, S. 184

wieder und stellen die Kompetenz des medizinischen Experten in den Mittelpunkt der Berichterstattung.<sup>193</sup>

Dass Medien die Patienten aufwiegeln, sieht Göpfert ebenfalls nicht. Er meint, Medien

„belassen den Rezipienten (...) grundsätzlich in einer passiven Situation. Ganz eindeutig sind die Verhältnisse verteilt: hier der Experte, der Mediziner, der Pharmakologe – auf der anderen Seite der unwissende Laie. (...) Seltener sind jedoch Medienbeiträge, die dem Medizinbetrieb kritisch gegenüber stehen und den Laien als Experten ernst nehmen.“<sup>194</sup>

Viele Vorwürfe halten einer Überprüfung also nicht stand. Es gibt jedoch einen tiefer liegenden Konflikt zwischen Medien und der Medizin. Es geht um die Frage, welche Sichtweise für die Beobachtung des Medizinbetriebes angemessen ist. Wie schon der Wissenschaftsbetrieb durch sein Paradigma des Wissenschaftsjournalismus versuchen auch Teile des Medizinbetriebes, Medien auf eine Sonderperspektive fest zu legen.

#### **4.6 Das „Paradigma des Medizinjournalismus“**

Das Thema Medizinjournalismus tauchte in Journalismus-internen und akademischen Debatten erstmals in den Fünziger Jahren auf.<sup>195</sup> Gegenstand der Debatte waren weniger Berichte aus dem Bereich der Forschung. Es ging vielmehr um Medizin und ihre praktische Umsetzung als ärztliche Therapie und ihrer journalistischen Begleitung. Schon hier bekommt der Journalismus eine bestimmte Rolle zugewiesen: „Medizinjournalismus wird als Instrument einer medizinischen Gesundheitsaufklärung konzipiert und ausschließlich den Bewertungskriterien und Partialinteressen des medizinischen Systems untergeordnet.“<sup>196</sup>

Kohring beschreibt, dass neugierige Journalisten vehement abgewiesen wurden. Von der Ärzteschaft wird

„ein generelles, nur vom Mediziner selbst aufzuhebendes Beobachtungsverbot für den Journalismus ausgesprochen, das sich selbst auf die öffentliche Thematisierung medizinischer Fehldiagnosen erstecken soll. Begründet wird diese Forderung mit der

---

<sup>193</sup> Göpfert 2001, S. 137

<sup>194</sup> Göpfert 2001, S. 138

<sup>195</sup> Kohring 1997, S. 31

<sup>196</sup> Kohring 1997, S. 31

„medizinischen“ Diagnose, dass journalistische Öffentlichkeit schädliche Auswirkungen haben könnte.“<sup>197</sup>

Auch von kommunikationswissenschaftlicher Seite bekamen kritische Journalisten keinen Beistand. Einer der ersten Autoren, die sich nach dem Krieg zum Thema meldeten, sah in Berichten über Medizin sogar ein Gesundheitsrisiko: Der Autor sorgt sich um das, „was dem durch pseudomedizinische Lektüre verdorbenen Patienten fehlt: das traditionelle Vertrauen zum Arzt.“<sup>198</sup> Um zu verhindern, dass noch mehr Patienten verdorben werden, forderte er ein Vorgehen nach historischem Vorbild: Schließlich sei es schon in der Weimarer Zeit gelungen, den „Schmutz der Aufklärungsfilme zum Eintrocknen zu bringen.“ Es müsste daher doch möglich sein,

„Material der gleichen Art auszumerzen (...) Warum sollte es durch eine gemeinsame Abwehr aller interessierten Kreise nicht möglich sein, den Schädlingen an ehrlicher medizinischer Arbeit auch in gewissen Presseerzeugnissen das angemäßte Handwerk zu legen?“<sup>199</sup>

Nicht anmaßend wäre demnach lediglich, wenn Journalisten freundlich und vertrauensstiftend über Medizin berichten. Erst 1972 tauchte die Idee auf, dass Medizinjournalismus nicht nur popularisieren könnte. Damals untersuchte Eckart Roloff die Darstellung der Transplantationsmedizin in den Medien. Das Verdienst der Studie sei es,

„die öffentliche, speziell journalistische Kommunikation über Medizin als ein komplexes Gefüge verschiedener Akteure mit unterschiedlichen Kommunikations- und Rezeptionsinteressen zu beschreiben. Ein bemerkenswerter Fortschritt ist darin zu sehen, dass ein abweichendes Publikumsinteresse nicht diskriminiert, sondern als eine eigenständige und aktive Selektionsleistung beschreiben und damit theoretisch erklärt wird.“<sup>200</sup>

Doch auch Roloff kam zu dem Schluß, dass sich die Aufgaben von Journalismus und Medizin gar nicht so sehr voneinander unterscheiden würden. Beide hätten die Information des Publikums als Ziel. Immerhin hätte die Studie durch ihre differenziertere Betrachtungsweise die Möglichkeiten für eine journalismustheoretisch fundierte Theorie der

---

197 Kohring 1997, S. 31

198 Haacke 1960, S. 410

199 ebendort. Kohring bemerkt hierzu: „Haacke knüpft in diesem Aufsatz an eine Terminologie an, die er schon Anfang der vierziger Jahre in seiner Feuillontkunde verwendete, um die Juden Börne und Heine aus dem deutschen Feuillton ‚auszumerzen‘.“

200 Kohring 1997, S. 38

Medizinberichterstattung ermöglicht, so Kohring. Doch diese Anregungen wären in der nachfolgenden Forschungen nicht aufgegriffen worden.<sup>201</sup>

So schlug Gredler 15 Jahre nach der Transplantationsmedizin-Studie vor, die Medien als Gesundheitsaufklärer zu verpflichten.

„Primäre Gesundheitsversorger könnten mit Journalisten, Redakteuren usw. in Verbindung treten, um gemeinsam eine Politik der Verbesserung des Gesundheitszustandes der Bevölkerung zu verfolgen; dabei sollte den Medien eine aktive Rolle zukommen. Sie sollten zur Kooperation gewonnen und in die Planung von Strategien einbezogen werden.“<sup>202</sup>

Resignierend resümiert Kohring in seiner 1997 erschienenen Arbeit:

„Journalismustheoretisch befindet sich die Forschung zur Medizinpublizistik auf dem Niveau ihrer Anfänge in den sechziger Jahren (...).“<sup>203</sup>

Weitere 25 Jahre nach Gredlers Vorschlag werden seine Forderungen beinahe unverändert erneut gestellt. Mediziner sollten sich stärker als bisher an Journalisten wenden, damit die ihre Berichte mit mehr und besseren, richtigeren Informationen unterfüttern zu können, so der Tenor der Lancet-Konferenz in London. Nur so könnten Medizinjournalisten das wahre Potential ihrer Zunft heben:

„The future role of health journalism will depend on scientists and health-care professionals pulling together and engaging with the mainstream media to ensure responsible interpretation of scientific and medical research, and thus support health on a global scale.“<sup>204</sup>

Wie das in der Praxis aussieht, zeigen die National Health Services in Großbritannien. Auf der Homepage dieser Behörde findet sich eine Rubrik „Behind the Headlines“<sup>205</sup>. Täglich erklären hier medizinische Fachleute die Wissenschaft hinter den Schlagzeilen. Dabei machen sie deutlich, wie weit auseinander die journalistische Praxis von medizinfachlichen Vollständigkeitsgeboten entfernt ist. Ein Beispiel: Ende Februar 2009 tauchte in britischen Tageszeitungen die Meldung auf, dass belangloses Kritzeln („doodeling“) während eines langweiligen Gespräches helfen würde, das Gesagte besser im Gedächtnis zu behalten. Die

---

201 Kohring 1997, S. 39

202 Gredler 1984, S. 124

203 Kohring 1997, S. 127

204 N.N. 2009, S. 604

205 <http://www.nhs.uk/News/Pages/NewsIndex.aspx>

Tageszeitung „The Guardian“ – bekannt für ihre sorgfältige und umfangreiche Wissenschaftsberichterstattung – widmete dem Thema eine Geschichte von 2.300 Zeichen Länge.<sup>206</sup> Die Boulevardzeitung „The Sun“ hatte für die gleiche Geschichte inklusive Überschrift gerade einmal 931 Zeichen Platz<sup>207</sup>. Die vollständige, wahrscheinlich allen Qualitätskriterien des Medizinbetriebes genügende Geschichte auf „News Behind the Headlines“ war dagegen fast 7.000 Zeichen lang. Damit ließen sich drei Viertel einer Seite der Tageszeitung „Der Standard“ füllen.

Damit wird deutlich: Die jeweils „eigensinnigen“ Qualitätskriterien des Medizinbetriebes und der Medien sind weitgehend inkompatibel. Trotzdem wirkt das Paradigma des Medizinjournalismus weiter. Medizinpublizistik-Forscher analysieren einschlägige journalistische Produkte immer noch gemäß dem „Kettenmodell“ als Kommunikation zwischen Experten und Laien. Als Aufgabe für Journalisten bleibt: Sie sollen „die goldenen Worte der Wissenschaft in die Scheidemünze der Alltagssprache umwechseln.“<sup>208</sup>

Doch kann Zeitung lesen wirklich gesund machen? Hilft einem Kranken ausgiebiges Fernsehen dank anschließender Anwendung der konsumierten Gesundheitsratschläge wieder auf die Sprünge? Ist Medienkonsum also indirekt gesund? Oder überwiegen Risiken und unerwünschten Nebenwirkungen?

Im Folgenden wird versucht, die Frage nach der Wirksamkeit von Medizinberichten mit Expertise aus zwei Bezirken der Wissenschaft zu beantworten. Zunächst wird im Fundus der Kommunikationswissenschaft nach Hinweisen gesucht, die das Paradigma des Medizinjournalismus stützen. Danach wird dargestellt, welche Denkmodelle und Methoden professionelle Gesundheitsförderer entwickelt haben – und welche Bedeutung die Medien für dieser Branche haben.

---

<sup>206</sup> <http://www.guardian.co.uk/science/2009/feb/27/doodling-doodles-boring-meetings-concentration>

<sup>207</sup> <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/woman/health/health/article2276264.ece>

<sup>208</sup> Deneke, Johann, F. Volrad, zitiert nach Kohring 1997, S. 124

#### 4.7 Journalisten als Heiler? Eine (Selbst-)Überschätzung

Wirkungen von Medien auf Wissen, Einstellung und Verhalten sind vielschichtig. Der Zusammenhang mit Medizin macht die Sache noch komplizierter.

„Die Frage nach den Faktoren und Bedingungen für die Entstehung von Wirkungen wirft eine Fülle von Einzelproblemen bei der Bearbeitung des speziellen Kommunikationsfeldes Medizin auf, so dass sich für die Wirkungsforschung ein hochkomplexes, teils nicht lösbares Methodenproblem ergibt.“<sup>209</sup>

Die Kommunikationswissenschaft behilft sich deshalb mit „Theorien mittlerer Reichweite, die zeitlich oder räumlich beschränkt gültig sind.“<sup>210</sup> Vier dieser Theorien scheinen für die hier gestellte Frage besonders viel versprechend.

##### 4.7.1 Das Einstellungskonzept

Hier sollen möglichst viele verschiedene Arten von Wirkungen integriert werden.

„Einstellung“ wird verstanden als Tendenz gegenüber Objekten, Gegenständen oder Ideen mit bestimmten positiven oder negativen Gefühlen, Wahrnehmungen und Vorstellungen sowie Verhaltensweisen zu reagieren. Jede Einstellung kann in drei Komponenten zerlegt werden: Die *kognitive* Komponente. Sie betrifft ganz generell das Vorhandensein von Vorstellungen oder Wahrnehmungen. Die *affektive* oder Gefühlskomponente. Sie bezeichnet Emotionen, von denen die betreffende Vorstellung oder Wahrnehmung begleitet wird. Und schließlich die *konative* oder *Handlungskomponente*. Damit sind die Verhaltenstendenzen gemeint, die durch die Vorstellung oder Wahrnehmung des jeweiligen Objektes wachgerufen werden.

Burkart leitet daraus ab: „Bereits per definitionem betreffen Einstellungsänderungen also auch Änderungen im Wissen, im emotionalen beziehungsweise psychologischen Bereich, sowie im Bereich des Verhaltens.“<sup>211</sup> Eine Anwendung dieses Konzeptes waren die Arbeiten der Hoveland-Gruppe. Die Forscher versuchten heraus zu bekommen, wie furchterregende Appelle – etwa „Rauchen kann Krebs auslösen“ – auf das Publikum wirken. Selbst bei dieser

---

<sup>209</sup> Buchholz 1988, S. 183

<sup>210</sup> Burkart 2002, S. 186

<sup>211</sup> Burkart 2002, S. 190

sehr eng definierten Fragestellung konnte keine allgemein gültige Antwort gefunden werden. Statt dessen kamen die Forscher zu folgendem Resultat: Ist eine Warnung mit nur wenig furchterregenden Botschaften verknüpft, bleibt das Interesse des Publikums gering. Die Beeinflussung eines desinteressierten Publikums ist dann nicht möglich. Mit dem steigendem „Furchtanteil“ steigt auch das Interesse, bis schließlich die Warnung als so furchterregend erlebt wird, dass sich das Publikum wiederum abwendet und keinerlei Beeinflussung des Verhaltens möglich ist.<sup>212</sup>

Ebenfalls zu dieser Kategorie von Untersuchungen werden die Studien von Joseph T. Klapper gezählt. Unter Rückgriff auf die Arbeiten von Paul F. Lazarsfeld, Bernhard Berelson und Hazel Gaudet aus den vierziger Jahren stellte er 1957 die Hypothese auf, dass Massenmedien drei unterschiedliche Arten von Auswirkungen auf bestehende Meinungen und Einstellungen haben könnten: Sie können verstärken, geringfügig verändern oder gar einen Wandel herbeiführen. Dabei kam er zu dem Schluss, dass „Massenmedien bestimmte Meinungen und Einstellungen eher verstärken als verändern. Verstärkung tritt als Effekt am häufigsten auf, geringfügige Änderungen seltener, Wandel am seltensten.“<sup>213</sup>

Geissler nennt als Gründe für diese schwache direkte Wirkung mehrere „vermittelnde Faktoren“:<sup>214</sup> Wichtig sei zunächst die *Prädisposition der Rezipienten*. Sie beeinflusst, welchen Medieninhalten sich die Rezipienten aussetzen. Wie beobachtet werden konnte, selektieren sie schon vorab jene Inhalte, die mit ihren bestehenden Meinungen und Einstellungen übereinstimmen. Was davon im Gedächtnis behalten wird, unterliegt einer zweiten Auswahl, Geissler nennt das die „selektive Erinnerung“.

Als Hemmschuh gegenüber radikalen Einstellungsänderungen erweist sich die enge Einbindung eines Rezipienten in sein soziales Umfeld. Denn Medieninhalte werden eher durch interpersonale Kommunikation als durch Medien selbst vermittelt. Diese Interpersonale Kommunikation findet aber vor allem mit Gleichgesinnten statt, sodass vor allem verstärkende Wirkungen zum Tragen kommen. Schließlich richten sich Massenmedien selbst nach den Ansichten des Publikums. Daher präsentieren sie selten Inhalte, die auf Einstellungsänderungen abzielen.

---

<sup>212</sup> nach Burkart 2002, S. 200f

<sup>213</sup> Geissler 1987, S. 23

<sup>214</sup> Geissler 1987, S. 30ff

Modernere Forschungsansätze stellten die Frage nach der Medienwirkung neu. Anstatt zu untersuchen, was die Medien mit den Rezipienten machen, wurde nun gefragt: Was machen die Menschen mit den Medien? Die Forschung ist also nicht „stimuluszentriert“, sondern „rezipientenorientiert“. In diese Kategorie fallen zwei wesentliche Konzepte: Die Konsistenztheoretischen Ansätze und der Uses and Gratification Approach.

#### 4.7.2 Konsistenztheoretische Ansätze

Hier wird davon ausgegangen, dass der Mensch nach einem „kognitiven Gleichgewicht“ strebt. Das Vermeiden von kognitiver Dissonanz bestimmt bereits die Selektion von Medien und Medieninhalten durch die Rezipienten. Die von Geissler erwähnte aktive Selektion von Medieninhalten steht hier im Zentrum des Interesses.

Die Konfrontation mit einer dissonanten Information kann mehrere Reaktionen auslösen, wie Göpfert am Beispiel eines Menschen beschreibt, der aufgefordert wird, sich impfen zu lassen, das aber ablehnt.

„Nun sucht er seine Entscheidung zu rechtfertigen. Er sammelt alle Informationen und Medienaussagen, die gegen das Impfen argumentieren. Sein großes Interesse an diesen Informationen röhrt daher, dass er seine innere Spannung, ob er sich nicht doch besser hätte impfen lassen, abbauen möchte. Er strebt nach einem Zustand innerer Stabilität und Zufriedenheit.“<sup>215</sup>

Eine zweite Möglichkeit die Dissonanz zu mildern besteht in der Umdeutung einer Information. Dieses Phänomen konnte auch empirisch nachgewiesen werden: Probanden einer Studie, in der es um die Senkung des Cholesterinspiegels im Blut ging, weigerten sich mehrheitlich, die Botschaft der Ärzte anzunehmen: „Die Forscher mussten feststellen, dass weniger als die Hälfte der Untersuchten die Diagnose „Hyperlipidämie“ (also zu hoher Cholesterinspiegel) auch akzeptierten. Gleich 63 Prozent der Untersuchten hielten trotz gegenteiliger Rückmeldung an der eigenen Einschätzung, dass der Wert im normalen Bereich liegen werde, fest.“<sup>216</sup>

---

<sup>215</sup> Göpfert 2001, S. 132

<sup>216</sup> zitiert nach Wolkersdorfer 2001: Seite 51

Eine dritte Möglichkeit ist schließlich die „Entscheidung“ des Rezipienten, eine unangenehme Botschaft schlicht zu verdrängen.

„Schließlich, und das ist für die Wirksamkeit von Massenmedien besonders bedeutungsvoll, wird nur das behalten, was in den Bezugsrahmen des bisherigen Wertesystems passt. Medieninhalte, die den bisherigen Einstellungen des Empfängers widersprechen, werden, wenn sie überhaupt aufgenommen wurden, schneller wieder vergessen als bestätigende Aussagen.“<sup>217</sup>

Göpferts weit reichende Schlussfolgerung: „Informationen beeinflussen kaum vorhandenes Verhalten, das Verhalten verlangt eher nach bestätigender Information.“ Damit sei die „ursprüngliche Annahme der Kommunikationswirkung geradezu umgekehrt worden.“<sup>218</sup>

Alle drei Strategien – Vermeidung, Umdeutung und Verdrängung – helfen dem Rezipienten, sein kognitives Gleichgewicht zu halten oder wieder herzustellen. Was bedeutet das für die Verbreitung von vielleicht unbequemen Botschaften zum Thema Gesundheit?

„Folgen wir der Hypothese von der kognitiven Dissonanz, so muss besonders darauf geachtet werden, keinen Zustand des kognitiven Ungleichgewichtes durch die Botschaftsinhalte herbeizuführen, weil der Rezipient sich ansonsten von diesen abwenden könnte. (...) Durch das soeben Dargelegte dürfte nun wohl klar werden, dass auf Verhaltensänderungen zielende Maßnahmen noch größere psychische Widerstände beim Rezipienten wecken dürften.“<sup>219</sup>

#### 4.7.3 Der Uses and Gratifications Approach

Auch in diesem Modell wird davon ausgegangen, dass das Publikum aktiv seine Informationsquellen und seine Informationen auswählt. Medien sind nur ein Mittel unter vielen das zur Bedürfnisbefriedigung eingesetzt wird. Wie sie eingesetzt werden, hängt nicht unbedingt mit den gebotenen Inhalten zusammen. Ein TV-Krimi kann so als virtuelle Rückkehr zum Schauplatz des jüngsten Urlaubes, als Zeitvertreib oder als potentieller Gesprächsstoff für den Bürotratsch am nächsten Tag genutzt werden.<sup>220</sup>

---

217 Göpfert 2001, S. 132

218 Göpfert 2001, S. 133

219 Burkart 2002, S. 89

220 Burkart 2002, S. 222f

„Im Horizont des Nutzenansatzes wird also keineswegs mehr naiv unterstellt, dass zwischen dem Inhalt einer massenmedial vermittelten Aussage und ihrer Bedeutung für den Rezipienten ein enger und eindeutiger Konnex besteht, vielmehr gilt die Annahme, dass (nahezu) jeder Inhalt in (nahezu) beliebiger Weise benutzt werden kann.“<sup>221</sup>

So müssen auch die Verfasser von Gesundheitsinformationen damit rechnen, dass die gebotene Information ganz anders genutzt wird, als intendiert war.

#### 4.7.4 Symbolischer Interaktionismus

In diesem Konzept ist der Rezipient noch mächtiger. Er deutet Medien und ihre Inhalte entsprechend eigener Interpretationsmuster und Bedürfnisse. Gesehene, gelesene oder gehörte Botschaften sind nur noch ein Wirklichkeitsangebot unter vielen. Der Rezipient weist von sich aus einer Botschaft mehr oder weniger Bedeutung zu. Und das weitgehend unabhängig davon, was der Sender der Botschaft eigentlich vermitteln wollte.<sup>222</sup> Eine gelungene Vermittlung von verhaltensändernden Informationen ist in diesem Modell eine ziemlich unwahrscheinliche Glücksache. Sie könnte etwa an dem geringen Stellenwert scheitern, den ein Rezipient dem Thema Gesundheit generell beimisst.

Bleibt als Resümee die Bemerkung Burkarts, wonach die allgemeine Frage nach der Wirkung von Medien schlicht „falsch gestellt“ ist. Eine für alle Medien und alle Rezipienten gültige Antwort kann es nicht geben, dazu ist das Spektrum der möglichen Reaktionen viel zu breit.

Hartnäckige Versuche, doch noch Gesetzmäßigkeiten in den menschlichen Reaktionen auf Medienreize zu finden, sind bisher gescheitert. In einer Studie in den USA sollte etwa untersucht werden, warum es zwischen 1978 und 1996 zu einer Verringerung der Unfälle mit alkoholisierten Autofahrern gekommen war. Die ursprüngliche Annahme lautete, dass der Rückgang durch entsprechende Berichterstattung in den Medien ausgelöst worden sein könnte. Doch dann eine Untersuchung, die auch Veränderungen in den politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen berücksichtigte kam zu ganz anderen Schlussfolgerungen:

---

<sup>221</sup> Burkart 2002, S. 226

<sup>222</sup> Burkart 2002, S. 225

Jetzt kamen die Autoren zum dem Schluss: „the direct effect of media on behavior was no longer significant“<sup>223</sup>

Berger versuchte mit Hilfe von Fragebögen und Online-Fragebögen Wirkungen von Gesundheitsberichten auf Leser des Gesundheitsmagazins „Medizin populär“ und des Internetportals „netdoktor.at“ zu prüfen. Das Resultat war ebenfalls ernüchternd: Alle 17 Hypothesen über mögliche Zusammenhänge zwischen Medienkonsum, Lebensumständen und Gesundheitsverhalten mussten verworfen werden. Berger fühlte sich noch hinter die Anfänge der Medienwirkungsforschung zurück geworfen: „(…) dass von Massenmedien eine Wirkung auf Rezipienten ausgeht, ist ein bisher unbewiesener Effekt.“<sup>224</sup>

Umgekehrt gibt es freilich auch keinerlei Hinweise darauf, dass Medien generell wirkungslos wären. Einigkeit herrscht aber lediglich darüber, dass medial vermittelte Botschaften unterschiedliche Wirkungen auf unterschiedliche Teile des Publikums haben. Für die Praxis der Gesundheitsaufklärung mittels Massenmedien bedeutet das nichts Gutes.

„Wenn man sich all die Einflussfaktoren vergegenwärtigt, die unsere Überzeugungen, Einstellungen, Intentionen und unser Verhalten beeinflussen, wenn man darüber hinaus bedenkt, wie vielen unterschiedlichen, ja widersprüchlichen Einflüssen wir ausgesetzt sind, dann wird deutlich, wie wenig eine einzelne Medienintervention auszurichten vermag.“<sup>225</sup>

So lässt sich das Paradigma des Medizijnjournalismus kaum noch argumentieren. Theoretisch ist eine (Selbst-)Beschränkung des Journalismus auf eine unkritische und gleichsam pädagogische Aufklärung ohnehin bedenklich. Wenn es dann auch noch so unsicher ist, dass diese Art der Berichterstattung irgend einen positiven Effekt auf die Gesundheit des Publikums hat, dann erscheint sie – gemessen am vorgeblichen Ziel der Gesundheitsförderung – auch praktisch völlig verfehlt.

Doch was tun nun professionelle Gesundheitsaufklärer? Welchen Stellenwert räumen sie den Medien ein? Fordern auch sie die wohlwollende Mitarbeit von Journalisten?

---

<sup>223</sup> Yanovitzky/Bennett 1999, S. 429

<sup>224</sup> Berger 2004, S. 286

<sup>225</sup> Göpfert 2001, S. 135

#### 4.8 Journalisten als Gesundheitsförderer? Eine Ernüchterung

In den vergangenen Jahrzehnten haben sich die Theorien und Methoden der Gesundheitsaufklärung deutlich gewandelt. Mann<sup>226</sup> unterscheidet drei aufeinander folgende Modelle: Das aufklärerische Modell, das Einstellungs-Modell und das Lebensweisen-Modell.

Die frühen aufklärerischen Modelle gingen davon aus, dass Menschen ihr Verhalten ändern, wenn sie nur ausreichende und richtige Information bekommen.

„Aus diesem Verständnis, den Menschen als rationales Wesen zu betrachten, wurde in den frühen Gesundheitskampagnen versucht, möglichst breit und gut in den verschiedensten Medien zu informieren.“<sup>227</sup>

Das erinnert an den modellhaften „Homo oeconomicus“ aus der Wirtschaftswissenschaft. Der agiert ebenfalls streng rational und ausschließlich gewinnorientiert. Ein vergleichbarer „Homo salutologicus“ würde kühl und rational in allen Lebensbereichen nach ausschließlich gesundheitlichen Kriterien entscheiden, weil sein ganzes Streben auf die Maximierung seiner Gesundheit und Lebensspanne fixiert ist.

Auch Gesundheitsförderer gingen also von einem einfachen Stimulus-Response-Effekt im Publikum aus. Information über Gesundheitsrisiken würden reflexartig zu entsprechenden Lebensstilveränderungen führen. Deshalb waren die frühen Kampagnen darauf ausgelegt, Fakten zu vermitteln. Informationen wurden dabei als Gegenstände aufgefasst, „die sich unverändert von einem Bewusstsein in ein anderes übertragen lassen“.<sup>228</sup> Medien, mit ihrer Fähigkeit, viele Menschen mit vielen Informationen zu erreichen, waren hier die idealen Partner der Gesundheitsförderer.

Doch es stellte sich bald heraus, dass ein ungesunder Lebensstil meist gar nicht am Wissensmangel lieg. Studien zeigten, dass gesundheitsbezogene Informationen vergleichsweise schnell angenommen und aus dem Gedächtnis zurückgerufen werden können.<sup>229</sup> Als Hemmnis für Verhaltensänderungen, wurden jetzt Einstellungen ausgemacht. Von nun an galt es, diese Einstellungen zu ändern. Dieses Konzept wurde als „Knowledge,

---

<sup>226</sup> Mann 1992

<sup>227</sup> Mann 1992, S. 59

<sup>228</sup> Svoboda 1998, S. 46f

<sup>229</sup> Gredler 1984, S. 117

Attitude, Practice“- oder auch als KAP-Modell bekannt.<sup>230</sup> Doch die nächste Ernüchterung folgte schon wenig später. Studien machten deutlich, dass selbst ausreichendes Wissen und positive Einstellungen nicht unmittelbar zu einem entsprechendem Lebensstil führten. Was brauchte es also noch?

Zu diesem Zeitpunkt war der Homo oeconomicus als prognosefähiges Modell schon längst entsorgt worden. Die Ökonomen hatten erkannt: Ein Modell, das auf der Annahme aufbaut, der Mensch würde sein Verhalten rein rational ausrichten,

„bleibt (...) individualistisch und voluntaristisch. Es ignoriert ein Ergebnis der mikrosoziologischen Forschung, dass nämlich Handlungsresultate innerhalb eines Kontextes *sozial* erzeugt bzw. *interaktiv* ausgehandelt werden und nicht individuell kalkuliert werden. Es ignoriert überdies, dass Handlungsresultate oft nicht bewusst ‚kalkuliert‘ werden (...).<sup>231</sup>

Jetzt wurden solche Einsichten und die gesammelten Erfahrungen aus der Gesundheitsaufklärung zum so genannten Lebensweisen-Modell entwickelt. Es besagt, dass das Gesundheitsverhalten eingebettet ist in den gesamten Lebenskontext des einzelnen Menschen. So bestimmen die persönlichen, gesellschaftlichen und sogar ökologischen Umfelder das jeweilige Gesundheitsverhalten mit.

Diese Erkenntnis war freilich nicht mehr ganz neu – sie findet sich bereits in einem Lehrbuch der medizinischen Schule von Kos, in der Hippokrates im Jahr 400 vor Christus gelehrt hat. Schon hier ist von Auswirkungen von Bräuchen und Lebensumständen auf die Gesundheit die Rede:

„Wenn du als Fremder in eine Stadt kommst, so betrachte die Lage, die Winde, das Aufgehen der Sonne, die Gewässer, den Boden und die Art und Weise, in der die Einwohner leben und welchen Zielen sie nacheifern – denn wenn du diese Kenntnisse hast, wirst du verstehen, welche Krankheiten für diesen Ort typisch sind, sowie welche Ausprägungen verbreiteter Krankheiten du finden wirst.“<sup>232</sup>

---

<sup>230</sup> Mann 1992, S. 60

<sup>231</sup> Knorr-Cetina 1991, S. 134f

<sup>232</sup> nach Gredler 1984, S. 15

Rund 2400 Jahre später formuliert Gredler den Umkehrschluss: dass nämlich der „Einzelne wenig Möglichkeiten hat zur Gesundheitsförderung beizutragen, wenn die individuellen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen unberücksichtigt bleiben.“<sup>233</sup>

Die neue – man könnte auch sagen: altgriechische – Sichtweise fand ihren Niederschlag in der Ottawa Charter for Health Promotion, die am 21. November 1986 von der WHO verabschiedet wurde. Das Credo der Branche lautete von nun an:

„Health Promotion includes a secure foundation in a supportive environment, access to information, life skills and opportunities for making healthy choices. People cannot achieve their fullest health potential unless they are able to take control of those things which determine their health.“<sup>234</sup>

Es ging also nicht mehr nur darum, Menschen zu informieren, zu erziehen und zu ermahnen. Nun sollten Menschen die notwendigen Wahlmöglichkeiten für richtige Entscheidungen erhalten. Auf der Liste all jener Akteure, die laut der Ottawa-Charta in diesem Sinn zusammen arbeiten sollten, stehen die Medien nur noch an letzter Stelle: „[H]ealth promotion demands coordinated action by all concerned: by governments, by health and other social and economic sectors, by nongovernmental and voluntary organizations, by local authorities, by industry and by the media.“<sup>235</sup>

Das neue Denken schlug bis in die Struktur der WHO durch: Noch zu Beginn der 1990er Jahre gab es dort eine „Division of Health Promotion, Education and Communication“. Nach einigen Restrukturierungen arbeitet dort mittlerweile ein „Department of Chronic Diseases and Health Promotion“ an der modifizierten Aufgabenstellung. Die liegt nun auch darin, die „health literacy“ zu heben. In Vorbereitung der Ottawa-Nachfolgekonferenz in Nairobi im Jahr 2009 wird diese „literacy“ so beschrieben:

„Health Literacy goes beyond a narrow concept of health education and individual behaviour-oriented communication, and addresses the environmental, political and social factors that determine health. (...) Health education is achieved therefore, through methods that go beyond information diffusion and entail interaction,

---

<sup>233</sup> Gredler 1984, S. 27

<sup>234</sup> WHO, 1986: Ottawa Charter for Health Promotion. zitiert nach:  
[www.who.int/hpr/NPH/docs/ottawa\\_charter\\_hp.pdf](http://www.who.int/hpr/NPH/docs/ottawa_charter_hp.pdf); Download am 18. 12. 2004

<sup>235</sup> ebendort

participation and critical analysis. Such health education leads to health literacy, leading to personal and social benefit (...).“<sup>236</sup>

Für die notwendige Kommunikation setzen die Gesundheitsförderer sämtliche Instrumente aus dem Werkzeugkoffer der PR ein: Werbekampagnen, soziales Marketing bis hin zu Strategien im Bereich von Unterhaltung und Erziehung. Eine Analyse der Resultate solcher Kampagnen in den USA kommt zu dem Schluss, dass damit auch tatsächlich Wirkungen erzielt werden konnten. Als wesentlich erwiesen sich mehrere Faktoren:

„Effective public health media campaigns typically have two important qualities: They feature well-designed messages, and those messages are delivered to their intended audience with sufficient reach and frequency to be seen or heard and remembered.“<sup>237</sup>

Doch selbst wenn diese Idealbedingungen erfüllt sind, bleibt eine Einschränkung: „The effects of health communication campaigns are typically only modest in size.“<sup>238</sup>

Massenmedien können die geforderten Einschränkungen auf ein exakt umrissenes Zielpublikum und ein immer wieder kehrendes Thema nicht leisten. Je exakter die Zielgruppe umrissen ist, desto größer die Zahl der nicht angesprochenen Rezipienten. Und je genauer die übermittelte Information auf eine Zielgruppe zugeschnitten ist, desto irrelevanter wird sie für Nichtmitglieder der Zielgruppe.<sup>239</sup> Tatsächlich richten sich Medien mit einer Fülle von Themen an ein breites und heterogenes Publikum.

„Dementsprechend steht nicht die intendierte und geplante Beeinflussung von homogenen Zielgruppen mittels speziell darauf zugeschnittener uniformer Botschaften während einer bestimmten Zeitperiode und bezüglich eines speziellen Anliegens (...) im Zentrum.“<sup>240</sup>

Um effizientere Methoden zu finden, mit denen Menschen zu den richtigen Entscheidungen gebracht werden können, haben Mediziner aus den USA, Großbritannien und den Niederlanden 108 Evaluationsstudien von Gesundheitskampagnen einer Meta-Analyse unterworfen. Sie wollten wissen, welche Interventionen Menschen dazu bringen, sich gegen

---

<sup>236</sup> WHO 2009: <http://www.who.int/healthpromotion/conferences/7gchp/track2/en/index.html>  
Download am 30.5.2009

<sup>237</sup> Abroms/Maibach 2008

<sup>238</sup> Abroms/Maibach 2008, S. 221

<sup>239</sup> vgl. Gottschlich 1998, S. 156f

<sup>240</sup> Bonfadelli/Friemel 2006, S. 19

Grippe oder Pneumokokken impfen zu lassen oder einen Krebs-Test durchführen zu lassen. Dabei zeigte sich, dass es vor allem Änderungen in der Organisation dieser Verfahren sind, die zum größten Zuspruch führen. Erfolgreich ist demnach die Durchführung von Gesundenuntersuchungen im Anschluss an anderen Untersuchungen, die Eröffnung von spezialisierten Einrichtungen und ähnliches. „Education“ allein reichte dagegen nur selten als Anreiz, wirklich einen Arzt aufzusuchen.<sup>241</sup>

Manns Resümee aus der Geschichte der Gesundheitsförderung: Mit zunehmender theoretischer und praktischer Entwicklung nimmt die Bedeutung von Information ab.<sup>242</sup> Parallel dazu schrumpft auch die Rolle, die Medien bei der Gesundheitsförderung zugeschrieben wird.

Nachrichten aus der Welt der Medizin haben also – bisher – keine nachweisbaren Auswirkung auf das Gesundheitsverhalten und taugen auch nicht zur Gesundheitsförderung. Bleibt die Frage, warum sie dennoch regelmäßig ein so großes Publikum finden. Laut Gottschlich liegt das Geheimnis in der Psyche des Publikums: Mit Hilfe der Gesundheitsstories lenken sich Rezipienten „vom Unausweichlichen“ ab. Medien erzeugen durch ihre Darstellung von Krankheit, Gesundheit und Heilungsverfahren beim Publikum

„die Illusion, über Gesundheit wie über ein beliebiges Konsumgut verfügen zu können. So, als sei Gesundheit nicht jeweiliges, flüchtiges Ergebnis subjektiver Biographie in all ihrer Dynamik und Komplexität, sondern das lineare Resultat der Summe konsumierter Gesundheitstipps.“<sup>243</sup>

Medien erfüllen demnach einen „Entlastungsfunktion“. Doch gerade der Versuch, sich zu entlasten, kann für die Rezipienten zu neuen Belastungen führen.

„Zur Paradoxie der Massenkommunikation zählt (...), dass mit dem Anwachsen der Informationsflut nicht auch die Garantie der sinnvollen kognitiven Verarbeitung einhergeht – was aber in der Regel unterstellt wird. Die Informationsflut schafft vielmehr Unsicherheit, die wiederum durch vermehrten Informationskonsum auszugleichen versucht wird. Das Resultat ist eine sich immer schneller drehende Spirale aus Angebot und Nachfrage, die sich aber nie decken kann.“<sup>244</sup>

---

<sup>241</sup> Stone 2002, S. 642

<sup>242</sup> Mann 1992, Seite 56

<sup>243</sup> Gottschlich 1998, S. 152

<sup>244</sup> Gottschlich 1998, S. 155f

Diese Diagnose scheint auch empirisch nachweisbar zu sein: Göttinger Ernährungspsychologen haben im Abstand von zehn Jahren untersucht, wie sich die Bürger über Ernährungsfragen informiert fühlten. „Auf einen Nenner gebracht: schlecht. Obwohl sie mehr Informationsquellen nutzen konnten, zeigten sich die Menschen verwirrter und unsicherer als zuvor.“<sup>245</sup>

Bleibt also die Ernüchternde Erkenntnis: Die einzige Wirkung von Medizingeschichten sind möglicherweise die unerwünschten Nebenwirkungen.

#### 4.9 Die Suche nach der passenden Rolle

Für Praktiker kann eine solche Bilanz ebenfalls eine „Entlastungsfunktion“ haben. Wenn sie als Aufklärer und Erzieher nichts taugen, dürfen sie sich ganz auf ihre Aufgabe als Journalisten konzentrieren. Die Qualitätskriterien für diese Arbeit unterscheiden sich nicht von jenen, die auch in anderen Ressorts gelten. Spezialisiert sind lediglich Teile des Zugangswissens – also Kenntnis und kompetente Einschätzung von Quellen – sowie gewisse Methodenkenntnisse – etwa für die Deutung medizinischer Studien.

Im englischsprachigen Raum gibt es mehrere Initiativen, die diese Fertigkeiten fördern sollen. Im Jahr 2000 begann der Medizinjournalist Ray Moynihan Medizinberichte in Australischen Zeitungen und Fernsehsendungen zu analysieren. In 124 Beiträgen entdeckte er Angaben über den Nutzen einer neuen Behandlung. Doch nur 18 Beiträge nannten den absoluten Nutzen. Die anderen Geschichten bezifferten lediglich den wenig aussagekräftigen relativen Nutzen.<sup>246</sup>

Angeregt durch diese Resultate beobachten Public Health Experten seit 2004 systematisch die Medizin-Berichterstattung in Australien. Die Resultate werden laufend unter [www.mediadoctor.org.au](http://www.mediadoctor.org.au) veröffentlicht. Seit 2005 gibt es eine ähnliche Initiative in Kanada ([www.mediadoctor.ca](http://www.mediadoctor.ca)). Doch die Kriterien, die hier angewendet werden, entlarven die Initiatoren als Agenten des Paradigmas des Medizinjournalismus. Bewertet wird nämlich, ob eine Nachricht aus dem Medizinbetrieb richtig übersetzt worden ist.

---

<sup>245</sup> Göpfert/Peters 1996, S. 21

<sup>246</sup> Moynihan 2000, S. 1645

Im April 2006 schließlich startete HealthNewsReview.org<sup>247</sup> in den USA. Hier vergibt der Journalismus-Professor Gary Schwitzer als Herausgeber täglich „Grades for Health news reporting“. Geschichten in großen amerikanischen Tages und Wochenzeitungen sowie der Nachrichtenagentur Associated Press und TV-Stationen werden anhand von zehn Kriterien analysiert und je nach Abschneiden mit bis zu fünf Sternen bedacht. Fünf-Sterne-Geschichten werden mit einer ausführlichen Kritik gewürdigt und – gleichsam als Vorbild – einige Wochen lang auf der Website präsentiert.

Schwitzers Kriterien sind stärker an journalistischen Qualitätsmaßstäben orientiert. Etwa: Basiert ein Beitrag ausschließlich auf einer Presseaussendung? Oder gibt es auch unabhängige Quellen? Werden mögliche Interessenskonflikte verschiedener Informanten offen gelegt? Andere Kriterien sind auf Medizinberichte zugeschnitten. Zum Beispiel: Erwähnt der Beitrag, ob die jeweilige Behandlungsmethode schon verfügbar ist, oder erst in einer Entwicklungsphase? Wird in der Geschichte „Disease-Mongering“ betrieben? Wird bei Nachrichten über neue Behandlungsmethoden zwischen Einzelbeobachtungen und klinischen Studien unterschieden? Wird der mögliche Nutzen einer Behandlung richtig kommuniziert? Werden alternative Behandlungsmethoden erwähnt?

Im Grunde geht aber auch Schwitzer davon aus, dass die Journalisten ihre Inspirationen aus dem Medizinbetrieb bekommen. Eigenheiten eines Beitrages wie etwa die Gestaltung, eine allfällige investigative Leistung, besondere Aktualität oder Brisanz einer Geschichte, Verständlichkeit, Originalität, Attraktivität für ein breites Publikum, Trennung von Nachricht und Kommentar, Fairness, oder eine gelungene Anknüpfung an die Lebenswelt des Publikums werden nur in den eingehenden Kritiken diskutiert. Daher kann auch Schwitzers Bewertung für Journalisten nur bedingt als verbindlicher Maßstab gelten.

Dabei kann guter, kritischer und nach eigenen Kriterien findiger Journalismus auch Bereich der Heilberufe positive Veränderungen bewirken, indem er populäre aber unwirksame Verfahren von Quacksalbern entlarvt. Die Folgen davon beschreibt Wasilewski anhand eines historischen Beispiels:

„Mehr und mehr (...) erlebt der Beruf des Arztes in der Tagespublizistik eine Aufwertung gegen Kurpfuscherei, denen die Autoren im 18. und 19. Jahrhundert den

---

<sup>247</sup> <http://www.healthnewsreview.org/>

publizistischen Kampf ansagen. Vor allem in der Zeitschriftenpresse nehmen medizinische Wissenschaft und der Beruf des Arztes einen zunehmend geschätzten Rang ein.“<sup>248</sup>

Rezenter ist der Befund von Bonfadelli und Friemel. Die beiden kommen zu dem Schluss, dass Medienprodukte zum Thema Medizin eine gesamtgesellschaftliche Wirkung haben können.

„So liegen empirische Befunde vor, dass im politischen Entscheidungsfindungsprozess bezüglich Gesundheitsfragen die Massenmedien die einzige gemeinsame Quelle aller Politiker darstellen und ein Zusammenhang zwischen der Höhe der Medienaufmerksamkeit und des ‚policy response‘ in Form von Gesetzesentwürfen bestehen.“<sup>249</sup>

Noch ein Argument gegen eine Orientierung von Journalisten an den Forderungen des Paradigmas des Medizinjournalismus.

#### 4.10 Zusammenfassung

Das Aufgabenfeld der Medizin hat sich in den vergangenen 100 Jahren deutlich verschoben. Zur Aufgabe, Mikroben zu tilgen kam der Kampf gegen nicht übertragbare, durch den Lebensstil beeinflussbare Krankheiten. Darüber hinaus entwickelt der Medizinbetrieb ein ständig wachsendes, zunehmend kommerzialisiertes Angebot. Körperliche Zustände und Befindlichkeiten, die zuvor von den Betroffenen hingenommen werden mussten, verwandeln sich im Zuge der Medikalisierung in behandelbare Krankheiten.

Um Informationen über einen gesünderen Lebensstil sowie über das eigene wachsende Angebot an das Publikum zu bringen, drängt der Medizinbetrieb an die Öffentlichkeit. Klassische Werbung, die sich direkt an die Kundschaft beziehungsweise an die Patienten wendet, ist dieser Branche jedoch verboten. Das macht andere PR-Maßnahmen umso wichtiger.

Für die Medien sind Nachrichten aus der Welt der Medizin innerhalb von drei Jahrzehnten vom Lückenbürger zum zuverlässigen Quotenbringer aufgestiegen. Einschlägige Special-Interest Magazine erreichen eine Verbreitung, die mit jener von Nachrichten- oder

---

<sup>248</sup> Wasilewski 1988, S. 155

<sup>249</sup> Bonfadelli/Friemel 2006, S. 96f

Wirtschaftsmagazinen vergleichbar ist. Diese Produkte entstehen jedoch unter prekären Bedingungen. Unter freien Medizinjournalisten ist es offenbar gängige Praxis, gleichzeitig sowohl als Journalist als auch als PR-Experte zu arbeiten. Eine wirklich unabhängige Betrachtung des Medizinbetriebes fällt unter diesen Umständen schwer. Zu erwarten sind tendenziell unkritische, an den Interessen des Medizinbetriebes orientierte Beiträge.

Trotz der gegenseitigen Abhängigkeit ist das Verhältnis zwischen dem Medizin- und dem Medienbetrieb schwierig. Den Medien wird vorgeworfen, nicht „richtig“ über Medizin zu berichten. Forderungen nach einer Korrektur werden untermauert mit dem Hinweis darauf, dass die Medien mit ihrer Berichterstattung die Gesundheit des Publikums beeinflussen könnten: Kritisch Berichte würden Patienten verunsichern. Deshalb sollten sich die Medien darauf beschränken, medizinisches Wissen zu popularisieren um dem Publikum so Anleitungen für ein gesünderes Leben an die Hand zu geben. Diese Forderung wurde als „Paradigma des Medizinjournalismus“ bezeichnet.

Untersuchungen zur Wirkung von Medien zeigen jedoch, dass es kaum einen Zusammenhang zwischen der Berichterstattung von Medien und dem tatsächlichen Gesundheitsverhalten der Rezipienten gibt. Professionelle Gesundheitsförderer haben das bereits vor mehr als 20 Jahren erkannt und setzen daher nicht mehr auf diese vermeintliche Aufklärungsfunktion der Massenmedien. Der Verzicht auf eine unabhängige Beobachtung des wirtschaftlich bedeutenden Funktionssystems hätte somit weniger positive Wirkungen als unerwünschte Nebenwirkungen.

Damit gewinnt die Frage an Brisanz: Was halten die vom Paradigma des Wissenschaftsjournalismus und vom Paradigma des Medizinjournalismus betroffenen Journalisten selbst für ihre Aufgabe?

## 5 Journalisten und ihr Selbstverständnis

Göpfert versammelt auf wenigen Zeilen eine ganze Reihe von Anforderungen, denen Journalisten ausgesetzt sind:

„Das *Wirtschaftssystem* erwartet vom Wissenschaftsjournalismus, dass er Voraussetzungen für profitable wirtschaftliche Aktivitäten schafft hilft (Technikakzeptanz, Fortschrittsorientierung, Kaufbereitschaft). Das *Gesundheitssystem* erwartet eine an seinen Standards orientierte Gesundheitsaufklärung. Das *Wissenschaftssystem* erwartet eine Wissenschaftspopularisierung, die Interesse und Begeisterung für Wissenschaft weckt. Aus dem *politischen System* kommen Forderungen nach Unterstützung umwelt- und technologiepolitischer Programme. Das Medienpublikum erwartet verständliche, unterhaltsame, anregende und relevante Information.“<sup>250</sup>

Lassen sich die Journalisten diese Funktionen aufschwatzten? Sind sie durch fehlende journalistische Vor- oder Ausbilder vielleicht selbst der Meinung, dass sie die genannten Erwartungen erfüllen sollten?

Wer Journalisten beforscht, hat es mit einer höchst heterogenen Truppe zu tun. Der Zugang zum Beruf steht in Demokratien prinzipiell jedem Menschen offen – entsprechend vielfältig sind sozialer und kultureller Hintergrund von Journalisten. Es gibt keine verpflichtende Berufsausbildung, die eine vorberufliche Sozialisierung leisten würde. Auch die Medienunternehmen als Arbeitgeber der Journalisten unterscheiden sich deutlich voneinander. Nachmittags-Talkshows brauchen anders verfasste Mitarbeiter als investigative Wochenmagazine. So lockt und prägt jede Redaktion andere Journalisten-Typen. Entsprechend wird jeder Journalist eine eigene Antwort geben auf die Frage: „Wofür halten sie sich eigentlich?“

Donsbach definiert: Rollenselbstverständnis ist, was Journalisten „als legitime Erwartungen an ihren Beruf“ ansehen, so dass sie sich „diese Erwartungen für ihr Selbstbild und ihr Aufgabenverhältnis zu eigen machen.“<sup>251</sup>

Zunächst soll erörtert werden, welche Erkenntnisse die Frage nach dem Rollenselbstverständnis bringen kann. Dem folgt eine kurzer Abriss über die Debatte um ein

---

250 Göpfert/Peters 1996, S. 21

251 Donsbach 2005, S. 415

angemessenes Rollenbild für Journalisten. Zuletzt folgen Empirische Befunde über das Rollenselbstbild von Journalisten im Allgemeinen sowie von Wissenschafts- und Medizijnjournalisten im Besonderen.

### 5.1 Wozu die Frage?

Welche Einsichten lässt die Forschung nach journalistischem Selbstverständnis erwarten? Klar ist, dass das Rollenselbstverständnis nicht ungefiltert auf die Beiträge von Journalisten durchschlagen. Grund dafür sind die Rahmenbedingungen, unter denen Journalisten arbeiten. Weischenberg hat diese Umstände systematisiert und zu einem „Zwiebelmodell“ angeordnet. Wie Schalen eines Zwiebels umhüllen Kontexte den individuellen Journalisten und beeinflussen seine professionellen Entscheidungen:

- Der „Normenkontext“ ist die äußerste Schicht. Hier wirken gesellschaftliche Rahmenbedingungen, historische und rechtliche Grundlagen, professionelle und ethische Standards. Ihm folgt der
- Strukturkontext. Dieser umfasst ökonomische, politische, organisatorische und technologische Notwendigkeiten. Eine Schicht darunter liegen der
- Funktionskontext oder die Gepflogenheiten im Medium: Hier wirken häufig gebrauchte Quellen und Referenzen, beliebte Berichterstattungsmuster und Darstellungsformen.<sup>252</sup>

Diese Kontexte wirken jedoch nicht vollständig determinierend. Selbst unter exakt gleichen äußeren Umständen werden verschiedene Journalisten unterschiedliche Entscheidungen treffen. Der Grund dafür liegt im Kern von Weischenbergs Zwiebel, im von ihm so genannten

- „Rollenkontext“. Hier sorgen Selbst- und Fremdbild, Sozialisierung und Professionalisierung für jeweils höchst persönliche Präferenzen.

Entscheidungen und Handlungen entstehen demnach in einem von Umständen und persönlichen Vorlieben umgrenzten Spielraum. Um die Auswirkungen des Rollenkontextes auf das tatsächliche Handeln zu prüfen, schlagen Scholl und Weischenberg vor, die

---

<sup>252</sup> Weischenberg 1998, S. 71

Einstellungen von Journalisten mit ihren manifest gewordenen Beiträgen zu vergleichen.<sup>253</sup> Einzuwenden ist allerdings, dass es gerade wegen der Vielzahl an Kontexten schwierig wäre, jenen zu benennen, der nun tatsächlich für eine Entscheidung ausschlaggebend war.

Belastbare Daten über einen direkten Zusammenhang zwischen Rollenselbstverständnis und veröffentlichter Arbeit gibt es bisher nicht. Donsbach unterstellt jedoch – ohne Evidenz zu nennen, aber plausibel –, dass das Rollenselbstverständnis die Arbeit von Journalisten zumindest „moderiert“:

„Beispielsweise kann das Rollenselbstbild eines neutralen Berichterstatters den Einfluss der redaktionellen Tendenz des Mediums oder der eigenen subjektiven Einstellungen zurückdrängen, bzw. ein eher politisches Selbstverständnis deren Einfluss verstärken.“<sup>254</sup>

Das Rollenselbstverständnis von Journalisten kann demnach zumindest in Ansätzen erklären, warum Medien so aussehen, wie sie eben aussehen. Erkenntnisgewinn verspricht die Erhebung von journalistischem Selbstverständnis vor allem dann, wenn die Resultate in einen historischen Zusammenhang gestellt werden und so die Berufstraditionen sichtbar werden. Oder wenn die Berufsauffassungen von Journalisten aus verschiedenen Ressorts verglichen werden.

## 5.2 Theorie – die Suche nach dem angemessenen Selbstverständnis

Im deutschsprachigen Raum war die Forschung über Journalismus, Journalisten, ihre Aufgaben und ihr Rollenselbstverständnis lange Zeit geprägt vom Bild des „großen Publizisten“. Prominent vertreten wurde dieses Konzept von Emil Dovivat.

„Seine Bewunderung galt dem ‚Lebenswagnis und Lebensopfer bedeutender publizistischer Persönlichkeiten‘. Ihn interessierten nicht die vielen Tausend anonymen Berufsinhaber, sondern die ‚publizistischen Menschen‘ vom Range Ghandis oder etwa Ossietzkys. (...) Ihr ‚Berufsschicksal ist ihre Funktion als ‚geistige Führer‘, als ‚Vollender des Zeitgeistes‘ und als ‚Vorläufer des Kommenden‘.“<sup>255</sup>

---

<sup>253</sup> Scholl/Weischenberg 1998, S. 163

<sup>254</sup> Donsbach 2005, S. 416

<sup>255</sup> Langenbucher 1974, S. 256

Dovivat zeichnete ein Idealbild, das auf angeborenen Gaben des Journalisten, auf seinen natürlichen Anlagen, seiner inneren Berufung, seiner „faustisch-ruhelosen Getriebenheit“ oder gar seiner „Sendung“ beruhte.<sup>256</sup> Dass sich diese Sichtweise in Deutschland als überaus haltbar erweisen konnte, führt Donsbach auf die wechselvolle deutsche Geschichte zurück:

„In Deutschland war der Journalismus bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts nie wirklich frei, sondern wurde für wechselnde weltanschauliche oder machtpolitische Interessen vereinnahmt. In einer solchen Umwelt hält sich noch lange das Selbstverständnis eines Journalisten als Freiheitskämpfer und Gegengewalt zu jeglicher Herrschaft. Gerade weil der Journalismus in Deutschland der in manchen Ländern gewährten Freiheitsrechte beraubt war, entwickelte sich ein Rollenselbstverständnis, das als Kern des Berufs die Freiheit zum Ausdruck der subjektiven Meinung ansieht.“<sup>257</sup>

Daran konnten auch gezielte Anstöße zur Modernisierung wenig ändern.

„Die Ambitionen der westlichen Alliierten, den deutschen Nachkriegsjournalisten ein angelsächsisches Rollenselbstverständnis nahe zu bringen, stießen auf vielfältigen Widerstand. Der damalige Vorsitzende des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV) plädierte für eine ‚Abkehr von jenem Zeitungs- und Journalistentyp, den die Besatzungsmächte in Deutschland zu züchten versuchen‘ und sein Nachfolger wollte die ‚alte Tradition‘ erhalten und wieder der ‚Entfaltung der journalistischen Persönlichkeit‘ alle Möglichkeiten geben.“<sup>258</sup>

Diese Faszination für den publizistischen Solitär wäre weiter nicht schlimm gewesen, allerdings: „Problematisch wurde dieser Ansatz, weil von solchen ‚publizistischen‘ Gestalten her auf den Berufsjournalisten geschlossen wurde und damit auf diesen (Berufs-)Ideale übertragen wurden, die aus einem ganz anderen Bereich stammen“<sup>259</sup>, so Langenbucher. Pointiert nennt Rühl die bewunderten „großen Publizisten“ die „Leitfossilien für den Journalismus (...), die sich in der Regel auf soziohistorisch überholte Berufskonzeptionen beziehen, die aber gleichwohl als Vorbilder für heutigen Journalismus angedient werden.“<sup>260</sup>

Hömberg fasst zusammen: Die Kommunikationswissenschaft befasste sich lange Zeit „in präskriptiver Attitüde eher mit der Berufsideologie als mit der Berufswirklichkeit des faktisch immer mehr innerhalb stark arbeitsteilig organisierter publizistischer Großorganisationen“

---

<sup>256</sup> zitiert nach Rühl 1992, S. 122f

<sup>257</sup> Donsbach 2005, S. 416

<sup>258</sup> ebendort

<sup>259</sup> Langenbucher 1974, S. 256

<sup>260</sup> Rühl 1992, S. 118

beschäftigten Journalisten.“<sup>261</sup> Erst zu Beginn der 70er Jahre wurde dieser „individualistisch-idealischer Ansatz“ (Hömberg) zugunsten einer stärker organisations- und berufssoziologisch orientierten Perspektive aufgegeben. Und dabei wurden ganz neue Aufgabenzuschreibungen und Rollenverständnisse formuliert.

Angeschoben wurde diese Verschiebung nicht zuletzt durch das 1957 publizierte Kommunikationsmodell von Westley/MacLean, das eine umfassendere Betrachtung des „Journalismus“ als System anregte und auch eine stärkere Berücksichtigung der Quellen von Journalisten nahe legte. Das führte zur Notwendigkeit expliziter Begriffs-Definitionen. Dabei stellte sich heraus, dass es einerseits Quellen für Kommunikation gibt und andererseits Journalisten. Doch wenn Journalisten keine Quellen (von „großer“ Publizistik) sind, was sind sie dann?

Die Antwort war „eine Funktionsdeutung für Medienberufe, die diese von anderen kommunikativen Rollen abhebt“<sup>262</sup>. Von nun an könne man genau zwischen dem Rollenbild des „Kommunikators“ und jenem des „Mediators“ unterscheiden, so Langenbucher: „Kommunikator“ ist nach dieser Definition in einer Demokratie prinzipiell jeder, der durch Rede oder Texte den öffentlichen Diskurs bestimmt oder weiter führt. Politiker tun das professionell, sie sind berufsmäßige Kommunikatoren. Aber auch in anderen Teilsystemen wie Wirtschaft, Religion, Kunst oder Wissenschaft gibt es Kommunikatoren, die „aus ihrem Lebens- und Berufsbereich heraus einmal oder regelmäßig die Kommunikator-Rolle spielen um exklusive oder nicht-exklusive Kommunikationskreise zu erreichen.“<sup>263</sup> Nur diese Figuren und ihre professionalisierten Helfer in PR und Werbung sind für die Produktion von Aussagen zuständig. Journalisten in Massenmedien sind dagegen – anders als von vielen selbst angenommen – eben keine Produzenten von Aussagen, keine „großen Publizisten“ sondern lediglich Vermittler oder „Mediatoren“ von Aussagen.<sup>264</sup>

Für die Wissenschaftsjournalisten lief die Debatte in eine andere Richtung: Die müssen offenbar immer wieder gegen die selbst gewählte oder vom Wissenschaftsbetrieb aufgedrängte Rolle des bloßen Vermittlers oder Übersetzers aufgewiegt werden.

---

<sup>261</sup> Hämberg 1982, S. 6

<sup>262</sup> Langenbucher 1974, S. 257

<sup>263</sup> Langenbucher 1974, S. 259

<sup>264</sup> Langenbucher 1974, S. 260f

Ronneburger etwa erinnert daran, dass Journalisten immerhin anhand eigener Kriterien agieren: „Wir haben zum *richtigen* Zeitpunkt das *richtige* Thema auszuwählen und zu behandeln, müssen an die *richtigen* Gesprächspartner herankommen, ihnen die *richtigen* Fragen stellen (...)“<sup>265</sup>

Auch Spinner hält die Vermittlerrolle für lediglich einen von zwei möglichen Wegen im Wissenschaftsjournalismus. Wenn sich ein Wissenschaftsjournalist auf diese Rolle beschränkt,

„dann leistet er – durchaus wichtige, aber erkenntnismäßig unselbständige – Vermittlung-, Vereinfachungs- und Verteilungsarbeit nicht im Solde, aber im Dienste der Wissenschaft, die er dem Publikum andient. (...) Die Nähe der Vermittlungs- zur Legitimationsfunktion ist offensichtlich.“<sup>266</sup>

Spinners zweiter Weg klingt dagegen ein wenig utopisch: Ein „neuartiger Wissenschaftsjournalismus“ würde sich in eine Symbiose mit der Wissenschaft begeben um dort mit seinem Gelegenheitswissen das wissenschaftliche Allgemein- und Erfahrungswissen zu ergänzen. Etwa, indem er – ansonsten durch Fächergrenzen getrennte – Expertisen zu einem Problem zusammen bringt. Der Journalist bekäme so eine eigenständige „Erkenntnisaufgabe im Rahmen des gesamten Problemlösungsprozesses“<sup>267</sup>, so Spinner.<sup>268</sup>

Diese Symbiose hat sich, abgesehen von wenigen Ausnahmen, nicht wirklich durchgesetzt. Tatsächlich hat sich überhaupt kein allgemein anerkanntes Selbstverständnis für Wissenschaftsjournalisten durchgesetzt. „Bis heute existiert kein klares, den Kern der Profession definierendes Berufsbild (...)“, meint Haller<sup>269</sup> und skizziert freihändig aber plausibel mehrere Berufsbilder vom Wissenschaftsjournalismus, die nebeneinander existieren

---

<sup>265</sup> Ronneburger 1989, S. 87

<sup>266</sup> Spinner 1987, S. 85

<sup>267</sup> Spinner 198, S. 86

<sup>268</sup> Das Wissenschaftsjournal „Science“ berichtete in seiner Ausgabe vom 29. August 2008 von einer derartigen, wie es dort genannt wurde, „unlikely“ Zusammenarbeit: Der Finnische Wissenschaftsjournalist Jani Kaaro hatte über eine Studie berichtet, in der ein Zusammenhang zwischen einer bestimmten Herzfehlern und Migräne ausgeschlossen wurde. Kaaro, der über keine einschlägige Ausbildung verfügt, vertiefte sich jedoch weiter in die Materie und entwickelte eine eigene Hypothese: Könnte es nicht sein, dass die embryonale Entwicklungsstörung, die den Herzschaden bewirkt, auch das Gehirn verändert? Er fragte bei Hirnforschern nach, die fanden in Scans von Migräne-Patienten tatsächlich die prognostizierten Abweichungen. Ihre Resultate publizierten der Journalist und die Wissenschaftler gemeinsam in einem Wissenschaftsjournal. (Bhattacharjee, Yudhijit: „An unlikely Collaboration“. In *Science*, Vol 321, Seite 1141. (29.8.2008)

<sup>269</sup> Haller 2008, S. 536

und weit verbreitet seien. Das historisch älteste Selbstverständnis ist jenes der technikbegeisterten Faktenvermittler. Hier werken Menschen, die sich selbst als Wissenschaftler oder wissenschaftlich kompetente Fachleute mit journalistischen Zusatzqualifikationen verstehen. Ihnen liegt die Popularisierung der Technik besonders am Herzen. Die anderswo selbstverständlich eingeforderte Distanz zum Gegenstand der Berichterstattung erscheint ihnen als kontraproduktiv. Laut Haller ist dieses Berufsbild „im Abklingen“.

Aktueller erscheint verglichen damit das Selbstbild von Journalisten, die sich als „informationskritische Vermittler zwischen der Welt der Fachwissenschaft (...) und der Bevölkerung verstehen und sich mit dem Problem eines für beide Seiten adäquaten Wissenstransfers befassen.“<sup>270</sup> Sie verstehen sich zunächst einmal als Journalisten, für die selbstverständlich alle entsprechenden Standards – etwa das Gebot der Distanz zu den Quellen – gelten, die aber zusätzlich über ein hohes Sach- und Methodenwissen verfügen.

Für die Journalisten im Allgemeinen lässt sich also ein Spektrum zwischen „Mediator“ und „großem Publizisten“ aufspannen, für die Wissenschaftsjournalisten eines zwischen „Übersetzer“ und „Hilfs-Forscher“. Doch wo sehen sich die Journalisten selbst? Eine Reihe von Untersuchungen gibt Antworten.

### 5.3 Empirie

Zur Operationalisierung des Forschungsgegenstandes entwerfen Kommunikationswissenschaftler seit Jahrzehnten Kategorien für Journalisten. Entweder entwickelten sie – wie Dovifat – auf Grundlage theoretischer Überlegungen idealtypische oder normative Typen. Oder sie fanden in den Daten empirischer Erhebungen Gruppen von Journalisten, die sich in ihren Einstellungen und Präferenzen ähneln und sich deshalb zu neuen Kategorien zusammen fassen ließen. Eine chronologische Ordnung solcher Modelle zeigt, wie sich das Forschungsinteresse vom individuellen Journalisten auf die Rolle der Journalisten im Kommunikationsprozess, auf ihre Funktion in der Gesellschaft verlagert hat.

---

<sup>270</sup> Haller 2008, S. 537

In den USA stellten Siebert et al. bereits 1956 ihre „Four Theories of the Press“ vor. Demnach gibt es „autoritäre“, „sowjetische“, „liberale“ und „sozial verantwortliche“ Journalisten.<sup>271</sup> 1975 versuchte Janowitz Journalisten anhand ihres Publikumsbildes zu unterscheiden und kam so zu einer Unterscheidung zwischen „Advocate“ und „Gatekeeper“. Der Advocate will die Interessen seines Publikums erkennen und vertreten. Der „Gatekeeper“ hält sein Publikum hingegen für mündig und wählt seine Themen nach klassischen Nachrichtenwerten aus.<sup>272</sup>

Weaver und Wilhoit wiederum schickten 1986 Fragebögen an Journalisten. Durch eine Faktorenanalyse fanden sie heraus, welche Statements und Antworten häufig gemeinsam gegeben werden und konstruierten so drei Typen von Rollenselbstverständnis: Mitglieder der ersten Gruppe sehen sich als neutrale Informationsvermittler („Information Dissemination“). Für die zweite Gruppe steht investigatives Recherchieren ansonsten unzugänglicher Informationen im Vordergrund („interpretative-investigative“). Mit „adversary“ bezeichneten die Forscher schließlich jene Journalisten, die eine grundsätzliche Gegnerschaft zu Politik und Wirtschaft zum Ausdruck bringen.<sup>273</sup>

1986 verglich Köcher das Rollenselbstverständnis von britischen und deutschen Journalisten. Erstere verstanden sich tendenziell eher als „Spürhunde“, letztere als „Missionare“.<sup>274</sup> Wagner entdeckte 1998 erstmals Journalisten, die sich tatsächlich als reine Mediatoren im Sinne Langenbuchers verstanden: Er nannte sie die „Vermittlungsfunktionäre“. Sie sehen sich als Vermittler von Kommunikation und als Kommunikationsdienstleister, deren Kenntnisse und Fähigkeiten jeder „Kommunikationsinteressent“ einfordern darf.<sup>275</sup>

Detaillierte Untersuchungen über österreichische Journalisten hat Karmasin durchgeführt. Jeweils 1994 und 2004 erhob er mittels Telefonumfragen die Moral von österreichischen Journalisten. Eine der Fragen lautete: „Was ist für Sie das wesentlichste Ziel journalistischen Arbeitens?“<sup>276</sup>

---

<sup>271</sup> Donsbach 2005, S. 416

<sup>272</sup> Donsbach 2005, S. 416

<sup>273</sup> Donsbach 2005, S. 418

<sup>274</sup> ebendort

<sup>275</sup> Wagner 1998, S. 107

<sup>276</sup> Karmasin 2005, S. 79

Tabelle 1: Ziele journalistischer Arbeit 1994 und 2004

	1994	2004
Information	99	74
Objektivität	39	40
Dinge konsequent zu tun	29	20
Die Wahrheit veröffentlichen	29	32
Aufklärung	21	49
Unterhaltung	8	36

Quelle: Karmasin 2005: S. 79; Angaben in Prozent

Als „beachtlich“ bewertet der Autor, dass neben der Unterhaltung auch die Aufklärung eine höhere Bedeutung erlangt hat. „Mit der starken Gewichtung der Aufklärung wird der Rolle des Journalismus als vierter Gewalt Rechnung getragen, die auch korrigierend eingreift und über die wahren (oder vermeintlich wahren) Verhältnisse aufklärt.“<sup>277</sup>

2008 untersuchen Kaltenbrunner et al. das Selbstverständnis von 500 österreichischen Journalisten.<sup>278</sup> Dazu übernehmen sie das Studiendesign von Weischenberg et al.<sup>279</sup> Die Befragten bekamen 15 verschiedenen Aussagen zum journalistischen Selbstverständnis zu hören und konnten auf einer fünfteiligen Skala zwischen „voll und ganz“ und „überhaupt nicht“ zustimmen. Ziel war es, jeden Befragten einer von drei Kategorien zuschlagen zu können. Eine Faktorenanalyse der Antworten ergab jedoch, dass es nicht drei sondern vier, deutlich voneinander zu trennende Journalistentypen gibt. Die Autoren beschreiben diese Typen so:

<sup>277</sup> Karmasin 2005, S. 79

<sup>278</sup> Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008, S. 18

<sup>279</sup> vgl: Weischenberg, Siegfried; Malik, Maja; Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK

„1. Der *objektive Vermittler* sieht seine Rolle vor allem darin, das Publikum neutral und präzise zu informieren. Er will dabei die Realität genau so abbilden, wie sie ist, und hält es für seine Aufgabe, dem Publikum komplexe Sachverhalte zu erklären. Seine eigene Meinung will er nicht in die Berichterstattung einfließen lassen, aktive Einflussnahme hält er nicht für opportun.

2. Der *Kritiker* will Missstände aufdecken. Er will aktiv die politische Tagesordnung beeinflussen und dafür sorgen, dass Themen auf die Agenda gesetzt werden. Mit seiner Tätigkeit will er Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren. Wichtig ist ihm dabei auch der Einsatz für die Benachteiligten in der Bevölkerung.

3. Der *Entertainer* will ein möglichst breites Publikum erreichen und diesem Unterhaltung und Entspannung bieten. Viele Journalisten dieses Typus verstehen sich auch als Ratgeber. Auffällig ist, dass Journalisten, die sich als Entertainer verstehen, der Rolle des Erklärs und Vermittlers komplexer Sachverhalte eher ablehnend gegenüber stehen.

4. Der *Ratgeber* sieht es vor allem als seine Aufgabe, neue Trends aufzuzeigen und Ideen zu vermitteln. Er will positive Ideale vermitteln, Lebenshilfe geben und Nutzwert bieten. Dazu ist er auch bereit, dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.“<sup>280</sup>

69 Prozent der antwortbereiten Journalisten sehen sich überwiegend als objektive Vermittler, 24 Prozent als Entertainer, 16 Prozent als Ratgeber und nur 13 Prozent als Kritiker.<sup>281</sup>

Weitere Auswertungen lassen es möglich erscheinen, dass das Rollenselbstverständnis des Journalisten als „Kommunikators“, wie es von Langenbucher definiert wurde<sup>282</sup>, auch heute noch weit verbreitet ist: 42 Prozent der Befragten bewerten die Präsentation eigener Ansichten als wichtig – und halten das für eine „Serviceleistung“. Zwei Drittel der Befragten wollen „positive Ideale vermitteln“, und 54 Prozent wollen Lebenshilfe für das Publikum bieten.<sup>283</sup> All diese Präferenzen sind zumindest kompatibel mit der tendenziell paternalistischen oder pädagogischen Haltung eines (großen?) Publizisten gegenüber seinem Publikum.

---

<sup>280</sup> Kaltenbrunner 2008, S. 20

<sup>281</sup> Kaltenbrunner 2008, S. 21

<sup>282</sup> Langenbucher 1975, S. 258f

<sup>283</sup> Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008, S. 23

### 5.3.1 Wissenschaftsjournalisten

Studien über Wissenschaftsjournalisten gibt es nur wenige. Das wird nicht zuletzt darauf zurück geführt, dass diese Berufsgruppe sehr heterogen ist. Journalisten, die Beiträge über Wissenschaft verfassen sitzen eben nicht nur in den einschlägigen Fachjournalen, Magazinen und in den Wissenschaftsressorts. Über Wissenschaft wird auch unter Rubriken wie „Hochschule“, „Computer“, „Bildung“ und anderen berichtet.<sup>284</sup>

Die erste empirische Arbeit, die sich mit dem Rollenselbstverständnis von Wissenschaftsjournalisten auseinander setzte, war jene von Walter Hömberg. Im Juni 1974 verschickten er und seine Mitarbeiter einen 19seitigen Fragebogen an 495 Wissenschaftsjournalisten. Erhoben wurden vor allem berufsbiographische Daten aber auch das „Selbstbild“ und „berufsspezifische Einstellungen“. 200 Fragebögen kamen auswertbar zurück.<sup>285</sup> Die Umfrage ergab: 97 Prozent der antwortbereiten Journalisten sehen sich als Faktenvermittler, 81,9 Prozent als kritische Analytiker. Für praktische Ratschläge fühlen sich 76,1 Prozent zuständig, für Anregung und Unterhaltung 64,6 Prozent.<sup>286</sup>

Der hohe Anteil von „kritischen Analytikern“ überrascht zunächst. Hömberg ergänzt diese Daten jedoch durch zwei Beobachtungen: Erstens sehen sich viele der Befragten sowohl als Faktenvermittler als auch als kritische Analytiker. Für Hömberg passt das nur schwer zusammen, „da man schwerlich gleichzeitig ‚neutral‘ und ‚kritisch‘ berichten kann.“<sup>287</sup> Vielleicht, so Hömberg, könne man diese Überschneidung damit erklären, dass die Journalisten zwar tatsächlich hauptsächlich als Übermittler von Fakten auftreten, *eigentlich* jedoch lieber kritisieren würden.<sup>288</sup>

Außerdem zeigte sich, dass Wissenschaftsjournalisten unter „kritischer Analyse“ etwas Anderes verstehen, als ihre Kollegen aus anderen Ressorts: „Kritik verstehen sie nicht als

---

<sup>284</sup> Blöbaum 2008, S. 247

<sup>285</sup> Hömberg 1982, S. 13f

<sup>286</sup> Hömberg 1982, S. 118

<sup>287</sup> Hömberg 1982, S. 122

<sup>288</sup> Hömberg 1982, S. 124; Dass sie trotz ihres Wunsches nicht kritisch auftreten, könnte laut Hömberg mehrere Gründe haben: Die Journalisten wollen sich das Verhältnis zu ihren Quellen nicht verscherzen; fundierte Kritik verursacht ihnen zu viel (Recherche-)Arbeit; die Journalisten gehen davon aus, dass sich ein gut ausgebildetes Publikum ohnehin einen Reim auf die Geschichte macht und schließlich: Die Journalisten könnten vor Kritik zurück schrecken, um das Publikum nicht zu beunruhigen.

anwaltschaftliche Kritik für die aus der wissenschaftlichen Kommunikation ausgeschlossene Öffentlichkeit, sondern eher im Sinne binnenwissenschaftlicher Kritik.“<sup>289</sup> Doch selbst nach dieser Definition sind einige Journalisten vorsichtig. Auf die Frage „sollte ein Journalist innerhalb eines Beitrages kontroverse wissenschaftliche Positionen darstellen?“ antworten 13,4 Prozent mit „eher nein, weil sonst die Leser bzw. Hörer zu sehr verunsichert werden.“<sup>290</sup>

1986 befragt Hömberg Chefredakteure nach den ihrer Meinung nach wichtigsten Aufgaben ihrer Mitarbeiter in den Wissenschaftsressorts. 91 Prozent stimmten zu, sie sollten in erster Linie Fakten vermitteln. 82,3 Prozent erwarteten „praktische Ratschläge und Orientierung“. „Kritische Analyse und Bewertung“ hielten dagegen nur 49,5 Prozent für wichtig – diese Funktion lag damit in der Reihung der möglichen Aufgaben an letzter Stelle.<sup>291</sup>

1997 befragten Göpfert und Schanne Journalisten, die durch das „Förderprogramm Wissenschaftsjournalismus“ der Robert Bosch Stiftung unterstützt worden waren, nach der ihrer Meinung nach wichtigsten Aufgabe des Wissenschaftsjournalismus. 29 Prozent der Befragten gaben an, Hauptaufgabe ihrer Tätigkeit sei es, Wissen zu mehren und zu vertiefen. Dinge „Verständlich machen, übersetzen“ hielten 26 Prozent für ihre Hauptaufgabe.<sup>292</sup> Göpfert und Schanne resümierten:

„Werden ‚Aufgabenmuster‘ für Journalisten/innen und Wissenschaftsjournalisten/innen unter den Stipendiaten/innen gesucht, dann betonen die Wissenschaftsjournalisten/innen ein Muster ‚Aufklärung‘ (,Wissen mehren‘; ‚Aufklären‘) vor dem Muster ‚Journalismus‘ (,Aktuell informieren‘; ‚Kritik üben‘; ‚Gesellschaftliche Relevanz hinterfragen‘) und einem Muster ‚Nutzen für Rezipienten/innen mehren‘ (,Verständlich machen, übersetzen‘; ‚Zugänge eröffnen‘; ‚Informierte Teilnahme ermöglichen‘; ‚Praktischen Nutzen zeigen‘).“<sup>293</sup>

Dreißig Jahre nach Hömbergs erster Befragung wiederholten Meier/Feldmeier die Untersuchung. In 35 Telefoninterviews mit deutschen Wissenschaftsjournalisten fragen sie abermals die Zustimmung zu den Statements ab – und entdecken deutliche Veränderungen im Selbstverständnis.

---

289 Hömberg 1982, S. 128

290 Hömberg 1982, S. 126

291 Hömberg 1986: Seite 58

292 Göpfert/Schanne 1997, S. 15

293 ebendort

Tabelle 2: Ziele von Wissenschaftsjournalisten 1974 und 2005

Wissenschaftsjournalisten sollten...	Hömberg 1974	Meier/Feldmeier 2005
...zur Anregung und Unterhaltung der Leser, Hörer, Zuschauer beitragen.	64,6	86
...wissenschaftliche Institutionen und Projekte kritisch analysieren und bewerten.	81,9	89
...über Fakten zum Stand der wissenschaftlichen Forschung informieren.	97	100
...praktische Ratschläge und Orientierungshilfen für die Leser/Hörer/Zuschauer geben.	76,1	83

Quellen: Meier/Feldmeier 2005: Seite 218, Hämberg 1982: Seite 118

Deutlich fällt der Anstieg bei „Anregung und Unterhaltung“ um 21 Prozent aus. Auch die „kritische Analyse“ legte um mehr als sieben Prozent auf 89 Prozent zu. Anzumerken ist dabei jedoch, dass in der Umfrage aus dem Jahr 1974 nach „kritischer Analyse“ der Wissenschaft ganz allgemein gefragt worden war. In der Studie 2005 ging es jedoch um kritische Analyse und Bewertung von *Institutionen und Projekten* – was sich die Befragten vielleicht eher zutrauen und –muten.

Eine von Blöbaum angefertigte Detailanalyse der Untersuchung von Weischenberg<sup>294</sup> ergibt, dass 86 Prozent der deutschen Wissenschaftsjournalisten ihre Aufgabe darin sehen, komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. Unter den Journalisten der anderen Ressorts stimmen nur 79 Prozent dieser Berufsauffassung zu. Die Aufgabe, „Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren wollen nur 18 Prozent der Wissenschaftsjournalisten wahr nehmen. In anderen Ressorts liegt dieser Wert bei 24 Prozent. Ebenfalls auffällig: Wer im Wissenschaftsressort arbeitet, kümmert sich weniger um das Interesse eines breiten

<sup>294</sup> vgl. abermals: Weischenberg, Siegfried; Malik, Maja; Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK

Publikums, als Journalisten in anderen Ressorts. „Mich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind“ wollen nur 49 Prozent der Wissenschaftsjournalisten. In anderen Ressorts versuchen das immerhin 60 Prozent.<sup>295</sup>

Auch die Journalistenbefragung von Kaltenbrunner et al. im Jahr 2008 ergab, dass Wissenschaftsjournalisten der Rolle des kritischen Beobachters wenig zustimmen. Dem Statement, ihre Aufgabe sei es, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren, gaben diese Journalisten im Durchschnitt die Schulnote 3,5. „Damit fühlen sie sich im Vergleich mit ihren Kollegen aus anderen Ressorts am wenigsten für diesen Aspekt der Kritiker-Rolle zuständig. Die Bestnote 1,46 bekommt dagegen die Rollenbeschreibung: „neue Trends aufzuzeigen und Ideen zu vermitteln.“<sup>296</sup> Die Autoren schließen daraus, dass es den Wissenschaftsjournalisten primär darum gehe, wissenschaftliches Wissen zu popularisieren.

### 5.3.2 Medizijnjournalisten

Auskünfte über Medizijnjournalisten sind noch rarer als jene über Wissenschaftsjournalisten. So stammen die belastbarsten Informationen aus der Umfrage von Hömberg aus dem Jahre 1974: Er hat jene Journalisten gesondert ausgewertet, die überwiegend zum Thema Medizin arbeiten. 90 Prozent dieser Journalisten stimmten dem Statement zu, dass ihre Hauptaufgabe darin liege, praktische Ratschläge und Orientierung zu bieten.<sup>297</sup>

Seither lassen sich Hinweise auf das Selbstverständnis nur noch aus Wortmeldungen der Praktiker ablesen. Der Chefredakteur des monatlich erscheinenden Kölner Magazins „medizin heute“ nannte im Jahr 1988 als Problembereiche seiner Arbeit ausschließlich handwerklich- technische Fragen: Alles, was über die bloße medizinische Information hinaus bieten könnte, gilt ihm als mögliche Quelle von Verfälschung. „Fachwissen muss als unverfälschte Information weiter gegeben werden (...) eine vereinfachende Darstellung unter Wahrung der Seriosität ist geboten, ebenso eine verständliche Ausdrucksweise.“<sup>298</sup>

---

<sup>295</sup> Blöbaum 2008, S. 253

<sup>296</sup> Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008, S. 28ff

<sup>297</sup> Hömberg 1982, S. 121

<sup>298</sup> Jeurink 1988, S. 176

Dass es innerhalb der medizinischen Lehre unterschiedliche Meinungen geben könnte, dass Journalisten einen solchen Expertenstreit selbst zum Thema machen könnten, kam ihm nicht in den Sinn. Medien billigte er keinerlei eigenständige Funktion zu. Sie sind nur für die Abbildung von medizinischen Wirklichkeiten zuständig und je maßstabsgetreuer das gelingt, desto besser:

„Die Rolle des Journalisten/Redakteurs ist (...) die eines Mittlers, der komplexe Zusammenhänge zu übersetzen hat. Seine Aussage wird umso überzeugender, je mehr es ihm gelingt, dem Publikum sachlich vorgegebene Kriterien argumentativ zu übermitteln.“<sup>299</sup>

Der Medizinjournalist Hademar Bankhofer gab 1992 zu Protokoll, er hielte es für die Aufgabe des Journalisten, „seine Konsumenten anzuhalten, rechtzeitig zum Arzt zu gehen, wenn sie entsprechend krank sind. Er muss dem Konsumenten aber auch entsprechendes Wissen vermitteln, was er selbst für seine Gesundheit und ihre Erhaltung tun kann und muss.“<sup>300</sup>

Eine kurSORische Analyse österreichischer Print-Produkte erweckte bei Felt den Eindruck, dass diese Haltung unter Journalisten weit verbreitet ist. Besonders in den Zeitschriften des Medizin- und Gesundheitssektors aber auch in den entsprechenden Rubriken der Zeitungen und Zeitschriften würden die Beiträge einen aufklärerischen Charakter zeigen. „In diesen Themenbereichen werden die LeserInnen etwa über medizinische Therapiemöglichkeiten sowie gesunde Lebensführung aufgeklärt, gepaart mit einem stark pädagogischen Anspruch, Verhaltensänderungen zu bewirken.“<sup>301</sup>

2000 befragte Berger Journalisten ausgewählter österreichischer Tageszeitungen über ihr Selbstverständnis. Auch hier dominiert das Anliegen, das Publikum zu informieren, zu erziehen und zu beraten, wie Berger heraus fand: „Den Rezipienten soll praktische Lebenshilfe geboten werden. (...) Die journalistische Aufgabe des Informanten und Aufklärers steht bei allen vier Zeitungen an erster Stelle.“<sup>302</sup>

---

299 Jeurink 1988, S. 174

300 Bankhofer 1992, S. 113

301 Felt/Müller/Schober 2003, S. 48

302 Berger 2000, S. 151f

Unklar bleibt, woher dieser Neigung zur Gesundheitserziehung kommt. Es ließe sich spekulieren, dass hier mehrere Faktoren zusammen wirken:

- Der Medizinbetrieb mit seinen beeindruckenden Leistungen und wirkungssicheren Leistungsträgern verführt zur Überidentifikation der Beobachter mit dem Gegenstand ihrer Berichterstattung und dessen Anliegen.
- Die persönliche Verstrickung der Berichterstatter, die nebenbei auch PR-Texte für den Medizinbetrieb schreiben.
- Das ehrliche Bedürfnis, nützliche Informationen weiter zu geben. Für dieses Anliegen wird auf journalistisches Nachfragen verzichtet.
- Die heimliche Freude, belehren zu können. Kraft ihrer eben durch Recherche erworbenen Kenntnisse können die Berichterstatter endlich eine Position als „Kommunikator“ (im Sinne Langenbuchers) einnehmen.
- Fehlende Ausbildung, daher fehlendes Bewusstsein über die Aufgaben eines Journalisten.

#### **5.4 Zusammenfassung**

Journalistisches Rollenselbstverständnis beeinflusst – mittelbar, aber doch – Journalisten in ihren Handlungsentscheidungen. Seine Erforschung erscheint daher ein lohnendes Ziel.

Das dominierende Rollenselbstverständnis in der deutschsprachigen Publizistikwissenschaft und -Praxis war lange Zeit das des „großen“ Publizisten, der sich berufen fühlt, durch eigene Original-Beiträge Anstöße für die öffentliche Debatte zu liefern. Differenzierte Betrachtungen legen jedoch nahe, dass dieses Rollenselbstverständnis für die „tausenden Berufsinhaber“ im arbeitsteiligen Redaktionsbetrieb nicht angemessen ist. Ihre Aufgabe ist die von Mediatoren. Empirische Untersuchungen weisen jedoch darauf hin, dass sich in den Köpfen der Journalisten immer noch das Leitbild des „großen Publizisten“ hält.

Wissenschaftsjournalisten haben ein deutlich anderes Bild von ihrer Aufgabe und Position: Sie sehen sich vornehmlich als Aufklärer und neutrale Vermittler von Informationen aus dem

Wissenschaftsbetrieb. Damit einher geht allerdings auch eine vergleichsweise schwache Orientierung an den Interessen des breiten Publikums. Für Kontrolle von Politik und Gesellschaft halten sie sich noch weniger für zuständig als ihre Kollegen in anderen Ressorts. Immerhin fühlen sie sich in wachsendem Ausmaß auch für die kritische Analyse des Wissenschaftsbetriebes verantwortlich.

Über das Selbstverständnis von Medizinjournalisten konnte eine einzige quantitative Studie gefunden werden, die Daten stammt aus dem Jahre 1974. Anekdotische Hinweise deuten jedoch darauf hin, dass sich zahlreiche Medizinjournalisten dem Paradigma des Medizinjournalismus gerne unterwerfen. Über die Gründe dafür kann nur spekuliert werden.

Zusammengefasst: Gemessen an den Anforderungen der Systemtheorie (siehe Kapitel 2.1) neigen Journalisten generell zur Selbstüberschätzung. Wissenschafts- und Medizinjournalisten tendieren dagegen zu allzu starker Selbstbeschränkung.

## 6 Empirie: „Wofür halten sie sich?“

Das zentrale Erkenntnisinteresse dieser Arbeit ist die Frage nach dem professionellen Rollen Selbstverständnis von österreichischen Wissenschafts- und Medizinjournalisten: Wofür halten sie sich eigentlich?

### 6.1 Operationalisierung

Zur Operationalisierung sollen zunächst modellhafte Typen von Wissenschafts- oder Gesundheitsjournalisten entworfen werden. Als Unterscheidungsmerkmal dient die Perspektive, aus der Journalisten den Gegenstand ihrer Berichterstattung beobachten. Versuchen sie, Vorgänge im Wissenschafts- oder Medizinbetrieb aus dem Blickwinkel einer „breiten Öffentlichkeit“ zu bewerten, um so einen funktionierenden „Bildschirm“ im Sinne der Systemtheorie (Kapitel 2.1) zu schaffen? Oder fühlen sie sich ganz der Sonderperspektive dieser Funktionssysteme verpflichtet? Zwischen diesen beiden Positionen lassen sich zwei weitere Rollenbilder mit jeweiligem Aufgabenmuster beschreiben.

- Die Journalisten: Sie betrachten, analysieren und kommentieren Vorgänge im Wissenschafts- oder Medizinbetrieb aus der Distanz beziehungsweise aus der Perspektive einer „breiten Öffentlichkeit“. Nachrichten und Forderungen aus diesen Funktionssystemen werden als Kommunikationsangebote und als eine mögliche Sichtweisen unter vielen betrachtet. Neuigkeiten werden in einen allgemeinen Zusammenhang gestellt. Journalisten übernehmen „eine Treuhänderschaft für die Interessen der Gesellschaft gegenüber der Wissenschaft“.<sup>303</sup>
- Die Ratgeber. Sie orientieren sich an den Interessen eines breiten Publikums, fühlen sich jedoch stärker den Wissenschaftern und Medizinern verpflichtet, deren Expertise sie nutzen. Anlass für eine Geschichte über Allergie könnte für Ratgeber der Beginn der Pollenflugsaison sein.
- Übersetzer/Erzieher. Sie orientieren sich bei der Auswahl ihrer Themen stark an den Relevanzkriterien des Wissenschafts- oder Medizinbetriebes. Ihnen geht es um das Popularisieren von Erkenntnissen, auch im Sinne einer „Erziehung“ des Publikums nach den Kriterien des Medizinbetriebes. Sie entsprechen damit den Forderungen des Paradigmas des Wissenschaftsjournalismus und des Paradigmas des Medizinjournalismus. Anlass für einen Beitrag zum Thema Allergie kann das Erscheinen einer wichtigen wissenschaftlichen Publikation oder ein einschlägiger Fachkongress sein.
- Die Jubeljournalisten. Der vierte Standpunkt zeichnet sich durch eine noch stärkere Abhängigkeit von den Kommunikationsbedürfnissen des Wissenschafts- und vor allem Medizinbetriebes aus. Angebote der PR werden unkritisch übernommen, man versteht sich als Multiplikator oder Verstärker der Botschaften aus diesen Branchen. Begünstigt wird dieses Rollenbild durch die ökonomischen Rahmenbedingungen vieler Pseudomedien aus dem Umfeld des Medizinbetriebes. Anlass für eine Geschichte über Allergie wäre hier die Präsentation eines neuen Arzneimittels. Darüber hinaus werden Forderungen der wissenschaftlichen oder medizinischen Standespolitik als Nachrichten eingestuft, die auch für ein größeres Publikum relevant sind.

---

<sup>303</sup> Langebucher 1986, S. 182

## 6.2 Hypothesen

Die zentrale Hypothese H1 lautet: Unter den österreichischen Wissenschafts- und Medizinjournalisten findet das Rollenverständnis Übersetzer/Erzieher die meiste Zustimmung.<sup>304</sup> Das Rollenverständnis des Journalisten findet dagegen weniger Zustimmung.

H2 lautet: Das Rollenverständnis des kritischen Journalisten findet bei Wissenschafts- und Medizinjournalisten weniger Zustimmung als beim Durchschnitt aller österreichischen Journalisten.

Darüber hinaus sollen noch weitere Hypothesen geprüft werden. Dabei geht es darum, Zusammenhänge zwischen den (Berufs-)Biographien und dem Rollenselbstverständnis der Journalisten zu finden.

H3: Frauen neigen stärker als Männer zum Rollenverständnis des Ratgebers und Erziehers.

H4: Journalisten, die Publizistik studiert haben, fühlen sich eher dem Rollenverständnis des Journalisten verpflichtet als Kollegen, die etwas Anderes studiert haben.

H5: Angestellte verstehen sich stärker als Journalisten als Freie Journalisten.

H6: Unter freien Journalisten ist das Rollenverständnis des Jubeljournalisten stärker verbreitet als unter angestellten Journalisten.

H7: Wer in einem klassischen Medium arbeitet, das sich aus Anzeigen und Verkaufserlösen finanziert, stimmt dem Rollenverständnis des Journalisten stärker zu, als Kollegen, die für Gratis-Medien arbeiten.

H8: Fix angestellte Mitarbeiter wenden mehr Zeit für eine Geschichte auf, als freie Mitarbeiter.

H9: Wissenschafts- und Medizinjournalisten haben heute für das Erstellen ihrer Beiträge weniger Zeit als früher.

---

<sup>304</sup> Richtig müsste es heißen: „...finden jene Statements die höchste Zustimmung, die das Rollenselbstverständnis des Erziehers und Ratgebers beschreiben“. Zur besseren Lesbarkeit wird im Folgenden jedoch von „Zustimmung zu einem Rollenselbstverständnis“ die Rede sein.

H10: Journalisten, die zumindest ein paar Semester Publizistik studiert haben, wissen um die Bedeutung des Begriffes der „vierten Macht“ besser Bescheid, als ihre Kollegen mit anderen Ausbildungen.

### 6.3 Wahl der Methode

Um das Rollenselbstverständnis von Journalisten zu ermitteln, gelten Methoden wie Inhaltsanalyse, teilnehmende Beobachtung oder Befragungen als zweckmäßig.<sup>305</sup>

Inhaltsanalysen liefern jedoch nur indirekte Hinweise auf das Selbstverständnis, da die journalistischen Produkte nicht nur von der persönlichen Disponiertheit, sondern von den „Zwiebelschichten“ des Journalistenberufes mit bestimmt werden (siehe Kapitel 5.1). Und die teilnehmende Beobachtung kann lediglich Aufschlüsse über das Rollenselbstverständnis einzelner Journalisten in einzelnen Medien liefern.

Aus diesen Gründen erschien eine schriftliche Befragung beziehungsweise ein webbasierten Fragebogen als besonders zweckmäßige Methode.

Für den Fragebogen wurden 18 Fragen entwickelt. Die ersten elf Fragen zielen auf Angaben über die Berufsbiographie und die Arbeitssituation ab. Mit Frage 12 wird erhoben, woher die Befragten Ideen für ihre Geschichten bekommen.

In Frage 13 geht es darum, was die Befragten für ihre „wichtigste Aufgabe als Journalist“ halten. Insgesamt 20 solcher Aufgabenbeschreibungen wurden vorgegeben. Also beispielsweise: „Meine wichtigste Aufgabe als Journalist ist es ... Kritik an Missständen zu üben.“ Zur Erhebung von Einstellungen empfiehlt Friedrichs Skalen<sup>306</sup>, hier wurde eine vierteilige Skala gewählt. Die Befragten konnten wählen zwischen „Trifft voll zu“, „Trifft eher zu“, „Trifft weniger zu“ und „Trifft nicht zu“ beziehungsweise Zahlenwerten von eins („Trifft voll zu“) bis vier („Trifft nicht zu“).

---

305 Donsbach 2005, S. 417

306 Friedrichs 1985, S. 172f

Bei der Erstellung dieser Aufgabenbeschreibungen wurden zwei Dinge berücksichtigt: Zum einen wurden neun Statements aus dem kurz zuvor publizierten „Journalistenreport II“ von Kaltenbrunner et al.<sup>307</sup> übernommen. In dieser Studie waren die Einstellungen von 500 repräsentativ ausgewählten österreichischen Journalisten erhoben worden. Die erneute Verwendung dieser Statements sollte einen Vergleich der Rollenselbstbilder aller Journalisten einerseits und den Wissenschafts- und Medizinjournalisten andererseits ermöglichen.

Zum anderen wurden Statements gewählt, die sich eindeutig einem der vier modellhaften Rollenselbstverständnissen zuordnen lassen.

Tabelle 3: Zuordnung von Statements zu vier Typen von Rollenselbstverständnis

Zustimmung zum Statement: „Meine wichtigste Aufgabe als Journalist ist es...“	...passt zu diesem Rollenselbstverständnis
Kritik an Missständen zu üben. sich für PatientInnen einzusetzen. „normalen“ Leuten eine Chance auf Meinungsäußerung zu geben. Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, das Gesundheitssystem zu kontrollieren. Kunstfehler aufzudecken.	Journalist
über Innovationen auf dem Medizinsektor aufzuklären. dem Publikum helfen, richtige Entscheidungen zu treffen, nützlich zu sein. das Publikum in Gesundheitsfragen zu beraten.	Ratgeber
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. das Publikum zu einem gesünderem Lebensstil (Ernährung, Sport, Gesundenuntersuchungen) zu erziehen. das Publikum vor gesundheitsgefährlichem Verhalten zu warnen. die medizinische Allgemeinbildung beim Publikum zu heben. das Wissen von ExpertInnen gut verständlich an Laien weiter zu geben.	Übersetzer/Erzieher

<sup>307</sup> Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008

<p>für ein gutes Vertrauensverhältnis zwischen Arzt und Patient zu sorgen.  neue Produkte und Dienstleistungen bekannt zu machen.  Positionen von Kammern, Konzernen, Kassen Ärzten in der öffentlichen Diskussion bekannt zu machen.</p>	<p>Jubeljournalist</p>
---	------------------------

Quelle: Eigene Erstellung

In den Fragen 14 bis 17 des Fragebogens wurden Reaktionen auf alltägliche Berufssituationen abgefragt. In Frage 18 wurde erhoben, ob die Journalisten das Schlagwort von der „Vierten Macht“ kennen. Der komplette Fragebogen ist auch im Anhang beigefügt.

Pretests mit drei Versuchspersonen ergaben, dass der Fragebogen verständlich und nicht zu umfangreich war. Einige Statements wurden leicht redigiert um besser auf die Zielgruppe zu passen. Der Fragebogen wurde schließlich vom Österreichischen Gallup-Institut – Dr. Karmasin Marktforschung für das Internet adaptiert und online gestellt.

Um die Zielgruppe zu erreichen, wurden e-mail Adressen von gängigen Adressverzeichnissen kombiniert, händisch korrigiert und ergänzt. So kamen die Anschriften von insgesamt 513 Wissenschafts- und Medizinjournalisten zusammen. Das sind 7,2 Prozent der insgesamt 7.100<sup>308</sup> österreichischen Journalisten. Nach einer Schätzung ist in Deutschland ein ähnlich großer Anteil, nämlich 6,4 Prozent, der Journalisten mit Wissenschaft, Medizin und Technik befasst.<sup>309</sup> Damit scheint die Adresskartei die Zielgruppe gut abzudecken.

## 6.4 Durchführung

Die Durchführung der Untersuchung begann im Februar 2009 mit einem e-mail an die Adressaten. Darin wurden die Journalisten ersucht, den Online-Fragebogen auszufüllen. In den folgenden sieben Tagen füllten 93 Journalisten den Fragebogen aus, das entspricht einer Rücklaufquote von 18 Prozent. Nach weiteren vier Tagen, in denen keine Antworten mehr einlangten, wurde der Fragebogen vom Netz genommen und die Erhebung damit beendet.

<sup>308</sup> Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008, S. 6

<sup>309</sup> Blöbaum 2008, S. 248

## 6.5 Resultate

Aus den 93 ausgefüllten Fragebögen lassen sich folgende Angaben über die antwortbereiten Journalisten ablesen: 52,7 Prozent sind Frauen, 47,3 Prozent sind Männer. 62,4 Prozent sind älter als 39 Jahre.

65 Prozent der Journalisten<sup>310</sup>, die sich ausschließlich mit Gesundheit, Medizin und Wellness befassen, sind Frauen. Zum Vergleich: Unter allen Journalisten Österreichs macht der Anteil der Frauen nur 42 Prozent aus.<sup>311</sup> Dagegen ist die Wissenschaft eine Männerdomäne: 67 Prozent der Journalisten, die sich ausschließlich mit diesem Thema befassen, sind Männer.

73,1 Prozent arbeiten seit mehr als fünf Jahren als Gesundheits- oder Wissenschaftsjournalisten. 36,6 Prozent haben zumindest ein paar Semester Publizistik studiert, nur 9,7 Prozent haben nicht studiert. 36,6 Prozent der Journalisten befassen sich ausschließlich mit Gesundheit und Medizin, 35,5 Prozent sind vielseitig: Ihre Beiträge handeln von Gesundheit, Wissenschaft und Technik. Ausschließlich mit Wissenschaft befassen sich lediglich 6,5 Prozent. Der Anteil der Allrounder, die sich mit Themen aus Gesundheit, Wissenschaft und Politik, Wirtschaft oder Chronik befassen, liegt bei 44,1 Prozent.

Zur Arbeitssituation: 66,7 Prozent der Journalisten sind fest angestellt. 52,7 Prozent arbeiten für klassischen Medien, die sich durch Anzeigen- und Verkaufserlöse finanzieren. 21,5 Prozent arbeiten für Auftraggeber von außerhalb der Verlagsbranche, also Kammern, Konzerne, Krankenhäuser, Fonds, Ministerien, Behörden. 25,8 Prozent arbeiten für Medien, die sich ausschließlich durch Anzeigenerlöse finanzieren. 67 Prozent geben an, dass es heute in ihren Medien mehr Platz oder Sendezeit für Gesundheitsthemen gibt als früher.

Für das Erstellen ihrer Beiträge haben 19,4 Prozent bis zu vier Stunden Zeit. 35,5 Prozent arbeiten bis zu einen Tag lang an einer Geschichte. Länger als fünf Tage können nur 9,7 Prozent an einer Geschichte arbeiten.

Als wichtigste Inspiration dienen den Journalisten folgende Quellen:

---

<sup>310</sup> gemeint sind hier und im Folgenden jene Journalisten, die den Fragebogen ausgefüllt haben.

<sup>311</sup> Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008, S. 143

Tabelle 4: Die wichtigsten Inspirationsquellen für Journalisten

persönliches Gespräch mit Experten	73
wissenschaftliche Journale und Fachmedien	60
Fachkongresse	44
Presseaussendungen, Pressekonferenzen	43
das Gespräch mit Kollegen	36
das private Gespräch mit Freunden und Bekannten	23
andere Publikumsmedien	17
Reaktionen oder Anfragen des Publikums	9
die Marketing-Abteilung meines Mediums	9

Quelle: Eigene Erhebung; die Zahlen geben den Prozentanteil an Journalisten an, die diese Quelle „meistens“ oder „immer“ (Top box) nutzen.

Hier zeigt sich eine starke Orientierung an den Experten, ihren Publikationen und Kongressen.

33 Prozent der Journalisten geben an, fertige Texte von PR-Agenturen zumindest fallweise ganz oder in Auszügen zu übernehmen. Weitere 26 Prozent geben an, das zu tun, nachdem sie bei unabhängigen Experten nachrecherchiert haben. 22 Prozent verzichten ganz auf solche Angebote.

Gleichzeitig für eine PR-Agentur und ein Medium zu arbeiten, halten zehn Prozent der Journalisten für eine gute Idee. 58 Prozent meinen, das gehe in Ordnung, wenn die beiden Bereiche klar voneinander getrennt sind. 32 Prozent meinen, dass Journalisten durch diese Praxis an Glaubwürdigkeit verlieren. Am stärksten ist die Ablehnung unter Mitarbeitern klassischer Medien, die sich aus Anzeigen und Verkaufserlösen finanzieren. Von diesen

Journalisten hält es keiner für eine gute Idee, gleichzeitig für eine PR-Agentur und ein Medium zu arbeiten. Mitarbeiter von Medien, die sich ausschließlich durch Anzeigen finanzieren sind da nachsichtiger. 29 Prozent halten die Doppelfunktion für eine gute Idee.

Schließlich sollten die Journalisten darüber Auskunft geben, wie sie auf einen Hinweis auf ein möglicherweise tödliches Medikament reagieren würden. 61 Prozent gaben an, die Geschichte zu recherchieren, selbst auf die Gefahr hin, dass sie sich als Ente entpuppt. 22 Prozent würden den Informanten lieber an einen Kollegen verweisen, der mehr Zeit für Recherchen hat. Die geringste Lust am Investigativen verspüren Journalisten, die sich ausschließlich mit Medizin, Gesundheit und Wellness befassen. Aus dieser Gruppe will der größte Anteil, nämlich 44 Prozent, die Geschichte an einen Kollegen abgeben. Von den Journalisten, die üblicher Weise mehr als eine Woche Zeit für das Erstellen eines Beitrages haben, wollen dagegen alle die mutmaßliche Skandal-Geschichte recherchieren.

Zu den Hypothesen:

H1: Unter den österreichischen Wissenschafts- und Medizinjournalisten findet das Rollenverständnis Übersetzer/ Erzieher die meiste Zustimmung. Das Rollenverständnis des Journalisten findet dagegen weniger Zustimmung.

Zur Überprüfung wurde die durchschnittliche Zustimmung zu den gruppierten Statements erhoben. Demnach erhalten von allen befragten Journalisten die vier Rollenselbstverständnisse folgende Zustimmungen:

Tabelle 5: Zustimmung zu den vier Rollenbildern

	Alle Antworten
Übersetzer/Erzieher	1,83
Ratgeber	1,97
Jubeljournalisten	2,56
Journalisten	2,65

Quelle: Eigene Erhebung

Die Zahlen geben den Durchschnittswert der Zustimmung an. Der Wert eins steht für die höchste Zustimmung, vier für die stärkste Ablehnung.

Damit ist H1 bestätigt: Die befragten Journalisten geben Statements die höchste Zustimmung, die das Rollenverständnis Übersetzer/Ratgeber beschreiben. Bemerkenswert ist, dass die Zustimmung zum Jubeljournalisten stärker ist als die zum Journalisten.

Darüber hinaus wurde überprüft, wie sich die Bewertungen in Abhängigkeit von den Tätigkeitsbereichen der Journalisten unterscheiden.

Tabelle 6: Zustimmung zu Rollenverständnissen nach Tätigkeitsbereich

	Nur Medizin, Gesundheit	Gesundheit, Wissenschaft, Technik	Nur Wissenschaft	Gesundheit, Politik, Wirtschaft, Chronik
Übersetzer/Erzieher	1,81	1,84	1,66 <sup>312</sup>	1,69
Ratgeber	1,84	2,02	1,73 <sup>313</sup>	1,8
Jubeljournalisten	2,33	2,75	2,92 <sup>314</sup>	2,45
Journalisten	2,67	2,65	3,29 <sup>315</sup>	2,42

Quelle: Eigene Erhebung

Die Zustimmung zum Rollenverständnis des Übersetzers/Erziehers fällt unter den Wissenschaftsjournalisten am stärksten aus. In dieser Gruppe ist auch die Ablehnung gegenüber dem Bild des Jubeljournalisten am stärksten. Am wenigsten abgelehnt wird das Rollenbild des Journalisten von den Allroundern.

H2: Das Rollenverständnis des kritischen Journalisten findet bei Wissenschafts- und Medizinjournalisten weniger Zustimmung als beim Durchschnitt aller österreichischen Journalisten.

Die Zustimmung zu drei Statements, die dieses Rollenverständnis beschreiben, wurde sowohl von Kaltenbrunner et al. 2008 als auch für die vorliegende Arbeit erhoben.

<sup>312</sup> Die Bewertung für die Statements „zu einem gesünderen Lebensstil erziehen“, und „medizinische Allgemeinbildung heben“ wurden nicht berücksichtigt.

<sup>313</sup> Die Bewertung für die Statements „Über Innovationen auf dem Medizinsektor aufklären“ und „in Gesundheitsfragen beraten“ wurden nicht berücksichtigt.

<sup>314</sup> Die Bewertung für das Statement „für ein gutes Vertrauensverhältnis von Arzt und Patient sorgen“ wurde nicht berücksichtigt.

<sup>315</sup> Die Bewertung für das Statement „Kunstfehler aufdecken“ wurde hier nicht berücksichtigt.

Tabelle 7: Zustimmung zum Rollenverständnis des Journalisten nach Ressortzugehörigkeit

	Österreichische Journalisten <sup>316</sup>	Medizinjournalisten	Medizin- und Wissenschaftsjournalisten
Kritik an Missständen üben.	75 (16)	56	65
Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren.	31 (25)	41	46
„normalen“ Menschen eine Chance auf Meinungsäußerung geben.	51 (26)	39	34
Sich für Benachteiligte in der Bevölkerung einsetzen.	60 (21)	-	-
Sich für Patienten einsetzen.	-	56	47

Quelle: Kaltenbrunner et al. 2008: Seite 22 und eigene Erhebung.

Die Zahlen in der ersten Spalte geben den Anteil der Befragten an, die „voll und ganz“ oder „überwiegend“ zustimmen. In Klammern steht der Anteil der Befragten, die mit „Teils Teils“ geantwortet haben. Die Zahlen in der zweiten und dritten Spalte geben den Anteil derjenigen an, für die das Statement mit „Trifft voll zu“ oder „Trifft eher zu“ bewertet haben.

Hypothese H2 kann aufgrund dieser Daten nur teilweise bestätigt werden: Für die Kontrolle von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft fühlen sich die Medizinjournalisten als auch die Gesamtheit der antwortbereiten Medizin- und Wissenschaftsjournalisten stärker zuständig, als Journalisten insgesamt. Für die Statements „Kritik an Missständen üben“ und „normalen“ Menschen eine Chance auf Meinungsäußerung geben“ trifft die Hypothese jedoch zu – hier

<sup>316</sup> Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008, S. 22

fällt die Zustimmung der Medizin und Wissenschaftsjournalisten mitunter deutlich niedriger aus. Eindeutig auch der Befund, dass sich die Wissenschafts- und Medizinjournalisten kaum als Anwalt von Patienten begreifen.

Der Vergleich der beiden Erhebungen hinkt allerdings, weil die Zustimmungen mit unterschiedlichen Skalen erhoben wurden.

H3: Frauen neigen stärker als Männer zum Rollenverständnis Übersetzer/Erziehern.

Tabelle 8: Zustimmung zum Rollenverständnis Übersetzer/Erzieher nach Geschlecht

	Frauen	Männer
Über Innovationen auf dem Medizinsektor aufklären	1,65	1,75
Dem Publikum helfen, richtige Entscheidungen zu treffen	1,86	1,95
Das Publikum in Gesundheitsfragen beraten	2,16	2,5
Gesamt	1,89	2,06

Damit kann H2 bestätigt werden: Bei Frauen überwiegt die Zustimmung zu den einschlägigen Statements, bei Männern überwiegt knapp die Ablehnung.

H4: Journalisten, die Publizistik studiert haben, fühlen sich eher dem Rollenverständnis des Journalisten verpflichtet als Kollegen, die etwas Anderes studiert haben.

Tabelle 9: Zustimmung zum Rollenverständnis des Journalisten abhängig von der Ausbildung

	Publizistik-Studium	Anderes Studium
Kritik an Missständen üben	2,06	2,28
Sich für Patienten einsetzen	2,41	2,48
Normalen Menschen eine Chance auf Meinungsäußerung geben	2,71	2,97
Politik, Wirtschaft, Gesellschaft kontrollieren	2,38	2,77
Kunstfehler aufdecken	2,85	3,03
Gesamt	2,48	2,71

Damit kann H4 bestätigt werden: Zwar lehnen beide Gruppen die Statements ab. Unter den Journalisten, die Publizistik studiert haben fällt die Ablehnung jedoch weniger stark aus.

Hypothese H5: Angestellte verstehen sich stärker als Journalisten als Freie Journalisten.

Tabelle 10: Zustimmung zum Rollenverständnis des Journalisten abhängig vom Arbeitsverhältnis

	Angestellte	Freie Journalisten
Kritik an Missständen üben	2,26	2,16
Sich für Patienten einsetzen	2,42	2,58
Normalen Menschen eine Chance auf Meinungsäußerung geben	2,85	2,94
Politik, Wirtschaft, Gesellschaft kontrollieren	2,63	2,77
Kunstfehler aufdecken	2,98	3,0
Gesamt	2,63	2,69

Somit kann H5 bestätigt werden, wenngleich der Unterschied zwischen den beiden Gruppen denkbar klein ist.

Hypothese 6: Freie Journalisten stimmen dem Rollenverständnis des Jubeljournalisten stärker zu als angestellte Journalisten.

Tabelle 11: Zustimmung zum Rollenverständnis des Jubeljournalisten nach Arbeitsverhältnis

	Angestellte	Freie Journalisten
Für ein gutes Vertrauensverhältnis zwischen Arzt und Patienten sorgen.	2,63	2,55
Neue Produkte und Dienstleistungen bekannt machen.	2,29	2,52
Positionen von Kammern, Konzernen, Kassen, Ärzten in der öffentlichen Diskussion bekannt machen.	2,71	2,77
Gesamt	2,54	2,61

Damit kann auch H6 bestätigt werden, auch hier sind die Unterschiede zwischen den beiden Gruppen jedoch nicht sehr deutlich.

H7: Wer in einem klassischen Medium arbeitet, das sich aus Anzeigen und Verkaufserlösen finanziert, stimmt dem Rollenverständnis des Journalisten stärker zu, als Kollegen, die für Gratis-Medien arbeiten.

Tabelle 12: Zustimmung zum Rollenverständnis des Journalisten nach Typ des Mediums

	Medium finanziert sich aus Anzeigen und Verkaufserlösen	Auftraggeber wie Kammer, Konzern, Krankenhaus, Fonds, Ministerium, Behörde
Kritik an Missständen üben	2,22	2,3
Sich für Patienten einsetzen	2,22	2,85
Normalen Menschen eine Chance auf Meinungsäußerung geben	2,8	2,95
Politik, Wirtschaft, Gesellschaft kontrollieren	2,51	3,05
Kunstfehler aufdecken	2,78	3,25
Gesamt	2,51	2,88

Quelle: Eigene Erhebung

Damit ist H7 bestätigt. Mitarbeiter von institutionellen Publikationen sehen sich weniger dem Rollenverständnis des Journalisten verpflichtet, als Mitarbeiter von klassischen Medien.

H8: Fix angestellte Mitarbeiter wenden mehr Zeit für eine Geschichte auf als freie Mitarbeiter.

Tabelle 13: Zeitaufwand pro Geschichte nach Arbeitsverhältnis

	Fix Angestellte	Freie Mitarbeiter
bis zu vier Stunden	24	10
bis zu einem Tag	37	32
bis zu drei Tagen	34	39

bis zu einer Woche	2	19
länger als eine Woche	3	0

Quelle: Eigene Erhebung; Angaben in Prozent.

Hypothese H8 muss verworfen werden. 95 Prozent aller angestellten Journalisten können maximal drei Tage für einen Beitrag aufwenden. Bei den Freien ist der Anteil derer, die nur vier Stunden Zeit haben deutlich niedriger als bei den Angestellten. Dafür haben 19 Prozent der freien Mitarbeiter bis zu einer Woche lang Zeit, um einen Beitrag zu erstellen.

H9: Wissenschafts- und Medizinjournalisten haben heute für das Erstellen ihrer Beiträge weniger Zeit als früher.

Tabelle 14: Zeitaufwand pro Geschichte im Vergleich zur Vergangenheit, abhängig von der Berufserfahrung

	mehr Zeit	weniger Zeit
Alle Antworten	18	82
arbeitet länger als fünf Jahre im Gesundheits- oder Wissenschaftsressort	16	84
arbeitet weniger als fünf Jahre im Gesundheits- oder Wissenschaftsressort	24	76

Quelle: Eigene Erhebung; Angaben in Prozent.

Damit wird H9 bestätigt; Routiniers spüren häufiger eine Beschleunigung als ihre Kollegen, die noch nicht so lange dabei sind.

H10: Journalisten, die zumindest ein paar Semester Publizistik studiert haben, wissen um die Bedeutung des Begriffes der „vierten Macht“ besser bescheid, als ihre Kollegen mit anderen Ausbildungen

H10 muss verworfen werden. Am besten wussten Journalisten ohne Studium Bescheid. 89 Prozent von ihnen konnten in einem multiple choice Verfahren die richtige Begriffsdefinition zuordnen. 88 Prozent der Publizistik-Studenten kamen auf die richtige Antwort. Unter denjenigen, die ein anderes Studium belegt oder absolviert haben, wussten nur 85 Prozent Bescheid.

## **6.6 Diskussion**

Angesichts der Zahl von auswertbaren Fragebögen sind die Vertrauensintervalle bei den Prozentangaben so hoch, dass auf die Auswertung weitgehend verzichtet wurde. Ebenfalls wegen der niedrigen Zahl der ausgefüllten Fragebögen erschien eine Clusteranalyse nicht sinnvoll. Das limitierte die Auswertung der Daten in zweierlei Hinsicht. So konnte nicht erhoben werden, ob sich einzelne Journalisten eindeutig einem der vier Rollenbilder zuordnen lassen. Damit ist auch nicht zu überprüfen, ob die entworfenen Rollenbilder tatsächlich existierende Typen beschreiben. Etwas misstrauisch macht die Tatsache, dass sehr viele Statements von sehr vielen Journalisten eher abgelehnt wurden. Zum zweiten konnte nicht erhoben werden, wie viele Journalisten den jeweiligen Rollenbildern zuzuordnen sind. Die qualitative Untersuchung der Zustimmung zu den einzelnen Statements brachte dennoch Hinweise auf das Rollenselbstverständnis der Journalisten.

## **6.7 Zusammenfassung**

Um das Rollenselbstverständnis der österreichischen Wissenschafts- und Medizinjournalisten zu untersuchen, wurden vier prototypische Rollenbilder entworfen: Der Journalist“, der „Ratgeber“, der „Übersetzer/Erzieher“ und der „Jubeljournalist“.

Zur Überprüfung von zehn Hypothesen wurde ein webbasierter Fragebogen entwickelt. 513 Wissenschafts- und Medizinjournalisten erhielten im Februar 2009 per e-mail die Einladung, die Fragen zu beantworten. 93 Fragebögen (18 Prozent) konnten ausgewertet werden.

Wichtige Resultate: 65 Prozent der Journalisten im Gesundheitsressort sind Frauen. 73 Prozent der Wissenschafts- und Medizinjournalisten arbeiten seit mehr als fünf Jahren in

diesem Beruf. Nur noch etwas mehr als die Hälfte von ihnen arbeiten für klassische Medien, die sich sowohl durch Anzeigen- als auch durch Verkaufserlöse finanzieren. Fast 22 Prozent arbeiten für institutionelle Auftraggeber, also etwa Kammern, Krankenhäuser, Behörden.

Die wichtigste Inspirationsquelle sind für die Journalisten Experten wissenschaftliche Journale oder Kongresse. Reaktionen oder Anfragen des Publikums rangieren dagegen an letzter Stelle. Hier wird offensichtlich, dass sich die Journalisten immer noch stark an den News-Values des Wissenschafts- und Medizinbetriebes orientieren.

Die Frage nach der Zustimmung zu den vier Rollenbildern ergab folgende Reihung: Den meisten Zuspruch bekommt das Rollenbild Übersetzer/Erzieher. Es folgt der Ratgeber, der Jubeljournalist und als letzter der Journalist. Diese Reihung ist weitgehend unabhängig vom Tätigkeitsfeld der Journalisten.

Der Vergleich zwischen österreichischen Journalisten einerseits und den Wissenschafts- und Medizinjournalisten andererseits zeigt teils deutliche Unterschiede: Kritik üben an Missständen wollen 75 Prozent aller Journalisten. Unter den Medizinjournalisten ist das nur 56 Prozent ein Anliegen; unter den Wissenschaftsjournalisten wollen immerhin 65 Prozent Kritik an Missständen üben. Bei der Kontrolle von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zeigen sich Medizinjournalisten ambitionierter als ihre Kollegen aus anderen Ressorts. Anwaltschaftliche Aufgaben für ihr Publikum sind ihnen dagegen weniger ein Anliegen als dem Durchschnitt der österreichischen Journalisten.

Das Arbeitsverhältnis hat kaum Auswirkungen auf das Rollenselbstverständnis; dagegen begünstigt das Umfeld eines klassischen, aus Anzeigen und Verkaufserlösen finanzierten Mediums das Rollenbild des Journalisten.

## 8 Ausblick

Der Leipziger Journalismus-Professor Michael Haller hat mit seinen Mitarbeitern in den Jahren 2004 bis 2006 insgesamt 60 Redaktionsleiter befragt und eine Online-Befragung durchgeführt, an der sich 8.000 deutsche Journalisten beteiligt haben. Dabei ging es um die Frage, wie die Zukunft des Journalismus aussehen würde. Auf Basis dieser Untersuchung

fordert Haller in der Ausbildung von Journalisten drei Neuausrichtungen. Er fordert erstens die Vermittlung von Kompetenzen für sämtliche Mediengattungen. Zweitens fordert er Anleitungen für eine Professionalisierung der Arbeit mit Informationen, also Recherchekönnen. Drittens verlangt er, dass die Nachwuchskräfte ein passendes Rollenselbstverständnis als „Kommunikator“ (im Sinne von Kommunikationsvermittler) vermittelt bekommen „statt als Schönschreiber, als Meinungsverkünder und Lautsprecher einer Quelle/eines Urhebers.“<sup>317</sup> Haller rechnet damit, dass sich diese Leitgedanken erst langsam in der Ausbildung und danach mit weiterer Verzögerung in den Redaktionen und Newsrooms durchsetzen werden.

„Wir müssen uns deshalb darauf einstellen, dass in den vor uns liegenden fünf bis zehn Jahren im Journalismus eine noch tiefere Kompetenzlücke klaffen wird als heute. Dass Medienmacher, gemessen an den steigenden Anforderungen, noch mehr überfordert sein werden als derzeit. Das ist schmerzlich, aber vielleicht sind wir in der Talsohle, die hoffentlich bald durchschritten sein wird.“<sup>318</sup>

Dass sich auch bereits ausgebildete Journalisten die geforderten Kompetenzen und eine aufgeklärte Berufskultur aneignen könnten, scheint Haller auszuschließen. Aber er geht davon aus, dass sich die Mängel gleichsam naturgesetzlich auswachsen werden. Das würde auch ein Verbllassen des Paradigmas des Wissenschaftsjournalismus und des Paradigmas des Medizijnjournalismus in absehbarer Zeit erwarten lassen.

Ob die in Österreich vorhandenen Kapazitäten für Journalismusausbildung diesen Wandel tatsächlich leisten werden, erscheint freilich nicht unbedingt zwingend. Dazu kommt, dass hier durch die prominente Position des Wissenschaftsbetriebes als Mediensponsor (siehe Kapitel 3.8) eine ganze Generation von Wissenschafts- und Medizijnjournalisten heranwächst, für die es ganz selbstverständlich ist, Rücksicht auf die Wünsche und Anliegen der zahlenden „Medienpartner“ zu nehmen. Zu befürchten ist also, dass die österreichische Talsohle noch breiter sein wird, als jene in Deutschland.

Für die Wissenschaft tun sich angesichts des Wandels der Wissenschaftsberichterstattung neue Fragestellungen auf. Bisher wurde über das Verhältnis zwischen den Funktionssystemen Wissenschaft, Medizin und Medien vor allem unter einem Aspekt geforscht, nämlich: Wie

---

<sup>317</sup> Haller 2007, S. 224

<sup>318</sup> ebendort

könnten die echten oder vermeintlichen Kommunikationsprobleme ausgeräumt werden. Wie könnten Medien effizienter wissenschaftlichen und medizinisches Wissen popularisieren. Bis heute stehen Fragen der Verständlichkeit oder Angemessenheit der medialen Verarbeitung von Wissenschafts- oder Medizinthemen im Vordergrund. Selbst in aktuellen, umfangreichen Anthologien geht es schwerpunktmäßig immer noch um vermittelungstechnische Fragen.<sup>319</sup>

Kohring hat vor mittlerweile zwölf Jahren darauf hin gewiesen, dass die Erfüllung dieser Funktionen den Medien gar nicht zumutbar ist. Diese Feststellung hat aber in der Literatur und in den Köpfen der Journalisten bisher wenig ausgelöst.

Das Festhalten an den alten Fragestellungen ist aber eigentlich nicht weiter tragisch. Schließlich ist zumindest der Wissenschaftsjournalismus gerade im Begriff, sich aufzulösen. Wissenschaft findet in den Medien immer weniger in eigens ausgewiesenen Reservaten statt, wo hoch spezialisierte Autoren sympathisierend etwa über die Kristallstruktur von Enzymen berichten. Statt dessen durchdringt die Wissenschaft als Thema und als Lieferant von Expertise alle Bereiche der Berichterstattung – bis hin zum Sportressort. Gefragt ist weniger die Übersetzung von Nachrichten aus einem Subsystem. Vielmehr wählen Journalisten für ihre Geschichten Themen aus, von denen sie glauben, dass sie für ein breites Publikum interessant sein könnten. Dieser Wechsel der Perspektive führt zu Geschichten, die der Orientierung, der Erklärung von lebensnahen Phänomenen mit wissenschaftlichem Wissen sowie der Unterhaltung dienen.

Der Wissenschaftsjournalismus kommt also langsam im Journalismus an. Damit braucht es auch keine Sondertheorien mehr, um ihn zu analysieren. Es erscheint sogar umgekehrt sehr fruchtbar, bestehende Denkmodelle aus der Journalismusforschung auch auf den Wissenschafts- und Medizinjournalismus anzuwenden. Etwa zur Untersuchung des Verhältnisses zwischen den Journalisten und dem Gegenstand ihrer Berichterstattung.

Donges und Jarren<sup>320</sup> haben Konzepte zusammen getragen, mit denen in den vergangenen Jahrzehnten die Verstrickungen zwischen Medien und Politik analysiert wurden und zu drei Paradigmen zusammen gefasst.

---

<sup>319</sup> Hettwer/Lemkuhl/Wormer/Zotter 2008

<sup>320</sup> Donges/Jarren 2001, S. 421ff

- Das Paradigma der Gewaltentrennung: Diese Sichtweise auf das Verhältnis von Politik und Medien postuliert, dass Medien eine Kontrollinstanz einnehmen, die den staatlichen Organen der Legislative, Exekutive und Jurisprudenz gegenüber gestellt ist. „Die Ausübung dieser Kontrollfunktion setzt neben wirtschaftlicher Unabhängigkeit voraus, dass zwischen Politik und Medien ein Verhältnis der Autonomie und Distanz besteht.“<sup>321</sup>

Übertragen auf das Verhältnis von Medien und Medizin ließe sich formulieren: Medien üben gegenüber der Gesundheitsbranche und der sie verwaltenden Behörden eine Kontrollfunktion aus. Das setzt wirtschaftliche Unabhängigkeit voraus. Die Fragen könnten lauten: Wo erledigen Medien diese Kontrollfunktion? Welche Bedingungen müssen dafür erfüllt sein? Wo liegen die Risiken und wo liegen die Grenzen einer solchen Funktion?

- Das Instrumentalisierungsparadigma: Nach dieser Lesart des Verhältnisses zwischen Politik und Medien sind die beiden Systeme voneinander abhängig. Dabei unterscheiden Doges und Jarren zwei Arten von Sichtweisen: Ein Paradigma postuliert die Übermacht der Medien, vor allem des Fernsehens. Politische Institutionen seien zunehmend von den Massenmedien abhängig, sie passen ihr Agieren an deren Gesetzmäßigkeiten an. Damit sind Medien selbst zu einer politischen Macht geworden, die nicht berichten, sondern indirekt mitregieren. Der konträre Ansatz spricht von einer Machtlosigkeit der Medien, die völlig abhängig von der Politik sind. Treibende Kraft dieser Entwicklung ist die Politik, die aufgrund ihres erhöhten Rechtfertigungsdrucks Medien mit Hilfe immer besserer Öffentlichkeit als „Steuerungsinstrument“ einsetzt.<sup>322</sup>

Auch das Verhältnis von Wissenschaft, Medizin und Medien lässt sich aus diesen Perspektiven analysieren: Welche Seite passt sich stärker an die andere an? Wer beeinflusst hier wen?

- Interdependenz und Symbiose. Nach der laut Donges und Jarren in der Wissenschaft „dominierenden Ansicht“ besteht zwischen Politik und Medien ein komplexes Geflecht von gegenseitigen Abhängigkeiten. Dabei wird Information gegen Publizität – und umgekehrt – eingetauscht. Beide Systeme profitieren von diesem Tausch.<sup>323</sup>

---

321 Donges/Jarren 2001, S. 421

322 Donges/Jarren 2001, S. 422

323 ebendort

Auch diese Beschreibung lässt sich allein durch das Ersetzen des Begriffes „politisches System“ durch „Medizinbetrieb“ oder „Wissenschaftsbetrieb“ umstandslos recyclieren. Die Medien sind angewiesen auf Nachrichten über wissenschaftliche, technologische oder medizinische Innovationen. Umgekehrt ist der von Kommerzialisierungstendenzen erfasste Medizinbetrieb und der unter Rechtfertigungsdruck stehende Wissenschaftsbetrieb angewiesen auf die Aufmerksamkeit der Medien. Ertragreich könnte in diesem Zusammenhang der Import des Intereffikationsmodells von Bentele, Liebert und Seeling sein.<sup>324</sup> Es untersucht das Verhältnis von PR und Medien nicht unter dem Aspekt der Macht, sondern unter dem Aspekt der freiwilligen Anpassung an die Bedürfnisse des jeweiligen Gegenübers.

In der vorliegenden Arbeit wurden kleine Schritte in diese Richtung versucht. Weitere Arbeiten könnten die Fragen der besseren Vermittlung den Praktikerhandbüchern überlassen und den Wissenschafts- und Medizinjournalismus unter neuen Aspekten untersuchen. Vielleicht wird es dabei nicht mehr um „Wissenschaftsjournalismus“ oder „Medizinjournalismus“ gehen, sondern um: Journalismus.

## 9 Zusammenfassung

Medien haben in einer modernen Gesellschaft unter anderem die Aufgabe, einen Überblick über die Partikularinteressen einzelner Funktionssysteme zu verschaffen. Dieser Überblick ermöglicht der Gesellschaft die Selbstbeobachtung.

Um diese Aufgabe zu erfüllen, haben Medien ihre eigene Betrachtungsweise entwickelt. Um die Komplexität zu reduzieren, wird die Welt nach journalistischen Kriterien (etwa den News-Values) auf berichtenswerte Themen abgesucht. Diese „Eigensinnigkeit“ hat Konsequenzen: Was für die Mitglieder eines Funktionssystems enorm wichtig ist, kann für Journalisten enorm langweilig sein.

Umfragen zeigen jedoch, dass Journalisten immer weniger Zeit für eigene Recherchen haben.

---

<sup>324</sup> Bentele/Liebert/Seeling 1997, S. 234f

Damit steigen die Macht und der Einfluss von interessensgesteuerter PR.

Teile des Wissenschaftsbetriebes suchen die Aufmerksamkeit der Medien, nicht zuletzt, um die Zuteilung von Ressourcen zu rechtfertigen. Medien haben in den vergangenen zehn Jahren die (Natur-) Wissenschaften als beliebtes Thema entdeckt. Diese Ausgangslage bringt jedoch keine innige Symbiose sondern ein eher schlampiges Verhältnis hervor. Gestritten wird vor allem wegen eines grundlegenden Missverständnisses: Der Wissenschaftsbetrieb erwartet sich von den Medien die Popularisierung seines überlegenen Wissens.

Dieses „Paradigma des Wissenschaftsjournalismus“ hat in der Vergangenheit vor allem Journalisten in den ausgewiesenen Wissenschaftsressorts beeindruckt, die ihre Aufgabe tatsächlich darin sehen, über das zu berichten, was in der Welt der Wissenschaft los ist. In jüngerer Vergangenheit verändert sich aber die Berichterstattung. Mehr und mehr Berichte mit wissenschaftlichem Bezug erscheinen außerhalb der engen Grenzen der Fachjournalisten. Hier ist eher relevant die Interessenslage des Publikums, als das Nachrichtenangebot des Wissenschaftsbetriebes. Österreich bildet hier allerdings eine Ausnahme: Forschungsinstitutionen treten als Sponsoren von Wissenschaftsbeilagen auf und verzögern damit die Entwicklung zu einem journalistischeren, publikumsnäheren Wissenschaftsjournalismus.

Der Medizinbetrieb sucht aus zumindest zwei Gründen die Aufmerksamkeit der Medien: Zum einen sollen die Medien helfen, Informationen über einen gesunden Lebenswandel zu verbreiten. Und sie sollen helfen, das wachsende Angebot des Medizinbetriebes bekannt zu machen. Der Weg über die klassische Werbung ist den Konzernen – zumindest in Europa – durch gesetzliche Beschränkungen ver stellt.

Für die Medien war Medizin lange Zeit „Manövriermasse“, in den vergangenen Jahren hat sich das Thema jedoch zum zuverlässigen Quotenbringer entwickelt. Vom Medizinbetrieb sind aber immer wieder Klagen über die fehlende Qualität der Berichte zu hören. Im Grunde wird gefordert, die Berichte nach medizinischen Kriterien zu verfassen. Schließlich hätten die Medizinjournalisten eine besondere Verantwortung für die Gesundheit ihrer Rezipienten zu tragen. Wenn die Medien „richtige“ Informationen über Lebensstilfragen veröffentlichen würden, dann könnten sich die Rezipienten für ein gesünderes Leben entscheiden.

Die Befunde der Medienwirkungsforschung lassen es jedoch als höchst zweifelhaft erscheinen, dass es eine solche Kettenreaktion wirklich gibt. Auch die Erfahrungen der Praktiker aus der Gesundheitsförderung sprechen offenbar gegen die gesundheitspädagogische Wirkung von Medien. Schließlich hat diese Branche bereits vor Jahrzehnten aufgehört, Medien in ihre Strategien mit ein zu ziehen.

Das ist der Hintergrund vor dem die Frage nach dem Rollenselbstverständnis von Wissenschafts- und Medizinjournalisten gestellt wird. Unterwerfen sie sich dem „Paradigma des Wissenschaftsjournalismus“? Erhebungen in den vergangenen 35 Jahren haben gezeigt, dass sich Wissenschaftsjournalisten vor allem als neutrale Übersetzer und Vermittler von wissenschaftlichen Informationen sehen. Für die kritische Kontrolle dieses relevanten Gesellschaftszweiges sehen sie sich kaum zuständig. Über das Rollenselbstverständnis von Medizinjournalisten konnte nur eine quantitative Erhebung gefunden werden. Sie stammt aus dem Jahre 1974. Damals gaben 90 Prozent der Befragten an, ihre Aufgabe sei es, praktische Ratschläge und Orientierung zu liefern.

Um ein aktuelleres Bild zu erhalten, wurden 513 österreichische Wissenschafts- und Medizinjournalisten gebeten, einen Online-Fragebogen auszufüllen, 93 Journalisten folgten der Einladung. Dabei konnten folgende Befunde erhoben werden: Die wichtigste Inspirationsquelle für diese Journalisten sind Experten, gefolgt von wissenschaftlichen Journalen und Kongressen. Reaktionen aus dem Publikum geben dagegen nur selten den Anstoß für eine Geschichte.

Erhoben wurde außerdem die Zustimmung zu Statements über die wichtigste Aufgaben eines Journalisten. Die höchste Zustimmung bekamen Statements, die auf das Rollenselbstbild eines Erziehers/Übersetzers hinweisen. Statements, in denen die Rolle eines Ratgebers beschrieben werden, kommen an zweiter Stelle. Statements, in denen die Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus beschrieben wird, bekommen die geringste Zustimmung.

## 10 Quellen

Abroms, Lorien; Maibach, Edward: „The Effectiveness of Mass Communication to Change Public Behavior.“ Annual Review of Public Health 2008. 29: Seiten 219–234 (Jänner 2008)

Bammé, Arno; Kotzmann, Ernst; Reschberg, Hasso (Hg.) (1989): Unverständliche Wissenschaft – Probleme und Perspektiven der Wissenschaftspublizistik. München: Profil

Bankhofer, Hademar 1992: „RTL plus.“ In: Fischer (1992)

Bartens, Werner, 2003: „Das Leiden an der Gesellschaft – Eine Polemik gegen erfundene Krankheiten und die süße Sorge ums Selbst“. In: Süddeutsche Zeitung, 29. 4. 2003

Belz, Christopher; Haller, Michael; Sellheim, Armin (1999): Berufsbilder im Journalismus – von den alten zu den neuen Medien. Konstanz: UVK Medien

Bentele, Günter; Haller, Michael (Hg.) 1997: Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit: Akteure – Strukturen – Veränderungen. Konstanz: UVK Medien

Bentele, Günter; Liebert, Tobias; Seeling, Stefan (1997): „Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus“. In: Bentele/Haller 1997, Seiten 225-250

Berger, Sonja, 2000: Gesundheitsberichterstattung in österreichischen Tageszeitungen am Beispiel „Neue Kronen Zeitung“, „Kurier“, „Der Standard“, und „Die Presse“. Diplomarbeit, Wien

Berger, Sonja; Martensen, Fin 2004: Die Untersuchung der Nutzung von Gesundheitsberichterstattung unter besonderer Berücksichtigung messbarer Wirkungen bei den Rezipienten am Beispiel Printmedien und Internet. Dissertation, Wien

Binder, Linda, 2000: Die Besonderheiten der Öffentlichkeitsarbeit für den Gesundheitsbereich – eine Aufarbeitung der Ist-Situation anhand einer Sekundäranalyse und ausgewählten Expertengesprächen. Diplomarbeit, Wien

Blöbaum, Bernd 2008: „Wissenschaftsjournalisten in Deutschland: Profil, Tätigkeiten und Rollenverständnis.“ In Hettwer/Lehmkuhl/Wormer/Zotter (2008), S. 245-256

Bonfadelli, Heinz; Jarren, Otfried (Hg.) (2001): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt.

Bonfadelli, Heinz; Friemel, Thomas (2006): Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich – Grundlagen und Anwendungen. Konstanz: UVK

Bonfadelli, Heinz; Imhof, Kurt; Blum, Roger; Jarren, Otfried (Hrsg.) 2008: Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Bretterecker, Marion; Zachariasen, Christian (2004): Statistisches Jahrbuch Österreichs 2005. Wien: Verlag Bundesanstalt Statistik Austria

Brinard, Curtis (2008): „CNN Cuts Entire Science, Tech Team“, Columbia Journalism Review vom 4.12.2008. Online unter  
[http://www.cjr.org/the\\_observatory/cnn\\_cuts\\_entire\\_science\\_tech\\_t.php](http://www.cjr.org/the_observatory/cnn_cuts_entire_science_tech_t.php); Download am 30.4.2009

Brumfiel, Geoff (2009): „Supplanting the old media?“, nature Vol 458, S. 274-277, (19. März 2009)

Buchholz, Gerhard (1988): „Wirkungsproblematik in der Geschichte der Medizinpublizistik.“ In: Fischer 1988, Seiten 183-185

Bundeszentrum für gesundheitliche Aufklärung (2008): Aids im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 2007 – Wissen, Einstellungen und Verhalten zum Schutz vor Aids, Endbericht. online unter  
<http://www.bzga.de/pdf.php?id=de8f7698f70944ad3664361ad1405521>; Download am 12.12.2008

Burkart, Roland (1987): Wirkungen der Massenkommunikation - theoretische Ansätze und Empirische Ergebnisse. Wien: Braumüller

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. 4. Auflage. Wien, Köln, Weimar: Böhlau UTB

Chappell, Rick; Hartz, Jim (1997): Worlds Apart – How the Distance Between Science and Journalism Threatens America's Future. Nashville: First Amendment Center

Clarke, Adele et al. (2002): „Biomedicalisation: Theorizing Technoscientific Transformations of Health, Illness and U.S. Biomedicine“, in American Sociological Review 68, S. 161-194

Cohen, John (1999): „The March of Paradigms.“ Science, Vol 283, S. 1998-1999, 26. März 1999

Donges, Patrick; Jarren, Otfried (2001): „Politische Kommunikation.“ In: Jarren, Otfried, Bonfadelli, Heinz: Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt. S. 417-438.

Donsbach, Wolfgang: „Rollenselbstverständnis.“ In: Weischenberg, Siegfried; Kleinstuber, Hans J.; Pörksen, Bernhard (Hg) (2005): Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz UVK Verlagsgesellschaft. S. 415-420

Drössler, Christoph (2007): „Anspruch und Wirklichkeit – Der Wissenschaftsjournalist als Anwalt des Lesers.“ In Kienzlen, Grit; Lublinski, Jan; Stollorz, Volker (Hg.) (2007): Fakt, Fiktion, Fälschung – Trends im Wissenschaftsjournalismus. Konstanz: UVK. S. 39-44

Elmer, Christina; Badenschier, Franziska; Wormer, Holger (2008): „Science for Everybody? How the Coverage of Research Issues in German Newspapers has Increased Dramatically“, Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol 85, No.4 (Winter 2008), S. 878-893

Europäische Kommission (o.J.): „Growth and Jobs.“ Online unter <http://ec.europa.eu/growthandjobs/faqs/background>; Download am 6.5.2009

Europäische Kommission (Hg.) (2007): Scientific research in the media – Special Eurobarometer. Online unter [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_282\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_282_en.pdf); Download am 28.2.2009

Fabris, Hans Heinz (Hg.) (2004): Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich. Ein Qualitäts Monitoring. Erhebungsjahre 2002/2003. Salzburg: Eigenverlag

Felt, Ulrike; Müller, Annina; Schober, Sophie (2003): (Techno)Wissenschaften und Öffentlichkeiten: Strukturanalyse und Standortbestimmung der Wissenschaftskommunikation in Österreich. Projektbericht im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur. online unter: <http://www.univie.ac.at/virusss/projects/6/> ; Download am 20.12.2008

Fischer, Heinz-Dietrich (Hg.) (1988): Handbuch der Medizinkommunikation. Informationstransfer und Publizistik im Gesundheitswesen. Köln: Deutscher Ärzte Verlag

Fischer, Heinz-Dietrich (1992): Medizinjournalismus in Massenmedien: Ausbildung – Aufgaben – Ansätze. Konstanz: Universitätsverlag

Flöhl, Rainer; Fricke, Jürgen (1987): Moral und Verantwortung in der Wissenschaftsvermittlung – Die Aufgabe von Wissenschaftler und Journalist. Mainz: Hase und Koehler

Flöhl, Rainer (1990): „Künstliche Horizonte? Zum konfliktreichen Verhältnis zwischen Wissenschaft und Medien.“ In: Medium 20 (1), 1990. S 22-28

Friedrichs, Jürgen 1985: Methoden der empirischen Sozialforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag

FWF (o.J.): „Der FWF-Preis für Wissenschaftskommunikation.“ Online unter [http://www.fwf.ac.at/de/public\\_relations/wisskommppreis/index.html](http://www.fwf.ac.at/de/public_relations/wisskommppreis/index.html) ; Download am 22.5.2009

Gagnon, Marc-André; Lexchin Joel (2008): The Cost of Pushing Pills: A New Estimate of Pharmaceutical Promotion Expenditures in the United States. PLoS Med 5(1): e1. 3. Jänner 2008

Geissler, Rainer (1987): „Wandel durch Massenmedien. Die Versärker-Doktrin neu durchdacht.“ In: Burkart, Roland (Hg.) (1987): Wirkungen der Massenkommunikation. Wien Braumüller, S. 23-35

Glik, Deborah (2001): „Gesundheitsjournalismus – Grundlage der professionellen Massenkommunikation.“ In: Hurrelmann (2001), S. 169-182

Gottschlich, Maximilian (1980): Journalismus und Orientierungsverlust – Grundprobleme öffentlich-kommunikativen Handelns. Wien, Graz (u.a): Böhlau

Göpfert, Jörg (2006): „Der freie Wissenschaftsjournalist.“ In: Göpfert (2006), S. 62-71

Göpfert, Winfried; Ruß-Mohl, Stephan (Hg.) 1996: Wissenschafts-Journalismus – Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München [u.a.]: List

Göpfert, Winfried; Peters, Hans Peter (1996): „Wissenschaftler und Journalisten – ein spannungsreiches Verhältnis.“ In: Göpfert/Ruß-Mohl (1996) Seiten 21-27

Göpfert, Winfried, Schanne, Michael 1998: Das Förderprogramm Wissenschaftsjournalismus der Robert Bosch Stiftung GmbH – Evaluation. Zusammenfassender Bericht. Online unter <http://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/institut/wissenskommunikation/media/bericht.pdf>; Download am 18.4.2009

Göpfert, Winfried (2001): „Möglichkeiten und Grenzen der Gesundheitsaufklärung über Massenmedien.“ In: Hurrelmann (2001), S. 131-142

Göpfert, Winfried (2002): „Wissenschaftsjournalismus im Wissenstransfer – Ist der Wissenschaftsjournalismus das Sprachrohr der Wissenschaft?“ In DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung, (Hg. vom Deutschen Institut für Erwachsenenbildung, Bonn), Heft II/2002, Seiten 33-35

Göpfert, Winfried (Hg.) (2006): Wissenschafts-Journalismus – Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Berlin: Ullstein

Göpfert, Winfried (2006b): „Gängige Themen: Medizin und Gesundheit.“ In: ders (2006), S. 230-236

Gredler, Brigitte (1984): Gesundheit, Krankheit, Lebensstil. Wien: Facultas

Gross, Michael (2008): „Is science reporting turning into fast food?“, Ethics in Science and Environmental Politics, Theme Section „Ethics of Science Journalism, Vol. 9, No. 1,

Published Online am 21. Oktober 2008

Haacke, Wilmont (1960): Massenmedien und Medizin. In: *Publizistik* 5: S. 409-417

Haller, Michael (1996): „Defizite im Wissenschaftsjournalismus“. In Göpfert/Ruß-Mohl (1996), S. 13-21

Haller, Michael (2004): *Recherchieren*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft

Haller, Michael (2004b): „Wird der Journalismus von der PR überrollt?“ Vortrag am 18. Journalistentag der Union deutscher Journalistinnen und Journalisten am 27. November in Berlin. Zitiert nach: <http://www.uni-leipzig.de/aktuell/index.php?pmnummer=2004418>, Download am 8. Dezember 2004

Haller, Michael (2007): „Was muss der Journalist in Zukunft können?“ In: *Presse 2007*. Wien: Verband Österreichischer Zeitungen. Seiten 212-225

Haller, Michael (2008): „Wie viel Wissenschaft braucht der Wissenschaftsjournalismus? Wandlungen und Perspektiven eines Berufszweigs.“ In: Hettwer/Lehmkuhl/Wormer/Zotter (2008), S. 531-549

Heinze, Petra (2001): *Praxiologie der Gesundheitskommunikation*. Diplomarbeit, Wien

Hettwer, Holger; Lehmkuhl, Markus; Wormer, Holger; Zotter, Franko (2008): *Wissenswelten – Wissenschaftsjournalismus in Theorie und Praxis*. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung

Hofmarcher, Maria; Röhrling, Gerald (2003): „Gesundheitsausgaben in der EU: Die Vergleichbarkeit kränkt“, in *Health System Watch I/2003*, Wien. Online unter [http://www.ihs.ac.at/departments/fin/HealthEcon/watch/hsw03\\_1d.pdf](http://www.ihs.ac.at/departments/fin/HealthEcon/watch/hsw03_1d.pdf); Download am 24.11.2008

Hömberg, Walter; Degenhardt, Werner; Frantz, Wolfgang (1982): *Wissenschaftsjournalismus als Beruf – Berufsbild, Arbeitsweise und Selbstverständnis der Wissenschaftsjournalisten in der Bundesrepublik; ein Forschungsbericht*. München

Hömberg, Walter (1986): Zum Stellenwert des Wissenschaftsjournalismus in den

Redaktionen aktueller Massenmedien – ein Forschungsbericht. Bamberg

Hömberg, Walter (1990): Das verspätete Ressort. Die Situation des Wissenschaftsjournalismus. Konstanz: Univ.-Verl.

Høye S, Hjortdahl P.: „’New wonder pill!’--what do Norwegian newspapers write“, Tidsskr Nor Laegeforen. Juni 2002, 30; 122(17): S. 1671-1676 zitiert nach dem englischen Abstract auf Pubmed; PMID: 12555610

Hribal, Lucie 2001: „Risikokommunikation.“ In: Bonfadelli/Jarren (2001), S. 439-460

Hurrelmann, Klaus (Hg.) (2001): Moderne Gesundheitskommunikation – vom Aufklärungsgespräch zur E-Health. Bern [u.a.]: Hans Huber

Jackson, Trevor (2003): „News skews health priorities, study claims.“ Britsh Medical Journal, Vol 327, S. 688 (20. September 2003)

Janssen, Paul (Hg.) (1997): Psychotherapie als Beruf. Göttingen [u.a.]: Vandenhoeck & Ruprecht

Jasny Barbara (1999): „The Media Uncertainty Principle.“ Science, Vol 283, Issue 540, S. 1453 (5. März 1999)

Jeurink, Johann Friedrich: „Präsentation medizinischer Sachverhalte in Publikumszeitschriften.“ In: Fischer 1988. S. 173-177

Jochum, Manfred (1999): Wissenschaftswissen und Medienwissen oder: Die Virtualität des Wissens. Innsbruck, Wien: Studien Verlag

Kaltenbrunner, Andy; Kraus, Daniela; Leitner, Judith; Zimmermann, Astrid (2006): Weiterbildung für Wissenschaftsjournalisten. Unveröffentlichte Studie

Kaltenbrunner, Andy; Karmasin, Matthias; Kraus, Daniela; Zimmermann, Astrid (2008): Der Journalisten-Report II – Österreichs Medienmacher und ihre Motive – Eine repräsentative Befragung. Wien: Facultas

Kapeller, Lukas (2007): „Selbstläufer.“ In: Datum – Seiten der Zeit, 01/07. Online unter

<http://www.datum.at/0107/stories/3111899/>, Download am 22.5.2009

Karmasin, Matthias (2005): Journalismus: Beruf ohne Moral? Von der Berufung zur Profession. Wien: Facultas

Knorr-Cetina, Karin (1991): Die Fabrikation von Erkenntnis – Zur Anthropologie der Naturwissenschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Kohring, Matthias (1997): Die Funktion des Wissenschaftsjournalismus – Ein Systemtheoretischer Entwurf. Opladen: Westdeutscher Verlag

Kohring, Matthias (2007): „Vertrauen statt Wissen – Qualität im Wissenschaftsjournalismus.“ in Kienzlen/Lublinski/Stollorz (2007), S. 25-38

Krause, Regina (1989): Gesundheit verkaufen? Praxis der Gesundheitskommunikation. St. Augustin: Asgard Verlag

Krüger, Jens (1987): „Wissenschaftsberichterstattung in aktuellen Massenmedien aus der Sicht der Wissenschaftler.“ In: Flöhl/Fricke (2007), S. 39-51

Latour Bruno, Woolgar Steve (1986): Laboratory Life – The Construction of Scientific Facts. Princeton, New Jersey: Princeton University Press

Lange-Ernst, Maria-Elisabeth (2003): „Kann sein, dass man Geld von beiden Seiten bekommt“. Interview mit der Medizinjournalistin Lange-Ernst. In: Message. Internationale Zeitschrift für Journalismus 4, 2003, S. 56-57

Langenbucher, Wolfgang R. (1975): „Kommunikation als Beruf. Ansätze und Konsequenzen kommunikationswissenschaftlicher Berufsforschung.“ In: Publizistik, 19. Jg. 1974, H. 3-4, 20. Jg. 1975, H. 1-2, S. 256-277.

Langenbucher, Wolfgang R. (1986): „Ethik und Wissenschaftsjournalismus.“ In: Ruß-Mohl (1986), S. 174-185

Langenbucher, Wolfgang R. (1987): „Verantwortbarer Katastrophenjournalismus?“ In: Flöhl/Fricke (1987), S. 145-148

Mann, Barbara (1992): Hilflosigkeit und Gesundheitskommunikation. Wien, Diplomarbeit

Mast, Claudia (1998): ABC des Journalismus. Konstanz: UVK Verlags GmbH

Meier, Klaus; Feldmeier, Frank: „Wissenschaftsjournalismus und Wissenschafts-PR im Wandel.“ In: Publizistik, Heft 2, Juni 2005, 50. Jahrgang, S. 201-224

Merton, Robert K. (1985): Entwicklung und Wandel von Forschungsinteressen. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Mohl, Hans (1988): Gestaltungsfragen bei Medizinsendungen im Fernsehen. In: Fischer (1988), S. 178-181

Moynihan, Ray et al. (2000): „Coverage by the news media of the benefits and risks of medications.“ New England Joirnal of Medicine 342: S. 1645-1650

Müller, Annina-Barbara; Schober, Sophie (2002): Das große Missverständnis: Konstruktionen und Projektionen von Wissenschaft und Öffentlichkeit im Kontext von Wissenschaftskommunikation. Diplomarbeit, Wien

Müller, Sonja Barbara (2004): Gesundheitsberichterstattung in österreichischen Tageszeitungen - Ist die Form des Ratgeberjournalismus zu erkennen? Diplomarbeit, Wien

Münch, Richard (1991): Dialektik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp

N.N. 2007: „Science News – Overview of Science Reporting in the EU.“ Konferenzbericht der EU-Generaldirektion für Forschung. Online unter [http://ec.europa.eu/research/conferences/2007/bcn2007/overview\\_of\\_science\\_reporting\\_eu\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/research/conferences/2007/bcn2007/overview_of_science_reporting_eu_en.pdf); Download am 11.12.2008

N.N. 2009: „Magazin ‚SZ Wissen‘ wird eingestellt.“ Der Standard, 19. Mai 2009, zitiert nach der Online-Ausgabe: <http://derstandard.at/?id=1242316209672>; Download am 23. Mai 2009

N.N. 2009b: „Does the media support or sabotage health?“, The Lancet, Vol 373, S. 604 (21. Februar 2009)

Noelle-Neumann, Elisabeth (Hg.) (2003): Das Fischer Lexikon Publizistik, Massenkommunikation. Frankfurt am Main: Fischer

Nuber, Ursula (1997): Psychotherapie im Kreuzfeuer der Medien. In: Janssen, Paul; Cierpka, Manfred; Buchheim, Peter (Hg.) (1997): Psychotherapie als Beruf. Göttingen: Vanderhoeck&Ruprecht, Seiten 56-67

ÖSTAT 1996: „Gesundheitszustand der Österreicher. Mikrozensus“, Wien

Peters, Hans Peter; Brossard, Dominique; de Cheveigné, Suzanne; Dunwoody, Sharon; Kallfass, Monika; Miller, Steve; Tsuchida, Shoji (2008): „Science-Media Interface – It's time to reconsider“ Science Communication, Vol 30, Nr. 2, S. 266-276 (Dezember 2008)

Pew Research Center (2008): The State of the News Media 2008 report. Online unter [www.stateoftheneWSmedia.org/2008/](http://www.stateoftheneWSmedia.org/2008/), Download am 5.3.2009

Pressehandbuch 2003: Medien und Werbung in Österreich. 51. Auflage. Wien: Verband Österreichischer Zeitungen

Ronneburger, Hans: „Wer sind wir eigentlich? Anmerkungen zu Schaffensfragen des Wissenschaftsjournalismus“ In: Bammé/Kotzmann/Reschberg (1989), S. 85-96

Russ-Mohl, Stephan 2008: „Journalismus und PR als Seismographische Frühwarnsysteme?“ In Bonfadelli/Imhof/Blum/Jarren (2008), S. 130-145

Rühl, Manfred (1992): „Theorie des Journalismus.“ In Burkart, Roland; Hömberg, Walter (1992): Kommunikationstheorien – Ein Textbuch zur Einführung, Wien, Braumüller. S. 117-133

Saffarnia, Pierre (1993): Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Wien, Diplomarbeit

Saxer, Ulrich (1993): „Medienwandel – Journalismuswandel.“ In: Publizistik. 38. Jahrgang, Heft 3, S. 292-304

Saxer, Ulrich (1997): „Kommunikatorforschung und Kommunikatoren – Konstitutionprobleme einer publizistikwissenschaftlichen Teilsdisziplin“. In Bentele/Haller (1997), S. 39-54

Scheibler, Kerstin (2004): Wissenschaftsjournalismus aus Sicht der Wissenschaftler – Darstellung, Analyse und Interpretation der Ergebnisse einer Befragung Wiener Universitätsprofessoren. Wien, Diplomarbeit

Scholl, Armin; Weischenberg, Siegfried (1998): Journalismus in der Gesellschaft – Theorie, Methodologie und Empirie. Opladen: Westdeutscher Verlag

Scholtes, Emile (1991): Sollfunktionen von Societal Communications mit besonderer Berücksichtigung der Gesundheitskommunikation. Wien, Diplomarbeit

Schwitzer, Gary (2008): „How Do US Journalists Cover Treatments, Tests, Products, and Procedures? An Evaluation of 500 Stories.“ In PLOS Med 5(5):e118 (Mai 2008)

Smith, Richard (2002): „In search of „non disease““, British Medical Journal Vol 324: 883-885 (13. April 2002)

Smith, Richard (2002b): „Too much medicine? Almost certainly“, British Medical Journal, Vol 324: 859-860 (13. April 2002)

Soritsch, Alois (1976): Gesundheit und Information. Wien: Facultas

Spannbrucker, Alexandra (1997): Societal Marketing und Pharmamarketing – ein Widerspruch? Diplomarbeit, Wien

Spinner, Helmut (1987): „Die alte Ethik der Wissenschaft und die neue Aufgabe des Journalismus.“ In: Flöhl/Fricke (1987), S. 73-89

Statistik Austria (2002): „Gesundheitszustand und Konsum medizinischer Leistungen – Mikrozensus September 1999, Wien

Statistik Austria (2007): „Gestorbene 2007 nach Todesursachen, Alter und Geschlecht.“ Online unter

[http://www.statistik.at/web\\_de/static/gestorbene\\_2007\\_nach\\_todesursachen\\_alter\\_und\\_geschlecht\\_021987.xls](http://www.statistik.at/web_de/static/gestorbene_2007_nach_todesursachen_alter_und_geschlecht_021987.xls), Download am 19.5.2009

Statistik Austria (2009): „Globalabschätzung 2009: Bruttoinlandsausgaben für F&E Finanzierung der in Österreich durchgeführten Forschung und experimentellen Entwicklung

1981 – 2009.“ online unter

[http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/forschung\\_und\\_innovation/globalschaetzung\\_forschungsquote\\_jaehrlich/023703.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/forschung_und_innovation/globalschaetzung_forschungsquote_jaehrlich/023703.html); Download am 5.5.2009

Stone, Erin et al. (2002): „Interventions That Increase Use of Adult Immunization and Cancer Screening Services: A Meta-Analysis.“ Ann Intern Med. 2002; 136, S. 641-651 (7. Mai 2002)

Streeck, Ulrich (2000): „Die generalisierte Heiterkeitsstörung. Diagnose – Differentialdiagnose – Therapie.“ In: Forum der Psychoanalyse 16, S. 116-122 (Juni 2000)

Streeck, Ulrich (2001): „Noch einmal zur ‚generalisierten Heiterkeitsstörung‘.“ In: Forum der Psychoanalyse 17, S. 94-96 (März 2001)

Svoboda, Tina (1998): Gesundheitskommunikation – health communication: Methoden und Wege zur effektiveren Gestaltung unseres Gesundheitsversorgungssystems, Dissertation, Wien

Tannenbaum, Percy (1963): „Communication of Science Information.“ In: Science, Vol 140, Number 3567, S. 579-583 (10. Mai 1963)

Thierbach, Dieter (1988): „Medizinische Themen in Tages- und Wochenzeitungen.“ In: Fischer (1988), S. 169-172

Tumpej, Maja (2007): Wissenschaftsjournalismus zwischen Forschungsrealität und Medienwirklichkeit am Beispiel der Komplexitätsdarstellung in Beiträgen österreichischer Printmedien zur Genforschung. Diplomarbeit, Wien

Vogel, Hans Rüdiger (1988): „Pharmazeutische Industrie in den Massenmedien.“ In: Fischer (1988), S. 165-168

Wagner, Hans (1998): „Das Unwandelbare im Journalismus.“ In: Duchkowitsch, Wolfgang; Hausjell, Fritz; Hömberg, Walter; Kutsch, Arnulf; Neverla, Irene. (Hg.) (1998): Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Festschrift für Wolfgang R. Langenbucher. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag: S. 95-111

Wasilewski, Rainer (1988): Das Bild des Arztes in der Publizistik. In: Fischer (1988), S. 155-

126

158

Weingart, Peter (2001): Die Stunde der Wahrheit? Zum Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wirtschaft und Medien in der Wissensgesellschaft. Weilserwist: Velbrück Wissenschaft

Weingart, Peter; Salzmann Christian; Wörmann, Stefan: (2008): „The social embedding of biomedicine: an analysis of German media debates 1995-2004.“ In: Public Understanding of Science Vol.17, No.3, S. 381-396 (1. Juli 2008)

Weischenberg, Siegfried (1998): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag

Weischenberg, Siegfried; Kleinsteuber, Hans J.; Pörksen, Bernhard (Hg.) (2005): Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft

Whiteman, Lily (2009): „More and More Scientists Serve Up Science for Mass Consumption.“ NSF Discoveries. Online unter [http://www.nsf.gov/discoveries/disc\\_summ.jsp?cntn\\_id=114406](http://www.nsf.gov/discoveries/disc_summ.jsp?cntn_id=114406); Download am 7.5.2009

WHO (1946): Preamble to the Constitution of the World Health Organization. Online unter <http://www.who.int/about/definition/en/>; Download am 27.12.2004

Wolkersdorfer, Harald (2001): Suchtprävention in der Erlebnisgesellschaft. Diplomarbeit, Wien

Yanovitzky, Itzhak; Bennett, Courtney (1999): „Media Attention, Institutional Response, and Health Behavior Change.“ In: Communication Research, Vol. 26, No. 4, 429-453 (1999)

Young NS; Ioannidis JPA; Al-Ubaydli O (2008): „Why current publication practices may distort science.“ In: PLoS Med 5(10): e201 (7. Oktober 2008)

## 10 Anhang

### 10.1 Der Fragebogen

1. Wie alt sind Sie, bitte?

.... Jahre

2. Sind Sie

- ein Mann
- eine Frau

3. Im Gesundheits- oder Wissenschaftsjournalismus sind Sie tätig seit:

- weniger als drei Jahren.
- 3-5 Jahren.
- 5-10 Jahre.
- länger als 10 Jahre.

4. Ausbildung:

*Mehrere Antworten möglich!*

- Studium Publizistik (abgeschlossen oder nicht).
- anderes Studium.
- kein Studium.

5. Arbeitssituation: Ich bin

- Angestellte/Angestellter.
- Freie/Freier JournalistIn .

6. Meine Geschichten befassen sich

*Mehrere Antworten möglich!*

- ausschließlich mit Gesundheit, Medizin, Wellness
- mit Gesundheit, Wissenschaft, Technik.
- Nur mit Wissenschaft.
- mit Gesundheit aber auch mit Themen aus Politik, Wirtschaft, Chronik.

7. Im Gesundheits/Wissenschaftsressort meines Mediums arbeiten außer Ihnen ständig  
wieviele weitere KollegInnen?  
*(falls Sie als Freie/r MitarbeiterIn tätig sind, denken sie hier bitte an Ihren  
wichtigsten Abnehmer!)*

Bitte tragen Sie hier die Anzahl der weiteren MitarbeiterInnen ein: .....

8. Mein Medium wird finanziert durch  
*(falls Sie als Freie/r MitarbeiterIn tätig sind, denken sie hier bitte an Ihren  
wichtigsten Abnehmer!)*
- Anzeigenerlöse (Gratisblatt, Privat-TV, Internetauftritt).
  - Anzeigen- und Verkaufserlöse.
  - einen Auftraggeber außerhalb der Verlagsbranche (Kammer, Konzern, Krankenhaus, Fonds, Ministerium, Behörde...).
9. An einer durchschnittlichen Geschichte arbeite ich
- bis zu vier Stunden.
  - bis zu einen Tag.
  - bis zu drei Tage.
  - bis zu einer Woche.
  - länger als eine Woche.
10. Für das Erstellen eines Beitrages habe ich heute redaktionsbedingt meist
- mehr Zeit als früher.
  - weniger Zeit als früher.

11. Für Gesundheitsthemen gibt es in meinem Medium heute

- mehr Platz/Sendezeit als früher.
- weniger Platz/Sendezeit als früher.

12. Die besten Ideen für gute Geschichten bekomme ich:

*Bitte in jeder Zeile eine Angabe!*

	Immer	Meistens	Manchmal	Eher selten	Nie
im privaten Gespräch mit Freunden und Bekannten.					
durch Reaktionen oder Anfragen des Publikums.					
aus der Chefredaktion.					
aus der Marketing-Abteilung meines Mediums.					
aus anderen Publikumsmedien.					
aus einschlägigen Blogs.					
durch Presseaussendungen, Pressekonferenzen.					
im persönlichen Gespräch mit ExpertInnen.					
im Gespräch mit KollegInnen.					
aus wissenschaftlichen Journals und Fachmedien.					
auf Fachkongressen.					

13. Meine wichtigste Aufgabe als Journalist ist es,

*Bitte in jeder Zeile eine Angabe!*

	Trifft voll zu	Trifft eher zu	Trifft weniger zu	Trifft nicht zu
Kritik an Missständen zu üben.				
sich für Benachteiligte PatientInnen einzusetzen.				
„Normalen“ Leuten eine Chance auf Meinungsäußerung zu geben.				
die politische Tagesordnung zu beeinflussen.				
Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, das Gesundheitssystem zu kontrollieren.				
Fakten objektiv zu übermitteln.				
das Publikum möglichst neutral und objektiv zu informieren.				
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.				
die Realität genau so abzubilden, wie sie ist.				
das Publikum zu unterhalten und zu entspannen.				
vor allem inhaltlich und fachlich korrekt zu sein.				
über Innovationen auf dem Medizinsektor aufzuklären.				
Kunstfehler aufzudecken.				
Für ein gutes Vertrauensverhältnis zwischen Arzt und Patient sorgen.				
Dem Publikum helfen, richtige Entscheidungen zu treffen, nützlich sein.				
das Publikum zu einem gesünderem Lebensstil (Ernährung, Sport, Gesundenuntersuchungen) zu erziehen.				
Das Publikum in Gesundheitsfragen zu beraten.				
Das Publikum vor gesundheitsgefährlichem Verhalten zu warnen.				

Neue Produkte und Dienstleistungen bekannt zu machen				
Die medizinische Allgemeinbildung beim Publikum heben				
Positionen von Kammern, Konzernen, Kassen Ärzten in der öffentlichen Diskussion bekannt machen				
Das Wissen von ExpertInnen gut verständlich an Laien weiter geben				

14. PR Agenturen liefern mitunter fertige Text- oder Filmbeiträge. Ich übernehme solche Arbeiten ganz oder in Auszügen

- gerne. Das spart viel Zeit.
- fallweise.
- nachdem ich bei unabhängigen ExpertInnen nachrecherchiert habe.
- gar nicht.
- in mein Archiv. Vielleicht kann ich die Information später verwerten.

15. PR-Agenturen bieten Foto- und Filmmaterial. Das verwende ich

- so oft es geht, damit erspare ich der Redaktion viel Geld.
- fallweise.
- nie.

16. Einige freie JournalistInnen arbeiten auch für PR-Firmen. Was halten Sie davon?

- Gute Idee, beide Seiten profitieren.
- Geht in Ordnung, wenn die beiden Bereiche klar voneinander getrennt sind.
- Schlechte Idee. JournalistInnen werden dadurch unglaublich.

17. Angenommen, ein Informant erzählt Ihnen von einem neu zugelassenen Medikament, das schon Todesfälle verursacht haben soll und bietet einen Stapel Studien als Beleg. Was tun Sie?
- Die Geschichte recherchieren, auch wenn es viele Tage dauert, bis sie entweder gedruckt/gesendet werden kann – oder sich als Ente herausstellt.
  - Nichts. Für derart aufwändige Recherchen fehlt mir die Zeit.
  - Eine Kurzmeldung, in der ich diese Mitteilung als Behauptung weiter gebe.
  - Den Informanten an Kollegen in anderen Medien verweisen, die mehr Zeit für Recherche haben.
18. Wer oder was ist die „4. Macht im Staat“?
- Die Medien
  - Die Ärztekammer
  - Das Parlament
  - Die Justizverwaltung
  - Der Presserat

## Abstract

Gegenstand dieser Arbeit ist das Rollenselbstverständnis österreichischer Wissenschafts- und Medizinjournalisten. 513 Journalisten wurden gebeten, einen webbasierten Fragebogen auszufüllen und hier Angaben über ihre Berufsauffassung zu machen.

Wichtige Resultate: Wissenschaft- und Medizinjournalisten sehen ihre Aufgabe überwiegend darin, Informationen aus dem Wissenschafts- oder Medizinbetrieb für ihr Publikum zu übersetzen. Auf überdurchschnittliche Zustimmung stößt auch die Funktion eines Gesundheitserziehers. Das Rollenbild des kritischen, anwaltschaftlichen Journalisten ist dagegen nur schwach ausgeprägt.

Gestützt wird dieser Befund durch eine zweite Beobachtung: 73 Prozent der Journalisten gaben an, Ideen für Beiträge im Gespräch mit Experten zu finden. 60 Prozent werden in wissenschaftlichen oder medizinischen Fachjournalen fündig, 44 Prozent auf Fachkongressen. Reaktionen oder Anfragen der Rezipienten spielen dagegen nur für neun Prozent der Journalisten eine Rolle. Die Journalisten orientieren sich also sehr stark an den Nachrichtenangeboten aus dem Wissenschafts- und Medizinbetrieb.

Im Sinne einer umfassenden Kommunikatorforschung wird in der Arbeit untersucht, welche Entwicklungen in der Vergangenheit und welche ökonomischen Rahmenbedingungen in der Gegenwart dieses Selbstverständnis begünstigen. Es wird gezeigt, dass sich Wissenschaftsjournalisten offenbar dem „Paradigma des Wissenschaftsjournalismus“ unterwerfen, das sie auf die Übersetzung und Popularisierung von Informationen aus der Wissensfabrik Wissenschaft fest legt. Ganz ähnlich agieren Medizinjournalisten. Für ihr Verhalten wird der Begriff des „Paradigma des Medizinjournalismus“ vorgeschlagen. Es zeichnet sich dadurch aus, dass den Journalisten eine Verantwortung für das Gesundheitsverhalten ihres Publikums aufgedrängt wird.

Es wird gezeigt, dass diese Rolle eines Gesundheitserziehers Medien nicht nur überfordert sondern sie auch dabei behindert, ihre journalistischen Aufgaben zu erfüllen.

## „Akademischer Werdegang“

ab 1989 Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Haupt-, Politikwissenschaft im Nebenfach

ab 1993 als Nebenfach: Fächerkombination aus Politikwissenschaft, Philosophie und Bauingenieurswesen