

Themen setzen, Expertise vermitteln?

Einfluss der Science Media Centers auf den Wissenschaftsjournalismus im Vereinigten Königreich und Deutschland

Vor dem Hintergrund einer u.a. durch die Verbreitung von Falschinformationen unter Druck stehenden Demokratie betont der Call for Papers die Relevanz der Vermittlung evidenzbasierter Informationen durch den Journalismus. Um dieser öffentlichen Aufgabe trotz rückläufiger Ressourcen gerecht zu werden, sind Journalist:innen auf externe Expertisen angewiesen, die sie bei der Verifikation von Informationen unterstützen.

Science Media Centers (SMC) verfolgen das Ziel, zur Förderung eines qualitätsgesicherten Wissenschaftsjournalismus beizutragen, indem sie an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Medienöffentlichkeit den Zugang zu wissenschaftlichen Expertisen erleichtern (Rödder 2015). Aus soziologischer (ebd., Broer & Pröschel 2022) und journalistentheoretischer Perspektive (Buschow et al. 2022) deuten sich jedoch grundlegende Unterschiede in der Arbeitsweise der beiden größten SMC im Vereinigten Königreich (UK) und Deutschland (DE) an. Während sich das britische SMC als eine auf öffentlichen Einfluss spezialisierte NGO für naturwissenschaftliche Evidenz versteht (Rödder 2015), positioniert sich das deutsche SMC eher als eine auf Wissenschaft spezialisierte, journalistische Beobachtungseinheit (Buschow et al. 2022). Beide Organisationen operieren zudem in unterschiedlichen Mediensystemen (Brüggemann et al. 2014, Esser 1998).

Bisher wurden Einflüsse der SMC auf den Journalismus nicht ländervergleichend erforscht. Diese Forschungslücke aufgreifend analysieren wir, ob die SMC in beiden Ländern zu einer Fokussierung der journalistischen Berichterstattung beitragen (FF1a), wie häufig ihre Aussendungen medial aufgegriffen werden (FF1b) und ob sie die Struktur der in den Artikeln zitierten Expert:innen beeinflussen (FF2).

Zur Beantwortung der Forschungsfragen haben wir ausgehend von 480 ausgewählten Aussendungen der SMC sämtliche Artikel, die einen Tag vor bis zwei Tage nach der SMC-Aussendung in definierten Mediensamples (UK: 36; DE: 40 Medientitel) veröffentlicht wurden, identifiziert. Für das SMC UK haben wir hierfür eine Zufallsstichprobe von 149 Anlässen aus 940 zwischen 2022 und 2023 publizierten Aussendungen gezogen und die

zugehörigen Medienartikel (N = 2480) über die Datenbank *LexisNexis* ermittelt¹. Beim SMC DE konnten wir auf das vollständige Pressclipping aller im gleichen Zeitraum erschienenen 331 Aussendungen zurückgreifen (N = 4463 Artikel).

Anhand eines Vergleichs der in den SMC-Aussendungen und in den Medienartikeln referenzierten Expert:innen haben wir ermittelt, ob die Medienartikel durch das SMC beeinflusst sind. Mithilfe eines NER-Verfahrens wurden die übrigen Akteur:innen in den Artikeln identifiziert und u.a. hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Verortung charakterisiert (SMC DE: 6333 Entitäten aus 898 Artikeln zu 85 zufälligen Anlässen; SMC UK: 15.110 Entitäten aus 2399 Artikeln zu 134 zufälligen Anlässen)². Analysiert wurden zu Vergleichszwecken nur Akteur:innen aus Anlässen (UK: 80; DE: 42 Anlässe), zu denen sowohl SMC-beeinflusste als auch unbeeinflusste Berichterstattung vorlag (UK: N = 11.184; DE: N = 4609).

FF1a: In DE werden 32% der vom SMC ausgesendeten Anlässe *nicht* vom Journalismus aufgegriffen, während es in UK nur 18% sind. Britische SMC-Anlässe (60%) werden signifikant ($\chi^2(3) = 32,21$; $p < 0,001$) häufiger von einer mittleren Anzahl an Medientiteln (10-50%) berichtet als deutsche (32%) (Abb.1).

FF1b: Findet Berichterstattung zu einem SMC-Anlass statt, werden Aussendungen des SMC UK (33%) signifikant ($\chi^2(4) = 76,05$; $p < 0,001$) seltener in journalistischen Artikeln verwendet als deutsche (8%) (Abb. 2). Dieser Unterschied zeigt sich besonders bei Anlässen, die nur geringe Medienaufmerksamkeit erfahren ($W = 1740$, $p < 0,001$). Zugehörige Artikel sind dabei in DE im Median zu 100% durch das SMC beeinflusst, während in UK zu mindestens 50% der Anlässe ausschließlich SMC-unbeeinflusste Artikel gefunden wurden (Abb. 3a). Dieser Unterschied verschwindet, wenn nur Anlässe betrachtet werden, in denen SMC-Material in mindestens einem Artikel verwendet wurde (Abb. 3b).

FF2: In SMC-beeinflussten Artikeln kommt im Median sowohl in DE ($W = 8551$; $p < 0,001$) als auch in UK ($W = 42.709$; $p < 0,001$) ein:e Wissenschaftler:in mehr zu Wort als in Artikeln ohne SMC-Material (Abb. 4a). Eine häufigere Zitierung unabhängiger Expert:innen ist

¹ Intercoderreliabilität: 0,86-1 (Holsti), 0,74-1 (Krippendorffs α)

² Intercoderreliabilität: DE: 0,81-0,99 (Holsti), 0,73-0,97 (Krippendorffs α); UK: 0,73-0,99 (Holsti), 0,69-0,88 (Krippendorffs α)

nur für das deutsche SMC feststellbar (DE: $W = 1304,5$; $p < 0,001$; UK: $W = 5051,5$; $p = 0,19$) (Abb. 4b).

Unter Vorbehalt empirischer Limitationen (etwa Sampling, keine Kausalität) legen unsere Analysen nahe, dass beide SMC zur verstärkten Einbindung wissenschaftlicher Expertise in die Berichterstattung beitragen. Unterschiede zeigen sich in ihrer Funktion als Thematisierungsinstanzen: Das journalistisch ausgerichtete deutsche SMC übernimmt diese Rolle deutlich stärker als das eher in einer NGO-Logik agierende britische SMC.

Literatur

Broer, I., & Pröschel, L. (2022). Knowledge broker, trust broker, value broker: The roles of the Science Media Center during the COVID-19 pandemic. *Studies in Communication Sciences*, 22(1), 101–118.

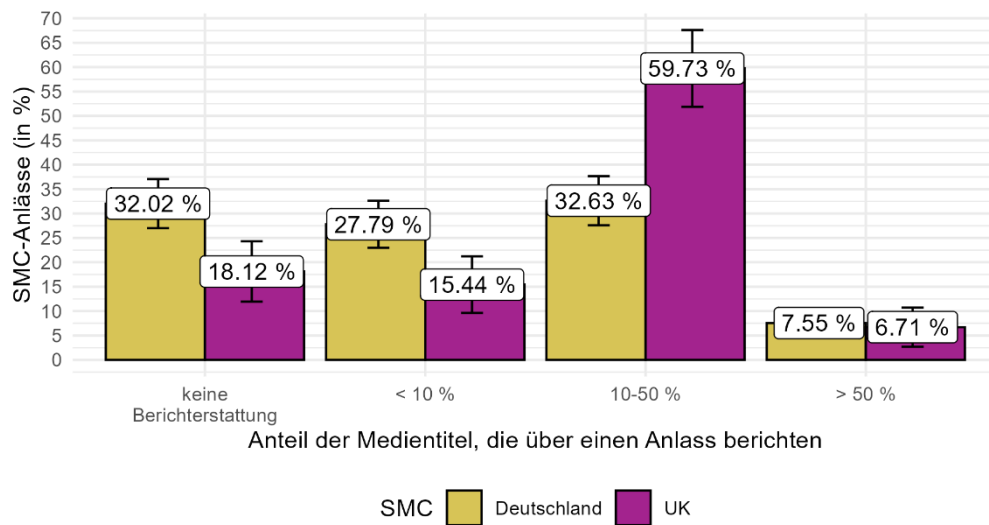
Brüggemann, M., Engesser, S., Büchel, F., Humprecht, E., & Castro, L. (2014). Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of Western media systems. *Journal of Communication*, 64(6), 1037–1065.

Buschow, C., Suhr, M., & Serger, H. (2022). Media work as field advancement: The case of Science Media Center Germany. *Media and Communication*, 10(1), 99–109.

Esser, F. (1998). *Die Kräfte hinter den Schlagzeilen: Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich*. Freiburg i. Br./München: Alber.

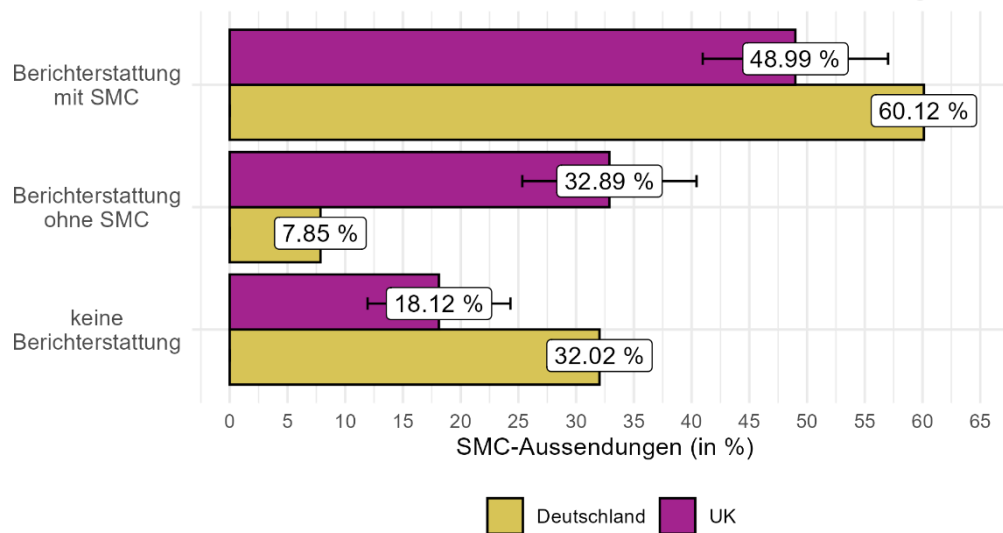
Rödder, S. (2015). Science Media Centres and public policy. *Science and Public Policy*, 42(3), 387–400.

Abb. 1: Aufgriff von SMC-Anlässen durch den Journalismus in Deutschland und UK



DE: N = 331
UK: N = 149

Abb. 2: Verwendung von SMC-Material in der deutschen und britischen Berichterstattung



DE: N = 331
UK: N = 149

Abb. 3: Verwendung von SMC-Material in der deutschen und britischen Berichterstattung gruppiert nach Medienresonanz

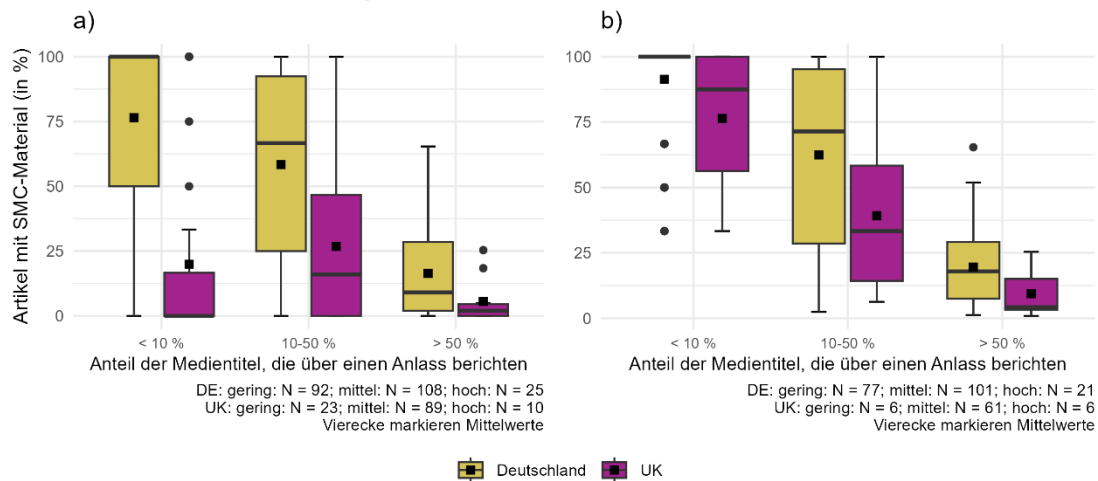


Abb. 4: Zitierung von Wissenschaftler:innen und unabhängigen Expert:innen in SMC-beeinflussten und unbeeinflussten Artikeln

