

Kommunikation als Beruf - Von der Schwierigkeit, Kommunikationsberufe zu erforschen

„Aber was ist das eigentlich, ein Kommunikationsberuf? Ist der Ausdruck glücklich gewählt? Welche Wirklichkeit soll er treffen? Ist ‚Kommunikation‘ nicht zu einem Modewort geworden, das, inflationär gebraucht, immer weniger inhaltliche Substanz zu bezeichnen vermag? [...] Offenbar ist es schwierig, die Grenzen des Berufsfeldes in der Realität zu bestimmen, so einfach dies in der Theorie (wenigstens auf den ersten Blick) zu sein scheint [...] Kommt es auf die Zugehörigkeit zu einem Betrieb, der eine oder mehrere Massenmedien produziert, oder auf die Mitwirkung an der [...] Gestaltung massenmedialer Inhalte an? Ist der Buchhalter bei der ‚Werbetochter‘ einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt Angehöriger eines Kommunikationsberufes oder nur der Trickzeichner, den diese Firma für ihre Werbespots beschäftigt?“ (Roegele 1978: 22 f.).

Dieses über 20 Jahre alte Zitat aus einer Publikation über »Das Spektrum der Kommunikationsberufe« führt uns direkt das grundlegende Problem der Erforschung kommunikativer Berufe deutlich vor Augen. Betrachtet man die Heterogenität der Aufgaben und Tätigkeitsfelder im Kommunikationsbereich, stellt sich auch heute noch zwangsläufig die Frage, was als Kommunikationsberuf zu bezeichnen ist und was nicht. Sind nur die Tätigkeiten als Kommunikationsberuf zu betrachten, die, in welcher Art auch immer (Journalismus, Werbung, Public Relations), beruflich Kommunikation betreiben? Oder zählt man auch die beruflichen Leistungen all derjenigen dazu, die in unterstützender, vor- und nachbereitender oder produktionstechnischer Funktion im Kommunikationsbereich arbeiten?

In der Berufsforschung wurde der Begriff des Kommunikationsberufes lange Zeit auf die Produktion und Diffusion aktueller Aussagen im Mediensystem bezogen und damit in erster Linie auf den journalistischen Beruf eingeschränkt; allenfalls erweitert um produktions- und mediatechnische Tätigkeiten. Um die Bandbreite der Medienberufe in einem Begriff fassen und abstrak-

te Aussagen über diese machen zu können, ohne sich auf die spezifischen Berufsrollen beziehen zu müssen, griff die Publizistikwissenschaft auf den Terminus des Kommunikators zurück. Dieser ist jedoch so umfassend, dass er prinzipiell jede öffentliche Kommunikation einschließt. Vor diesem Hintergrund kommen wir zu einem charakteristischen Merkmal: Kommunikation ist zwar etwas sehr Alltägliches und jeder Mensch ist ein Kommunikator, der – mehr oder weniger bewusst – jeden Tag seines Lebens in vielfältiger Weise kommuniziert. Kommunikationstätigkeiten sollen idealtypisch im Gegensatz zum alltäglichen Leben jedoch in einer beruflichen Struktur ausgeführt werden. Sie dienen u. a. dem Lebensunterhalt und legitimieren ihren Berufsstatus, indem sie bestimmte Leistungen erbringen. Zugleich stoßen wir damit auch auf eines der Grundprobleme der Kommunikationstätigkeiten: Sie ver-

beruflichen sich zwar zusehend, aber es gibt nach wie vor Bereiche, in denen die kommunikativen Aufgaben nebenberuflich erledigt werden und wo dieses zum Teil möglicherweise auch zukünftig geschehen wird.

Grundsätzlich ist zwar ein breites Verständnis des Kommunikationsberufes notwendig, wobei eine Differenzierung jedoch möglich und vor allem notwendig für die spezifischen Berufsrollen und das jeweilige berufliche Selbstverständnis ist:

Zunächst einmal lassen sich Kommunikationsberufe nach Leistungsabnehmern differenzieren. Bei journalistischen Tätigkeiten sind dies beispielsweise die Medien; die Leistungen der Werbung und der PR dienen wiederum verschiedenen Organisationen und gesellschaftlichen Akteuren. Diese Zuordnung ist generell für alle Kommunikationsberufe möglich, wobei es auch zu Überschneidungen kommen kann.

Weiterhin lassen sie sich nach unterschiedlichen Funktionen aufschlüsseln. Werbung und Public Relations z. B. kommen in der gleichen Organisation vor, jedoch mit unterschiedlichen Aufgaben versehen.

„Aber was ist das eigentlich, ein Kommunikationsberuf?“

Kommunikationsberufe divergieren nach der Art der Leistung. Sie treten als haupt- oder nebenberufliche, als verwaltende oder gestaltende, als entscheidende oder ausführende, als wirtschaftliche oder technische, als vermittelnde oder produzierende Tätigkeiten auf. Darüber hinaus können diese Tätigkeiten als freie oder angestellt erbrachte Leistung erfolgen. Diese Struktur ist ausgesprochen typisch für den Kommunikationsbereich.

Die Kommunikationswissenschaft hat auf die Frage, was ein Kommunikationsberuf ist bisher keine befriedigende Antwort gegeben, und eine umfassende Theorie der kommunikativen Berufe lässt noch auf sich warten. Die Erforschung der Kommunikationsberufe erweist sich als ungemein schwierig, da sich der Bereich nicht nur ständig ausdehnt und weiterentwickelt, sondern die theoretische Durchdringung und Erklärung der Kommunikation selbst noch lange nicht abgeschlossen ist. Dieses hat Folgen für die Menschen, die in Kommunikationsberufen arbeiten.

Folgen für die Berufsinhaber

Obwohl der Kommunikationssektor lange Zeit boomte, heißt das noch lange nicht, dass ein einheitliches Verständnis darüber besteht, was in diesem Betätigungsfeld überhaupt geleistet wird. Der gesamte Kommunikationsbereich leidet unter diffusen Berufsbildern und schwammigen Vorstellungen über Tätigkeitsbereiche und Aufgaben. Die Grenzen zwischen Journalismus, Werbung, Marketing und PR sind häufig nicht klar zu erkennen. Den vielfältigen Berufsbildern der Multimedia- und Online-Branche geht es zum großen Teil ebenso. Der Arbeitsmarkt stellt große Herausforderungen sowohl an (potenzielle) Berufsinhaber als auch an die Ausbilder.

Die Spezialisierung der verschiedenen kommunikativen Rollen ließ neue Berufe mit eigenen Qualifikationsanforderungen entstehen. Dies lenkte bereits früh den Blick auf die Fragen einer angemessenen Ausbildung, und Anfang des 20. Jh. entstanden eine Reihe von Ausbildungsstätten und -gängen (vor allem in den USA) für die unterschiedlichen kommunikativen Berufspositionen. So wurde 1908 an der Universität von Missouri die erste akademische Ausbildung für Journalisten institutionalisiert. Im PR-Bereich gehören die Anstrengungen von Edward L. Bernays zu den Pionierleistungen der PR-Ausbildung und auch im Werbe- und Filmbereich entstanden erste Angebote.

Die Ausbildungsinitiativen gingen jedoch kaum von den publizistischen bzw. zeitungswissenschaftlichen Instituten aus. Diese beteiligten sich zwar an der Diskussion, überließen es gleichwohl der Praxis, Ausbildungswege zu etablieren. Von Seite der Kommunikationspraxis bestanden und existieren auch heute noch starke Ressentiments gegenüber einer akademischen Berufsausbildung. Die These vom Begabungsberuf, der Vorwurf der Praxisferne der Universitäten und der postulierte freie Berufszugang verschleppten lange Zeit in allen Kommunikationsbereichen eine effektive Auseinandersetzung mit der Ausbildungsproblematik. Mit zunehmender Spezialisierung und Komplexität der Aufgaben und Tätigkeitsfelder verstärkte sich jedoch der Anforderungsdruck auf die Berufsinhaber und -anwärter so erheblich, dass die Berufspositionen zunehmend mit akademisch ausgebildetem Personal besetzt wurden. Ein allgemeiner Trend zur Akademisierung ist in fast allen Kommunikationsbereichen zu erkennen, wobei aber nicht von einer Fachakademisierung gesprochen werden kann. Diese findet bisher nur im kleinen Rahmen statt. Das Potential der Kommunikationswissenschaft, d. h. vor allen der Bereich der Berufsforschung, bedarfsgerechte Curricula zu entwickeln, ist auch jetzt noch nicht voll ausgeschöpft. Die Zusammenarbeit zwischen Theorie und Praxis in Ausbildungsfragen ist häufig noch stark unterentwickelt.

Halten wir also fest: Den Anforderungen der Kommunikationsberufe stehen bisher nur im beschränkten Umfang angemessene Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten gegenüber. Dabei spiegelt sich auch im Ausbildungsbereich die Vielfalt des Kommunikationssektors wider, dabei lassen sich einige wesentliche Trends bzw. Charakteristika ausmachen:

Ungeachtet des auch im Kommunikationsbereiche feststellbaren, allgemeinen Trends einer zunehmenden Akademisierung, hat sich ein duales Ausbildungssystem entwickelt. Seit Mitte der 90er Jahre gibt es eine Vielzahl staatlich anerkannter Ausbildungsberufe. So werden beispielsweise Mediengestalter in Bild und Ton, Werbe- und Medientvorlagenhersteller, Kaufmänner für audiovisuelle Medien oder IT-Elektroniker im Rahmen einer klassischen Lehre ausgebildet.

Probleme entstehen immer dann, wenn sich die Berufe über einen rein technischen oder kaufmännischen Aspekt hinaus entwickeln.

Damit entstehen Anforderungen, die im steigenden Maße ausgeprägte gestalterische, soziale und kommunikative Qualifikationen erfordern und Mitarbeiter verlangen, die neben dem technischen Know-how auch über ein Gespür für wirtschaftliche Zusammenhänge, Teamfähigkeit und Handlungs- und Steuerungskompetenzen verfügen.

Neben den oben beschriebenen Tätigkeitsfeldern, die durch klassische Auszubildende abgedeckt werden können, besteht somit ein großer Bedarf an hochqualifizierten und multifunktional einsetzbaren Arbeitskräften.

Aus den Erfordernissen der Berufspraxis ergibt sich zwangsläufig die Frage, nach Ort und Art der Ausbildung. Soll die Ausbildung für den Kommunikationsbereich an bereits bestehende Studiengänge angegliedert werden oder sind neue Studiengänge zu schaffen? Wie sehen – objektiv – die spezifischen Qualifikationen aus? Kann es eine gemeinsame Grundausbildung für Kommunikationsberufe geben? Wer entwickelt das Curriculum und wie soll es für die unterschiedlichen beruflichen Positionen aussehen? Ist die Ausbildung besser fachspezifisch oder breit ausgelegt (Spezialisten vs. Generalisten)?

Dies sind Fragen, die in den letzten 30 Jahren zwar intensiv diskutiert, aber bei weitem noch nicht ausreichend beantwortet wurden. Es lässt sich jedoch feststellen, dass die rund 60 journalistischen, kommunikations- und medienwissenschaftlichen Hochschulstudiengänge bisher den neuen Bedürfnissen nicht gewachsen sind. Jeder der Studiengänge verfügt über eigene Schwerpunktbildungen, Traditionen und Ausrichtungen, so dass sich bisher keine klare Kernidentität herausgebildet hat. Dagegen bestehen im technischen und künstlerischen Bereich verschiedenste Angebote an Fachhochschulen. Kurz gefasst kann man bereits an dieser Stelle einige grundlegende Anforderungen beschreiben, die sich an die Ausbildungsinstitutionen für Kommunikationsberufe stellen:

Die Vielfältigkeit des Kommunikationssektors verlangt nach einer Ausbildung, die Qualitätsmerkmale aus verschiedenen Wissen- und Forschungsgebieten vorsieht und vermittelt (Interdisziplinarität).

Grundlagenforschung und Anwendungsbe-

zug: Forschung und Lehre müssen ständig den Bezug zur Praxis suchen und diese in die Praxis in die Curriculum-Planung einbeziehen.

Kooperationen müssen nicht nur mit der Praxis geschlossen werden. Die Differenzierung des Kommunikationssektors erfordert eine Anerkennung neuer Berufe. Will man den Qualifikationsprofilen gerecht werden, müssen die Ausbildungslücken u. a. durch eine stärkere Koordination der bestehenden Studiengänge geschlossen werden.

Internationalisierung: Kommunikation lässt sich immer weniger nur national verstehen. Die zukünftigen Kommunikationspraktiker müssen nicht nur inhaltlich auf die Herausforderungen der zunehmenden Globalisierung vorbereitet werden. Darüber hinaus ist es auf der internationalen Ebene notwendig, einheitliche Ausbildungsgänge zu etablieren und vergleichbare Studienabschlüsse zu schaffen, um den Kommunikationstätigen von morgen auch strukturell den Weg in die internationale Arbeitswelt zu ebneten.

Eine Folge dieser nach wie vor relativ offenen akademischen Ausbildungslage ist, dass eine vielfältige Aus- und Weiterbildungslandschaft mit qualitativ sehr unterschiedlichen Angeboten in allen Kommunikationsbereichen entstanden ist. Hier stellt sich grundsätzlich die Frage, ob die derzeitige Hochschullandschaft mit all ihren Schwierigkeiten (mangelhafte Zusammenarbeit der unterschiedlichen Fakultäten, übertriebene Vorbehalte z. B. der Publizistik gegenüber neuen Kommunikationsberufen) überhaupt in der Lage ist, die Bedingungen für eine adäquate akademische Ausbildung bereitzustellen.

Die unübersichtliche Aus- und Weiterbildungslandschaft erschwert den Ein- und Umstieg in die Kommunikations-/Medienbranche erheblich. Es ist nicht einfach, für Berufsanfänger und -umsteiger den richtigen Weg in einen Kommunikationsberuf zu finden. Häufig führt nur eine erhebliche Eigeninitiative zum Erfolg.

Alle Ausbildungsinstitutionen und -gänge stehen dabei unter einem extrem hohen Veränderungs- und Anpassungsdruck. Die Kommunikations- und Medienentwicklungen sind derart schnell, dass die Ausbildungsinhalte nach kurzer Zeit den Praxisanforderungen mehrere Schritte hinterherhinken können. Hier ist noch einmal

„Kann es eine gemeinsame Grundausbildung für Kommunikationsberufe geben?“

auf die grundsätzliche Diskussion hinzuweisen: Hat die Praxis eine Bringschuld gegenüber den Ausbildungsinstituten oder müssen die Lehr-einrichtungen unter ständiger Beobachtung der Praxis Trends aufspüren und inhaltlich in ihrer Ausbildung umsetzen? Die Lösung dieses Problems kann wohl nur in der intensiven und von beiden Seiten unterstützte Kooperation von Theorie und Praxis gelingen.

Herausforderungen an die kommunikationswissenschaftliche Berufsforschung

Wie man sieht, steht die kommunikationswissenschaftliche Berufsforschung noch vor großen Herausforderungen. Ihre größte wird es sein, eine allgemeine Theorie der kommunikativen Berufe zu entwickeln. Dazu wird es notwendig sein, die verschiedenen Berufsrollen zu identifizieren und definieren; systematisch und kontinuierlich die verschiedenen Aspekte der kommunikativen Berufsfelder zu beleuchten, Trends aufzuzeigen sowie einen aktiven Part bei der Entwicklung curricularer Konzepte einzunehmen. Sie ist zugleich Beobachter und Akteur. Der Berufsforschung obliegt es, eine Rolle auszufüllen, die frei von Vorbehalten und offen für neue berufliche Entwicklungen ist. Verengt man den Blick beispielsweise auf eine idealisierte journalistische Berufsperspektive, wie es die Publizistikwissenschaft lange Zeit getan hat und unterlässt es, die jeweilige Berufsrolle kritisch zu hinterfragen und ignoriert die Entstehung neuer Berufe, verpasst man die Chance, Prozesse konstruktiv und antizipativ zu begleiten.

Auch die Berufsforschung selbst hat sich ausdifferenziert. Häufig untersuchen die Journalistik oder die PR-Berufsforschung relativ unabhängig voneinander ihre beruflichen Prozesse. Dieses ist bis zu einem gewissen Grad sicherlich notwendig, da die Bereiche spezifische Differenzen aufweisen und Ergebnisse aus den einzelnen Bereichen nicht immer 1:1 übertragbar sind. Ein Beispiel hierfür ist das aus der Journalismus-Forschung von Szyszka (1998a) übertragende Kompetenz-Modell, das nur modifiziert auf die PR übertragbar ist. Dieser Weg ist zwar mit einiger Vorsicht zu betreten, will man jedoch dem Ziel einer allgemeinen Theorie der kommunikativen Berufe näher kommen, sind diese Cross-overs unerlässlich. Neben der Erforschung der jeweiligen Kommunikationsbereiche muss eine allgemeine kommunikationswissenschaftliche Berufsforschung etabliert werden, die Unterschiede wie Gemeinsamkeiten kommunika-

tiver Berufe zusammenführt.

Die auf den Kommunikationsbereich bezogene Berufsforschung muss darüber hinaus in die allgemeine sozialwissenschaftliche Arbeits-/Bildungs- und Berufsforschung eingebettet werden. Nur mit Blick auf die allgemeinen Strukturentwicklungen des Arbeitsmarktes können auch die strukturellen Determinanten für den Kommunikationsbereich abgesteckt werden. Aber beim Rückgriff auf Befunde aus anderen Bereichen der Berufssoziologie sollte mit Bedacht vorgegangen werden, denn gerade der Kommunikationsbereich verfügt über einzigartige berufliche Strukturen, die eine Übertragung klassischer Berufskonzepte nur bedingt zulassen (vgl. Wienand 2003).



Autorin: Dr. Edith Wienand
ist Geschäftsführerin der COMDAT
Medienforschung GmbH in Münster.
Ihre Dissertation »Public Relations
als Beruf« wird im Frühjahr im West-
deutschen Verlag veröffentlicht.