

MEDIENTRAINING FÜR FORSCHENDE 2012



Ein Angebot in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Nationalfonds SNF und der Gebert Rűf Stiftung



MEDIENTRAINING FÜR FORSCHENDE

Ein Angebot in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Nationalfonds SNF und der Gebert Rüt Stiftung

Was erwartet ein Journalist von mir? Wie formuliere ich meine Botschaft? Wie bereite ich mich auf ein Interview vor? Habe ich das Recht, den Artikel vor der Publikation zu lesen?

Im Umgang mit Journalisten gelten ganz bestimmte Spielregeln. Wer mit diesen vertraut ist, dem wird es leichter fallen, mit den Medien zu sprechen und sich so in der Öffentlichkeit Gehör zu verschaffen.

Aus diesem Grund unterstützt der SNF spezielle Medientrainings für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Der zweitägige praxisorientierte Kursblock - geleitet von Journalisten und Kommunikationsprofis - bietet viel Raum für Übungen. Sie trainieren mediengerechtes Texten und überzeugendes Auftreten vor der Kamera.

Zielgruppe Der Kurs richtet sich vor allem an Forschende, die vom SNF (Stipendien oder Forschungsförderung) und von der KTI oder von der Gebert Rüt Stiftung GRS gefördert werden, bleibt aber auch für andere fortgeschrittene Wissenschaftler offen.

Lernziele

- _ Sie kennen Aufbau und Sprache von Medienmitteilungen.
- _ Sie wissen, nach welchen Kriterien wissenschaftliche und forschungspolitische Informationen im Mediensystem selektioniert werden.
- _ Sie wissen, was Sie mit dem Journalisten vor einem Medienauftritt klären können.
- _ Sie wissen, wie Sie Ihr Statement vor der Kamera in Kürze auf den Punkt bringen.
- _ Sie können überzeugend argumentieren im Interview.
- _ Sie kennen die Rechte des Interviewten.

Hauptziel ist es, die Teilnehmenden zu befähigen, auf Medienanfragen publikumsgerecht und kompetent zu reagieren sowie mit den Medien aktiv und offen zu kommunizieren.

Brush up-Medientraining Neu gibt es ein von diesem 2-tägigen Training unabhängiges Brush-up-Medientraining. Zielgruppe sind Forschende, die bereits erste Erfahrungen im Kontakt mit den Medien gesammelt und/oder ein Medientraining am MAZ absolviert haben. Die Teilnehmenden können je nach ihren persönlichen Bedürfnissen entweder die mündliche und/oder die schriftliche Medienarbeit nochmals trainieren. (Kosten CHF 900.-; Dauer 1 Tag; Termin s. unten).

- Dauer/Termine Das Basis-Medientraining dauert 2 Tage. Termine 2012:
_ 20./21. Januar 2012 (#K8072)
_ 09./10. März 2012 (#K60323)
_ 08./09. Juni 2012 (#K8073)
_ 09./10. November 2012 (#K8074)
- Das Brush-up-Medientraining dauert 1 Tag. Termin 2012:
_ 13. Dezember 2012 (#K8075)
- Studienleitung Heiner Käppeli, Leiter Abteilung Kommunikation und Mitglied der Geschäftsleitung MAZ
- Dozierende Beat Glogger, Dr. h.c., Wissenschaftsjournalist und Autor (Kursleitung am Freitag)
Oliver Schroeder, Studienleiter MAZ, Medientrainer (Kursleitung am Samstag)
- Zusätzlich je nach Gruppengrösse min. 1, max. 2 Dozierende:
Katharina Deuber, Moderatorin/Journalistin Cash-TV
Steffen Lukesch, Redaktor Tagesschau, SF Schweizer Fernsehen
- Kosten CHF 1'500.- (Brush-up-Medientraining: CHF 900.-)
Für Forschende, die vom SNF oder von der KTI unterstützt werden, betragen die Kurskosten zu Lasten der Teilnehmenden (oder der Forschungsinstitution) CHF 300.-. Die Gebert Rüt Stiftung übernimmt für ihre Projektleiter/-mitarbeiter gemäss Fördervertrag die gesamten Kurskosten. Bitte bei der Anmeldung Projekt mit Projektnummer mitteilen.
- Ort MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern
- Administration Simona De Luca, simona.deluca@maz.com, Telefon +41 (0)41 226 33 33

Programm

1. Kurstag

Leitung: Beat Glogger

Wie funktionieren die Medien?

- Ihre Erfahrungen im Umgang mit journalistischen Medien
- Wie werden wissenschaftliche Informationen im Mediensystem selektioniert und verarbeitet.
- Wie behandelt die „NZZ“ oder „Der Beobachter“ ein Thema? Wie wird dasselbe Thema auf der Wissensseite, im Inlandteil oder auf der Kehrseite aufgemacht? Welche Folgen hat der unterschiedliche Kontext für die Botschaft und ihre Wirkung?
- Analyse ausgewählter, eingesandter Beispiele

Mediengerecht texten

- Was heisst ein Thema publikumsgerecht und mediengerecht aufbereiten?
- In welcher Rolle sehen sich Wissenschaftlerinnen und Medienschaffende?
- Die wichtigsten Entwicklungen und Trends im Schweizer Medienmarkt?

Abendprogramm

- **Besuch einer Redaktion**
- **Gemeinsames Abendessen**

2. Kurstag

Leitung: Oliver Schroeder
plus 1-2 weitere Dozierende; s. Seite 3

Radio und Fernsehen I: Das Wichtigste konkret in Kürze

- Wie bereite ich mich auf einen Medienauftritt vor?
- Was kann ich im Vorgespräch mit dem Journalisten, der Journalistin im Voraus klären?
- Die Teilnehmenden trainieren kurze Stellungnahmen (Statements) vor Kamera und Mikrofon und üben ihre Kernbotschaften einfach und bildhaft zu formulieren.

Radio und Fernsehen II: Überzeugend argumentieren

- Unterschiede zwischen einem Interview für die Zeitung und einem für Radio und Fernsehen.
- Welche Rechte und Möglichkeiten haben Sie als Interviewer?
- Was sind die häufigsten Interviewtypen und wie kann ich in kniffligen Situationen authentisch bleiben?
- Muss ich immer die Wahrheit sagen? Welche Informationsstrategien empfehlen sich in heiklen Situationen?
- Die Teilnehmenden trainieren überzeugendes Argumentieren in Interviews vor der Kamera.
- Zusammenfassung und Auswertung

MAZ – DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

Das MAZ Das MAZ – 1984 gegründet – ist die führende Journalismusschule der deutschen Schweiz. Aus- und Weiterbildung für Medienschaffende sind seine Kernkompetenzen. Die enge Zusammenarbeit mit Redaktionen garantiert Praxisnähe. Kooperationen im In- und Ausland ermöglichen den Blick nach aussen. Hohe Qualität auf allen Ebenen ist der Anspruch. Dokumentieren kann das MAZ sie u.a. mit dem Label «Committed to excellence» der European Foundation for Quality Management, EFQM. Träger des MAZ sind: der Verband Schweizer Presse, die SRG SSR, die Journalismusverbände, Stadt und Kanton Luzern; weiter wird das MAZ vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM unterstützt. Mehr zum MAZ unter www.maz.ch.

MAZ-Partner Das MAZ ist Teil des Hochschulcampus Luzern, Mitglied der Europäischen Vereinigung namhafter Journalismusschulen EJTA sowie Kooperationspartner der Hamburg Media School, der Universitäten Lugano, Hamburg und Leipzig, der Hochschule für Wirtschaft Zürich HWZ, der Akademie für Publizistik in Hamburg und der Österreichischen Medienakademie in Salzburg, des Schweizer Radios und Fernsehens SRF, der Schweizerischen Depeschagentur SDA, des Schweizerischen PR-Instituts SPRI, des Medieninstituts des Verbands Schweizer Presse, der Schweizer Kader Organisation SKO.

Das MAZ-Team Direktorin: Sylvia Egli von Matt; Geschäftsleitung: Heiner Käppeli, Sonja Döbeli Stirnemann; Studienleitung: Flavien Allenspach, Reto Camenisch, Frank Hänecke, Simon Kopp, Bernd Merkel, Beat Rüdts, Reto Schlatter, Oliver Schroeder, Alexandra Stark; Barbara Stöckli, Rolf Wespe; Kursleiter: Bernhard Bircher, Beat Glogger; Matthias Scholer, Marketing und Administration: Gabriela Murer; Administration: Nathalie Bürgi, Simona De Luca, Isabelle Gabriel, Theres Huser, Jacqueline Kranz, Martina Schymura, Matias Cacic; Technik: Beat Gehri, Willy Hediger.