Kultivierungseffekte des Fernsehens auf die Berufsvorstellungen von Jugendlichen

Volker Gehrau*

Haben Medien, insbesondere das Fernsehen, Einfluss auf die Berufsorientierung Jugendlicher? Diese Frage steht im Zentrum des Beitrags. Zunächst werden Ansätze der Berufsorientierung vorgestellt und diskutiert, an welchen Stellen des Berufsorientierungsprozesses Massenmedien Einfluss nehmen könnten. Kultivierungseffekte sind einer der möglichen Einflussfaktoren, die dabei an verschiedenen Stellen eine Rolle spielen könnten. In der Tradition klassischer Kultivierungsstudien werden Inhaltsdaten mit Befragungsdaten Jugendlicher kombiniert: Publizierte Inhaltsanalyse des Fernsehprogramms sowie die vorgestellten Ergebnisse einer Serienanalyse ergaben eine selektive Darstellung weniger Berufe sowie eine positive Darstellung des Berufslebens. Kultivierungseffekte erster Ordnung erwarten Auswirkungen auf Verteilungsschätzungen von Berufen. Die Daten bestätigen systematische aber kleine Kultivierungseffekte des angebotsspezifischen Fernsehkonsums. In der Literatur wurden auch Kultivierungseffekte zweiter Ordnung auf Urteile und Einstellungen im Gegenstandsbereich Berufe modelliert. Die vorgestellten Ergebnisse bestätigen solche Effekte auf niedrigem Niveau für den allgemeinen Fernsehkonsum sowie den Konsum von Angeboten im Bereich Mode und Styling. Insgesamt sind die Effekte aber so gering, dass kaum Auswirkungen auf den Berufsorientierungsprozess Jugendlicher durch Kultivierungseffekte zu erwarten sind.

Schlagwörter: Kultivierung, Berufsorientierung, Berufswelt, Fernsehen, Medienwirkung

1. Einleitung

Die Frage, für welchen Berufsweg sich eine Person entscheidet, ist eine der wichtigsten und folgenreichsten Entscheidungen im Leben. Sie hat ebenso Einfluss darauf, wie glücklich und zufrieden man ist, wie darauf, wie andere einen einschätzen. Insofern ist die Entscheidung mit großen Risiken verbunden, zumal grundlegende Entscheidungen bereits im Schulalter getroffen werden müssen, einem Alter, in dem in der Regel nur unvollständiges Wissen über Berufe und das Arbeitsleben vorliegen. Wenn aber diesbezüglich falsche Entscheidungen getroffen werden, sind die negativen individuellen Konsequenzen meist sehr groß. Um diese zu verhindern, befassen sich sowohl die Wissenschaft als auch die Berufsberatungspraxis seit vielen Jahrzehnten mit der Frage, wie der Berufsorientierungsprozess optimiert und dabei auftretende Risiken minimiert werden können. Im Zentrum dieser Überlegungen stehen einerseits Bildungsangebote, insbesondere in Schulen, sowie Beratungs- und Trainingsangebote, aber auch der Einfluss der Familie sowie der Bezugsgruppe. Obgleich Massenmedien im Alltag von Schulkindern eine erhebliche Bedeutung zukommt, werden mögliche Medieneffekte in der Forschung und in der Unterstützungspraxis der Berufsorientierung bislang allenfalls randständig in den Blick genommen.

* Für Hilfe bei der Durchführung der vorliegenden Studie sowie bei der Erstellung des Textes danke ich Tim Brüggemann, Jutta Handrup, Manuel Hartkopf, Christiane Jasper, Sylvia Rahn, Hanna Jo vom Hofe sowie den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Forschungsseminars Medien und Berufsvorstellungen an der Universität Münster und den anonymen Gutachtern.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Probleme ergeben sich aber auch auf Seiten der Arbeitgeber: Insbesondere Handwerks- und Produktionsberufe klagen darüber, nicht genügend qualifizierten Nachwuchs rekrutieren zu können. Zudem sind in vielen technisch-handwerklichen Berufsfeldern Ausbildungs- und Studienabbrüche an der Tagesordnung, und das, obwohl die entsprechenden Arbeitsplätze relativ sicher und lukrativ sind. In vielen Kreativ- und Medienberufen ist es genau umgekehrt. Die Arbeitsverhältnisse in diesem Bereich sind oft prekär, und trotzdem gibt es für die wenigen Angebote weit mehr Bewerbungen als Stellen. Ökonomisch betrachtet ist dieses Ungleichgewicht problematisch, weil Arbeitsplätze trotz vorhandener Arbeitssuchender nicht besetzt werden, wodurch insgesamt die Produktivität der Volkswirtschaft ebenso wie das Entwicklungspotenzial einzelner Betriebe leiden. Deswegen wird von dieser Seite versucht, dem nicht nur mit attraktiven Gehältern und Arbeitsbedingungen entgegenzuwirken, sondern auch mit gezielter Information. Dabei wird auch auf Massemedien und ihre Wirkung gesetzt, z. B. wenn das Handwerk eine Imagekampagne durchführt oder versucht wird, die Arbeit von insbesondere Wissenschaftlerinnen und Ingenieurinnen in fiktionalen Fernsehangeboten zu präsentieren.

Der vorliegende Beitrag soll etwas Licht in das komplexe Verhältnis zwischen Medieneffekten und individueller Berufsorientierung am Beispiel Fernsehen bringen und analysiert dazu Kultivierungseffekte erster Ordnung auf die Schätzung, wie verbreitet einzelne Berufe sind, sowie Kultivierungseffekte zweiter Ordnung auf die Einstellung zu einzelnen Berufen sowie die individuellen Anforderungen an Berufe. Aus beiden soll abgeschätzt werden, welchen Einfluss Kultivierungseffekte des Fernsehens im Prozess der Berufsorientierung Jugendlicher haben könnten.

2. Berufsorientierung

Butz (2008, 50) definiert Berufsorientierung als: „[…] lebenslangen Prozess der Annäherung und Abstimmung zwischen Interessen, Wünschen, Wissen und Können des Individuums auf der einen Seite und Möglichkeiten, Bedarf und Anforderungen der Arbeits- und Berufswelt auf der anderen Seite“, wobei ein Schwerpunkt auf dem Übergang zwischen Schule und Beruf liegt (Brüggemann & Rahn, 2013a). Zwei Fragen stehen im Zentrum der Forschung zur Berufsorientierung Jugendlicher (im Überblick: Brüggemann & Rahn, 2013b): 1) Welche Kompetenzen braucht ein Jugendlicher, um sich für einen Berufsweg angemessen entscheiden zu können? Diese Frage wird in der Regel unter dem Stichwort Berufswahlreife bzw. Berufswahlkompetenz diskutiert (im Überblick: Hartkopf, 2013). 2) Welche Faktoren haben Einfluss auf die Berufswahl? Dazu liegen unterschiedliche Ansätze und Theorien der Berufswahl vor (im Überblick: Hirschi, 2013), die im Folgenden vorgestellt werden.

2.1 Berufswahlforschung

In Anlehnung an die Gliederung und Terminologie von Hirschi (2013) lassen sich die Ansätze zur Berufswahl folgendermaßen unterscheiden: Viele Berufswahltheorien sehen eine optimale Passung zwischen ausgeübtem Beruf und ausübender Person als Ziel einer gelungenen Berufswahl an. Als Prototyp gilt die Theorie von Holland (1997). In dieser werden einerseits Berufe und andererseits Personen in sechs Felder eingeteilt: 1. *realistic* (handwerklich/technisch), 2. *investigative* (forschend/untersuchend), 3. *artistic* (künstlerisch/kreativ), 4. *social* (erziehend/pflegend), 5. *enterprising* (führend/verkaufend) und 6. *conventional* (ordnend/verwaltend). Jugendlichen muss nach diesem Ansatz dabei geholfen werden, sich selbst einem der Felder zuzuordnen und einen ent-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

sprechenden Ausbildungsweg einzuschlagen. Die Entwicklungstheorie von Super (1990) sieht in Anlehnung an die Entwicklungspsychologie bestimmte Entwicklungsaufgaben, die Jugendliche in Bezug auf die Berufsentscheidung zu bewältigen haben. Ziel ist es, im richtigen Alter die nötigen Kompetenzen auszubilden und das nötige Wissen zu erwerben. Derzeit am einflussreichsten ist die sozial-kognitive Theorie von Lent, Brown und Hackett (1994), die auf die sozial-kognitive Lerntheorie von Bandura (2001) zurückgeht. Sie geht von geschlechtsspezifischen Selbstbildern Jugendlicher aus und sieht die Berufswahl als einen Prozess, der durch Selbstwirksamkeit und Ergebniserwartung gesteuert wird. Demnach werden Berufswahlprozesse positiv unterstützt durch ein angemessenes Selbstbild sowie angemessene Ergebniserwartungen plus positive Erfahrungen in Bezug auf die Selbstwirksamkeit. Neuere Ansätze verlassen die Vorstellung von plan- oder steuerbaren Berufswahlverläufen und legen das Augenmerk auf chaotische bzw. kaleidoskopartige Berufsverläufe.

Eine gute Integration unterschiedlicher Aspekte findet sich bereits in der *developmental theory of occupational aspirations* von Gottfredson (1981). Das Grundmodell von Gottfredson (1981: 547; 2002) besteht aus sechs Komponenten, die den Prozess zum Berufswunsch charakterisieren (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1: Modell der Berufsorientierung nach Gottfredson

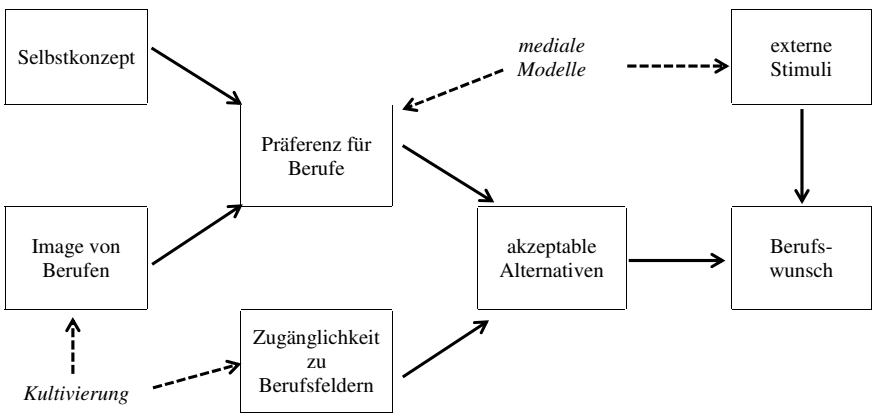


Abbildung in Anlehnung an Gottfredson 1981: 547, Figure 1.

Er beginnt mit dem *Selbstkonzept*, das von individuellen Aspekten wie Gender, sozialer Status, Intelligenz, Interessen und Werten bestimmt wird. In Kombination mit dem *Image von Berufen* in Bezug auf Geschlechtszuordnung, Prestige und Berufsfeld nach Holland (siehe oben) entsteht auf der zweiten Ebene eine *Präferenz für Berufe,* durch die mehr oder weniger gute Passung zwischen Selbstbild und den Vorstellungen zu einzelnen Berufen. Diese Präferenzen werden mit der *Zugänglichkeit* zu Berufsfeldern abgeglichen. Daraus entsteht in einem dritten Schritt ein Set von *akzeptablen Berufsalternativen*. Aus diesen entsteht abschließend durch nicht näher definierte *externe Stimuli* ein *Berufswunsch*. Zu diesen Einflüssen schreibt die Autorin nur: „Stimulus to name one occupational title as goal" (Gottfredson, 1981: 547). Weder in dem Ansatz von Gottfredson noch in den davor dargestellten werden Medieneinflüsse eingehend diskutiert bzw. in den Modellen als eigenständige Komponente berücksichtigt. Das überrascht in-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

sofern, als der Literaturüberblick von Watson und McMahon (2005) zu Lerneffekten in Berufsorientierungsprozessen Massenmedien – vor allem das Fernsehen – als wichtige Informations- und Sozialisationsquelle bezeichnet und mit Studien belegt, die zum Teil bereits in den 1970er Jahren durchgeführt und publiziert wurden.

2.2 Medien im Berufsorientierungsprozess

In der wenigen Literatur zu Medien im Berufsorientierungsprozess finden sich zwei Ansätze, über die Medieneffekte in diesem Bereich argumentiert werden. Die meisten Beiträge – und zwar insbesondere diejenigen aus den Bereichen Pädagogik oder Psychologie – argumentieren auf der Basis der *sozial-kognitiven Lerntheorie* von Bandura (2001) über positive Rollenmodelle aus den Massenmedien, an denen sich die Jugendlichen orientieren und die sie sich zum Vorbild nehmen. Kombiniert wird die Argumentation von einigen Autoren mit der Idee der *wishful identification* von Hoffner (1996). Übertragen auf das Modell von Gottfredson (1981) sind Einflüsse insbesondere bei den Präferenzen oder als Auslöseereignis zu erwarten, und zwar auf Berufswünsche bzw. berufseinleitende Handlungen. In der psychologisch-pädagogischen Literatur seltener, in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur hingegen nahezu durchgehend wird auf den Kultivierungsansatz von Gerbner und Gross (1976) verwiesen. Über Kultivierung sind mediale Einflüsse auf das Image von Berufen sowie deren Zugänglichkeit aus dem Modell von Gottfredson (1981) und damit auf Vorstellungen von Berufen plausibel. Die weitere Argumentation beschränkt sich auf Kultivierungseffekte, also auf Medieneffekte auf Berufsvorstellungen und nicht auf Berufswünsche.

3. Kultivierungsforschung zu Berufen

Da ausführliche Darstellungen der Kultivierungsforschung vorliegen (z. B. Schenk, 2007; Rossmann, 2013), werden an dieser Stelle nur wichtige Eckpunkte skizziert: Die Kultivierungshypothese unterstellt, dass das Fernsehen zu einer zentralen Sozialisationsinstanz geworden ist und die Vorstellungen der Welt prägt. Dabei werden in der Regel zwei Arten von Einschätzungen unterschieden (z. B. Hawkins & Pingree, 1990; Potter, 1991): Annahmen über die Verbreitung bestimmter Phänomene (Häufigkeitseinschätzungen) und Einstellungen, Meinungen und Urteile in Bezug auf diese Phänomene. Medieneffekte auf Häufigkeitseinschätzungen werden als Kultivierungseffekte erster Ordnung bezeichnet und Effekte auf Einstellungen als Kultivierungseffekte zweiter Ordnung. Später wurden auch Kultivierungseffekte dritter Ordnung auf Handlungsmotive und Handlungen konzipiert (z. B. Nabi & Sullivan, 2001). Die entsprechenden Medieneffekte sind aber keine reinen Kultivierungseffekte, da sie immer in Kombinationen mit handlungstheoretischen Zusatzannahmen arbeiten, die meist der *theory of reasoned action* entsprechen (Rossmann, 2011). Deshalb sind sie nicht Gegenstand der weiteren Analyse, zumal sie eher auf Berufswünsche bzw. berufsvorbereitende Handlungen abzielen.

Um Kultivierungseffekte zu identifizieren, werden üblicherweise Inhaltsanalysen des Fernsehangebots und Bevölkerungsbefragungen kombiniert. Als Ausgangspunkte werden Merkmale der Fernsehwelt genommen, die deutlich von entsprechenden Merkmalen in der „Realität" abweichen. In der Befragung wird dann zum einen der Medienkonsum erhoben und zum anderen Verteilungsschätzungen bzw. Einstellungen zu den entsprechenden Merkmalen abgefragt. Als Bestätigung der Kultivierungshypothese gilt, wenn sich ein Fernsehwelt konformer Unterschied zwischen Viel- und Wenignutzern ergibt oder die Fernsehweltkonformität mit steigender Mediennutzung positiv korreliert.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Auch wenn bislang keine umfassende Kultivierungsstudie zu Berufen vorliegt, finden sich in unterschiedlichen Publikationen Angaben zur Darstellung von Berufen im Fernsehen sowie Effekten auf die Fernsehnutzer.

3.1 Berufsdarstellungen im Fernsehen

Die ersten umfassenden Daten zum Vorkommen von Berufsausübenden im Fernsehprogramm stammen von Signorielli (1993). In den Jahren zwischen 1973 und 1985 wurde jeweils eine Woche des fiktionalen amerikanischen Fernsehprogramms in der Primetime der großen Sender untersucht. Erfasst wurden die Berufe der Haupt- und Nebenfiguren von insgesamt fast 15.000 gezeigten Charakteren und mit Zensusdaten der Jahre 1980 und 1985 verglichen. Im Vergleich waren im Fernsehprogramm vor allem Polizisten/innen, Richter/innen, Entertainer/innen und Mediziner/innen mehr als fünffach überrepräsentiert, bei den Frauen zudem noch Anwältinnen. Stark unterrepräsentiert waren demgegenüber die Bereiche Handel, Handwerk/Produktion, Verwaltung und Erziehung.

Die erste große entsprechende Studie zum deutschen Fernsehen stammt von Krüger (2005). Sie basiert auf zwei natürlichen Wochen Fernsehangebot von 1999 und 2001 der großen deutschen Fernsehsender (ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und Pro7). Erfasst wurden insgesamt gut 40.000 Sendeminuten, in denen knapp 6.700 Berufseinheiten kodiert wurden. Zwar kamen relativ viele unterschiedliche Berufe vor, gemessen an der Häufigkeit des Auftretens war aber ein starker Fokus auf folgende Bereiche festzustellen: Ordnung/Sicherheit, TV-spezifische Berufe, Medien/Kunst, Gesundheit sowie Management. Auffällig waren noch Politiker/innen, deren Vorkommen ebenso wie das Management eher auf die nicht-fiktionalen Angebote zurückzuführen war. TV-spezifische Berufe und Medien/Kunst waren hauptsächlich in Boulevardmagazinen zu finden, in Serien hingegen vor allem Ordnung/Sicherheit sowie Gesundheit.

Die neuesten Zahlen über das deutsche Fernsehprogramm stammen aus dem MINTiFF-Projekt (www.mintiff.de) und wurden von Esch (2011) publiziert. Analysiert wurden gut 50.000 Sendeminuten fiktionaler Angebote aus zwei Wochen im Jahr 2009 von den Sendern ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und Pro7. Gegenstand der Auswertung war die Tätigkeit von gut 1.000 Haupt- und knapp 1.500 Nebenfiguren. Sowohl bei den Männern und Frauen als auch bei Haupt- und Nebenfiguren dominierten vier Bereiche: Polizei/Recht/Sicherheit, Handel/Banken, Medizin/Gesundheit sowie Medien.

Zudem wird vielfach vermutet, die im Fernsehen dargestellte Berufswelt sei einerseits mit Prestige, Erfolg und hohem Einkommen, andererseits aber mit geringem Aufwand und abwechslungsreichen Aufgaben verbunden (Jones, 2003). Systematische empirische Befunde dazu sind aber eher rar. Frühe Inhaltsanalysen zum *Ärztebild* im amerikanischen Fernsehen (McLaughlin, 1975) zeichneten ein positives Bild: Ärzte waren jung, erfolgreich, eher männlich und verdienten gut. Das Bild änderte sich in den 1990er Jahren: In der Erhebung von Pfau und Kollegen (Pfau, Mullen & Garrow, 1995) Anfang der 1990er Jahre wurden Ärzte und Ärztinnen zwar persönlich als eher positiv dargestellt, ihr professionelles Handeln aber als eher problematisch. Ende der 1990er Jahre zeigte die Erhebung von Chory-Assad und Tamborini (2001), dass die Darstellung insgesamt noch negativer geworden war; nur in Soap Operas wurden Ärzte und Ärztinnen vergleichsweise häufig als sexy, stylish und attraktiv dargestellt. Rossmann (2003) gewann in ihrer Inhaltsanalyse von Arztserien im deutschen Fernsehprogramm einen deutlich positiveren Eindruck: Die Fernsehärzte und -ärztinnen waren nahezu durchweg kompetent, einfühlsam, attraktiv, freundlich und nur selten intrigant oder nicht verfügbar. Ansatzweise liegen entsprechende Daten auch für den Justizbereich vor. In der Un-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

tersuchung von Pfau und Kollegen (Pfau, Mullen, Deidrich & Garrow, 1995) Anfang der 1990er Jahre wurden Anwälte und Anwältinnen im Fernsehen insbesondere als attraktiv und durchsetzungsfähig dargestellt. Insgesamt scheint die Berufswelt im Fernsehen, von einzelnen Schattenseiten abgesehen, eher jung, dynamisch und erfolgreich zu sein.

3.2 Kultivierungseffekte auf die Vorstellungen von Berufen

Die Schätzung der Verbreitung bestimmter Berufe war bereits Gegenstand der ersten Kultivierungsstudien. In einem frühen Aufsatz berichteten Gerbner und Gross (1976) über die Frage, wie groß der Anteil derjenigen war, die im Bereich Kriminalität und Justiz beschäftigt waren. Zur Auswahl standen die Möglichkeiten ein versus zehn Prozent, von denen die erste Möglichkeit grob den realen Verhältnissen und die zweite den Verhältnissen im Fernsehen entsprach. Gemäß der Logik des Kultivierungsdifferenzials wurden Vielseher mit Wenigsehern verglichen. Dabei bestätigte sich die Hypothese: Bei den Wenigsehern gaben 50 Prozent die Fernsehantwort, wohingegen es unter den Vielsehern 59 Prozent waren. Mit einer Auswahl zwischen zwei vorgegebenen Prozentwerten arbeiteten auch die Studien von Bonfadelli (1983) aus der Schweiz in Bezug auf Polizisten (er fand geringe Kultivierungseffekte des Fernsehkonsums und etwas größere bei der Kriminutzung), von Bilandzic (2002) aus Deutschland in Bezug auf das Berufsfeld Verbrechen (keine Kultivierungseffekte der Fernsehnutzung) und von Hetsroni (2008) aus Israel in Bezug auf Anwälte/Anwältinnen, Polizisten/Polizistinnen und Verkäufer/innen (geringe Kultivierungseffekte durch die Nutzung amerikanischer Fernsehangebote, keine Effekte der Nutzung israelischer Angebote sowie der Fernsehnutzung insgesamt).

Ein anderes Vorgehen wurde in der Kultivierungsstudie von Hawkins, Pingree und Adler (1987) gewählt. Die Untersuchten sollten offen angeben, wie viel Prozent der Berufstätigen im Bereich Justiz arbeiten. Nach Kontrolle von Alter und Bildung korrelierte diese Einschätzung mit 0,16 mit dem Fernsehkonsum. Nach derselben Logik gingen Studien zu den Kultivierungseffekten von Serien vor. Buerkel-Rothfuss und Mayes (1981) fanden verhältnismäßig große Kultivierungseffekte des Serienkonsums (Korrelationen um 0,3) mit Ärzten/Ärztinnen, Anwälten/Anwältinnen, Unternehmer/innen und keine Effekte für Arbeiter/innen. Carveth und Alexander (1985) identifizierten geringe Effekte für Ärzte/Ärztinnen und Anwälte/Anwältinnen (Partialkorrelationen um 0,15). In der Studie von Perse (1986) überschätzten die Seriennutzer die Verbreitung von Ärzten/Ärztinnen und Anwälten/Anwältinnen fast doppelt so stark wie die Nichtnutzer.

Als Kultivierungseffekte zweiter Ordnung werden hier alle Effekte von Fernsehdarstellungen angesehen, die über die bloße Verbreitungsschätzung hinausgehend Stereotypen, Meinungen oder Urteile über Berufe, Berufsausübende oder Berufshandlungen betreffen. Z. B. ergab die Studie von Thym (2003) zu Gerichtsshows in Deutschland Kultivierungseffekte zum erwarteten Ablauf von Gerichtsverhandlungen. Pfau und Kollegen (Pfau, Mullen, Deidrich & Garrow, 1995) fanden in ihrer Studie zu Anwälten/Anwältinnen, dass diese durchsetzungsfähiger, attraktiver und charakterstärker eingeschätzt wurden, je mehr justizbezogene Fernsehangebote die Befragten nutzen. Ähnliche Ergebnisse fanden Pfau, Mullen & Garrow (1995) bei Ärztinnen und Ärzten, die bei hohem Fernsehkonsum gesundheitsbezogener Angebote vor allem attraktiver und durchsetzungsfähiger, aber auch charakterschwächer eingeschätzt wurden. In der Studie von Chory-Assad und Tamborini (2003) einige Jahre später senkte der Konsum gesundheitsbezogener Fernsehangebote die Einschätzung ab, Ärzte und Ärztinnen handelten ethisch korrekt und seien hilfsbereit. In der Studie von Rossmann (2003) zeigten

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

sich bei deutschen Nutzern von Arztserien leichte positive Kultivierungseffekte in Bezug auf Aufrichtigkeit und die Einhaltung der Schweigepflicht sowie ein signifikanter, aber sehr geringer Effekt bei Einfühlsamkeit. Allerdings erklärten Rossmannns Regressionsmodelle nur fünf bis acht Prozent der Varianz, und die Effektgrößen (Beta-Werte) lagen nur zwischen 0,04 und 0,07. Ferner konnte Quick (2009) zeigen, dass mit der Nutzung von *Grey's Anatomy*, wenn die Sendung als glaubwürdig eingeschätzt wurde, die Ärzte und Ärztinnen als kompetenter eingeschätzt wurden und in Folge dessen das Vertrauen ins Gesundheitssystem anstieg.

Andere Studien gingen berufsübergreifend vor. Die Befragung von Signorielli (1993) Anfang der 1990er Jahre bestätigte einen Kultivierungseffekt mit einem Beta-Wert von 0,12 des generellen Fernsehkonsums auf die Wichtigkeitseinschätzung des individuellen Berufsstatus und einen leichten Effekt von 0,06 auf die Wichtigkeit, ein einfaches Berufsleben zu haben, wobei die Regressionsmodelle mit soziodemographischen Variablen nur sechs Prozent Varianz beim Berufsstatus bzw. drei Prozent beim einfachen Berufsleben erklärten. Hoffner und Kollegen (2008) verwendeten 20 Jahre später einen ähnlichen Index für ein einfaches Berufsleben. Die berechneten Regressionsmodelle waren mit 13 bis 20 Prozent erklärter Varianz deutlich besser, enthielten aber auch deutlich mehr Prädiktoren. Der Umfang der Fernsehnutzung war in keinem Modell ein aussagekräftiger Prädiktor, wohingegen die Abhängigkeit vom Fernsehen der untersuchten Jugendlichen für Informationen über das Berufsleben mit Beta-Werten knapp über 0,2 ebenso einen verstärkenden Einfluss hatte wie die Einschätzung, die Lieblingsfigur im Fernsehen habe ein einfaches Arbeitsleben, auf den eigenen Wunsch nach einem einfachen Arbeitsleben. Allerdings lagen in beiden Studien keine Angaben darüber vor, wie anstrengend und prestigeträchtig das Arbeitsleben im Fernsehen dargestellt wurde.

4. Anlage der Studie

Ziel der vorliegenden Studie ist es, (a) eine enge Verknüpfung zwischen Fernsehrealität und Befragungsdaten zu schaffen, (b) Kultivierungseffekte erster Ordnung (auf die Schätzung der Verbreitung von Berufen als Indikator für deren Zugänglichkeit) mit Kultivierungseffekten zweiter Ordnung (auf das Image und die Einstellung zu Berufen) zu kombinieren und (c) das über ein breites Spektrum unterschiedlicher Berufe zu untersuchen. Zielpersonen der Studie sind Jugendliche, die sich in der Berufsorientierungsphase befinden. Dabei lautet die Generalhypothese:

> *Diejenigen Jugendlichen, die häufig Fernsehangebote nutzen, schätzen das Vorkommen von Berufen und die Art des Berufslebens eher so ein, wie es der Fernsehwelt entspricht, und bilden dazu konsistente Meinungen zum Berufsleben.*

4.1 Inhaltsanalyse von Fernsehserien

Kultivierungseffekte des Fernsehens sind dann am wahrscheinlichsten, wenn Menschen vielfach mit ähnlichen Medienrealitäten konfrontiert werden. Das ist bei Serien der Fall, in denen nahezu identische Personenkonstellationen in ähnlichen Settings agieren. Wenn Personen in Serien Berufe ausüben oder das Setting der Serie selbst einen Berufsbezug aufweist und die Serien zudem viel von Jugendlichen gesehen werden, dann sind Kultivierungseffekte auf Berufsvorstellungen Jugendlicher besonders wahrscheinlich. Deshalb fokussierte die im Rahmen eines Lehrforschungsprojektes an der Universität Müns-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ter durchgeführte Inhaltsanalyse[1] Berufsdarstellungen in Serien, und zwar auf drei Ebenen:

1. Die erste Analyseebene sollte einen Gesamteindruck vermitteln und griff auf alle Serien zurück, die in einer natürlichen Woche im Jahr 2009 auf den großen Sendern (ARD, Kabel1, Pro7, RTL, RTLII, Sat.1, Vox und ZDF) ausgestrahlt wurden. In einer Fernsehprogrammzeitschrift wurden 90 relevante Serien identifiziert, deren Länge und Ausstrahlungsfrequenz erhoben wurde. Zudem wurde anhand von Datenbanken und Internetauftritten rekonstruiert, ob der zentrale Handlungskontext der Serie einen Berufsbezug hatte. 35 Serien waren dem Bereich Polizei/Justiz zuzuordnen, zwölf Serien dem Bereich Gesundheit sowie 59 dem sonstigen Alltagsleben. Diese 59 Serien betrachten wir als nicht berufsspezifisch. Trotzdem konnte auch bei 43 dieser Serien anhand der Datenbanken bzw. Internetauftritte rekonstruiert werden, dass bestimmte Berufe einen wichtigen Beitrag zur Handlung oder dem Handlungskontext der Serie leisteten. Die entsprechenden Berufe gingen auch in die Analyse ein. Die Sendungsangaben wurden mit der Folgenlänge und Ausstrahlungsfrequenz multipliziert, um eine Referenz zur Fernsehnutzungszeit zu ermöglichen. Insgesamt lagen Angaben aus 10.640 Serienminuten aus Serien mit direktem oder indirektem Berufsbezug vor.
2. Um Genaueres über das dargestellte Berufsleben zu erfahren, wurden auf der zweiten Analyseebene einzelne Folgen von solchen Serien analysiert, die sich in der Zeit vor der Untersuchung unter Jugendlichen laut im Internet zugänglichen GfK-Reichweitenangaben großer Beliebtheit erfreuten. Um eine große Bandbreite abzudecken, wurden die berufsbezogenen Serien *Alarm für Cobra 11*, *CSI Miami* und *Monk* aus dem Bereich Kriminalität/Justiz und die gesundheitsorientierten Serien *Doctor's Diary*, *Dr. House* und *Grey's Anatomy* sowie bewusst fünf Serien ohne Berufsbezug ausgewählt (*Alles was zählt*, *Desperate Housewives*, *Die Simpsons*, *Gute Zeiten schlechte Zeiten* und *King of Queens*). Untersucht wurden jeweils abgeschlossene Handlungssequenzen (mit einer Gesamtdauer von 1.153 Minuten), in denen über Handlungen, Gespräche oder Personen ein Bezug zu Berufen gegeben war. Protokolliert wurden die dargestellten Berufe plus die Art, wie das Berufsleben dargestellt wurde.
3. Zudem wurden alle Personen betrachtet, die direkt an Handlungssequenzen mit Berufsbezug beteiligt waren. Personen, die nur im Bild zu sehen waren oder in Gesprächen erwähnt wurden, ohne dass sie zum Fortgang der Handlung beitrugen, wurden nicht berücksichtigt. Für jede Person wurde festgehalten, ob sie einem erkennbaren Beruf nachging, welche mit dem Beruf verbundenen Charakteristika die Person aufwies und wie lange die entsprechenden Szenen dauerten (insgesamt 1.540 Minuten).

Die Erfassung der Berufe gestaltete sich schwierig, da sie (wegen der Vergleichbarkeit mit externen Zahlen) nach der Logik der amtlichen Statistik (vgl. Statistisches Bundesamt, 2008: 86-93 zur Klassifikation von Erwerbstätigen) vorging. Diese Klassifikation

1 Die Inhaltsanalyse wurde im Rahmen eines Lehrforschungsprojektes am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster durchgeführt. Für die Mitarbeit bei der Kodierung danke ich: Marieke Bossek, Melanie Briks, Maud Dieminger, Yvonne Dreimann, Claudia Ippen, Rasa Kelbauskaite, Alexandra Krude, Dennis Nguyen, Linda Rauen, Laura Maria Rech, Christin Ritter, Kathrin Röllke, Jan von Schilcher, Florian Schröder, Lisa Sievers, Filiz Soytürk, Nina Sträter, Swantje Suchland, Bettina Schulze Vowinkel, Almut Wiemold, Sarah Wolter-Boländer.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ist aber nach Kriterien optimiert, die nicht dem entspricht, was man als Kodierer intuitiv tun würde. So verteilen sich z. B. typische Handwerksberufe über eine Vielzahl unterschiedlicher Berufsfelder. Zudem ließ sich anhand des gezeigten Serienmaterials oft nur schwer erkennen, ob die in Szenen dargestellten Handlungen einer Tätigkeit im Beruf entsprechen und, falls ja, welcher. Hier wurden nur Hinweise kodiert, die eindeutig und ohne spezielles Wissen zu dem Beruf erkennbar waren.

4.2 Befragung von Schülerinnen und Schülern

In demselben Lehrforschungsprojekt[2] wurden 2009 knapp 1200 Schülerinnen und Schüler aus dem Großraum Münster befragt. Sie stammten aus den neunten bis zwölften Klassen unterschiedlicher Schulformen. Dabei war die untersuchte Population nicht repräsentativ, da die Schulen, in denen die Untersuchten befragt wurden, nach vorhandenen Kontakten der Seminarteilnehmer und Bereitschaft zur Teilnahme ausgewählt wurden. Dadurch kam es zu einer Überrepräsentation von Gymnasien, auf die 60 Prozent der Befragten gingen. 27 Prozent der Befragten besuchte eine Realschule und 13 Prozent gingen auf eine Hauptschule. Die Mehrheit mit 54 Prozent der Befragten war weiblich. Sie waren zwischen 14 und 20 Jahren alt mit einem Median von 16 und Mittelwert von 16,4 Jahren.

Der verwendete Fragebogen umfasste eine Liste von Fragen zur Fernsehnutzung ebenso wie Fragen nach der Berufswelt. Die Fernsehnutzung wurde als typische Nutzungsdauer an Werktagen sowie Wochenenden erfragt und zu einem durchschnittlichen Nutzungstag verrechnet. Ferner wurde die Nutzung der untersuchten Serien erhoben. Darüber hinaus wurde für interessante Inhaltsbereiche mit einer vierstufigen Skala (nie, ab und zu, häufig, so oft es geht) erhoben, wie häufig die Jugendlichen bestimmte Sendungen ansehen. Die abgefragten Bereiche waren: Polizei/Verbrechen/Kriminalität, Mode/Styling/Models, Gesundheit/Krankenhaus/Ärzte, Musik/Bands/Casting, Bau/Renovieren/Handwerk. Ferner wurden Indikatoren für Kultivierungseffekte erster und zweiter Ordnung erhoben, die weiter unten an entsprechender Stelle vorgestellt werden.

Wegen der problematischen Stichprobe sollte eine weitere Befragung zur Validierung stattfinden. Diese Möglichkeit bot sich 2012 durch eine Kooperation mit der Studie „Berufsorientierungspanel" (BOP) von Prof. Dr. Sylvia Rahn und Dr. Tim Brüggemann. Es handelt sich um eine 2009 begonnene Panelbefragung[3] aller Schüler und Schülerinnen des Rhein-Erft-Kreises in NRW. Ziel der Untersuchung war es, die Entwicklung der Berufsorientierung mit insgesamt sechs Befragungen in vier Jahren nachzuvollziehen, insbesondere um dabei auftretende Probleme und Prädiktoren für diese zu identifizieren. In der fünften Befragungswelle von 2012 wurden zwei Frageblöcke aus der Befragung im Großraum Münster aufgenommen. Der eine Frageblock umfasste die Fernsehnutzung insgesamt sowie die Abfrage der einzelnen Inhaltsbereiche (siehe oben). Die Frage

2 Die Befragung wurde im Rahmen eines Lehrforschungsprojektes am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster durchgeführt. Ich danke den Schulen und Jugendlichen, die teilgenommen haben sowie folgenden Studierenden für die Durchführung: Marieke Bossek, Melanie Briks, Maud Dieminger, Yvonne Dreimann, Claudia Ippen, Rasa Kelbauskaite, Alexandra Krude, Dennis Nguyen, Linda Rauen, Laura Maria Rech, Christin Ritter, Kathrin Röllke, Jan von Schilcher, Florian Schröder, Lisa Sievers, Filiz Soytürk, Nina Sträter, Swantje Suchland, Bettina Schulze Vowinkel, Almut Wiemold, Sarah Wolter-Boländer.

3 Ich danke den Projektleitern Tim Brüggemann und Sylvia Rahn für die Bereitstellung der Daten, Manuel Hartkopf und Jutta Handrup für Hilfe bei der Aufbereitung der Daten sowie den vielen Schülerinnen und Schülern, die an den Befragungen teilgenommen haben.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

nach der Seriennutzung machte keinen Sinn, da die Serien zum Teil nicht mehr ausgestrahlt wurden, weshalb die entsprechenden Angaben nicht Gegenstand der weiteren Analyse sind. Ferner wurde der Frageblock mit der Schätzung der Berufshäufigkeit aufgenommen. Bei dieser Befragung handelte es sich um eine Vollerhebung aller Schüler und Schülerinnen des Rhein-Erft-Kreises, wobei stark Förderbedürftige nicht standardisiert befragt wurden und deshalb nicht Teil der Auswertung sind. Weil nicht klar war, wie weit entfernt von der Berufsentscheidung die Jugendlichen auf Gesamtschulen waren, wurden auch diese aus der Analyse herausgelassen. Aus der fünften Befragungswelle gingen so 2.944 Jugendliche in die Analyse ein. Alle befanden sich zur Befragungszeit im zweiten Halbjahr der zehnten Klasse. 21 Prozent von ihnen besuchten eine Hauptschule, 37 Prozent eine Realschule und 42 Prozent ein Gymnasium. Die Geschlechterverteilung lag bei genau 50 zu 50 und das Alter variierte zwischen 15 und 20 Jahren mit einem Mittelwert von 16,8 und einem Median von 17 Jahren.

5. Ergebnisse

5.1 Berufe und Berufsleben in Fernsehserien

Um Vergleiche zu offiziellen Statistiken ziehen zu können, orientierte sich die Kodierung der Berufe an der Klassifikation Erwerbstätiger im Statistischen Jahrbuch 2008. Dementsprechend fiel der Bereich Polizei/Justiz unter Verwaltung/Verteidigung und Ärzte, Pfleger etc. unter Gesundheit/Soziales. Wegen der Unschärfe der Klassifikation und weil die Fernsehkodierung auf Zeiteinheiten, die Erwerbstätigenstatistik hingegen auf Personen bezogen war, sind direkte Vergleiche der Zahlen unmöglich, grundsätzliche Tendenzen hingegen interpretierbar. Der eigentliche Vorteil des hier gewählten Vorgehens lag darin, den Blick über überrepräsentierte Berufsgruppen auch auf unterrepräsentierte oder sogar komplett fehlende Berufsgruppen ausdehnen zu können.

Drei Bereiche der Erwerbstätigenklassifikation waren auffällig, weil diese drei Bereiche grob drei Viertel der in Serien dargestellten Berufshandlungen abdeckten, obwohl 2010 tatsächlich weniger als ein Viertel der Erwerbstätigen in diesen Bereichen arbeiteten: (1) In den Bereich Gesundheit gehörten zwar die Hälfte der Sendeminuten mit entsprechenden Handlungen oder Personen bei den ausgewählten Serien und jede Fünfte aller ausgestrahlten Serien. 2010 arbeitete aber nicht einmal jeder Zehnte im Gesundheitssektor. (2) Ähnlich war die Konstellation im Bereich Verwaltung/Verteidigung, in den Berufe im Feld der Kriminalität und Justiz fielen. Sie machten, je nach Betrachtungsweise, ein Viertel bis ein Drittel der Sendezeit mit Berufsbezügen aus, aber keine zehn Prozent der Erwerbstätigen, obwohl die Kategorie noch etliche andere Tätigkeiten umfasste. (3) Das letzte dominierende Feld bildeten die sonstigen Dienstleistungen, zu denen im Fernsehprogramm insbesondere Kreativ- und Lifestyle-Tätigkeiten, vor allem im Bereich Medien, Werbung, Kunst und Sport zählten. Sie machten auf der Handlungsebene zwar nur sieben Prozent der Sendeminuten aus, aber 17 Prozent, wenn über die auftretenden Personen und 33 Prozent wenn man über den übergeordneten Plot aller Serien auswertete. Auch in diesen Bereichen arbeiteten tatsächlich nur sieben Prozent der Erwerbstätigen.

Außer diesen drei Feldern spielte nur noch der Bereich Gastronomie eine ernstzunehmende Rolle mit grob sechs Prozent der Sendezeit über alle drei Indikatoren. Das war zwar gegenüber den drei Prozent der Erwerbstätigen nur leicht überrepräsentiert. Wenn man aber nur die berufsunspezifischen Serien (also ohne Kriminalität/Justiz und Gesundheit) betrachtete, dann waren Tätigkeiten in der Gastronomie mit 40 Prozent bei den Personen stark überrepräsentiert. Bei Betrachtung der berufsunspezifischen Serien

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 1: Berufsgruppen in analysierten Szenen, Personendarstellungen und dem gesamten Serienangebot sowie Erwerbstätige (Prozentangaben)

	alle Serien			berufsunspezifische Serien			2010*
	Szenen	Personen	alle Serien	Szenen	Personen	alle Serien	Erwerbstätige
Sendeminuten:	**1153**	**1540**	**10640**	**194**	**362**	**6969**	**ca. 39 Mio.**
Gesundheit/ Sozialwesen	52	49	18	11	9	12	7
Verwaltung/ Verteidigung	33	25	23	14	15	6	8
sonstige Dienstleistungen	7	17	33	27	42	43	7
Gastronomie	5	6	6	31	22	9	3
Handel	2	2	4	8	6	6	15
Banken/ Versicherungen	1	1	1	5	3	2	3
Erziehung/ Unterricht	—	—	6	2	1	10	5
Baugewerbe	—	—	5	—	—	8	7
Produktion/ Verarbeitung	—	1	2	1	1	4	27
Energie/Wasser	—	—	1	—	1	2	1
Grundstücke/ Wohnen	—	1	—	1	1	—	7
Agrarsektor	—	—	—	—	—	1	4
Verkehr/Logistik	—	—	—	—	—	1	6
Bergbau	—	—	—	—	—	—	1

* Eigene Berechnungen auf der Basis des Statistischen Jahrbuchs 2010: 73-81

hatten die Felder Handel, Banken/Versicherungen sowie Erziehung/Unterricht zumindest noch eine geringe Bedeutung.

Das eigentlich Bemerkenswerte war aber das (Nicht-)Vorkommen anderer Berufe: Die Bereiche Handel, Banken/Versicherungen, Baugewerbe, Produktion/Verarbeitung kamen zwar vor, waren aber in der Fernsehwelt eher rare Sonderphänomene. Tätigkeiten aus den Feldern Versorgung, Immobilien/Grundstücke, Agrar, Verkehr/Logistik sowie Bergbau wurden nicht gezeigt, obwohl knapp jeder fünfte Erwerbstätige in einem dieser Felder arbeitete und sich in diesen einige klassische Berufe finden. Aus Perspektive der Kultivierungshypothese war unklar, ob auch hinsichtlich dieser Berufe ein Kultivierungseffekt zu erwarten war. Bislang wurde nur der Überschätzungseffekt untersucht, wohingegen aus Berufsorientierungssicht der Unterschätzungseffekt ebenso relevant wäre. Deshalb soll auch dieser in der Befragung zur Berufswelt geprüft werden.

Bei der Sequenzanalyse der ausgewählten Serien wurde darüber hinaus erfasst, wie berufsbezogene Handlungen und die ausführenden Akteure dargestellt wurden. Zwar fanden sich in nur grob einem Viertel der Sendezeit, in der berufsausübende Personen oder berufsbezogene Handlungen dargestellt wurden, charakterisierende oder bewertende Hinweise zum entsprechenden Beruf oder dem Berufsleben allgemein. Wenn entsprechende Hinweise gegeben wurden, fielen diese eher positiv aus. Die meisten Hinweise betrafen den Aufwand der Berufsausübung oder Einfluss und Attraktivität der

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ausübenden Person. Das Verhältnis zwischen positiven zu negativen Hinweisen war mit 26 Prozent zu einem Prozent der Sendeminuten beim Aufwand besonders groß, bei Attraktivität (23 % zu 3 %) und Einfluss (20 % zu 6 %) aber auch noch deutlich. Etwas seltener, aber auch überwiegend positiv, waren die Hinweise auf die Beliebtheit der Person (15 % zu 8 %) und die Anerkennung durch den Beruf (13 % zu 8 %). Seltener kamen zwar Hinweise auf das Einkommen vor, diese deuteten mit 11 Prozent zu einem Prozent nahezu einheitlich auf ein hohes Einkommen hin. Negativ schlug nur das mit 23 Prozent relativ häufig dargestellte Berufsrisiko zu Buche. Der Grund dafür war aber in der Regel eher die Dramaturgie der Handlung als ein spezifischer Berufsstereotyp. Insgesamt bleibt festzuhalten: Berufsausübung ist zwar mit Risiken verbunden, in der Regel aber nicht besonders aufwändig, bringt Anerkennung, und die Personen sind attraktiv, eher beliebt und einflussreich und verdienen gut.

Tabelle 2: Darstellung von Berufsleben und Berufstätigkeit in Serien (Prozentangaben)

	dargestellte berufsausübende Person				dargestellte Berufshandlung		
	Einfluss	Attraktivität	Beliebtheit	Einkommen	Aufwand	Risiko	Anerkennung
Nicht ersichtlich	74	74	77	88	74	77	79
positive Hinweise	20	23	15	11	26	—	13
negative Hinweise	6	3	8	1	1	23	8

5.2 Kultivierungseffekte auf die Schätzung von Berufsvorkommen und Vorstellungen vom Berufsleben

Zur Messung von Kultivierungseffekten erster Ordnung wurden die Befragten gebeten, für eine vorgegebene Liste von Berufen zu schätzen, wie viele von tausend Berufstätigen in Deutschland im jeweiligen Beruf tätig waren. Dazu wurden sieben Antwortmöglichkeiten (weniger als 1, 1-10, 11-20, 21-30, 31-40, 41-50, über 50) vorgegeben, die so gewählt waren, dass kleine wie große Berufsgruppen richtig eingeschätzt werden konnten und in der Regel die Möglichkeit für Über- oder Unterschätzung gegeben war. Zudem wurden als Referenzpunkte die richtigen Angaben für den häufigen Beruf der Verkäuferin/des Verkäufers (41 Personen) und den eher seltenen Beruf der Richterin/des Richters (eine Person) in der Frageerklärung vorgegeben. Unter den abgefragten Berufen waren: Pfleger/Krankenschwester, Friseur/in, Bäcker/in, Kfz-Mechaniker/in, Arzt/Ärztin, Musiker/in, Dachdecker/in, Model und Polizist/in.

Das Vorkommen aller abgefragten Berufe wurde deutlich überschätzt. Anhand zugänglicher Statistiken konnte als Referenzwert ermittelt werden, wie viele Personen 2010 den entsprechenden Beruf ausübten, um daraus die Promillewerte zu errechnen (vgl. zweite Zeile von Tab. 3). Die in der Befragung vorgegebenen Bereiche (z. B. 21-30 Personen von 1.000 Erwerbstätigen) wurden durch die Klassenmitte (hier: 25,5) ersetzt und der Durchschnitt über alle Befragten gebildet (vgl. dritte Zeile von Tab. 2). Der Vergleich beider Werte verdeutlichte die generelle Überschätzungstendenz. Bei den Pflegekräften war diese Tendenz mit einem doppelten Schätzwert am geringsten, bei den Models und Musikern mit über hundertfacher Überschätzung am größten. Anschließend wurden Regressionsmodelle der individuellen Schätzwerte gerechnet, wobei Schulform und Geschlecht, wegen der bekannten Einflüsse beider auf die Berufsorientierung, sowie der generelle und der inhaltsspezifische Fernsehkonsum als Prädiktoren dienten.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 3: Einfluss von Geschlecht, Schulform und Fernsehkonsum auf die Schätzung von Berufsverbreitung, Münsterland 2009 (Beta-Werte)

DF 8 / 1087	Polizisten	Ärzte	Pfleger	KfZ Mech.	Dachdeck.	Models	Frisöre	Musiker
tatsächlich auf 1.000#	*6*	*8*	*14*	*7*	*2*	*> 0,1*	*7*	*> 0,1*
geschätzt auf 1.000	*24*	*22*	*28*	*27*	*18*	*8*	*25*	*10*
korrigiertes R²	*0,03***	*0,06***	*0,06***	*0,06***	*0,03***	*0,09***	*0,05***	*0,03***
Schulform[a]	-,08*	-,09**	-,11**	-,20***	-,15***	-,19***	-,07*	-,08*
Mädchen[b]	0,04	0,09**	0,13***	0,03	-,01	0,06	0,12***	0,02
TV-Konsum	0,02	0,00	-,01	0,01	0,05	0,07*	0,05	0,04
Kriminal TV	0,05	0,06	0,01	0,05	0,01	0,03	-,01	0,00
Gesundheit TV	0,05	0,04	0,04	0,04	0,03	-,02	0,01	0,08*
Bau/Handwerk TV	-,03	-,01	0,02	0,07*	0,02	-,04	-,03	-,06
Mode/Models TV	0,11**	0,17***	0,11**	0,00	0,01	0,14***	0,11**	0,05
Musik/Casting TV	0,04	0,03	0,01	0,03	-,05	0,05	0,03	0,11**

Eigene Berechnungen auf der Basis von Angaben für 2010 von der Internetplattform www.de.statista.com zu den Berufen
* p<0,05; ** p<0,01; *** p<0,001
[a] (Hauptschule=1; Realschule=2; Gymnasium=3)
[b] (männlich=1; weiblich=2)

Alle Regressionsmodelle der acht untersuchten Berufe waren zwar statistisch signifikant, erklären aber nur zwischen drei und neun Prozent der Varianz. Das Gros dieser Varianz wurde durch die Schulform determiniert: je höher die Schulform desto niedriger die Schätzung. Da generell Überschätzungen vorlagen, waren also die Schätzungen der Jugendlichen auf Gymnasien am besten, die der Jugendlichen auf Hauptschulen am schlechtesten. Zudem waren die Schätzungen der Mädchen bei den sozialorientierten Berufen Pfleger/Krankenschwester, Friseur/in, Arzt/Ärztin höher und damit unrealistischer als bei den Jungen.

Ein Kultivierungseffekt durch den Fernsehkonsum insgesamt war nicht festzustellen. Die entsprechenden Beta-Werte waren gering und nur bei Models hypothesenkonform positiv und signifikant. Allerdings war die gefundene Effektstärke deutlich geringer als andere gefundene Effekte und konnte deshalb nicht als klarer Beleg genereller Kultivierungseffekte des Fernsehkonsums gewertet werden. Deshalb wurde der Nutzungseffekt korrespondierender Fernsehangebote betrachtet. Die in der Tabelle grau unterlegte Diagonale entsprach den zu erwartenden angebotsspezifischen Kultivierungseffekten. Solche Effekte mit ernstzunehmenden Beta-Werten zeigten sich bei der Schätzung für Models und Friseuren/Friseurinnen durch die Nutzung von Fernsehangeboten speziell im Bereich Models und Mode sowie bei der Schätzung für Musiker/innen durch Musik- und Casting-Angebote. Hinzu kam ein signifikanter aber sehr schwacher Effekt der Nutzung von Fernsehangeboten im Bereich Bau/Handwerk auf die Schätzung von Mechanikern/Mechanikerinnen. Demgegenüber fanden sich gerade bei den naheliegenden Berufen Polizist/in, Arzt/Ärztin und Pfleger/Krankenschwester keine Effekte. Unerklärlicherweise übte aber die Nutzung von Fernsehangeboten im Bereich Mode/Models

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

genau bei diesen drei Berufen Effekte aus, von denen der bei Arzt/Ärztin der größte Fernseheffekt war.

Da die zugrundeliegende Basis insbesondere bei den Jugendlichen aus Hauptschulen nicht breit war, wurde die Befragung drei Jahre später auf einer deutlich besseren Basis repliziert. Im Gegensatz zur ersten Befragung wurden in der zweiten Erhebung die Berufe etwas variiert, um pro Berufsfeld drei Berufe zu haben, von denen zumindest zwei auch Personen mit Hauptschulabschluss offen standen: Arzt/Ärztin, Pfleger/in und technisches Gesundheitspersonal für den Gesundheitssektor, Polizist/in, Detektiv/in, Anwalt/Anwältin für den Bereich Justiz und Kriminalität, Musiker/in, Stylist/Friseur/in, Model für den Performancesektor sowie Kfz-Mechaniker/in, Tischler/in und Installateur/in für das Handwerk.

Das Gesamtbild änderte sich aber kaum. Die Schätzungen wurden noch schlechter, was auf den deutlich größeren Anteil von Jugendlichen aus Hauptschulen zurückzuführen war, weil diese zu noch stärkerer Überschätzung neigten. Zudem zeigten sich noch stärkere Geschlechtsprofile: Mädchen überschätzten stärker die Verbreitung sozialorientierter Berufe (insbesondere bei Anwälten/Anwältinnen und Ärzten/Ärztinnen), Jungen hingegen die Verbreitung technisch-handwerklicher Berufe (vor allem Tischler/innen und Mechaniker/innen). Zudem wird auch die Verbreitung des neu aufgenommen Berufes Detektiv/in im Mittel um mehr als das Hundertfache überschätzt.

Im Überblick belegten die Ergebnisse der zweiten Befragung zwar angebotsspezifische Kultivierungseffekte, allerdings auf sehr niedrigem Niveau und nicht über alle abgefragten Berufe hinweg. Bei Betrachtung der klassischen Berufe mit den entsprechenden Fernsehangeboten waren an den hypothesenkonformen Stellen (in der Tabelle grau unterlegt) jeweils in zwei von drei Fällen niedrige, aber statistisch relevante Partialkorrelationen vorzufinden. Fernsehkonsum im Segment Justiz/Kriminalität verstärkte die Überschätzung bei Detektiven/Detektivinnen und Polizisten/Polizistinnen, aber nicht von Anwälten/Anwältinnen. Gesundheitsbezogener Fernsehkonsum steigerte die Überschätzung der Anzahl von Pfleger/innen und technischem Gesundheitspersonal, aber nicht die von Ärzten/Ärztinnen, und Fernsehkonsum von Bau- und Handwerksangeboten verstärkte die Überschätzung von Installateuren/Installateurinnen und Tischlern/Tischlerinnen, aber nicht von Kfz-Mechanikern/Mechanikerinnen. Transfereffekte anderer Angebotssegmente waren praktisch nicht festzustellen. Als komplexer erwiesen sich demgegenüber die Effekte der Nutzung von Fernsehangeboten aus den Bereichen Mode/Models und Musik/Casting. Zwar fanden sich auch hier die erwarteten angebotsspezifischen Kultivierungseffekte beim Angebotssegment Mode/Models auf die Überschätzung von Models, Friseuren/Friseurinnen und Musiker/innen sowie von Musik/Casting auf die Überschätzung von Musiker/innen. Allerdings brachte die verstärkte Nutzung beider Angebotssegmente Transfereffekte mit sich, die zu einer stärkeren Überschätzung vor allem solcher Berufe führten, bei denen angebotsspezifische Kultivierungseffekte näher liegend waren, nämlich bei Anwälten/Anwältinnen, Polizisten/Polizistinnen, Ärzten/Ärztinnen, Pflegern/Pflegerinnen.

Die abschließenden Befragungsangaben griffen Merkmale der Berufsausübung aus der Inhaltsanalyse auf und projizierten diese auf Vorstellungen über Ärzte/Ärztinnen und Polizisten/Polizistinnen sowie auf die eigenen Berufsvorstellungen. Dazu wurde zunächst gefragt, ob man bei bestimmten Merkmalen an Personen denkt, die als Arzt/Ärztin, Polizist/in, Lehrer/in oder Verkäufer/in arbeiten. Angaben für die beiden Fernsehberufe wurden zu einem Index für positive Personenvorstellungen (Angabe von Arzt/Ärztin oder Polizist/in bei coole Person, gutes Aussehen bzw. viele Freunde) und einem Index für positive Berufsvorstellungen (Angabe von Arzt/Ärztin oder Polizist/in

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 4: Einfluss von Geschlecht, Schulform und Fernsehkonsum auf die Schätzung von Berufsverbreitung, Rhein-Erft-Kreis 2012 (Beta-Werte)

DF 7 / 2504	Anwälte	Detektive	Polizisten	Ärzte	Pfleger	Tech. Gesund.	Installat.	Mecha-nik.	Tischler	Models	Frisöre	Musiker
tatsächlich auf 1.000[#]	*4*	*> 0,1*	*6*	*8*	*14*	*4*	*17*	*7*	*5*	*> 0,1*	*7*	*> 0,1*
geschätzt auf 1.000	*20*	*14*	*28*	*25*	*31*	*19*	*25*	*33*	*18*	*11*	*30*	*13*
korrigiertes R^2	*0,07****	*0,02****	*0,04****	*0,09****	*0,04****	*0,02****	*0,02****	*0,08****	*0,08****	*0,05****	*0,04****	*0,03****
Schulform[a]	-,07**	-,11***	-,08***	-,13***	-,10***	-,09***	-,09***	-,24***	-,23***	-,11***	-,13***	-,09***
Mädchen[b]	0,18***	-,06**	0,07**	0,22***	0,10***	0,03	-,03	-,11***	-,16***	0,02	0,07**	0,00
Kriminal TV	0,01	0,07**	0,05*	0,00	0,02	0,02	0,01	-,01	-,01	-0,03	0,02	0,02
Gesundheit TV	0,03	0,04	0,02	0,01	0,05*	0,07**	0,04	0,03	0,04*	0,04	0,04*	0,04
Bau/Handwerk TV	-,02	0,01	-,02	-,01	0,00	0,02	0,07**	0,04	0,06**	0,01	0,02	-,03
Mode/Models TV	0,06*	0,04	0,11***	0,05	0,08**	0,03	0,03	0,05*	0,04	0,16***	0,09***	0,09***
Musik/Casting TV	0,07**	-,01	0,03	0,08***	0,03	0,01	-,02	0,03	0,01	0,04	-,01	0,08***

[#] Eigene Berechnungen auf der Basis von Angaben für 2010 von der Internetplattform www.de.statista.com zu den Berufen

* p<0,05; ** p<0,01; *** p<0,001. Die Signifikanzangaben sind wegen der zugrunde liegenden Vollerhebung nur als Relevanzindikatoren zu interpretieren.

[a] (Hauptschule=1; Realschule=2; Gymnasium=3)

[b] (männlich=1; weiblich=2)

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

bei gutes Gehalt, hohes Ansehen bzw. viel Einfluss) zusammengefasst. Zudem wurde mit einer vierstufigen Skala abgefragt, wie wichtig für den späteren Job Bewunderung anderer, hohes Ansehen, hohes Gehalt sowie beruflicher Einfluss sind.

Die Regressionsmodelle zur Schätzung der Kultivierungseffekte zweiter Ordnung waren extrem erklärungsschwach. Den größten Varianzanteil mit fünf bis sechs Prozent determinierten die Modelle zu den positiven Berufsvorstellungen. Bei Ärzten/Ärztinnen entsprach das Ergebnis allerdings denen von Chory-Assad und Tamborini (2003): Mit dem Konsum gesundheitsbezogener Fernsehangebote sank das gute Image des Arztberufs. Demgegenüber stieg die Vorstellung, ein Beruf bei der Polizei sei gut, mit steigendem Konsum von Fernsehangeboten aus dem Bereich Mode und Models.

Die Erklärungsmodelle zu den eigenen Berufsvorstellungen waren mit rund drei Prozent erklärter Varianz noch schlechter. Zunächst fiel der Einfluss des generellen Fernsehkonsums auf, der die Wichtigkeit von Einfluss, Einkommen und Bewunderung im Berufsleben steigerte. Ferner war wieder der Konsum von Angeboten des Segments Mode/Models der größte und durchweg erklärungskräftigste Prädiktor. Entsprechender Fernsehkonsum steigerte die Wichtigkeit von Bewunderung, Einfluss und hohem Einkommen sowie nachrangig gutem Aussehen im Berufsleben. Die ersten beiden Effekte waren mit Beta-Werten von 0,16 die stärksten Einflussfaktoren, die in der vorliegenden Studie überhaupt gefunden wurden. Hinzu kamen eher geringe Effekte des Fernsehkonsums im Bereich Musik/Casting auf niedrige Einkommenserwartungen, im Bereich Bau/Handwerk auf niedrigen Einfluss und im Bereich Kriminalität/Justiz auf höheres Einkommen. Die Regressionsmodelle zu den positiven Personenvorstellungen waren nicht interpretierbar, da das Modell zu den Ärzten/Ärztinnen keine Varianz erklärte und das zu den Polizisten/Polizistinnen zwar zwei Prozent Varianz erklärte, aber mit der kaum nachvollziehbaren Konstellation positiver Effekte vom Fernsehkonsum in den Feldern Kriminalität/Justiz, Mode/Models sowie Bau/Handwerk.

6. Diskussion der Ergebnisse

6.1 Zusammenfassung

Personen, die im Fernsehen auftreten, üben oft Berufe aus, und es werden Handlungen gezeigt, die direkt oder indirekt mit Berufsausübung verbunden sind. Die Bandbreite der dabei vorkommenden Berufe ist aber gering. Je nach Betrachtungsweise stammen rund drei Viertel aus den Berufsfeldern Kriminalität/Justiz, Gesundheit, Gastronomie und kreative Dienstleistungen, wenn das nicht-fiktionale Angebot auch in Betracht gezogen wird plus Manager und politische sowie gesellschaftliche Entscheider. Die im Beitrag präsentierten Daten bestätigen diese Tendenz auch für Serien. Ferner deuten die Daten eine Art Meta-Narration an, die insgesamt die Berufsausübung als eher mit geringem Aufwand aber hohem Ertrag sieht, was als leichtes Berufsleben interpretiert werden könnte.

Die Medieneffekte wurden in der vorliegenden Studie zum ersten Mal an einer Vielzahl von Berufen anhand von zwei unterschiedlichen Befragungen untersucht. Demnach überschätzten die Jugendlichen generell die Häufigkeit von Berufen in allen Berufsfeldern, allerdings ist diese Tendenz mit einer über hundertfachen Überschätzung in den drei Bereichen Models, Musiker/in und Detektiv/in mit Abstand am größten. Zum einen könnte das daran liegen, dass diese drei Fälle real sehr selten vorkommen, so dass hier die Überschätzung mathematisch sehr groß wird. Bei allen drei Tätigkeiten handelt es sich aber auch um Berufe, die im Fernsehen sehr präsent sind, und diese Tatsache könnte dazu führen, dass diese Tätigkeiten durch das relativ häufige Auftreten im Fernsehen als

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 5: Einfluss von Geschlecht, Schulform und Fernsehkonsum auf Berufsvorstellungen, Münsterland 2009 (Beta-Werte)

	positive Personenvorstellung		positive Berufsvorstellung		Einstellung: wichtig für den eigenen Beruf			
DF 8 / 1132	**Polizisten**	**Ärzte**	**Polizisten**	**Ärzte**	**Bewunderung**	**Aussehen**	**Geld**	**Einfluss**
Mittelwerte (0 bis 3)	*0,9*	*0,7*	*1,7*	*2,1*	*1,2*	*2,0*	*2,3*	*1,3*
korrigiertes R^2	*0,02***	*0,00*	*0,05****	*0,06****	*0,03****	*0,02****	*0,03****	*0,03****
Schulform [a]	0,08*	0,00	-,14***	0,20***	-,02	-,14***	0,07*	-,02
Mädchen [b]	0,02	-,03	0,11**	0,11**	-,06	0,02	-,10**	-,08*
TV-Konsum	-,01	-,01	-,04	-,02	0,07*	0,03	0,08*	0,09**
Kriminal TV	0,09**	-,01	0,01	0,02	-,04	-,01	0,09**	0,01
Gesundheit TV	-,02	0,06	-,02	-,06*	,01	0,00	-,05	-,05
Bau/Handwerk TV	0,06*	0,04	0,04	-,01	0,00	0,00	-,04	-,08*
Mode/Models TV	0,08*	0,01	0,11**	0,06	0,16***	0,07*	0,13***	0,16***
Musik/Casting TV	0,05	0,06	0,03	0,02	0,02	0,01	-,07*	-,01

* p<0,05; ** p<0,01; *** p<0,001

[a] (Hauptschule=1; Realschule=2; Gymnasium=3)

[b] (männlich=1; weiblich=2)

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/agb - Open Access -

quasi normal verbreitete Berufe angesehen werden. Kultivierungseffekte erster Ordnung durch den Fernsehkonsum allgemein belegten die Daten nicht, abgesehen von Effekten in Bezug auf das Vorkommen des Modelberufs, die aber von deutlich stärkeren angebotsspezifischen Effekten begleitet werden. An anderer Stelle wurde ferner belegt, dass auch der Konsum der in der Inhaltsanalyse untersuchten Serien keinen generellen Kultivierungseffekt mit sich brachte (Gehrau & vom Hofe, 2013). Demgegenüber waren insbesondere in der methodisch weiterentwickelten zweiten Befragung angebotsspezifische Kultivierungseffekte aufgetreten, allerdings nicht durchgehend, sondern nur in rund zwei Dritteln der erwarteten Kombinationen aus dem Konsum spezieller Fernsehangebote und den dort üblicherweise dargestellten Berufen. Vor allem sind die gefundenen Zusammenhänge mit Beta-Werten unter 0,1 sehr schwach. Die einzige Ausnahme bildete der Konsum von Fernsehangeboten aus dem Segment Mode, Style, Models. Hier ergaben sich nicht nur die größten erwartungskonformen Effekte, sondern auch etliche Transfereffekte auf die Überschätzung anderer Berufsgruppen, die zwar interessant, aber kaum als Kultivierungseffekte zu interpretieren sind.

Die Literatur liefert darüber hinaus Hinweise auf Kultivierungseffekte zweiter Ordnung durch den Fernsehkonsum, insbesondere in Bezug auf Vorstellungen des Berufslebens als „easy work". In der hier vorgestellten Studie wurden solche Effekte sowohl auf einzelne Berufe als auch auf die eigenen Berufsvorstellungen untersucht. Im Gegensatz zur Kultivierung erster Ordnung hat hier der generelle Fernsehkonsum einen – wenngleich wiederum sehr geringen – systematischen Einfluss. Je mehr die Jugendlichen fernsehen, desto eher halten sie großen Einfluss, ein hohes Gehalt und Bewunderung im Berufsleben für wichtig. Entsprechende Effekte treten aber vor allem durch den Konsum von Fernsehangeboten des Segments Mode, Style, Models auf, und das nicht nur mit den insgesamt größten Effektstärken mit Beta-Werten um 0,15, sondern auch im Gegensatz zu fast allen anderen angebotsspezifischen Kultivierungseffekten zweiter Ordnung. Medieneffekte sind zwar auch in Bezug auf die Vorstellungen von Polizisten/Polizistinnen sowie Ärzten/Ärztinnen vorhanden, diese lassen sich aber nicht systematisch im Sinne einer Kultivierung zweiter Ordnung lesen.

6.2 Einschränkungen der Studie

Trotz des Bestrebens, Schwachstellen in bisherigen Kultivierungsstudien einerseits zu umgehen und andererseits umfassende und nicht nur exemplarische Ergebnisse in Bezug auf Berufe und Berufsbilder zu erhalten, ist dies nur eingeschränkt gelungen. Es ist sehr schwer, Berufe zu identifizieren und Berufsfelder so abzugrenzen, dass sie sich sowohl in einer Inhaltsanalyse und einer Befragung erheben als auch mit vorhandenen statistischen Angaben in Beziehung setzen lassen. Deshalb können die dargestellten Werte nur als Orientierungspunkte dienen und sind nicht als exakte Angaben zu verstehen. Folglich lassen sich nur große Differenzen und systematisch auftretende Effekte einigermaßen sicher interpretieren. Auch ist die Erhebung des Fernsehkonsums und die Kombination mit einer Inhaltsanalyse zwar besser gelungen als in anderen Kultivierungsstudien, aber immer noch nicht exakt genug, um kausale Schlüsse im Sinne isolierter Fernseheffekte ziehen zu können, zumal es sich nur um Korrelationen handelt. Auf der anderen Seite sind solche singulär und isoliert auftretenden Effekte in einem so umfassenden Prozess wie der Berufsorientierung auch nicht zu erwarten.

Grundsätzlich ist zwar die Auswahl der Sendungen in der Inhaltsanalyse, also der Fokus auf Serien, kritisierbar. Es zeigt sich aber, dass ein Fokus auf bestimmte Angebotssegmente kaum Einfluss auf das Gesamtbild hat, denn alle Studien zum Fernsehinhalt zeigen unabhängig von ihrem Fokus ein sehr ähnliches eingeschränktes Berufsspek-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

trum. Problematisch ist demgegenüber die Stichprobe der ersten Befragung, weil es sich um eine anfallende Stichprobe handelt, die zudem noch eine starke Überrepräsentation von Jugendlichen auf Gymnasien aufweist. Allerdings repliziert die zweite, von der Stichprobe und der Erhebung her deutlich bessere Befragung die Kultivierungseffekte erster Ordnung.

6.3 Konsequenzen für den Berufsorientierungsprozess

Die Frage, wie verbreitet bestimmte Berufe sind, könnte im Berufsorientierungsprozess von Bedeutung sein, denn die Verbreitung könnte als Indikator für die Zugänglichkeit zu diesen Berufen dienen. Nach der Kultivierungshypothese sind zwar an dieser Stelle Medieneffekte zu erwarten und nach den empirischen Studien auch nachweisbar, sie sind aber von der Effektstärke her so gering, dass sie im Orientierungsprozess nicht als wirkliche Einflussfaktoren anzunehmen sind. Bei Berufsorientierung spielen auch Vorstellungen des Berufslebens insgesamt sowie das Image einzelner Berufe eine wichtige Rolle. Auch dabei sind Medien wichtig und ihr Einfluss lässt sich wissenschaftlich belegen, doch auch diese Effekte sind so gering, dass sie im Gesamtprozess kaum zu Buche schlagen dürften. Da sich aber Berufsorientierung und Berufswahl ganz erheblich zwischen den Geschlechtern, vor allem aber zwischen den Schulformen unterscheiden, sollten auch gruppenspezifische Kultivierungseffekte in den Blick genommen werden, da es denkbar ist, dass sich die gruppenspezifischen Kultivierungseffekte widersprechen und in Summe damit ausgleichen. Hier wäre es wichtig, Kultivierungseffekte für diejenigen Jugendlichen zu fokussieren, aus denen die entsprechenden Berufe üblicherweise ihren Nachwuchs rekrutieren.

Zwei der vorgestellten Ergebnisse könnten sich demgegenüber als sehr relevant erweisen, wenn dafür weitere empirische Evidenz gefunden würde:

1. Medienangebote könnten durch ihre Darstellung entscheidend dazu beitragen, dass Tätigkeiten, die eigentlich nur in Ausnahmefällen eine angemessene Erwerbstätigkeit mit sich bringen, von Jugendlichen als quasi normaler Beruf angesehen werden, zumal eine Studie von Nitsch/Eilders/Boger (2011) ähnliche Überschätzungen im Bereich Models erbrachte wie die vorliegende Studie. Damit könnten Entscheidungen begründet werden, die zu keinem sinnvollen Weg der Berufsorientierung und Berufswahl führen, weil sie sich auf Tätigkeiten beziehen, die entgegen den individuellen Vorstellungen real nur einer kleinen Minderheit offenstehen.
2. Der Konsum von Fernsehangeboten des Angebotsbereichs Mode, Style, Models führt zu einer Reihe unrealistischer Vorstellungen und stark prestige- und statusorientierten Wünschen. Diese könnten für die Nutzer negative Folgen haben, wenn sie daraufhin falsche Vorstellungen vom Berufsleben entwickeln, die später kaum erfüllt werden können und insofern das Frustrationspotenzial erhöhen.

Dass die dargestellten Ergebnisse keine von der Größe her relevanten generellen Kultivierungseffekte auf die Schätzung von Berufsvorkommen oder die Berufsvorstellungen ergeben haben, bedeutet aber nicht automatisch, dass Medieneffekte im Berufsorientierungsprozess irrelevant sind. Von Bedeutung könnten Medieneffekte zum einen auf die individuellen Berufswünsche sowie die berufsqualifizierenden Handlungen sein (wie z. B. Keuneke/Graß/Ritz-Timme, 2010; Van den Bulck & Beullens, 2009). Zudem sollten Medieneffekte beim Informationsverhalten und das daraus resultierende Wissen über Berufe in den Blick genommen werden. Das Fernziel könnte eine Art Masterplan sein, ob und wie Massenmedien dabei helfen können, dass Jugendliche einen sinnvollen und

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Erfolg versprechenden Berufsweg einschlagen und Arbeitgeber geeigneten und motivierten Nachwuchs rekrutieren können.

Literatur

Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology 3*, 265-299.

Bilandzic, H. (2002). Genrespezifische Kultivierung durch Krimirezeption. *Zeitschrift für Medienpsychologie* 14, 60-68.

Bonfadelli, H. (1983). Der Einfluss des Fernsehens auf die Konstruktion der sozialen Realität: Befunde aus der Schweiz zur Kultivierungshypothese. *Rundfunk und Fernsehen* 31, 415-430.

Brüggemann, T. & Rahn, S. (2013a). Zur Einführung: Der Übergang Schule-Beruf als gesellschaftliche Herausforderung – Entwicklung, rechtliche Verankerung und pädagogischer Auftrag der Berufsorientierung. In: Brüggemann, T. & Rahn, S. (Hrsg.), *Berufsorientierung – ein Lehr- und Arbeitsbuch* (S. 11-20). Münster u. a.: Waxmann.

Brüggemann, T. & Rahn, S. (Hrsg.) (2013b). *Berufsorientierung – ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Münster u.a.: Waxmann.

Buerkel-Rothfuss, N. L. & Mayes, S. (1981). Soap Opera Viewing: the Cultivation Effect. *Journal of Communication* 31, 108-115

Butz, B. (2008). Grundlegende Qualitätsmerkmale einer ganzheitlichen Berufsorientierung. In: Famula, G.-E. (Hrsg.), *Berufsorientierung als Prozess. Persönlichkeit fördern, Schule entwickeln, Übergang sichern. Ergebnisse aus dem Programm „Schule – Wirtschaft/Arbeitsleben"* (S. 42-62). Baltmannsweiler: Hohengehren.

Chory-Assad, R. & Tamborini, R. (2001). Television Doctors: an Analysis of Physicians in Fictional and Nonfictional Television Programs. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 45, 499-521.

Chory-Assad, R. & Tamborini, R. (2003). Television Exposure and the Public's Perceptions of Physicians. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 47, 197-215.

Carveth, R. & Alexander, A. (1985). Soap Opera Viewing Motivations and the Cultivation Process. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 29, 259-273.

Esch, M. (2011). STEM and Equal Opportunities in German TV – Select Results of an Evaluation of German TV Programmes. In: Esch, N. & Falkenroth, C. (Hrsg.), *STEM and Equal Opportunities in TV Drama Formats* (S. 6-15). Berlin, Bonn: BMBF.

Gehrau, V. & vom Hofe, H. J. (2013). Medien und Berufsvorstellungen Jugendlicher. Eine Studie zur Darstellung von Berufen in Fernsehserien und deren Einfluss auf die Berufsvorstellungen Jugendlicher. In: Brüggemann, T. & Rahn, S. (Hrsg.), *Berufsorientierung – ein Lehr- und Arbeitsbuch* (S. 123-133). Münster u. a.: Waxmann.

Gerbner, G. & Gross, L. (1976). Living with Television. The Violence Profile. *Journal of Communication 26,* 173-199.

Gottfredson, L. S. (1981). Circumscription and Compromise: a Developmental Theory of Occupational Aspirations. *Journal of Counseling Psychology Monograph 28*, 545-579.

Gottfredson, L. (2002). Gottfredson's Theory of Circumscription, Compromise, and Self-creation. In: Brown, D. (Hrsg.), *Career Choice and Development* (S. 85-148). San Francisco: Jossey-Bass/Wiley.

Hartkopf, E. (2013). Berufswahlreife und Berufswahlkompetenz – zwei Schlüsselbegriffe der Berufswahlforschung und Berufsorientierungspraxis aus psychologischer und pädagogischer Perspektive. In: Brüggemann, T. & Rahn, S. (Hrsg.), *Berufsorientierung – ein Lehr- und Arbeitsbuch* (S. 42-57). Münster u. a.: Waxmann.

Hawkins, R. & Pingree, S. (1990). Divergent Psychological Processes in Constructing Social Reality from Mass Media Content. In: Signorielli, N. & Morgan, M. (Hrsg.), *Cultivation Analysis – New Directions in Media Effects Research* (S. 35-50). Newbury Prak u. a.: Sage.

Hawkins, R. P., Pingree, S. & Adler, I. (1987). Searching for Cognitive Processes in the Cultivation Effect, Adult and Adolescent Samples in the United States and Australia. *Human Communication Research* 13, 553-577.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Hetsroni, A. (2008). Geo-Cultural Proximity, Genre Exposure, and Cultivation. *Communications* 33, 69-90.
Hirschi, A. (2013). Berufswahltheorien – Entwicklung und Stand der Diskussion. In: Brüggemann, T. & Rahn, S. (Hrsg.), *Berufsorientierung – ein Lehr- und Arbeitsbuch* (S. 27-41). Münster u. a.: Waxmann.
Hoffner, C. (1996). Children's Wishful Identification and Parasocial Interaction with Favorite Television Characters. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 40, 389-402.
Hoffner, C., Levine, K. J. & Toohey, R. A. (2008). Socialization to Work in Late Adolescence: the Role of Television and Family. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 52, 282-302.
Holland, J. L. (1997). *Making Vocational Choices: A Theory of Vocational Personalities and Work Environment*. Engelwood Cliffs: Prentice Hall.
Jones, E. (2003). Reality vs. Fantasy in Occupational Portrays on the Small Screen. *Occupational Outlook Quarterly,* 3-11.
Keuneke, S., Graß, H. & Ritz-Timme, S. (2010). „CSI-Effekt" in der deutschen Rechtsmedizin. Einflüsse des Fernsehens auf die berufliche Orientierung Jugendlicher. *Rechtsmedizin* 20, 400-406.
Krüger, U. M. (2005). Berufe im Fernsehen. In: Dostal, W. & Toll, L. (Hrsg.), *Die Berufswelt im Fernsehen* (S. 19-183). Nürnberg: Beiträge zur Arbeits- und Berufsforschung (BeitrAB 292).
Lent, R. W., Brown, S.D . & Hackett, G. (1994). Towards a Unifying Social Cognitive Theory of Career and Academic Interest, Choice, and Performance. *Journal of Vocational Behavior* 45, 79-122.
McLaughlin, J. (1975). The Doctor Shows. *Journal of Communication* 25, 182-184.
Nabi, R. L. & Sullivan, J. L. (2001). Does Television Viewing Relate to Engage in Protective Action against Crime? A Cultivation Analysis from a Theory of Reasoned Action Perspective. *Communication Research 28*, 802-825.
Nitsch, C., Eilders, C. & Boger, L. (2011). Berufswunsch: Model oder Popstar. Eine Kultivierungsstudie zur Nutzung von Castingshows durch Jugendliche. *Medien und Erziehung* 11, 43-50.
Quick, B. L. (2009). The Effects of Viewing Grey´s Anatomy on Perceptions of Doctors and Patient Satisfaction. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 53, 38-55.
Perse, E. M. (1986). Soap Opera Viewing Patterns of College Students and Cultivation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 30, 175-193.
Pfau, M., Mullen, L. J., Deidrich, T. & Garrow, K. (1995). Television Viewing and Public Perceptions of Attorneys. *Human Communication Research* 21, 307-330.
Pfau, M., Mullen, L. J. & Garrow, K. (1995). The Influence of Television Viewing on the Public Perceptions of Physicians. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 39, 441-458.
Potter, J. (1991). Examining Cultivation from a Psychological Perspective: Component Subprocesses. *Communication Research* 18, 77-102.
Rossmann, C. (2003). Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie die Patienten. Eine Studie zur Darstellung von Ärzten in Krankenhausserien und ihrem Einfluss auf das Arztbild von Patienten. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 51, 497-522.
Rossmann, C. (2011). *Theory of Reasoned Action – Theory of Planned Behavior*. Baden-Baden: Nomos.
Rossmann, C. (2013). Kultivierungsforschung: Idee, Entwicklung und Integration. In: Schweiger, W. & Fahr, A. (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungsforschung* (S. 207-223). Wiesbaden: Springer VS.
Schenk, M. (2007). *Medienwirkungsforschung* (3. Aufl.). Stuttgart: Mohr.
Signorielli, N. (1993). Television and Adolescents' Perception about Work. *Youth and Society* 24, 314-341.
Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008). *Statistisches Jahrbuch 2008 für die Bundesrepublik Deutschland*, www.destatis.de.
Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2010). *Statistisches Jahrbuch 2010 für die Bundesrepublik Deutschland mit internationalen Übersichten*, www.destatis.de.
Super, D. E. (1990). A Life-Span, Life-Space Approach to Career Development. In: Brown, D. & Brooks, L. (Hrsg.), *Career choice and development* (S. 197-262). San Francisco: Jossey-Bass.

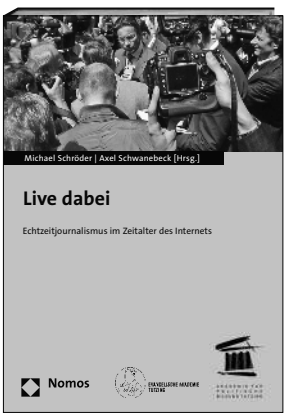
https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Thym, B. (2003). *Kultivierung durch Gerichtsshows – eine Studie unter Berücksichtigung von wahrgenommener Realitätsnähe, Nutzungsmotiven und persönlichen Erfahrungen*. München: Masterarbeit an der LMU München, epub.ub.uni-muenchen.de/285/1/MA_Thym_Barbara.pdf [27.06.2014].

Van den Bulck, J. & Beullens, K. (2009). The Relationship between Docu Soap Exposure and Adolescents' Career Aspirations. *European Journal of Communication* 22, 355-366.

Watson, M. & McMahon, M. (2005). Children's Career Development: a Research Review from a Learning Perspective. *Journal of Vocational Behavior* 67, 119-132.

Echtzeit-Journalismus
im Internetzeitalter



Live dabei

Echtzeitjournalismus im Zeitalter des Internets

Herausgegeben von Michael Schröder und Axel Schwanebeck

2014, 121 S., brosch., 19,– €
ISBN 978-3-8487-1468-1

www.nomos-shop.de/22864

Das Internet hat den Journalismus verändert. Die rasant gestiegene Schlagzahl der Nachrichtenverbreitung erhöht das Fehlerrisiko. Die Glaubwürdigkeit der Medien steht auf dem Spiel. Denn der „Echtzeit-Journalismus" verführt zur schnellen Nachricht ohne Tiefgang und Reflexion. Es geht um die Sicherung von Qualitätsjournalismus, den die Demokratie dringend braucht.

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

Nomos

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-417 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY