

12.11.2015 - 10:35 Uhr

"Mehr Wissen!": Neues dpa-Whitepaper zu Trends im Wissenschaftsjournalismus

Berlin (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist
abrufbar unter <http://www.presseportal.de/pm/8218/3173047> -

Mit gut gemachter Wissenschaftsberichterstattung können Medien ihr Publikum begeistern und an sich binden. Denn Leser, Hörer und Zuschauer suchen in den Wissensteilen von Zeitungen, Onlineseiten, Hörfunk- und Fernsehprogrammen nach Orientierung in einer immer komplexer werdenden Welt - und nutzen die oft multimedialen Inhalte mit großem Interesse. Erfolgsgeschichten auf dem weiten Feld des Wissenschaftsjournalismus' sowie Ideen für seine Weiterentwicklung hat jetzt die Nachrichtenagentur dpa in einem kostenlos erhältlichen Whitepaper zusammengetragen. Die Autoren sind Praktiker aus Print-, Online- und elektronischen Medien, darunter der Mediziner, Moderator und Autor Dr. Eckart von Hirschhausen, der "Fünf steile Thesen zur Zukunft des Wissenschaftsjournalismus" vorstellt.

In dem Papier mit dem Titel "Mehr Wissen! - Warum Wissenschaftsjournalismus beim Leser zieht" fordert von Hirschhausen unter anderem eine "Suchmaschine der Vernunft" als digitale Plattform zu Gesundheitsthemen. Es reiche nicht aus, evidenzbasierte Studien zum Beispiel zu Impft Themen für jedermann zugänglich zu veröffentlichen, sondern man müsse die Texte auch daraufhin überprüfen, wie sie wirken und ob sie zu Verhaltensänderungen führen. Der Fernsehmoderator setzt sich außerdem dafür ein, Wissenschaftsthemen stärker durch Zeichentrickelemente anschaulich zu machen: "Die Zukunft vermute ich im Web in der Kombi von glaubwürdigen Presentern mit coolen Animationen."

Martin Schneider, Vorsitzender der Wissenschafts-Pressekonferenz (WPK), betont in dem Whitepaper die wichtige Rolle von fachlich verständigen Journalisten beim "Aufdecken von Übertreibungen und versteckten Interessen" in der Wissenschaftskommunikation: "Gerade wegen der 'Aufrüstung' der Forschungspressestellen ist ein wirklicher Wissenschaftsjournalismus heute wichtiger denn je", schreibt der stellvertretende Redaktionsleiter Wissenschaft beim Fernsehen des Südwestrundfunks (SWR).

Holger Dambeck, Ressortleiter bei "Spiegel Online", erläutert, wie das Nachrichtenportal mit Wissenschaftsthemen arbeitet und dabei Fotostrecken, interaktive Grafiken und Videos für die Berichterstattung nutzt. Als Beispiel für den Erfolg der Redaktion Wissenschaft/Gesundheit führt er die 50 Millionen Zugriffe auf ihre Berichterstattung im Mai 2015 an, die "Spiegel Online" damit immerhin fast zehn Prozent aller Klicks in jenem Monat eingebracht habe.

Auch Denni Klein von der "Sächsischen Zeitung" in Dresden weist in dem Whitepaper auf den Erfolg von Wissensthemen hin, der durch das Projekt Lesewert auch nachweisbar sei. Bei diesem Projekt stattet die Zeitung Leser mit einem Scanstift aus und erfasst mit dessen Hilfe und einer Datenübertragung in der Redaktion, welche Texte gelesen werden - und bis wohin. Klein erklärt, wie es dazu kam, dass aufgrund der regelmäßigen Leserrückmeldungen die Wissenschaft mehr Platz in der Zeitung bekommen und wie sich die Präsentation der Themen mit Infografiken und Online-Bildergalerien weiterentwickelt hat.

Das 16-seitige Whitepaper steht zum Download kostenlos bereit unter <http://dpaq.de/FPLAL>. Mit der neuen Ausgabe setzt die dpa ihre Veröffentlichungsreihe fort, in der sie gesammeltes Expertenwissen zu Medienthemen allen interessierten Lesern zur Verfügung stellt. Auch die Whitepaper "Liveblogging" (Februar 2015) und "Tablet & Zeitung - Eine Zwischenbilanz" (dpa-digital services GmbH, Juni 2015) sind auf der dpa-Webseite weiterhin verfügbar.

Die dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH ist der unabhängige Dienstleister für multimediale Inhalte. Die Nachrichtenagentur versorgt als Marktführer in Deutschland tagesaktuelle Medien aus dem In- und Ausland. Ein weltumspannendes Netz von Redakteuren und Reportern garantiert die eigene Nachrichtenbeschaffung nach im dpa-Statut festgelegten Grundsätzen: unparteiisch und unabhängig von Weltanschauungsfragen, Wirtschafts- und Finanzgruppen oder Regierungen. dpa arbeitet über alle Mediengrenzen hinweg, rund um die Uhr. Auf diese Qualität verlassen sich Printmedien, Rundfunksender, Online- und Mobilfunkanbieter sowie andere Unternehmenskunden in mehr als 100 Ländern. Mehr unter www.dpa.de.

Kontakt:

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH
Christian Röwekamp
Leiter Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 30 2852 31103
E-Mail: roewekamp.christian@dpa.com

