



Zur Bedeutung des Fachjournalismus heute

Komplex, krisenhaft, unübersichtlich: Das sind bekanntlich Merkmale unserer Zeit und unserer Gesellschaft, Attribute der Welt-, Medien- und Kommunikationslage. Starke Veränderungen prägen das Bild. „Transformation“ ist ein häufig verwendetes Schlüsselwort. Die Mitmenschen reagieren darauf vor allem auf zweierlei Weise: Die einen flüchten in mediale Unterhaltung und Internet-Aktionismus, die anderen wollen fundiert und verständlich informiert werden, vor allem über Themen, die sie besonders interessieren. Orientierungsprobleme und Erklärungsbedarf haben alle.

Die Medien richten sich danach. Sie bedienen beide Bedarfe. Die Publikums- und Allgemeinmedien befriedigen vor allem den Unterhaltungs- und Infotainment-Bedarf. Ihre Inhalte reichen von „Hochwertigem bis Ramsch“ (ZDF-Intendant Schächter). Die Fach- und Special-Interest-Medien versuchen, ihre Themen sachlich fundiert, aktuell und multimedial verständlich darzustellen. Für das inhaltlich und medial breite Aufgabenfeld des Fachjournalismus werden viele Journalistinnen und Journalisten mit besonderer Kompetenz gebraucht. Sie sind Wirtschafts-, Agrar-, Medizin-, Technik-, Umwelt-, Sport-, Medien-, Justiz- oder andere Fachjournalisten. Der Bedarf an Personal in diesen Expertenszenen wächst.

Aber auch in den Allgemein- und Publikumsmedien gibt es nicht nur den Trend zum kurzatmigen Infotainment, sondern auch den Gegentrend zu fachlich fundierter Analyse und Information. Auch dort werden Journalisten und Journalistinnen mit besonderen Schwerpunkten gebraucht. Sie werden ressortspezifisch oder ressortübergreifend eingesetzt. Es gibt sie nicht nur in den Printmedien, sondern auch im Fernsehjournalismus, vor allem in Spartensendern und -sendungen bis hin zu „Gesundheitsfernsehen“ und „Tier-TV“. Der WDR hat erst vor kurzer Zeit sogar eine „Fachredaktion Doping“ eingerichtet. Das ZDF ist besonders stolz auf seine Fachredaktion „Zeitgeschichte“; sie besteht seit 1984.

Das Spektrum der Fachjournalisten nimmt von den publizistischen Rändern her zu. Eine vom Deutschen Fachjournalistenverband – er hat ca. 8 500 Mitglieder – in Auftrag gegebene Untersuchung unterscheidet 20 Fachjournalismen. Diese mediale Entwicklung wird durch den Prozess der sogenannten „Medialisierung“ unseres kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Lebens gefördert: Erst die attraktive mediale Darstellung schafft offenbar Macht, Markt, Kontakt und Kultur.

Fachjournalismus ist Qualitätsjournalismus. Er sucht eine optimale Darstellungs-Balance zwischen sach-, medien- und publikumsgerecht. Daraus ergibt sich publizistische Substanz. Dafür sind drei Kompetenzen erforderlich: vertieftes und aktuell gehaltenes Sachverständnis, mehrmediale Kompetenz und eingehendes Zielgruppenwissen.

Das Spektrum der Fachjournalisten nimmt von den publizistischen Rändern her zu.

Für ein hinreichend vertieftes und aktuelles Sachverständnis wird nicht nur ein einschlägiges Studium benötigt, sondern auch ein kontinuierlicher Kontakt zu den entsprechenden Branchen bzw. den Fächerzonen und Themenfeldern. Dabei ist zu beachten, dass die Grundlage unserer Wissensgesellschaft heute nicht mehr nur traditionelle Berufsfelder und Einzelfächer sind, sondern Fächerzonen oder Expertenszenen wie z. B. Nanotechnologie, Biochemie oder Netzwerke wie „Gesundheitskommunikation“.

Mehrmediale Kompetenz wird gebraucht, weil die Medien heute bekanntlich immer stärker zusammenwachsen oder miteinander verzahnt sind. Das Zielgruppenwissen muss systematisch sein, es kann nicht nur auf persönlicher Erfahrung oder auf informellen Annahmen beruhen. Fachjournalisten müssen in der Regel in der Lage sein, mehrere Zielgruppen zu bedienen, d. h. ihre Fachkenntnisse zielgruppengerecht vermitteln zu können. Zu beachten ist außerdem, dass Expertengruppen und Wissenschaften nicht nur Kompetenzzentren für bestimmte Sachverhalte sind, sondern in aller Regel auch kommunikativ und medial eine gewisse eigene Kultur entwickelt haben. Sie unterscheidet sich meist stark von den



allgemeinen journalistischen Grundsätzen und Praktiken. Fachjournalisten müssen daher genau genommen über drei kommunikative Grundqualifikationen verfügen: Sie müssen einerseits die Kommunikations- und Darstellungsweisen der sachverständigen Experten kennen; sie müssen andererseits die allgemeinen journalistischen Grundsätze, Arbeitsweisen und Formen beherrschen; und sie müssen drittens zwischen diesen unterschiedlichen Kommunikations- und Medienkulturen vermitteln können.

Für Fachjournalistinnen und Fachjournalisten gibt es typischerweise vier unterschiedliche Arbeitsfelder und Positionen: Sie können in Fachmedien tätig sein, die die Kommunikation zwischen Fachleuten organisieren; sie können in Special-Interest-Medien arbeiten, die besondere Themenfelder speziell Interessierten vermitteln; sie können aber auch in Allgemeinmedien tätig sein, welche die Kommunikation zwischen Fachleuten und allgemeinem Publikum gestalten; sie können außerdem als Kommunikationschefs von Unternehmen und Verbänden den kommunikativen Kontakt zwischen ihren fachlichen Instanzen und den Allgemein- und Publikumsmedien, d. h. den Allroundjournalisten, herstellen.

Diese Funktionen kann der Allround-Journalismus in aller Regel nicht erfüllen, zumal er mit immer dünnerer Personaldecke arbeiten und unter hohem Zeitdruck sehr verschiedene Kontakte pflegen und Themen behandeln muss.

Die Arbeitssituation für Fachjournalisten ist gut und hat sich in den letzten Jahren noch verbessert. Nach einer aktuellen Umfrage des DFJV verstehen sich rund 35 Prozent der freien Journalisten als Fachjournalisten. Auch im Zeitalter des Mitmach-Webs – Stichwort Web 2.0 – schätzen viele Mediennutzer vor allem eines: einen fachlich hochwertigen Qualitätsjournalismus, der sachlich fundiert und darstellerisch reizvoll die wichtigen Bereiche unserer komplexen Welt überzeugend erklärt.

Aber die nachhaltig informationell interessierten Mediennutzer sind mit der Leistung mancher Fachjournalisten offenbar nicht zufrieden. Unzufrieden sind die Mitmenschen gegenwärtig vor allem mit dem Finanz-Fachjournalismus, der anscheinend nicht in der Lage war, die aktuellen

Finanzkrisen in einer Art Frühwarnsystem kommen zu sehen und warnend darauf hinzuweisen. Hier könnte vielleicht das „Netzwerk Recherche für investigativen Journalismus“ oder fachjournalistische Fortbildung helfen, wie sie der Deutsche Fachjournalisten-Verband anbietet.

Mehr fachjournalistische Kompetenz wünschte man sich als interessierter und betroffener Zeitgenosse auch in der Krisen- und Kriegsberichterstattung. Was geht jetzt wirklich in Afghanistan vor?! Aber nicht nur in diesen globalen Dimensionen fehlt es offenbar an fachjournalistischer Kompetenz, sondern auch im Lokaljournalismus: Die Verschuldungspolitik der Städte ist z. B. nicht früh genug journalistisch-kritisch hinreichend bewusst gemacht worden.

Abschließend eine skizzenhafte systematische Zwischenbilanz: Wir müssen heraus aus dem verbreiteten Denkschema:

- „Die Darstellung eines sachverständigen Experten ist fundiert, aber langatmig und langweilig“

Anzeige

Natürlich
HOLZ
Allem gewachsen.

Kontakten Sie uns, wenn Sie zum Bauen und Wohnen mit Holz oder zur Forst- und Holzwirtschaft in Deutschland Fragen haben.

Lars Langhans, Pressesprecher

Tel. 0228 30838-38

Verena Brassel, Pressereferentin

Tel. 0228 30838-34

www.infoholz.de

HOLZABSATZFONDS
ANSTALT DES ÖFFENTLICHEN RECHTS

Godesberger Allee 142-148, 53175 Bonn
Fax 0228 30838-30
presse@holzabsatzfonds.de
www.holzabsatzfonds.de



- „Die Darstellung eines Journalisten ist reizvoll, aber oberflächlich.“

Dringend erforderlich ist eine allgemeine Maxime wie „Jede Darstellung sollte sachgerecht, mediengerecht und zielgruppengerecht sein.“ Diesem Grundsatz fühlen sich Fachjournalisten und Fachjournalistinnen in besonderer Weise verpflichtet. Sie liefern in der Regel das, was der ZDF-Intendant Schächter auf den Mainzer Tagen der Fernsehkritik am 31. März 2008 für das öffentlich-rechtliche Fernsehen forderte: „Zuverlässige, glaubwürdige, fundierte, substantielle und professionell gemachte Information als ... Orientierungsangebot für eine komplexer ... werdende globalisierte Wirklichkeit ...“

Der Autor

Prof. Dr. Siegfried Quandt ist Präsident des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes. Er leitete bis zu seiner Emeritierung den Studiengang Fachjournalistik Geschichte der Justus-Liebig-Universität Gießen. Er gründete diese Professur 1984 und hatte sie bis 2004 inne. Zudem organisierte und leitete er von 1988 bis 1998 für den Verband der Hessischen Zeitungsverleger die überbetriebliche Volontärsausbildung. 1992 gründete Prof. Quandt in Zusammenarbeit mit Prof. Gast an der Universität Gießen das Lernzentrum für Journalismus und Medienpädagogik. Seit 1996 leitet er das TransMIT-Zentrum für Kommunikation, Medien und Marketing in Gießen. Er leitet die Jury des Hessischen Jungjournalistenpreises „Für die lokale Presse“ und moderiert die Fernseh-Sendereihe „Mittelhessen Journal“. Prof. Quandt wurde aufgrund seines Engagements in Wissenschaft, Medien und Wirtschaft vom Bundespräsidenten mit dem Verdienstkreuz Erster Klasse des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet.



Spezialisierung im Journalismus

Wissenschaftler erarbeiten theoretische Neubestimmungen –
Fachjournalismus kaum erforscht

Bremen. „Das Thema Spezialisierung ist in der journalistischen Praxis so alt wie der Journalismus selbst. Die Wissenschaft hat sich mit diesem Thema bislang jedoch weder theoretisch noch empirisch allzu intensiv auseinandergesetzt“, sagt Prof. Dr. Beatrice Dernbach, Studiendekanin und Professorin für Journalistik an der Hochschule Bremen. Die Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) griff dieses Thema jetzt auf. Während der Jahrestagung ihrer Fachgruppe Journalistik und Journalismusforschung in der Hochschule Bremen kamen theoretische (Neu-)Bestimmungen ebenso zur Diskussion wie die Konstruktion von Expertentum und die Varianten der Spezialisierung.

Aus großen Studien sei bekannt, dass von Journalisten neben der Vermittlungskompetenz auch eine Fach- (als journalistische) und eine Sachkompetenz (in einem Ressort / Fachgebiet) erwartet werde. Jedoch könne nicht erklärt werden, wie diese Kompetenzen erworben werden, wie sich die Dreiteilung in journalistischen Angeboten widerspiegelt und wie eine Spezialisierung beispielsweise in Form von Fachjournalismus erklärt werden kann, umschreibt Prof. Dernbach die Intention der Tagung. Zu dieser waren neben Theoretikern auch

Praktiker eingeladen: Hilke Segbers vom dpa-Themendienst, Georg Schnurer von der Computerzeitschrift c't sowie die Fachjournalisten Torsten Schäfer und Silke Liebig-Braunholz versuchten, das umfangreiche Feld der Spezialisierung zu konkretisieren.

„Je monomedialer ein Fachjournalist arbeitet, desto stärker kann er sich spezialisieren“, erklärte Torsten Schäfer. Als freier Journalist und Dozent konzentriert er sich auf die Themen EU, europäische Staatenwelt, Umwelt und Energie. In seinem Vortrag wies er auch auf die Gefahren einer zu großen Spezialisierung hin: „Kein Blick für neue und exklusive Themen und zu große sprachliche Routinen.“ Die rund 80 Wissenschaftler der DGPK wollten allerdings auch eine Antwort auf die Frage nach einem kritischen Journalismus innerhalb der Spezialisierung erhalten. Wie unabhängig können Fachthemen sein, die sich am Anzeigenumfeld orientieren? Hilke Segbers umschrieb die Ethikregeln des dpa-Themendienstes: „Unabhängig zu bleiben ist für Journalisten eine zentrale Aufgabe. Für uns bedeutet dies, teure Geschenke wie Montblanc-Füller oder Ledertaschen namhafter Labels zurückzuweisen.“ Den Verführungen des journalistischen Alltags begegne die Service-Redaktion der