

Pressemitteilung

Friedrich-Schiller-Universität Jena

Ute Schönfelder

30.06.2009

<http://idw-online.de/de/news323464>

Forschungsergebnisse, Wissenschaftliche Publikationen
Medien- und Kommunikationswissenschaften
überregional



Aha-Erlebnis leicht gemacht

Kommunikationswissenschaftlerin der Universität Jena zeigt, wie Wissenschaft im TV verständlich wird

Jena (30.06.09) Wenn in diesen Tagen häufig von "H1N1" in den Fernsehnachrichten die Rede ist, wissen die meisten Zuschauer schon Bescheid: Gemeint ist der Erreger der sogenannten Schweinegrippe. Seit Wochen schaffen es diese Viren immer wieder als Top-Thema in die Nachrichtensendungen. Sie sind damit kein Einzelfall. Denn längst fristen Wissenschaftsthemen im Fernsehen kein Schattendasein mehr, sondern finden häufig sogar Eingang in die Hauptnachrichten von Öffentlich-Rechtlichem oder Privatfernsehen.

Doch was macht gutes Wissenschaftsfernsehen aus? Wie müssen TV-Beiträge gemacht sein, damit beim Zuschauer mehr als oberflächliche Informationen hängen bleiben? Diesen Fragen ist Dr. Jutta Milde von der Friedrich-Schiller-Universität Jena in ihrer Doktorarbeit nachgegangen. Die Kommunikationswissenschaftlerin hat erstmals die Verständlichkeit von TV-Wissenschaftsfilmen systematisch untersucht und die Merkmale eines verständlichen Fernsehbeitrags ermittelt. "Entscheidend ist das zugrunde liegende Vermittlungskonzept", nennt Dr. Milde das Ergebnis ihrer Untersuchung. "Wir haben herausgefunden, dass das sogenannte ‚personalisierte Fallbeispiel‘ die Verständlichkeit besonders fördert". Stehen beispielsweise in Berichten über medizinische Themen betroffene Patienten im Mittelpunkt, wird beim Zuschauer Anteilnahme und damit Interesse geweckt. "Auf diese Weise lassen sich wissenschaftliche Zusammenhänge leichter vermitteln", so Milde weiter, die ihre Ergebnisse soeben unter dem Titel "Vermitteln und Verstehen. Zur Verständlichkeit von Wissenschaftsfilmen im Fernsehen" als Buch veröffentlicht hat.

Für ihre Studie hat Jutta Milde über 200 Fernsehbeiträge aus Wissenschaftsmagazinen zwischen 1995 und 2005 analysiert, die sich mit dem Thema Molekulare Medizin befassen. "Grundsätzlich lassen sich TV-Wissenschaftsfilme in drei Vermittlungskonzepte unterteilen, die von den Zuschauern in spezifischer Weise wahrgenommen werden und zu unterschiedlichen Verstehensleistungen führen", sagt die Kommunikationswissenschaftlerin. Da gibt es zum einen das schon zitierte "personalisierte Fallbeispiel", das durch einen hohen Personalisierungsgrad und einen konkreten Einzelfall gekennzeichnet ist. Daneben konnte die Forscherin der Jenaer Universität den "klassischen Lehrfilm" und den "Experten-Diskurs", der viele O-Töne von Experten beinhaltet, ausmachen.

Das gewählte Gestaltungskonzept hat einen erheblichen Einfluss darauf, wie der Zuschauer die Filminhalte versteht und interpretiert. "Möchte ein Wissenschaftsredakteur auf ein bestimmtes Thema aufmerksam machen und grundlegende Informationen vermitteln, hat sich das ‚personalisierte Fallbeispiel‘ als beste Variante herausgestellt", unterstreicht Dr. Milde. "Wenn es jedoch darum geht, dem Zuschauer Anregungen zum Nachdenken und Argumente zu liefern, eignet sich dazu der ‚Experten-Diskurs‘ besser."

Mit ihrer Arbeit, die mit dem diesjährigen Promotionspreis der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften der Jenaer Universität ausgezeichnet wurde, gibt Jutta Milde Fernsehjournalisten und -redakteuren wichtige Kriterien zur Auswahl ihrer Gestaltungsmittel an die Hand. Und das nicht nur für Wissenschaftssendungen. "Grundsätzlich gehe ich davon aus, dass das Modell auch auf andere Fernsehformate und Themenfelder übertragbar ist", so Milde. Denkbar seien Medizin- und Gesundheitsmagazine ebenso wie Politik- und Wirtschaftssendungen.

Bibliografische Angaben:

Jutta Milde: Vermitteln und Verstehen. Zur Verständlichkeit von Wissenschaftsfilmen im Fernsehen, Wiesbaden (VS Verlag für Sozialwissenschaften) 2009, 307 S., Preis: 39,90 Euro, ISBN 978-3-531-16601-8

Kontakt:

Dr. Jutta Milde

Institut für Kommunikationswissenschaft der Friedrich-Schiller-Universität Jena

Ernst-Abbe-Platz 8, 07743 Jena

Tel.: 03641 / 944936

E-Mail: Jutta.Milde[at]uni-jena.de

URL zur Pressemitteilung: <http://www.uni-jena.de>



Cover des neuen Buchs.