

Presseinformation

12.10.2015

## Fachtagung „Wissensformate in den Medien – interdisziplinäre Zugänge“

### Unsere Vorstellung von der Welt: Wie Medien Sachwissen aufbereiten

Ob „Die Sendung mit der Maus“, „Terra X“ oder „Was-ist-was?": Im Radio, Fernsehen, Internet und in Zeitschriften können Kinder und Erwachsene Themen aus der Wissenschaft entdecken. Welches Bild von Wirklichkeit hierbei wie vermittelt wird, wurde bisher kaum untersucht. Sachwissen wird vielfach emotionalisierend, dramatisierend und personalisierend aufbereitet, sagt Professorin Annette Sabban. Entsprechen die Bilder der Realität?

Mitte Oktober untersuchen Fachleute auf einer Tagung an der Universität Hildesheim, wie Wissen medial aufbereitet wird: im Fernsehen, im Internet, im Radio, in Kinderbüchern oder in Zeitschriften für unterschiedliche Altersgruppen [*Programm 15. bis 17.10.2015: [www.uni-hildesheim.de/wissensformate-in-den-medien/](http://www.uni-hildesheim.de/wissensformate-in-den-medien/)*]. Professorin Annette Sabban fasst sie unter dem Begriff „Wissensformate“ zusammen. Die Wissenschaftlerin geht der Frage nach, wie Sach- und Fachthemen zugänglich gemacht werden. Sie forscht an der Universität Hildesheim über die Popularisierung von Wissen und untersucht, wie Wissensinhalte an ein nicht fachlich vorgebildetes Publikum vermittelt werden.

Ob Sachgeschichten – Warum hat der Igel Stacheln? Warum ist ein Gullideckel rund? Welche Geschichte hat das Brandenburger Tor? – in der „Sendung mit der Maus“; die Zeitschriftenreihe „Geo Wissen“ über das Geheimnis der Sprache oder „Wissen vor 8“ über tierische Dialekte und die Invasion der Pflanzen zur besten Sendezeit vor der tagesschau: Bei der Aufbereitung von Wissen für Nicht-Experten kann man, unabhängig von Zielgruppe und Medium, grundlegende Verfahren beobachten, sagt Annette Sabban und zählt auf: Formen der Personalisierung, der Anschaulichkeit, das Anknüpfen an Alltagserfahrungen, das Erzeugen von Spannung bis hin zur Dramatisierung. „Die konkrete Umsetzung richtet sich nach den Möglichkeiten, die das jeweilige Medium bietet: Text, Ton, Standbild, Bewegtbild; beschreiben, erklären und erzählen, szenisch gestalten und nachstellen im ‚Reenactment‘. Wichtig scheint mir dabei, nicht nur Verfahren der Umsetzung und Gestaltung zu beschreiben, sondern auch zu bedenken, welche Art von Wissen auf Grund einer bestimmten medialen Aufbereitung vermittelt wird. Oder, allgemeiner gesagt, welche Folgen bestimmte Gestaltungsweisen für die Vorstellungen haben, die wir uns von der ‚Welt‘ machen.“

Wissensthemen, sagt Annette Sabban, werden „vielfach erlebnis- und ereignisbetont erzählt und personalisierend aufbereitet“. Das habe auch mit den Vorgaben der Rundfunksender zu tun: In den Programmperspektiven werde formuliert, Sendungen sollten zeitgemäß und unterhaltsam aufbereitet werden.

Isa Lange  
Pressesprecherin

Stiftung  
Universität Hildesheim  
Universitätsplatz 1  
31141 Hildesheim

Fon: 05121.883-90100  
Mobil: 0177.860.5905  
E-Mail: [presse@uni-hildesheim.de](mailto:presse@uni-hildesheim.de)  
[www.uni-hildesheim.de](http://www.uni-hildesheim.de)

Zielvorgaben bieten Orientierungen für die wissenschaftsjournalistische Praxis und seien somit musterbildend. Wenn Emotionen allerdings so im Vordergrund stehen und – aus der Perspektive der Sache, etwa der Medizin, der Archäologie oder der Biologie – solche peripheren Momente in den Mittelpunkt rücken, wo bleibt dann die eigentliche Wissensvermittlung?, fragt Annette Sabban. Untersuchungen und Rezeptionsanalysen zu diesen Fragen liegen bisher nur vereinzelt vor.

Die Hildesheimer Professorin nennt ein Beispiel aus dem deutschen Fernsehen: In einer 45minütigen Dokumentation wurde der Weg eines Archäologen ausführlich begleitet, über die Inhalte seiner Forschung erfuhr man kaum etwas. „Wie viel an Drumherum wird da gezeigt, zu der abenteuerlichen Landschaft und zu Gefahren, die der Forscher überwunden hat, damit er überhaupt etwas beobachten kann. Wenn man sich das 45 Minuten ansieht im Ergebnis zu dem, was wirklich inhaltlich gesagt wird, dann ist *das Eigentliche* ein verschwindend geringer Anteil. Da muss man hellhörig werden. Wir könnten nun vermuten, dass solche Darstellungen beim Zuschauer Interesse wecken, mehr über die Sache zu erfahren. Aber macht das jemand – geht man nach dem Fernseherlebnis im Anschluss in die Bibliothek?“

Das Publikum zu informieren und gleichzeitig zu unterhalten ist das scheinbar paradoxe Ziel von dokumentarischen Wissensformaten, sagt auch Sylvia Jaki vom Institut für Übersetzungswissenschaft und Fachkommunikation der Universität Hildesheim. „Um dies zu erreichen, präsentieren Wissenssendungen im Fernsehen Sachinformationen mehr oder weniger ausgeprägt emotional, dramatisch, persönlich.“ Auf der Tagung gibt sie Einblicke in ihr Habilitationsprojekt, in dem sie Titel von deutschen und englischen Wissensdokus analysiert – von „Crocodile Blues“ bis „Das heiße Leben der Schneeaffen“.

Sylvia Jaki untersucht in der Studie, wie „Wissenssendungen sprachlich gestaltet werden“. Bisher sind die Forschungen in diesem Feld gering, man weiß aber beispielsweise, dass häufig metaphorische Sprache oder Superlative verwendet werden. Sie befasst sich zunächst mit dem Einstieg in diese Sendungen. Was sieht der Zuschauer als erstes? Den Titel. Insgesamt 3936 Episodentitel hat die Hildesheimer Wissenschaftlerin gesammelt und analysiert. Die Reihe „BBC Horizon“ etwa läuft bereits seit den 1960er Jahren. Jaki schaut sich die Reihen im Verlauf an, die deutschen Titel sind meist länger als die englischen, jede Sendung habe eigene Gepflogenheiten. Manche Titel sind sehr transparent, eindeutig: „Das Beben von San Francisco“. Andere verwenden „Reizwörter“, so Jaki, etwa: „Expedition Deutschland – eine Zeitreise durch 500 Millionen Jahre“, „Faszination Universum: Das Geheimnis der Finsternis“, „Abenteuer Alaska“ oder „Das Geheimnis der Buckelwale“. Vor einigen Tagen sprach sie mit den Machern von Terra X, wie solche Titel entstehen. Es geht ja auch um Expeditionen, sagte man ihr. „Es ist spannend und wichtig, mit den Redaktionen zu sprechen. Forschung und journalistische Praxis können sich gut befruchten. Wir können die Sprache dieser Sendungen gut beschreiben – verstehen aber nicht unbedingt, woher das kommt.“

Sylvia Jaki konzentriert sich auf die Bereiche Geschichte, Archäologie, Natur und Tierreich, Naturwissenschaft und Technik. Die Daten der Studie beinhalten Serien der Sender ZDF, NDR, BBC Two und Channel 4, darunter auch die langjährigen Reihen Terra X (seit 1982), Expeditionen ins Tierreich (seit 1965), BBC Horizon (seit 1964) und BBC Natural World (seit 1983). Die statistische Auswertung zeigt, dass die Verwendung von dramatisierenden „Reizwörtern“ über die Zeit deutlich zugenommen hat. Wörter wie „Entdeckung“ und „discovery“ treten häufig bei Geschichtsthemen auf. Außerdem hat Sylvia Jaki untersucht, ob sich Titel von TV-Wissenssendungen auf verschiedenen Märkten unterscheiden. Die Gegenüberstellung deutscher und englischer Titel zeigt, dass Unterschiede bestehen.

## Konferenz:

Das Institut für Übersetzungswissenschaft und Fachkommunikation der Universität Hildesheim lädt vom 15. bis 17. Oktober 2015 zur öffentlichen Tagung „Wissensformate in den Medien – interdisziplinäre Zugänge“ ein [[www.uni-hildesheim.de/media/fb3/uebersetzungswissenschaft/Tagung\\_Wissensformate/Programmheft2509.pdf](http://www.uni-hildesheim.de/media/fb3/uebersetzungswissenschaft/Tagung_Wissensformate/Programmheft2509.pdf)]. Die Konferenz führt etwa 25 Fachleute aus Medienwissenschaft, Linguistik, Publizistik und Fachwissenschaften wie Archäologie zusammen.

Zum Auftakt spricht Martin Schneider, stellvertretender Redaktionsleiter von SWR Wissenschaft Fernsehen über „**Wissenschaftsjournalismus im Wandel**“. Während sich die ersten Wissenschaftsjournalisten Ende der 50er Jahre als Übersetzer verstanden, da sich die Forscher „selbst nicht allgemeinverständlich ausdrücken konnten oder – wegen drohendem Renomee-Verlusts in der scientific community – wollten“, stehe heute das „kritische Beobachten, Hinterfragen und Aufdecken versteckter Interessen“ im Fokus, sagt der Vorsitzende der Wissenschaftspressekonferenz.

Mehrere Tagungsbeiträge diskutieren die **Sprache in ihren Bezügen zu Bild und Ton**. Auch Unterschiede im Sprachgebrauch in öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Wissenssendungen werden thematisiert. Ursprünglich waren „Wissenschaftsmagazine“ eine „Ägide der öffentlich-rechtlichen Sender“, darauf weist Professor Hektor Haarkötter von der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft in Köln hin. Erst 1996 startete mit „Welt der Wunder“ etwas Ähnliches im Privatfernsehen, so der Kölner Forscher. Das chinesische Fernsehen habe die WDR-Kindersendung „Wissen macht Ah!“ übernommen und zeige das Format „Why? wei shen me“ nun zur Primetime. Sprechen TV-Wissensformate junge Zuschauer an? Der Kölner Forscher hat 43 Wissenssendungen untersucht, davon 21 öffentlich-rechtliche sowie 22 Ausstrahlungen im Privatfernsehen mit einer Spieldauer von insgesamt 2939 Minuten. Ein Fazit des Forschers: Im Privatfernsehen ist der Moderationsanteil deutlich niedriger, private Wissenssendungen „setzen eher auf kürzere Beiträge mit wechselnden Themen, schnelleren Schnitten und mehr Effekten“. Außerdem setzen sie zur Attraktivitätssteigerung für eine jüngere Zielgruppe Gewinnspiele, Erotik, Actionelemente und mehr Videoeffekte ein.

Manche Medienangebote richten sich an **bestimmte Altersgruppen** und versuchen, die kognitiven Voraussetzungen, Wahrnehmungsgewohnheiten und Interessenslagen von **Kindern und Jugendlichen** zu berücksichtigen.

Professor Thomas Gloning von der Universität Gießen spricht auf der Tagung über **Wissensangebote für Kinder**. Der Wissenschaftler hat untersucht, wie zum Beispiel die TV-Kindernachrichten „ZDF logo!“ über Ebola berichten, wie in klassischen TV-Kindersendungen wie etwa „Die Sendung mit der Maus“ Diabetes erklärt wird und wie Gesundheit in Büchern wie „Der kleine Medicus“ dargestellt wird. Wissensbücher für Kinder seien heute „keine reinen Textprodukte mehr, sondern bunte und räumlich komplex arrangierte Angebote“, so Gloning.

Mit **Text-Bild-Relationen in Kindersachbüchern** befasst sich Professorin Nina Janich von der TU Darmstadt. Sind Bücherserien wie „Was-ist-was?“ verständlich und anschaulich oder eine semiotische Überforderung? Den spezifischen Stil der „Sendung mit der Maus“ untersucht Professorin Heike Elisabeth Jüngst. Sachgeschichten sind nur ein Teil der Sendung, die seit 1971 ausgestrahlt wird. „Der typische Erzählstil der Sachgeschichten mit erkennbarer Stimme ist so

bekannt, dass er auch für Parodien verwendet wird“, so die Wissenschaftlerin der Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt. „Die Maus ist in praktisch jeder Altersgruppe beliebt, obwohl sie für Kinder im Kindergartenalter gedacht ist“, so Jüngst. Längst sei die Maus in Neue Medien übergegangen und ist im Internet präsent, aber auch in Büchern.

Wissensformate arbeiten mit „wiederkehrenden Mustern“, etwa bei der Themenauswahl und Themenformulierung, beim Text-Aufbau und auf der Ebene des sprachlichen Ausdrucks. Mit **Stereotypien in TV-Wissensdokus** setzt sich Professorin Annette Sabban auseinander. „Wissensdokus im Fernsehen erfreuen sich großer Beliebtheit und nehmen bisweilen die begehrtesten Sendeplätze ein, allen voran die ZDF-Sendereihe Terra X“, sagt die Übersetzungswissenschaftlerin der Uni Hildesheim. Sie untersucht, welche Muster sich in der Gestaltung erkennen lassen. Wie werden in den Sendungen Forscher bzw. Experten sprachlich und bildlich dargestellt? Was tun sie typischerweise, an welchen Orten halten sie sich auf? „So manche Orte sind zwar exotisch, zugleich aber schwer zugänglich, und die Forscher müssen Strapazen auf sich nehmen, um an ihr Ziel zu gelangen“, so Sabban. Auffällig sei, ein „intensivierender Beschreibungsmodus“, das Neuartige und Sensationelle werde hervorgehoben. Dabei fällt auf, so Professorin Sabban, dass die Aussagen über das Objekt oftmals „im Bereich des Affirmativen bleiben“, zum Beispiel verfügt ein Tier „über eine unglaubliche Fähigkeit“ – auf eine genauere Benennung oder Erklärung wird verzichtet. Welches Bild der Wirklichkeit wird durch solche Arten der medialen Darstellung vermittelt?

An der Universität Hildesheim untersuchen Studierende im Masterstudium **„Medientext und Medienübersetzung“** die Sprache in Medienformaten, ohne das Visuelle und Musikalische zu vernachlässigen. Sie befassen sich damit, wie Medien aufgebaut sind und funktionieren. Einige der Studierenden stellen auf der Tagung kleine Untersuchungen als wissenschaftliche Poster vor. Sie haben zum Beispiel visuelle und sprachliche Metaphern in Wissenssendungen analysiert, die dabei helfen sollen, das Sachwissen verständlich und anschaulich aufzubereiten.

Auf der Fachtagung werden außerdem erste Ergebnisse aus Rezeptionsanalysen vorgestellt. Das Niedersächsische Wissenschaftsministerium, die Volksbank Hildesheim und die Universitätsgesellschaft Hildesheim fördern die Tagung.

Die Teilnahme an der Konferenz ist möglich, um vorige Anmeldung wird gebeten (bitte per E-Mail an [jakisy@uni-hildesheim.de](mailto:jakisyl@uni-hildesheim.de)). Wer sich für das Thema interessiert, kann die beiden Wissenschaftlerinnen Prof. Dr. Annette Sabban (E-Mail [sabban@uni-hildesheim.de](mailto:sabban@uni-hildesheim.de)) und Dr. Sylvia Jaki (E-Mail [jakisy@uni-hildesheim.de](mailto:jakisyl@uni-hildesheim.de)) kontaktieren.

#### **Alle Abstracts der Beiträge online:**

[www.uni-hildesheim.de/fb3/institute/institut-fuer-uebersetzungswiss-fachkommunikation/tagungen/wissensformate-in-den-medien/abstracts/](http://www.uni-hildesheim.de/fb3/institute/institut-fuer-uebersetzungswiss-fachkommunikation/tagungen/wissensformate-in-den-medien/abstracts/)

#### **Medienkontakt:**

Pressestelle der Universität Hildesheim (Isa Lange, [presse@uni-hildesheim.de](mailto:presse@uni-hildesheim.de), 05121.883-90100 und 0177.8605905).