

FORSCHUNGSKORRIDOR 3

Vorhaben Nr.:	4.0.843
<hr/>	
Titel:	Strukturwandel der Medienberufe
Art des Vorhabens:	Qualifikationsentwicklung und -bedarf
Laufzeit:	IV/06 bis III/08
Mitarbeiter/-innen:	Krämer, Heike (0228 / 107-2431); Schraaf, Ursula

Problemdarstellung:

1. Hintergrund und Zielsetzung

Längst ist die Produktion von Medienangeboten keine exklusive Domäne von Journalisten mehr: Im Zuge konvergierender Produktionsbedingungen werden medienspezifische Tätigkeiten zunehmend auch von Vertretern nicht-journalistischer Berufe ausgeübt, die außerhalb der Medienbranche (z.B. im IT-Sektor oder in großen Industrieunternehmen) beschäftigt sind und nicht immer entsprechende Qualifikationen nachweisen können. Diese erweiterte Perspektive fordert eine Ausdehnung des Untersuchungsgegenstandes, die einen Blick über die Grenzen der Medienwirtschaft erlaubt.

Die geplante Studie wird den Wandel der Medienberufe in arbeitsorganisatorischer und qualifikatorischer Hinsicht untersuchen. Im Mittelpunkt stehen „Content-Produzenten“, darunter sind jene Job-Profile und Tätigkeiten zu verstehen, die unmittelbar mit der Erstellung von Medieninhalten befasst sind. Inhaltlich will sich die geplante Untersuchung somit auf solche Tätigkeiten konzentrieren, deren primäres Charakteristikum die Produktion von „Content“ ist – gleich, ob dieser „Content“ in redaktionellen Inhalten, Werbung, Unterhaltung oder der Herstellung von Kommunikation (etwa mit Chats, Foren oder Blogs) besteht.

Die Studie unterscheidet bewusst nicht zwischen tradierten Berufsbildern wie Journalisten und Werbetextern oder neu entstandenen Jobprofilen wie technischen Redakteuren und Online-Journalisten, sondern argumentiert entlang der ausgeübten Tätigkeiten und damit gemäß einer beruflichen Realität, die von Medienschaffenden weniger bestimmte Bildungswege, als vielmehr Erfahrungen und erfolgreich ausgeübte Tätigkeiten verlangt. Immer häufiger werden auch crossmediales Wissen, technisches Know-how und betriebswirtschaftliche Kenntnisse nachgefragt. Gleichzeitig müssen Vertreter bestimmter medienfremder Berufe vermehrt journalistische Fertigkeiten besitzen. Die hier skizzierte Studie fragt, welches Wissen und welche Fähigkeiten Medienschaffende erwerben müssen, um in dieser Berufsrealität arbeiten und sie positiv lenken zu können. Gleichzeitig will sie Entgrenzungs- und Deprofessionalisierungstendenzen in traditionell-journalistischen Berufen identifizieren und Maßnahmen aufzeigen, die eine wirksame Gegensteuerung erlauben.

Die Studie orientiert sich dabei an folgenden Forschungsfragen:

- Welche Tätigkeiten der Hersteller werden am Arbeitsmarkt nachgefragt, und wie lässt sich die Nachfrage quantifizieren?
- Welches Rollenselbstbild haben die Hersteller von Medieninhalten in medienspezifischen und medienfremden Unternehmen angesichts der in der neueren Forschungsliteratur festgestellten Tendenz zu fortschreitender Deprofessionalisierung und Entgrenzung der Berufe? Wie werden die Hersteller von Medieninhalten von außen beurteilt (Fremdbild)?

- Welche Produzenten von Medieninhalten beherrschen die am Arbeitsmarkt nachgefragten Tätigkeiten bereits heute; wer kann sie erlernen und wie können Bildungslücken geschlossen werden?
- Welche neuen Berufsbilder ergeben sich aufgrund der am Markt nachgefragten Tätigkeiten?
- Welcher Art sind die Arbeitsbedingungen in diesen Berufen?
- Gibt es medienübergreifende (horizontale) Berufschancen?
- Gibt es einen „Gesamtmedien-Arbeitsmarkt“ für die Hersteller von Medieninhalten („Content“-Spezialisten“)?

2. Geregelter Aus- und Fortbildung für „Content-Berufe“

Von zentraler Bedeutung für die geplante Studie ist die Frage, welchen Beitrag schon heute die geregelte Ausbildung in Medienberufen bzw. die geregelte Fortbildung leisten und welche Defizite hier evtl. auszumachen sind. Es kann davon ausgegangen werden, dass die zu untersuchenden „Content-Berufe“ dem Muster des Journalistenberufs folgend für Quereinsteiger aus den unterschiedlichsten Bildungsgängen offen stehen. Welchen Anteil dabei Absolventen einer dualen Erstausbildung (in einem Medienberuf) haben, kann derzeit ebenso wenig beantwortet werden wie die Frage, welche Fortbildungsbedarfe sich für solche Quereinsteiger in bisher nicht geregelten Berufen ergeben.

3. Untersuchungsmethode

Um die beschriebenen Forschungsziele zu erreichen, wird ein dreistufiges Untersuchungsdesign vorgeschlagen, das in einem ersten Schritt vorhandene Quellen auswertet sowie Interviews mit Fachexperten und Fallstudien vorsieht. Auf dieser Grundlage ist eine Liste von Tätigkeiten zu entwickeln, die Content-Produzenten ausüben. Diese Liste beschreibt und systematisiert alle auf die Beschaffung, Bearbeitung und Verbreitung von Inhalten bezogenen Tätigkeiten und Arbeitsinhalte von Content-Produzenten in der gesamten Breite der Medienbranchen ebenso wie in Anwenderunternehmen. Der zeitliche Anteil einschlägiger Tätigkeiten wird dabei ebenso erfasst wie die eingesetzten Arbeitsmittel und das Spektrum der Arbeitsergebnisse bzw. Medienprodukte. Ebenfalls erfasst wird hierbei das Niveau der Qualifikationen und Kompetenzen, die zur Ausübung erforderlich sind.

Mit diesem Instrument können die gegenwärtige Situation in diesem Tätigkeitsfeld beschrieben und zukünftige Trends skizziert werden. Zugleich liefert dieser erste Untersuchungsschritt, der neben „typischen“ Jobprofilen von Content-Produzenten etwa auch die Beschreibung „typischer“ Zugangswege erbringen wird, erste Einschätzungen zur Bedeutung der geregelten Aus- und Fortbildung für die Professionalisierung von „Content-Berufen“.

In einem zweiten Schritt soll eine Telefonbefragung von Personalverantwortlichen, Arbeitnehmersvertretern und Entscheidern unterschiedlicher Branchen durchgeführt werden, um Status quo und Entwicklungstrends der ausgewählten Tätigkeiten zu ermitteln. Das Ergebnis ist eine aktuelle Beschreibung des Arbeitsmarktes für Content-Produzenten – sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht. Diese Systematisierung des Arbeitsmarktes und seiner Entwicklungsdynamik zeigt konkret auf, welche Auswirkungen die beschriebenen Prozesse auf bestehende Berufsbilder in der Medien- und Kulturwirtschaft haben und welche Fortbildungsregelungen gegebenenfalls zu entwickeln sind.

Ein dritter Untersuchungsschritt sieht schließlich eine Validierung der Ergebnisse durch einen Expertenworkshop vor.

4. Kooperationen/Fachbeirat

Die Studie soll nach Absprache mit dem BMBF in Zusammenarbeit mit dem Institut für Medien und Kompetenzforschung (MMB), Essen, als Drittmittelnehmer durchgeführt werden.

Zur Begleitung der Studie wird ein Fachbeirat bestehend aus 6-8 Personen eingerichtet. Dieser soll aus neben renommierten Wissenschaftlern aus dem Bereich der Medien auch mit Fachleuten der wesentlichen Medienbereiche besetzt werden.