

Wissenschaft und Journalismus: Über die Problematik des Blicks von außen

Eine Erwiderung zu Metin Yeşilyurts Beitrag in den
Archäologischen Informationen 30/2, 2007, 59-66:
„Eine Stellungnahme zur Darstellung des ‚Archäologischen‘ in den Medien“

Diane Scherzler

Zusammenfassung – Wer bestimmt, was Journalisten über die Archäologie schreiben dürfen? Wie definiert man, was guter Wissenschaftsjournalismus ist? Braucht die Archäologie den Journalismus, um damit breite Öffentlichkeiten zu erreichen? Und was ist der Weg zu qualitätvollen Berichten über die Archäologie in Presse, Internet, Fernsehen und Radio? Manche Archäologen versuchen, aus ihren eigenen Vorstellungen und Vorurteilen heraus ein Bild von gutem Wissenschaftsjournalismus zu zeichnen. Dieser Artikel möchte aufzeigen, dass dieses Vorgehen methodische Schwächen hat und zu keinem verlässlichen Ergebnis kommen kann. Unter Einbeziehung wissenschaftsjournalistischer Quellen wird versucht, das Bild, das der Journalismus von sich selbst hat, zu skizzieren und Wege zu einer konstruktiven Zusammenarbeit von Archäologen mit Journalisten aufzuzeigen.

Schlüsselwörter – Archäologie, Wissenschaftskommunikation, Wissenschaftsjournalismus, Medien, Nachrichtenfaktoren, journalistische Distanz

Abstract – Who determines what journalists should be allowed to write about archaeology? How to define good science journalism? Does archaeology need journalism for reaching the public? How to get coverage of high quality in the press, on the internet, and in TV and radio? Some archaeologists try to develop an idea of high quality science journalism that is in fact based on their very own perceptions and prejudices. This article tries to demonstrate the methodological weakness of such approaches and tries to show that a reliable result is not possible. By including sources from science journalism itself this text attempts to sketch journalism's self-perception. Furthermore, it shortly tries to give an idea how archaeologists could cooperate constructively with journalists.

Keywords – Archaeology, science communication, science journalism, mass media, news factors, journalistic distance

In seinem Beitrag „Eine Stellungnahme zur Darstellung des ‚Archäologischen‘ in den Medien“ (YEŞILYURT 2007) reißt Metin Yeşilyurt mehrere Themenbereiche an. Auch wenn weitere Passagen seines Textes der kritischen Diskussion bedürften, soll in diese Erwiderung nur auf zwei Aspekte eingegangen werden, die mir als für die Archäologie besonders relevant erscheinen: Braucht die Archäologie den Journalismus, um damit breite Öffentlichkeiten zu erreichen? Und: Was ist guter Wissenschaftsjournalismus?¹ Mein Blickwinkel ist der einer Prähistorikerin, die seit langen Jahren als Redakteurin und Autorin für den Südwestrundfunk tätig ist. Natürlich berichte ich dort über die Archäologie, ebenso aber auch über andere Themen aus Wissenschaft und Kultur. In meine Betrachtung fließt ebenfalls mit ein, dass es mir seit Mitte der 90er Jahre am Herzen liegt, die Zusammenarbeit von Wissenschaft (besonders von Archäologie) und Journalismus zu verbessern. In meinem journalistischen Alltag begegnen mir immer wieder Archäologen, die nicht fähig sind, ihre wichtigen und spannenden Ergebnisse außerhalb der akademischen Zirkel zu vermitteln. Die Gründe dafür liegen beispielsweise in der mangelnden Kenntnis, die jene Archäologen von der Medienlandschaft und deren Anforderungen ha-

ben. Sie liegen häufig auch in den Schwierigkeiten, den fachinternen Sprachduktus zu verlassen und sich so mitzuteilen, dass auch Nicht-Archäologen verstehen, worum es geht. Das Resultat ist jedenfalls bedauerlich: Für die Archäologie, weil viele Themen den Weg in die Zeitung, das Radio oder das Fernsehen nicht schaffen und das Fach so weniger öffentliche Beachtung erfährt als ihm gebührt. Für den Journalismus, weil ihm viele gute Themen entgehen, und weil die immer gleichen, medial versierten Forscher zu Wort kommen. Und schließlich auch für die Öffentlichkeit, weil sie von wichtiger Forschung manchmal schlichtweg nichts erfährt.

In folgendem Text zitiere ich Archäologen und deren Ansichten bezüglich der Medien. Es sollen aber auch Kommunikationsforscher, Mediensoziologen und erfahrene Wissenschaftsjournalisten zu Wort kommen. Sie haben das Zusammenspiel von Journalismus, Wissenschaft und Gesellschaft besonders im Blick; sie sind es, die eine professionelle Sichtweise aus dem System Journalismus heraus ermöglichen. Das kann die Diskussion um Archäologie und Massenmedien anders befruchten, als wenn – wie es so oft geschieht – Archäologen mit Archäologen über den Journalismus debattieren.

Braucht die Archäologie den Journalismus, um damit breite Öffentlichkeiten zu erreichen?

Metin Yeşilyurt (2007, 60) ist der Auffassung, dass „Archäologie als eine im utilitaristischen Verständnis zweckfreie Einzelwissenschaft nichts verkauft (auch nicht sich selbst)“. Weiterhin schreibt er von Kreisen, „die der Meinung sind, dass Archäologie, also die Wissenschaft, auf die Presse angewiesen wäre“ und „sich nach Journalisten richten müsse“ (EBD. 61). Diese Haltung enthalte offensichtlich einen Denkfehler und sei irreführend. Schließlich interessierten sich Journalisten für das, „wofür sich die Öffentlichkeit, also ihre potenzielle Kundschaft, interessiert“ (EBD. 63). Tatsächlich sei demzufolge der Journalismus auf die Wissenschaft angewiesen und nicht umgekehrt (EBD. 61).

Ob die Archäologie tatsächlich nichts und vor allem auch nicht sich selbst verkauft, möchte ich ausschließlich im Hinblick auf den Wissenschaftsjournalismus betrachten². Stecken hinter dem Auftreten von Wissenschaftlern in den Massenmedien noch andere als hehre Ziele, welche die Erweiterung des Wissens der Menschheit im Blick haben? Folgt man Yeşilyurt, dürfte das ja der einzige Grund für einen Archäologen sein, mit einem Journalisten zu sprechen oder als Autor für Massenmedien zu arbeiten.

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich das Verhältnis von Wissenschaft und Öffentlichkeit stark gewandelt. Statt sich von den Medien fernzuhalten, bemühen sich immer mehr Forscher um regelmäßigen Kontakt zu Journalisten. Ihre Motive dafür und die Vorteile, die ihnen die Medienkontakte bringen, beschreibt der Sozialwissenschaftler Hans Peter Peters (2008, 111-112) so: „Neben einer diffusen Grundüberzeugung von Wissenschaftlern, dass sie damit ihrer Verantwortung nachkommen, es vermutlich nützlich ist und es auch dem eigenen gesellschaftlichen und organisationsinternen Status dient, wenn man öffentlich in Erscheinung tritt, dürfen in vielen Fällen auch sehr konkrete Interessen und Zielsetzungen im Spiel sein. Dazu zählen beispielsweise Demonstration von ‚Relevanz‘ gegenüber potenziellen Geldgebern und forschungspolitischen Entscheidern (inklusive der eigenen Organisationsleitung!) [...]“. Der Wettbewerb um Ressourcen, der verstärkt auch in den Wissenschaften stattfindet, werde nicht mehr ausschließlich von wissenschaftsinternen Kontrollmechanismen gesteuert, schreibt Juliana Raupp (2008, 389) in einem Artikel über Wissenschafts-PR: „Gleichzeitig kommt dem – ebenfalls – ökonomisierten Mediensystem zunehmend eine zentrale Funktion zu: Die Massenmedien erfüllen eine gesellschaftliche Beobachtungs- und Orientierungsfunktion, und sie konstruieren aktiv durch medienspezifische Selektions- und Verarbeitungsregeln eine mediale Realität. In

den Medien wird verhandelt, welche Themen gesellschaftlich relevant sind [...]“. Dem pflichtet der Mediensoziologe Mike S. Schäfer bei: Massenmedien „stellen die Arena bereit, in der Wissenschaft in gesellschaftliche Kontexte gestellt und aus der Perspektive anderer gesellschaftlicher Teilsysteme betrachtet werden kann. Massenmedien sind zudem der Ort, an dem in modernen Gesellschaften die Legitimation der Wissenschaft am stärksten (mit)ausgehandelt wird.“ (SCHÄFER 2007, 18. Vgl. auch FELT/KRÖLL 1998). Wissenschaftliche Disziplinen, Institutionen und Akteure hätten deswegen ein hohes Interesse daran, in den Medien nicht nur aufzutreten, sondern möglichst auch die Bewertungen über sich positiv zu beeinflussen: „Forschungseinrichtungen, denen es gelingt, für sich eine ausgeprägte und weit verbreitete gesellschaftliche Legitimation zu erzeugen, werden eher gefördert. Umgekehrt gilt: In den Massenmedien wenig legitimierte Forschungsvorhaben haben es schwerer, die zu ihrer Realisierung notwendigen gesetzlichen Absicherungen sowie ökonomischen und infrastrukturellen Ressourcen zu erlangen“ (EBD., 20-21). Werden wissenschaftliche Organisationen oder einzelne Forscher in den Medien genannt, sind sie als Interviewpartner gesucht, dann neigen Politiker dazu, das als Indikator für gesellschaftliche Relevanz zu werten (PETERS ET AL. 2008, 88).

Das sind deutliche Anzeichen dafür, dass die Wissenschaft eben doch etwas verkauft, gerade auch sich selbst. Die Archäologie ist davon nicht ausgenommen. In den USA könne, schreiben Marcus Brittain und Timothy Clack (2007, 26), die öffentliche Meinung zu einem Forschungsprojekt, welche durch lokale und nationale Presse geprägt werde, einen erheblichen Einfluss auf politische Entscheidungen haben. In diesem Kontext sei Presseberichterstattung hochgradig relevant für das langfristige Überleben qualitätvoller archäologischer Forschung. Die Autoren fügen an: „Archaeology's use of the media for securing archaeological futures is by no means new. Mortimer Wheeler found in the 1920s that media interest could be fostered as an aid in securing donations and additional funds for excavation.“ (EBD.)

Dass „die massenmediale Aufmerksamkeit auch zu einem Kapital im verschärften Wettbewerb um Ansehen und Forschungsmittel geworden“ ist (HORNPOSTEL/OLBRECHT 2008, 59), kann jedoch problematisch werden, sowohl innerhalb der Wissenschaft als auch für die Kommunikation mit der Öffentlichkeit: „Da Responsivität, Geschwindigkeit und Reichweite der Medien oft größer sind als im wissenschaftsinternen Kommunikationssystem, kommt es gelegentlich zu regelrechten Übersteuerungen: Die Pressekonferenz ersetzt dann den Artikel im Fachjournal und seine kritische Diskussion“ (EBD., 59). Ein aktuelles Beispiel dafür liefert zwar nicht

die Archäologie, aber die Paläontologie: Im Mai 2009 sorgte der norwegische Paläontologe Jørn Hurum mit dem 47 Millionen Jahre alten Fossil „Ida“ weltweit für Aufsehen. Die Aufmerksamkeit galt jedoch nicht allein dem Fossil eines Ur-Affen aus der Grube Messel, sondern auch der Art und Weise, wie Hurum an die Öffentlichkeit herantrat: Zusammen mit dem History Channel organisierte er nämlich ein sehr professionell orchestriertes Medienereignis. Das bestand aus einer aufwendigen Filmdokumentation mit dem Slogan „This changes everything“, einem Buch, der Website „Revealing the Link“ und einer exklusiven Abmachung mit den ABC News. Die Bedeutung des Fundes wurde von den beteiligten Wissenschaftlern mit der Landung auf dem Mond und mit dem Kennedy-Mord verglichen (ARANGO 2009). Der an der Untersuchung des Fossils beteiligte deutsche Paläontologe Jens Franzen nannte es im Film „das achte Weltwunder“ und setzte die Bedeutung der Fachpublikation mit dem Einschlag eines Asteroiden auf der Erde gleich.³ In der Fachpublikation bei PLoS ONE ist der Ton hingegen deutlich moderater, so heißt es dort beispielsweise: „*Note that *Darwinius masillae* [i. e. „Ida“] [...] could represent a stem group from which later anthropoid primates evolved, but we are not advocating this here [...].*“ (FRANZEN ET AL. 2009) Nachdenklich stimmt jedoch vor allem, dass Hurum die Rechte an der medialen Berichterstattung schon für sehr viel Geld verkauft hatte, bevor der Fund überhaupt ein Peer-Review-Verfahren durchlief. Vermarktung total? Dem Reporter der New York Times entgegnete Hurum darauf: „*Any pop band is doing the same thing. Any athlete is doing the same thing. We have to start thinking the same way in science.*“ (ARANGO 2009). Gegenüber einer deutschen Zeitschrift sagte Hurum stolz: „Wir haben ‚Ida‘ innerhalb von zwei Wochen Pressearbeit zu einer Ikone der Evolution gemacht (LEHMKUHL 2009, 11). Die starke Orientierung einiger Wissenschaftler an den Massenmedien kann Schattenseiten haben, gerade auch für die Wissenschaft.

Wie sieht es nun umgekehrt aus: Sind Journalisten auf die Wissenschaft angewiesen? Mit dieser Behauptung hat Yeşilyurt absolut Recht: Ohne Meldungen aus der Wissenschaft, ohne Wissenschaftler, die bereit zu einem Interview sind, gäbe es keinen Wissenschaftsjournalismus. Aber Yeşilyurt schert alle Wissenschaften über einen Kamm. Journalisten sind nicht auf alle Ereignisse aus allen Wissenschaften gleichermaßen angewiesen. Wenn ein Redakteur pro Tag etwa 70 Pressemeldungen über wissenschaftliche Ereignisse zugesandt bekommt (das war beispielsweise mein Durchschnitt vom Juni 2009), dann kann und muss er wählen, welches Ereignis

ihm berichtenswert erscheint. Es gibt durchaus archäologische Themen, auf die ein Journalist „angewiesen“ ist, über die er berichten muss – nehmen wir nur die so genannte „Venus vom Hohle Fels“. Doch auch die konkurriert mit Ereignissen aus anderen Disziplinen – ein Wissenschaftsjournalist ist ja zumeist nicht ausschließlich auf die Archäologie angewiesen. Die Archäologen aber, die drei korrodierte Fibelchen entdeckt haben, die nur beweisen, dass es drei weitere Fibeln aus einer bestimmten Zeit in einer bestimmten Gegend gibt, die werden mit der Haltung „der Journalismus ist auf uns angewiesen“ nicht reüssieren. Umgekehrt müssen sie vielmehr froh darum sein, wenn Medienvertreter sich zu ihnen bemühen und über ihre Arbeit berichten. Wer von wem stärker abhängt, kann man letztlich zu Recht als müßige Diskussion empfinden. Bezogen auf Großbritannien meint der Archäologe Peter Fowler (2007, 100) jedenfalls: „*The media, however, are far more important to archaeology than archaeology is to them. Indeed, despite some contemporary indicators to the contrary, the past is of relatively little interest to current media [...] as a whole.*“

Übrigens gibt es auch Journalisten, die davon überzeugt sind, dass der Rest der Welt auf sie angewiesen wäre. Etwas mehr Bescheidenheit stünde allen gut zu Gesicht, die so grundsätzlich über Abhängigkeiten denken.

Was ist guter Wissenschaftsjournalismus?

Manche Wissenschaftler glauben, eine klare Antwort auf diese Frage zu haben: Guter Wissenschaftsjournalismus ist in ihren Augen dann gegeben, wenn ihre Ergebnisse möglichst „unverfälscht“ an die breite Öffentlichkeit weitergegeben werden. Die meisten Journalisten definieren guten Journalismus jedoch anders. Wie, das möchte ich später erörtern.

Wie arbeiten Wissenschaftler und Journalisten zunächst in der Praxis zusammen? Metin Yeşilyurt zitiert die Kommunikationswissenschaftlerin Claudia Mast (2004, 446f), die drei Formen der Zusammenarbeit anführt: 1.: Der Journalist schreibt seinen Beitrag selbst und nutzt den Wissenschaftler als Informanten. 2.: Wissenschaftler und Journalist schreiben den Beitrag gemeinsam. 3.: Der Wissenschaftler recherchiert und schreibt den Beitrag, der Journalist überarbeitet ihn nur. Diese Formen der Zusammenarbeit seien aber nicht von allen Journalisten zur Kenntnis genommen worden bzw. würden von ihnen nicht beachtet, bemängelt Yeşilyurt (2007, 61). Dabei lässt er den Leser im Unklaren darüber, wie eine solche Beachtung denn auszusehen habe. Sol-

len in gutem Journalismus alle drei Formen vertreten sein, möglicherweise sogar in gleichen Anteilen? Wie wäre das umzusetzen?

Masts drei mögliche Formen der Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Journalismus sind völlig korrekt. Sie schreibt aber nichts darüber, wie häufig welche Form auftritt bzw. auftreten sollte. Denn das ist von Medium zu Medium unterschiedlich: Während Special-Interest-Magazine wie „Epoc“ oder „Archäologie in Deutschland“ regelmäßig auf Archäologen als Allein-Autoren zurückgreifen, wird das ein stärker journalistisch ausgerichtetes Medium selten tun. Dort geht es beispielsweise eher um einen gelungenen Erzählfaden, um lebendige Sprache, um ein handwerklich gutes Interview, vielleicht auch um eine kritische Haltung gegenüber dem Objekt, über das man schreibt (von den Anforderungen, die Fernsehen und Hörfunk an einen Archäologen stellen, der dort als Allein-Autor tätig sein will, schweigen wir lieber). Das beherrschen im Allgemeinen Journalisten besser als Wissenschaftler. Dass es nämlich durchaus auch schwierig sein kann, mit Archäologen als Autoren zu arbeiten, sagt Joachim Schüring, Redakteur des mittlerweile in der Zeitschrift „Epoc“ aufgegangenen Magazins „Abenteuer Archäologie“. Er stellt fest, dass eine allgemein verständliche Geschichte zu schreiben *„manchen Archäologen ungeheuer schwerfällt“*. Und für uns, die wir einen solchen Wissenschaftler als Autor einladen, bedeutet das immer auch den Spagat, nämlich ihn zu diesem Schritt zu bewegen und ihn trotz mitunter intensiver Redigierarbeit nicht zu vergraulen.“ (SCHERZLER 2006). Natürlich bedeutet das dann Aufwand für die Redakteure: *„Wir brechen jeden Artikel, den ein Wissenschaftler für uns geschrieben hat, journalistisch herunter auf ein allgemein verständliches Niveau [...] Dass wir ihre Texte bearbeiten, müssen sie von vornherein akzeptieren. Es gibt eine ganze Reihe von gut schreibenden Archäologen [...] Aber wir geraten auch immer mal wieder an einen Fachmann, der auf einem Fußnoten-Apparat besteht. Den müssen wir mit sanftem Druck in die richtige Richtung bringen.“* (EBD.) Für den „Rheinischen Merkur“ beschreibt Eckart Klaus Roloff (1990, 48) seine Erfahrungen mit Wissenschaftlern als Autoren: *„Gelegentlich reichen Professoren Beiträge ein, angeblich exklusiv erarbeitet und für den ‚Merkur‘ bestens geeignet. Die freundlichen Angebote dehnen sich bis zu 20, 25 Seiten, Fußnoten vom Feinsten inklusive. Ich habe noch immer nicht verstanden, wie so gelehrte Autoren vorgeben können, diese Zeitung zu kennen, und mir einzureden versuchen, ihre Antrittsvorlesung sei mit festem Blick auf die Besonderheiten unserer Leserschaft geschrieben [...]“* Ein letztes Beispiel aus dem journalistischen Alltag: In meiner Redaktion SWR.de beim Südwestrundfunk greifen wir häufig auf Wissenschaftler als

Quellen zurück. Daraus resultieren dann entweder Wortlaut-Interviews oder „gebaute“ Beiträge, also solche, in denen der Wissenschaftler gelegentlich zitiert wird, der Haupttext aber vom Autor (dem Journalisten) geschrieben ist und von diesem um die für das Medium typischen multimedialen Elemente ergänzt wird. Mit einem Wissenschaftler zusammen einen Beitrag zu machen, kommt bei uns nicht vor – außer man definiert das Wortlaut-Interview als gemeinsame Arbeit. Einen Wissenschaftler um einen kompletten Beitrag zu bitten, ebenfalls nicht. Wobei mit „Wissenschaftler“ nun ausschließlich derjenige gemeint ist, der die Forschung, über die wir berichten, auch durchgeführt hat, und nicht etwa ein Journalist, der das Fach einmal studiert hat. – Dass meine Redaktion bisher keine Wissenschaftler als (Co-)Autoren beschäftigt hat, dürfte auf verschiedene Ursachen zurückzuführen sein. Ohne dies hier vollständig ausführen zu können, gehört sicherlich dazu, dass unser Medium weitaus mehr als nur einen geschriebenen Text verlangt. Um Allein-Autor zu sein, müsste der Wissenschaftler einen solchen Beitrag mit allen erforderlichen multimedialen Elementen liefern können. Außerdem produzieren wir unsere Beiträge in recht knapp bemessener Zeit. Umfangreichere Absprachen bzgl. Beitragslänge, Schreibstil und Inhalt bzw. die dann folgende Redigierarbeit wären von uns nicht leistbar.

Diese drei Beispiele aus dem Redaktionsalltag sollten nicht demonstrieren, was guter und was schlechter Journalismus ist oder dass Archäologen lausige Autoren wären. Die Beispiele sollten lediglich zeigen, dass Redaktionen aus für sie stimmigen Gründen unterschiedlich arbeiten. Ich meine, dass Metin Yeşilyurts Fokussierung auf die drei Formen der Zusammenarbeit an den Realitäten des Mediengeschäfts vorbeigeht.

Weil sich der Wissenschaftsjournalist ja auf die Wissenschaft beziehe, über die er berichte, schreibt Yeşilyurt (2007, 61), *„wird es kaum Meinungsverschiedenheiten zwischen Wissenschaftler und Wissenschaftsjournalisten bezüglich der Darstellung in den Medien geben“*. In anderen Worten: Gute Wissenschaftsjournalisten berichten genau so, wie es dem Wissenschaftler gefällt. Yeşilyurt moniert außerdem, dass die von ihm kurzerhand so getauften „Pseudo-Wissenschaftsjournalisten“ die Bedeutung wissenschaftlicher Erkenntnis relativieren und gelegentlich sogar Themen uninteressant finden, die einem Wissenschaftler wichtig erscheinen. Sie wollten entscheiden, was interessant für die Öffentlichkeit sei (EBD.). Denken wir aus Yeşilyurts Blickwinkel einen Moment weiter: Die wissenschaftliche Relevanz wäre – nehmen wir das einfach einmal an – das Hauptkrite-

rium dafür, dass etwas in den Medien auftaucht. Da erforscht nun jemand „Das Personalpronomen der ersten und zweiten Person im Mittelgriechischen“. In seinem Fachbereich ist das wichtig. Also müsste es nach Yeşilyurts Logik auch zum Leitartikel in der FAZ reichen. Um Gottes willen! entrüsten sich die Archäologen, die in ihrer Erforschung des mittelalterlichen Konstanz neue Ergebnisse haben und diese viel relevanter finden. Also lieber Konstanz für den Leitartikel? Da nun die meisten Wissenschaftsressorts und -sendungen nicht ausschließlich geisteswissenschaftliche Themen abdecken, kommt in unserem Gedankenexperiment noch ein Klimafolgenforscher dazu, der Pronomina und mittelalterliche Stadtkerne völlig nebensächlich findet im Vergleich zum Klimawandel, der ja schließlich alle Menschen angehe und außerdem rasches Handeln erfordere. Um den Leitartikel der FAZ konkurrieren jedoch außer den Wissenschaften natürlich auch noch die anderen Ressorts, beispielsweise die Politik. Was nun? Pronomina, Konstanz, Klimawandel oder Barack Obamas jüngste Rede? Irgendjemand muss entscheiden, worüber die Menschen lesen sollen, was sie in Fernsehen und Radio erfahren. Und genau das ist die Aufgabe eines Redakteurs. Was Yeşilyurt beklagt, gehört zu den Kernaufgaben und Hauptkompetenzen des Journalismus! Thomas Hallet und Ranga Yogeshwar schreiben (2006, 108): „Wissenschaftsjournalisten werden nicht unbedingt gebraucht, um noch mehr Wissen zu verbreiten. Sie werden gebraucht, um die richtigen Fragen zu stellen. Sie werden gebraucht, um in den wachsenden Wissenshalden das Beständige zu finden. Und sie werden gebraucht, um mehr Klarheit über das Wesentliche zu gewinnen.“ „Zeit“-Herausgeber Josef Joffe formuliert es so: „Guter Journalismus hat die Fähigkeit, das Triviale, Banale, Unwichtige und Irrelevante vom Wichtigem und Relevanten etc. zu trennen. Wir decken also eine Tafel aus dem unendlichen Angebot der Bits und Bytes - früher waren es Wörter. Daraus suchen wir das heraus, was wichtig, relevant und so weiter ist ...“ (BORCHERT ET AL. 2009). Dass schon alleine das Auswählen der Journalisten – zu den Kriterien dafür komme ich später – nicht jeden Wissenschaftler glücklich machen kann, versteht sich von selbst.

Doch zurück zu den Meinungsverschiedenheiten bezüglich der Darstellung eines einmal ausgewählten Themas. Die darf es nach Yeşilyurt ja nicht geben: guter Wissenschaftsjournalismus als Friede-Freude-Eierkuchen-Veranstaltung. Nach seiner Auffassung gibt es die eine, richtige Form der Darstellung eines Themas, Abweichungen davon lehnt er als „Verfälschung wissenschaftlicher Inhalte“ ab. Dahinter steckt die veraltete Ansicht, der Journalist sei der Übersetzer, der Vermittler, der Transmissionsriemen der Wissenschaft in die Gesellschaft hi-

nein. (vgl. KOHRING 2004, 166-167) Der renommierte Wissenschaftsjournalist Gero von Randow sagte in seiner Rede zur Verleihung des European Science Writers Award: „Früher war die Forderung weit verbreitet, der Wissenschaftsjournalist habe die Aufgabe, den Dolmetscher der Wissenschaft zu spielen. Nein, das ist falsch [...] Ich bin nämlich keineswegs der Ansicht, dass der Wissenschaftsjournalist für die Wissenschaft werben sollte. Würden Sie denn vom Politikjournalisten, Wirtschafts- oder Gastrojournalisten erwarten, dass sie für die Politik, die Wirtschaft oder die deutsche Küche werben? [...] Der Journalist ist kein Sprachrohr, und auch der Wissenschaftsjournalist ist keines, wenn er seine Arbeit richtig macht. Er ist ein Scout des Publikums, der in seinem Auftrag die Wissenschaft erkundet.“ (RANDOW 2003).

Guter Journalismus – das habe ich schon andernorts geschrieben (SCHERZLER 2005, 154-155) – orientiert sich zuallererst an seinem Publikum. Dieses erwartet zu Recht aus möglichst neutraler Quelle einen fundierten Einblick und eine Abschätzung der Situation, um daraus für sich eine Meinung bilden oder Konsequenzen ziehen zu können. Der Kommunikationswissenschaftler Matthias Kohring schreibt (2004, 177): „Die Vertrauenswürdigkeit des Journalismus, und dies ist keine neuartige Feststellung, hängt direkt davon ab, inwieweit er Distanz zu seinem Berichterstattungsobjekt hält (das unterscheidet ihn grundlegend von PR).“ Vielmehr ist die Beobachtung der Wissenschaft nach außerwissenschaftlichen Gesichtspunkten die Grundlage des qualitätvollen Wissenschaftsjournalismus: „Durch die journalistische Beobachtung wird in der Öffentlichkeit ein Bild der Wissenschaft gezeichnet, das von ihrer Selbstbeschreibung abweicht. Dieses Vorgehen des Journalismus darf nicht als Defizit oder Qualitätsproblem missverstanden werden. Es ist die einzige Strategie, durch die ein breites Laienpublikum Zugang zur Wissenschaft erhält.“ (PETERS/JUNG 2006, 28) „Entscheidend ist:“, schreibt Matthias Kohring (2004, 177-178) „Journalismus richtet sich in seiner Selektion prinzipiell nicht an den Relevanzkriterien des gerade beobachteten Systems aus, sondern immer an den Relevanzkriterien der gesellschaftlichen Umwelt dieses Systems [...] Ein Journalist informiert nicht schon deshalb über ein wissenschaftliches Ergebnis, weil es produziert wurde und schon deshalb einen (Nachrichten-)Wert hätte. Dieser Ansicht sind vor allem Wissenschaftler. Ein Journalist informiert über dieses Ergebnis, weil es einen Bezug zur übrigen Gesellschaft aufweist, und zwar aus der Sicht dieser ‚übrigen Gesellschaft‘. Gerade in dieser Fremdbeobachtung liegt für die Umwelt des Wissenschaftssystems der Gewinn der journalistischen Beobachtung des Wissenschaftssystems begründet.“ Bei der Auswahl der Themen helfen dem Journalismus die von Yeşilyurt (2007, 61;

63) ebenfalls beklagten Nachrichtenfaktoren, also die Selektionskriterien des Journalismus. Dazu gehören beispielsweise die Aktualität eines Themas, dessen Relevanz für das Publikum (wie viele Menschen betrifft das Thema?) oder dessen geografische Nähe zum Publikum. Es gibt deutlich mehr solcher Nachrichtenfaktoren, welche man sich nicht als Liste vorstellen darf, die jeder Redakteur vor sich auf dem Tisch liegen hat und abhakt. Vielmehr sind sie der Versuch zu beschreiben, nach welchen Kriterien sich Journalisten für oder gegen ein Thema entscheiden. Die Nachrichtenwert-Forschung versucht damit, den Instinkt, das „Bauchgefühl“ guter Journalisten zu erfassen, die einen „Riecher“ für spannende Themen haben. Auf die Nachrichtenfaktoren beziehen sich auch Marion Benz und Anna Katrien Liedmeier in ihrer Untersuchung zur Archäologie in der deutschen Presselandschaft. Bezüglich archäologischer Themen identifizieren sie vor allem folgende Nachrichtenfaktoren als entscheidend für Journalisten: Relevanz (was bedeutet ein archäologisches Ergebnis für den Leser?), räumliche und soziale Nähe (eines Themas zum Leser), das Vorhandensein aktueller „Aufhänger“ (also beispielsweise die Olympischen Spiele, Start eines Kinofilms mit einem archäologischen Thema etc.), die Reichweite (wie viele Menschen sind von einem Ereignis betroffen), der Sensationsgehalt eines Themas und schließlich den medieninternen Wettbewerb (wenn mehrere oder wichtige Medien über ein Thema berichten, greifen andere Medien es ebenfalls häufig auf) (BENZ/LIEDMEIER 2007, 160-164). Dass wissenschaftliche Relevanz nur einer unter vielen Nachrichtenfaktoren ist, meistens nicht einmal der wichtigste, wird damit klar (siehe auch LEHMKUHL 2006, 102). Die „Zweckprogrammierung des Journalismus“ nennt Matthias Kohring (2004, 172). solche Versuche wie den von Metin Yeşilyurt, der journalistischen Selektivität kein eigenes Recht zuzugestehen: *„Mit der unreflektierten Gleichsetzung von Wissenschaftsjournalismus mit Wissenschaftsvermittlung wird Journalismus [...] den Eigeninteressen der Wissenschaft untergeordnet [...] Dies reicht hin bis zur Forderung, die journalistischen Selektionskriterien [i. e. die Nachrichtenwerte] [...] zu modifizieren oder sogar aufzuheben und durch ‚bessere‘ zu ersetzen.“* So werde versucht, Journalismus und Wissenschaft zu ent-differenzieren. Würde die Zweckprogrammierung konsequent umgesetzt und richtete sich der Journalismus an den Interessen der Wissenschaft aus, dann ginge eine unabhängige Beobachtung des Verhältnisses von Wissenschaft und Gesellschaft durch den Journalismus verloren. Die Umwelt der Wissenschaft müsste sich vollständig auf die Perspektive und damit die Eigenauskunft des Wissenschaftssystems verlassen (EBD. 173).

Was Qualitätsjournalismus ausmacht, konnte hier nur angerissen werden. Unabdingbar dafür scheint mir, auch als Konsequenz des eben Angeführten, ein journalistisches Handeln nach bestem Wissen und Gewissen zu sein. Wer als Journalist im wörtlichen Sinne gewissenhaft arbeitet, wird Sorgfalt, Transparenz und Wahrheitsliebe zu den Maßstäben seines Handelns machen. Für die Wissenschaft folgt daraus: *„Wer journalistisch so handelt, dem wird es unmöglich sein, sich zum Sprachrohr der Wissenschaft zu machen. Wer so agiert, dem kann es kein Anliegen sein, nur zu spiegeln, was andere ihm an Meinungen, Behauptungen und vermeintlichem Tatsachenwissen zutragen. Wer so arbeitet, dem kann es in letzter Konsequenz auch nicht darum gehen, nur verstehen zu wollen, was die Wissenschaft will, sondern der muss nach weiteren Dimensionen, zusätzlichen Rationalitäten außerhalb der Wissenschaft suchen, deren Berücksichtigung erst ein vollständiges Bild der Wahrheit über einen Gegenstand erzeugt. Journalismus im Geiste dieser Haltung schließt die Rolle des Mittlers nicht aus, aber nur ein Mittler zu sein schon. Diese Haltung schließt Begeisterung für die Wissenschaft nicht aus, aber betrachtet distanzlose Begeisterung als Bruch mit Sorgfaltspflichten und Wahrheitsansprüchen.“* (HETTWER/ZOTTA 2008, 211) Trotz aller Leidenschaft für meine geliebte Archäologie sage ich: Guter Journalismus darf sich – wenn er Journalismus bleiben will – nicht den Interessen der Wissenschaft und damit auch nicht denen der Archäologie unterordnen!

Der Blick von außen

Die meisten Analysen des Verhältnisses von Medien und Archäologie sind aus der Perspektive der Archäologie angelegt, stellen Benz und Liedmeier (2007, 153-154) fest. Es sei deshalb kein Wunder, dass die Archäologen nicht damit zufrieden seien, wie ihr Fach und sie selbst dargestellt sind. Archäologen beschreiben in der Tat immer wieder das Bild der Archäologie in den Medien und interpretieren es, ohne jedoch Journalisten darüber zu befragen. So stellt etwa Cornelius Holtorf (2007, 86) fest, dass in der journalistischen Beschreibung der Archäologie und der Archäologen Verben wichtiger seien als Hauptwörter. Sicher könnte er auch herausfinden, dass aktive Verben den Vorrang vor passiven haben. Beides hat jedoch nichts mit dem Mythos der Archäologie als Wissenschaft von aktiv handelnden Abenteurern zu tun: Kennzeichen guter journalistischer Sprache ist schlichtweg das Vermeiden von Nominalstil und eine deutliche Bevorzugung des Aktivs gegenüber dem Passiv.

Metin Yeşilyurt geht jedoch einen entscheidenden Schritt weiter: Er möchte dem Wissenschaftsjournalismus Aufgaben zuweisen und ihm erklären, wie er zu arbeiten habe, welche Themen er auszuwählen habe, wie er sich mit der Archäologie abzusprechen habe. Er möchte letztlich eine unabhängige journalistische Beobachtung der Archäologie verhindern und somit journalistische Autonomie untergraben. Besonders unverfroren ist, dass er ausgerechnet den Pressekodex zu einem indirekten Argument für die Beschränkung der Pressefreiheit machen will (YEŞILYURT 2007, 62-63). Zu all dem kommt die eben angesprochene und hier besonders relevante methodische Schwäche: Yeşilyurt ist kein Journalist und hat offensichtlich keine journalistische Erfahrung. Er muss den Wissenschaftsjournalismus zwangsläufig „von außen“ beschreiben. In seinem Text nennt er auch keine Journalisten als Quellen einer eigenen Befragung. Dieses Problem scheint ihm allerdings nicht bewusst zu sein. Die Ignoranz (im wörtlichen Sinne) und die Vorurteile des Autors gegenüber dem Journalismus führen dazu, dass sein Artikel nicht mehr zeigen kann als die Wunschvorstellung eines Archäologen von Journalismus. Was soll daraus erfolgen? Klar ist: Der Journalismus ist durchaus ein System mit Fehlern: Es gibt neben hervorragenden auch ausnehmend schlechte Journalisten. Es existieren unter manchen Journalisten Stereotype über Archäologie, die gedankenlos ans Publikum weitergegeben werden. Aber die von Yeşilyurt genannten und hier aufgegriffenen Punkte erfassen nicht, was guten Journalismus, was ein konstruktives Verhältnis mit den Medien ausmacht. Sie tragen vielmehr eine behäbige Selbstzufriedenheit und Patzigkeit gegenüber Journalisten zur Schau, die keinem Archäologen weiterhilft.

Dass Wissenschaftler immer wieder versucht haben, den Medien ihre Ansichten aufzuzwingen, ohne die Medien überhaupt verstanden zu haben, bezeugt bereits ein Buch aus dem Jahr 1928, in welchem der große Medienwissenschaftler Otto Groth schrieb: Die Wissenschaftler „konstruieren sich ein Bild von den Aufgaben der Presse nach ihrem Kopfe. In grober Verkennung des Wesens der Zeitung und der sich daraus ergebenden Arbeitsmethoden und -mittel glauben die Gelehrten, der Zeitung die Gesetze der Wissenschaft vorschreiben zu dürfen. Nein, die Zeitung hat ihre eigenen Aufgaben und muss es ablehnen, Gesetze für andere Lebensgebiete als für sich bindend anzuerkennen.“ Der Tagespresse begegnen Wissenschaftler „größtenteils mit Geringschätzung, wenn sie die Inobjektivität, Einseitigkeit und Leidenschaftlichkeit der Presse wieder einmal festgestellt haben. Sie beweisen damit aber nur ihre eigene - Unwissenschaftlichkeit.“ (GROTH 1928, 178).

Konstruktiv mit Journalisten zusammenarbeiten

Sich auf Journalisten einzulassen, heißt nicht, auf jeden Qualitätsanspruch zu verzichten. Man kann zum einen die Journalisten auswählen, mit denen man zusammenarbeiten will. Außerdem kann man als Wissenschaftler eine Menge dazu beitragen, die Güte eines journalistischen Beitrags positiv zu beeinflussen (wie das geht, lernt man durch Erfahrung und Austausch mit medienerprobten Kollegen oder aber in den von Metin Yeşilyurt ebenfalls nicht begeistert aufgenommen Medientrainings). Michael Haller (1992, 42) gibt einen wichtigen, allerdings unbequemen Rat: „Wenn ein Wissenschaftler seine Information einer nicht-fachlichen Öffentlichkeit bekannt machen will, muss er auf die (ihm vielleicht fremden) Kriterien, Regeln und Verfahren des Mediensystems eingehen [...] Sagen wir es zugespitzt: Der Wissenschaftler sollte es richtig finden, dass seine Daten und Deutungen nicht nur für die Laien ‚popularisiert‘, sondern in einen – ihm fremden – Verstehenszusammenhang transferiert werden.“ Die notwendige Distanz des Journalismus zur Archäologie zu akzeptieren und bereit zu sein, sich auf die Transformation eines Themas durch den Journalismus (LEHMKUHL 2007, 9) einzulassen, scheinen auch mir unabdingbare Schritte zu sein, die man als Wissenschaftler gehen sollte. Jedenfalls dann, wenn man als Archäologe weder den Medien fernbleiben möchte, noch bereit ist zu ständigem Verdruss bezüglich der medialen Darstellung seiner Disziplin.

Dass man gewinnen kann, wenn man sich auf den Journalismus einlässt, sagt der Archäologe und Leiter der Skulpturhalle Basel, Tomas Lochman: „Mir sind Journalisten als kritische Zeitgenossen wichtig. Ein journalistischer Beitrag in der Zeitung ist außerdem die beste Werbung für ein Forschungsprojekt oder für eine Ausstellung. Ein solcher Artikel, ein gefilmter oder gesprochener Beitrag in Radio oder Fernsehen ist eine Form der Reduktion, die dem Leser einen Einstieg ins Thema bietet. Davon profitiert der Ausstellungsmacher oder der Forscher. Was Journalisten machen, ist ein Geschenk. Gerade heute weiß man ja, wie schwierig es ist, die Menschen zu erreichen und auf sich aufmerksam zu machen.“ (SCHERZLER 2009) Anderen Archäologen empfiehlt Lochman: „Sie sollten sich von falschen Erwartungen gegenüber den Medien frei machen. Journalisten bringen einen Sachverhalt in eine verständliche Form. Das kann der Archäologe nicht unbedingt [...] Vertraut den Journalisten, dass sie ihr Handwerk beherrschen. Fehler macht jeder. Viel schlimmer sind doch die Fehler in der Wissenschaft, die dann publiziert werden und auch schon Schaden angerichtet haben.“ (SCHERZLER 2009)

Und schließlich sollte auch an die Beschäftigung der Archäologie mit dem System Journalismus der

gleiche methodische Maßstab angelegt werden wie für andere Forschungsbereiche auch: Der ausschließliche Blick von außen auf etwas liefert zwar Ergebnisse, aber nicht immer die richtigen. Ein Perspektivwechsel – hier also der Blick aus dem Journalismus heraus – trägt zur Erweiterung des Blickfelds bei. Und dann ist gute Wissenschaftskommunikation keine Wunschvorstellung mehr, sondern möglich.

Anmerkungen

¹ Am Rande möchte ich noch kurz eingehen auf ein durch Yeşilyurt im Sinn entstelltes Zitat von mir. Yeşilyurt (2007, 61) zitiert korrekt: „Blutrünstige Menschenfresser, sagenumwobene Goldschätze oder Vampire aus dem Sumpf. In Artikeln über archäologische Entdeckungen gibt es hin und wieder ziemlich farbige Bilder. Manchmal sind sie nicht wirklich schlimm, sondern einfach sehr verschieden von der Sprachkultur des Faches und deswegen für Wissenschaftler befremdlich (SCHERZLER 2005, 159).“ Weggelassen hat er den Rest meiner Aussage: „Andere Deutungen und Hypothesen gehen aber an der mutmaßlichen Realität der vergangenen Kultur weit vorbei. Sie möglichst zu verhindern, wird Ihr Ziel sein.“ Darauf folgen Empfehlungen, wie man als Wissenschaftler wilden Spekulationen möglichst sinnvoll begegnen kann. Ziel meines Textes war also nicht, die Bedeutung der Fachterminologie zu relativieren – das unterstellt Yeşilyurt –, sondern zwischen (gerade noch) akzeptablen und nicht mehr akzeptablen Spekulationen zu unterscheiden und letztere nach Möglichkeit zu begrenzen.

² Wissenschaftsjournalismus ist Journalismus, der die Wissenschaft beobachtet und sie als Informationsquelle nutzt. Es handelt sich nicht um Journalismus, der wissenschaftlich ist oder von Wissenschaftlern ausgeübt wird.

³ Den Film strahlte in Deutschland das ZDF in seiner Sendestrecke „Terra X“ am 31.5.2009 aus. Video unter <http://www.zdf.de/ZDFmediathek/content/764940?inPopup=true> [21.6.2009]

Literatur

ARANGO, T. (2009): Seeking a Missing Link, and a Mass Audience. It is science for the Mediocene age. The New York Times, 18.5.2009. http://www.nytimes.com/2009/05/19/business/media/19fossil.html?_r=1&cp=1&sq=hurum&st=cse [24.7.2009].

BENZ, M./LIEDMEIER, A. K. (2007): Archaeology and the German Press. In: CLACK, T./BRITAIN, M. (EDS.), *Archaeology and the Media*. Walnut Creek 2007, 153-173.

BORCHERT, K./BRENDER, N./JOFFE, J./PETERS, J.-E./SYRÉ, F. (24.3.2009): Was ist heute guter Journalismus? ZDF-Chefredakteur Nikolaus Brender, „Die Zeit“-Herausgeber Josef Joffe, Katharina Borchert von „Der Westen“, der Direktor der Axel-Springer-Akademie Jan-Eric Peters und Frank Syré von bild.de diskutieren über guten Journalismus in Zeiten des Internet. „Mainzer Tage der Fernsehkritik“, Veranstaltung vom 24.3.2009.

Veranstalter: ZDF. www.mainzertage.zdf.de [6.4.2009].

BRITAIN, M./CLACK, T. (2007): Introduction: Archaeology and the Media. In: CLACK, T./BRITAIN, M. (EDS.), *Archaeology and the Media*. Walnut Creek 2007, 11-65.

FELT, U./KRÖLL, J. (2009): Ecce Homo Xerox? In: heureka! 1998/3. http://www.falter.at/web/heureka/archiv/98_3/04.php [17.4.2009].

FOWLER, P. (2007): Not Archaeology and the Media. In: CLACK, T./BRITAIN, M. (EDS.), *Archaeology and the Media*. Walnut Creek 2007, 89-107.

FRANZEN, J. L./GINGERICH, P. D./HABERSETZER, J./HURUM, J.H./KOENIGSWALD, W. VON/SMITH, B. H. (2009): Complete Primate Skeleton from the Middle Eocene of Messel in Germany: Morphology and Paleobiology. In: Public Library of Science (PLOS ONE). <http://dx.plos.org/10.1371/journal.pone.0005723>, zuerst veröffentlicht: 19.5.2009 [10.6.2009].

GROTH, O. (1928): *Die Zeitung. Ein System der Zeitungskunde (Journalistik)*. Mannheim 1928, Band 1.

HALLER, M. (1992): Mit großer Pose die tumbe Welt erwecken? Wissenschaft und Journalismus – vom Gegensatz zur Partnerschaft. Die Mittlerrolle des Journalisten. In: GERWIN, R. (HRSG.), *Die Medien zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit. Ein Symposium der Karl-Heinz Beckurts-Stiftung*. Stuttgart 1992, 39-48.

HALLET, T./YOGESHWAR, R. (2006): Wissenschaft im öffentlich-rechtlichen Fernsehen I. Der Vorstoß ins Innere des Doppel-Whoppers. In: WORMER, H. (HRSG.), *Die Wissensmacher. Profile und Arbeitsfelder von Wissenschaftsredaktionen in Deutschland*. Wiesbaden 2006, 98-111.

HETTWER, H./ZOTTA, F. (2008): Von Transmissionsriemen und Transportvehikeln. Der schwierige Weg des Wissenschaftsjournalisten zu sich selbst. In: HETTWER, H./LEHMKUHL, M./WORMER, H./ZOTTA, F. (HRSG.), *WissensWelten. Wissenschaftsjournalismus in Theorie und Praxis*. Gütersloh 2008, 197-218.

HOLTORF, C. (2007): An Archaeological Fashion Show. How Archaeologists Dress and How they are Portrayed in the Media. In: CLACK, T./BRITAIN, M. (EDS.), *Archaeology and the Media*. Walnut Creek 2007, 69-88.

HORNPOSTEL, S./OLBRECHT, M. (2008): Wer forscht hier eigentlich? Die Organisation der Wissenschaft in Deutschland. In: HETTWER, H./LEHMKUHL, M./WORMER, H./ZOTTA, F. (HRSG.): *WissensWelten. Wissenschaftsjournalismus in Theorie und Praxis*. Gütersloh 2008, 45-63.

KOHRING, M. (2004): *Die Wissenschaft des Wissenschaftsjournalismus. Eine Forschungskritik und ein Alternativvorschlag*. In: MÜLLER, C. (HRSG.), *SciencePop. Wissenschaftsjournalismus zwischen PR und Forschungskritik*. Graz 2004, 161-183.

LEHMKUHL, M. (2006): Auswahlkriterien für Wissenschaftsnachrichten. In: GÖPFERT, W. (HRSG.), *Wissenschafts-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. 5., vollst. aktualisierte Aufl. Berlin 2006, 98-104.

- LEHMKUHL, M. (2007): Es gibt ein Risiko. WPK Quarterly 1, 2007, 8-11.
- LEHMKUHL, M. (2009): „Wir haben den ganzen Job selbst gemacht!“ Interview mit dem norwegischen Wissenschaftler Jorn Hurum. WPK Quarterly 2, 2009, 11-13.
- MAST, C. (Hrsg.) (2004): ABC des Journalismus. Ein Handbuch. 10., völlig neue Auflage. Konstanz 2004.
- PETERS, H. P. (2008): Erfolgreich trotz Konfliktpotenzial – Wissenschaftler als Informationsquelle des Journalismus. In: HETTWER, H./LEHMKUHL, M./WORMER, H./ZOTTA, F. (HRSG.), WissensWelten. Wissenschaftsjournalismus in Theorie und Praxis. Gütersloh 2008, 108-130.
- PETERS, H. P./HEINRICHS, H./JUNG, A./KALLFASS, M./PETERSEN, I. (2008): Medialization of Science as a Prerequisite of Its Legitimization and Political Relevance. In: CHENG, D./CLAESSENS, M./GASCOIGNE, T./METCALFE, J./SCHIELE, B./SHI, S. (EDS.), Communicating Science in Social Contexts. New models, new practices. Dordrecht 2008, 71-92.
- PETERS, H. P./JUNG, A. (2006): Wissenschaftler und Journalisten. Ein Beispiel unwahrscheinlicher Co-Orientierung. In: GÖPFERT, W. (HRSG.): Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 5., vollst. aktualisierte Aufl. (Berlin 2006) 25-36.
- RANDOW, G. VON (2003): Wissenschaftsjournalismus – ein Beruf mit Risiken und Nebenwirkungen. Rede zur Verleihung des European Science Writers Award am 13.6.2003. <http://www.euroscience.net/article2d.html> [22.7.2009].
- RAUPP, J. (2008): Der Einfluss von Wissenschafts-PR auf den Wissenschaftsjournalismus. In: HETTWER, H./LEHMKUHL, M./WORMER, H./ZOTTA, F. (HRSG.), WissensWelten. Wissenschaftsjournalismus in Theorie und Praxis. Gütersloh 2008, 379-392.
- ROLOFF, E. K. (1990): Annäherung an einen Traumjob. Das Ressort Wissenschaft beim „Rheinischen Merkur“. In: medium 20/1, 1990, 47-50.
- SCHÄFER, M. S. (2007): Wissenschaft in den Medien. Die Medialisierung naturwissenschaftlicher Themen. Wiesbaden 2007.
- SCHERZLER, D. (2005): „Es geht uns nicht um Gold und Sensationen“. Pressearbeit für Archäologen. Arch. Inf. 28/1&2, 2005, 153-159.
- SCHERZLER, D. (2006): Interview mit Joachim Schüring, Redakteur der Zeitschrift „Abenteuer Archäologie“. Am 14.7.2006 in Heidelberg.
- SCHERZLER, D. (2009): Interview mit dem Archäologen Tomas Lochman, Leiter der Skulpturhalle Basel. Am 23.7.2009 in Basel.
- YEŞİLYURT, M. (2007): Eine Stellungnahme zur Darstellung des „Archäologischen“ in den Medien. Formen der Zusammenarbeit von Wissenschaft und Wissenschaftsjournalismus, Verweise auf allgemein gültige Normen journalistischer Ethik, Geschäfte und was in der Archäologie noch zu tun ist. Arch. Inf. 30/2, 2007, 59-66.

Diane Scherzler, M. A.
Orchideenweg 6
72762 Reutlingen
www.diane-scherzler.de
mail@diane-scherzler.de