

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