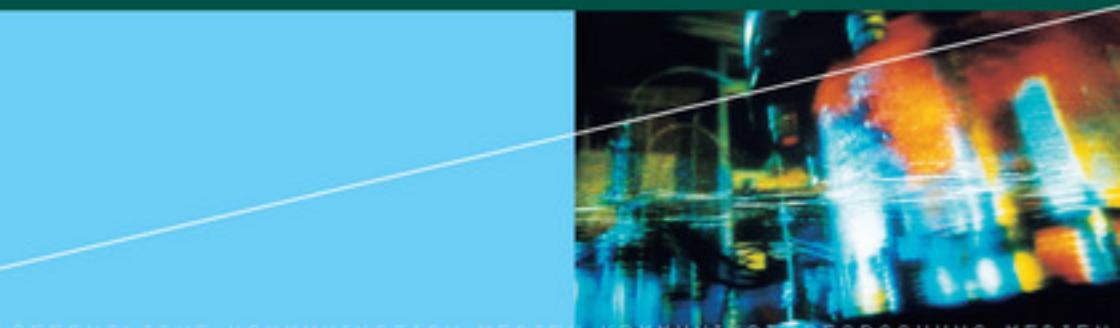


Beatrice Dernbach

Die Vielfalt des

Fachjournalismus

Eine systematische Einführung



ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEU KOMMUNIKATI-FORSCHUNG MEDIEN
SYSTEM JOURNALISMUS MERBUUNG MEDIENWIRTSCHAFT ONLINEKOMMUNIKA-
TION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENANALYSEN POLITISCHE
KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN MEDIENWIRKUNG
MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENOKONOMIE ELEKTRO



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Beatrice Dernbach

Die Vielfalt des Fachjournalismus

Beatrice Dernbach

Die Vielfalt des Fachjournalismus

Eine systematische
Einführung



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

1. Auflage 2010

Alle Rechte vorbehalten

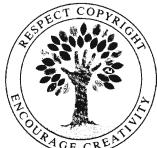
© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2010

Lektorat: Barbara Emig-Roller

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist Teil der Fachverlagsgruppe

Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Rosch-Buch, Scheßlitz

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-531-15158-8

Inhalt

Vorwort	9
1 Einleitung: Eines oder Vieles – gibt es <i>den</i> Fachjournalismus? ...	11
2 Rahmenbedingungen und Verortungen	17
2.1 Der gesellschaft(swissenschaft)liche Rahmen.....	18
2.2 Anwendbare Erkenntnisse aus der Journalistik	20
2.3 Informationsjournalismus und Unterhaltung.....	23
3 Entstehung des Fachjournalismus und der Fachzeitschriften	31
3.1 Die Geschichte der Fachzeitschrift	32
3.2 Die unterschätzte Gattung	33
3.3 Die Bedeutung des Fach-Begriffs und Definition der Fachzeitschrift	34
3.4 Die Fachzeitschrift als System	36
3.4.1 Die objektiven „Wesensmerkmale“ der Fachzeitschrift.....	36
3.4.2 Die Leistungen des Systems Fachzeitschrift	38
3.5 Der aktuelle Fachzeitschriftenmarkt.....	39
4 Zwischenergebnis: Fachjournalismus ist...	43
4.1 Eine Arbeitsdefinition	43
4.2 Prüfverfahren anhand von Thesen und Fragen	44
4.2.1 Der Auftrag des Fachjournalismus.....	44
4.2.2 Wissensbestände in der Life-long-Learning-Gesellschaft.....	44
4.2.3 Expertentum im Fachjournalismus.....	46
5 Was Fachjournalismus zu Journalismus macht	49
5.1 Die Organisationen des Fachjournalismus	49
5.2 Die Programme des Fachjournalismus	54
5.2.1 Ordnungsprogramme.....	55
5.2.2 Informationssammelprogramme.....	55
5.2.3 Selektionsprogramme	59

5.2.4	Prüfprogramme.....	61
5.2.5	Darstellungsprogramme	63
5.3	Die Rollen im Fachjournalismus	65
5.3.1	Das Berufsbild Fachjournalist	66
5.3.1.1	Die Kompetenzen.....	69
5.3.1.2	Ausbildungswege in den Berufsmarkt.....	72
5.3.1.3	Selbstverständnis der Fachjournalisten	75
5.3.2	Das Fachpublikum.....	76
5.4	Fachjournalismus im weiten und engen Verständnis	80
6	Abgrenzungen und Unterscheidungen	85
6.1	Fachjournalismus und das Verhältnis zu den gesellschaftlichen Subsystemen.....	86
6.2	Fachjournalismus und Wissenschaftsjournalismus	91
6.3	Fachjournalismus und sein Verhältnis zur (Fach-)PR	95
6.4	Die Unterscheidung von Fachjournalisten und anderen Publizisten	99
7	Fachjournalismus: sein Stil und seine Sprachen	103
7.1	Begriff und Entstehung von Fachsprachen.....	103
7.2	Funktion und Struktur der Fachsprachen	105
7.3	Die Sprache des Fachjournalismus: eine linguistisch-vergleichende Betrachtung.....	108
8	Die Vielfalt des Fachjournalismus	113
8.1	Auto- und Motorjournalismus	117
8.1.1	Technische Entwicklung von Motoren und Personenkraftwagen	117
8.1.2	Die Automobilindustrie vom 20. Jahrhundert bis heute	118
8.1.3	Das Image des Autos und der Marken	120
8.1.4	Das Auto in der Umweltdebatte	122
8.1.5	Das Automobil in den Medien	122
8.1.5.1	Der Markt der Auto- und Motorberichterstattung	125
8.1.5.2	Probleme und Kritik am Autojournalismus.....	127
8.1.5.3	Die Zukunft des Auto- und Motorjournalismus	127
8.2	Foodjournalismus	129
8.2.1	Biologisch-evolutionäre und technologische Entwicklungen.....	129
8.2.2	Historische und religiöse Betrachtungen	131
8.2.3	Sozial-kulturelle Wandlungsprozesse	133
8.2.4	Politische und ökonomische Bedingungen	136
8.2.5	Essen in den Medien	137

8.2.6	Foodjournalismus als Fachjournalismus	140
8.3	Medienjournalismus	142
8.3.1	Die Rolle der Medien in der modernen Gesellschaft	143
8.3.2	Der Journalismus-Beobachter Medienjournalismus	146
8.3.2.1	Die Geschichte der Medienkritik	146
8.3.2.2	Die Funktionen und Formen des Medienjournalismus	148
8.3.2.3	Das Dilemma des Medienjournalismus	151
8.3.2.4	Die Zukunft des Medienjournalismus	153
8.4	Medizin- und Gesundheitsjournalismus	154
8.4.1	Eine kleine Geschichte der Medizin: von Hippokrates zur Gentechnologie	154
8.4.2	Beginn und Funktionen der Gesundheitskommunikation	158
8.4.3	Die besonderen Herausforderungen des Medizinjournalismus	160
8.4.3.1	Wirkungspotenzial der medienvermittelten Gesundheitskommunikation	160
8.4.3.2	Die Darstellung von Medizin und Ärzten in den Medien	162
8.4.3.3	Verantwortung und Ethik im Medizinjournalismus	163
8.4.3.4	Abhängigkeit oder Unabhängigkeit vom Medizinbetrieb	165
8.4.3.5	Der Boom der Wellnessindustrie	166
8.4.3.6	Die Kompetenzen des Medizin- und Gesundheitsjournalisten	166
8.4.4	Der Markt des Medizin- und Gesundheitsjournalismus	168
8.4.4.1	Die Entstehung des Medizin- und Gesundheitsjournalismus	169
8.4.4.2	Medizin- und Gesundheitsjournalismus heute	169
8.4.5	Der Medizin- und Gesundheitsjournalismus von morgen	173
8.5	Modejournalismus	176
8.5.1	Eine soziologische Verortung	176
8.5.2	Ein kurzer Streifzug durch die Modegeschichte	178
8.5.3	Die Anfänge des Modejournalismus	181
8.5.4	Ist Modeberichterstattung Journalismus?	182
8.5.5	Der Modemedienmarkt heute	183
8.5.6	Die Rekrutierung von Modeexperten für Medien und Journalismus	185
8.6	Musikjournalismus	187
8.6.1	Ein kurzer Exkurs in die Musikgeschichte	187
8.6.2	Die Produktion, Distribution und Rezeption von Musik	192
8.6.3	Die Funktion des Musikjournalismus	194
8.6.4	Der Medienmarkt des Musikjournalismus	197

8.7	Reisejournalismus	200
8.7.1	Der Mensch reiste und reist.....	200
8.7.2	Der internationale und deutsche Reisemarkt	203
8.7.3	Vom Reisefeuilleton zum digitalen Reiseportal	207
8.7.4	Der Reisejournalismus und die Nähe zur PR	213
8.8	Sportjournalismus	215
8.8.1	Kurze Kulturgeschichte des Sports	216
8.8.2	Sport in Zahlen	219
8.8.3	Die 1:0-Berichterstattung – Sport in den Medien.....	220
8.8.4	Der Sportjournalist: Experte unter Vielen	221
8.9	Technikjournalismus	224
8.9.1	Die Technisierung der Welt	224
8.9.2	Technik und die öffentliche Wahrnehmung.....	227
8.9.3	Technik und Journalismus.....	229
8.9.4	Der Markt des Technikjournalismus heute.....	233
8.10	Wirtschaftsjournalismus	236
8.10.1	Alles ist Wirtschaft.....	237
8.10.2	Wirtschaft im Spiegel der Medien.....	240
8.10.3	Die Herausforderungen im Wirtschaftsjournalismus	245
8.11	Die fachjournalistisch unerschlossenen Themenfelder.....	248
9	Die Zukunft des Fachjournalismus	
	<i>Co-Autorin Nadja Fischer</i>	257
9.1	Die technischen Möglichkeiten	258
9.2	Ein Blick in die noch fernere Zukunft	262
9.3	Die ökonomische Umsetzbarkeit.....	263
10.	Die Popularisierung des Fachwissens im Journalismus	267
Quellenverzeichnis	273	
Tabellen-/Abbildungsverzeichnis	299	
Anhang	303	

Vorwort

Als ich im Oktober 1999 an der Hochschule Bremen meine Tätigkeit als Professorin für „Journalismus in Theorie und Praxis“ aufnahm, konnte ich mit der Bezeichnung des „Internationalen Studiengangs Fachjournalismus“ wenig anfangen. Statt aber meinem ersten Impuls nachzugeben und das Bestimmungswort *Fach-* zu streichen, ersetze ich die Endung *-ismus* durch *-istik*. Denn selbst an einer Fachhochschule sollte nicht Journalismus als Praxis pur, sondern als anwendungsorientierte wissenschaftliche Disziplin gelehrt und gelernt werden. Die Überzeugungsarbeit, dass es sich tatsächlich um eine Wissenschaft handelt, dauert bis heute an.

Eine Frage ist bis dato nicht beantwortet: Was bezeichnen die Begriffe ‚Fachjournalistik‘ und ‚Fachjournalismus‘? Damals gegoogelt, gab es eine relativ überschaubare Trefferzahl – vorneweg der Studienschwerpunkt Fachjournalistik Geschichte an der Universität Gießen, es folgten die Fachhochschule Bonn-Sankt Augustin mit dem Studiengang Technikjournalismus und die Hochschule Bremen.

Zehn Jahre später meldet die Internet-Suche nach dem Schlagwort ‚Fachjournalismus‘ bei Google rund 38900, bei Fireball 3515 und bei Altavista 789 Treffer. Die Hochschule taucht bei Google inzwischen weiter hinten auf, vorne liegen der Deutsche Fachjournalisten Verband (DFJV) und (kommerzielle) Anbieter fachjournalistischer Dienstleistungen. Inzwischen existiert bei Wikipedia ein Eintrag zum Stichwort *Fachjournalismus* (im Wesentlichen gespeist aus Informationen des DFJV).

Was fehlt, sind zuverlässige (wissenschaftliche) Erklärungen für ein Phänomen, das seit Jahren in der Praxis beobachtet wird, das sogar institutionalisiert ist (wie etwa in Organisationen wie dem DFJV oder der Deutschen Fachpresse). Weder die Bezeichnung der wissenschaftlichen Disziplin *Fachjournalistik* noch die der journalistischen Praxis *Fachjournalismus* findet sich in den aktuellen (gedruckten) Lexika der Journalistik sowie der Kommunikations- und Medienwissenschaft.

Seit mehr als fünf Jahren lehre ich zum Thema *Fachjournalismus*; immer im siebten Semester lade ich die *Fachjournalistik*-Studenten ein, mit mir wissenschaftliches Neuland zu betreten. Jedes Jahr stellen wir fest, dass es kaum Publikationen gibt. Aber es tut sich Vieles. Unter anderem meldet sich eine wach-

sende Zahl von Bremer Absolventen zurück, die im Fachjournalismus Fuß gefasst haben.

Dieses Buchprojekt ist spannend und risikoreich. Es bedeutet vor allem, einigen Anforderungen gerecht zu werden: Die Ansätze und Erkenntnisse aus der Journalistik als wissenschaftlicher Disziplin zu generieren und sinnvoll anzuwenden, um zu validen Ergebnissen für den Untersuchungsgegenstand zu kommen; das empirische Feld – so ungeordnet es auch noch nach langer Beschäftigung mit dem Gegenstand Fachjournalismus erscheint – auf der Basis der theoretischen Voraarbeiten zu analysieren; und schließlich den Erwartungen an die Sachkompetenz gerecht zu werden: Die einzelnen Fachjournalismen sollen nicht nur benannt, sondern auch in Herkunft und Entwicklung beschrieben und in ihrem Potenzial diskutiert werden.

Wie jede Forschungstätigkeit startet auch diese mit vielen Fragen. Was, wenn daraus noch mehr werden? Was, wenn auch nach 300 Seiten keine klaren Antworten stehen? Forschung ist, das Scheitern einzukalkulieren. Immerhin: Das Ziel ist klar und das Vorwort ist geschrieben. In diesem Sinne fällt der Startschuss im März 2007.

Auch in meinem Fall gehören im Vorder- und Hintergrund Menschen dazu, die mich unterstützt und mir geholfen haben, dieses Buch zu schreiben: Die Lektorin des Verlags für Sozialwissenschaften, Barbara Emig-Roller, die mich zwar angespornt hat, das Werk schneller in einen druckreifen Zustand zu bringen, aber Geduld bewiesen hat, als dies nicht gelungen ist. Julia Litschko hat mit viel Engagement die Texte nicht nur gestaltet, sondern sie kritisch gelesen und viele Vorschläge gemacht, um sie inhaltlich und sprachlich zu optimieren; Bastian Nemitz, der die zum Teil selbst gestalteten Grafiken in eine ansprechende Ästhetik umgewandelt hat; die Studierenden, deren Diskussionsbeiträge, Referate und Hausarbeiten mit dazu beigebracht haben, dass ich mir dieses Feld erarbeiten konnte; manch einer der Leidgeprüften hat schließlich selbst im Fachjournalismus ein spannendes Thema für die Abschlussarbeit gefunden; meine Familie, die das Chaos in meinem Arbeitszimmer zwar manchmal kommentiert, aber mich immer wieder angetrieben hat, das Werk zu Ende zu bringen.

Tostedt, im September 2009

1 Einleitung: Eines oder Vieles – gibt es *den* Fachjournalismus?

Mit dieser Frage soll die Auseinandersetzung beginnen: Singular oder Plural? Gibt es den einen Fachjournalismus – oder sind es viele Fachjournalismen? Ist letztlich nicht alles Fachjournalismus? Ist der Begriff nicht nur ein Etikett, unter dem Vieles stattfindet, was Kommunikation, Public Relations, aber nicht Journalismus ist? Sind nicht Politik-, Wirtschafts-, Sport-, Kulturjournalismus Fachjournalismen? Aber welcher Journalismus wäre dann kein Fachjournalismus? Der Lokal- und Unterhaltungsjournalismus beispielsweise? Was sagt die Beobachterinstanz von Journalismus, also die Journalistik dazu? Bisher so gut wie nichts. Was Jürgen Heinrich und Christoph Moss (2006: 5) für Wirtschaftsjournalismus und Wirtschaftsjournalistik konstatieren, gilt gleichermaßen für Fachjournalismus und Fachjournalistik: Die Lehre vom Fachjournalismus (= Fachjournalistik) ist ein „erstaunlich unbearbeitetes Feld der Wissenschaft“, es ist bis dato nicht einmal ein Randthema der Journalistik. Allerdings gibt es Unterschiede zur Wirtschaftsjournalistik, die inhaltlich verknüpft ist mit den Wirtschaftswissenschaften, und zum Wirtschaftsjournalismus, der im weitesten Sinne wirtschaftliche Prozesse beobachtet: Die Fachjournalistik hat nicht nur ein Referenzfeld; Fachjournalismus beobachtet viele Sachgebiete (etwa als Sport-, Mode, Musik- oder auch Wirtschaftsjournalismus).

Ist der Begriff Fachjournalismus Bezeichnungen wie Wirtschafts-, Politik-, Sport-, Medien-, Umwelt-, Wissenschaftsjournalismus und vielen anderen übergeordnet? Ist er als Dachbegriff zu verstehen, unter dem Gemeinsamkeiten festzustellen und festzulegen sind? Ist Fachjournalismus die Summe der Fachjournalismen? Und wie steht es mit der Fachjournalistik? Ist sie – in Anlehnung an die Definition von Heinrich und Moss (2006: 9) zur Wirtschaftsjournalistik¹ –

¹ „Wirtschaftsjournalistik ist die Wissenschaft vom Wissenschaftsjournalismus. Eine Abgrenzung der Wirtschaftsjournalistik als Wissenschaft vom Wirtschaftsjournalismus setzt eine Abgrenzung des Gegenstandsbereiches, also eine Abgrenzung des Wirtschaftsjournalismus voraus. Dies ist schwierig, weil sowohl der Journalismus als auch die Wirtschaft nicht abschließend geklärte Disziplinen und Gegenstandsbereiche sind.“ (2006: 9) Heinrich und Moss beschreiben daraufhin Wirtschaftsjournalismus insbesondere im Hinblick auf seine Strukturen (wie Ausbildung, Recherchequellen, zentrale Begriffe und Felder), analysieren und diskutieren ihn aber nicht aus der Sicht der Journalistik.

als die Wissenschaft des Fachjournalismus oder der Fachjournalismen zu verstehen? Bis dato kann man nur auf ein vom Deutschen Fachjournalisten Verband (DFJV) 2004 herausgegebenes Buch zurückgreifen, in dem Fachjournalismus zum ersten Mal aus theoretischer, empirischer und praktischer Perspektive betrachtet wird. Der Band erscheint 2010 neu und spiegelt mit Sicherheit wider, dass die Diskussion zumindest innerhalb einer überschaubaren Community aus praxisorientiert forschen Wissenschaftlern und wissenschaftlich interessierten Praktikern auf Symposien aller Art (vor allem im Rahmen des seit 2006 jährlich stattfindenden Fachjournalisten-Kongress des DFJV) fortgesetzt worden ist und weiter lebhaft geführt wird.

Die von Tiberius und Teichmann (2004: 23) vorgenommene Einordnung und Abgrenzung von Fach- zu Wissenschaftsjournalismus und anderen publizistischen Formen (wissenschaftlicher Journalismus und wissenschaftliches Publizieren) bietet einen guten Ansatz, muss aber überprüft und weiter fortgeschrieben werden.

Ungenau aber ausbaufähig ist die Unterscheidung zwischen Fachjournalismus im engeren und weiteren Sinne. Allerdings reichen die Kategorien Fachjournalist (Berufsbild, Kompetenzen), Leser (Rezipient) und Medium nicht aus, um Fachjournalismus adäquat zu erfassen. In den folgenden Ausführungen sind weitere Kategorien wie beispielsweise Funktionen, Organisationen, Programme sowie Stil und Sprache aufgenommen und für Fachjournalismus diskutiert.

In dem vorliegenden Buch werden Methoden und vor allem Erkenntnisse der Journalistik auf den Gegenstandsbereich Fachjournalismus angewendet, um somit eine tragfähige Theorie des Fachjournalismus auszuarbeiten. Grundlegend ist der Ansatz der Systemtheorie: Basierend auf Rühl (1980) und – zeitlich gesehen – nachfolgenden Journalistik-Wissenschaftlern wie Weischenberg, Blöbaum und Görke wird der Journalismus als ein gesellschaftliches Funktionssystem beziehungsweise als publizistisches Teilsystem betrachtet. Die zentrale Funktion ist das Herstellen und Bereitstellen von Themen und Informationen zur öffentlichen Kommunikation. Journalismus beobachtet und reflektiert Gesellschaft und diese beobachtet und reflektiert sich über Journalismus selbst. Es gilt festzustellen, ob Fachjournalismus ein Tochtersystem des Journalismus ist, mit einer spezifischen gesellschaftlichen Funktion und den entsprechenden Strukturen.

Im folgenden Kapitel werden die gesellschaft(swissenschaft)lichen und die von der Journalistik gesetzten Rahmenbedingungen skizziert. Das Leben in einer Wissens- und Informationsgesellschaft, in der sich als eines der zentralen Schlagworte der Begriff des ‚Lebenslangen Lernens‘ herausgebildet hat, stellt besondere Anforderungen an die Gesellschaft insgesamt aber auch an den Einzelnen. Wie geht Gesellschaft mit den geistigen Wissensbeständen um (siehe

Assmann/Assmann 1994)? Wenn zutreffend ist, dass mit den digitalen Medien hervorragende Speichermedien mit hoher Kapazität zur Verfügung stehen, stellt sich die Frage, unter welchen Kriterien das Gespeicherte abgelegt wird und wieder abrufbar ist? Wie kann sich der Einzelne dieses Wissen zunutze machen? Vor allem in beruflichen Zusammenhängen sind die Gesellschaftsmitglieder gefordert, bestehendes Wissen zu revitalisieren, um es für die eigene (berufliche) Weiterbildung nutzen zu können. Fachmedien unterstützen sie dabei.

Das Kommunikationssystem Journalismus beobachtet und reflektiert gesellschaftliche Prozesse, idealerweise aus einer distanzierten Position. Etablierte, d.h. vor allem rechtliche Rahmenbedingungen, also Werte und Normen wie Pressefreiheit und ähnliche, helfen diesem publizistischen Subsystem, diese besonderen Leistungen zu erbringen. Allerdings bewegt sich Journalismus über die Anbindung an die Medien als dem ökonomischen Träger in einem schwierigen Spannungsfeld: Er muss seiner öffentlichen Aufgabe gerecht werden, aber gleichzeitig ökonomische Aspekte einbeziehen. Er reagiert darauf einerseits mit Anpassung in Form eines stetig steigenden Anteils an gut zu vermarktenden Unterhaltungsangeboten und andererseits mit Verspartung und Spezialisierung, um auch kleine und kleinste Zielgruppen im Markt zu bedienen. Hauptmotiv ist, dadurch nicht (vollständig) seine Alleinstellungsfunktion in einer komplexen Gesellschaft neben anderen Kommunikationssystemen wie vor allem der Public Relations zu verlieren.

Die Medien haben unterschiedliche Gattungen ausgeprägt, um jeweils spezifische Leistungen in spezifischer Art und Weise transportieren zu können. Die am stärksten diversifizierte Gattung sind die Zeitschriften. Sie bietet sich aufgrund der Quantität sowie der Vielfalt in hervorragender Weise an, um die Entstehung des Fachjournalismus nachzuvollziehen und ihn in der Medienlandschaft zu verorten (siehe Kapitel 3). Die Geschichte der Fachzeitschriften im Rahmen der Gattungsentwicklung ist zufriedenstellend, wenn auch nicht erschöpfend, ausgearbeitet (siehe Pürer/Raabe 2007; Wilke 2003). Fest steht, dass das publizistische und damit gesellschaftliche Potenzial der Fachzeitschriften bis heute unterschätzt wird. Seit einigen Jahren bemüht sich der Verband der Deutschen Fachpresse, die Fachmedien zu etablieren. So gibt es beispielsweise auf der Frankfurter Buchmesse im Oktober 2009 ein Zentrum Fachmedien, in dem Fachverlage ihre Produkte ebenso den Endverbrauchern wie professionellen Kommunikatoren präsentieren können (vgl. de.book-fair.com).

Die Herausforderung bei der Analyse des (Fach-)Zeitschriftenmarktes liegt darin, dass er bis dato weder quantitativ erfasst noch qualitativ bewertet ist. Es gibt keine konsentierte, wissenschaftliche Definition oder Kategorisierung, auf Basis derer die Deutsche Fachpresse oder der Zeitschriftenverlegerverband oder die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträ-

gern e.V. (IVW) den Markt einheitlich erfassen. So steckt viel Recherchearbeit in den Daten, die – selbstverständlich ohne Gewähr und ohne Anspruch auf Vollständigkeit – aus den verschiedenen Quellen ermittelt worden sind.

Im vierten Abschnitt wird als eine Art Zwischenbilanz eine Arbeitsdefinition formuliert. Anhand dreier Thesen und Fragen wird sie diskutiert. Kritisch hinterfragt wird beispielsweise, ob Fachjournalismus aufgrund seiner starken Fokussierung seiner gesellschaftlichen Aufgabe der Themensetzung gerecht wird. Ein Argument zur Bestätigung dieser Leistung ist der Hinweis auf die Außenpluralität des Fachjournalismus: Aufgrund seiner Angebotsvielfalt erfüllt er die Forderung nach Universalität und Publizität. Bis heute nicht erfasst sind Daten zu beruflichen Nutzungsmotiven klassischer Massenmedien. Aus der einzigen Langzeitstudie Massenkommunikation sind nur marginale Ergebnisse dazu herauszukristallisieren. Dabei ist angesichts der bildungspolitischen Situation und Diskussion in Deutschland zu unterstellen, dass in einer Wissensgesellschaft auch und gerade Medien bei der Erschließung von Wissensbeständen zur Aus- und Fortbildung eine nicht unbedeutende Rolle spielen (können).

Anhand der 1994 von Bernd Blöbaum vorlegten Strukturmerkmale des Journalismus werden im fünften Kapitel die Organisationen, die Programme (Ordnungs-, Informationssammel-, Prüf-, Darstellungsprogramme) und die Rollen (Berufsbild Fachjournalist, das Fachpublikum) des Fachjournalismus vorgestellt. Im Unterkapitel 5.4 wird schließlich daraus folgend Fachjournalismus im engeren und weiteren Sinne definiert.

Auf dieser Basis werden im Folgenden Unterscheidungen und Abgrenzungen vorgenommen, einerseits zwischen Fachjournalismus und Fachkommunikation beziehungsweise Fach-PR, andererseits zwischen Fach- und Wissenschaftsjournalismus. Grundlegend ist die Feststellung, dass Fachjournalismus als publizistisches Subsystem jeweils ein gesellschaftliches Subsystem beobachtet. Zentral ist dabei die so genannte Mehrsystemrelevanz: Die stärkste strukturelle Kopplung existiert zwischen dem jeweiligen Fachjournalismus (also beispielsweise Wirtschaftsjournalismus) und dem jeweiligen Gesellschaftssystem (in diesem Falle Wirtschaft). Fachjournalismus wird nur die Informationen selektieren und bearbeiten, die für die (fach)öffentliche Diskussion relevant sind. Daten und Fakten, Mitteilungen und Ereignisse aus anderen Systemen werden nur wahrgenommen oder kommen für die fachjournalistische Berichterstattung in Betracht, wenn sie relevant für das gesellschaftliche Subsystem sind (also beispielsweise Gesetzesänderungen mit Blick auf die Finanzmärkte im Wirtschaftsjournalismus).

Neben der Analyse unter der sozialwissenschaftlichen Perspektive findet auch eine linguistische Betrachtung statt: Im Kapitel 7 steht eine Analyse der Fachsprache(n) im Mittelpunkt. Auch hier zeigt sich die Herausforderung, dass allein

der Begriff schillernd und nicht allgemeingültig festgelegt ist. Zudem ist auch hier die Zahl derer, die sich mit dem Thema beschäftigen, überschaubar. Hans-Rüdiger Fluck (1996) zieht, als einer der Wenigen, den Plural Fachsprachen dem Singular Fachsprache vor, da er starke Sprach-Unterschiede zwischen den Fachbereichen sieht. Generell dienen Fachsprachen der Fixierung und Präzisierung von Beobachtungen und Erkenntnissen, nicht zuletzt unter dem Kriterium der Ökonomie. Fachleute wollen sich mit Hilfe der Fachsprachen schnell, kurz, knapp, eindeutig und präzise verständigen.

In der Forschung werden drei Kommunikationsrichtungen (fachintern, interfachlich und fachextern) sowie je nach Kommunikationsdistanz, -absicht und Adressaten verschiedene fachsprachliche Stile unterschieden: theoretisch-wissenschaftlich, didaktisch, populärwissenschaftlich, direktiv, praktisch und ästhetisch. Wesentlich für die Analyse der Fachsprache sind die Lexik (= Wortschatz), die Semantik (= Wortbedeutung), die Syntax (= Satzbau), die Pragmatik (= Beziehung zwischen Zeichen und Anwendern) sowie der Text (= Textaufbau).

Die zentrale Forschungsfrage dieses Kapitels ist, wie die fachjournalistische Kommunikation so stattfinden kann, dass den Fachleuten und deren Erkenntnissen durch die (sprachliche) Reduktion von Komplexität nicht Unrecht getan wird, aber auch der interessierte Laie das Vermittelte verstehen kann? Tabellarisch werden die Funktionen und Formen der Fach-, der Gemeinsprache und der fachjournalistischen Sprache verglichen. Diese linguistisch unterscheidbaren Sprachbereiche lassen sich unter einer zentralen Prämisse, der Verständlichkeit, letztlich wieder zusammenführen. Fachjournalistisches Schreiben, so die zentrale Erkenntnis, vermittelt zwischen Fachsprachen und Gemeinsprache. Unter professionellen Gesichtspunkten folgt fachjournalistisches Formulieren immer den Standards des journalistischen Schreibens: kurz, knapp, klar und nach dem Prinzip der W-Fragen gegliedert.

Wurde in diesen ersten Abschnitten das journalistische Subsystem Fachjournalismus anhand der Kriterien Funktionen, Medien, Programme und Sprachen identifiziert und analysiert, so wird im achten und umfangreichsten Kapitel die Vielfalt der (empirisch feststellbaren) Fachjournalismen anhand von zehn ausgewählten Bereichen auf der Grundlage der System- sowie der Ressorttheorie (siehe Meier 2002) beschrieben. Im Zentrum steht dabei einerseits die Darstellung der Entwicklung des jeweiligen gesellschaftlichen Subsystems, andererseits das Entstehen des jeweiligen (Fach-)Journalismus sowie die strukturelle Kopplung zwischen Bezugs- und Beobachtersystem.

Eine wichtige Ausgangsthese lautet, dass sich gesellschaftliche Subsysteme wie Medizin und Gesundheit, Tourismus/Reisen und Sport, Essen und Esskultur, Mobilität und Auto, Technik und Wirtschaft, Musik, Medien und Mode