



DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Fernsehen aus dem Rucksack – Eine
soziologische Analyse der Digitalisierung von
Arbeitswelten am Beispiel des
Videojournalismus“

Verfasserin

Kim Kadlec

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
(Mag.rer.soc.oec.)

Wien, April 2012	
Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A 121
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Soziologie (rechts-, sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Studienzweig)
Betreuerin:	Ao. Univ.-Prof. Dr. Eva Flicker

An dieser Stelle danke ich meinen Eltern für ihre immerwährende Unterstützung, meiner Diplomarbeitbetreuerin Univ.-Prof.in Dr.in Eva Flicker für ihre engagierte und intensive Betreuung meiner Arbeit, meinen Interviewpartnern und Interviewpartnerinnen für ihre Zeit und die offenen Gespräche und schließlich meinen Freunden und Freundinnen, die mich in der Studienabschlussphase noch einmal ordentlich motiviert und mir mit ihren Korrekturlesearbeiten sehr geholfen haben.

INHALT

1. EINLEITUNG UND FORSCHUNGSINTERESSE	7
2. SOZIALER UND MEDIALER WANDEL	13
2.1 Flexibilisierung und Beschleunigung der Arbeit	15
2.1.1 Beschleunigungsprozesse	17
2.2 Medienwandel	18
2.2.1 Die Rolle der Technologie	20
2.2.2 Wandel der Kommunikationstechnologien.....	22
2.2.3 Digitalisierung und Rationalisierung des Kulturschaffens	24
2.3 Digitaler Wandel im Journalismus	25
2.3.1 Definition Journalismus	26
2.3.2 Journalismus-Wandel	29
2.3.3 Veränderungen in der journalistischen Arbeit durch Digitalisierung.....	31
2.4 Fernsehen im Wandel.....	37
2.4.1 Dualisierung des österreichischen Fernsehmarkts.....	39
2.4.2 Digitalisierung des Antennenfernsehens und digitale Aufnahmetechnik	41
2.4.3 Digitalisierung und Konvergenz.....	44
2.4.4 Ökonomisierung der Fernsehproduktion.....	46
2.5 Berufsfeld Videojournalismus	49
2.5.1 Begriffsfindung „Videojournalismus“	49
2.5.2 Wandel der Fernsehproduktion durch Videojournalismus	53
2.5.3 Schrittweise Institutionalisierung des Videojournalismus	56
3. DER FERNSEHSENDER.....	63
3.1 Der Fernsehsender als soziales Organisationssystem	63
3.2 Die flexible Organisationsstruktur.....	65
3.3 Einsatz von Videojournalist_innen im Fernsehbetrieb	69
3.3.1 Funktional flexible Videojournalist_innen	69
3.3.2 Kostengünstige Videojournalist_innen	70
3.3.3 Der Konflikt zwischen journalistischer und ökonomischer Rationalität	72
3.4 Eine neue Organisationsstruktur durch Videojournalist_innen? - Die Idee von der Revolution im Fernsehbetrieb.....	74
3.4.1 Bürokratieabbau durch Videojournalist_innen?	75
3.4.2 „Demokratisierungsmotor“ Videojournalismus?	76
4. DER/DIE VIDEOJOURNALIST_IN	79
4.1 Die beschleunigte flexible Identität.....	79
4.2 Die günstige Alternative – Preis-Konkurrent_innen in der Fernsehbranche.....	81
4.3 DIE Videojournalistin – Geschlechtswechsel in einem Berufsfeld?	84
4.3.1 „Geschlechtswechsel“ im Fernsehjournalismus	85
4.3.2 Geschlechtersegregation: DIE Cutterin und DER Kameramann.....	88

4.3.3	Frauenberuf Videojournalist_in?	89
4.4	Videojournalist_innen als journalistische Greenhorns – von der (Nicht)-Erfüllung journalistischer Qualitätskriterien.....	91
4.4.1	Schnelligkeit vs. Qualität?	92
5.	BEFRAGUNG	97
5.1	Gegenstand und Fragestellung	97
5.2	Methodisches Vorgehen	98
5.2.1	Leitfadengestützte Problemzentrierte Expert_inneninterviews	98
5.2.2	Theoretisches Sampling	99
5.2.3	Themenanalyse	100
5.2.4	Analysedurchführung	101
5.3	Deskriptive Daten Interviewpartner_innen.....	102
5.4	Themenanalyse und Interpretation	104
5.4.1	Hybride Arbeitsfelder in der Fernsehproduktion	105
5.4.2	Videojournalist_in als Prototyp der jungen, flexiblen Arbeitskraft	108
5.4.3	Ein Arbeitsmarkt im Wandel: Fernsehproduzent_innen unter Druck	115
5.4.4	Niedriges Arbeitsprestige und fehlende berufliche Aufstiegschancen.....	122
5.4.5	Die Kamera in weiblicher Hand – Einbruch in ein männerdominiertes Berufsfeld.....	127
5.4.6	Videojournalismus als Belastungsprobe – Grenzen von Beschleunigung und Multi- Tasking	133
5.4.7	Qualität hat ihren Preis? – Einblick in eine journalistische Debatte	138
6.	ZUSAMMENFASSUNG	144
	LITERATURVERZEICHNIS	151
	Internetquellen	162
	ANHANG	165
	Interviewleitfaden	165
	Abstract	167
	Kurzzusammenfassung	168
	Curriculum Vitae	170

1. Einleitung und Forschungsinteresse

„Das Fernsehen, so wie wir es kennen, ist in spätestens fünf Jahren tot!“ (Zalbertus/Rosenblum 2003 Umschlagtext) Michael Rosenblum postulierte vor knapp zehn Jahren das Ende des Fernsehens, nicht weil Menschen in Zukunft vor schwarzen Fernsehbildschirmen in ihren Wohnzimmern säßen, sondern weil eine digitale Revolution in der Fernsehproduktion stattfinden würde. Erschüttert wird die Fernsehbranche nach Rosenblum durch die Entstehung eines neuen Berufsfeldes, dem Videojournalismus. Hervorgerufen durch die Digitalisierung der Fernsehtechnik leite dieser einen radikalen Wandel am Arbeitsmarkt „Fernsehen“ ein (Zalbertus/Rosenblum 2003: 12). Der/die Videojournalist_in, eine neue „Super-Arbeitskraft“ der Fernsehproduktion, übernimmt, so die Idee, alle Aufgaben, die in einem „klassischen“ Fernsehteam auf vier Personen - den/die Redakteur_in, die Kameraperson, die Tonassistenz und den/die Cutterin¹ - aufgeteilt sind. Beim „Videojournalismus“ handle es sich um einen „Demokratisierungsmotor“, der den Fernsehbetrieb auf den Kopf stellt (Kruse 2006: 22f). Eine gewagte Hypothese, sind doch schon manche einem Fehlschluss unterlegen, die in utopistischen Vorstellungen Medieninnovationen als revolutionär, einzigartig und qualitativ neuartig bezeichneten. Viele erwartete soziale Auswirkungen neuer Medien und Produktionsformen in Form von utopistischen oder dystopistischen Prognosen relativieren sich im Verlauf ihrer Institutionalisierung (Münch/Schmidt 2005: 2001).

Klar ist aber: „Der klassische Bewegtbildmarkt Fernsehen und damit auch die Zahl, Konstellation und Interaktion der Akteure unterliegt im Zuge der Digitalisierung Veränderungen.“ (Przybylski 2011: 212) In Österreich startete 2006 das digitale Antennenfernsehen (DVB-T) in den Regelbetrieb. In diesem Jahr war der Rundfunkempfang in 35% der TV-Haushalte bereits digitalisiert. Innerhalb weniger Jahre gelang Österreich damit zu den am weitest entwickelten Ländern Europas aufzuschließen (Digitalisierungsbericht 2006, www.rtr.at). „Die Digitalisierung und die auf dieser Technologie basierenden neuen Dienste haben in allen Bereichen der Medienbranche – von der Produktion über die Verbreitung bis zu den Endgeräten – einen grundlegenden Wandel eingeleitet, der in seiner globalen Dimension bislang ungeahnte Chancen eröffnet.“ (Seidel 2004: 70)

¹ genaue Definition siehe Kapitel 2.5.1

Aber nicht nur die Digitalisierung verändert die Medienproduktion, indem sie durch Miniaturisierung und Verbilligung von Produktionsmitteln die Basis für eine Subsummierung von ehemals arbeitsteilig organisierten Tätigkeitsfeldern schafft. Für die Einführung des Videojournalismus gibt es mehr Gründe als nur die neuen technischen Voraussetzungen durch digitale Aufnahmesysteme (Ordolff 2005: 331). Im Jahr 2001 wurde der Fernsehmarkt in Österreich liberalisiert (Seidel 2004: 25). Mit den privaten TV-Sendern entstand eine bisher nie da gewesene Konkurrenzsituation zwischen mehreren privaten und einem öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Mit der Liberalisierung des Fernsehmarktes kam es das erste Mal dazu, dass mit Puls_TV (später Puls4) ein Fernsehsender in Österreich für einen Großteil seiner Eigenproduktionen auf Videojournalist_innen setzte (vgl. Wiedner 2007: 50). Bereits mehr als 10 Jahre davor begann der New Yorker Stadtsender „New York One“ (NY1), Videojournalist_innen von Michael Rosenblum ausbilden und in weiterer Folge das gesamte Programm des 24-stündigen Nachrichtensenders von ihnen produzieren zu lassen (Kruse 2006: 30). Parallel dazu lassen sich am österreichischen Arbeitsmarkt „Fernsehen“ Veränderungen mit wirtschaftlichen und sozialen Folgen beobachten. Laut Andrea Grisold (2004) sind geschwächte Kollektivverhandlungen und neue Unsicherheiten der Arbeitskräfte zu beobachten. Die gutbezahlten, sicheren Arbeitsplätze im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind in jüngerer Vergangenheit stark reduziert worden. Es gibt eine größere Unsicherheit bei Neueintretenden und eine Segmentierung des Arbeitsmarkts in große Studios und kleine Produktionsunternehmen. Der Anteil an freiberuflich Tätigen in der Fernsehproduktion nimmt zu (Grisold 2004: 263). Flexible Arbeitskräfte bilden eine mobile Manövriermasse für Fernsehstationen.

Diese Prozesse am österreichischen Arbeitsmarkt „Fernsehen“ näher zu betrachten ist deshalb von Relevanz, weil die Medienbranche laut Anne Schulz (2002) als Trendsetterin für andere Wirtschaftsbereiche zu betrachten ist. Die für das Arbeitsfeld „Medien“ beobachtbare allzeitige Verfügbarkeit der Mitarbeiter_innen und die Verlagerung existentieller Risiken auf die Beschäftigten entwickeln sich zu Merkmalen einer modernen Arbeitswelt (Schulz 2002: 119). Eine Analyse der Entwicklung von Arbeitsprozessen im Bereich Fernsehproduktion kann demnach Aufschluss über zukünftige Veränderungen von Arbeit allgemein geben. Außerdem ist die Frage nach dem Produktionsregime am

TV-Sektor laut Grisold deswegen essentiell, weil die Produktionsbedingungen eine zentrale Rolle für den Inhalt und die Qualität der journalistischen Produkte spielen (Grisold 2004: 260). Die Frage, was Fernsehrezipient_innen wahrnehmen ist untrennbar mit der Frage verbunden, wie und unter welchen Bedingungen produziert wird. Hinter jedem Medienprodukt stehen unter Rahmenbedingungen agierende Journalist_innen. Den Wandel ihrer Arbeit bzw. den journalistischen Wandel allgemein zu analysieren, ist laut Bernd Blöbaum deshalb so wichtig, „weil Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft für das Gelingen wie auch für Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Erziehung eine bedeutende Rolle spielt, weil die vom Journalismus organisierte öffentliche Kommunikation auf der Basis von aktueller Informationsvermittlung in einer demokratischen Gesellschaft wichtig ist.“ (Blöbaum 2005: 57)

Die Analyse von Journalismus ist demnach von Wichtigkeit für die Soziologie, weil seine Funktion für eine sich verändernde Gesellschaft bedeutsam ist. Aber wie verändert sich Journalismus im Zusammenhang mit „Fernsehen“, einem Medium, das immer noch als „das Leitmedium“ gilt? Laut Österreichischem Teletest verbrachten die Österreicher_innen (ab 12 Jahren) noch nie so viel Zeit vor den Fernsehgeräten wie im Jahr 2011. Die TV-Nutzungszeit ist von 152 Minuten pro Tag im Jahr 2001 auf 167 Minuten pro Tag im Jahr 2011 gestiegen. Damit sehen die Österreicher_innen im Durchschnitt 2,8 Stunden am Tag fern. In Deutschland sind die Befunde ähnlich. Auch die Verweildauer der TV-Rezipient_innen und die TV-Reichweite steigen. Im Jahr 2011 erreichte das Fernsehen pro Tag knapp 100.000 Personen in Österreich – mehr als im Jahr 2010. 4,5 Millionen Menschen in Österreich sehen täglich fern (www.mediaresearch.orf.at).

Wenn angenommen wird, dass Arbeitsstrukturen und Prozesse der Fernsehproduktion Auswirkungen darauf haben, was Rezipient_innen am Bildschirm wahrnehmen, wenn ein journalistischer Wandel prophezeit wird, der aufgrund der wichtigen Funktion von Medien und Journalismus auf die Gesellschaft als Ganzes wirkt, und wenn Veränderungen im Arbeitsfeld „Medienproduktion“ Vorbildwirkung für die moderne Arbeitswelt haben können, lohnt es sich, in dieser Arbeit einen Blick auf die Veränderungen in der Fernsehproduktion zu werfen. Im Fokus steht das Phänomen des „Videojournalismus“, der als Prototyp eines neuen Arbeitsfeldes gilt. Anhand der

Analyse dieses Berufs und seines gesellschaftlichen Entstehungskontextes sollen die Veränderungen der Fernsehbranche und ihre soziale Relevanz skizziert werden. Die Analyse erfolgt auf drei Ebenen.

Auf der ersten, der soziologischen Makroebene, wird der Zusammenhang zwischen sozialem und medialem Wandel beschrieben. In Kapitel 2.1 geht es zunächst um die Frage, wie sich Arbeit verändert. Wie lassen sich Phänomene der Beschleunigung und der Flexibilisierung in der modernen Arbeitswelt erklären und welche Auswirkungen haben sie? Weiters wird in Kapitel 2.2 auf gesamtgesellschaftlicher Ebene der Wandel von Medien als wichtiges gesellschaftliches Funktionssystem betrachtet. In den Fokus rückt dabei die Rolle der Kommunikationstechnologien. Konkret geht es um die Frage, welche Auswirkungen die Digitalisierung auf Medien und das Kulturschaffen hat. Daran anknüpfend wird in Kapitel 2.3 diskutiert, wie sich digitaler Wandel im Bereich des Journalismus auswirkt. Welche Strukturelemente verändern sich und was heißt das für die journalistische Identität? In Kapitel 2.4 werden der Österreichische Fernsehmarkt in Hinblick auf Prozesse wie Dualisierung, Digitalisierung, Ökonomisierung und Konvergenz sowie deren Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt skizziert. Basierend auf diesen Überlegungen wird in Kapitel 2.5 der Entstehungskontext des Berufsfeldes „Videojournalismus“ beschrieben werden. Außerdem erfolgt an dieser Stelle eine genaue Definition des Begriffs „Videojournalist_in“. Eine Zusammenfassung der publizierten sozioökonomischen Daten über Videojournalist_innen beschließen diesen Teil.

Auf einer zweiten, der soziologischen Mesoebene werden die Fernsehsender ausführlich betrachtet, weil diese als Organisationen – wie in anderen Funktionssystemen – auch im Journalismus als Strukturelemente aufgefasst werden können (vgl. Blöbaum, 2005: 50). Auf der Ebene der Fernsehsender wird in Kapitel 3.1 diskutiert, wie sich Rationalitäten in Medien als soziale Organisationssysteme verändern und verschieben und welche Konflikte daraus in einem Fernsehbetrieb entstehen können. Weiters wird in Kapitel 3.2 beschrieben, wie Medienbetriebe dem wachsenden Flexibilisierungsdruck begegnen. Über welche Rationalitäten und Flexibilisierungsstrategien der Einsatz von Videojournalist_innen in einem Fernsehsender zu erklären ist, wird in Kapitel 3.3 näher ausgeführt. Daran anschließend soll in Kapitel 3.4 die These, durch Videojournalist_innen käme es zu einem Demokratisierungsprozess in einem

Fernsehsender, diskutiert werden. Außerdem wird die Frage gestellt, ob der vereinfachte Zugang zur videojournalistischen Tätigkeit generell einen gesellschaftlichen Demokratisierungsschub bringen könne.

Auf der dritten Betrachtungsebene steht der/die Videojournalist_in in Zentrum des Interesses. Über welche Prozesse sich die videojournalistische Identität formt und wie sie charakterisiert werden kann, soll in Kapitel 4.1 erläutert werden. Videojournalist_innen werden als Produkt und gleichzeitig als potentieller Motor des Konkurrenzdrucks am Arbeitsmarkt „Fernsehen“ in Kapitel 4.2 betrachtet. In Kapitel 4.3 wird der steigende Frauenanteil im Berufsfeld „Journalismus“ und ein möglicher Zusammenhang mit prekären und unsicheren Beschäftigungsformen besprochen. Daran anknüpfend wird die These eines „Geschlechtswechsels“ der Kameraarbeit formuliert. Durch den Videojournalismus – so die Idee – brechen Frauen in das männerdominierte Berufsfeld Kameraperson ein. Wenn anzunehmen ist, dass sich Videojournalismus zu einem Beruf entwickelt, den verhältnismäßig viele Frauen ausüben, muss in einem weiteren Schritt diskutiert werden, welche Veränderungen in der Arbeitsorganisation in diesem Zusammenhang zu erwarten sind. In Kapitel 4.4 wird darauf folgend die Diskussion um die journalistische und technische Qualität videojournalistischer Arbeit beleuchtet. Die Frage der Arbeitsbelastung und potentiellen Überforderung des Individuums steht hier im Mittelpunkt der Ausführungen.

Im empirischen Teil der Arbeit werden in Kapitel 5.1 zunächst Forschungsgegenstand und Fragestellung für die Erhebung skizziert. Daran anknüpfend wird in Kapitel 5.2 das methodische Vorgehen beschrieben. Nach der Darstellung der deskriptiven Daten der Interviewpartner_innen folgt in Kapitel 5.3 die Themenanalyse und Interpretation der Interviews. Zu Beginn wird versucht, über die Aussagen der interviewten Videojournalist_innen Videojournalismus als hybrides Arbeitsfeld der Fernsehproduktion zu fassen. Danach werden Informationen über sozioökonomische Eigenschaften von Videojournalist_innen eingeholt. Dabei wird den Fragen nachgegangen, wie Videojournalist_innen eingesetzt werden und welche Motive hinter ihrem Einsatz stecken; welche Folgen eine höhere Anzahl an Videojournalist_innen auf die Arbeitsorganisation in einem Fernsehsender hat, wie sich laut Einschätzung der Interviewpartner_innen die Fernsehbranche insgesamt verändert und welche Strategien Individuen anwenden, um auf veränderte Arbeitsanforderungen zu

reagieren. Weiters soll über die Frage nach dem Selbst- und Fremdbild von Videojournalist_innen das Prestige des Berufs erkundet werden. Welcher Zusammenhang besteht zwischen wahrgenommenem Berufsprestige und beobachteten Karrierewegen? Außerdem werden die Interviewpartner_innen gefragt, wie hoch der Frauenanteil ihrer Einschätzung nach unter Videojournalist_innen im Vergleich zu Kameraleuten und Redakteur_innen ist und wie dieser zu erklären sei. Welchen psychischen und physischen Belastungen Videojournalist_innen ausgesetzt sind und welche Schwierigkeiten die Anforderung des Multi-Tasking mit sich bringt, wird anhand der persönlichen Erfahrungsberichte der Interviewten erkundet. Im letzten Kapitel des empirischen Teils wird ein kurzer Einblick in die Debatte um die journalistische Qualität videojournalistischer Produkte gegeben. Ziel ist es hierbei, einen Zusammenhang zwischen einem möglichen Qualitätsverlust und der Beschleunigung der Fernsehproduktion herzustellen.

2. Sozialer und medialer Wandel

„Die Medien jedenfalls machen beim Gesellschaftstanz die Musik – sie sind wesentlich beteiligt, das Geschehen zu strukturieren.“ (Krotz 2003: 33) Medien werden von Friedrich Krotz als grundlegend für die Beschaffenheit von Gesellschaft gesehen. Sie haben einen grundlegenden Einfluss auf soziale Strukturen. Ohne Berücksichtigung der Medien und ihrer gesellschaftlichen Rolle könne laut Behmer sozialer und gesellschaftlicher Wandel kaum angemessen analysiert werden. Zu beobachten sei, dass eine Veränderung der Medien und ihr Funktionswandel stets parallel zu größeren gesellschaftlichen Veränderungen stattgefunden hat (Behmer 2003: 7). Nicht verwunderlich ist damit, dass Medien von Beginn an Thema der soziologischen Auseinandersetzung waren.

Die Geschichte mediensoziologischen Interesses in der Soziologie beleuchten Michael Jäckel und Thomas Grund (2005). Sie zeigen, dass bereits Ende des 18. Jahrhunderts die Idee aufkam, Medien als strukturierendes Element der Gesellschaft zu begreifen. Albin Woodbury Small, ein US-amerikanischer Soziologe, sieht bereits zu dieser Zeit die Aufgabe der Medien darin, „*alle Teile der Gesellschaft miteinander zu verbinden und Ordnung herzustellen.*“ (Jäckel 2005: 18) Die Forderung, sich in der Soziologie näher mit Medien und ihrer Produktion zu beschäftigen, ist erstmals bei Max Weber zu finden. Er begreift Sozialwissenschaften als Kulturwissenschaften, in denen „*Presse*“, als wichtiger Teil von Kultur, Untersuchungsgegenstand sein muss. Max Weber fordert eine „*Soziologie des Zeitungswesens, die die Zeitung als Betrieb und genutztes Produkt in ihrer Kulturbedeutung für die Moderne analysieren sollte.*“ (Hepp 2010: 10) Die Beschäftigung mit Medien sei ein wesentliches Aufgabenfeld in der Soziologie. Doch Webers eigene, geplante Studie über das Zeitungswesen ist über die Planungsphase nicht hinausgekommen und wurde trotz intensiver Vorarbeit nie durchgeführt. 1938 beschreibt der Soziologe Robert Ezra Park Konkurrenz- und Konfliktsituationen zwischen Individuen, die sich mit der Ausbreitung der Zeitung und anderen Kommunikationsmitteln wie beispielsweise Radio oder Telefon, verstärken würden (vgl. Jäckel 2005: 22f).

Zu einer wirklich breiten Auseinandersetzung mit dem Phänomen „*Massenmedien*“ kommt es in der Soziologie erst mit der Entwicklung des Mediums „*Fernsehen*“. Vermutlich prägt kein Printmedium Gesellschaft ähnlich

stark wie das Fernsehen. Pierre Bourdieu schreibt 1996 *„Durch seine Reichweite stellt das Fernsehen den Pressejournalismus und überhaupt die Welt der Kultur vor ein furchtbares Dilemma. Neben ihm scheint die Massenpresse ziemlich belanglos, die dereinst schaudern ließ.“* (Bourdieu 2009: 297) Aus einer fernsehkritischen Perspektive unterstreicht der Medienwissenschaftler Neil Postman die Wichtigkeit von Medien, insbesondere des Mediums Fernsehen, für die Gesellschaft indem er 1985 schreibt: *„Kein anderes Medium hätte die Macht, unsere Kommunikationswelt so nachhaltig zu organisieren wie es das Fernsehen tut. (...) Das Fernsehen hat den Status eines „Meta-Mediums“ erlangt – es ist zu einem Instrument geworden, das nicht nur unser Wissen über die Welt bestimmt, sondern auch unser Wissen darüber, wie man Wissen erlangt.“* (Postman 2009: 201)

Niklas Luhmann macht Massenmedien schließlich zum eigenen, großen Forschungsgegenstand, indem er ihnen in seiner Systemtheorie den Status eines Funktionssystems der modernen Gesellschaft zuschreibt, das gekennzeichnet ist durch Ausdifferenzierung und operative Schließung, also die eigenen Operationen aus sich heraus reproduziert, indem es sich an der Unterscheidung zwischen Selbstreferenz und Fremdreferenz orientiert (Luhmann 2009: 27). Die Hauptfunktion von Medien sei es, die Gesellschaft „wach“ zu halten. Durch sie würde die Bereitschaft ständig erneuert, mit Überraschungen und Störungen umzugehen (Luhmann 2009: 35). *„Die Massenmedien garantieren allen Funktionssystemen eine gesellschaftsweit akzeptierte, auch den Individuen bekannte Gegenwart, von der sie ausgehen können, wenn es um die Selektion einer systemspezifischen Vergangenheit und um die Festlegung von für das System wichtigen Zukunftserwartungen geht.“* (Luhmann 2009: 120) Damit schreibt er Massenmedien eine für die Gesellschaft und ihre anderen Systeme wesentliche Funktion zu. Sie regen Kommunikation an und halten die Gesellschaft damit stabil. Mit einem ähnlichen Argument hebt auch Michael Jäckel die Bedeutung von Massenmedien für die Erforschung gesellschaftlicher Phänomene hervor. *„Einerseits stellen Massenmedien wichtige Instanzen der Gesellschaftsbeschreibung, ja der Realitätsbeschreibung überhaupt dar. ... Andererseits erzeugt die Existenz von Massenmedien das Stattfinden von Massenkommunikation, Bedingungen, die eine spezifische Strukturiertheit von Gesellschaft ermöglichen. Sozialwissenschaftliche Stichworte sind hier z.B.*

Nationalstaat, Demokratie, funktionale Ausdifferenzierung oder Globalisierung.“ (Jäckel 2005: 93) Auch Knut Hacketier sieht Gesellschaft und Medien miteinander verwoben. Medien seien als Kulturagenten „*Agenturen der Gesellschaft mit der sich die Gesellschaft als Gesellschaft selbst erhält: Der Mensch wird durch sie als kulturelles und soziales Wesen geformt.*“ (Hacketier 2003: 449) Aber nicht nur die Rolle der Medien in Hinblick auf das Individuum wird betrachtet. Laut Thomas Steinmaurer muss eine soziologische Auseinandersetzung mit den Interdependenzen zwischen medialem und gesellschaftlichem Wandel sowohl auf der Mikro- als auch auf der Makroebene passieren. Entsprechende Modelle müssen die Wandlungsprozesse mit allen Interdependenzlinien kritisch reflektieren (Steinmaurer 2003: 115).

Manfred Mai (2003) bringt Massenmedien in Verbindung mit Demokratie als politische Herrschaftsform. Für ihn ist Pressefreiheit und eine Autonomie des Mediensystems nur in Demokratien möglich. Demokratie und Medienautonomie bilden eine Symbiose und seien wechselseitig voneinander abhängig. Nicht nur sei Medienautonomie auf ein demokratisches System angewiesen, auch Demokratie baue auf einen Meinungsbildungsprozess, in den unterschiedliche Interessen eingebracht werden können, wie es nur ein System freier Presse gewährleisten kann (Mai 2003: 258).

Will man gesellschaftliche Veränderungen beschreiben, ist eine Analyse von Medienwandel unentbehrlich. Eine Analyse sozialen Wandels ohne Einbeziehung des Mediensystems würde jedenfalls unvollständig bleiben und eine wichtige Komponente außer Acht lassen. In den nächsten Unterkapiteln sollen verschiedene Aspekte des sozialen Wandels über eine Beschreibung der Veränderungen von Medien und Arbeit mit Fokus auf die Fernsehproduktion beleuchtet werden.

2.1 Flexibilisierung und Beschleunigung der Arbeit

Richard Sennett diagnostiziert in seinem erstmals 1998 erschienen Essay „Der flexible Mensch“ für die Gegenwart eine neue Kultur des Kapitalismus. Um die Charakteristika dieser Kultur zu beschreiben, zieht Sennett den Begriff der Flexibilität heran. Wir hätten es aktuell nicht mehr mit einem traditionell kapitalistischen System sondern mit einem flexiblen Kapitalismus zu tun, der von

den Arbeitnehmer_innen verlange, „*sich flexibel zu verhalten, offen für kurzfristige Veränderungen zu sein, ständig Risiken einzugehen und weniger abhängig von Regeln und förmlichen Prozeduren zu sein.*“ (Sennett 2010: 10)

Der flexible Kapitalismus erschaffe einen neuen Arbeitscharakter, der es Firmen ermöglicht, schnell auf veränderte Nachfrage zu reagieren und sich durch permanente Innovation an den dauernden Wandel anzupassen (vgl. Sennett 2010: 64). Resultat sei eine flexible Persönlichkeit, die ohne feste Ordnung auskomme, Fragmentierungen akzeptiere, sich hochentwickelter, vielseitig einsetzbarer Maschinen bediene und in Mitten des Chaos aufblühe (vgl. Sennett 2010: 79ff).

Am Beispiel der Bäckergewerkschaft illustriert Sennett den Machtverlust der gesetzlichen Vertretungen mit der Folge, dass junge Leute keine von der Gewerkschaft kollektiv verhandelten Arbeitsverträge mehr haben, flexible Arbeitszeiten in Kauf nehmen müssen und nach Bedarf der Unternehmen arbeiten (vgl. Sennett 2010: 86). Überhaupt seien es vor allem die Jungen, die zu Prototypen der flexiblen Arbeitskraft würden. „*Aus Sicht des Unternehmens erscheint die Flexibilität der Jugend formbar – sowohl beim Eingehen von Risiken als auch beim fraglosen Gehorsam.*“ (Sennett 2010: 125) Viele junge Bewerber_innen würden flexible Arbeitsbedingungen eher hinnehmen, vor allem in Arbeitsbereichen, in denen ein Überangebot an qualifizierten, jungen Arbeitskräften bestehe. So sei es möglich, den neuen Arbeitscharakter von Beginn an zu formen (vgl. Sennett 2010: 117). Insbesondere junge Menschen würden nach Bildungsabschluss „*am regulierten deutschen Arbeitsmarkt durch befristete Beschäftigung zu einer flexiblen Manövriermasse für Unternehmen*“ schreibt Sandra Buchholz (Buchholz 2008: 13).

Unternehmen würden die Unsicherheit, der sie im Zuge von Globalisierungsprozessen ausgesetzt sind, an Arbeitnehmer_innen weitergeben und durch asymmetrische Bindungen das Risiko zukünftiger Marktentwicklungen auf Arbeitnehmer_innen verlagern (vgl. Buchholz 2008: 20). Junge Arbeitskräfte seien für asymmetrische Beschäftigungsverhältnisse besonders anfällig, weil vor allem beim Neueinstieg in die Berufswelt befristete Arbeitsverträge ausgehandelt werden (vgl. Buchholz 2008: 38). Für die Bundesrepublik Deutschland, die grundsätzlich immer noch durch ein geringes Maß an Flexibilisierung gekennzeichnet ist, prognostiziert Buchholz eine zunehmende Spaltung der Gesellschaft in eine abgesicherte und gut verdienende Gruppe etablierter

Arbeitsplatzbesitzer_innen und eine Gruppe, die schwer in stabile Beschäftigungsverhältnisse findet. Personen aus der zweiten Gruppe sind vor allem am Anfang und am Ende des Erwerbsverlaufs zu finden. Neben den älteren Arbeitnehmer_innen sind also jüngere Menschen überdurchschnittlich häufig von flexiblen Arbeitsverhältnissen betroffen (vgl. Buchholz 2008: 38).

Johannes Giesecke (2006) bezeichnet „Arbeitsmarktflexibilität“ ganz allgemein als Anpassungsmöglichkeiten des Systems „Arbeitsmarkt“ auf externe Veränderungen wie z.B. wirtschaftliche Wachstums- oder Schrumpfungsprozesse, technologischen Fortschritt oder tiefgreifende sozialstrukturelle Wandlungsprozesse (Giesecke 2006: 42). Welche Flexibilisierungsstrategien Unternehmen in diesem Kontext konkret anwenden und wie sich diese Strategien charakterisieren lassen, wird in Kapitel 3.2 näher ausgeführt.

2.1.1 Beschleunigungsprozesse

Für Hartmut Rosa (2005) sind permanente Erreichbarkeit, Flexibilisierung, De-Institutionalisierung von Praktiken, Informationsüberschuss und Güterüberfluss Charakteristika einer sich verändernden, fragmentierten Zeitstruktur in der Moderne (Rosa 2005: 203). Die Zeitstruktur in der Moderne erleben Individuen als Beschleunigung. Sie ist für Rosa die grundlegende strukturformende und kulturprägende Kraft dieser Zeit (vgl. Rosa 2004: 51).

Die Zeitpraxis ist keine Folge individueller Entscheidungen und Handlungen. Das Individuum muss nach dem Strukturprinzip der funktionalen Differenzierung der jeweiligen zeitlichen Logik des Bezugssystems folgen. Um nicht exkludiert zu werden, müssen sich Individuen an Zeitstrukturen anpassen, auch im System Arbeit. Rosa vertritt eine systemtheoretische Perspektive aus der er argumentiert, dass sich soziale Teilsysteme ständig synchronisieren müssen, um integriert zu bleiben, weil sie (zeit-)strukturell aneinander gekoppelt sind. Kommt es nun zu Beschleunigungsprozessen in einem System, hat dies (zeit-)strukturelle Auswirkungen auf andere Systeme und auf die in dem jeweiligen System agierenden Akteur_innen (vgl. Rosa 2004: 47). Passen Individuen sich den wechselnden zeitlichen Handlungsbedingungen nicht an, laufen sie Gefahr, nicht anschließen zu können. Sie müssen ihre Handlungsfähigkeit und -geschwindigkeit also ständig aktualisieren. Individuen erleben die Beschleunigung als Zwang zu

einer erhöhten Handlungsgeschwindigkeit, zu einer Verringerung von Pausen und Leerzeiten und zu einer Verdichtung von Handlungsepisoden. Diese Verdichtung passiert nicht nur durch einen schnelleren Ablauf von Handlungen, sondern auch durch ihre Überlagerung, also einer Gleichzeitigkeit von Handlungen, oft bezeichnet als „Multitasking“.

Paradox dabei scheint, dass wir durch die Zeiteinsparung keinen Zeitgewinn erzielen. Rosa erklärt dieses Phänomen wie folgt: Durch technologische Entwicklung und bessere Planung könne zwar beschleunigt werden, gleichzeitig verändern sich durch diese Beschleunigung aber auch die Zeitmaßstäbe, nach denen wir handeln (vgl. Rosa 2004: 208). Neue Fortbewegungsmittel ermöglichen ein beschleunigtes Vorankommen. Gleichzeitig muss ein Weg heute schneller zurückgelegt werden als früher. Das Zeitbudget um von A nach B zu kommen, wird allgemein knapper bemessen. Selbiges gilt für neue technische Arbeitsmittel, welche Arbeitsschritte beschleunigen oder eine Gleichzeitigkeit von Tätigkeiten ermöglichen. Wird eine neue Technik breit angewandt, kommt es nicht zu mehr Freizeit der Arbeitnehmer_innen, da Handlungen schneller durchgeführt werden. Die Zeit, die Mitarbeiter_innen für die Ausführung der Tätigkeiten zur Verfügung steht, wird der neuen möglichen Geschwindigkeit angeglichen. Ein größeres Arbeitspensum kann und muss erfüllt werden. Damit ist für Rosa klar, *„dass technische und vor allem technologische Beschleunigung als eine mächtige Triebfeder des sozialen Wandels fungiert.“* (Rosa 2004: 247) Der soziale Wandel ist wiederum eine mächtige Triebfeder der Beschleunigung des Lebenstempos. Durch diese gibt es dann einen erhöhten Bedarf an Entlastung, die man sich durch technische Beschleunigung erhofft. So treibt sich die soziale Beschleunigung selbst kontinuierlich an (vgl. Rosa 2004: 250f).

2.2 Medienwandel

Neben der Flexibilisierung der Arbeit und den gesellschaftlichen Beschleunigungsprozessen soll als dritte inhaltliche Säule dieser Arbeit der Wandel der Medien in den Fokus gerückt werden. Auch im Medienwandel spielen Beschleunigung und Arbeitsflexibilisierung eine Rolle, wie im Folgenden beschrieben werden soll. Der Gegenstandsbereich der Medien muss laut Ziemann (2011) im Verhältnis zur Gesellschaft und Kultur soziologisch ernst genommen

werden. Er sei alles andere als trivial und heute wichtiger denn je (Ziemann 2011: 160). Medienwandel darf nicht isoliert als technologischer Prozess verstanden werden, sondern muss im Verhältnis zu gesellschaftlichen Strukturen, kollektiven Phänomenen und kulturellen Praxen betrachtet werden (Ziemann 2011: 171f). Die spätmoderne Gesellschaft sei in einem größeren Ausmaß als andere Gesellschaftsformen davor, *„nachhaltig und irreversibel von der Technologie, der Eigenlogik und den Formaten des Systems der Massenmedien geprägt und abhängig“*. (Ziemann 2011: 185) Das Prinzip der Eigenlogik, aus dem heraus das System Massenmedien in Austausch mit anderen Funktionssystemen der Gesellschaft Beschleunigung erfährt, beleuchtet bereits Niklas Luhmann. *„Insofern „passen“ die Massenmedien zu der beschleunigten Eigendynamik anderer Funktionssysteme wie Wirtschaft, Wissenschaft und Politik, die die Gesellschaft ständig mit neuen Problemen konfrontieren.“* (Luhmann 2009: 35) Beschleunigung verortet Luhmann in mehreren sozialen Systemen der Gesellschaft. Die Aufgabe der Medien sei es, den Individuen zu helfen, mit dieser Beschleunigung umzugehen. Der Prozess der Beschleunigung trifft demnach auch die Medien selbst, die als eigenes soziales System im Austausch mit anderen Systemen stehen. Massenmedien würden durch die Vermittlung von Information aus sich selbst heraus den Bedarf an neuer Information erschaffen. Genauso wie das Prinzip „fresh money“, also der ständige Bedarf im System Wirtschaft, ausgegebenes Geld durch neues Geld zu ersetzen, funktioniert das Prinzip „new information“, also Information durch nicht redundante Information im System Medien zu ersetzen. Diese beiden Prinzipien sind nach Luhmann zentrale Motive der modernen Gesellschaftsdynamik (Luhmann 2009: 32). Massenmedien sind damit aus seiner systemtheoretischen Perspektive ganz allgemein als eines der durch funktionale Differenzierung entstandenen Funktionssysteme der modernen Gesellschaft zu betrachten. Grundlage für diese Differenzierung ist die technologische Entwicklung, die die massenhafte Verbreitung von Medien überhaupt erst möglich gemacht habe (vgl. Luhmann 2009: 26).

Nach Hackett wird ein gegenwärtiger gesellschaftlicher Umbruch als Resultat einer neuen Technologie, der durchgehenden Digitalisierung gesellschaftlicher Arbeits- und Lebensprozesse, verstanden (Hackett 2003: 40). Technischer Entwicklung wird damit eine grundlegende Rolle für sozialen Wandel zugeschrieben. Wichtig ist hierbei, dass Technik immer sozial und kulturell

formatiert ist, und diese kulturelle Formatierung nicht nach Prinzipien technischer Rationalität, sondern im sozialen Prozess des Austragens von Nutzungs- und Gebrauchsinteressen entschieden wird (Hickethier 2003: 509). *„Bestimmte Gesellschaftsstrukturen ermöglichen erst die Erfindung wie Durchsetzung einer Medientechnologie; und die Implementierung einer neuen Medientechnologie wiederum verändert gesellschaftliche Prozesse.“* (Ziemann, 2011: 159) Nach Wersig ist der Durchbruch einer Technik immer erst erfolgt als es das Bedürfnis bei den Menschen gab, diese zu gebrauchen und sie gleichzeitig die ökonomischen Möglichkeiten hatten, sie auch tatsächlich zu verwenden. Erst mit der Leistbarkeit der Technik konnte auch ein Markt für ihre Verbreitung geschaffen werden. Voraussetzung dafür ist jedoch immer eine Technologie, die eine Bedürfnislücke füllt oder Leistungen verbilligt. Genauso hätte es sich auch bei Gutenberg und der Erfindung der Druckerpresse zugetragen (Wersig 2003: 57). Auch Schmidt meint, es hängt zwar von gesellschaftlichen Strukturen und organisatorischen Voraussetzungen ab, ob ein Medium akzeptiert werde, gleichzeitig stünden soziale Entwicklungen in engem Zusammenhang mit der Veränderung eines Mediensystems der Gesellschaft, die durch die Durchsetzung einer neuen allgemein nutzbaren Medientechnologie ausgelöst wird (Schmidt 2003: 138). Der Technologie wird damit eine tragende Rolle in dem Prozess medialen und sozialen Wandels zugeschrieben. Ob ihrer Wichtigkeit soll der technischen Entwicklung im nächsten Kapitel gesondert Aufmerksamkeit geschenkt werden.

2.2.1 Die Rolle der Technologie

„Für die Ausdifferenzierung eines Systems der Massenmedien dürfte die ausschlaggebende Errungenschaft in der Erfindung von Verbreitungstechnologien gelegen haben, die eine Interaktion unter Anwesenden nicht nur einsparen, sondern für die eigenen Kommunikationen der Massenmedien wirksam ausschließen.“ (Luhmann 2009: 26) Die Rolle der Technik in Hinblick auf die Entstehung und Verbreitung von Massenmedien ist für Niklas Luhmann eindeutig. Was das Münzgeld für das Wirtschaftssystem bedeute, bedeute technische Entwicklung für das Mediensystem. Geld und Technik sind für Luhmann jeweils die Basis für die Herausbildung und den Erhalt

der Systeme. Vereinfacht könnte man sagen, dass technische Innovationen neue Medien erst entstehen lassen und damit die Ausdifferenzierung des Mediensystems überhaupt erst ermöglichen. Die Verbreitung eines Mediums und dessen Gebrauch werden immer erst durch technische Entwicklung möglich. *„Am Anfang stand die Technik und der Traum von der Aufzeichnung und Übertragung bewegter Bilder, (...)“* (Grisko 2009: 13) heißt es in der Einleitung zu dem Sammelband *„Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens“*. Aus diesem Zitat darf jedoch keinesfalls geschlossen werden, dass Technik als Ausgangspunkt gesellschaftlicher Entwicklung zu sehen ist. Technik wird immer bereits in einem gesellschaftlichen Kontext entwickelt und existiert nicht per se. Auch gesellschaftliche Machtverhältnisse spiegeln sich in der Technikentwicklung wider und werden durch die Gebrauchsmöglichkeiten der Technik gestärkt oder verändert. Technikentwicklung ist kein neutraler Faktor, der Gesellschaftsentwicklung vorantreibt, sondern ein sozialer Prozess.

Wer mit welchem Ziel und wessen Geldern an Technikforschung und –entwicklung beteiligt ist, hat Auswirkungen auf das Forschungsergebnis. Auch die Komponente „Geschlecht“ trägt als sozialer Faktor zur Konstruktion von Technik bei, wie Anja Tiggers näher ausführt: *„Unter der theoretischen Perspektive der „social construction of technology“ bzw. der „social shaping of technology“ haben TechniksoziologInnen herausgearbeitet, dass sich gesellschaftliche und kulturelle Aspekte, insofern in der Technik und dem technischen Wandel wieder finden, als die „soziale Konstellation“ (gesellschaftliche Akteure, kulturelle Muster, Leitbilder, wirtschaftliche, militärische und staatliche Interessen) in den Prozess der Technikentwicklung- und -produktion einfließen und die Entscheidung für oder gegen eine Technologie entscheidend mitbedingen.“* (Tiggers 2008: 20) Frauen und Männer können nach Tiggers ihre Interessen in der Technikentwicklung nicht in gleichem Maße durchsetzen. Männer sind vorrangig an der Technikentwicklung beteiligt und haben damit größere Einflussmöglichkeiten darauf, in welche Richtung geforscht wird und was und wie entwickelt wird. Das ungleiche Machtverhältnis der Geschlechter spiegelt sich in der Technik wider.

Neil Postman (2009) beschäftigt sich mit der Frage des Technikgebrauchs konkret in Hinblick auf das Medium „Fernsehen“. Er betont, dass es nicht auf die Technik an sich ankomme, sondern auf deren Gebrauch, der immer sozial bestimmt ist.

Postman verweist in diesem Zusammenhang auf den Unterschied von „Technik“ und „Medium“: *„Die Technik verhält sich zum Medium wie das Gehirn zum Verstand oder zum Denken. So wie das Gehirn ist die Technik ein gegenständlicher Apparat. So wie der Verstand ist das Medium die Art und Weise, in der man einen solchen materiellen Apparat gebraucht. (...) Technik ist bloß eine Maschine; das Medium ist die soziale und intellektuelle Umwelt, die von einer Maschine hervorgebracht wird.“* (Postman 2009: 204) Der Technik sind Nutzungsmöglichkeiten inhärent. Genauso verhält es sich mit der Technik des Fernsehens. Während die Druckerpresse die Benutzung als sprachliches Medium vorgibt, ist es logisch, dass das Fernsehen nicht als solches benutzt wird (Postman 2009: 204). Der Hinweis, dass aber bereits die Entwicklung der Technik sozial konnotiert ist, kann bei Postman nicht gefunden werden. Für diese Arbeit soll aber das Verständnis einer sozial geformten Technikentwicklung als Basis für Medien- und Arbeitswandel und deren Verbindung im konkreten Forschungsfeld „Fernsehproduktion“ von Bedeutung sein. Technik verändert soziale Umwelt, geht aber gleichzeitig bereits aus einer sich verändernden Umwelt hervor. Weiters sollen Nutzungsmöglichkeiten der Technik als nicht determiniert betrachtet werden. Postmans Argumentation kann hier nur zum Teil gefolgt werden. Zwar kann die Nutzung des Mediums durch die Art des Mediums und dessen Technik beeinflusst, aber sicher nicht zur Gänze vorgegeben werden. Den Individuen darf die Nutzungsgewalt über das Medium nicht abgesprochen werden. Sie sind keine passiven Akteur_innen, sondern können die Art und Weise der Nutzung eines Mediums mitbestimmen.

2.2.2 Wandel der Kommunikationstechnologien

Von einem Einfluss technischer Entwicklungen und neuer Kommunikationswege auf soziale Verhältnisse geht auch Alfred Smudits 2002 aus. In seinem Werk „Mediamorphosen des Kulturschaffens“ analysiert er Veränderungen des Kulturschaffens, die er als Teil sozialen Wandels begreift. Technischer Wandel führt zu sozialem Wandel, wobei er betont, dass es sich hierbei nicht um ein einseitiges Verständnis einer Ursache-Wirkungs-Beziehung handelt. Es gibt Auswirkungen technischer Entwicklungen auf Produktions- und Distributionsbedingungen, gleichzeitig werden auch technische Entwicklungen

gesellschaftlich bestimmt. Es handelt sich um eine Wechselwirkung. Jene Veränderungen in den technischen Voraussetzungen der Medienkommunikation, die gravierende Auswirkungen darauf haben, was mit welchen Hilfsmitteln von welchen Berufsgruppen produziert wird, nennt Smudits „Mediamorphosen“.

„Mediamorphosen umfassen den gesamten Bereich der kulturellen Kommunikation. Wenn neue Kommunikationstechnologien auf den Plan treten, verändern sich sowohl Produktions-, wie Distributions- und Rezeptionsbedingungen.“ (Smudits 2002: 91)

In einem historischen Abriss ließen sich fünf große Mediamorphosen beschreiben. Die erste Mediamorphose ist gekennzeichnet durch die Entstehung der Schriftzeichen, wodurch graphische Reproduzierbarkeit erst möglich gemacht wird. Die nächste große Umbruchsphase nennt Smudits graphische Mediamorphose, die durch die Erfindung des Buchdrucks gekennzeichnet ist. Danach folgt die chemisch-mechanische Mediamorphose, in die die Entwicklung von Fotografie, Film, Grammophon und Schallplatten fällt. Die vierte Phase in der Entwicklung neuer Kommunikationstechnologien bezeichnet Smudits als elektronische Mediamorphose, die Hörfunk und Fernsehen hervorbrachte. Die fünfte und bis jetzt letzte Phase sei die digitale Mediamorphose, gekennzeichnet durch die Verbreitung des Computers und die damit einhergehende Digitalisierung. Auf die Phase der letzten Mediamorphose und ihre Auswirkungen in den Bereichen des Kulturschaffens allgemein, aber auch spezifischer im Journalismus und der Fernsehproduktion, soll im Folgenden noch näher eingegangen werden.

Gemeinsam ist den fünf Hauptmediamorphosen, die jeweils noch in Untergruppen unterteilt werden können, dass sie gravierende Auswirkungen auf das Kulturschaffen haben, weil neue Geräte einer neuen Handhabung bedürfen. Sie schaffen neue Kommunikationsmöglichkeiten, Produktions- und Arbeitsbedingungen und anderes Nachfrage- und Konsumverhalten was die Kulturgüter betrifft. Mit jeder Mediamorphose entstehen neue Berufsfelder und alte verschwinden. Zu illustrieren ist das zum Beispiel an der Entwicklung der Druckerpresse, durch welche sich die Schreib- und Lesekultur erst ausbreitete. Durch die Nutzung der Druckerpresse wurden Druckereien und Verlage gegründet. Es brauchte neue Fertigkeiten, die zu neuen Berufen, wie die des Schriftsetzers/ der Schriftsetzerin und des Verlegers/ der Verlegerin führten. Auch Schriftsteller_innen wurde es durch die Druckerpresse und die aufkommende

kommerzielle Verbreitung ihrer Werke erst ermöglicht, ihren Lebensunterhalt zu bestreiten und damit ihre Profession als Beruf auszuüben. Andere Berufe verschwanden in Phasen neuer Mediamorphosen. Als Beispiel kann hier der Beruf des Schriftsetzers/ der Schriftsetzerin angeführt werden. Die Entwicklung des Offsetdrucks und die Nutzung von Layoutprogrammen machte das Aneinanderreihen von in Blei gegossenen Schriftzeilen obsolet. Mit jeder Mediamorphose müssen Individuen eine höhere Technikkompetenz aufweisen, gleichzeitig werden andere Kompetenzen nicht mehr nachgefragt.

2.2.3 Digitalisierung und Rationalisierung des Kulturschaffens

In der Phase der digitalen Mediamorphose werden durch die Nutzung des Computers Arbeitsschritte rationalisiert. *„Mit der Digitalisierung wird nach der Reproduktion kultureller Güter auch deren Produktion rationalisiert.“* (Smudits 2002: 167) Komponist_innen könnten mit Hilfe des Computers schon beim Komponieren selbst Musikinstrumente spielen oder Musikeffekte hinzufügen. Das heißt, dass immer weniger Musiker_innen für die Aufnahme in einem Tonstudio notwendig sind. Die Arbeit wird laut Smudits technikintensiver und technikbewusster. Es bildet sich ein neuer Typ von Kulturschaffenden heraus, der/die Künstlertechniker_in oder der/die Medienkünstler_in. Neue Medien werden genutzt bis sie in der Kunstproduktion kaum mehr wegzudenken sind. So wird auch der Unterschied im Tätigkeitsbereich zwischen Künstler_innen und Techniker_innen immer geringer (Smudits 2002: 179).

Am Arbeitsmarkt kommt es für Kulturschaffende zu einer zunehmenden Flexibilisierung und Prekarisierung. Während in der elektronischen Mediamorphose Produktionsmittel für Einzelne immer unerschwinglicher wurden (z.B. professionelle Ton- und Filmstudios), ist es in der digitalen Mediamorphose genau umgekehrt, führt Smudits aus. Durch die Digitalisierung werden kleinere, billigere Gerätschaften entwickelt, die leichter erschwinglich sind. Der Zugang zu Produktionsmitteln wird erleichtert und Arbeitsteilung ist so nicht mehr zwingend notwendig. Eine Person oder einige wenige Personen sind in der Lage, für ihre Produktionsmittel selbst aufzukommen. Die Unternehmen in der Film- und Musikindustrie reagieren mit „Outsourcing“ kreativer Arbeitseinheiten an Kleinstunternehmen, um Kosten zu sparen. Zur Zeit der elektronischen

Mediamorphose war die Entstehung dieser Kleinstunternehmen gar nicht möglich, weil es alle Ressourcen gesprengt hätte, so teures Equipment anzuschaffen und zu warten (Smudits 2002: 182). Nun braucht es nur mehr einen beschränkten Ressourceneinsatz, um eine CD oder ein Video aufzunehmen. Eine Person kann mehrere Arbeiten gleichzeitig oder hintereinander ausführen, Arbeit wird „formal subsumiert“. So kann auch ein Ein-Personen-Unternehmen in die Branche einsteigen. Die Tendenz zur Auslagerung von Arbeiten an Kleinstunternehmen beginnt laut Smudits etwa seit den 1980er Jahren (Smudits 2002: 183). Von da an stieg die Zahl der atypischen Beschäftigungsformen. Sie sind durch Flexibilität, Mobilität, Projektarbeit, kurzfristige Verträge, Teilzeitbeschäftigung, freiwillige oder sehr schlecht bezahlte Aktivitäten, arbeitgeberähnliche Beschäftigte oder Scheinselbstständige/ Freiberufler_innen gekennzeichnet. Diese Tendenzen sind im Bereich des Kulturschaffens klar erkennbar. Die soziale Lage von atypisch Beschäftigten verschlechterte sich (Smudits 2002: 185).

Auch Hartmut Rosa (2005) widmet der „Digitalisierung“ als bisher letzte „Beschleunigungswelle“ in seiner Theorie sozialer Beschleunigung besondere Aufmerksamkeit. Er spricht von einer digitalen Revolution, die kurz darauf auch zu einer mobilen Revolution werde (Smudits 2010: 336). Digitale Informationsübermittlung wirkt als technischer Beschleunigungsgenerator. Das Ende der Beschleunigungsmöglichkeit digitaler Datenübertragung ist noch lange nicht erreicht, erst Lichtgeschwindigkeit wäre die Grenze. Durch die rascheren Datenübermittlungsmöglichkeiten werde der Beschleunigungsdruck auf die Datengenerierung immer größer. Wenn ein Produkt immer schneller übertragen werden kann, muss es auch immer schneller produziert werden (Smudits 2010: 128). Führt man Smudits und Rosas Gedanken zusammen, muss davon ausgegangen werden, dass in der digitalen Mediamorphose des Kulturschaffens die Kulturprodukte beschleunigt produziert werden. Die Digitalisierung der Übertragungswege von Kulturprodukten erhöht den Druck auf die Kulturproduzent_innen, diese schneller herzustellen.

2.3 Digitaler Wandel im Journalismus

Dem Journalismus als kulturschaffendes Arbeitsfeld, soll in diesem Kapitel besonderes Interesse entgegen gebracht werden. Ziel ist es, die Auswirkungen der

sich verändernden Kommunikationstechnologien und im Speziellen der Digitalisierung auf den Wandel journalistischer Praxis näher zu betrachten. Dazu muss in einem ersten Schritt das Berufsfeld „Journalismus“ näher definiert werden.

2.3.1 Definition Journalismus

Für den Begriff „Journalismus“ gibt es keine allgemein gültige Beschreibung oder Definition. Rudolf Stöger (2005) definiert die Herausbildung des modernen Journalismus über fünf Kriterien. Die journalistische Produktion muss erstens seriell oder kontinuierlich passieren. Zweitens müssen sich Journalist_innen von verwandten Berufen, wie Gesandte_r, Geheimagent_in, Korrespondent_in, Schriftsteller_in emanzipiert haben. Weiters unterscheidet sich moderner Journalismus in seiner Produktionsweise deutlich von der Ökonomie der Buchwirtschaft. Viertens braucht Journalismus eine eigene publizistische-redaktionelle Linie. Daraus entwickelt sich fünftens als logische Konsequenz das Selbst- und Fremdbild des Journalismus (vgl. Stöger 2005: 35).

Nach Johannes Raabe (2005) bestimmt der wissenschaftliche Zugang die Definition von Journalismus. Die frühere akademische Journalismuslehre bestimmte Journalismus über Merkmale der Begabung und charakterliche Eigenschaften. Personen würden über diese als Journalist_innen definiert werden. Der traditionell empirische Weg ist es, Journalist_innen über ihren Berufszusammenhang zu fassen. Gesucht wird nach Einstellungen von Journalist_innen, die ihr publizistisches Handeln erklären. Sozialer Wandel wird dieser Vorstellung nach durch das Selbstverständnis und die Einstellung von Journalist_innen vorangetrieben, weil diese in der Überbringung neuer Ideen eine Vermittler_innenrolle haben. Die systemtheoretisch basierte Journalismusforschung betrachtet Journalismus als Sozialsystem moderner Gesellschaften. Für die öffentliche Kommunikation Themen bereitzustellen, ist die Funktion des journalistischen Systems. Das Akteur_innenhandeln wird aus einer systemtheoretischen Perspektive ausgeblendet (vgl. Raabe: 2005, 63f).

Im Rahmen dieser Arbeit sollen Journalist_innen über den Beruf definiert werden, um sie empirisch fassen zu können. In Österreich ist „Journalismus“ ein freier Beruf. Es gibt weder formale Kriterien, die den Zugang zum Beruf „Journalist_in“ beschränken, noch einheitliche formale Ausbildungswege (vgl. Rahofer 2010).

Zurückzuführen ist das auf Artikel 13 des Österreichischen Staatsgrundgesetzes, der besagt: *„Jedermann hat das Recht, durch Wort, Schrift, Druck oder durch bildliche Darstellung seine Meinung innerhalb der gesetzlichen Schranken frei zu äußern. Die Presse darf weder unter Censur gestellt, noch durch das Concessions-System beschränkt werden.“* (vgl. *Österr. Bundesrecht*) In Deutschland ist es Artikel 5 des Grundgesetzes der Bundesrepublik, der Ähnliches besagt und damit den freien Zugang zum Journalismus festschreibt. Laut Sandra Lieske (2008) muss die verfassungsrechtliche Verankerung in Zusammenhang mit der jüngeren Geschichte gesehen werden. Im dritten Reich war es beispielsweise nur wenigen Personen erlaubt, journalistisch zu arbeiten (vgl. Lieske 2008: 26). Für ein demokratisches politisches System kann der freie Zugang zu journalistischer Arbeit als wichtiger Eckpfeiler betrachtet werden. Auf gesetzliche Grundlagen zur Einengung des Begriffs „Journalismus“ kann demnach nicht zurückgegriffen werden.

Die Autor_innen des Österreichischen Journalistenreports machen daher den Vorschlag, die Berufsgruppe über Mitgliederlisten von Kammern und Interessensvertretungen zu fassen (vgl. Kaltenbrunner 2007: 11). In der österreichischen Journalistengewerkschaft ist jedoch nur ein Teil der Journalist_innen organisiert. Weiters können die Absolvent_innen der FH-Studiengänge für „Journalismus“ herangezogen werden. Aber auch diese Strategie scheint für eine empirische Erhebung wenig sinnvoll, weil unterschiedliche Bildungs- und Berufshintergründe es zulassen, den journalistischen Beruf auszuüben.

Sinnvoll erscheint es daher, Journalist_innen über ihre Tätigkeiten zu definieren. Sandra Lieske (2008) betont, dass es sich bei Journalist_innen *„um Personen handelt, die an der Produktion von Medieninhalten geistig beziehungsweise intellektuell beteiligt sind. Personen die ausschließlich mit technischen Dienstleistungen betraut sind, gelten demnach nicht als Journalisten. Das heißt allerdings nicht, dass Journalisten nicht gleichzeitig auch im technischen Bereich aktiv sein können.“* (Lieske 2008: 26) Personen, die rein technisch an der journalistischen Produktion beteiligt sind, werden der Definition nach nicht als Journalist_innen bezeichnet. Ihnen werden je nach Aufgabenfeld andere Berufsbezeichnungen zugeschrieben. Nun ergibt sich aber das Problem, dass auch Personen im Bereich Öffentlichkeits- und Pressearbeit mit journalistischen

Tätigkeiten wie Recherchieren, Publizieren oder auch Redigieren beschäftigt sind. Außerdem muss eine journalistische Tätigkeit nicht zwingend beruflich ausgeführt werden. Sie kann reine Nebenbeschäftigung sein. Sollen hauptberuflich tätige Journalist_innen erfasst werden, muss ein diesbezügliches Kriterium in die Definition mit einfließen. So könnte gesagt werden: „*Als Journalist gilt, wer nach den Regeln journalistischen Arbeitens den überwiegenden Teil seines Einkommens aus dieser Tätigkeit erwirtschaftet.*“ (Kaltenbrunner 2007: 11) Aus der Überlegung sowohl die hauptberufliche Tätigkeit als auch die journalistischen Kriterien in die Definition aufzunehmen, schlagen die Autor_innen des Österreichischen Journalistenreport folgende Definition für Journalist_innen vor: „*Sie sind als Angestellte tätig oder als Pauschalisten, die nicht angestellt sind, aber trotzdem über ein fix vereinbartes monatliches Honorar verfügen. Oder sie arbeiten als ständig freie Mitarbeiter, die regelmäßig in einem Medienunternehmen aus journalistischer Tätigkeit mehr als 1.000 Euro verdienen.*“ (Kaltenbrunner 2007: 17) Dem österreichischen Mediengesetz kann entnommen werden, was als Medienunternehmen gilt, aber was unter „journalistischer Tätigkeit“ verstanden werden kann, ist weniger klar. Daniel Kupka verweist in seiner Diplomarbeit (2006) auf den vom Vorsitzenden des deutschen Journalistenverbandes, Siegfried Weischberger, geschaffenen Kompetenzkatalog. Dieser besagt, dass Journalist_innen um journalistische Tätigkeit auszuführen, Sach-, Fach-, Vermittlungskompetenz und ergänzend dazu Technikkompetenz vorweisen müssen. Vom journalistischen Tätigkeitsprofil ist abhängig, welche der vier Kompetenzen stärker ausgeprägt sein muss und welche schwächer ausgeprägt sein kann. Weischberger versteht unter Fachkompetenz journalistische handwerkliche Fähigkeiten, wie Recherchetechniken, Nachrichtenselektion, usw. Sachkompetenz ist das Wissen, welches ein_e Journalist_in auf seinem/ihrem inhaltlichen Spezialgebiet hat. Unter Vermittlungskompetenz versteht Weischberger die Fähigkeit, den technischen Möglichkeiten des Mediums entsprechend Nachrichten zielgruppengerecht zu verbreiten. Technikkompetenz beschreibt die Fähigkeit im Umgang mit technischen Geräten, die zur Nachrichtenproduktion nötig ist (vgl. Kupka 2006: 9f).

2.3.2 Journalismus-Wandel

Wenn journalistischer Wandel beschrieben wird, muss zunächst einmal geklärt werden, was unter dem Begriff „Wandel“ zu verstehen ist. Nicht jede Veränderung bedeutet auch Wandel, meint Bernd Blöbaum (2005). Wechselt ein_e Journalist_in den/die Arbeitgeber_in oder von einer Redaktion in die andere, ist das zwar eine Veränderung, aber noch kein journalistischer Wandel. Es muss zu mehr Veränderungen kommen, wie beispielsweise die Auflösung eines bestimmten Zeitungstyps, um von einem Wandel zu sprechen. Der Begriff „Wandel“ darf weiters nicht als Synonym für die Begriffe „Entwicklung“ und „Evolution“ verwendet werden, weil diese auf die Entstehungskontexte des Neuen, des Anderen fokussieren. Der Begriff „Fortschritt“ lädt diesen Prozess noch zusätzlich positiv aufladen (Blöbaum vgl. 2005: 43).

Blöbaum begreift Wandel im Verständnis der soziologischen Systemtheorie als Strukturwandel. Diesem Verständnis wird in der vorliegenden Arbeit gefolgt. Für die Analyse eines Wandels im Journalismus müssen demnach Veränderungen der journalistischen Strukturelemente beschrieben werden. Dazu gehört laut Blöbaum die Frage, ob etwas Neues das Alte ablöst oder ob es zu Prozessen der Differenzierung oder Ent-Differenzierung kommt. Außerdem ist in Hinblick auf die Umweltbeziehungen des journalistischen Systems zu fragen, welche Motive und Konstellationen den Wandel begünstigen. Zu analysieren ist schließlich auch ob es zu Strukturzerstörungen oder -überformungen kommt. Kommt es durch Erosion zu einem journalistischen Funktionsverlust, kann laut Blöbaum sogar die Leistungsfähigkeit eines unabhängigen Journalismus in der demokratischen Gesellschaft bedroht sein (vgl. Blöbaum 2005: 45).

Rudolf Stöber (2005) verortet die ersten professionellen Journalist_innen Ende des 17. Jahrhunderts. Zu einer verstärkten Durchsetzung des modernen Journalismus kam es pragmatisch gesehen gegen Ende des 19. Jahrhunderts, wobei Stöger meint, dass genau genommen erst im zweiten Drittel des 20. Jahrhunderts der moderne Journalismus zum allgemein verbindlichen Rollenbild geworden ist. Vorher, in der Weimarer Zeit könne nur von einem „*Zeitungsfachmann*“ oder „*Alleinredakteur*“ gesprochen werden. „*Die Zeitungsfachleute waren jedoch eine Art schlecht bezahlter Universal-Dilettanten für alle Aufgaben, die von der Redaktion bis zur Kunden- und Anzeigenakquise*

sowie der Expedition reichten.“ (Stöber 2005: 22) Eine Person, die in einem Blatt sowohl journalistische Aufgaben als auch wirtschaftliche Aufgaben erfüllte, kann demnach nicht als Journalist_in bezeichnet werden - ein Gedanke der beim Thema Outsourcing und Subsummierung von Tätigkeiten noch einmal aufgegriffen wird. Basis für die Veränderungen des journalistischen Berufs im 19. Jahrhundert sind nach Stöber neue Techniken gewesen. Die Massenpresse wäre ohne die Schnell- und Rotationspresse, sowie die Setzmaschine nicht entstanden. Auch Berufsrollen, wie die des Reporters/der Reporterin oder auch journalistische Formen, wie das Interview wurden durch die neuen Techniken geprägt. Ähnliches kann im 20. Jahrhundert beobachtet werden, wo elektronische Medien neue Berufsfelder erschufen. Ohne das Medium Radio gäbe es beispielsweise keine Rundfunkreporter_innen (Stöber 2005: 34). Blöbaum führt auch Beispiele für Berufe an, die durch technische Veränderungen verschwanden. *„Für Veränderungen im Medienbereich lassen sich zahlreiche Beobachtungen anführen: In Redaktionen haben Computer und Redaktionssysteme die Schreibmaschinen, Redaktionsboten, Korrektoren und Metteure ersetzt. Hörfunkjournalisten schneiden ihre Beiträge häufig am heimischen PC und brauchen keine Schnitttermine im Studio mehr.“* (Blöbaum 2005: 41) Hier kann von Wandlungsprozessen gesprochen werden, weil ihre Auswirkungen erstens neue Medien hervorrufen und zweitens gravierende Änderungen im Produktionsprozess bestehender Medien bewirken, was wiederum in vielen Fällen das journalistische Produkt verändert. Wenn aus Kostengründen Budget für Redaktionspersonal gekürzt wird, weniger Zeit für Recherche eingeräumt wird oder aus Zeitgründen die Übernahme von fremdproduzierten Beiträgen zunimmt, wirkt sich das genauso wie die Technikentwicklung (Einführung des Telefons, des Internets) direkt auf das journalistische Handeln aus (vgl. Raabe 2005: 78). Technik und Ökonomie gehen laut Stöber journalistischem Wandel ursächlich voraus und treiben ihn weiter voran. Der kulturelle und rechtspolitische Diskurs über journalistischen Wandel begleite ihn, sei aber nicht ursächlich mit ihm verknüpft, sondern immer erst Folge von Wandlungsprozessen (vgl. Stöber 2005: 36). Politik und Gesetzgebung reagieren, lösen journalistischen Wandel also nicht aus, sondern sind gezwungen ihm zu begegnen.

2.3.3 Veränderungen in der journalistischen Arbeit durch Digitalisierung

Smudits (2002) spricht, wie bereits ausgeführt, von der Digitalisierung als bisher fünfte große Wandlungsphase des Kulturschaffens. Auch im Journalismus kann von einem durch Digitalisierung angestoßenen allgemeinen Wandlungsprozess gesprochen werden wie im Folgenden kurz umrissen wird. Durch die Digitalisierung entsteht mit dem Internet das in seinen gesellschaftlichen Auswirkungen wohl am heißesten diskutierte Medium der letzten Jahre. Diese Diskussion soll an dieser Stelle zwar nicht ausführlich beleuchtet werden, allerdings muss, obwohl der Fokus dieser Arbeit auf dem Wandel der journalistischen Fernsehproduktion liegt, zu einem näheren Verständnis des allgemeinen Wandels der journalistischen Praxis das Medium „Internet“ kurz Erwähnung finden. Die Analyse erfolgt jedoch aufgrund des anders gelagerten Forschungsinteresses nur sehr knapp.

2.3.3.1 Digitalisierung als Beschleunigungsmotor

Von Interesse für die Betrachtung von journalistischem Wandel ist, dass sich mit dem Medium „Internet“ eine eigene journalistische Berufssparte entwickelte, der Onlinejournalismus. Es werden Online-Redaktionen geschaffen, die gekoppelt an Printmedien oder völlig eigenständig agieren. Es gibt Blogs, Podcasts und Videos, produziert von Journalist_innen, anderen Berufsgruppen oder Laien und Personen, die über ihr Tätigkeitsprofil nicht eindeutig zuzuordnen sind. Aus systemtheoretischer Perspektive müssen sich Prozesse im journalistischen System zwangsläufig beschleunigen wenn Prozesse in anderen Systemen der Gesellschaft immer schneller ablaufen. Beispielsweise kann Geld im Wirtschaftssystem in digitaler Weise per Knopfdruck um die Welt geschickt werden, Aktien können sekundenschnell fallen oder steigen. Wenn Veränderungen sekundenschnell passieren und es theoretisch möglich ist, auch sekundenschnell über diese zu berichten, wird danach verlangt. *„Das Transportmedium Internet ermöglicht es, Informationen in Echtzeit an jeden Punkt der Erde zu senden bzw. von überall abgerufen zu werden! Für redaktionelle Medien ergeben sich durch diese Ubiquität, die Hypertextualität in Kombination mit audio-visuellen Elementen, Interaktivität, Such- und Dateifunktionen neue Möglichkeiten, die gleichzeitig für den Rezipienten mit einer Reihe von Anforderungen verbunden sind.“* (Payrhuber

2004: 155) Die Zeitspanne zwischen einem Ereignis und dem Bericht darüber wird durch das Medium „Internet“ und die Digitalisierung immer kürzer, bis hin zur Möglichkeit der Live-Darbietung. Online-Journalist_innen können über Live-Ticker in Echtzeit über ein Ereignis berichten. Pressekonferenzen und politische Reden können live per Internetleitung online übertragen werden. Ton und Filmsequenzen können sowohl in Echtzeit abgerufen werden als auch zeitverzögert immer wieder gesehen werden. Die Periodizität der Medienerscheinungen wird durch permanente Aktualität ersetzt. Medieninhalte können rund um die Uhr von Rezipient_innen abgerufen und müssen auch rund um die Uhr von Journalist_innen aktualisiert werden. Die Technik verursacht keine Zeitverzögerung mehr. Nur mehr Journalist_innen, die Inhalte der Berichterstattung selektieren und aufbereiten müssen, sind als „Faktor Mensch“ für die Schnelligkeit der Informationsaufbereitung und -vermittlung verantwortlich (Payrhuber 2004: 156f). Der Geschwindigkeitsdruck auf die journalistische Produktion steigt. Um schneller agieren zu können, muss es, folgt man den theoretischen Gedanken von Rosa (2005), durch die Digitalisierung auch im Journalismus zu einer Verdichtung und Gleichzeitigkeit der Handlungen kommen. Arbeitsprozesse im Journalismus beschleunigen sich, weil sich Journalist_innen in ihrer Produktion an zeitliche Handlungsbedingungen anpassen müssen. Die Aktualisierung der Netzseiten muss stetig erfolgen.

2.3.3.2 „Multifunktionaler“ und „multimedialer“ Journalismus

Online-Redakteur_innen führen laut Thorsten Quant im Vergleich zu ihren Kolleg_innen in den Printredaktionen mehr Arbeiten zur Erstellung des Angebots selbst durch. Sie können auf weniger personelle Ressourcen zurückgreifen und werden damit „multifunktional“ (vgl. Quandt 2005: 188f). Allerdings sei *„die Zusammenführung höchst unterschiedlicher Tätigkeiten in einer Arbeitsrolle weniger auf publizistische Innovation denn auf das Fehlen ökonomischer, personeller und zeitlicher Ressourcen zurückzuführen.“* (Quandt 2005: 189) Die Multifunktionalität der Onlinejournalist_innen sei demnach Ergebnis einer bewussten Einsparungsentscheidung eines Medienhauses. Neben der Multifunktionalität kann im Online-Journalismus auch von einer Multimedialität gesprochen werden. Laut Payrhuber kommt es zu einer Integration von Text, Bild,

Ton und Film zu einer Einheit, die neue Wahrnehmungsanforderungen an die Rezipient_innen stellt (Payrhuber 2004: 161). Gleichzeitig entstehen neue multimediale Kompetenzanforderungen an Journalist_innen. Die journalistische Arbeit wird insgesamt technikintensiver (Weischberger/Altmeyen/Löffelholz 1994: 94). „*Technische Tätigkeiten gehören zum journalistischen Arbeitsfeld und sind nicht mehr Aufgabe speziell ausgebildeter Fachkräfte.*“ (Blöbaum: 2008: 49) Nicht nur in Online-Redaktionen ist der kompetente Umgang mit dem Computer und der Internetrecherche Basisanforderung. Journalist_innen müssen mit neuen technischen Gerätschaften umgehen. Sie können mit kleinen Digitalkameras auch Fotos machen und Online- und Printmedien gleichzeitig bedienen. Journalistisches Multitasking wird möglich. Während sie Fotos hochladen, können die „multifunktionalen“ und „multimedialen“ Online-Journalist_innen nebenbei bereits an einem Artikel für die Online-Ausgabe arbeiten. Ein weiteres Beispiel für die multimediale Produktion ist das schnelle Verfassen eines Online-Artikels, der für die Printausgabe nur mehr erweitert wird. Susanne Fengerl und Sonja Kretzschmarer beschreiben die Anforderungen an Multimedia-Redakteur_innen wie folgt: „*Multimedia-Redakteure arbeiten in der Regel ressortübergreifend ob für Politik, Kultur oder Sport. Ihre Aufgabe ist es, bei jedem Thema die visuellen oder akustischen Aspekte zu suchen und umzusetzen. Dafür müssen sie vielseitig qualifiziert sein: Im besten Fall haben sie Erfahrungen in Online, Print, TV und Radio gesammelt, sind Videoreporter und Cutter in einem und haben Spaß daran, auch innerhalb kurzer Zeit, kreative Video- und Audio-Beiträge zu produzieren – schließlich hat ein Internet-Medium weder feste Sendezeiten noch Redaktionsschluss. Doch bei allen technischen Anforderungen sollten sie vor allem eins sein: gute Journalisten.*“ (Fengler/Kretzschmar 2009: 61)

Laut Blöbaum stellt die Belastung durch die crossmediale Arbeit für viele Journalist_innen ein ernsthaftes Problem dar. In biographischen Interviews, die er mit Journalist_innen geführt hat, berichten diese von zunehmendem Konkurrenzdruck, Stress, höherer Arbeitsbelastung und Zeitdruck im Arbeitsalltag (Blöbaum 2008: 50f). Diese Ergebnisse fügen sich in die theoretischen Überlegungen von Rosa (2004) ein, wonach Pausen und Leerzeiten durch Beschleunigungsdruck weniger werden. Die, wie Rosa sie nennt, „technische Triebfeder“ wirkt aktuell im Fall des Journalismus als digitale

Triebfeder und verändert die journalistische Praxis über Gleichzeitigkeit von Tätigkeiten und erhöhte Geschwindigkeit ihrer Durchführung.

2.3.3.3 „Entgrenzte“, „hybride“ und „de-institutionalisierte“ journalistische Identität

Marie Luise Kiefer (2010) beschreibt drei Hauptphänomene, die allgemein den Wandel der journalistischen Berufsrolle und Praxis charakterisieren. Grund für diesen Wandel ist die unruhige Handlungsumgebung des Journalismus, die aktuell gekennzeichnet ist durch die Aufhebung des Monopols öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten und durch technische Innovationen wie Satellitenübertragung, Digitalisierung und Internet. Daraus resultiert als erstes Phänomen eine zunehmende Aus- und Entdifferenzierung. Unter Ausdifferenzierung ist zu verstehen, dass neue spezialisierte Berufsbilder entstehen (vgl. Kiefer 2010: 111). Als Beispiele dafür möchte ich in Anknüpfung an die vorangegangenen Ausführungen den Onlinejournalismus nennen. Die laut Kiefer gleichzeitig stattfindende Entdifferenzierung bedeutet, dass sich zur selben Zeit journalistische Kerntätigkeiten auflösen oder verschieben. Es gibt nicht mehr nur die journalistische Tätigkeit, die es zu erledigen gilt. Technische Kompetenzen werden zusätzlich gefordert. Zweitens ist Entgrenzung und Hybridisierung erkennbar. Das journalistische Feld ist nicht mehr eindeutig abgegrenzt. Es gibt Vermischungen mit Pressearbeit oder Technik. Allerdings ist noch nicht eindeutig erkennbar, ob es sich hierbei um ein Übergangsphänomen handelt, welches nur existiert, bis neue Grenzziehungen erfolgen, oder, ob die Funktion des Journalismus ganz generell gefährdet ist. Hybridität bedeutet, dass zwei ursprünglich getrennte Systeme nun eine Mischform bilden. Das dritte Phänomen ist laut Kiefer De-Professionalisierung und De-Institutionalisierung. Durch das Medium Internet ist es vielen Personen möglich journalistisch zu arbeiten. Institutionen, wie große Fernsehstationen oder Tageszeitungen, können umgangen werden und werden so automatisch entwertet (vgl. Kiefer 2010: 111f).

Für John Pavlik (2009) kristallisieren sich drei unterschiedliche Auswirkungen digitaler Technologien auf die Journalist_innen im Newsroom heraus. Erstens werden Nachrichteninhalte zunehmend medienübergreifend produziert. Es handelt sich in den Nachrichtenredaktionen um ein stärker konvergierendes System mit

crossmedialen journalistischen Identitäten. Zweitens bildet sich ein 24-Stunden-Nachrichtenzyklus heraus, der in den Redaktionen eine neue Newsroom-Kultur entstehen lässt und ein neues journalistisches Berufsbild mit entsprechenden Aufgaben und Belastungen formt. Dass Nachrichten nun 24 Stunden bereitgestellt werden, hat laut Pavlik drei Gründe. Die zwei technologisch begründeten Ursachen sind das Internet und das Aufkommen neuer digitaler Arbeitsgeräte, wie beispielsweise das Handy mit integrierter Kamera. Laien können so zu Bürgerjournalist_innen werden und haben dadurch auch ein ständiges Informationsbedürfnis. Dass Medien durch mobile Endgeräte fast rund um die Uhr rezipiert werden können, schafft auch den Bedarf von „Rund um die Uhr-Nachrichten“. Hintergrundberichterstattung kommt so öfter zu kurz und Journalist_innen sind durch den zunehmenden Druck eher verleitet, Nachrichten zu kopieren. Die dritte Ursache für die Bereitstellung von Nachrichten 24 Stunden am Tag ist ökonomisch begründet. Es handelt sich um gewinnorientierte Entscheidungen. Die dritte Auswirkung digitaler Technologien im Newsroom ist die Produktion von interaktiven und abrufbaren Nachrichteninhalten. Dem Publikum wird eine aktive Rolle im Umgang mit Medien zugeschrieben (Pavlik 2009: 26ff). Für die Journalist_innen heißt das, dass sie mit einem größer werdenden öffentlichen Verlangen nach immer neuer Information und Unterhaltung konfrontiert sind, 24 Stunden Medieninhalte crossmedial zur Verfügung stellen, mit der Interaktivität des Publikums umgehen und sich im Rahmen ökonomisch motivierter Entscheidungen bewegen müssen.

2.3.3.4 „Rationaler Universalismus“ und prekär beschäftigte Journalist_innen

Auch Regina Sperlich beschäftigt sich (2010) mit der Frage der Auswirkung von Digitalisierung auf die Arbeit in der Kulturindustrie. Zwar bezieht sie sich in Anlehnung an Smudits auf das Kulturschaffen allgemein, Journalismus kann jedoch als Teil davon betrachtet werden. Sperlich selbst bezieht nicht nur Pressefotograf_innen sondern auch Kameraleute in ihre empirische Analyse mitein. So liegt „Fernsehen“ zumindest teilweise im Fokus ihrer Arbeit. Sperlich sieht neue Berufsfelder vor allem im technischen Bereich, die durch die Digitalisierung hervorgebracht werden. Außerdem müssen Kreative grundsätzlich mehr technische Kompetenzen mitbringen. Diese Entwicklung ist eindeutig eine

Professionalisierung. Gleichzeitig kommt es aber auch zu einer Disqualifizierung, weil ehemals wichtige Tätigkeiten entwertet werden und teilweise sogar verschwinden. Als Beispiel nennt sie hier den Beruf des/der „Kamera- und Schnittassistent_in“ (Sperlich 2010: 65). Zu den neuen Arbeitsweisen im Bereich der Fernsehproduktion schreibt Kai Gniffke (2009) *„Die gravierendste Veränderung für die Fernseh-Journalisten ist, dass sie ihre Bilder heute selbst schneiden müssen. Was früher ausschließlich Cuttern vorbehalten war, geht nun zum Teil in das Berufsbild des Redakteurs über. Redakteure machen zumindest einen Vorschnitt, den der Cutter allenfalls noch einmal kurz kontrolliert. Dann verknüpft er das geschnittene Material mit dem Sendeplan. Der Cutter greift vor allem dann ein wenn einmal ein anspruchsvoller Schnitt in Bild oder Ton zu machen ist oder wenn der Redakteur aufgrund seiner journalistischen Aufgaben nicht mehr zum Schneiden kommt.“* (Gniffke 2009: 44) Daraus folgt, dass der/die Cutter_in eine andere Rolle im Produktionsprozess bekommt. Er/sie übernimmt die technische Kontrolle und springt bei Bedarf ein. Insgesamt ändert sich damit aber nicht nur das Arbeitsprofil, sondern es muss sich zwangsläufig auch ein geringerer quantitativer Bedarf einstellen.

Um dieses Phänomen theoretisch zu fassen, soll auf den von Regina Sperlich (2010) entworfenen Begriff des *„Rationalen Universalismus“* (Sperlich 2010: 60) zurückgegriffen werden. Dieser wird durch digitale Produktionsmittel ermöglicht und ist rationell in dem Sinn, dass Tätigkeiten schneller und effizienter durchgeführt werden können, und universal, weil eine differenzierte Leistungspalette, die ehemals arbeitsteilig erbracht wurde, nun allein und universell durchgeführt wird. Technische Neuerungen, wie Digitalisierung ermöglichen es, dass eine Person mehrere Arbeitsschritte durchführt, für die zuvor zwei oder mehr Arbeitskräfte nötig waren. Dies bringt einerseits mehr Autonomie für den/die Einzelne_n und erleichtert den Markteinstieg für Neueinsteiger_innen, gleichzeitig führt der „universelle Rationalismus“ aber auch zu einem verstärkten Konkurrenzdruck und einem erhöhten Prekarisierungsrisiko durch Lohn- und Honorardumping (Sperlich 2010: 60). Auf Grund dessen sind laut Blöbaum viele freie Journalist_innen mit erhöhtem Konkurrenzdruck und einer angespannten Arbeitsmarktsituation konfrontiert. Junge Journalist_innen werden in leichter kündbare Anstellungsverhältnisse mit erheblich schlechterer Bezahlung gedrängt. Gleichzeitig sind die Arbeitsbelastung und die Anforderung an

Mobilität und Flexibilität gestiegen. Diese strukturellen Veränderungen im Berufsfeld sind eng mit der Digitalisierung und einer zunehmenden Ökonomisierung der Medien verknüpft (Blöbaum 2008: 50f). Ein Gedanke, den auch Alfred Smudits (2002) in Hinblick auf Kulturschaffende teilt. Er sieht eine zunehmende Flexibilisierung und Prekarisierung im Arbeitsfeld des Kulturschaffens als Folgeerscheinung der digitalen Mediamorphose.

2.4 Fernsehen im Wandel

„Die Behauptung ist nicht übertrieben, dass unter den Instrumenten, welche gegenwärtig zur Verfügung stehen, das Fernsehen ebenso entscheidend für die Zukunft sein kann wie die Nuklearbombe und der Computer.“ (Flusser 2009: 239)

Auch wenn Vilém Flusser betont, hier keine übertriebene Aussage zu tätigen, ist sie zumindest sehr pointiert formuliert. Fakt ist, dass kein anderes Massenmedium so viel Aufmerksamkeit von Soziolog_innen erhalten hat wie das Fernsehen, und das aus gutem Grund. Zwar ist der Anteil der Fernsehzuseher_innen laut der deutschen Arbeitsgemeinschaft für Fernsehforschung bereits leicht rückläufig, aber mit 73,2% gemessen an der Gesamtbevölkerung immer noch sehr hoch. Und jene, die fernsehen, tun dies immer länger, nämlich im Durchschnitt 225 Minuten pro Tag (<http://www.agf.de>). Laut Teletest-Forschung in Österreich konnte das Fernsehen trotz steigender Internet-Nutzung seine Position als Leitmedium im Jahr 2010 weiter ausbauen. Die Österreicher_innen verbrachten in diesem Jahr durchschnittlich 162 Minuten pro Tag vor dem Fernseher. Die Verweildauer der an einem Tag fernsehenden Bevölkerung nimmt zu und verzeichnete im Jahr 2010 mit mehr als vier Stunden pro Tag den bisherigen Höchstwert in der Teletest-Forschung. Das Medium „Fernsehen“ erreichte 2010 rund 4,4 Millionen Österreicher_innen (<http://mediaresearch.orf.at>). Ob dieser Zahlen gibt es keinen Zweifel daran, dass das Massenmedium Fernsehen nach wie vor starke gesellschaftsprägende Wirkung hat. Spricht man von gesellschaftlichem Wandel ist die Rolle der Massenmedien, allen voran des Fernsehens markant.

Dabei handelt es sich beim Fernsehen in Relation zu Print und Radio um ein äußerst junges Medium. Klaus Plake (2004) verortet die erste Verbreitung des elektromechanischen Fernsehers in Deutschland zwar bereits in den 1930er Jahren, bis sich das Fernsehen als Massenmedium durchsetzte, dauerte es dann

aber noch paar Jahre. Bis zum Ausbruch des 2. Weltkrieges wurden unter Nationalsozialistischer Herrschaft erst 500 „Volksfernseher“ auf den Markt gebracht. In den USA gab es 1940 bereits 23 TV-Stationen, von denen allerdings die meisten nach Kriegseintritt wieder geschlossen werden mussten. Fernsehen beginnt sich demnach erst nach dem 2. Weltkrieg als Massenmedium durchzusetzen (vgl. Plake 2004: 16f). *„Weihnachten 1952. Dieses Datum markiert den Augenblick, an dem die bereits ca. 70 Jahre andauernde Entwicklung der Fernsehtechnik institutionell umgesetzt wird, denn an diesem Tag beginnt der NWDR als erster deutscher Sender mit der Ausstrahlung eines regelmäßigen Fernsehprogramms. Das Fernsehen verlässt den Kontext der Beschreibung technischer Potentiale – was ist technisch machbar und wünschenswert – und wird der Gesellschaft zugeführt, d.h. als gesellschaftliche Realität wahrgenommen, mit der nun umzugehen gilt.“* (Bartz 2004: 1999) Ab 1952 verdichten sich laut Christina Bartz auch die Debatten um die gesellschaftlichen Auswirkungen des neuen Mediums Fernsehen. Kein Wunder, steigt doch von 1950 bis 1960 die Zahl der kommerziellen Sender von 98 auf 515, von denen 1960 95% zu den drei größten Programmgesellschaften NBC, CBS und ABC gehörten. In Deutschland etablierten sich in den 60er Jahren mit ARD und ZDF zwei föderal organisierte staatliche Fernsehanstalten. Der Kampf um die Quote begann demnach bereits vor der Einführung des Privatfernsehens in Deutschland (vgl. Plake 2004: 18f). Mit der Einführung des Farbfernsehens kam es 1967 zu einer weiteren wesentlichen Weiterentwicklung. In den 80er Jahren folgt mit der Zulassung privater Fernsehanstalten die Dualisierung des Fernsehmarkts, der im nächsten Kapitel gesondert Aufmerksamkeit gewidmet werden soll (vgl. Plake 2004: 25).

Die Fernsehbranche unterlag von Beginn an großen Veränderungen in einem relativ kurzen Zeitraum, auch wenn in manchen Ländern, so auch Österreich, Entwicklungen wie die Dualisierung des Fernsehsystems verzögert passierten. Laut Marie Luise Kiefer ist der Journalismus speziell seit den 1980er Jahren einer unruhigen Handlungsumgebung ausgesetzt. Zu entscheidenden Veränderungen der „anthropologischen Umgebung“, in der und mit der Journalist_innen agieren müssen, gehören der rasante technische Wandel durch Innovationen, wie beispielsweise die Satellitenübertragung, Digitalisierung und Internet und die Dualisierung des Rundfunks, also die Aufhebung des Monopols öffentlich-

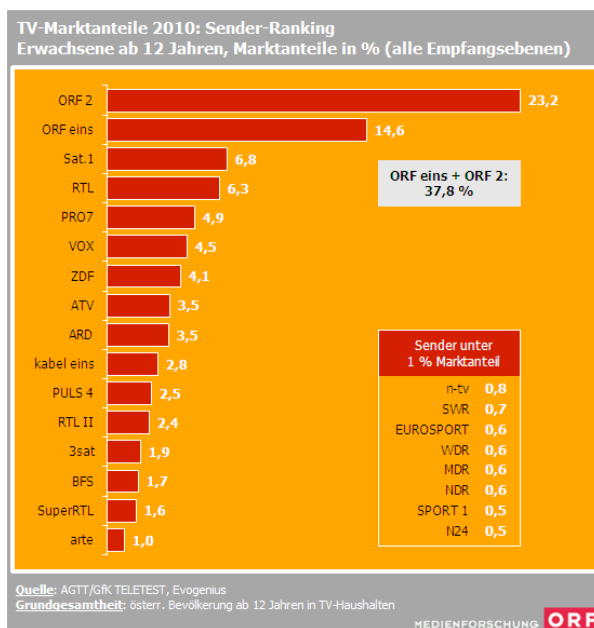
rechtlicher Rundfunkanstalten (Kiefer 2010: 111). Beide Phänomene, die mit ihnen in Verbindung stehende Ökonomisierung der Fernsehproduktion und ihre Auswirkungen auf die Berufsrolle der Fernsehjournalist_innen werden im Folgenden genauer beschrieben.

2.4.1 Dualisierung des österreichischen Fernsehmarkts

Der Rundfunk in Österreich wurde im Vergleich zu anderen europäischen Ländern erst sehr spät dualisiert. Thomas Steinmaurerer skizziert die Herausbildung des Privatfernsehens in seinem Text „Das Mediensystem Österreichs“ (2009) in kompakter Weise. Private Anbieter im Fernseh- und Radiobereich wurden erst nach dem Jahr 2001 zugelassen. In diesem Jahr hatte der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR) das Verbot von privaten Radio- und Fernsehanbietern als Einschränkung der Meinungsfreiheit interpretiert. Als letztes Land in Europa öffnete Österreich infolgedessen den Rundfunk für private Anbieter. In den darauf folgenden Jahren veränderte sich der österreichische Fernsehmarkt rasant. Im Jahr 2003 startete der private TV-Sender ATV erstmals über eine bundesweite terrestrische Privat-TV-Frequenz. Regionale Privatsender, die über terrestrische Frequenzen verfügten, starteten im Jahr 2002 in Salzburg (Salzburg TV), im Jahr 2003 in Linz (LT1) und im Jahr 2004 in Wien (PulsTV), wobei dieser Sender nach vier Jahren mit einer Namensänderung in Puls4 bundesweit auf Sendung ging. Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk bereiten aber nicht nur inländische private Fernsehunternehmen seit 2001 Konkurrenz. Schon viel früher musste der ORF mit privaten Fernsehunternehmen aus dem Ausland um die Quoten kämpfen. Seit den 1980er Jahren können diese über Kabel und Satellit in österreichischen Haushalten empfangen werden. Auf den deutschen Sendern werden für Österreich eigene Werbefenster geöffnet und regional abgestimmtes Programm (wie z.B. Nachrichtenformate) gesendet (vgl. Steinmaurerer 2009: 512).

Die Konkurrenzsituation wird durch die spezifische Einnahmepolitik des ORF verstärkt. Der ORF finanziert sich nicht ausschließlich über öffentliche Mittel und Gebühren, sondern ist zu einem guten Teil von privaten Werbegeldern abhängig. Im Jahr 2010 nahm er 23,5% seines Budgets aus Werbungen ein und finanzierte sich zu 63% über Gebühren (www.statistik.at). Aufgrund seiner Werbeeinnahmen

kann auch der ORF als zumindest teilweise privatwirtschaftlich orientiertes Unternehmen gesehen werden. Alle Medienunternehmen am österreichischen Fernsehmarkt (einschließlich des ORF) haben daher Interesse daran, ihre Marktanteile in die Höhe zu treiben. Der Marktanteil wird definiert als der „relative Anteil der Seh- oder Hördauer einer Sendung bzw. eines Programms an der Gesamtseh- oder Hördauer aller Sendungen bzw. aller Programme zum jeweiligen Zeitintervall (Tag, Monat etc.)“ (<http://mediaresearch.orf.at/glossar.htm>) Die Marktanteile stellen sich in Österreich im Jahr 2010 wie folgt dar:



Da sich Werbeeinnahmen an Marktanteilen orientieren und privatwirtschaftliche Medienunternehmen gänzlich, der öffentliche Rundfunk ca. zu einem Viertel von Werbeeinnahmen abhängig sind, besteht für die Fernsehsender ein permanenter Druck ihre Marktanteile über Einschaltquoten in die Höhe zu schrauben. Wie oben stehende Grafik verdeutlicht, hielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Jahr 2010 mit seinen Sendern ORF1 und ORF2 fast 38% der Marktanteile. Laut Statistik Austria waren es im Jahr 2005 noch 48% und im Jahr 2000 57%. Fest steht damit, dass die Marktanteile des ORF kontinuierlich sinken, während die der privaten Sender steigen. Mit dem Verlust von Marktanteilen geht ein Verlust von Werbegeldern einher. Lukrierte der ORF im Jahr 2010 nur 23,5% seiner Erlöse aus Werbung, waren es im Jahr 2005 noch 34,1% und im Jahr 2000 ganze 42,8% (www.statistik.at). Die Konkurrenz am österreichischen Fernsehmarkt verschärft

sich. Der ORF hat immer größere Probleme, sein Budget ausgeglichen zu halten. Obwohl er insgesamt immer noch klar die Vormachtstellung innehat, gerät er zunehmend unter Veränderungsdruck, urteilen auch die Autor_innen des Österreichischen Journalistenreports (vgl. Kaltenbrunner 2007: 57). In seiner Diplomarbeit schreibt Daniel Wiedner: *„Insgesamt verfügt der Österreichische Rundfunk über rund 3.600 Mitarbeiter, (...). Die Zahl der Mitarbeiter wurde vor allem im Bereich der so genannten freien Mitarbeiter stark gesenkt, was als eine Folge der größer werdenden Konkurrenzsituation des österreichischen Fernsehmarktes gewertet werden kann.“* (Wiedner: 2007: 45)

2.4.2 Digitalisierung des Antennenfernsehens und digitale Aufnahmetechnik

Neben der Dualisierung des österreichischen Fernsehmarkts gibt es einen zweiten Faktor, der für die Beschreibung des Fernsehwandels von Relevanz ist, die Digitalisierung. Es handelt sich um eine technologische Entwicklung, die nicht nur den österreichischen Markt betrifft. Was Digitalisierung für die journalistische Produktion insgesamt heißt, wurde in Kapitel 2.3 bereits erläutert. Neue journalistische Berufssparten entstehen, während alte wegfallen, weil sie technisch rationalisiert werden. Die journalistische Arbeit wird insgesamt technikintensiver, weil der Umgang mit immer neuen technischen Gerätschaften wie Computer und Digitalkameras verlangt wird. Journalist_innen können mehrere Medien wie zum Beispiel Print- und Onlinezeitungen gleichzeitig beliefern und verdichten ihre Handlungen. Sie schreiben und fotografieren bei Presseterminen beispielsweise gleichzeitig.

Auch im Bereich der Fernsehproduktion ist die Digitalisierung in den letzten Jahren ein großes Thema gewesen. Gemäß den EU-Vorgaben mussten in allen EU-Ländern bis 2012 die analogen Fernsehfrequenzen zur Gänze abgeschaltet sein. Im Jahr 2006 startete in Österreich das digitale Antennenfernsehen (DVB-T) im Regelbetrieb. DVB-T steht für „Digital Video Broadcast – Terrestrial“, also für die terrestrische Broadcast-Übertragung von Digital-TV (www.itwissen.info). Das Programmsignal wird digitalisiert, komprimiert übertragen, und durch das Empfangsgerät wieder decodiert. Die Umstellung von terrestrischer auf digitale Fernsehübertragung ist die Voraussetzung für interaktive Anwendungen oder

Fernsehen auf mobilen Endgeräten (Scolik 2007: 5). Schätzungen der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) im Jahr 2007 zufolge gelang es Österreich zu diesem Zeitpunkt mit einem Digitalisierungsgrad von 35% der TV-Haushalte im Bereich der Rundfunkdigitalisierung innerhalb weniger Jahre zu den am weitest entwickelten Ländern Europas aufzuschließen (www.rtr.at). Am 6.6.2011 veröffentlichte „Die Österreichische Rundfunksender GmbH & CO KG“ (ORS), die für den Aufbau und Betrieb der technischen Infrastruktur für DVB-T in Österreich verantwortlich war und ist, eine Presseinformation, wonach am 7.6.2011 die Digitalisierung in Österreich abgeschlossen ist. Die letzten Haushalte mit analogem Fernsehempfang wurden im Juni 2011 in der Region Mariazell und Mürztal digitalisiert. Laut ORS konnten ab diesem Zeitpunkt 97,7% der Haushalte DVB-T empfangen (www.ors.at). Die Vorteile der Fernsehdigitalisierung sind nach Reinhard Scolik *„Eine bessere Qualität von Bild und Ton, multimediale Zusatzdienste, niedrigere Kosten für die Verbreitung von Fernsehprogrammen, mobiler und portabler Empfang, sowie insbesondere die Möglichkeit, aufgrund der effizienteren Frequenznutzung in Zukunft mehr Programme über Antenne zu senden: Es können vier- bis achtmal so viele Kanäle wie mit der analogen Distribution übertragen werden.“* (Scolik 2007: 7) Die Digitalisierung bringt demnach Kostenersparnis, Flexibilisierung der Rezeptionsmöglichkeiten und Beschleunigung. Diese wird hervorgerufen durch die Möglichkeit, gleichzeitig mehrere Programme zu übertragen. Doch die größere Programmmenge muss von Journalist_innen auch produziert werden. Sofern nicht im gleichen Umfang der Mehrarbeit Personalaufstockung in den Fernsehsendern betrieben wird, werden die Fernsehjournalist_innen zwangsweise einem Beschleunigungsdruck ausgesetzt. Nach Rosa (2005), der die Handlungsoptionen für Individuen beschreibt, die diesem Druck der Beschleunigung ausgesetzt sind, haben Fernsehjournalist_innen nun mehrere Möglichkeiten zu reagieren. Sie können ihre Handlungen schneller durchführen, auf Pausen und Leerzeiten verzichten oder mehrere Handlungen gleichzeitig durchführen, also Multi-Tasking betreiben. Die neue digitale Aufnahmetechnik der Fernsehkameras bildet demnach die technische Basis für den schnelleren Ablauf und die Gleichzeitigkeit der Handlungen. Auf einer Werbehompage für eine professionelle, also fernsehtaugliche, digitale Videokamera wird das Gerät vor allem mit der möglichen Zeitersparnis für Fernsehjournalist_innen angepriesen. Es heißt hier

„Der Kameramann kann bereits während der Aufnahme bestimmte Files mit einem Icon markieren. Damit lassen sich anschließend wichtige Szenen schnell auffinden und verkürzen die Zeit für die Post Produktion. (...) MPEG-4 AVC-Files können von einem P2-Camcorder direkt über ein Drahtlosnetz vor unmittelbaren Vorschau oder zum Offline-Schnitt gesendet werden. (...) Das sonst beim Videoband übliche Einspielen („Digitalisieren“) entfällt. (...) Für die Journalisten ist der direkte Schnitt auf der P2Card eine wesentliche Arbeitserleichterung. Bei seiner Arbeit außerhalb des Studios oder News Rooms kann er unmittelbar nach der Aufnahme die P2Card in seinen Laptop stecken und mit der Bearbeitung des Beitrags beginnen. (...) Mit 600 Mbps und mehr werden P2-Files im Netzwerk übertragen. Dies bedeutet auch für die Fernsehstationen eine große Zeitersparnis, die das gesamte Material vor dem Editieren in einem Archiv abspeichern.“ (www.panasonic-broadcast.eu) Auf eine Analyse der technischen Details dieser Aussagen soll an dieser Stelle verzichtet werden. Herauszustreichen ist jedoch, wie intensiv darauf hingewiesen wird, wie viel Arbeitszeit Fernsehjournalist_innen mit der Verwendung der digitalen Videokamera einsparen können und wie ihre Benutzung eine schnellere Handlungsabfolge ermöglicht.

Aber nicht nur die digitale Aufnahmetechnik bringt Veränderungen der journalistischen Handlung mit sich. Bereits die Entwicklung und Verbreitung der analogen Videotechnik hatte noch vor dem Beschleunigungsprozess durch die Digitalisierung zu Änderungen in der Fernsehproduktion geführt. Durch die Verkleinerung und die leichtere Handhabung des Videokamera-Equipments im Vergleich zu professionellen Filmkameras haben auch Laien erstmals die Möglichkeit, selbst Videomaterial aufzunehmen. Eine Videokamera, die fernsehtaugliches Bildmaterial produziert, kann theoretisch von kurz angelernten Personen bedient werden. Für ihre Verwendung braucht es keine speziell ausgebildete Kameraperson. Auch der Ton kann von der Person, die filmt, selbst gepegelt werden. Technisch ist es mit Videotechnik möglich, dass eine Arbeitskraft ehemals arbeitsteilige Handlungen in der Fernsehproduktion subsummiert durchführt. Der Begriff „Video“ steht demnach, wie auch Daniel Kupka in seiner Diplomarbeit (2006) betont, im Vergleich zu „Film“ nicht einfach nur für eine andere technische Aufzeichnung von bewegten Bildern. Von Beginn an ist „Video“ verbunden mit einer kostengünstigeren und leichter handhabbaren

Produktionsweise von bewegtem Bildmaterial, die mehr Menschen ihre Nutzung ermöglichen (Kupka 2006: 7). Gleichzeitig ist „Video“ im Vergleich zu „Film“ durch beispielsweise eingeschränkte Auflösung, mäßige Detailschärfe, sowie begrenzten Farb- und Kontrastumfang immer mit technischen Qualitätseinbußen verknüpft. „Film“ und „Video“ stehen durch die Konsument_innen, die den Output beider Produktionsweisen auf derselben Oberfläche, dem TV-Gerät, wahrnehmen können, in einem gewissen Konkurrenzverhältnis zueinander (<http://www.dma.ufg.ac.at>). Die Verbreitung von Videoproduktion birgt durch die direkte Konkurrenz zwischen Film- und Videoproduzent_innen zwangsläufig Konfliktpotential in sich.

Die digitale Videotechnik bringt zusammenfassend kleineres, billigeres Kamera-Equipment, das auch von angelegerten Laien bedient werden und zumindest theoretisch fernsehtaugliches Bildmaterial liefern kann. Sie ermöglicht eine beschleunigte Produktion, sowie aufgrund kürzerer Einspielzeiten des Bildmaterials schnellere Übertragungswege und örtlich flexiblere Schnittmöglichkeiten auf Laptops. Theoretisch ist eine Person imstande Arbeitsschritte in der Fernsehproduktion, die vormals zwangsweise auf mehrere Arbeitskräfte aufgeteilt werden mussten, hintereinander und teilweise auch parallel durchzuführen. Diese Entwicklungen sind die Basis für das Berufsfeld des/der Videojournalist_in, der/die einen Fernsehbeitrag gänzlich alleine produzieren kann. Die genaue Definition des Berufs wird in Kapitel 2.5 vorgenommen.

2.4.3 Digitalisierung und Konvergenz

Claudia Pelzer (2004) analysiert in ihrer Diplomarbeit die Markteinführung des digitalen Fernsehens auf deutsche TV-Anbieter und beschreibt wie es durch die Digitalisierung zunehmend zu Konvergenzerscheinungen kommt. Laut Michael Grisko handelt es sich hierbei um *„Trends zur Verschmelzung und Mobilisierung der Empfangsgeräte, etwa im multimedialen Alleskönner Mobiltelefon bzw. dem Note- oder Netbook -, die auch Konsequenzen für Geschäftsmodelle, die Ästhetik und Rezeption haben werden“*. (Grisko 2009: 17) Für Pelzer führt Digitalisierung zu Konvergenzen, indem Film und Fernsehen, Bild-, Sprach- und Datenkommunikation auf der Basis von neuen Computer- und

Telekommunikationstechnologien zusammenwachsen. Resultat seien große Medienverbundsysteme. Pelzer unterteilt mehrere Arten der Konvergenz. Technologische Konvergenz bedeutet, dass ursprünglich getrennte Technologien, wie beispielsweise Fernseher und Computer, zusammenwachsen. Die Folge davon sind Crossmedia-Angebote, wie Fernsehen am Computer. Anbieterseitige Konvergenz heißt, dass Branchen sich horizontal oder vertikal zusammenschließen. Horizontale Zusammenschlüsse wären Fusionierungen zwischen Dienstleister_innen von Medienangeboten wie Rundfunk, Telekommunikation und Informationstechnologie. Vertikale Zusammenschlüsse passieren zwischen Content-Produzent_innen, Content-Distributor_innen und Programmanbieter_innen. Bedarfsseitige Konvergenz bedeutet, dass verschiedene Konsumarten zusammengefasst werden. Die Konvergenz der Märkte stellt eine Kombination aus den drei genannten Konvergenzerscheinungen dar (vgl. Pelzer, 2004: 38f). Konvergenz kann aber auch die Verschmelzung zwischen redaktionellen Inhalten und kommerziellen Interessen bedeuten, hervorgerufen durch neue Geschäftsmodelle wie Product Placement und Call-In-Formate, die durch die Verbreitung des digitalen Fernsehens möglich werden. Professionelle und nicht-professionelle Inhaltsproduktion verschmilzt (vgl. Pelzer 2004: 41).

Der Videojournalismus kann darauf aufbauend als ein Resultat mehrerer Konvergenzerscheinungen gesehen werden. Erstens bedeutet Videojournalismus eine Konvergenz von verschiedenen Arbeitsfeldern. Bei dem/der Videojournalist_in handelt es sich um eine Person, welche die für die Produktion eines Fernsehbeitrags nötigen Arbeitsschritte (Schnitt, Ton, Kamera und Redaktion), die ehemals auf mehrere Personen aufgeteilt werden mussten, alleine übernimmt. Das Zusammenwachsen von Kamera- und Tonequipment, welches in den Bereich der technologischen Konvergenz fällt, macht es Videojournalist_innen erst möglich, die Aufgaben der Kameraperson und des/der Tonassistent_in in einem zu übernehmen. In diesen Bereich fällt auch, dass für das Schneiden eines Beitrags nur mehr ein Computer und nicht mehrere Gerätschaften von Nöten sind. Das digitale Bildmaterial kann von der Speicherkarte aus der Kamera direkt auf den Computer übertragen werden. Videojournalist_innen können mehrere Medien gleichzeitig beliefern und sind damit optimal für Cross-Media-Produktionen einsetzbar. Die Verschmelzung zwischen redaktionellen und kommerziellen Inhalten kommt zustande, wenn Betriebe Videoproduzent_innen Webevideos

produzieren oder ihre Pressekonferenzen drehen lassen, und das Material selbst veröffentlichen und/oder Online- und Fernsehredaktionen zur Verfügung stellen. Außerdem ist es möglich, dass Videojournalist_innen als freie Dienstnehmer_innen Redaktionen mit journalistischen Beiträgen beliefern, gleichzeitig aber PR-Beiträge an Organisationen, Firmen, Parteien usw. verkaufen. Der Videojournalismus fügt sich so in das Konzept der Konvergenz ein, in die technologische Konvergenz durch das Zusammenwachsen der Technik und der belieferten Medien, in die anbieterseitige durch das Verschmelzen der Berufsfelder und der Betriebe und in die inhaltliche durch den Einsatz für journalistische und PR-Zwecke gleichermaßen.

Eine weitere Folge der Digitalisierung des Fernsehens ist laut Pelzer eine steigende Anzahl von Programmen. Diese Tatsache führt wiederum zu einem verstärkten Wettbewerb, der kostensparende Methoden verlangt, um Programm zu füllen. Eine Möglichkeit, Kosten zu senken wäre, Programm zu wiederholen, eine zweite, diese günstiger zu produzieren (vgl. Pelzer 2004: 47). Der Videojournalismus wäre durch den Einsatz von verbilligtem Equipment und der Substitution mehrerer Arbeitskräfte, zumindest wird das angenommen, geeignet, die zweite Möglichkeit, die günstigeren Produktion zu realisieren. Die Entwicklung einer zunehmenden Konkurrenz am Fernsehmarkt beschreibt Pelzer wie folgt: *„Zum einen haben die bereits am Markt etablierten TV-Anbieter die Möglichkeit Multimediasdienste und weitere Spartenkanäle zu betreiben, (...). Zum anderen haben nun auch kleine regionale Sender mit einem geringen Budget nun eine Chance, denn die Zunahme der Vertriebskapazität lässt proportional die Preise sinken. Somit fallen die Markteintrittsbarrieren für neue Anbieter.“* (Pelzer 2004: 44) Gleichzeitig erwartet sie aber eine zunehmende Konzentration am Fernsehmarkt durch vertikale und horizontale Zusammenschlüsse. Die Auswirkungen der Veränderungen des Fernsehmarkts auf die Fernsehproduktion wird im folgenden Kapitel kurz skizziert.

2.4.4 Ökonomisierung der Fernsehproduktion

„Die Frage nach dem Produktionsregime am TV-Sektor stellt sich deswegen als essentieller Problemaufriss dar, weil Produktionsbedingungen eine zentrale Rolle für den Inhalt und die Qualität der Produkte spielen (somit auch für deren

„Ideologie“).“ (Grishold 2004: 260) Wie Fernsehen produziert wird hat Auswirkungen darauf, was in welcher Form gezeigt wird. Unter welchen Arbeitsbedingungen Journalist_innen TV-Beiträge gestalten, ist für das journalistische Produkt von enormer Bedeutung. Andrea Grisold beschreibt 2004 in ihrem Werk „Kulturindustrie Fernsehen“, wie sich die Fernsehproduktion in einem sich wandelnden ökonomischen und gesellschaftlichen System verändert hat und analysiert dabei das Wechselverhältnis zwischen Ökonomie und Massenmedien. Einige ihrer Aussagen sollen an dieser Stelle kurz beleuchtet werden, um zu zeigen, aus welchem Kontext sich der Videojournalismus herausbildet. Die bedeutendsten aktuellen Veränderungen am Fernsehmarkt sind für Grisold die Konzentrationstendenzen, die gleichzeitig mit Internationalisierung und Deregulierung auftreten, und die Entwicklung neuer Informationstechnologien. Seit der Privatisierung des TV-Sektors, die bereits näher beschrieben wurde, sind auch im öffentlich-rechtlichen Bereich ehemals kontinuierliche Beschäftigungsverhältnisse weniger geworden. Insgesamt ist heute ein hoher Prozentsatz freier Arbeitnehmer_innen zu finden, sowohl bei den privaten, als auch bei den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern (vgl. Grisold 2004: 22). Signifikant ist seit längerem die größte Unsicherheit bei Neueintretenden in den Arbeitsmarkt „Fernsehen“ und die Segmentierung des Arbeitsmarktes zwischen großen TV-Studios und kleinen Produktionsfirmen. *„Einerseits kaufen dominante Marktführer kleinere Produktionsunternehmen im großen Stil, andererseits werden Produktionen ausgelagert auf eben solche kleinen Produktionsunternehmen, d.h. wir finden einen geteilten Sektor vor, (...)“* (Grisold 2004: 264) Weiters können durch die transnationale Verbreitung der Fernsehsignale die kommerziellen Programme nicht mehr national kontrolliert werden. Deregulierungstendenzen sind die Folge. Weil nun auch die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender durch die private TV-Konkurrenz Finanzierungsprobleme haben, erhöhen sie ihre unternehmerischen Aktivitäten. Es kommt zu Kommerzialisierung, weil durch die Abhängigkeit von Werbeeinnahmen dem Interesse von Werbetreibenden mehr Beachtung geschenkt wird (vgl. Grisold 2004: 73f).

Eine Eigenheit des TV-Sektors ist, dass hohe Fixkosten für die Produktion eines Beitrags Stückkosten gegen Null gegenüber stehen. Einen Beitrag wiederholt zu spielen verursacht keine zusätzlichen Kosten, also müssen bei Budgetknappheit

ausschließlich Wege gefunden werden, die Fixkosten zu senken. Als eine Möglichkeit erwähnt Grisold die One-Man-Camera (vgl. Grisold 2004: 80). Der Einsatz von Videojournalist_innen wäre für Fernsehsender eine Strategie, ihre Fixkosten zu senken. Die Rationalisierung innerhalb der Kategorie „Arbeit in den Kulturindustrien“ passiert über die Herstellung einfacherer Produkte, die weniger komplizierte Arbeitsabläufe erfordern, über weniger Entwicklungsarbeit über Plagiate, also das Kopieren früherer Sendeformate und über generell billigere Produktionen (vgl. Grisold 2004: 123). Betrachtet man die Handhabung von digitalen Videokameras und Schnittprogrammen, so ist auch hier eine Vereinfachung der Arbeitsabläufe erkennbar. Die Fernsehproduktionen werden durch den Einsatz von Videojournalist_innen insgesamt vereinfacht und verbilligt. Grisold nimmt die Argumentation Pierre Bourdieus auf, wonach durch eine jederzeit mobilisierbare Reservearmee von Beschäftigten für den Fernsehbereich und eine ständige Stellenunsicherheit, indirekte Selbstzensur unter den Fernsehjournalist_innen geübt werde (vgl. Grisold 2004: 171). Anzunehmen ist, dass je mehr Personen am Arbeitsmarkt „Fernsehen“ für einen Job zur Verfügung stehen, desto angepasster müssen sie sich als Arbeitskräfte verhalten, um ihren Arbeitsplatz zu halten. Gibt es keine Organisation über Gewerkschaften oder Interessensverbände, wird dieser Effekt vermutlich verstärkt. Je weniger Zeit Fernsehjournalist_innen für Recherchetätigkeit bleibt, je größer der Druck ist, in kurzer Zeit mehr zu produzieren, je geringer die soziale und arbeitsrechtliche Absicherung ist, desto qualitativ schlechter ist das journalistische Produkt. Aus systemtheoretischer Perspektive wäre die Analyse laut Grisold ähnlich: *„Es sind soziale Strukturen, die in Arbeitsbeziehungen konformistisches Verhalten der Beschäftigten nach sich ziehen, und somit inhaltliche Gleichförmigkeit. Bei der Selektion und Transformation von Informationen zu Nachrichten wird vorwiegend mit Schablonen und Rubriken gearbeitet, was die Freiheit der Redaktionen und in ihnen tätigen JournalistInnen, in weiterer Folge auch die Meinungsvielfalt reduziert.“* (vgl. Grisold 2004: 194) Anzunehmen ist, je mehr Fernsehjournalist_innen zur Verfügung stehen, die eine Arbeitsstelle besetzen können und wollen und je weniger Arbeitskräfte sozial abgesichert und organisiert sind, desto angepasster wird ihre journalistische Arbeit. Je weniger Zeit für die Produktion des journalistischen Fernsehbeitrags bleibt, desto schlechter ist seine journalistische Qualität.

2.5 Berufsfeld Videojournalismus

Wie sich das Berufsfeld Videojournalismus theoretisch in die beschriebenen Wandlungsprozesse am Fernsehsektor einfügt, wird nach einer an dieser Stelle notwendigen Definition des Begriffs „Videojournalismus“ beschrieben.

2.5.1 Begriffsfindung „Videojournalismus“

Die Definitionsfindung von „Videojournalist_in“ bereitet ähnliche Probleme wie die bereits in Kapitel 2.5.1 vorgenommene Definition von Journalismus. Weder ist „Videojournalist_in“ ein geschützter Beruf, noch gibt es einheitliche Ausbildungen. Wendet man Rudolfs Stögers (2005) Kriterien zur Herausbildung des modernen Journalismus auf das Berufsfeld des „Videojournalismus“ an so könnte man dann von einem eigenen beruflichen Selbst- und Fremdbild der Videojournalist_innen sprechen, wenn erstens die videojournalistische Produktion kontinuierlich und seriell erfolgt und wenn sich Videojournalist_innen zweitens von verwandten Berufen wie Kameraperson oder Redakteur_in abgrenzen. Zwar überschneiden sich Tätigkeiten mit diesen Berufen, es muss jedoch über eine andere Art der Tätigkeitsausübung eine Emanzipation von eben diesen Berufen erfolgen. Videojournalismus sollte sich drittens in seiner Produktionsweise von der Ökonomie der Filmindustrie unterscheiden, ähnlich wie sich der Journalismus nach Stöger von der Ökonomie der Buchwirtschaft unterscheiden sollte. Viertens brauchen Videojournalist_innen genauso wie Journalist_innen eine eigene publizistische-redaktionelle Linie, damit sich fünftens als logische Konsequenz ein eigenes Fremd- und Selbstbild des Videojournalismus etablieren kann. Erst durch dieses kann Videojournalismus als neues, eigenes Berufsfeld definiert werden.

Eine ganz andere Herangehensweise um das Berufsfeld des „Videojournalismus“ zu fassen wäre eine praxisnahe Definition über Tätigkeiten und Kompetenzen von Videojournalist_innen. Belz/Haller/Sellheim verfolgen diese Strategie und definieren Videojournalist_in wie folgt: *„Ein kamera- und schnittversierter Reporter, der die Aufgabe des Journalisten, des Kameramanns und des Cutters als Ein-Mann-Team in einer Person vereinigt. Er ist in der Lage, einen Beitrag*

vollständig in eigener Regie herzustellen: er recherchiert, dreht, schneidet, schreibt, und spricht den Text. Sogar seine Interviews und Aufseger dreht er selbst.“ (Belz/Haller/Sellheim, 1999: 93) In seinen/ihren Tätigkeiten unterscheidet sich eine_e Videojournalist_in demnach erheblich von einem/einer Fernsehjournalist_in. Betrachtet man den von Siegfried Weischberger entwickelten Kompetenzkatalog für Journalist_innen, wonach diese Sach-, Fach-, Vermittlungs-, und in immer höherem Maße Technikkompetenz vorweisen müssen um ihre journalistische Tätigkeit auszuführen (Weischberger/Altmeyen/Löffelholz 1994: 94f), liegt der größte Unterschied zwischen Fernsehjournalist_innen und Videojournalist_innen im Bereich der Technikkompetenz. Diese muss bei zweiteren um einiges stärker ausgeprägt sein. Ob damit eine schwächere Ausprägung der anderen Kompetenzen einhergeht, also eine geringere Fachkompetenz, unter der journalistische handwerkliche Fähigkeiten, wie beispielsweise Recherchetätigkeiten, verstanden werden, eine geringere Sachkompetenz, also das inhaltliche Wissen über den zu berichtenden Gegenstand, oder eine geringere Vermittlungskompetenz, also die Fähigkeit, zielgruppengerecht Nachrichten zu vermitteln, ist unklar. Subsumiert man unter dem Bereich Fachkompetenz nicht nur die rein journalistische Tätigkeit, sondern auch die Kompetenz des Fachs Kamera, Ton und Schnitt, muss diese insgesamt bei Videojournalist_innen jedenfalls um einiges stärker ausgeprägt sein. Die Frage, ob die journalistische Handwerkskompetenz oder die Sachkompetenz durch die zusätzlich nachgefragten technischen bzw. fachlichen Kompetenzen weniger ausgeprägt ist, könnte empirisch näher untersucht werden. Vermutungen über einen Zusammenhang sollen an dieser Stelle keine getätigt werden.

Durch die Subsummierung der ehemals arbeitsteilig durchgeführten Tätigkeiten von Cutter_innen, Kameralenten, Tonassistent_innen und Fernsehredakteur_innen in einer Person wird die herkömmliche Produktionsweise eines Fernsehteams mit einem/einer Redakteur_in, einer Kameraperson, einem/einer Tonassistentin am Drehort und einem/einer Redakteur_in und einem/einer Cutter_in in der Postproduktion aufgehoben. Da es in der Praxis jedoch oft vorkommt, dass Videojournalist_innen nicht - wie in der Definition von Belz/Haller/Sellheim (1999) vorgegeben - wirklich jeden Arbeitsschritt auch tatsächlich alleine durchführen, erweitert Böhnisch in seiner Diplomarbeit die oben genannte Definition wie folgt: *„Der Videojournalist ist die Person, die in Personalunion*

neben der journalistischen Tätigkeit, d.h. Recherche, Interviews, auch die technische Tätigkeit der Kameraführung und des Schnitts übernimmt, beziehungsweise übernehmen kann. Videojournalisten arbeiten mit kompakten Kameras im DV-Format und schneiden auf digitalen Schnittplätzen, die sich entweder in einem Laptop, PC oder vergleichbaren Apple-Modellen befinden. Der Videojournalist arbeitet überwiegend allein, kooperiert jedoch je nach Einsatzbereich mit anderen Videojournalisten oder nimmt sich zur Unterstützung einen Kameramann oder Assistenten hinzu. (...)“ (Böhnisch 2005: 97) Nach dieser Definition müssen Videojournalist_innen nicht komplett auf sich allein gestellt arbeiten. Er/sie kann wahlweise mit anderen Videojournalist_innen zusammenarbeiten oder auch teilweise auf Personen anderer Professionen, die üblicherweise Teil eines Fernsehproduktionsteams wären, zusammenarbeiten.

2.5.1.1 Definition „Videoreporter_in“

In Abgrenzung zum/zur Videojournalist_in existiert noch der Begriff des Videoreporters/ der Videoreporterin. Zwar werden die Begriffe in einigen Arbeiten auch synonym verwendet, andere Autor_innen grenzen jedoch den/die Videoreporter_in durch die Beschreibung eines anderen Tätigkeitsprofils klar von dem/der Videojournalist_in ab. Nach Frowein sollen *„Videoreporter neben Kenntnissen ihrer Region journalistische, technische und organisatorische Fähigkeiten mitbringen“*. (Frowein 2001: 42) Ordolff grenzt die Tätigkeiten von Videoreporter_innen genauer ein. *„Zusätzlich zu den Audioaufnahmen macht der Videoreporter noch Bilder, die nach einem Rohschnitt dann in der Redaktion weiterverarbeitet werden. Das Material wird meist für Nachrichtenblöcke oder so genannte NIF's (Nachrichten im Film), die kürzeste Informationsvermittlung (in der Regel 20 bis 30 Sekunden lang) durch bewegte Bilder, verwendet.“* (Ordolff 2005: 171) Videoreporter_innen liefern demnach Videomaterial aus den Regionen an die Redaktionen. Sie arbeiten am Drehort genau wie ein_e Videojournalist_in alleine oder gemeinsam, aber nicht in der herkömmlichen Arbeitsteilung (Kameraperson, Tonassistent_in, Redakteur_in). Auch Videoreporter_innen sind imstande, selbst zu filmen und sich um den Ton zu kümmern, während sie auch redaktionelle Tätigkeiten ausüben. Sie stellen den Beitrag jedoch im Unterschied zu Videojournalist_innen nicht fertig. Stattdessen liefern sie Rohmaterial an die

Redaktionen, welches dort entweder von Videojournalist_innen oder auch von Redakteur_innen und Cutter_innen weiterverarbeitet wird.

2.5.1.2 Definition „Videojournalist_in“

Aber auch die von Böhnisch erweiterte Definition von Videojournalist_innen muss für diese Arbeit noch einmal präzisiert werden, da sonst keine Eingrenzung auf eine Personen- oder Berufsgruppe möglich ist. Journalismus ist in Österreich kein geschützter Beruf, allerdings gibt es die Möglichkeit einer gewerkschaftlichen Organisierung über die „Gewerkschaft der Privatangestellten, Druck – Journalismus – Papier“ (www.gpa-djp.at). Videojournalismus ist als Berufsfeld aktuell nicht definiert und somit auch nicht durch den journalistischen Kollektivvertrag in Österreich abgesichert. Eine Eingrenzung der Personengruppe kann demnach nicht über eine Interessensvertretung passieren, sie muss anders erfolgen. Aus den genannten Tätigkeiten und Kompetenzen von Videojournalist_innen geht nicht hervor, ob sie für private oder berufliche Zwecke verwendet werden. Hobby-Videojournalist_innen, die für ihre Arbeit nicht entlohnt werden, finden genauso Beachtung wie in einer Nachrichtenredaktion hauptberuflich angestellte Videojournalist_innen. Um das Problem der Berufsgruppeneingrenzung, das bereits für den Bereich Journalismus angesprochen wurde, auch für Videjournalist_innen zu lösen, muss an die Beschreibung der Tätigkeit noch eine Definition von Rahmenbedingungen, unter denen die Tätigkeit ausgeführt wird, angehängt werden. In Anlehnung an den Österreichischen Journalistenreport werden deshalb in dieser Arbeit folgende Personen als Videojournalist_innen angesehen:

<p>Videojournalist_innen sind als Angestellte tätig oder als Pauschalist_innen, die nicht angestellt sind, aber trotzdem über ein fix vereinbartes monatliches Honorar verfügen. Oder sie arbeiten als ständig freie Mitarbeiter_innen, die regelmäßig in einem Medienunternehmen aus videojournalistischer Tätigkeit mehr als 1.000 Euro monatlich verdienen. Videojournalistisch tätig sind jene Personen, die in Personalunion neben der journalistischen Tätigkeit, d.h. Recherche, Interviews, auch die technische Tätigkeit der Kameraführung und des Schnitts übernehmen, beziehungsweise übernehmen können. Videojournalist_innen arbeiten mit kompakten Kameras im DV-Format und schneiden auf digitalen Schnittplätzen,</p>

die sich entweder in einem Laptop, PC oder vergleichbaren Apple-Modellen befinden. Der/die Videojournalist_in arbeitet überwiegend allein, kooperiert jedoch je nach Einsatzbereich mit anderen Videojournalist_innen oder nimmt sich zur Unterstützung eine Kameraperson oder Assistent_in hinzu.

2.5.2 Wandel des Fernsehproduktion durch Videojournalismus

Im Bereich des Fernsehens steht die Entwicklung des Berufsfeldes Videojournalismus in engem Zusammenhang mit der Digitalisierung der Fernsehproduktion. Der Videojournalismus kann als Produkt der „Digitalen Mediamorphose“ nach Alfred Smudits (2002) betrachtet werden. Was für den Journalismus laut Stöger allgemein gilt, nämlich dass technische und ökonomische Veränderungen journalistischem Wandel ursächlich vorausgehen (vgl. Stöger 2005: 36), kann auch für den Videojournalismus und seinen Einsatz postuliert werden. Durch Digitalisierung können Arbeitsschritte gleichzeitig und schneller erfolgen, was in der journalistischen Berichterstattung zunehmend gefordert ist, wie in Kapitel 2.3 beschrieben wurde. Videojournalismus kann als Prototyp eines Berufs gesehen werden, der dem Zwang zur Verdichtung und Gleichzeitigkeit von Handlungen, wie sie die Beschleunigung der Gesellschaft und hier im konkreten der Medien nach Rosa (2005) verlangt, gerecht wird. Pausen und Leerzeiten müssten aufgrund der Subsummierung der Tätigkeiten im Videojournalismus weniger werden. Folgt man der Beschreibung von gefragter Multi-Funktionalität im Journalismus von Quandt (2005) so kann dem Videojournalismus eine durch und durch multi-funktionale Rolle zugeschrieben werden, weil Videojournalist_innen mehrere Funktionen in sich vereinen. Für ihren Einsatz können genauso ökonomische Überlegung herangezogen werden wie bei multi-funktionalen Onlinejournalist_innen. Im Vergleich zu Fernsehjournalist_innen ist die Arbeit der Videojournalist_innen technikintensiver, weil sie die technischen Berufsfelder (Kameraperson, Cutter_in, Tonassistent_in) mitbedienen. Weiters entsprechen sie multi-medialen Anforderungen, die im Journalismus nach Blöbaum (2008) zunehmen. Sie sind cross-medial einsetzbar, weil sie für Online-Medien, Fernsehen oder beides tätig sein können.

Regina Sperlichs Konzept des „rationellen Universalismus“ (vgl. Sperlich 2010: 60) kann anhand des Videojournalismus anschaulich verdeutlicht werden. Ehemals arbeitsteilige Aufgaben eines Fernsehproduktionsteams werden rationalisiert und von einer statt vier Personen (Redakteur_in, Kameraperson, Tonassistent_in, Cutter_in) ausgeführt. Die Tätigkeiten werden damit universell und alleine durchgeführt und sind gleichzeitig rationell weil sie durch die Digitalisierung und damit Miniaturisierung des Equipments effizient ausgeführt werden. Der/Die Videojournalist_in übernimmt ehemals aufgeteilte Arbeitsschritte. Nach Sperlichs Überlegungen bringt das mehr Autonomie, führt aber gleichzeitig zu einem erhöhten Prekarisierungsrisiko, weil der Markteinstieg für junge Arbeitskräfte erleichtert wird und der Konkurrenzdruck zunimmt (vgl. Sperlich 2010: 60). Der Zugang zum Berufsfeld wird erleichtert, was über verschärften Konkurrenzdruck, sowie veränderte Arbeitsverhältnisse und Arbeitsprozesse Auswirkungen auf die mehrere Bereiche der Fernsehbranche hat. Die von Kiefer (2010) beschriebenen Phänomene des Wandels der journalistischen Berufsrolle können am Beispiel des Videojournalismus deutlich dargestellt werden. Das neue Berufsfeld Videojournalismus bildet sich in einer unruhigen Handlungsumgebung heraus, erzeugt durch Dualisierung des Fernsehsystems und eine technische Umstellung durch Digitalisierung, Satellitenübertragung und crossmediales Zusammenwachsen. Es kommt zu einer Ausdifferenzierung in der Fernsehproduktion, weil zusätzlich zu den etablierten Berufen (Kameraperson, Cutter_in, Redakteur_in und Tonassistentin) das Berufsbild des/der Videojournalist_in entsteht. Gleichzeitig kommt es zu einer Entdifferenzierung, weil für die journalistische Kerntätigkeit, also jene Tätigkeit, die im herkömmlichen Fall der/die Fernsehjournalist_in übernimmt, weniger Zeit bleibt. Ihr kann nun weniger Aufmerksamkeit gewidmet werden als im herkömmlichen Fernsehjournalismus, wo für die Tätigkeiten Kamera, Schnitt, Ton und Redaktion jeweils eine Person zuständig ist. Weiters kann Entdifferenzierung bedeuten, dass die etablierten Berufsbilder, die eine differenzierte Palette an Tätigkeiten arbeitsteilig durchführen, theoretisch auch gänzlich abgelöst werden könnten. Der Videojournalismus kann als eine Art Hybrid von Fernsehjournalismus, Kamera, Ton und Schnitt gesehen werden. Es handelt sich um vormals getrennte Arbeitsbereiche, die nun in einer Hand zusammenfließen. Die Grenzen zwischen der journalistischen und technischen

Tätigkeit lösen sich in der Fernsehproduktion damit auf. Das Tätigkeitsspektrum weitet sich aus. Wo und wie hier neue Grenzziehungen passieren könnten, muss auf der Mikroebene untersucht werden. Schwieriger wird es mit der „De-Professionalisierung“ (vgl. Kiefer 2010: 111). Da Journalismus kein geschützter Beruf ist und es keine einheitlichen Berufsstandards im Bereich Fernsehjournalismus gibt, kann nicht grundsätzlich von einer De-Professionalisierung ausgegangen werden. Zwar kann angenommen werden, dass durch die Zusammenfassung der Berufsfelder weniger Zeit für einzelne Tätigkeiten aufgewendet werden kann, durch technische Neuerungen aber vielleicht auch gar nicht aufgewendet werden muss. Von einer De-Professionalisierung kann aufgrund der technischen Änderungen nicht per se ausgegangen werden. Findet sie trotzdem statt, muss sie vermutlich eher über den erhöhten Konkurrenzdruck am Medienmarkt als bloß über die Zusammenfassung der Tätigkeiten erklärt werden.

Anders verhält es sich mit der „De-Institutionalisierung“, die den erhöhten Konkurrenzdruck hervorbringt. Durch die Digitalisierung in den Bereichen Kamera- und Tonequipment, sowie Schnittausstattung braucht es keine große Fernsehinstitution mehr um fernsehtaugliches Material zu produzieren. Durch eine Veränderung der technischen Aufzeichnungsmöglichkeiten werden Kameras kleiner, kostengünstiger und leichter zu bedienen. Bereits *„die elektronische Mediamorphose brachte die für die Fernseh- und Filmindustrie bedeutsame Videotechnik hervor, die als Vorläufertechnik des digitalen Videos gilt.“* (Sperlich 2008: 32) Das in der digitalen Mediamorphose entwickelte volldigitale Aufzeichnungssystem, sowie leichtere und leistbare Schnittprogramme für verbreitete Computermodelle machen es möglich, dass eine Person mit Grundkenntnissen in allen Bereichen einen Fernsehbeitrag von Anfang bis Ende alleine gestaltet und die Ressourcen dafür selbst zur Verfügung stellt. Das nötige Equipment ist auch für Einzelpersonen nicht mehr unleistbar. Eine Kamera (DV-Technik) für Videojournalist_innen ist laut Günzel bereits um ca. 6.000 Euro zu erwerben. Eine EB-Kamera ist mit 20.000 Euro im Vergleich dazu um einiges teurer und damit nicht so leicht anzuschaffen (Günzel 2003: 56). Auch hier ist durch eine Miniaturisierung und Verbilligung eine formale Subsumtion, wie sie Smudits (2002) beschreibt, erkennbar. Eine zunehmende Auslagerung an Kleinst- bis Ein-Personen-Unternehmen ist möglich. Die Verbreitung von flexiblen und

prekären Arbeitsverhältnissen müsste folglich auch im Bereich Fernsehjournalismus zu beobachten sein. Videojournalismus kann als die extremste Ausformung dieser Entwicklung gesehen werden. Im Österreichischen Journalistenreport ist sie für den österreichischen Fernsehmarkt sehr konkret beschrieben: *„Durch technische Entwicklungen wie Digitalisierung hat sich das Berufsbild im letzten Jahrzehnt enorm gewandelt. Zu beobachten ist die Verschiebung verschiedener Aufgabenbereiche und damit die Veränderung von Job-Descriptions, das Zusammenwachsen ehemals getrennter Aufgabenbereiche sowie das Entstehen völlig neuer Aufgaben, die vor allem mit der Handhabung neuer Programme und Distributionsmöglichkeiten zu tun haben. Beispiele dafür sind etwa die „VJs“, die Videojournalisten, die nicht nur journalistische Tasks, sondern ebenso die Aufgaben, die früher Kameraleute und Cutter innehatten, übernehmen. Durch diese Veränderung ist eine Entwicklung dieser Berufe von einer ehemals tendenziell formalisierten und organisierten Arbeitsteilung hin zu einer weniger spezialisierten, unabhängigen, zugleich technikorientierten Arbeitsweise charakterisiert.“* (Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2007: 84)

2.5.3 Schrittweise Institutionalisierung des Videojournalismus

In einem nächsten Schritt erfolgt eine Bestandsaufnahme von Videojournalist_innen in Österreich. Um an die theoretischen Überlegungen anzuknüpfen, soll sich die Sammlung der Daten über Videojournalist_innen auf das Berufsfeld Fernsehen konzentrieren, da der Bereich Internet kaum Vergleichsmöglichkeiten zwischen Videojournalist_innen und Personen aus traditionellen Fernsehprofessionen zulässt. Aktuell kann auf keine systematische Erfassung von sozioökonomischen Daten über Videojournalist_innen zurückgegriffen werden. Im österreichischen „Journalistenreport“ wird zwar das junge Phänomen des Videojournalismus erwähnt, empirisch erfasst werden aber nur Fernsehjournalist_innen allgemein. Fernsehjournalist_innen werden weiters nicht in private oder öffentlich-rechtliche Sender unterteilt, da die Personen, so begründen es die Autor_innen, aufgrund der geringen Anzahl sonst eindeutig identifizierbar gewesen wären (Kaltenbrunner/ Karmasin/ Kraus/ Zimmermann: 2007: 83f).

Videojournalist_innen in Deutschland (Pilotversuch Hessischer Rundfunk)

Einen ersten Anhaltspunkt um wen es sich bei der zu untersuchenden Gruppe der Videojournalist_innen handelt, liefert eine Erhebung von Selina Koc aus dem Jahr 2005. Ihre Ergebnisse sollen in aller Kürze skizziert werden, da diese Hinweise auf die Verteilung sozioökonomischer Merkmale der Videojournalist_innen in Österreich liefern können. Erhoben wurden einige Daten über Personen, die an einem Videojournalismus-Pilotversuch des Hessischen Rundfunks teilnahmen. Alle 42 Teilnehmer_innen waren bereits vor dem Start des Ausbildungsprojekts Beschäftigte des Senders und stammten zu 80 Prozent aus dem Pool gänzlich freier Mitarbeiter_innen (Koc 2005: 41). *„Damit haben die hr-Videojournalisten ein wesentlich unsicheres Beschäftigungsverhältnis als die Journalisten in Deutschland im Allgemeinen.“* (Koc 2005: 65) *„Weiters waren es die jüngeren Mitarbeiter_innen des Senders, die an dem Pilotversuch teilnahmen: Die Befragung der Videojournalisten des Hessischen Rundfunks hat ergeben, dass dort vor allem jüngere Personen als Ein-Mann-Teams tätig sind. Mehr als die Hälfte der Befragten (20 Videojournalisten) ist unter 36 Jahre alt. (...) Das ermittelte Durchschnittsalter der Videojournalisten liegt bei 36 Jahren“* (Koc 2005: 60) Das entspricht laut Koc fast genau dem Durchschnittsalter für Journalist_innen in Deutschland, welches bei 37 Jahren liegt. Die Videojournalist_innen in den lokalen Ballungsräumen seien jedoch insgesamt gut 10 Jahre jünger. Zwei Drittel der von Koc Befragten Videojournalist_innen sind Männer. Koc vermutet den Grund für den Männerüberhang in den hohen technischen Anforderungen und der physischen Anstrengung des Berufes. An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass sowohl die theoretischen Überlegungen in Kapitel 4.3.3 als auch die Aussagen der Interviewpartner_innen in Kapitel 5.4.5 aus dem empirischen Teil dieser Arbeit einem erhöhten Männeranteil in dem Berufsfeld und dem Erklärungsversuch über die technischen und körperlichen Anforderungen widersprechen. Stattdessen wird ein erhöhter Frauenanteil im Berufsfeld Videojournalismus angenommen. Es kommt zu einem „Geschlechtswechsel“ in der Kameraarbeit, so die Hypothese in dieser Arbeit. Was unter dem Begriff „Geschlechtswechsel“ zu verstehen ist und wie die Hypothese theoretisch und empirisch begründet wird, soll in den Kapiteln 4.3 und 5.4.5 beschrieben werden.

Die Videojournalist_innen des Hessischen Rundfunks verfügen laut Koc insgesamt über einen sehr hohen Bildungsgrad. Von 35 Videojournalist_innen haben 34 mindestens Abitur, 24 verfügen sogar über ein abgeschlossenes Studium. Unter den 36 interviewten Personen waren 27 ehemalige Redakteur_innen, 4 Kameraleute und 4 Cutter_innen (Koc 2005: 60ff). Mit ihrer Bezahlung sind die Videojournalist_innen mittelmäßig zufrieden. Wieviel diese jedoch genau verdienen, geht aus der Erhebung nicht hervor (Koc 2005: 88)

Videojournalist_innen beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen in Österreich

Der Öffentlich-rechtliche Rundfunk (ORF) beschäftigt sich laut Daniel Wiedner erst seit 2006 mit der Arbeitsweise des Videojournalismus. In seiner Diplomarbeit beschreibt er ausführlich das erste Videojournalist_innen-Pilotprojekt des ORF. In einem ersten Testversuch wurden im Jänner 2006 14 Vertreter_innen aus sechs ORF-Abteilungen ausgewählt (Landesstudio Burgenland, Landesstudio Niederösterreich, Abteilung Fernseh-Information, Entwicklungsabteilung, Religionsabteilung, Technische Direktion). Außerdem wurden Vertreter_innen des Redakteurs- und des Betriebsrats hinzugezogen. In einem dreimonatigen Testbetrieb begannen die Videojournalist_innen nach einer Teilnahme in diversen Kursen mit der Produktion eigener Beiträge in ihren Redaktionen. Laut Wiedner dehnte das Landesstudio Burgenland das Videojournalist_innen-Projekt eigenständig aus und arbeitete zur Zeit des Verfassens der Diplomarbeit im Jahr 2007 immer noch teilweise mit Videojournalist_innen (Wiedner 2007: 62f). Aus der Arbeit gehen keine detaillierten Informationen über die Teilnehmer_innen des Pilotprojekts hervor. Bekannt ist nur, dass es sich bei den Personen um Angestellte der genannten Abteilungen handelt. Weiters konnten keine offiziellen Informationen über die weitere Entwicklung in puncto Videojournalismus im ORF gefunden werden. Medieninterviews von zwei ranghohen ORF-Vertretern deuten jedoch auf eine nochmalige Testung des Videojournalismus-Systems hin. Zumindest ein weiteres Videojournalismus-Pilotprojekt stand laut Medienzitate zur Debatte. In einer Meldung der Austria Presse Agentur vom 25.01.2008, die von news-online übernommen wurde, wird ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz wie folgt wiedergegeben: *“Dem ORF stehe in nächster Zeit ein grundlegender Strukturwandel ins Haus. In diesem Zusammenhang werde auch das System der Videojournalisten geprüft. Videojournalisten sind Redakteure, die*

eine Geschichte im Alleingang recherchieren, drehen und schneiden. Sprich: Wo bisher drei bis vier Menschen zuständig sind, würde künftig nur mehr eine Person eingesetzt. Dieses Berufsbild wird laut Wrabetz sowohl bei vielen Privatsendern als auch bei nahezu allen öffentlich-rechtlichen bereits angewendet: "Wir wollen uns das mit absolut freiwilliger Teilnahme eineinhalb Jahre anschauen und dann eine Entscheidung treffen, wie wir in Zukunft mit dem Thema umgehen." (APA 25.01.2008) Richard Grasl, seit Dezember 2009 kaufmännischer Direktor des ORF, wird in einem Interview in der Printausgabe der Wiener Zeitung vom 05.01.2010 auf die Frage, wo man sparen könne, wie folgt zitiert: "Wir müssen Doppelgleisigkeiten in den Strukturen abbauen. Handshakes und Pensionierungen haben verschiedene Abteilungen unterschiedlich stark belastet, da muss man nun Ausgleich schaffen. Es muss auch neue Arbeitsbilder für Mitarbeiter geben, etwa den Videojournalisten, den drehenden Cutter oder den schneidenden Redakteur. Ein Pilotversuch im Landesstudio Niederösterreich ist sehr gut gelaufen. Natürlich kann man kein "Universum" und keinen "Report" mit dem drehenden Redakteur machen. Aber einen Meldungsblock kann man ruhig selber schneiden." (Wiener Zeitung 04.01.2010) Interessant ist, dass in beiden Zitaten Videojournalismus im Zusammenhang mit Sparmaßnahmen erwähnt wird. Gleichzeitig ist jedoch wahrzunehmen, dass trotz kaum veröffentlichter Informationen über den Erfolg und Verbleib des ersten Videojournalismus-Projekts des ORF der Videojournalismus weiter Thema ist und möglicherweise neue Pilotprojekte in Planung sind. Für welche Tätigkeiten Videojournalist_innen genau eingesetzt werden sollen und ob Fernsehredakteur_innen zur Gänze oder nur teilweise ersetzt werden sollen ist unklar. Geht es darum, dass Fernsehredakteur_innen ausschließlich die Tätigkeit des Schnitts bei zugeliefertem Auslandsmaterial übernehmen oder soll mit Personen gearbeitet werden, die als Videojournalist_innen die Tätigkeiten Redaktion, Schnitt, Kamera, und Ton zur Gänze übernehmen? Die Zitate lassen darauf schließen, dass hier keine einheitlichen Vorstellungen existieren.

Videojournalist_innen bei privaten Fernsehanstalten

In Österreich wurde im Zuge der Fernsehmarktliberalisierung im Jahr 2003 der private Wiener TV-Sender PulsTV gegründet. Dieser arbeitet fast ausschließlich mit Videojournalist_innen. Zusätzlich produziert der Sender für die deutsche TV-

Sender-Gruppe ProSieben, kabel eins und Sat.1, Fernsehinhalte für österreichische Programmfenster (Kupka 2006: 4). Im Jänner 2008 wird der TV-Sender umbenannt in Puls4 und ist ab diesem Zeitpunkt österreichweit empfangbar (www.puls4.com). Die gesamten Puls4-Produktionen und auch die Produktionen für die Programmfenster der deutschen Sender werden zu einem Großteil von Videojournalist_innen übernommen (Wiedner 2007: 51). Zum Sendestart von PulsTV im Jahr 2003 wurde eine amerikanische Beraterfirma beauftragt den Sender zu konzipieren und die ersten Videojournalist_innen auszubilden (Kupka 2006: 50). Danach, auch in der Vorbereitungsphase zum österreichweiten Sendestart von Puls4 wurden neue Mitarbeiter_innen im Zuge ihres Praktikums direkt im Sender zu Videojournalist_innen ausgebildet. Im Anschluss übernahm die Videoproduktionsfirma „News on Video“ die Ausbildung von neuen Videojournalist_innen für Puls4. Bis Anfang 2012 wurden in Ausbildungskursen insgesamt ca. 100 Videojournalist_innen ausgebildet. In dem ersten Kurs 2004 wurden ausschließlich Videojournalist_innen für den Sender Puls4 unterrichtet. Die darauffolgenden Kurse werden jeweils von Personen besucht, die selbst für ihre Ausbildungskosten aufkommen oder deren Kurskosten von Puls4 oder anderen Firmen/Institutionen bezahlt werden. Der Basis-Ausbildungskurs wird ein bis zwei Mal im Jahr angeboten, dauert zehn Wochen und kostet 5.880 Euro (www.newsonvideo.at).

Videojournalist_innen bei nicht kommerziellen Fernsehanstalten

In Österreich arbeitet auch der nicht-kommerzielle Fernsehsender „Okto“ mit Videojournalist_innen. Der Sender versteht sein „*Programm als Ergänzung zum öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Fernsehen*“ (<http://okto.tv/lesen/der-sender>) Er bildet in regelmäßigen Abständen selbst Personen zu Videojournalist_innen aus. Vorkenntnisse werden keine verlangt (<http://okto.tv/lernen/kurse>). Nicht-kommerzielle TV-Sender können nur durch Videoproduktion überhaupt ihr Programm füllen, so die These von Bärbel Schönafinger und Tanja von Dahlern, die sich vor allem mit „kanalB“ einem freien Internetsender in Deutschland beschäftigen. Die Autorinnen verwenden in diesem Zusammenhang die Begrifflichkeit des/der Videoaktivist_in um den politischen Kontext zu unterstreichen. „*Voraussetzung für diese Arbeit ist das Internet und die Tatsache, dass es erschwingliche Videotechnik, bezahlbaren*

Traffic und billige Serverplätze gibt.“ (Schönafinger/ von Dahlern 2007: 193) Der Fernsehsender „Okto“ hat damit für die österreichische Medienlandschaft eine nicht zu unterschätzende Bedeutung. Trotzdem muss er in dieser Arbeit als nicht-kommerzieller Fernsehsender vernachlässigt werden, weil die für ihn produzierenden Videojournalist_innen für ihre Arbeit nicht bezahlt werden, also weder angestellt sind noch ihre Tätigkeit über freie Dienstverträge/Werkverträge ausführen. Damit fallen sie aus der in Kapitel 2.5.1 festgelegten Definition.

Akademische „Videojournalismus“-Lehrgänge

In Österreich werden aktuell zwei akademische Videojournalismus-Lehrgänge von unterschiedlichen Institutionen angeboten. Seit 2009 bieten das Institut für Journalismus und Medienmanagement an der Fachhochschule Wien und das Wifi Wien in Kooperation mit der Firma „News on Video“ einen berufsbegleitenden Lehrgang an. Dieser erstreckt sich mit 400 Lehreinheiten (60 ECTS-Punkten) über zwei Semester. Die Kosten betragen 6.300 Euro. Abgeschlossen wird der Kurs mit dem Titel „Akademischer Video-Journalist/ Akademische Video-Journalistin“ (www.wifiwien.at). Im Februar 2010 startete ein zweiter akademischer Videojournalismus-Lehrgang mit dem Titel „Videojournalismus und –gestaltung für TV, online und PR“. Auch dieser Lehrgang wird über zwei Semester berufsbegleitend geführt. Er umfasst 1500 Unterrichtseinheiten (60 ECTS-Punkte) und wird von der Fachhochschule St. Pölten in Kooperation mit der Fachhochschule Vorarlberg und dem Kuratorium für Journalistenausbildung Salzburg angeboten (www.fhstp.ac.at).

Anhand dieser Kurse kann eine Art Institutionalisierung der Ausbildung von Videojournalist_innen beobachtet werden. Die Ausbildung wird über den Unterricht in Kursen verschult und über die Angliederung an Fachhochschulen, den möglichen Erwerb von Abschlusstiteln und ECTS-Punkten auf universitäres Niveau gehoben. Auszugehen ist davon, dass in den letzten fünf Jahren über 100 Videojournalist_innen für den Fernseh- bzw. Internetmarkt ausgebildet wurden. Wie dieses neue Angebot an Berufseinsteiger_innen auf den Fernsehmarkt wirkt, ob und wie die neu zur Verfügung stehenden Arbeitskräfte das Berufsfeld der Fernsehproduktion in Österreich verändern, ist unklar. Um diese Frage zu verfolgen, wäre eine Analyse der Strukturdaten, Ausbildungsmotivationen und

Berufswege der Teilnehmer_innen der Videojournalismus-Ausbildungskurse dringend nötig. Eine derartige empirische, quantitative Analyse kann in dieser Arbeit leider nicht geleistet werden, wäre aber ein interessantes weiterführendes Forschungsfeld.

3. Der Fernsehsender

Aufbauend auf die Beschreibung von gesellschaftlichen und medialen Wandlungsprozessen mit dem Fokus auf das sich herausbildende Berufsfeld des Videojournalismus sollen nun die Fernsehanstalten in die Analyse miteinbezogen werden. Ziel ist es, auf der soziologischen Meso-Ebene Medienbetriebe in Hinblick auf die sich verändernde Organisationsstruktur zu beschreiben. Genauer soll erläutert werden, wie sich die Phänomene Dualisierung und Digitalisierung auf die Fernsehanstalten auswirken könnten und welche Folgen der vermehrte Einsatz von Videojournalist_innen haben könnte.

3.1 *Der Fernsehsender als soziales Organisationssystem*

Nach Manfred Mai (2005) folgen Medien als soziale Systeme vier Rationalitäten: einer technischen, einer ökonomischen, einer journalistischen und einer künstlerischen Rationalität. Zwischen diesen Rationalitäten verfestigen sich in Medien als soziale Systeme ständige Zielkonflikte. Zwar bilden rechtliche und politische Grundlagen den Handlungsrahmen, aber welche Ziele innerhalb dieses Rahmens vorrangig verfolgt werden, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Je nachdem ob es sich um ein Boulevard- oder ein Qualitätsmedium, ein öffentlich-rechtliches oder ein Privatmedium handelt setzen sich unterschiedliche Rationalitäten durch (Mai 2005: 268). Es soll nun eine Analyse dieser Rationalitäten auf der Organisationsebene der Fernsehanstalten erfolgen. Innerhalb des Fernsehsenders sind die Rationalitäten verschiedenen Subsystemen unterschiedlich stark zuzuordnen. Journalist_innen, Redakteur_innen, Film- und Fernsehmacher_innen verfolgen vorwiegend journalistische Ziele, während Techniker_innen vorwiegend nach technischen und Controller_innen nach ökonomischen Rationalitäten handeln. In der Praxis sind die Berufe natürlich nicht eindeutig einer Rationalität zuzuteilen, sondern es handelt sich um Mischformen. Auf der Ebene des Medienunternehmens ist es Aushandlungssache, welche Rationalitäten sich durchsetzen.

Fernsehsender verfolgen, je nachdem ob sie gar nicht, teilweise oder gänzlich privatwirtschaftlich organisiert sind, in unterschiedlichem Ausmaß ökonomische Ziele. Die ökonomische Organisation hat einen weit reichenden Einfluss auf die

journalistischen Berufe (Belz/Haller/Sellheim 1999: 12). „*Es sollen zwar Kosten gesenkt, gleichzeitig aber auch Marktanteile und Einschaltquoten erhöht werden. Durch diesen Wettbewerb hat der wirtschaftliche Erfolg eines Medienunternehmens einen hohen Stellenwert: Er gilt sozusagen als Leitlinie für die journalistische Tätigkeit, Ein Balanceakt zwischen Quote und Qualität.*“ (Donsbach 2003) In Österreich ist auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk zumindest teilweise von Werbeeinnahmen abhängig und verfolgt damit auch ökonomische Ziele. Klar ist, dass das öffentlich-rechtliche Fernsehen durch die Dualisierung einem höheren Konkurrenz- und Kostendruck ausgesetzt ist. Die neu entstanden privaten TV-Sender müssen sich zur Gänze wirtschaftlich rentieren. Da es sich bei der Dualisierung um ein sehr junges Phänomen handelt - wie bereits erwähnt sind die ältesten österreichischen privaten TV-Sender nicht einmal zehn Jahre alt - ist auch der erhöhte Kosten- und Konkurrenzdruck in Österreich insgesamt ein junges Phänomen. Zwar waren bereits vor dem Jahre 2001 ausländische Privatsender via Satellit in Österreich empfangbar und haben teilweise Konkurrenzdruck erzeugt, aber die österreichischen privaten TV-Sender verstärken diesen Druck natürlich beträchtlich. Im Gegensatz zu Deutschland, wo bereits die staatlichen Sender ARD und ZDF als Konkurrenzsender geschaffen wurden und die Dualisierung viel früher eingesetzt hat, war der österreichische Markt in kurzer Zeit mit größeren Veränderungen konfrontiert. Die schnelle Verstärkung der ökonomischen Rationalität müsste zwangsläufig zu starken Zielkonflikten innerhalb der Fernsehsender, speziell innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks führen.

Technische Weiterentwicklungen, zu denen auch die Digitalisierung gehört verstärken die technischen Rationalitäten. „*Mit jedem Technisierungsschub in den Medien wird z.B. die Zuständigkeit und damit die Gestaltungskompetenz zunehmend in die Technologie- und Wirtschaftsressorts verlagert ...*“ (Mai 2005: 267) Die Arbeit wird innerhalb der Fernsehanstalten quer über alle Berufsfelder technikintensiver. Neue technische Gerätschaften müssen bedient werden. Die Technik rückt auch in den Fokus der ehemals eher technikferneren Berufe, wie des/der Journalist_in. Die Folgen der Digitalisierung für den journalistischen Beruf insgesamt wurden bereits erläutert. Auf der Ebene des Fernsehunternehmens ist anzunehmen, dass technische Kompetenzen der Mitarbeiter_innen stärker nachgefragt werden. Die Anzahl jener Personen, die

sich auch mit technischen Fragen auseinandersetzen, müsste sich erhöhen. Gleichzeitig müssten nach Sperlich's Konzept des „Rationalen Universalismus“ einzelne Mitarbeiter_innen mehr Arbeitsschritte übernehmen. Hier fließen technische und ökonomische Rationalitäten ineinander. Ein Fokus auf die Ausweitung technischer Möglichkeiten ist vermutlich wirtschaftlich rentabel. Sowohl die erhöhte Dominanz der technischen als auch der ökonomischen Rationalitäten haben Auswirkungen auf die journalistische und künstlerische Rationalität.

Anzunehmen ist, dass journalistische- und künstlerische Rationalitäten bei einer höheren Dominanz der technischen und ökonomischen Rationalitäten an Bedeutung verlieren. Es handelt sich hierbei um eine Entwicklung, die nicht konfliktfrei ablaufen kann. Da sich journalistische und ökonomische Logik laut Mai als ständige Zielkonflikte verfestigen, müssen sich diese Konflikte bei einer Verschiebung der Ziele zwangsläufig verstärken (Mai 2005: 255). Es ist demnach sowohl zwischen den Fernsehsendern als auch innerhalb der Sender mit Konflikten zu rechnen. Zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern sind Konflikte aufgrund unterschiedlicher, aber auch teilweise überlappender Ziele vorprogrammiert. Beide verfolgen, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß, ökonomische Ziele und stehen so in Konkurrenz zu einander. Gleichzeitig gibt es im Bereich des öffentlich-rechtlichen Fernsehens gesetzliche Vorgaben in Bezug auf die journalistischen Ziele, was innerhalb des Senders Konflikte zwischen journalistischem, technischem und geschäftsführendem Personal hervorrufen muss.

3.2 Die flexible Organisationsstruktur

Laut Richard Sennett kommt es im flexiblen Kapitalismus zu einem „Wandel der modernen Unternehmensstruktur. Unternehmen haben versucht, ihre Bürokratien abzubauen und flachere und flexiblere Organisationen zu werden. ... Flexible Institutionen sind leichter zu verändern oder abzuschaffen; ihre Lebensdauer lässt sich verkürzen“ (Sennett 2010: 27) Das Firmensystem wird so fragmentierter und es ist möglich, Teile wegzunehmen ohne dabei andere Teile zu zerstören. Zwar könnte man meinen es kommt dadurch zu einer Minderung der Ungleichheiten im System, aber laut Sennett ist das Gegenteil der Fall, weil sich die Macht in Firmen

durch fehlende bürokratische Systeme automatisch konzentriert und die Gewinne zu den Mächtigsten streben (vgl. Sennett 2010: 119). *„Die neue Ordnung fügt der Ungleichheit somit neue Formen der ungleichen, willkürlichen Macht innerhalb der Organisation hinzu“* (Sennett 2010: 70) Gleichzeitig schwindet die Organisierung der Arbeitskräfte, weil Arbeitnehmer_innen ihrem Arbeitscharakter entsprechend eher individuelle und flexible Wege suchen um Beförderung und Einkommen zu regeln (Sennett 2010: 114).

Die durch Globalisierungsprozesse zunehmende Unsicherheit der Unternehmen über künftige Marktentwicklungen wird an die Arbeitnehmer_innen weitergegeben. Bekannte Beispiele für flexible Arbeitsorganisation sind laut Sandra Buchholz *„Outsourcing (d.h. die Ausgliederung einzelner Organisationsteile aus dem Mutterunternehmen und teilweise sogar deren Verlagerung ins Ausland), Lean Management (d.h. der Abbau von Hierarchiestufen im Unternehmen) oder Lean Production (d.h. die Vereinfachung sowie Automatisierung von Arbeitsabläufen und Produktionsprozessen und damit die Einsparung von Arbeitskräften)“* (Buchholz 2008: 20) Marcel Erlinghagen (2004) beschreibt die Flexibilität der Arbeitsnachfrage im Unternehmen anhand sechs idealtypischer Parameter, die sich aus einer Kombination von „Quantitativer“ und „qualitativer Flexibilität“, „Externer“ und „interner Flexibilität“ und „Lohnflexibilität“ ergeben.

	Quantitative Flexibilität	Qualitative Flexibilität
Externe Flexibilität	Numerische Flexibilität	Räumliche Flexibilität
Interne Flexibilität	Zeitliche Flexibilität	Funktionale Flexibilität
Lohnflexibilität	Preisliche Flexibilität	Kompositionsflexibilität

(Erlinghagen 2004: 76)

Quantitativ-externe Flexibilität bezeichnet Erlinghagen als numerische Flexibilität, also die Anzahl an Arbeitskräften, die aus dem Betrieb ausscheiden oder in den Betrieb aufgenommen werden. Die räumliche Flexibilität gibt Auskunft darüber, inwieweit Arbeitsaufgaben aus dem Betrieb ausgelagert werden können oder örtlich an den Betriebsstandort gebunden sind. Hierunter

fallen Unternehmensstrategien wie „Outsourcing“ und die Gründung von Töchterfirmen, aber auch Tele- oder Heimarbeit. Zeitliche Flexibilität beschreibt, inwieweit die Ausführung der Arbeitstätigkeiten zu unterschiedlichen Zeitpunkten erfolgen kann (in Form von Überstunden oder Stundenreduktionen) und funktionale Flexibilität beschreibt, welche Möglichkeiten der Verteilung der unterschiedlichen Tätigkeiten auf die Arbeitskräfte bestehen. Ein Beispiel für innerbetriebliche Flexibilität sind zum Beispiel „Job-Rotations-Projekte“. Die Preisliche Flexibilität erfasst die absolute Veränderbarkeit der Lohnkosten und die Kompositionsflexibilität die Möglichkeit einzelne Lohnelemente zu verändern, ohne dass die absoluten Lohnkosten gesenkt oder angehoben werden (vgl. Erlinghagen 2004: 75).

Unternehmen haben nach dieser idealtypischen Unterscheidung mehrere Möglichkeiten, Produktion und Dienstleistungen flexibel zu gestalten. Johannes Giesecke (2006) beschäftigt sich vor allem mit befristeten Beschäftigungsverhältnissen, also der nach obiger Einteilung numerischen Flexibilität. Durch Befristung der Arbeitsverträge können Unternehmen ihre Beschäftigungszahlen je nach Arbeitsnachfrage leichter variieren. Aber auch durch die Art des Arbeitsvertrags kann auf die Anzahl der Mitarbeiter_innen Einfluss genommen werden. Statt Angestelltenverhältnissen können Werkverträge über den Umfang eines Arbeitsprojektes abgeschlossen werden. Der medial präsente Begriff der „neuen Scheinselbstständigen“ zeigt auf, dass der jeweilige Arbeitsvertrag nicht immer mit Tätigkeiten übereinstimmen muss, die der Art des abgeschlossenen Dienstverhältnisses entsprechen. Die räumliche Flexibilisierung, also die Auslagerung an Klein- oder sogar Ein-Personen-Unternehmen steht oft in direktem Zusammenhang mit der numerischen Flexibilität. Wird Arbeit an eine_n Selbstständige_n delegiert, ist diese Person für die örtliche und zeitliche Organisation der Arbeit selbst verantwortlich und erhält nur für ein gewisses Arbeitswerk eine vertragliche Zusicherung. Der Flexibilitätsdruck wird an selbstständige Arbeitskräfte weitergegeben. Diese tragen das Risiko, bei schlechter Auftragslage keine Arbeit zu haben und müssen dabei oft für Arbeitsmittel selbst aufkommen.

Für Buchholz (2008) stehen Unternehmen nun vor einem Problem. Auf der einen Seite müssen sie aufgrund des Flexibilisierungsdrucks von außen Strategien zur Flexibilisierung anwenden, oft im Bereich der numerischen Flexibilität, weil

kurzfristig mehr oder weniger Mitarbeiter_innen gebraucht werden. Gleichzeitig haben Firmen aber einen Bedarf an einer gut ausgebildeten Stammebelegschaft, die Kontinuität im Unternehmen sichert. Eine vollkommen flexibilisierte Arbeitnehmer_innenschaft würde dem Unternehmen jedenfalls schaden. Aus Sicht des Unternehmens ist es für die Sicherstellung von Qualität und Innovation daher notwendig, auch in stabile Beschäftigungsverhältnisse zu investieren. Das führt laut Buchholz zu einem gespaltenen Arbeitsmarkt, in dem sich eine soziale Kluft zwischen einer gut ausgebildeten Stammebelegschaft mit sicheren Arbeitsplätzen und prekär beschäftigten, flexibilisierten Arbeitnehmer_innen mit geringen Karrierechancen auftut (Buchholz 2008: 32f).

Um dieses, von Buchholz beschriebene Dilemma zu umgehen, können Unternehmen statt numerischer, zeitlicher oder örtlicher Flexibilisierungsmaßnahmen auf Strategien im Bereich der funktionalen Flexibilisierung zurückgreifen. Können unterschiedliche Tätigkeiten in flexibler Weise von verschiedenen Mitarbeiter_innen durchgeführt werden, wäre es für das Unternehmen möglich, eine relativ große fixe Kernbelegschaft zu halten und gleichzeitig im Bereich der Produktion oder Dienstleistungserbringung flexibel zu agieren. Das Unternehmen würde so die Vorteile kontinuierlicher Beschäftigungsverhältnisse nutzen, die bei Outsourcing-Maßnahmen, Zeitarbeit, oder befristeten Beschäftigungsverhältnissen nicht gegeben wären. Die Mitarbeiter_innen müssten in diesem Fall im Stande sein, eine größere Palette an Tätigkeiten durchzuführen, also Kompetenzen in mehreren Arbeitsbereichen besitzen und prinzipiell gewillt und auch fähig sein, flexibel für verschiedene Arbeiten eingesetzt zu werden. Sie könnten in diesem Fall zwar durch ein unbefristetes Dienstverhältnis in einem fixen Rahmen agieren, müssten aber innerhalb dieses Rahmens völlig flexibel arbeiten und damit Manövriermasse für das Unternehmen bleiben. Es können auch verschiedene Flexibilisierungsstrategien gleichzeitig angewandt werden. So kann ein Unternehmen einerseits einem Teil seiner Mitarbeiter_innen nur befristete Arbeitsverträge, beispielsweise auf Projektbasis erteilen und dafür spezialisierte Arbeitsleistung verlangen, oder spezifische Arbeitsschritte an spezialisierte, kleine Unternehmenseinheiten auslagern. Gleichzeitig kann das Unternehmen eine in ihren Tätigkeiten flexible Kernbelegschaft halten. Insgesamt würden so jene Mitarbeiter_innen, die zur Stammebelegschaft gehören und in ihrer Funktion

spezifische Tätigkeiten ausführen, also kaum Flexibilisierungsmöglichkeit für das Unternehmen bieten, minimiert werden. Für die Mitarbeiter_innen hieße das in weiterer Folge, entweder flexibel in der Art der Tätigkeit oder flexibel in der Art des Beschäftigungsverhältnisses sein zu müssen. Im ersten Fall müssten die Arbeitnehmer_innen für den Lohn eines fixen Arbeitsverhältnisses in Kauf nehmen, ständig neuen Anforderungen gerecht werden zu müssen. Sie müssten permanent in der Lage sein, sich neue Kompetenzen anzueignen und sich überaus schnell an neue Arbeitsgegebenheiten anpassen - alles mit dem Risiko der Überforderung. In zweitem Fall könnten die Mitarbeiter_innen eine länger erlernte, spezialisierte und qualifizierte Tätigkeit ausführen mit dem Risiko, nur für kurze Zeit entlohnt zu werden, schlechter entlohnt zu werden oder gar arbeitslos zu sein. Beide Arbeitsprofile wären in diesem Fall mit erhöhtem Arbeitsdruck und Risiko verbunden.

3.3 Einsatz von Videojournalist_innen im Fernsehbetrieb

Ziel dieses Kapitels ist es, den Einsatz von Videojournalist_innen in einem kapitalistisch orientierten Fernsehbetrieb anhand der von Erlinghagen (2004) entworfenen Parameter zu Flexibilisierungsstrategien von Unternehmen zu skizzieren. In einem zweiten Schritt soll Mais Konzept der Medien-Rationalitäten (2005) in die Analyse miteinfließen.

3.3.1 Funktional flexible Videojournalist_innen

Im System des „flexiblen Kapitalismus“, wie Sennett (2010) es beschreibt, sind kapitalistisch orientierte Fernsehbetriebe einem Flexibilisierungsdruck ausgesetzt. Diesen können sie an ihre Mitarbeiter_innen in Form von befristeten Beschäftigungsverhältnissen übertragen. Um die numerische Flexibilität zu steuern, können Mitarbeiter_innen je nach Auftragslage beschäftigt werden. Videojournalist_innen müssten, da sie für mehrere Bereiche, wie Schnitt, Kamera oder Redaktion einsetzbar sind, gegenüber Personen, die jeweils nur einen dieser Bereiche in einer Produktion abdecken können, im Vorteil sein. Sie müssten, so der theoretische Gedanke, bei einer gleichwertigen qualitativen Beurteilung ihres journalistischen Produkts öfter für Produktionen beschäftigt werden. Eine

räumliche Flexibilisierung wird durch die Auslagerung der Produktion an externe, kleine Produktionsfirmen erreicht. Anzunehmen ist, dass Videojournalist_innen durch ihr kleineres, günstiges Equipment günstiger produzieren können und damit Angebote von Produktionsfirmen, die mit herkömmlichen Teams arbeiten, preislich unterbieten können. Der Bedarf an einer fixen, gut ausgebildeten Stammebelegschaft kann, so Buchholz (2008), durch funktionale Flexibilität gedeckt werden. Mitarbeiter_innen, die im Unternehmen flexibel für mehrere Bereiche eingesetzt werden können, lassen den Betrieb insgesamt flexibel agieren. Videojournalist_innen wären für ein Medienunternehmen der Prototyp einer funktional flexiblen Arbeitskraft, weil sie mehrere Arbeitsfelder in der Fernsehproduktion je nach aktuellem Bedarf bedienen können. Sie sollten als Videojournalist_innen optional die Bereiche Schnitt, Kamera und Redaktion situationsabhängig abdecken können. Der Fernsehsender könnte durch fix angestellte, aber funktional flexible Videojournalist_innen sowohl mit Redakteur_innen, Kameraleuten als auch Cutter_innen stabile Beschäftigungsverhältnisse eingehen. Gleichzeitig kann ein Teil der Produktion an freie Videojournalist_innen und Produktionsteams ausgelagert werden. Zum Zwecke der Profitsteigerung scheint der Einsatz von Videojournalist_innen daher aus allen genannten Flexibilisierungsstrategien heraus für Medienunternehmen sinnvoll zu sein.

3.3.2 Kostengünstige Videojournalist_innen

Aus einer ökonomischen Rationalität heraus gibt es mehrere Gründe, die für den Einsatz von Videojournalist_innen sprechen. Zwar ist nicht bewiesen, dass sich der Einsatz von Videojournalist_innen langfristig für ein Medienunternehmen rentiert, aber es ist anzunehmen, dass alleine durch die Subsumtion der Tätigkeiten ein_e Videojournalist_in einem Medienunternehmen weniger Kosten bereitet, sofern die Bezahlung des/der Videojournalist_in geringer ist, als die Gesamtheit der Gehälter der ersetzten zu Personen. Aus einer ökonomischen Rationalität heraus erscheint der Einsatz von Videojournalist_innen daher nachvollziehbar. Dazu kommen die geringeren Equipmentkosten für Kameras und Schnittcomputer der Videojournalist_innen, die ein Unternehmen investieren muss, stellt es den Mitarbeiter_innen die Produktionsmittel zur Verfügung.

Günzel stellt in seiner Diplomarbeit eine fiktive Kostenrechnung an, wonach ein Newsroom mit Videojournalist_innen den gleichen Output mit nur 83% des finanziellen Aufwandes im Vergleich zu einer Produktion mit konventionellen Teams liefern kann. In dieser Kostenaufstellung wird eine bessere Bezahlung der Videojournalist_innen im Vergleich zu herkömmlichen Fernsehredakteur_innen oder Kameraleuten bereits mit einberechnet (Günzel 2003: 59). Paul Eschenhagen kommt anhand der Expert_inneninterviews in seiner Diplomarbeit zu dem Schluss, dass in der Praxis *„der Einsatz von Videojournalist_innen in der Summe zwar kaum Geld einspart, aber mit dem gleichen Geld eine deutliche Programmerweiterung möglich gemacht hat. Es werden laut Interviewpartnern weniger Wiederholungen gesendet, mehr Eigenproduktionen und eine größere Themenvielfalt ermöglicht, (...)“* (Eschenhagen 2009: 89) Beim Hessischen Rundfunk erwartete man strukturell Einsparungen von etwa 12%, schreibt Markus Böhnisch in seiner Diplomarbeit. Zum Zeitpunkt des Verfassens der Arbeit waren diese zwar noch nicht wieder eingespielt, langfristig erwarte man aber noch erheblich größeres Einsparungspotential (Böhnisch 2005: 21). Konsens scheint demnach zu sein, dass eine Fernsehproduktion mit Videojournalist_innen statt herkömmlichen Teams, abseits der Qualitäts- und Zeitprobleme, die so eine Umstellung mit sich bringen könnte, erheblich kostengünstiger ist. Gleichzeitig ist jedoch festzuhalten, dass es sich hier immer um theoretische Überlegungen handelt. In keiner wissenschaftlichen Arbeit konnte eine reale Kostenrechnung aus der Praxis diesbezüglich gefunden werden. Außerdem ist die Einsparungsannahme umstritten. Regina Sperlich schreibt: *„Paradoxe Weise entstehen im Zusammenhang mit der Verbilligung von Equipment und von Speichermedien zugleich neue Kosten. Da neue und bessere Geräte und Software in immer kürzeren Zyklen auf den Markt kommen, müssen sie wiederum schneller angeschafft und finanziert werden, um eine State-of-the-Art-Produktion zu gewährleisten. Zudem steigt der Aufwand in der Postproduktion, weil nun viel mehr Filmmaterial leichter produziert werden kann.“* (Sperlich 2008: 71) Es könnte sein, dass durch immer kürzere Zyklen von überholter Technik und Verschleis ständig neues Videoequipment angeschafft werden muss, was einen größeren finanziellen Aufwand zur Folge hat als angenommen. Die Frage der finanziellen Ersparnis kann in dieser Arbeit nicht geklärt werden. Klar ist aber, dass es privatwirtschaftlich orientierte Fernsehsender gibt, die ihre Eigenformate

zu einem guten Teil mit Videojournalist_innen produzieren. Als Beispiel soll hierfür der Privatfernsehsender Puls 4 angeführt werden. Auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk (ORF) prüfte mehrfach das Videojournalismus-System (vgl. APA 25.01.08, Wiener Zeitung 05.01.10) wie in Kapitel 2.5.3 näher ausgeführt wird.

3.3.3 Der Konflikt zwischen journalistischer und ökonomischer Rationalität

Neben der ökonomischen Rationalität kann der Einsatz von Videojournalist_innen in einem Fernsehsender auch aus der Perspektive der technischen Rationalität betrachtet werden. Der Videojournalismus fügt sich in die bereits in Kapitel 2.3 beschriebene Entwicklung ein. Wenn die Technikkompetenzen von Journalist_innen generell ansteigen und wenn der Unterschied im Tätigkeitsbereich zwischen Journalist_innen und Techniker_innen geringer wird, weil Fernsehtechnik aufgrund der Digitalisierung leichter handhabbar ist und die Produktionsmittel kleiner und benutzer_innenfreundlicher werden, scheint es aus der Sicht eines TV-Senders auf der Hand zu liegen, diese neuen Techniken auch einzusetzen.

Nun stellt sich die Frage nach der journalistischen Rationalität. Ob der Einsatz von Videojournalist_innen für einen TV-Sender aus journalistischer Sicht sinnvoll erscheint, muss anhand von Qualitätskriterien untersucht werden. Dies ist schwierig, weil kein einheitliches Verständnis über journalistische Qualität existiert (Klammer 2005: 68). Trotzdem können einige Qualitätsdimensionen im Journalismus identifiziert werden. Welche Qualitätsmerkmale videojournalistische Arbeit aufweisen kann und wo Schwierigkeiten liegen, diese zu gewährleisten, soll in Kapitel 4.4 ausführlicher diskutiert werden. Vorweg wird angenommen, dass aus einer journalistischen Rationalität ad hoc einiges gegen den Einsatz von Videojournalist_innen sprechen müsste. Ist eine Person für mehrere ehemals arbeitsteilig organisierte Tätigkeiten zuständig, bringt das eine höhere Arbeitsbelastung mit sich, wenn nicht verhältnismäßig mehr Zeit für die Arbeitsschritte bleibt. Ob das eine vereinfachte Produktionstechnik ausgleichen kann, ist fraglich. Zwar sind Schnittprogramme einfacher zu bedienen und das digitale Einspielen von Aufnahmematerial erfolgt schneller als von Band, aber der

Schnitt des gedrehten Videomaterials muss trotzdem erfolgen. Eine redaktionelle Recherche ist genauso von Nöten wie der technische Check des Video-Equipments. Sind die Rahmenbedingungen für herkömmliche Fernsehjournalist_innen und Videojournalist_innen gleich, müssten zweitens also einer höheren Arbeitsbelastung ausgesetzt sein. Bei gleich bleibenden Rahmenbedingungen bliebe so für die journalistische Kerntätigkeit weniger Zeit. Auf einen ersten Blick wäre Videojournalismus aus einer journalistischen Rationalität heraus eher abzulehnen, wenn sich nicht gleichzeitig Arbeitsrahmenbedingungen ändern. Die Rahmenbedingungen müssten sich verändern, damit die journalistische Arbeit und damit das journalistische Produkt nicht an Qualität verlieren. Ein Beispiel hierfür wäre das zur Verfügung stellen eines größeren Zeitrahmens zur Erstellung eines videojournalistischen Beitrags. Gleichzeitig müssten aus einer ökonomischen Rationalität heraus die Rahmenbedingungen, wenn nicht gleich, zumindest ähnlich bleiben, damit sich der Umstieg auf Videojournalist_innen für einen privatwirtschaftlich orientierten Fernsehsender finanziell lohnt. Der Konflikt in den Strukturen eines bestehenden Fernsehsenders scheint vorprogrammiert. Anzunehmen ist, dass das kaufmännische Personal die Einführung von Videojournalist_innen befürwortet, die journalistisch Tätigen das Videojournalismus-System eher ablehnen. Ablehnung müsste dem Videojournalismus auch von Kameraleuten, Tonassistent_innen und Cutter_innen entgegen gebracht werden, sowohl aus der Perspektive ihrer Profession heraus, als auch weil Videojournalist_innen eine direkte Gefahr für ihren Arbeitsplatz darstellen. Videojournalist_innen in einen bestehenden Fernsehsender zu integrieren, scheint damit um einiges schwieriger als einen neu gegründeten TV-Sender ausschließlich mit Videojournalist_innen arbeiten zu lassen. Weiteres ist es im Bereich des öffentlich-rechtlichen Fernsehens für die kaufmännischen Kräfte schwieriger die Produktion auf Videojournalist_innen umzustellen, weil journalistische Kräfte und deren Betriebsrät_innen vermutlich gegen die Einführung auftreten. Anzunehmen ist, dass sich zum Thema „Videojournalismus“ in einem sozialen System Fernsehsender Konfliktlinien entlang journalistischer und ökonomischer Rationalitäten bilden, die zwischen den Mitarbeiter_innen je nach Arbeitsfeld und Position erkennbar werden.

3.4 Eine neue Organisationsstruktur durch Videojournalist_innen? - Die Idee von der Revolution im Fernsehbetrieb

Der Begriff Video ist von Beginn an eng verbunden mit der in den 1960er Jahren entstandenen Videobewegung. Im Vordergrund steht bereits anfangs die Idee, dass durch den im Vergleich zur Filmproduktion vereinfachten Zugang der Bevölkerung zu den Ressourcen im Videobereich ein Demokratisierungsprozess in Gang gesetzt werden würde (Kupka 2006: 6). Der Begriff „Video“ beinhaltet politische Implikationen und muss im Kontext der Videobewegung der 60er Jahre betrachtet werden. Genau aus dieser Zeit stammt laut Schönafinger/Dahlern (2007) auch der Begriff „Videoaktivismus“. Von Beginn an wurde in das Medium Video die Hoffnung gesetzt, die im Fernsehen strikt getrennte Konsument_innen- und Produzent_innenrollen aufzubrechen. *„Durch das „allen“ zugängliche Medium Video sollte eine jede die Möglichkeit haben, an der Gestaltung der (medialen) Öffentlichkeit und Diskursbildung aktiv teilzunehmen“* (Schönafinger/Dahlern 2007: 195). Die ausschließlich weiblich formulierte Textpassage deutet darauf hin, dass die Autorinnen auch auf den emanzipativen Charakter von Video in Hinblick auf Geschlechterrollen aufmerksam machen wollen, auch wenn sie im Weiteren nicht explizit darauf eingehen. Die leichtere Zugänglichkeit argumentieren die Autorinnen über die ersten tragbaren, vergleichsweise günstigen Videokameras. Heute ist der Videoaktivismus eng mit dem Internet als Verbreitungsmedium verknüpft, denn in Deutschland sind medienaktivistische Gruppen anders als in den USA im Fernsehen wenig präsent (Schönafinger/Dahlern 2007: 195). Ziel des Videoaktivismus ist *„das Sichtbarmachen von sozialen Kämpfen und Bewegungen, die politische Analyse und Kritik sowie die Vorstellung von alternativen Lebens- und Gesellschaftsentwürfen“*. (Schönafinger/Dahlern 2007: 193) Angestrebt wird die Realisierung dieses Ziels durch aktivistische Medienprojekte wie dem Internetsender „kanalB“ (<http://kanalb.org>) Hier wird bewegtes Bildmaterial veröffentlicht, das so in anderen Medien nicht gezeigt wird. Es kann somit von Ereignissen berichtet werden, die herkömmliche Medien auslassen. Auch die Motivation hinter der Berichterstattung ist teilweise eine andere. So werden

Demonstrationen und Aktionen aufgezeichnet mit dem Ziel, Polizeigewalt zu dokumentieren und gleichzeitig vorzubeugen (Schönafinger/Dahlern 2007: 197).

3.4.1 Bürokratieabbau durch Videojournalist_innen?

Wenn Video sich nun per se als Konkurrenzmedium zu Film und Fernsehen etabliert hat und von Beginn an andere Zuschreibungen von seinen Nutzer_innen erhalten hat, drängt sich die Frage auf, ob sich auch herkömmliches Fernsehen durch den vermehrten Einsatz von Videotechnik verändert. Verschwindet die postulierte emanzipative Eigenschaft der Videotechnik wenn sie von privatwirtschaftlichen TV-Sendern verwendet wird oder kann ihr Einsatz auch dort Veränderungen hervorrufen? Kann der Einsatz von Videojournalist_innen im Bereich des Fernsehens dazu führen, dass *„die Spaltung zwischen fernsehschaffenden Machern und zuschauenden Rezipienten“* (Kissel 2007: 222) zunehmend aufgehoben wird? Nach Michael Rosenblum verändert der Einsatz von Videojournalist_innen in der Fernsehproduktion nicht nur die Arbeitswelt, sondern auch die Strukturen eines Fernsehsenders tiefgreifend (Kruse 2006: 121). Michael Rosenblum ist eine zentrale Figur, wenn es um die internationale Verbreitung des Videojournalismus geht. Er bildete unter anderem Videojournalist_innen aus für den schwedischen Lokalsender TV3 aus, für den New Yorker Stadtsender NY1, für Channel One in London, für Telezüri in der Schweiz und 2001 auch für den Hessischen Rundfunk und andere deutsche Medienunternehmen (Kruse 2006: 29). Laut Michael Rosenblum (2003) käme es durch den Einsatz von Videojournalist_innen zu einem enormen Abbau bürokratischer Strukturen innerhalb eines Fernsehsenders. *„Die Fernsehindustrie erweist sich sogar für Menschen mit viel Erfahrung als eine Zermalmaschine. Wenn wir die Welt der Kunst so führen würden, wie wir zurzeit die Welt des Fernsehens führen, würde Picasso eines Morgens mit der Idee aufwachen, Guernica malen zu wollen. Um dies zu erreichen, müsste Picasso einen 60-seitigen Antrag bei der Public Painting Corporation stellen, um Geld und die Genehmigung für das Projekt Guernica zu erhalten.“* (Rosenblum/ Zalbertus 2003: 38) Demnach müsste sich mit der Einführung des Videojournalismus einiges in einem Medienunternehmen ändern. Videojournalist_innen könnten ohne langwierige Genehmigungsprozesse arbeiten. Sie wären in ihrer Arbeit oder

künstlerischen Tätigkeit demnach freier. Es ist jedoch anzunehmen, dass diese Freiheit im Arbeitsprozess gleichzeitig zu einem höheren Ausmaß prekärer Beschäftigung führen müsste. Was genau sich in einem Medienunternehmen, seiner Produktions-, Arbeits-, und Beschäftigungskultur mit Einführung des Videojournalismus verändert bzw. welche Unterschiede es in diesen Bereichen zwischen Fernsehunternehmen mit und ohne Videojournalist_innen gibt, darüber ist wenig bekannt. Auch in Rosenblums Publikationen gibt es dazu keine Anhaltspunkte.

3.4.2 „Demokratisierungsmotor“ Videojournalismus?

Neben seinen Thesen auf der Meso-Ebene zur Organisation im Medienunternehmen stellt Rosenblum noch weiter gefasste Hypothesen auf. Videojournalismus sei eine Art „Demokratisierungsmotor“, weil durch den vereinfachten technischen Zugang plötzlich eine größere Masse an Menschen die Möglichkeit hätte Videomaterial aufzuzeichnen und es mit einem Schnittprogramm zu bearbeiten, auch abseits der Medienkonzerne (Rosenblum/Zalbertus 2003: 56). Eine gewagte These – denn der vereinfachte Zugang bedeutet nicht zwangsläufig einen höheren Verbreitungsgrad (vgl. Kruse 2006: 24). Trotzdem ist Rosenblum mit seiner Annahme nicht alleine. Videojournalismus hebe in Verbindung mit dem Distributionsmedium „Internet“ die Rollenteilung zwischen Videoproduzent_innen und –konsument_innen auf (Schönafinger 2007: 196). Diese Annahme ist interessant, weil bereits 1970 Medientheoretiker wie Hans Magnus Enzenberger die Aufteilung von Produzent_innen und Konsument_innen im Bereich des Rundfunks der Aufrechterhaltung eines Gesellschaftssystems von Herrschenden und Beherrschten zuschreibt: *„Die Entwicklung vom bloßen Distributionsmedium zum Kommunikationsmedium ist kein technisches Problem. Sie wird bewusst verhindert (...). Die technische Differenzierung von Sender und Empfänger spiegelt die gesellschaftliche Arbeitsteilung zwischen Produzenten und Konsumenten wieder, die in der Bewusstseins-Industrie eine besondere politische Zuspitzung erfährt. Sie beruht letzten Endes auf dem Grundwiderspruch zwischen herrschenden und beherrschten Klassen (das heißt, zwischen Monopolkapital oder Monopolbürokratie auf der einen und abhängigen Massen auf der anderen*

Seite.)“ (Enzenberger 2009: 143) Die Aufhebung dieser Rollenverteilung könne demnach zu einer radikalen Veränderung gesellschaftlicher Verhältnisse führen. Wolfgang Kissel von der Bauhaus-Universität Weimar setzt in diesem Zusammenhang hohe Erwartungen in den Videojournalismus, wenngleich wieder nur in Zusammenhang mit dem Verbreitungsmedium Internet: *„Die demokratischen Potentiale, die sich durch die Verfügbarkeit der kleinen Digitalkameras und die vielfältigen Vertriebsmöglichkeiten im Netz ergeben, sind noch längst nicht ausgeschöpft. (...) Durch die geringen Ausrüstungskosten wird es jederzeit und überall einer zunehmenden Anzahl von Menschen möglich werden, eigene filmische Beiträge zu erstellen. So können bislang unbekannte Erzählhaltungen und ungewöhnliche Gestaltung eine weltweite öffentliche Resonanz erfahren.“* (Kissel 2007: 224) Und tatsächlich kann der aktive Zugang zu Medien als wichtiger Teil der Pressefreiheit gewertet werden, was wiederum Indikator für die demokratische Entwicklung eines Landes ist (Czepek 2005: 371). Dass Videojournalismus in Verbindung mit dem Internet den aktiven Zugang stärkt, bleibt trotzdem umstritten. Denn medientechnische Innovationen sind nicht nur durch ein technisches Potential, sondern vor allem durch ihren Gebrauch gekennzeichnet (Jünger 2011: 427 zit. n: Höflich 1998). Susanne Femers bezeichnet die Annahme, dass Digitalisierung zu einer neuen Kommunikationsform führte, in der Individuen Distributionsmacht erhalten und eine Demokratisierung einsetze, als neuen Mythos der Medien (Femers 2005: 165). Kritik gibt es vor allem in Bezug auf das reale Kommunikationsgeschehen: *„Gegenwärtig lässt sich im Internet eine gewisse Abkehr von den anfänglich propagierten Idealen einer eigenen bestimmten und freien Diskurskultur beobachten (...) Besonders technische und kulturelle Kompetenzen der Kommunikatoren und professionelles Marketing werden wie überall im Medienbereich und auch im Internet zu Voraussetzung dauerhaften Erfolgs. Solche Erfolgsgaranten kann am ehesten nutzen, wer über die nötigen Ressourcen verfügt. Das Machtproblem hat damit auch das Internet eingeholt.“* (Hoffmann-Riem 2003: 32) Jünger kommt zu dem Schluss, dass sich Aktivität im Sinne von öffentlichen Mitteilungshandlungen auch im Internet in Grenzen halten. Professionalisierte Akteur_innen würden nach wie vor eine bedeutende Rolle spielen. Angesichts der konkurrierenden Angebote sei die Möglichkeit mit seinen Botschaften die ganze Welt zu erreichen zumindest nur eingeschränkt umsetzbar

und der Einfluss auf die Öffentlichkeit damit beschränkt (Jünger 2011: 440). Auch im Internet ist es also einerseits eine Frage von Ressourcen, ob ein Beitrag Verbreitung findet oder nicht, andererseits bietet günstiges und leicht handhabbares Videoequipment zumindest die Möglichkeit, Videomaterial zu produzieren und es der Öffentlichkeit zu Verfügung zu stellen.

4. Der/Die Videojournalist_in

Anknüpfend an die Beschreibung von sozialen und medialen Wandlungsprozessen auf der soziologischen Makro-Ebene und der Analyse der Fernsehanstalten als Organisationssysteme soll nun auf der soziologischen Mikro-Ebene der/die Videojournalist_in als in dem beschriebenen Mediensystem agierendes Individuum betrachtet werden. Genauer beschrieben werden unter anderem Identitätswahrnehmungen, Rollen, die Videojournalist_innen in dem Arbeitsfeld der Fernsehproduktion zugeschrieben werden, ein sich wandelndes Arbeitsprestige in Zusammenhang mit einem erhöhten Frauenanteil und der intrapersonale Konflikt zwischen journalistischer und ökonomischer Rationalität in Hinblick auf journalistische Qualitätskriterien.

4.1 Die beschleunigte flexible Identität

Laut Sennett wird das Verständnis der Arbeit in den üblich werdenden flexiblen Arbeitsprozessen oberflächlich. Die berufliche Identität driftet. Zur Illustration zitiert er eine Frau in der Bäckerei, die sagt: „Backen, Schuhe machen, Drucken, kann ich alles ...“. Gleichzeitig betont sie aber, „kein Bäcker“ zu sein. Die modernen Identitäten seien *„fließender als die kategorischen Einteilungen der Menschen in den Klassengesellschaften der Vergangenheit. ... Die Folgen sind eine oberflächliche Identifikation mit der Arbeit und Unverständnis gegenüber dem, was man da eigentlich macht.“* (Sennett 2010: 96) Als Folge der oberflächlichen Identifikation mit einer Berufsgruppe werden Karrierewege lieber individuell flexibel geregelt statt im Kollektiv. Der/die Einzelne werde durch die flexible Arbeitsstruktur zu immer höherer Leistung angetrieben. Wie diese bewerkstelligt werden soll, bleibt dabei offen. (vgl. Sennett 2010: 71). Rosa bringt das Phänomen der sich verändernden Identitäten wie folgt auf den Punkt: *„man war etwas anderes und wird (möglicherweise) jemand anderer sein. Der soziale Wandel verlagert sich damit gleichsam in die Identität der Subjekte hinein.“* (Rosa 2004: 238) In der Postmoderne sind alle Beziehungen und Bestimmungen, die Identität konstruieren, zeitlich markiert. Familien, Wohnorte, politische und religiöse Überzeugungen können genauso wie Berufe jederzeit gewechselt werden. Nicht nur berufliche Identitäten sind damit wandelbar und zeitlich

begrenzt. Es kommt so zu einer „*Verflüssigung der stabilen personalen Identität zugunsten offener und oft auch fragmentarischer Selbstentwürfe.*“ (Rosa 2004: 362) Damit geht eine größere Palette an Wahlmöglichkeiten der eigenen Identität einher, weil die Identitätsbausteine frei kombiniert und auch wieder revidiert werden können. Die eigene Biographie kann aktiv gestaltet und im zeitlichen Verlauf geändert werden. Rosa spricht hier von einer „*Temporalisierung der personalen Identität*“ (Rosa 2004: 362f). Andrea Grisold schreibt: „*Individualisierung und Identitätskrise sind Effekte einer gesellschaftlichen Entwicklung, die zu einer Redefinition des Begriffs „Arbeit“ geführt haben und in der Arbeitszugehörigkeit nicht mehr exklusiv identitätsstiftend wirkt.*“ (Grisold 2004: 263)

Auch die journalistische Arbeit kann in der Praxis nicht als allein identitätsstiftend gesehen werden. Laut Buckow (2011) geht aus Meyens Journalistenreport hervor, dass sich jede_r dritte Journalist_in ihren/seinen Lebensunterhalten nicht allein durch journalistische Arbeit finanziert. Die meisten freien Journalist_innen arbeiten nebenbei in der PR und Werbebranche, weil sie im Journalismus zu wenig verdienen und es in diesen Bereichen ähnliche Arbeitsanforderungen gibt. In der Wahrnehmung der eigenen beruflichen Identität wird häufig nicht zwischen Pressearbeit und Journalismus unterschieden. So würden in einer Online-Befragung einige Befragte ihre PR-Arbeit als journalistische Arbeit einstufen. Ebenso würden sich freiberuflich Tätige als Journalist_innen bezeichnen, obwohl sie einen Großteil ihres Einkommens aus Tätigkeiten in der Pressearbeit erwirtschaften (Buckow 2011: 96f). Neben Verschmelzungsphänomenen von Journalismus und PR gibt es weitere Phänomene der Entgrenzung, die laut Marie Luise Kiefer (2010) die journalistische Berufsrolle charakterisieren, wie in Kapitel 2.3.3 näher ausgeführt wird. Konkret erwähnt Kiefer die Vermengung von journalistischen und technischen Tätigkeiten (Kiefer 2010: 111).

Im Videojournalismus könnte die Subsummierung von ehemals arbeitsteilig erbrachten Tätigkeiten, die eine gleichzeitige Ausführung von journalistischen und technischen Arbeitsschritten bedeutet, zu einer hybriden, oder wie Sennett sie nennt „driftenden“ Identitätswahrnehmung führen, die nicht nur zeitlich begrenzt sondern in sich fragmentiert ist. Zu berücksichtigen ist, dass es sich bei der videojournalistischen Berufszuschreibung um eine Identität handelt, die sich im Zuge der Etablierung des Berufsfeldes erst finden muss. Gleichzeitig ist jedoch zu

vermuten, dass es durch den flexiblen Einsatz der videojournalistischen Arbeitskräfte in den Medienbetrieben, die gemeinsame Ausübung von technischen und journalistischen Tätigkeiten in der Journalismus- und der Pressebranche, sowie den unregelmäßigen, vereinfachten Zugang zum Arbeitsfeld zu einer weniger stabilen Eigen- und Fremdzuschreibung von beruflichen Identitätsmerkmalen kommt. Videojournalist_innen würden demnach in der Wahrnehmung weder Journalist_innen noch Kameraleute oder Cutter_innen sein, die weder eindeutig Presse- noch Journalismusarbeit machen und auch nicht klar einem Medium zugeschrieben werden können, weil sie beispielsweise für das Internet und für das Fernsehen gleichermaßen produzieren. Sie würden demnach zum flexiblen „Arbeitskräfte-Kit“ in der Medienbranche, einsetzbar als Substitution für unterschiedliche Berufe, in mehreren Medien für verschiedenste inhaltliche Bereiche. Es handelt sich um eine junge Generation von Medienproduzent_innen, die für diverse Medien, Ressorts und Arbeitsschritte der Produktion herangezogen werden können. Für das Individuum könnte das möglicherweise zu einer Zerreißprobe der beruflichen Identität werden, die durch keine Eingrenzung der Kompetenzen mehr beschrieben werden kann.

4.2 Die günstige Alternative – Preis-Konkurrent_innen in der Fernsehbranche

Für Regina Sperlich (2010) sind verstärkter Konkurrenzdruck und ein erhöhtes Prekarisierungsrisiko durch Lohn- und Honorardumping direkte Folgen des „universellen Rationalismus“. Zwar bringe die Miniaturisierung und Verbilligung der Produktionsmittel, die eine Erledigung mehrerer Arbeitsschritte aus einer Hand ermöglichen, mehr Autonomie für den/die Einzelne_n und erleichtern den Markteinstieg für Neueinsteiger_innen, gleichzeitig erhöht sich aber der Druck am Arbeitsmarkt, weil mehr Individuen in der Lage sind, die gleiche Arbeit anzubieten und die Produktion zunehmend an Klein- und Keinstunternehmen (auch Ein-Personen-Unternehmen) ausgelagert wird (Sperlich 2010: 60). Daraus abzuleiten wäre, dass Videojournalist_innen in einem höheren Maße prekär beschäftigt sind als Kameraleute, Tonassistent_innen, Cutter_innen oder Fernsehjournalist_innen. Nicht nur weil laut Smudits prekäre Beschäftigungsformen mit der digitalen Mediamorphose generell zunehmen (vgl.

Smudits 2002), sondern weil Videojournalist_innen durch einen erleichterten Markteinstieg einem höheren Konkurrenzdruck ausgesetzt sind. Sie können zwar fix angestellt als funktional flexible Arbeitskräfte in einem Fernsehsender eingesetzt werden, gleichzeitig kann ihre Arbeit aber genauso gut ausgelagert werden. Eine höhere Anzahl prekärer Beschäftigungsverhältnisse unter Videojournalist_innen ist auch deshalb anzunehmen, weil sie häufiger bei privaten Fernsehanstalten arbeiten, die unter einem noch höheren Kostendruck stehen als öffentlich-rechtliche Fernsehanstalten. Im Bereich des Videojournalismus gibt es weiters (noch) keinen Kollektivvertrag, der die Tendenz zu prekärer Beschäftigung eindämmen könnte (vgl. Solidarität 2010: 7). Sollte nun erkennbar sein, dass Videojournalist_innen in einem höheren Ausmaß prekär beschäftigt sind und ihre Tätigkeiten vermehrt als freie Dienstnehmer_innen oder Selbstständige anbieten, müssen in diesem Zusammenhang noch einmal die vier von Mai beschriebenen Rationalitäten betrachtet werden (Mai 2005: 268). Folgen Videojournalist_innen neben journalistischen und technischen Rationalitäten durch ihre prekäre Beschäftigung auch vermehrt ökonomische Rationalitäten? In diesem Fall müsste sich die ökonomische Rationalität durch Auslagerung von Tätigkeiten an „Ein-Personen-Unternehmen“ von der Geschäftsleitung eines Fernsehunternehmens zu den Videojournalist_innen hin verschieben. Der beschriebene Konflikt zwischen journalistischer, künstlerischer, technischer und ökonomischer Rationalität würde demnach weniger innerhalb eines Fernsehsenders ausgetragen, sondern zu einem inneren Konflikt einer Person. Verlagert sich der vormals interpersonelle Konflikt zu einem intrapersonellen Konflikt, könnte das Auswirkungen haben auf die Fernsehproduktion, weil die Sphären nicht mehr von einander getrennt werden können. Der/die Videojournalist_in würde gleichzeitig journalistische und ökonomische Ziele verfolgen, was gravierende Auswirkungen auf den Arbeitsprozess und die Art und Weise der Berichterstattung haben könnte. Wenn der/die selbstständig arbeitende Videojournalist_in überlegen muss, ob sich der Aufwand für eine journalistische Tätigkeit ökonomisch lohnt, verändert das wahrscheinlich das journalistische Produkt.

Im Übrigen könnte ein Zusammenhang zwischen einer verstärkten Tendenz zu prekärer Beschäftigung und einem möglichen höheren Frauenanteil im Berufsfeld Videojournalismus bestehen. Klaus Dörre schreibt „(...) *Dementsprechend sind*

atypische Beschäftigungsformen primär eine Domäne von Frauen geblieben.“ (Dörre 2005: 200) Auf einen vermuteten höheren Frauenanteil, seine Ursachen und Folgen soll in Kapitel 4.3 näher eingegangen werden. Neben der Komponente Geschlecht wäre auch zu erkunden, welche Rolle das Alter im Bereich der Arbeitsverträge und der Entlohnung spielt. Möglich wäre, dass eine Zunahme prekärer Beschäftigungsverhältnisse junge Arbeitnehmer_innen in der Fernsehbranche allgemein trifft. Videojournalist_innen wären dann nur deshalb in einem höheren Ausmaß betroffen, weil anzunehmen ist, dass sie im Durchschnitt jünger sind als beispielsweise Redakteur_innen oder Kameraleute. Aber auch wenn Videojournalist_innen nicht häufiger prekär beschäftigt wären als die anderen genannten vier Professionen, könnte sich durch die Zusammenfassung ehemals arbeitsteilig organisierter Tätigkeiten der Prekarisierungsdruck über alle Professionen hinweg erhöhen. Videojournalismus wäre dann nicht nur Ausdruck gesellschaftlicher und technologischer Veränderungen sondern würde diese durch seine Konkurrenzposition zu den herkömmlichen Berufsfeldern noch einmal beschleunigen. Ein erhöhter Arbeitsdruck kann den Arbeitsmarkt Fernsehen allgemein verändern. Sperlich skizziert für den Arbeitsmarkt der Kunst- und Kulturschaffenden das Problem „Lohndumping“: *„Die Schattenseite davon ist, dass immer mehr „Self-Made“-Kulturschaffende, -filme und -produkte auf den Markt drängen und somit der Konkurrenzdruck auf alle und die ökonomische Verunsicherung (auch durch Honorardumping) steigt.“* (Sperlich 2008: 41) Dieser Prekarisierungs- und Lohndruck könnte durch einen durch den vermehrten Einsatz von Videojournalist_innen hervorgerufenen Arbeitsplatzabbau in den herkömmlichen Berufssparten noch verstärkt werden. Wenn eine Person die Tätigkeit von ursprünglich vier Personen übernehmen kann, wäre dieser Schluss zumindest naheliegend. Eschenhagen (2009) widerspricht diesen Überlegungen deutlich: *„(...) vielmehr kam es zu einer Verlagerung, teils sogar zur Schaffung von Arbeitsplätzen, weil mehr Programm produziert werden konnte. Durch das indirekte Einsparen von Kosten, etwa die nicht nötige Beschaffung teurer Schulterkameras und die Einrichtung weiterer Schnittplätze, wurden zudem Mittel für andere Innovationen frei, beispielsweise zur schrittweisen Digitalisierung der kompletten Fernsehproduktion“* (Eschenhagen 2009: 90) Die Schaffung von neuen Arbeitsplätzen müsste Eschenhagens Beschreibung nach jedoch

einhergehen mit einer Reduktion von Kameraleuten, Tonassistent_innen und Cutter_innen, da Schulterkameras und Schnittplätze eingespart werden. Ältere Berufssparten werden verdrängt. Gleichzeitig entstehen durch die technologischen Neuerungen neue Berufsfelder, wie Sperlich schreibt: *„Einerseits wurden alte Assistenzberufe, wie Kamera- und CutterassistentInnen, obsolet oder abgewertet, weil deren Tätigkeiten von CutterInnen oder Kameraleuten selbst erledigt werden können. (...) Andererseits entstanden neue hochqualifizierte Berufe, wie beispielsweise von technischen BeraterInnen, die die Kameraarbeit auf rein technischer Ebene betreuen.“* (Sperlich 2008: 72) Damit steht Videojournalismus in direkter Konkurrenz zu älteren Berufssparten, was Konfliktpotential am Arbeitsmarkt in sich birgt. Würden nun Videojournalist_innen geringer entlohnt als Fernsehredakteur_innen, Cutter_innen, Kameraleute und Tonassistent_innen, müsste sich die Konkurrenzssituation noch verschärfen und der Druck auf Arbeitnehmer_innen in den traditionellen Berufssparten erhöhen. Diese Überlegungen können aktuell nicht über die Erhebung sozioökonomischer Daten auf eine empirische Basis gestellt werden. Für Österreich existieren außerdem bis jetzt keine Sekundärdaten, auf die zugegriffen werden könnte. Im österreichischen „Journalistenreport“ werden Fernsehjournalist_innen nicht in private oder öffentlich-rechtliche Sender unterteilt, da die Personen, so begründen es die Autor_innen, aufgrund der geringen Anzahl sonst eindeutig identifizierbar gewesen wären (Kaltenbrunner 2007, S. 83). Es gibt weiters keine Informationen über Alter, Geschlecht, Dienstverhältnisse oder Entlohnung von Videojournalist_innen, die mit jenen der herkömmlichen Professionen verglichen werden könnten.

4.3 DIE Videojournalistin – Geschlechtswechsel in einem Berufsfeld?

Die Arbeitswelt ist nicht geschlechtsneutral. Nach Karin Gottschall (2010) existieren nach wie vor horizontale, sowie vertikale Segregation, d.h. Männer und Frauen sind ungleich auf Berufssparten und innerhalb einer Sparte ungleich auf betriebliche Hierarchien verteilt. Es bestehen markante Benachteiligungen von Frauen in Hinblick auf Faktoren wie Einkommen, innerbetrieblichen Aufstieg,

Erwerbsbeteiligung, Erwerbsverläufe und Karrieremuster (Gottschall 2010: 671). Bereits im Ausbildungssystem sei diese Geschlechtersegregation vorzufinden, wie Gottschall am Beispiel Deutschland beschreibt. Während im dualen System mit Berufsschulunterricht und beruflicher Praxis der Frauen- und Männeranteil ausgewogen ist, überwiege im Schulberufssystem, also dem Vollzeitschulsystem der Frauenanteil. Markant am Vollzeitschulsystem ist, dass es keinen Qualifikationsschutz bietet und zum Teil kostenpflichtig ist. Die Berufe, auf die es vorbereitet, sind von weiteren Karrierewegen abgeschnitten und können außerdem von Un- oder Angelegerten ausgeführt werden. Die Berufe werden geringer entlohnt und es gibt aufgrund schlechterer Arbeitsbedingungen keine langfristige Berufsausübung. Ganz anders sind laut Gottschall die Rahmenbedingungen im dualen Ausbildungssystem. Es bereite auf eine Facharbeiterposition in Industrie und Handwerk vor, biete Qualifikationsschutz und binde Auszubildende in die Betriebsverfassung ein (Gottschall 2010: 681). Laut Ulrike Teubner (2005) ist die Bezahlung in typischen „Männerberufen“, also Berufen mit einem traditionell hohen Männeranteil, generell höher als in typischen „Frauenberufen“, also Berufen mit einem traditionell höheren Frauenanteil (Teubner 1005: 431). Außerdem ist, so Klaus Dörre, tatsächlich eine Überrepräsentanz von Frauen in prekären Beschäftigungsverhältnissen zu beobachten (Dörre 2007: 295). Für Lohr/Nickel (2005) erweisen sich Frauen als Vorreiterinnen der „Subjektivierung“, weil sie aufgrund gesellschaftlicher Zuweisung und Zumutung („Vereinbarkeit“) Fähigkeiten ausgebildet hätten, die aktuell in den Betrieben den Anforderungen an die Beschäftigten gleichen. Frauen würden so zu „Pionierinnen“ der Subjektivierung auch negativ zum „Schmiermittel“ der Makroökonomie (Lohr/Nickel 2005: 226).

4.3.1 „Geschlechtswechsel“ im Fernsehjournalismus

Laut Ulrike Teubner (2005) ist das Geschlechts-Label von Berufen, also das was als typischer Männer- oder Frauenberuf gilt, historisch und kulturell variabel. Kommt es zu einem „Geschlechtswechsel von Arbeit“, also ändert sich die Geschlechtsdominanz eines Berufes, ändert sich auch der Status dieses Berufes. Die Feminisierung von Arbeit gehe einher mit einem Status- und Ansehensverlust auch wenn es zu keinem realen Bedeutungsverlust kommt. Hervorbringen

könnten einen Geschlechtswechsel technische und/oder organisatorische Veränderungen innerhalb von Berufen (Teubner 2005: 433). Papouschek/Reidl/Schiffbänker (2006) meinen dazu: *„So zeigen Untersuchungen in qualifizierten Berufen, dass Chancen zur Integration und Mitgestaltung von Frauen in Berufsfeldern, die sich neu etablieren, größer sein können als in Professionen mit einer langen Tradition im Ausschluss von Frauen.“* (Papouschek/Reidl/Schiffbänker 2006: 2) Männer ziehen sich bei organisatorischen Veränderungen in der Regel aus den Feldern zugunsten anderer Berufe zurück. So können Frauen die entstandene Lücke nutzen. Im Nachhinein würden den Berufen dann als weiblich geltende Attribute zugeschrieben. Als Beispiele können hier Berufe wie Friseur_in, Buchhalter_in und Grundschullehrer_in genannt werden. Im Nachhinein wurde hier neue Frauendominanz mit Attributen wie höhere soziale Kompetenz, eine starke „kreative Ader“ usw. erklärt (Teubner 2005: 433f).

Ein derartiger Geschlechtswechsel kann im Bereich des Journalismus beobachtet werden. Laut Margeth Lünenborg weisen aktuelle Kommunikationsstudien tatsächlich auf einen Wandel der Geschlechterverhältnisse im Journalismus hin. Es könne nicht mehr, wie in den 1980er Jahren, von Frauen in einem Männerberuf gesprochen werden. Ob es jedoch insgesamt wirklich zu einer Mehrheit von Frauen im Journalismus kommen werde, traut sich Lünenborg nicht zu prognostizieren (Lünenborg 2009: 70f). Auch horizontale sowie vertikale Geschlechtersegregation zeigt sich im Arbeitsfeld Journalismus. So sind junge, hochqualifizierte Frauen vor allem unter den Voluntär_innen und freien Mitarbeiter_innen zu finden. Die Chefetagen sind weiterhin mit Männern besetzt und „alte Medien“ (Tageszeitungen, Nachrichtenagenturen) immer noch Männerdomänen, wo Frauen dramatisch unterrepräsentiert sind. Vergleichsweise gut vertreten sind Frauen hingegen bei Zeitschriften, Hörfunk und Fernsehen, insbesondere bei privaten kommerziellen Sendern (Lünenborg 2009: 71f). Laut Klaus (2005) hat die Einführung des dualen Fernsehsystems zu einem verstärkten Zugang von Frauen zum Berufsfeld Fernsehjournalismus geführt. In Deutschland und anderen westeuropäischen Ländern ist der Anteil an weiblichen Arbeitskräften, nach von Klaus zusammengetragenen Studien, bei kommerziellen Sendeanstalten höher als beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Dies hat mehrere Gründe. Die privaten Fernsehanstalten mussten bei ihrer Entstehung in relativ

kurzer Zeit relativ viele Arbeitskräfte anwerben. Dabei konnten sie nur in einem begrenzten Arbeitsmarkt fischen. Journalistinnen bekamen so vermehrt Beschäftigungschancen. Weiters wurden Frauen von den privaten Fernsehsendern als Zielgruppe definiert. Der Bezug auf Frauen als Rezipientinnen bedeutete einen Bedarf an Frauen als Produzentinnen (vgl. Klaus 2005: 158f).

Mit ein Grund für den verstärkten Zugang von Frauen zum Berufsfeld Journalismus ist laut Lünenborg die Öffnung des Journalismus für private und alltagsnahe Themen, die eine Demokratisierung des Journalismus über die politische, wirtschaftliche und publizistische Elite hinaus breitenwirksam werden ließ. Diese Entwicklung passiere nicht, weil Boulevard-Journalismus weiblich ist. Der Journalismus hat sich durch Prozesse wie Kommerzialisierung und Digitalisierung gewandelt. Diese Umbrüche würden Frauen den Zugang zum journalistischen Arbeitsfeld erleichtern (Lünenborg 2009: 74). Eine Entwicklung, die Klaus für den Arbeitsbereich Fernsehjournalismus durchaus kritisch bewertet. *„Dass Frauen als JournalistInnen bei den kommerziellen Medienbetrieben stärker vertreten sind, ist jedoch nicht nur positiv zu werten, denn, von wenigen Spitzenverdienerinnen abgesehen, liegen die sicheren Arbeitsbedingungen, die prestigeträchtigen Jobs, die gut bezahlten Positionen und auch die Möglichkeit, in einzelnen Nischen Qualitätsprogramm zu machen, bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern.“* (Klaus 2005: 160) Erste Studien zur Frauenbeschäftigung im journalistischen Beruf zeigen laut Klaus eine insgesamt geringere durchschnittliche Beschäftigungsdauer und ein niedrigeres Einkommensniveau von Journalistinnen im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen. Sie würden seltener eine Festanstellung erhalten und häufiger als freie Dienstnehmerinnen arbeiten, auch wenn es sich hierbei durchaus teilweise um bewusste Entscheidungen gegen Festanstellungen handle, weil viele Frauen lieber Tätigkeiten mit größerem Freiheitsspielraum nachgingen (vgl. Klaus 2005: 154f). Dabei ist das Einkommen in westlichen Industrienationen der entscheidende Indikator für das Berufsprestige. *„Dass eine Frau zu sein, in Bezug auf die Bewertung der Qualifikation und der Arbeitsleistung von Journalistinnen statussenkend wirkt, entspricht der These von der horizontalen Segregation.“* (Klaus 2005: 169) Bekommen nun Frauen verstärkt Zugang zum journalistischen Berufsfeld, verdienen aber weniger als ihre männlichen Kollegen, würde das den

theoretischen Überlegungen zum Geschlechtswechsel eines Berufsfeldes nach zu einer Minderung des Berufsprestiges führen.

4.3.2 Geschlechtersegregation: DIE Cutterin und DER Kameramann

Aber nicht nur im Journalismus, sondern auch in anderen Berufen im Medienbetrieb wird die geschlechtergebundene Status- und Funktionsverteilung sichtbar. So seien Frauen vor allem in den zuarbeitenden Berufen zu finden, wie die der Sekretär_innen, Sachbearbeiter_innen, Sprecher_innen oder Cutter_innen (Klaus 2005: 169). Laut Anne Schulz ist Schnitt bislang eine Frauendomäne, weil Schnitt offenbar als ausführende Tätigkeit betrachtet wird, für die hohe Sorgfalt, manuelles Geschick und Einfühlungsvermögen erforderlich sind. Die hohe Frauenquote hänge mit einer Unterschätzung der künstlerischen Kompetenz zusammen (Schulz 2002: 111).

Techniker_in und Kameraperson sind hingegen stark männerdominierte Berufsfelder. Der Beruf der Kameraperson kann mit einem Frauenanteil von 4 Prozent im Jahr 2006 im Verband der Kameraleute durchaus als eine Profession mit einer langen Tradition im Ausschluss von Frauen gewertet werden (Sperlich 2008: 21). Ruth Rustenmeyer und Jutta Wermke (1994) zeigen, dass der Kameraperson, als klassisch „technisch-männliches“ Berufsfeld im Vergleich zum Schnitt, in der Fachliteratur deutlich größere Verantwortung und Eigenständigkeit zugeschrieben wird. Laien schreiben ihm außerdem ein deutlich höheres Berufsprestige zu und vermuten ein höheres Einkommensniveau als bei Cutter_innen, obwohl die Tätigkeiten als gleichwertig im Produktionsprozess gesehen werden können (vgl. Klaus 2005: 170; zit.n. Rustmeyer, Ruth: Externe Einschätzungen des Berufsprestiges von „Kamera“ und „Schnitt“ in Abhängigkeit vom Anteil erwerbstätiger Frauen. In: Wermke, Jutta (Hg.): „Frauenberufe“ im Fernsehen – Frauen in Fernsehberufen. Untersuchungen aus psychologischer, soziologischer, sprachkritischer und produktionsästhetischer Sicht, Weinheim. S. 57-85).

Als Gründe für den langen Ausschluss von Frauen aus dem Berufsfeld führt Schulz die Zuschreibung von Fähigkeiten an, die man gemeinhin Frauen weniger zutraut, wie Technikkompetenz, Kreativität und künstlerische Führungspersönlichkeit. Weiters sei die Ausbildung und Lehrzeit als

Kameraassistent_in ein Problem, weil Frauen für einen Assistenzposten von Kameramännern eher abgelehnt würden als Männer (Schulz 2002: 114). Männer fördern Männer. Was in dem Berufsfeld der Kameraperson in massiver Form zu Tage tritt, lässt sich auch für den Medienbetrieb ganz allgemein beschreiben: *„Frauen fällt es schwerer, die in den Medienbetrieben existierenden Beziehungsnetze für ihr berufliches Weiterkommen zu nutzen. Die Seilschaften sind von Männern dominiert, und diese fördern überwiegend ihre Geschlechtsgenossen. Die Ursache hierfür müssen sowohl in den erörterten Phänomenen einer betrieblichen Männeröffentlichkeit gesucht werden, in ein traditionell „männliches“ Verhalten gefördert und belohnt wird, als auch darin, dass sich Männer und Frauen in den Medienbetrieben nicht als Gleichwertige gegenüberstellen, sondern im Geschlechterdiskurs am journalistischen Arbeitsplatz die Minderbewertung von Frauen reproduziert wird.“* (Klaus 2005: 180)

4.3.3 Frauenberuf Videojournalist_in?

Selina Koc nimmt in ihrer Diplomarbeit an, dass Videojournalismus eher ein „Männerberuf“ sei (Koc 2005: 61). Dieser Annahme muss an dieser Stelle widersprochen werden. Es ist vielmehr davon auszugehen, dass durch die technischen und organisatorischen Veränderungen unter den Videojournalist_innen, vor allem im Vergleich zu Kameraleuten, ein höherer Frauenanteil zu finden ist. Während Cutter_in, wie bereits ausgeführt, als ein an sich weiblich dominierter Beruf gilt und Frauen im Bereich des Journalismus, durch ein sich veränderndes Berufsfeld verstärkt Zugang finden, könnte nun auch die Tätigkeit an der Kamera als typisch männliche Aufgabe verschwinden. Ein sich neu formierendes Berufsfeld kann, den theoretischen Überlegungen nach, Frauen potentiell vermehrt Zugang zu einem ehemals männerdominierten Berufsfeld, wie dem der Kameraperson, welches sich durch einen langjährigen Ausschluss von Frauen charakterisieren lässt, verschaffen. Während das Berufslabel Journalist_in bereits einen Geschlechtswechsel vollzieht und Cutter_in ohnehin als weiblich dominierter Beruf gilt, ist es nicht unwahrscheinlich, dass sich auch der Videojournalismus zu einem Beruf mit einem hohen Frauenanteil entwickelt und somit die Männerbastionen,

Kameraperson und Tonassistent_in im Fernsehproduktionsprozess aufbricht. Anzunehmen ist, dass Videojournalist_innen aus ökonomischen Überlegungen zuerst von privaten Fernsehstationen eingesetzt werden. Der Prozess könnte ähnlich ablaufen wie bei der Gründung der privaten TV-Stationen. Da private TV-Unternehmen in kurzer Zeit einen hohen Bedarf an Arbeitskräften haben, die als Videojournalist_innen eingesetzt werden können, könnte der Zugang von Frauen noch verstärkt werden. Ein weiterer Faktor könnte die Digitalisierung und damit Miniaturisierung des Kameraequipments sein, was die Hemmschwelle, die technische Arbeit in der Fernsehproduktion zu übernehmen, sinken lässt.

Im Nachhinein könnten dem Beruf Videojournalist_in dann weiblich besetzte Attribute zugeschrieben werden. Eigenschaften wie „Technikkompetenz“ und „künstlerische Führungspersönlichkeit“, die Kameraleuten zugeschrieben werden, würden bei dem/der Videojournalist_in wegfallen. Stattdessen könnte von „Multi-Taskingfähigkeit“ und „Einfühlungsvermögen“ für den Drehort und die Interviewpartner_innen gesprochen werden. Diese Überlegungen können im Zuge dieser Arbeit nicht weiter verfolgt werden, da hier eine empirische Erhebung von Eigenschaften, die den jeweiligen Berufen zugeschrieben werden, unbedingt notwendig wäre. Weiters zu erkunden wäre das zugeschriebene Berufsprestige, da davon auszugehen ist, dass es durch den postulierten Geschlechtswechsel zu einem Status- und Ansehensverlust des Berufs kommt. Dieser ginge einher mit einer allgemein niedrigeren Entlohnung und einer Prekarisierung der Beschäftigungsverhältnisse im Vergleich zu den traditionellen Professionen Kameraperson, Cutter_in, Tonassistent_in und Fernsehjournalist_in. Interessant in Hinblick auf Zugang von Männern und Frauen zum Berufsfeld Videojournalismus wäre ein Blick auf die unterschiedlichen Ausbildungswege, ein Thema das aufgrund der thematischen Eingrenzung in dieser Arbeit nur gestreift werden kann. Wenn der Ausschluss von Frauen aus dem Berufsfeld Kameraperson auch in Verbindung steht mit der langjährigen Zeit als Assistent_in bei professionellen Kamerapersonen – ein Posten den Männer mit Vorliebe an Männer vergeben – könnte ein anderer Ausbildungsweg über einen Kurs- oder schulähnlichen Betrieb eine weitere Ursache für eine sich verändernde Geschlechterdominanz sein. Auch aus einem anderen Grund scheint aber in Hinblick auf Geschlechterunterschiede im Bereich Videojournalismus eine Analyse der Ausbildungswege von Bedeutung. Denn die Ausbildung zum/zur Videojournalist_in bietet keinen

Qualifikationsschutz. Der Beruf kann genau so von Angelernten ausgeübt werden. Zwar existiert dieses Phänomen auch bei Kamerapersonen oder Journalist_innen, da es aber im Bereich des Videojournalismus keine minimalen Absicherungen wie Kollektivverträge gibt, müssten Videojournalist_innen zwangsläufig schlechtere Arbeitsbedingungen vorfinden und könnten schlechter entlohnt werden. Demnach würde der verstärkte Zugang von Frauen eng verknüpft sein mit prekären Arbeitsverhältnissen von Videojournalist_innen. Um diese Fülle an theoretischen Annahmen zu überprüfen, müssten jedoch vor allem Daten über das Geschlecht im Bereich der genannten Berufe erhoben werden.

4.4 Videojournalist_innen als journalistische Greenhorns – von der (Nicht)-Erfüllung journalistischer Qualitätskriterien

Alfred Fetscherin beschreibt den Beruf des/der Videojournalist_in in seinem Ratgeberwerk für den Umgang mit Presse, Radio und Fernsehen wie folgt:

„Der Beruf des Video-Journalisten ist also äusserst anspruchsvoll. Er verlangt nicht nur journalistisches und technisches Können, sondern auch viel Wissen um Bild- und Tongestaltung. Dazu kommen die körperliche Belastung durch das ständige Aus- und Einpacken der Gerätschaften sowie der zeitliche Stress, der mit der Arbeit bei den elektronischen Medien ohnehin verbunden ist. Kein Wunder, dass die meisten Video-Journalisten ihren Job bei der erstbesten Möglichkeit an den Nagel hängen und in ein anderes Fach wechseln. Viele von ihnen sind sehr jung, bietet doch der Beruf eine gute Chance zum Einstieg beim Fernsehen. Für Sie bedeutet dies, dass sie einerseits Verständnis für die schwierige Arbeit dieser jungen Leute aufbringen sollten, andererseits wissen müssen, dass Sie es oft mit journalistischen Greenhorns zu tun haben. Das muss kein Nachteil sein, haben Sie doch dadurch die Chance, Ihre Anliegen bequemer durchzuziehen, als wenn ein ausgekochter Profi vor Ihnen steht, der bis ins Detail weiss, wie der Hase läuft.“ (Fetscherin 1999: 90f) Fetscherin spricht hier in nur wenigen Sätzen einige Kernpunkte an, die in dieser Arbeit diskutiert werden. Erstens erwähnt er die Kompetenzpalette, die von Videojournalist_innen gefordert wird, betont den zeitlichen Druck, der zusätzlich zur körperlichen Anstrengung zu hoher Belastung

führt und hebt den jungen Altersdurchschnitt in diesem Arbeitsfeld hervor, der unter anderem damit zu erklären ist, dass Videojournalist_innen aufgrund der Arbeitsbedingungen danach trachten, sich möglichst rasch zu spezialisieren oder den Arbeitsbereich zu wechseln. Im Zentrum der Aufmerksamkeit soll hier aber eine andere Sache liegen, nämlich dass Fettscherin annimmt, es handle sich bei Videojournalist_innen um journalistische „Greenhorns“, also um Anfänger_innen im journalistischen Berufsfeld, die aufgrund ihrer Arbeitsrahmenbedingungen von Seiten der PR-Berater_innen leichter zu handhaben sind. Sie seien demnach, wenn schon nicht weniger kritisch, zumindest mit weniger Praxiswissen im Umgang mit der PR-Branche ausgestattet. Logische Konsequenz daraus wäre, dass die journalistische Qualität videojournalistischer Arbeit im Vergleich zu jener von Fernsehredakteur_innen geringer sein müsste. Für den Inhalt und die Qualität journalistischer Produkte spielen laut Grishold die Produktionsbedingungen eine zentrale Rolle. Die Frage nach dem Produktionsregime am Fernsehsektor sei damit essentiell (Grishold 2004: 260).

4.4.1 Schnelligkeit vs. Qualität?

Auch wenn an dieser Stelle kein Vergleich journalistischer Produkte zum Zwecke einer Qualitätsanalyse stattfinden kann, sollen einige Überlegungen zur Qualität videojournalistischer Arbeit zusammengefasst und in den Kontext von Produktionsbedingungen gestellt werden. Das Hauptproblem dabei ist die schwere Fassbarkeit des Begriffs der „journalistischen Qualität“. Nach Brosius/Esser beispielsweise wird die Qualität der Berichterstattung nicht danach beurteilt, ob sie „wahr“ oder „richtig“ ist, sondern danach ob sie glaubwürdig, plausibel und nützlich ist (Brosius/Esser 1995: 35). *„Dennoch lassen sich einige Dimensionen von Qualität identifizieren, über die zumindest innerhalb der Journalistik ein gewisser Konsens besteht. Zu diesen Dimensionen gehören Aktualität, Relevanz, Richtigkeit und Vermittlung, die je nach Autor noch weiter untergliedert werden.“* (Klammer 2005: 68) Diese Eigenschaften können sich nun entweder auf das journalistische Produkt beziehen oder auf den journalistischen Arbeitsprozess, wobei die Trennung insofern schwierig ist, da der Arbeitsprozess das Produkt hervorbringt. Die Ebenen können nicht eindeutig analytisch getrennt werden.

Paul Eschenhagen (2006) beschreibt in seiner Diplomarbeit vier Bereiche, in denen er der videojournalistischen Arbeit im Vergleich zur fernsehjournalistischen Arbeit in herkömmlicher Tätigkeitsaufteilung höhere Qualität zuschreibt. Er bezieht sich auf Ergebnisse seiner Untersuchung zur Einführung des Videojournalismus-Systems beim Hessischen Rundfunk. Den videojournalistischen Fernsehbeitrag zeichne eine höhere Authentizität aus. Dem/der Zuschauer_in könne eine Situation eindrücklicher vermittelt werden. Möglich mache das die intimere Beziehung zwischen Journalist_in und Protagonist_in, die durch die kleinere Kamera und das Arbeiten als Einzelperson zustande käme. Außerdem zeichne sich der videojournalistische Beitrag durch mehr Kreativität aus, weil es keine „Reibungsverluste“ in der Umsetzung von Ideen gebe. Videojournalist_innen würden sich weiters mehr mit ihrem Produkt identifizieren, weil der gesamte Beitrag das eigene Produkt sei. Dadurch würden sie mehr Sorgfalt in die Beitragsgestaltung legen. Außerdem seien videojournalistische Beiträge insgesamt durch eine größere Vielfalt von Gestaltung, Ästhetik, Themen und Inhalten gekennzeichnet. In diesem Zusammenhang wird jedoch vor allem ein geringerer Kostenaufwand für Videojournalist_innen erwähnt, der es möglich macht, mehr Auslandsberichterstattungen zu realisieren. Zwar sei für kleine Fernsehanstalten die Themenvielfalt in der Region wichtig, die durch das Videojournalismus-System besser abgedeckt werden können, aber für große Fernsehanstalten wie den ZDF seien die geringeren Kosten für die Auslandsberichterstattung von hohem Wert (Eschenhagen 2006: 60ff). Wenn die größere Themenvielfalt nicht an der videojournalistischen Arbeit selbst liegt, sondern mit effizienterem Ressourceneinsatz zusammenhängt, befinden wir uns aber bereits wieder im Bereich der ökonomischen Rationalität. Die Themenvielfalt kann demnach hier nicht als journalistisches Kriterium gewertet werden.

Andere Qualitätskriterien für die journalistische Arbeit listet Washietl in dem Lehrbuch „Praktischer Journalismus“ zur Einführung in die Ethik des Berufsfeldes auf. Als ersten Punkt nennt er Objektivität, also Faktentreue, seriöse Nachrichtenauswahl, die Trennung von Nachrichten und Meinung sowie die Vielfalt der Blickwinkel. Offen bleibt, was genau unter einer seriösen Auswahl gemeint ist und ob bzw. wie eine Trennung von Meinung und Nachricht möglich sein soll. Zweiter Punkt ist die Reduktion der Komplexität. Journalistisches Ziel

ist es, zu vereinfachen, sich verständlich auszudrücken, zu komprimieren und zu selektieren. Dritter Punkt zur Gewährleistung von Qualität ist für Washietl die Aktualität, die oft verbunden ist mit Zeitdruck. Weiteres wichtig ist Originalität, die durch Leseanreize, Eigenrecherche und Hintergrundwissen charakterisiert werden kann. Als fünften Punkt listet Washietl Reflexivität, also Offenlegung von Bedingungen der Berichterstattung und Quellenkritik auf (Washietl 2004: 337). Warum Videojournalist_innen in ihrer praktischen Arbeit größere Probleme haben, diese Qualitätskriterien zu erfüllen, wird in einigen Diplomarbeiten über die Mehrfachbelastung, der sie ausgesetzt sind, argumentiert. Zunächst klingt es nachvollziehbar, dass Videojournalist_innen durch die zeitlich parallele Durchführung mehrerer Tätigkeiten oder durch ihre beschleunigte Abfolge hintereinander einer höheren Arbeitsbelastung ausgesetzt sind und Gefahr laufen, journalistische Arbeitsschritte zur Sicherung der Qualität nicht oder nur teilweise durchzuführen (vgl. Wiedner 2007: 87, Eschenhagen 2009: 80f). Auch Selina Koc nimmt in ihrer Diplomarbeit an, dass Videojournalist_innen im Vergleich zu Fernsehjournalist_innen, Kameraleuten, Tonassistent_innen oder Cutter_innen einer höheren Arbeitsbelastung ausgesetzt sind (Koc 2005: 91). Videojournalist_innen sind überlastet und gestresst, so der Grundtenor (Krasser 2007: 20). Zwar klingt es nachvollziehbar, dass die Subsumtion vier verschiedener Tätigkeiten in einer Person zu einer höheren Arbeitsbelastung von Videojournalist_innen führt, wenn die Rahmenbedingungen gleich bleiben, gleichzeitig könnte die Arbeitsbelastung jedoch zusätzlich durch andere Faktoren, wie eine unzureichende Qualifizierung im Bereich Kameraführung oder Filmschnitt ausgelöst bzw. verstärkt werden. Sperlich meint dazu: *„Außerdem ist es möglich, dass der rationale Universalismus zur Überforderung des Kulturschaffenden führt, wenn neue Tätigkeiten unfreiwillig oder halbherzig übernommen werden müssen, weil man zum Beispiel dafür nicht genügend qualifiziert ist.“* (Sperlich 2008: 41)

Die erhöhte Arbeitsbelastung könnte aber noch andere Ursachen haben. Beispielsweise könnte das von Sperlich dokumentierte freie Dienstverhältnis als belastend empfunden werden, weil der Erfolgsdruck unter freien Dienstnehmer_innen im Vergleich zu fix Angestellten als größer empfunden wird. Ein freies Dienstverhältnis, das Videojournalist_innen ebenso betreffen kann wie Redakteur_innen, Kameraleute, Cutter_innen und Tonassistent_innen, könnte

unter Umständen als größere Belastung empfunden werden, als die Zusammenfassung der Tätigkeiten bei Videojournalist_innen. Um diese Überlegungen weiterzuführen wäre eine empirische Analyse sicher hilfreich, kann aber in dieser Arbeit nicht vorgenommen werden. Gleiches gilt für die Überprüfung der Annahme, Videojournalist_innen würden im Vergleich zu einem Fernsteam mit herkömmlicher Arbeitsaufteilung mehr Zeit benötigen, wie Wiedner in seiner Diplomarbeit vermutet (Wiedner 2007: 72). Sollte ein_e Videojournalist_in für dieselben Tätigkeiten bei denselben Rahmenbedingungen tatsächlich mehr Zeit benötigen, drängt sich die Frage auf, ob gewisse Tätigkeiten nicht oder seltener durchgeführt werden und welche das sind. Ist es möglich, dass Videojournalist_innen durch technische Neuerungen die gleichen Arbeiten leisten können wie ein Fernsteam oder müssen in einem journalistischen Arbeitsfeld, wie beispielsweise der Recherche, Abstriche gemacht werden? Wird der Qualitätsanspruch geringer, damit der Geschwindigkeitsanspruch aufrechterhalten werden kann? Haas schreibt dazu *„Jede technische Innovation, jede Formatveränderung, jede Beschleunigung des Vertriebs, aber auch jede Verbesserung journalistischer Arbeitsinstrumente ermöglicht eine Erhöhung der temporalen Aktualität zu Lasten der Aktualität durch Relevanz“* (Haas 1999: 328) Technische Neuerungen würden demnach zu einer schnelleren Produktion führen, gleichzeitig würde die Relevanz der Berichte, also die inhaltlichen Anforderungskriterien an die journalistische Produktion geringer. Videojournalismus muss demnach als Produkt einer durch technische Neuerungen beschleunigten Medienkultur gesehen werden. Die beschleunigte Zeitkultur in der Medienproduktion steht in einem gesellschaftlichen Kontext, wie Irene Neverla schreibt: *„Jede Gesellschaftsform hat eine spezifische Zeitkultur ausgebildet und diese ist eng gebunden an die Medienkultur einer Gesellschaft. Folglich können wir in den Angebotsformen der Medien auch spezifische Zeitkultur erkennen; wie umgekehrt auch die medialen Angebotsformen die Zeitkultur mit prägen und tragen.“* (Neverla 2010: 140) Eine Beschleunigung, die sich im Alltag als „Zeitnot“ niederschlägt, gilt genauso als Charakteristikum der modernern Zeitkultur wie die ökonomische Zeitgestaltungsform der Vergleichzeitung oder auch Parallelisierung und Multitasking, die als Reaktion auf den „Tempowahn“ gesehen werden kann (Neverla 2010: 137). Videojournalismus muss als Teil einer sich beschleunigenden Zeitkultur in Gesellschaft und Medien betrachtet werden.

Ob die Qualität des journalistischen Produkts dadurch abnimmt, kann an dieser Stelle jedoch nicht beantwortet werden.

5. Befragung

Im Folgenden werden Gegenstand und Fragestellung im empirischen Teil dieser Arbeit erläutert. Daran anknüpfend wird argumentiert warum „Befragung“ als Erhebungsmethode gewählt wurde und das methodische Vorgehen beschrieben. Im Anschluss erfolgt eine Analyse und Interpretation der Interviews.

5.1 Gegenstand und Fragestellung

Ziel des empirischen Teils dieser Arbeit ist es, sozialen Wandel durch das Tätigkeitsprofil von „Videojournalist_innen“ als neues Arbeitsfeld im Bereich der Fernsehproduktion zu beschreiben. Aus den theoretischen Betrachtungen des Arbeitsfeldes Fernsehen und den in ihm stattfindenden Wandlungsprozessen wurde bereits Wissen über den Forschungsgegenstand angesammelt. Aus diesem theoretischen Wissen leiten sich erste Vorannahmen ab. Theoretische Überlegungen über den Forschungsgegenstand dienen damit als Basis für die empirische Arbeit, sollen gleichzeitig aber keinen starren Rahmen für die empirische Forschung vorgeben. Auf die Bildung von Vorab-Hypothesen wird verzichtet. Stattdessen soll das theoretische Vorwissen dazu dienen, in Hinblick auf den Forschungsgegenstand möglichst offene Forschungsfragen zu formulieren.

Auf einer makro-soziologischen Ebene von Interesse für die empirische Arbeit ist, wie sich anhand des Berufsfeldes „Videojournalismus“ Veränderungen am Arbeitsmarkt Fernsehen skizzieren lassen. Ziel ist es, diese Veränderungen in den Kontext von Wandlungsprozessen in der Fernsehproduktion und Arbeitsorganisation zu stellen und zu beschreiben. Konkret sollen dabei Prozesse wie Digitalisierung, Rationalisierung und Privatisierung beleuchtet werden. Welche Auswirkungen haben diese Prozesse auf Berufsprofile und Arbeitsprozesse im Bereich Fernsehen? Für die Bedeutung von Journalismus als Institution und Eckpfeiler eines demokratischen Systems ist von Relevanz, ob sich durch die Umstrukturierung von Arbeitsprozessen die journalistische Praxis und deren Endprodukt ändern. Auf der soziologischen Meso-Ebene der Fernsehstationen soll untersucht werden ob es durch den Einsatz von Videojournalist_innen zu Veränderungen innerbetrieblicher

Organisationsprozesse kommt, und welche sozialen Konflikte entstehen. Weiters soll danach gefragt werden, ob sich durch den Einsatz von Videojournalist_innen der Zugang von Männern und Frauen zum Berufsfeld Fernsehen verändert. Ob mögliche Veränderungen innerbetrieblicher Organisationsprozesse durch Videojournalist_innen auch zu einer Veränderung bzw. Verschiebung von Rationalitäten führen, denen Medien als soziale Systeme folgen, soll im Anschluss anhand der empirischen Forschungsergebnisse diskutiert werden. Auf der mikro-soziologischen Ebene der Individuen soll außerdem gefragt werden, wie sich das Selbstbild von Videojournalist_innen in Hinblick auf ihre journalistische Berufsrolle gestaltet.

Da keine für diese Arbeit verwertbaren soziologischen Befunde zum Berufsfeld Videojournalismus gefunden wurden, kann auf keine empirischen Ergebnisse aus diesem Bereich zurückgegriffen werden. Weil es bisher nur einige wenige quantitative Strukturdaten und sonst ausschließlich theoretische Überlegungen zum Forschungsgegenstand gibt, scheint eine quantitative Untersuchung wenig sinnvoll. Dem Forschungsstand angemessen scheint vielmehr eine qualitative Herangehensweise, in der die empirische Forschung so offen wie möglich gestaltet werden kann. Dabei soll jedoch auf theoretischem Vorwissen aufgebaut werden. Um dem Forschungsgegenstand einerseits offen zu begegnen gleichzeitig aber den Forschungsfragen möglichst konkret nachgehen zu können, werden als Erhebungsmethode leitfaden-gestützte Interviews gewählt.

5.2 Methodisches Vorgehen

Im Folgenden soll beschrieben werden, welche Methode in Hinblick auf Forschungsgegenstand und Fragestellung für die empirische Arbeit gewählt wurde. Argumentiert wird, wie und warum Interviewpartner_innen ausgewählt wurden und in welcher Form die Analyse des empirischen Materials erfolgt. Im Anschluss wird das methodische Vorgehen erläutert.

5.2.1 Leitfadengestützte Problemzentrierte Expert_inneninterviews

Zur Anwendung kommen leitfadengestützte problemzentrierte Expert_inneninterviews als Hybrid zweier Interviewarten, die Flick (2010) näher

beschreibt. Das problemzentrierte Interview orientiert sich an einer gesellschaftlich relevanten Problemstellung und am Gegenstand der Forschung. Es „werden anhand eines Leitfadens, der aus Fragen und Erzählanreizen besteht, insbesondere biographische Daten mit Hinblick auf ein bestimmtes Problem thematisiert“ (Flick 2010: 210) Wichtig für die Interviewführung sind laut Flick Zusammenfassungen, Rückmeldungen, Interpretationen, Verständnisfragen und Konfrontationen der Interviewpartner_innen mit Widersprüchen. Zentral ist bei dieser Interviewart die Erkundung der subjektiven Sichtweisen der Interviewten. Die Fragestellungen bauen auf bestehendes Wissen der Interviewer_innen über Sachverhalte auf und dienen der Theorienentwicklung (Flick 2010: 213). Die Interviewten werden leitfadengestützt in Hinblick auf die Forschungsfrage befragt. Allerdings sollen sie nicht nur nach ihren beruflichen Erfahrungen gefragt, sondern gleichzeitig als Expert_innen für das zu untersuchende Handlungsfeld betrachtet werden. Sie repräsentieren in ihrer Rolle als Expert_innen die zu untersuchende Gruppe der Videojournalist_innen. Angenommen wird, dass die Interviewpartner_innen aufgrund der Ausübung des Berufs des/der „Videojournalist_in“ über Sonderwissen bezogen auf ihren Beruf und ihr berufliches Umfeld verfügen, welches durch die leitfadengestützten Interviews erfasst werden soll. Das manifeste Wissen der interviewten Videojournalist_innen als Expert_innen und Vertreter_innen unterschiedlicher Akteur_innengruppen innerhalb ihrer Profession steht hierbei im Zentrum des Interesses. Der Leitfaden soll ein möglichst detailreiches Erfragen des Expert_innenwissens in Hinblick auf die Fragestellungen und die theoretischen Vorannahmen ermöglichen. Ausgegangen wird davon, dass die Expert_innen über, wie Meuser & Nagel es nennen, Betriebswissen und Kontextwissen verfügen. Mit ihrem Betriebswissen sollen die Interviewpartner_innen über ihr Handlungsfeld Auskunft geben können und mit ihrem Kontextwissen auch Auskunft über Kontextbedingungen ihres Handelns bzw. des Handelns der zu untersuchenden Gruppe liefern können (vgl. Meuser/ Nagel 1991: 444).

5.2.2 Theoretisches Sampling

Die aktuellen oder ehemaligen Videojournalist_innen wurden aufgrund ihrer alltagspraktischen Erfahrung in ihrem Berufsfeld ausgewählt. Weiters stand die

Streuung ihrer Merkmale über die interessierenden Dimensionen im Vordergrund. Die Dimensionen Geschlecht, Alter, Fernsehsender und Dienstverhältnis wurden aufgrund der Fragestellung und theoretischer Vorannahmen gewählt. Die Analysemöglichkeiten werden mit dieser Auswahl somit bewusst inhaltlich eingeschränkt. Ziel ist, sich über die Befragung der Interviewpartner_innen einer theoretischen Sättigung anzunähern. Die Informationen aus den Interviews sollen dazu dienen, die im Laufe der Arbeit entwickelten Hypothesen anzureichern und nicht statistisch zu überprüfen. Eine Ziehung einer Zufallsstichprobe von Videojournalist_innen wäre in diesem Fall nicht möglich, weil weder Umfang noch Merkmale der Grundgesamtheit bekannt sind (vgl. Flick 2010: 161).

5.2.3 Themenanalyse

Nach Froschauer/Lueger eignet sich die Themenanalyse zur Analyse des Hintergrunds eines sozialen Systems, zur Analyse von Spezifika der Themendarstellung und des Zusammenhangs verschiedener Themen und zur Vorselektion für etwaige weitere Analysen durch Dritte, wie einer Feinstrukturanalyse oder einer Systemanalyse. Als Vorzüge werden die thematische Zusammenfassung von Gesprächen und die Möglichkeit größere Textmengen zu bearbeiten, gelistet. Nachteile sind, dass keine systematische Analyse des Entstehungshintergrundes des Textes vorgenommen wird. Es gibt keine Information darüber, wie das Wissen zustande kam und welchen Einfluss der Gesprächskontext hatte. Damit ist die analytische Tiefe der Themenanalyse gering (Froschauer/Lueger 2003: 111).

In dieser Arbeit soll es darum gehen, problemzentriert Expert_innenmeinungen zu systematisieren und die Unterschiede/Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten. Als Zielsetzungen können die von Froschauer/Lueger skizzierten Anwendungsbedingungen für eine Themenanalyse formuliert werden. Es soll ein Überblick über den manifesten Gehalt der Aussagen in den Interviews gegeben werden. Die Inhalte zu verschiedenen Themen sollen zusammenfassend aufbereitet, in ihrer Differenziertheit dargestellt und Argumentationsstrukturen der Interviewpartner_innen aufgezeigt werden (Froschauer/Lueger 2003: 158). Es handelt sich daher um eine vorrangig quantitativ orientierte Analyse. Mittels Leitfaden werden die Inhalte eher vergleichbar gemacht und die Interpretation

zentriert sich auf die Themenstruktur, um auf theoretisches Vorwissen aufbauend die Fragestellungen zu bearbeiten (Froschauer/Lueger 2003: 90). Im Zentrum der Analyse steht das explizite Wissen der Interviewpartner_innen über das System des Videojournalismus und den Arbeitskontext.

5.2.4 Analysedurchführung

Die praktische Durchführung der Themenanalyse soll nach der von Lueger (2010) vorgeschlagenen Abfolge passieren. Die aufgezeichneten Interviews werden vollständig transkribiert, weil von einer teilweisen Transkription oder einer Zusammenfassung der Aussagen während des Abhörens der Aufzeichnungen begründet gewarnt wird (vgl. Gläser/Laudel 2009: 193). Die Transkripte werden anonymisiert, damit die Informationen der Interviewpartner_innen über ihre Dienstgeber_innen und Senderstrukturen nicht zu ihrem Nachteil verwendet werden können. Zu Analysezwecken werden die Transkripte sprachlich bereinigt, weil *„die Besonderheiten der sprachlichen Ausdrucksweise im Zuge von Themenanalysen analytisch ohnehin kaum berücksichtigt werden.“* (Lueger 2010: 208) Sprachlich bereinigt soll hier heißen in Standardorthographie zu verschriften, auf Dialektausdrücke zu verzichten und die Notierung von nicht verbalen Äußerungen zu unterlassen. Weiters sollen paraverbale Äußerungen, wie „hm“ und „äh“ nicht verschriftlicht werden, da es bei der weiterfolgenden Themenanalyse nicht von Interesse ist, wie etwas gesagt wurde (vgl. Gläser/Laudel 2009: 194). Gegenstand der Analyse soll der manifeste Inhalt der Aussagen sein.

Als erster Schritt der Themenanalyse werden zusammengehörige Textstellen zu einem Thema identifiziert. Nach der Herausarbeitung der Hauptthemen wird eine Auswahl der wichtigsten Themen in Hinblick auf die Fragestellung getroffen. Nach der Selektion der zu analysierenden Inhalte sollen die wichtigsten Komponenten der gewählten Themen identifiziert werden. Weiters wird kurz analysiert, in welchem Zusammenhang ein Thema auftaucht. Fokussiert werden soll hier auf die sachliche Kontextualisierung. Die Frage ist, in welchem inhaltlichen Kontext aufgeworfene Themen stehen und welche Gründe es für die Einbringung des Themas gibt. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass die Kontextualisierungsfragen aufgrund des Interviewleitfadens nur oberflächlich

behandelt werden können, da der überwiegende Teil der Themen durch die Fragestellung aufgeworfen wurde. Herausgearbeitet wird in einem nächsten Schritt, welche Unterschiede im Umgang mit Themen zwischen den Interviewpartner_innen bestehen. Hier ist von Interesse, zu welchem Thema es ähnliche Erfahrungen, Meinungen oder Einschätzungen gibt, und wo und warum sich diese vielleicht unterscheiden. Auch die Frage von latenten oder manifesten Konflikten soll in der, wie sie Lueger nennt, komparativen Analyse in den Fokus gerückt werden. Zuletzt werden die Interpretationsergebnisse in den Kontext der Forschungsfragen gestellt. Welchen Erkenntnisgewinn bringen die Interviews in Hinblick auf die ursprüngliche Fragestellung (vgl. Lueger 2010: 208ff)?

5.3 Deskriptive Daten Interviewpartner_innen

Es wurden leitfadengestützte Interviews mit vier Personen geführt. Alle vier Interviewpartner_innen bezeichnen sich selbst als Videojournalist_innen, wenn auch nicht als ausschließliche Zuschreibung ihrer beruflichen Identität.

Interviewpartnerin 1 bezeichnet sich als Videojournalistin. Sie produziert als Angestellte bei einem privaten Fernsehsender tagesaktuell Beiträge in Wien. Sie ist 26 Jahre alt, wurde von dem Fernsehsender, für den sie aktuell arbeitet, als Videojournalistin ausgebildet und arbeitet in ihrem Beruf seit 2 Jahren. Interviewpartnerin 2 bezeichnet sich selbst als Journalistin und stellvertretende Sendungsverantwortliche für ein Magazin eines privaten Fernsehsenders. Sie hat 4-5 Jahre als Videojournalistin für diesen Sender gearbeitet und in dieser Funktion Event-Dokumentationen produziert. Sie ist 30 Jahre alt, angestellt und begann ihre Tätigkeit als Videojournalistin kurz nach der Gründung des privaten Fernsehsenders. Zwischenzeitlich hat sie auch selbst Videojournalist_innen ausgebildet. Sie bezeichnet sich jetzt nicht mehr als Videojournalist_in, weil sie nicht mehr selbst filmt, wie sie sagt.

Interviewpartner 3 bezeichnet sich als Videojournalist und Videoproduzent, weil er neben der videojournalistischen Tätigkeit, in der er Fernsehsender mit Beiträgen beliefert, auch Imagefilme für Firmen produziert und sich in dieser Funktion als Videoproduzent sieht. Er ist 40 Jahre alt und betreibt als Selbstständiger ein Ein-Personen-Unternehmen in einem Bundesland, von dem er in die Bundeshauptstadt Wien liefert. Er dreht Videomaterial für mehrere

Formate. Aus diesem Material produziert in weiterer Folge ein_e Redakteur_in oder ein_e Videojournalist_in in der Wiener Redaktion einen fertigen Beitrag. Nicht der Selbstbeschreibung nach, aber per Definition aus Kapitel 2.5.1 wäre er damit „Videoredakteur“. Einen anderen regionalen Fernsehsender im ländlichen Gebiet beliefert er als Videojournalist mit fertig produzierten Fernsehbeiträgen. Interviewpartner 3 wurde 2005 zum Videojournalisten ausgebildet.

Interviewpartner 4 bezeichnet sich als Fernsehjournalist, der etwa die Hälfte seiner Fernsehbeiträge videojournalistisch und die andere Hälfte konventionell als Fernsehredakteur mit Team produziert. Er ist angestellter Fernsehredakteur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und gestaltet Magazinbeiträge. Interviewpartner 4 betont, dass es das Berufsprofil des/der Videojournalist_in mit eigenem Gehaltsschema im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht gibt. Er arbeitet seit Mitte der Neunziger Jahre als Videojournalist und hat in dieser Funktion mehrere Pilotprojekte zum Thema Videojournalismus begleitet. Die für die Analyse wichtigen Eckdaten der Interviewpartner_innen werden in unten stehender Tabelle für einen besseren Überblick visualisiert

Geschlecht	weiblich	weiblich	männlich	männlich
Alter	26	30	40	42
Fernsehsender	privater Fernsehsender	privater Fernsehsender	privater Fernsehsender	öffentlich- rechtlicher Rundfunk
Dienstverhältnis	angestellt	angestellt	selbstständig	angestellt
Dienstort	Wien	Wien	Graz	Wien
Interviewlänge	00:41:20	01:07:39	01:40:16	01:40:00

Wie aus der Tabelle hervorgeht, wurden die Interviewpartner_innen nach den Dimensionen Geschlecht, Alter, Fernsehsender, mit den Ausprägungen Privatfernsehsender und öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Dienstverhältnis mit den Ausprägungen angestellt oder selbstständig bzw. freie_r Dienstnehmer_in, ausgewählt.

Geschlecht	männlich
	weiblich
Alter	
Fernsehsender	Privater Fernsehsender
	Öffentlich rechtlicher Rundfunk
Dienstverhältnis	angestellt
	selbstständig/ freie_r
	Dienstnehmer_in

Das Geschlecht der Interviewpartner_innen ist in Hinblick auf die Frage nach dem Zugang von Männern und Frauen zum Berufsfeld Videojournalismus besonders von Bedeutung. Sowohl in der Frage der Wahrnehmung der eigenen Rolle, als auch in der Einschätzung des Berufsfeldes scheint aber nicht nur das Geschlecht, sondern auch das Alter ein wichtiger Faktor zu sein. Ein Vergleich der Einstellung bzw. Erfahrung von älteren und jüngeren Videojournalist_innen ist von Interesse. Außerdem ist anzunehmen, dass die Länge der Ausübung der videojournalistischen Tätigkeit eine Rolle in den unterschiedlichen Einschätzungen der Personen spielt. Als dritte Dimension wurde der Fernsehsender gewählt. Hier steht ein Vergleich von einem privaten TV-Sender, der zu einem großen Teil mit Videojournalist_innen arbeitet und der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalt, die offiziell nicht mit Videojournalist_innen arbeitet, im Vordergrund. Die vierte Dimension betrifft das Dienstverhältnis, weil die Umstrukturierung und Neu-Organisierung von Arbeit im Zentrum des Interesses steht.

5.4 Themenanalyse und Interpretation

Im Folgenden werden sieben identifizierte Themenfelder mit Hilfe des theoretischen Vorwissens analysiert und die Aussagen der Interviewpartner_innen in Bezug auf Ideen und Konzepte aus dem vorangegangenen Teil dieser Arbeit interpretiert.

5.4.1 Hybride Arbeitsfelder in der Fernsehproduktion

Im Anschluss an die Begriffsdefinition „Videojournalismus“ in Kapitel 2.5.1 wurden die Interviewpartner_innen nach ihrem Selbstbild gefragt und gebeten ihre Tätigkeiten im Vergleich zu jenen von Kameraleuten, Tonassistent_innen, Cutter_innen und Redakteur_innen zu beschreiben. Zu definieren, wer als Videojournalist_in gilt, bereitete bereits auf theoretischer Ebene Probleme, die über die Definition der videojournalistischen Tätigkeiten und der Rahmenbedingungen, in denen die Tätigkeiten ausgeführt werden, gelöst wurden. Das videojournalistische Berufsfeld einzugrenzen bereitete auch den interviewten Videojournalist_innen auf mehreren Ebenen Schwierigkeiten.

Ein Interviewpartner unterscheidet zwischen Videojournalismus und Videoproduktion. Dabei geht es ihm jedoch nicht darum, ob es sich bei dem Videobeitrag um ein journalistisches oder ein PR-Produkt handelt. Von Videojournalismus spricht er dann, wenn der Videobeitrag gänzlich allein von einer Person, einem/einer Videojournalist_in produziert wurde. Videoproduktion bedeutet für ihn hingegen, dass mehrere Personen an dem Entstehen des Beitrags beteiligt sind, egal ob es sich um mehrere Videojournalist_innen handelt oder Personen anderer Professionen (Kamerapersonen, Tonassistent_innen, Cutter_innen, Redakteur_innen), die in beliebigen Konstellationen an dem Videoprodukt arbeiten.

„Ich mach sehr wohl auch Imagefilme oder Sachen alleine als Videojournalist, ja. Das kann sehr wohl der Videojournalist auch, aber insgesamt gesehen mach ich einfach zuviel mit Kollegen mit Mitarbeitern, dass ich mich nicht als reinen Videojournalisten sehe eigentlich. Grad für zum Beispiel x^2 bin ich zwar Videojournalist, aber ich schick im Endeffekt nur das Rohmaterial. Ich mach aber auch für andere Sender, für kleine Privatsender einiges, wo ich teils im Team, teils als Videojournalist unterwegs bin und deswegen ist das so ein fließender Übergang eigentlich. Das kann man oft gar nicht sagen.“ (I3, S1, Z10)

Relevant ist hier, dass die journalistische Tätigkeit kein Abgrenzungskriterium für den Interviewpartner darstellt. Videojournalist_innen sind für ihn genauso Personen, die für einen Fernsehsender oder den Online-Auftritt einer Zeitung Nachrichtenbeiträge gestalten, wie Personen, die Werbefilme produzieren. Was

² Name des Fernsehsenders anonymisiert

das für die Frage der journalistischen Qualität von videojournalistisch produzierten Produkten bedeutet, soll in Kapitel 5.4.7 näher diskutiert werden.

„Arbeitsbeschreibungen werden transparenter werden.“

Weiters interessant ist, dass ein Interviewpartner von „einem fließenden Übergang“ spricht. Er produziere manchmal als Videojournalist gänzlich alleine und manchmal in Zusammenarbeit mit anderen Videojournalist_innen oder Personen der genannten anderen Professionen Kamera, Schnitt, Tonassistenz oder Redaktion. Ein zweiter Interviewpartner gibt an, ungefähr die Hälfte seiner Beiträge als Videojournalist, also gänzlich alleine, zu produzieren und die andere Hälfte im Team zu arbeiten. Dabei betont er, dass es in Österreich im Gegensatz zu Privatfernsehsendern im öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Berufsbezeichnung „Videojournalist_in“ offiziell nicht gibt. Trotzdem würde videojournalistisch gearbeitet.

„Es gibt jetzt schon im Haus einige Kollegen, die immer wieder als Videojournalisten arbeiten, mehr oder weniger illegal und inoffiziell, das heißt, die einfach ergänzende Bilder aufnehmen, die halt drehen gehen, dann schnell heimlich kopieren und dieses Material dann in ihren eigenen Beiträgen verwenden.“ (I4, S7, Z21)

Als Videojournalist_in bezeichnet dieser Interviewpartner demnach Redakteur_innen, die selbst drehen, auch wenn sie mit einer Kameraperson im Team zusammenarbeiten. Eine Kameraperson, die ohne Redakteur_in unterwegs ist und teilweise auch journalistische Tätigkeiten übernimmt, sei jedoch nicht als Videojournalist_in zu bezeichnen. Auch der zweite Interviewpartner spricht von einem gemischten System in Form eines „Graubereichs“, in dem die Berufsfelder nicht immer klar von einander unterschieden werden können.

„Es gibt im ORF so ein bisschen einen Graubereich, dass man sagt der Videojournalist ist kein Kameramann, der selber dreht, das ist eben ein Kameramann, der selber dreht ohne Redakteur. Ein Videojournalist ist er erst dann, wenn er recherchiert, dreht und schneidet.“ (I4, S7; Z29)

Kameraleute, die aufgrund von Rationalisierungsmaßnahmen ohne Redakteur_in drehen, die Bilder in Kooperation mit einem/einer Cutter_in schneiden und selbst einen Textentwurf formulieren, gibt es laut dem Interviewpartner in den Landesstudios des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bereits genug. Diese Personen würden jedoch als Kameraleute bzw. Ein-Personen-Teams bezeichnet. Warum es keine Berufsbeschreibung gäbe, die der Neuverteilung oder

Zusammenfassung von Arbeitsschritten gerecht würde, erklärt der Interviewpartner über die strikte Trennung der technischen und der journalistischen Dimension der Tätigkeiten.

„(...) Kameramann und Redakteur, (...) das gibt es eigentlich nicht von der Dienstbeschreibung her im ORF. Da gibt es strikt die Technik und die Redaktion und das sind zwei ganz strikt getrennte Bereiche, wo eine Unüberwindbare Kluft dazwischen ist, also man kann nicht für beides arbeiten.“ (I4, S2, Z57)

Gleichzeitig sei in der Realität die strikte Trennung von technischen und journalistischen Tätigkeiten nicht aufrecht zu erhalten. Der Interviewpartner illustriert am Beispiel der Tätigkeiten von Redakteur_innen und Cutter_innen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, wie es in der Praxis zu einer Vermischung der Tätigkeiten kommt. Die Grenzen zwischen den Berufsfeldern lösen sich durch Digitalisierung auf.

„Redakteure werden in Zukunft nicht mehr im Schneiderraum mit dem Cutter „In“ und „Out“ setzen sondern durchaus schon vorher. Jetzt kann man sagen: „Ist das ein Vorschnitt? Ist das ein Material sichten? Wenn ich jetzt „In“ und „Out“ setze, wenn ich sie gescheit setz, dann ist es ja gleich ein Schnitt eigentlich.“ (...) Was kostet mich das? Ob ich das jetzt auf einem Zettel notiere (...) und dann dem Cutter sag (...) ? Na dann setz ich es doch gleich selber, wenn ich es machen kann. Nur in Wirklichkeit merkt man, jetzt schwimmt plötzlich der Job zwischen Cutter und Redakteur, nämlich wie weit macht der Redakteur jetzt seine Vorarbeit und wie weit macht es der Cutter?“ (I4, S22, Z1066)

Der Interviewpartner verortet eine zunehmende Vermengung der ehemals arbeitsteilig durchgeführten Tätigkeiten, die im Videojournalismus Ausdruck findet.

„Arbeitsbeschreibungen werden transparenter werden. Es wird sich, glaub ich, da Vieles tun und da ist schon der Videojournalist so ein Vorreiter gewesen, der halt plötzlich redaktionelle und technische Belange in eine Person gebracht hat, wo sich Leute zwischen zwei Jobs, also zwischen zwei großen Jobbereichen bewegt haben, nämlich zwischen dem redaktionellen und dem technischen Jobbereich und das wird massiver werden.“ (I4, S22, Z1055)

Auch ein anderer Videojournalist berichtet von aufbrechenden Grenzen zwischen Tätigkeitsfeldern. Es sei nicht mehr klar definiert, wer welche Arbeitsschritte übernimmt. Die Zuteilung der Tätigkeiten passiere je nach Anforderung und Situation.

„Meine Stärke liegt sicher eher in der Kamera als im Redaktionellen, aber bei manchen Sachen, je nach dem wer mitgeht, bin ich lieber dann selber der Redakteur, weil ich zielgenauer weiß, was gewünscht ist. Also für mich hängt sehr ab davon, was soll raus

*kommen und dann entscheid ich was ist Kamera und wer macht Redaktion.“ (I3, S2, Z55)
„Ich mach einen Beitrag und ich lass ihn ihr schneiden oder sie dreht einen Beitrag
alleine, bringt mir das Material vorbei, oder sie drehen das im Team und irgendwer
anderer macht den Schnitt. Es ist dann einfach flexibler zum Einsetzen.“ (I3, S17, Z833)*

Interessant ist weiters, dass keine der befragten Personen gänzlich alleine als Videojournalist_in arbeitet. Je nach Anforderungen und Rahmenbedingungen wird alleine, mit anderen Videojournalist_innen, Kameraleuten, Redakteur_innen, Cutter_innen oder Tonassistent_innen zusammengearbeitet. Auch die anderen beiden Interviewpartner_innen, die bei einem Privatfernsehsender fix angestellt sind, sprechen von einem gemischten Produktionssystem.

„Bei uns ist es generell so, dass man in den seltensten Fällen, in letzter Zeit wieder hin und wieder, aber wirklich wenig alleine raus muss.“ (I1, S2, Z81)

„(...) du gehst vielleicht als Videojournalist raus, drehst ein Interview und machst die Geschichte, aber du hast dann einen Cutter zur Seite gestellt, der dir auch das Ganze schneidet und für den Broadcast aufbereitet - und genau das ist es. Das verschmilzt irgendwie so ein bisschen, weißt du, glaub ich.“ (I2, S13, Z620)

„Ich sag der Videojournalist ist mittlerweile fast nebenbei, weil wenn ich mir jetzt die letzten Monate anschau, ist Minimum die Hälfte im Team gearbeitet worden.“ (I3, S23, Z1121)

Die Arbeitsidentitäten sind für die Interviewpartner_innen weder fix noch eindeutig. Während es formal in der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalt noch fixe berufliche Zuschreibungen und eine Trennung zwischen technischen und journalistischen Tätigkeiten gibt, weicht die berufliche Realität der Interviewten bereits davon ab. Die Befragten arbeiten in unterschiedlichen Konstellationen, übernehmen je nach Rahmenbedingung technische und/oder journalistische Tätigkeiten. Diese Beschreibungen entsprechen den in Kapitel 2.3.2 beschriebenen Überlegungen von Kiefer, wonach sich die journalistische Berufsrolle unter anderem durch eine Entdifferenzierung von journalistischen und technischen Tätigkeiten und einer Entgrenzung und Hybridisierung journalistischer Identität durch die Vermengung mit Pressearbeit und technischen Tätigkeiten wandelt (Kiefer 2010: 111f).

5.4.2 Videojournalist_in als Prototyp der jungen, flexiblen Arbeitskraft

Alle Interviewten teilen die Einschätzung, dass es sich bei Videojournalist_innen im Durchschnitt um jüngere Arbeitnehmer_innen handelt.

„Die, mit denen ich zusammenarbeite, sind alle zwischen zwanzig und Anfang dreißig - würde ich sagen.“ (I1, S6, Z272)

„Der VJ, das ist so der, der von der Uni kommt, oder irgendwo die Möglichkeit sieht, sich jetzt filmerisch selbstständig zu machen.“ (I3, S15, Z717)

„Meine Erfahrung ist schon so, dass es die Gruppe der bis 40-jährigen ist.“ (I4, S9, Z404)

„Wir sind alle sehr jung oder waren sehr jung.“ (I2, S10, Z459)

Ein Grund hierfür könnte die laut Rosa bei Jugendlichen im Vergleich zu älteren Menschen stärker ausgeprägten Fertigkeiten der „Polychronizität“ bzw. des Multitaskings sein. Junge seien in der Lage mehrere Informationsquellen und Tätigkeitsfelder simultan zu verarbeiten. Dadurch wären sie systematisch im Vorteil (Rosa 2005: 187). Die Interviewpartner_innen liefern auf die Frage, warum es sich ihrer Einschätzung nach bei Videojournalist_innen um eine junge Berufsgruppe handelt, mehrere Erklärungsansätze. Ein Videojournalist erklärt den seiner Meinung nach jungen Altersdurchschnitt damit, dass es im Videojournalismus im Vergleich zur Arbeit mit professionellen Kameras einer geringeren finanziellen Investition in Kameraequipment bedarf.

„Er kann sich nicht riesiges Equipment kaufen um 100.000 Euro. 5.000 Euro kannst du heute in einen Rechner, in eine Kamera investieren und du kannst sofort raus gehen und als VJ arbeiten. Du kannst Imagefilme produzieren und alles. Es ist eher so das Klientel der Jugend (...). So ab 40 oder 45 aufwärts wird sich kaum einer entscheiden: Ja, ich werd jetzt VJ.“ (I3, S15, Z718)

Zwei Interviewpartner_innen meinen, dass mit ein Grund für die altersmäßig junge Arbeitnehmer_innengruppe sei, dass es sich bei „Videojournalismus“ insgesamt um ein junges Phänomen handle.

„Ja gut, den Videojournalismus gibt's jetzt nicht so lang.“ (I2, S10, Z459)

„Tendenziell jedenfalls jüngere Leute; Den gibt's ja auch noch nicht so lang den Videojournalismus.“ (I1, S6, Z277)

Außerdem würden jüngere Leute bereits einen vertrauten Umgang mit der Technik mitbringen. Für sie sei es selbstverständlich, mit Schnittprogrammen umzugehen.

„Je jünger die Leute werden, desto selbstverständlicher ist es für sie, dass sie diese technischen Dinge einfach mitbedienen. Das ist keine Herausforderung für die. Das ist Alltag, weil der auf seinem Handy schon 20 Videos geschnitten hat und auf seinem Windows-PC oder auf dem Apple-PC. Der hat selbstverständlich sein Final Cut in einer unlizenzierten Version auf seinem Apple laufen und verwendet es jeden Tag, schneidet

damit und macht seine kleinen Videos für Youtube oder was auch immer.“ (I4, S22, Z1079)

„Warum soll ich selbst meine Kamera durch die Gegend schleppen?“

Personen, die bereits als Fernsehredakteur_innen arbeiten, würden sich selten videojournalistisch betätigen, weil sie weniger Erfahrung im Umgang mit der digitalen Technik hätten und weil die videojournalistische Arbeit weniger prestigeträchtig wäre.

„Weil die angestammten Kollegen mit der Technik nie zu tun gehabt haben, wie sie angefangen haben als Journalisten zu arbeiten und es macht auch für einen Kollegen kaum einen Sinn. Warum soll ich selber meine Kamera durch die Gegend schleppen, wenn es mir bezahlt wird, dass ich der große Regisseur am Set bin und ich damit eine Reputation hab. (I4, S9, Z406)

Neben dem geringeren Ansehen des Berufs sei auch eine niedrigere Bezahlung mit Grund, warum ein Berufswechsel für Fernsehredakteur_innen wenig Sinn mache, so ein anderer Interviewpartner.

„Videojournalisten, die ein bisschen älter wären, fühlen sich dann halt meistens eher doch entweder unterbezahlt oder, wie soll man sagen, nicht wirklich wertgeschätzt.“ (I3, S15, Z693)

Ein weiterer Hinderungsgrund für ältere Arbeitnehmer_innen, beruflich umzusteigen, sei die erhöhte körperliche Anstrengung, die eine Ausübung des Berufs Videojournalist_in mit sich bringe.

„Man wird schon müder, wenn man älter wird und man schleppt schon, wenn man ein gewisses Alter hat, nicht so gerne Stative durch die Gegend.“ (I4, S23, Z1136)

Desweiteren handle es sich bei Videojournalismus um ein unsicheres Arbeitsfeld, in das Arbeitnehmer_innen nicht freiwillig wechseln würden.

„Der hat in seinem Leben schon eine gewisse Spezialisierung eingenommen und wird den Weg weiterverfolgen und nicht unbedingt jetzt einen unter Anführungszeichen unsicheren Job eines Videojournalisten betreiben, weil wo kriegst denn einen Zugang zu einem TV-Sender, wo du sofort liefern kannst?“ (I3, S15, Z726)

Interessant ist, dass der Interviewpartner wie selbstverständlich davon ausgeht, dass es sich bei einem/einer Videojournalist_in um eine freischaffende Arbeitskraft handelt. Wie in Kapitel 2.1 beschrieben sind junge Arbeitskräfte in besonders hohem Maße von flexibler Beschäftigung betroffen. Laut Sennett sind es die Jungen, die zum Prototyp der flexiblen Arbeitskraft werden, weil sie formbar sind und die Arbeitsanforderungen eher hinnehmen (Sennett 2010: 125).

Warum gerade junge Videojournalist_innen prekäre Beschäftigungsformen tolerieren, schildert einer der Interviewpartner_innen.

„In vielen Bereichen werden junge Studenten, die ganz happy sind, dass sie endlich einen Job haben, zuerst auf Praktikantenbasis, dann Volontärsbasis drei Monate beschäftigt und dann kriegen sie irgendwelche ganz, ganz billigen Karenzvertretungsjobs oder nach irgendwelchen komischen Kollektivverträgen bezahlte Jobs und plötzlich machen die aber, weil sie ja selber kreativ sein wollen, weil sie es auf den Unis auf den FHs und sonstigen Akademien gelernt haben, Videojournalismus. Das heißt, sie organisieren sich Kameras, beginnen selber was zu drehen. Das gefällt dann manchen Leuten doch ganz gut. Aber es ist so eine halbe Geschichte. Weil einfach die ganzen Produktionsbedingungen so schlecht sind, sind das halt dann noch immer die schlechteren Produktionen.“ (I4, S11, Z535)

Junge Videojournalist_innen würden so automatisch qualitativ nur schlechter produzieren können und damit auch keine Möglichkeit auf höhere Entlohnung haben. Die Folge sei, dass junge Videojournalist_innen von Beginn an ins untere Lohnsegment gedrängt würden und dort festsitzen.

„Wir können halt alles, wenn auch manchmal nur so halb.“

Werden sie nach den Vorteilen gefragt, die der Einsatz von Videojournalist_innen bringt, betonen alle Interviewpartner_innen die flexiblen Einsatzmöglichkeiten ihrer Kompetenzen.

„Wenn man Dokus produziert, passiert immer viel, was man nicht vorher planen kann und wenn ein Mensch so vielseitig einsetzbar ist, ist das für mich als Produzent, wenn ich das produzier, nur von Vorteil, weil ich den irgendwie in allen Bereichen einsetzen kann. Und wenn mir ein Redakteur krank wird, dann kann er mir vielleicht da ein bisschen springen, (...).“ (I2, S10, Z448)

„Da sitzen zwei oder drei Videojournalisten und da kann jeder als Kamera, als Redakteur, als Cutter dort sitzen (...). Es ist dann einfach flexibler zum Einsetzen. Hätte ich jetzt nur einen Kameramann und eine Redakteurin, dann kann ich die nur zusammen dort hinschicken, aber so kann ich, wenn's wirklich knapp ist, sagen: „Du x³, ich mach das heute und du fährst dort hin. Wir machen das beide als VJ.“ Wir haben dann eben Leute, mehrer Redakteure und Redakteurinnen, die vielleicht dazu stoßen können und uns unterstützen. Aber schlussendlich arbeitet ein VJ dort unter eigener Verantwortung als eigene Geschichte und ist einfach viel flexibler einzusetzen.“ (I3, S17, Z832)

„Also ich glaub, es ist mittlerweile essentiell wichtig es zu können, vor allem wenn du dich jetzt auch in Deutschland bewirbst zum Beispiel. (...) Ich glaub es ist einfach

³ Name der Person anonymisiert

wirklich wichtig zu wissen, dass man es kann, auch wenn's nur in der Not ist, weil: „Gut wir haben kein Team, wurst - weil du kannst es ja eh selber.“ (I1, S10, Z450) Ein Kameramann beim ORF kann halt nur Kamera machen und wir können halt alles, wenn auch manchmal nur so halb.“ (I1, S7, 337)

Die Interviewpartner_innen sprechen von knappen Ressourcen und von der Anforderung, Arbeitskräfte flexibel einsetzen zu müssen, weil Rahmenbedingungen es vorgeben. Der/die Videojournalist_in könne für verschiedene Tätigkeiten je nach Bedarf in der Fernsehproduktion verwendet werden. Für das Individuum sei die größere Kompetenzpalette eine Möglichkeit, sich am Arbeitsmarkt Fernsehen zu behaupten. Der Flexibilitätsdruck, den die Interviewpartner_innen beschreiben, wird von Richard Sennett (2010) als Charakteristikum des „flexiblen Kapitalismus“ bezeichnet. Die Einschätzungen der Interviewpartner_innen decken sich mit dem in Kapitel 3.2 beschriebenen Bedarf an „funktionaler Flexibilität“ von Arbeitskräften in einem Unternehmen. Können Mitarbeiter_innen für verschiedene Tätigkeiten eingesetzt werden, kann der Betrieb insgesamt flexibler agieren (Buchholz 2008: 32). Als Beispiel für funktionale Flexibilität wurden im theoretischen Teil der Arbeit „Job-Rotationsprojekte“ angeführt. Mit diesen wird der Videojournalismus von einer Interviewpartner_in verglichen.

„Für mich war es auch persönlich - das ist jetzt nur meine persönliche Einschätzung - das Beste, was mir passieren hat können, dass ich in alle Bereiche reingeschnuppert hab, weil du für dich selber dann auch sehr gut herausfindest, was du eigentlich machen willst. Es ist ja nie schlecht, wenn man in alle Bereiche reinschnuppert. Nicht umsonst macht man in großen Unternehmen so Jobhopping am Anfang“ (I2, S13, Z640)

Interessant ist hier, dass die Interviewpartner_in von einer Spezialisierung ausgeht, die Videojournalist_innen irgendwann einnehmen würden. Die Vorteile des funktional flexiblen Einsatzes von Videojournalist_innen durch deren Fähigkeit, verschiedene Tätigkeiten zu übernehmen, wird von den Interviewpartner_innen aber nicht nur auf der Ebene des Fernsehbetriebs betrachtet. Auch was den Umgang zwischen Videojournalist_innen untereinander betrifft, wird die funktionale Flexibilität als Vorteil betrachtet.

„Da haben die Leute schon ganz witzig geschaut oft, wenn wir bei Veranstaltungen waren und ich war mit der x⁴ dort. (...) Und einen Teil hab ich Kamera gemacht und sie Interviews und den anderen Teil hat sie Kamera und ich Interviews gemacht. Die haben

⁴ Name der Person anonymisiert

überhaupt nicht gepackt, was da los ist. Vor allem die anderen Teams, die dort unterwegs waren. Sie hat halt irgendwann mal einen Hexenschuss gehabt oder sich etwas verrissen, na gut, hab ich halt weiter gemacht. Dann haben wir halt geswitcht. Also da ist jeder für jedes einsetzbar im Prinzip und du merkst keinen Unterschied. Das ist dann halt schon lustig oder klasse, wenn du weißt, wenn du wo bist, egal was passiert, du hast immer dein Bild und deinen Ton.“ (I3, S10, Z456)

Der freischaffende Videojournalist sieht die Auswahl der Tätigkeiten als persönliche Freiheit.

„Wenn ich heut keine Lust hab, kann ich sagen ich geh als Redakteur, dann hab ich jemanden, der für mich die Kamera macht. Wenn ich sag, da mach ich lieber selbst die Kamera, nehme ich mir einen Redakteur oder Redakteurin. Wenn es ganz notwendig ist, nehme ich auch noch wen für den Ton dazu und so teile ich es mir ein wie es grad eigentlich passt, (...). (I3, S1, Z43)

Das Individuum empfindet die Weitergabe der Flexibilitätsforderung demnach nicht zwingend als Flexibilitätsdruck, sondern auch als Möglichkeit flexibel zu agieren. In Zusammenhang mit dem Vorteil, den der flexible Einsatz der Videojournalist_innen laut Interviewpartner_innen bringt, wird jedoch nicht nur die mögliche Übernahme ehemals arbeitsteilig organisierter Tätigkeiten von einer Person erwähnt. Videojournalist_innen würden außerdem ein breiteres journalistisches Spektrum abdecken können.

„Der Videojournalist ist auf jeden Fall auch, eben weil er so flexibel einsetzbar ist, unheimlich klasse zu verwenden (...). Einem richtigen Videojournalisten ist es in der Regel egal, dem sagst du das und er fährt zum Sport hin und er fährt am nächsten Tag zur Politik hin und am dritten Tag zur Chronik und macht dann noch eine Society-Geschichte. Es ist im Prinzip egal. Ein Kameramann, der ist eingeschossen auf dies, der macht nichts anderes. Oder ein Redakteur: „Was, ich soll jetzt dort hinfahren und das Thema machen? Ja, das kann ich ja gar nicht.“ Dort ist der VJ auf jeden Fall super aufgehoben und flexibel einsetzbar. Also das ist - glaub ich - der größte Vorteil, dass er sehr flexibel ist.“ (I3, S12, Z573)

Videojournalist_innen werden für mehrere Themen flexibel in allen Ressorts, und für mehrere Tätigkeiten in der Fernsehproduktion herangezogen. Der/die Videojournalist_in wird somit zum Prototyp der durch und durch flexiblen Arbeitskraft. Wenn mehrere Mitarbeiter_innen eines Fernsehbetriebs als Videojournalist_innen derart funktional flexibel einsetzbar sind, könnte das zur Folge haben, dass der Druck sinkt numerische Flexibilität oder zeitliche- bzw. räumliche Flexibilität, wie sie in Kapitel 3.2 beschrieben wird, herzustellen. Videojournalist_innen könnten flexibel in der Art der Tätigkeit sein, statt in der

Art des Beschäftigungsverhältnisses, was den Vorteil einer fixen Kernbelegschaft für den Fernsehsender bringen würde (vgl. Buchholz 2008: 32).

„Ich fahr dort hin, mach das fertig und bin genauso schnell wieder zurück.“

Der Vorteil der Flexibilität durch Videojournalist_innen wird auch in Hinblick auf den Organisationsaufwand in der Fernsehproduktion erwähnt. Der Arbeitsaufwand in der Organisation sei mit dem Einsatz von Videojournalist_innen um einiges geringer.

„Man kennt das vielleicht von sich selber, wenn man sich mit anderen Leuten verabredet dann kommt der fünf Minuten zu spät und das fehlt noch und das fehlt noch und, wo bleibt der. Wenn ich alleine was dreh, dann heißt es: „O.K. fahr raus!“ Ich fahr dort hin, mach das fertig und bin genauso schnell wieder zurück. Wenn ich immer auf wen warten muss, das ist halt menschlich, wenn man zu dritt irgendwo hin muss, das dauert länger. (...) Man ist durch diesen Videojournalismus einfach sehr flexibel.“ (I2, S8, Z362)

Dem Videojournalismus wird demnach Schnelligkeit und ein unbürokratischer Einsatz zugeschrieben. Er könne, so ein Interviewpartner, auch dort Verwendung finden, wo eine Organisation von Produktionsteams aufgrund schwieriger Rahmenbedingungen logistisch gar nicht möglich sei:

„Ich hab zum Beispiel eine Geschichte gemacht über die Pfarrer-Initiative und hab innerhalb kürzester Zeit in drei Tagen drei Pfarrer begleitet, die diese Pfarrer-Initiative unterschrieben haben. (...) Und ich wusste, ich hab nur zwei Tage Zeit, weil die Sendung schon war und wir mussten sehr aktuell sein und ich musste diese Pfarrer mehr oder weniger 24 Stunden begleiten. (...) Das hätte ich mit einem Team nur unter extremen Kosten geschafft, weil ich vier Teams gebraucht hätte und es wäre trotzdem mühsam gewesen. Wo treibst du um 4:30 in der Früh in Lienz ein Kamerateam auf, mit dem du dann aber am Nachmittag um 16:00 auch noch einen Dreh hast? In der Regel ist das sehr mühsam zu organisieren, weil die nicht 25 km auf den Jakobsweg mitgehen. (...) Ich wusste, ich kann dann nur mehr den Berg runter laufen und den Zug erwischen und dann gleich zu meinem nächsten Dreh um 15 Uhr fahren. Also das war für mich in dem Fall nur mit der VJ-Kamera verlässlich möglich, weil in der kurzen Zeit mit den Teams Treffpunkte zu organisieren, ist unmöglich. Die kommen dann nicht vorbei, weil sie den Parallelweg gegangen sind. (...) Die haben sich wirklich verlaufen. Also das Team hätte die nie getroffen und dann hast du keinen Handyempfang mitten im Wald, in den Bergen irgendwo zwischen Kärnten und sonstigen Ländern. Also, da war für mich die Entscheidung: Videojournalismus. (I4, S5, Z41)

Angesprochen wird hier zwar der geringere Kostenaufwand durch den Einsatz von Videojournalist_innen, gleichzeitig wäre ohne die unbürokratische

Organisation und die Flexibilität und Schnelligkeit, die der Interviewpartner dem Videojournalismus zuschreibt, der journalistische Anspruch in diesem Fall nicht erfüllbar gewesen. Das Produktionsteam könnte hier auch bei höherem Kostenaufwand nicht die gleiche Qualität wie der Videojournalismus liefern, weil es nicht so flexibel agieren kann.

5.4.3 Ein Arbeitsmarkt im Wandel: Fernsehproduzent_innen unter Druck

Das vorrangige Motiv für den Einsatz von Videojournalist_innen in einem Fernsehsender ist finanzieller Natur, meinen alle interviewten Videojournalist_innen. Fernsehstationen würden mit Videojournalist_innen arbeiten, weil sie damit monetäre Produktionskosten senken würden.

„Einerseits ist es auf jeden Fall eine Kostengeschichte. Das ist einmal garantiert der Fall.“ (I3, S12, Z572)

„Also wenn ich mir einen Cutter erspar und einen sau teuren Kameramann, nehme ich doch lieber einen Videojournalisten. Ich glaub, das ist der einzige Grund eigentlich, weil warum soll ich's sonst machen? (...) die sind massiv billiger, weil sie halt eine Arbeitskraft sind, die vier Positionen oder fünf Positionen übernehmen. (...) Ich glaub das ist eine sehr, sehr große Kostenfrage hauptsächlich oder nur.“ (I1, S7, 308)

„Die Motivation dahinter ist sicher eine finanzielle. (...) Es ist halt einfach ein Wahnsinn, wenn man jetzt denkt: „Was kostet das, wenn ich ein Interview dreh, wo ich den Kameramann, den Redakteur, den Tontechniker, dies ganze Equipment und so weiter und so fort nur für ein Interview rausschicken muss?“ Oder ich sag: „Videojournalist Toni, also nur der Videojournalist geht/ fährt alleine dort hin, macht das alleine.“ Das ist natürlich ein ganz anderer Kostenaufwand und manchmal ist es auch nicht notwendig, immer so viel aufzubauen (...).“ (I2, S8, Z354)

„Deswegen hat der Videojournalismus, glaub ich, auch so Furore gemacht bei der BBC, nicht weil sie alle so wahnsinnig kreativ sind, weil sie so super Beiträge gemacht haben, sondern weil es einfach Content, Content, Content war und zu wenig Geld. (I4, S17, Z817)

„Seit ich in dem Haus bin muss gespart werden.“

Die Kostenersparnis für den Fernsehsender käme laut Interviewpartner_innen einerseits über die Übernahme der ehemals arbeitsteilig organisierten Tätigkeiten zustande, andererseits sei der/die Videojournalist_in auch generell mit günstigerem Equipment ausgestattet. Dieses zur Verfügung zu stellen bedeute für einen Fernsehsender im Vergleich zu Kamera- und Tonequipment einer

Kameraperson und eines Tonassistenten/ einer Tonassistentin finanzielle Kostenersparnis.

„Ein Ü-Wagen pro Tag kostet einfach zwischen 15 und 30.000 Euro. Der ist dann acht Stunden zur Verfügung. Wenn wir aber Symposien in ganz Europa haben, dann haben wir eine Anreise, eine Abreise. Das Symposium dauert zwei Tage, manchmal 2 ½ Tage. Das wären mit einer Mannschaft Kosten von 150, 200.000 Euro gewesen. So haben wir so ein Symposium um 2-3.000 Euro irgendwie auf die Reihe bekommen mit Anreise, Abreise, drei Kameras und Live-Stream.“ (I4, S3, Z40)

Die Interviewpartner_innen sprechen von einem vorgegebenen finanziellen Rahmen, der es notwendig macht, mit Videojournalist_innen zu arbeiten, wenn ein gewünschtes journalistisches Fernsehprodukt wie die beschriebene Live-Übertragung des Symposiums, oder freischaffende Projekte wie Beiträge über spezielle Sportarten erzielt werden soll.

„Ich hab zum Beispiel meine Extremsportler alle bis dato als VJ begleitet, (...) was zwar manchmal sehr mühsam oder schwierig war, was aber schlussendlich oft gar nicht anders möglich gewesen wäre. Der ganze Tross hinten dran, das ließe sich ja schon gar nicht mehr finanzieren heutzutage.“ (I3, S17, Z870)

Selbiges gilt für die Idee, privatwirtschaftlich organisiertes Fernsehen zu produzieren.

„In Wahrheit war das in Österreich für mich die einzige Möglichkeit, dass es neues Privatfernsehen gibt und dass private Gesellschafter so etwas überhaupt machen können (...).“ (I2, S5, Z205)

Auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gäbe es vor allem finanzielle Motive, die Fernsehproduktion mit Videojournalist_innen in Betracht zu ziehen.

„Seitdem ich in diesem Haus bin, muss gespart werden. Das ist auch diese Absurdität, dass wir mittlerweile vier Fernsehprogramme und ein dutzend Radioprogramme im Vollprogramm haben, aber wir mittlerweile um gut 1.000 Mitarbeiter weniger als noch vor 16 Jahren haben und wir trotzdem immer noch Geld sparen müssen und immer noch weniger Leute noch mehr produzieren müssen. Und da ist der Videojournalismus natürlich genau wie der Messias vom Himmel zu uns gekommen und verkündet uns die frohe Botschaft: Ihr könnt mit billigem Equipment, in noch weniger Zeit, mit noch schlechter bezahlten Menschen noch mehr produzieren, (...).“ (I4, S10, Z479)

Hier wird neben der Kostenersparnis durch günstige Arbeitsmittel und eine Subsummierung der Arbeitstätigkeiten eine niedrige Entlohnung von Videojournalist_innen angesprochen.

„Man macht sich auch aus, wofür man arbeitet.“

Einige Interviewpartner_innen beleuchten die ihrer Meinung nach niedrige Entlohnung von Videojournalist_innen kritisch.

„Würde ein Team raus gehen, dann haben die hundert Prozent. Ein VJ kriegt wahrscheinlich ein Drittel davon, maximal die Hälfte, aber die Hälfte kriegt er normal gar nicht mehr, je nach dem, die Sätze sind so unterschiedlich. Aber er verdient auf jeden Fall zu wenig.“ (I3, S14, Z655)

Eine andere Interviewpartnerin betont allerdings, dass das Bild des/der unterbezahlten Videojournalist_in beim Privatfernsehen ihrer Erfahrung nach nicht der Realität entspreche.

„Es war ja auch immer die Behauptung da, dass wir so wenig verdient haben und wir haben eigentlich sehr gut verdient als Einstiegsgehalt und man hat uns auch angestellt, bei x⁵.“ (I2, S11, Z525)

Gleichzeitig relativiert sie diese Haltung, indem sie einräumt, dass es durchaus Probleme mit der Entlohnung in dem Fernsehsender gab, für den sie arbeitet.

„Es hat eine Zeit lang dann Videojournalisten gegeben, die so nachgerückt sind, die jetzt nicht zu der ursprünglichen Mannschaft von x⁶ gehört haben, die dann länger auf ein richtiges Gehalt gewartet haben - aber mittlerweile ist das überhaupt kein Thema mehr. (...) Ich hab mich nie beschweren können. Wir haben immer gut verdient. Also das war nie das Thema und so was ist auch immer Ausmachungssache. Also ich find, das ist auch immer schwierig, man macht sich auch aus, wofür man arbeitet. (I2, S11, Z538)

Interessant ist, dass die Interviewpartnerin die Entlohnung als höchst individuelle Frage wahrnimmt. Die Bezahlung einer videojournalistischen Tätigkeit sei Produkt eines persönlichen Verhandlungsergebnisses. Generell gibt es von den für privatwirtschaftliche Fernsehunternehmen angestellte Videojournalistinnen keine Kritik an einem fehlenden Kollektivvertrag oder an dem vorgegebenen Finanzrahmen. Die Höhe finanzieller Investitionsmöglichkeiten eines Fernsehunternehmens in die Produktion wird als gegeben angenommen. Niedrige Entlohnung und geringere Investition in Produktionsmittel leiten sich, wie aus den Statements weiter oben geschlossen werden kann, für die Interviewpartnerinnen daraus ab. Der freischaffende Videojournalist kritisiert allerdings auch die Art der Kalkulation seiner Auftraggeber_innen.

„Es wird zum Beispiel nicht, wie es normalerweise üblich ist, ein Team gebucht und an und für sich das Equipment extra verrechnet. Das wird beim VJ in der Regel nie gemacht.“

⁵ Name des Fernsehsenders anonymisiert

⁶ Name des Fernsehsenders anonymisiert

Der kriegt halt irgendeinen Standardsatz und das ist es. Damit muss er halt schauen, dass er durchkommt, so auf die Art.“ (13, S14, Z667)

„Klar gibt’s immer einen, der es billiger machen will oder kann.“

Wie sich die Art der Kalkulation von Produktionsfirmen seiner Wahrnehmung nach geändert hat, schildert auch der andere Interviewpartner.

„Wenn heute BWLs kommen, Firmen, Werbeagenturen, sonstige Auftraggeber, kalkulieren die ihre Produkte nicht mehr über: „Ich brauch ein Treatment, ich brauch eine Recherche, ich brauch ein Drehbuch.“ - was für mich, aus meiner Erfahrung, ja 2/3 der Arbeit ausmacht. Sondern die kalkulieren: „Wir haben zwei Drehtage, einen Schnitttag, Abnahme.“ So wird der Beitrag kalkuliert und die Leute denken überhaupt nicht mehr. Und mittlerweile sitzen ja sehr viele Leute, die überhaupt keine Ahnung mehr von Journalismus haben, an solchen Positionen, die Aufträge vergeben. Das heißt, Aufträge werden nicht mehr vergeben: „Recherchier mal, reiß ein Thema auf, schau mal ob es überhaupt ein Thema ist!“ Sondern: „O.K. welche Kamera brauchen wir? Wie lange musst du drehen dafür?“ Und der Dreh ist überhaupt das allerletzte, nachdem ich nämlich meinen Beitrag recherchiert hab, nachdem ich weiß, was ich brauch, meine Story hab, mein Drehbuch hab, dann überleg ich mir: „Wie viel Kameras? Welche Kamera? Wo positionier ich? Brauch ich einen Kran? Brauch ich Schienen oder eine Handkamera oder was auch immer? Ist es eine Helmkamera oder eine Handheld-Kamera oder eine große Mühle? Was brauch ich?“ Aber das denken die Leute nicht, sondern man sagt O.K, man denkt so: „Wir haben 500 Euro für einen Beitrag.“ Oder mittlerweile kommen ja schon Leute und sagen: „Wir haben 300 Euro für einen Beitrag, das heißt, halber Drehtag, halber Schnitttag, so. Du kriegst als Videojournalist 150 Euro, musst dich selber anstellen und was auch immer. Du machst das.“ So läuft es ja mittlerweile.“ (14, S18, Z851)

Der für das öffentlich-rechtliche Fernsehen arbeitende Interviewpartner spricht die seiner Meinung nach zunehmende Vermarktwirtschaftlichung der Fernsehproduktion an. Anstelle des journalistischen Produkts als Ziel, an dem sich Überlegungen zum Produktionsmitteleinsatz orientieren, seien wirtschaftliche Überlegungen getreten. Sie würden den Rahmen für die Produktion vorgeben, der von Arbeitskräften erfüllt werden muss. Die Verantwortung für den Ressourceneinsatz würde an die produzierenden Individuen weitergegeben. Die Subsummierung der Tätigkeiten aber auch längere Arbeitszeiten und die beschleunigte Abfolge der Arbeitsschritte können demnach als Strategien der Individuen gesehen werden, in den von Auftraggeber_innen kommunizierten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu agieren und dabei das bestmögliche

journalistische Produkt zu erzielen. Technologische Entwicklung kann nur als Basis betrachtet werden, die eine Veränderung des Ressourceneinsatzes möglich macht. Die Veränderung der Arbeitsbedingungen und des Arbeitsprozesses treiben auf dieser Grundlage an Profit orientierte Überlegungen voran. Die in Kapitel 3.1 beschriebenen Rationalitäten, denen nach Mai Medien als soziale Systeme folgen (vgl. Mai 2005: 268), erzeugen also weniger Konflikte im Medienbetrieb an sich, weil die Konflikte an die produzierenden Individuen weitergeben werden. Versucht das produzierende Individuum, ökonomische Vorgaben zu erfüllen, die von Auftraggeber_innen gestellt werden, muss es ökonomische, technische und journalistische/künstlerische Überlegungen in Einklang bringen. Was technisch möglich und wirtschaftlich rentabel ist, wird umgesetzt, um das journalistische Produkt zu erzielen. Genauso kann eine freischaffende Arbeitskraft eine Entscheidung zu Gunsten der wirtschaftlichen Rentabilität und auf Kosten des journalistischen Produkts oder des persönlichen Arbeitseinsatzes treffen. Ein fiktives Beispiel für eine derartige Überlegung wäre Folgendes: Ein_e freischaffende_r Videojournalist_in bekommt einen Auftrag über einen Fernsehbeitrag und bekommt dafür ein geringes, fix vorgegebenes Honorar. Ist der Zeitrahmen, trotz gleichzeitiger Ausführung mehrerer Arbeitsschritte, zu eng bemessen und/oder das Honorar zu gering, können entweder journalistische Arbeitstätigkeiten wie Recherche oder auch technische Arbeitsschritte, in der Postproduktion weggelassen werden oder das Individuum nimmt unbezahlte Mehrarbeit in Kauf. Der/die Videojournalist_in kann auf Kosten des persönlichen Einsatzes ein den eigenen Ansprüchen gerechtes Fernsehprodukt erzielen. oder eben eine Minderung der Produktqualität in Kauf nehmen. Die Folge ist ein intrapersonaler Konflikt, wie er auch von dem freischaffenden Videojournalisten beschrieben wird.

„Das ist ja immer die große Schwierigkeit der Videojournalisten, dass die halt oft, mich eingeschlossen, zuviel Zeit investieren in etwas, was eigentlich dann nicht gezahlt ist, aber man trotzdem ein gutes Ergebnis abliefern möchte. Und da muss man sicher viel härter werden auch in der Angebotsstellung und ab und zu vielleicht sogar wirklich einmal auch auf einen Auftrag verzichten, weil der das nicht zahlen will. (...) Da muss man, glaub ich, öfter beinhart bleiben, weil klar gibt's immer einen, der es billiger machen will oder kann, aber ich sag mir das bringt den Aufwand dann nicht und ich möchte trotzdem gute Qualität liefern, wurst was ich mache, für wen ich es mache. Das

soll immer gut sein, aber natürlich schon oft auch im Kontext zu dem, was bezahlt wird, (...)“ (I3, S5, Z235)

Aber nicht nur Videojournalist_innen würden für ein Honorar arbeiten, von dem sie kaum ihren Lebensunterhalt bestreiten können. Die gesamte Fernsehproduktionsbranche würde unter niedriger werdenden Löhnen und Honoraren leiden.

„Ich sag, insgesamt ist es schon eher tiefer geworden, weil wenn man denkt, der Audio- und Filmverband schickt eine Empfehlung aus für ein Team 8-900 Euro zu verlangen und was dann tatsächlich gezahlt wird, da sind wir schon weit darunter. Da sind wir oft unter der Hälfte für ein Team und da hängen aber Minimum zwei Leute dran bis drei sogar, die von dem dann eigentlich leben sollten. Da hat sich schon sehr viel verändert.“ (I3, S6, Z261)

„Man will ja Filme machen (...), das heißt, die Leute machen das.“

Warum viele Videojournalist_innen für ein der Einschätzung der Interviewpartner_innen nach viel zu geringes Honorar arbeiten und schlechte Entlohnung akzeptieren, erklären sie über den zunehmenden Konkurrenzdruck am Fernsehmarkt.

„Die FHs spucken dutzende, wenn nicht hunderte Videojournalisten auf den Markt, wo ich mich frag: Wo wollen denn die alle arbeiten? Wie viele Firmen gibt es denn da überhaupt in Österreich, wo die alle unterkommen? Weil der ORF stellt seit vier, fünf Jahren kaum neue Mitarbeiter an. Im Gegenteil - er hat 1.000 Stellen abgebaut und die anderen Fernsehstationen machen es auch so. (...) Also ja, es gibt einen riesigen Markt von Leuten, die mittlerweile bereit sind für alles Mögliche zu arbeiten.“ (I4, S16, Z755)
Ich sehe schon die große Gefahr, dass diese riesige Menge an Leuten, die halt, koste es was es wolle, lieber 5 Euro verdienen an dem Tag als gar nichts, weil sie ja alle irgendwie leben müssen, den Markt irrsinnig runter drücken, damit auch die Qualität drücken und damit insgesamt dem ganzen Job nichts Gutes tun. (I4, S16, Z784)

Der Interviewte meint weiter, dass viele junge Videojournalist_innen froh sein würden, nach einem unbezahlten Praktikum für Produktionsfirmen weiter arbeiten zu dürfen. Wenn Videojournalist_innen ihre Tätigkeit als Beruf ausüben, befinden sie sich in einer Situation der wirtschaftlichen Abhängigkeit. Sie müssen ihren Lebensunterhalt bestreiten und können sich daher dem Lohndruck schwer entziehen. Das Individuum handelt laut Interviewpartner_innen nach dem Motto „lieber schlecht bezahlte Arbeit, als gar keine Arbeit“. Kleine Firmen, die ausgelagert für große Fernsehstationen produzieren, würden diese Situation für

sich nützen und über den Einsatz von niedrig entlohnerten, jungen Videojournalist_innen Profit machen.

„An das denken diese Studenten gar nicht, weil sie ja überhaupt nicht in dem drinnen sind, sondern so happy sind, einen Auftrag zu haben, endlich Geld zu verdienen, das machen zu können. Man will ja Filme machen, man ist ja fasziniert von diesem Medium Film, das heißt die Leute machen das. Die Produktionsfirma verrechnet natürlich drei Drehtage mit je 1.000 Dollar international, zahlt 150 Euro dafür, also macht einen irrsinnig tollen Gewinn, weil dieser Videojournalist sich irrsinnig einsetzt, dass er möglichst gute Bilder macht. Und jetzt natürlich sind wir aber schon beim nächsten Schritt. Jetzt haben große Auftraggeber, ORF oder andere Fernsehstationen, schon kapiert: „Aha, Produktionsfirmen faken da ein bisschen. Die machen da ganz guten Gewinn mit den Videojournalisten.“ Das heißt, man ist jetzt dabei, Sendungsbudget runter zu drücken, also eine Universums-Doku kostet zwischen 150 und 300.000 Euro. Also jetzt sagt man: „O.K., sie darf nur mehr 100.000 Euro kosten.“ Eine Kreuz und Quer-Doku hat früher zwischen 50 und 100.000 Euro gekostet. Jetzt macht man es um 30.000 Euro. Puh, 25.000 Euro ist schon viel eigentlich. Also sagt man: „Ein Spielfilm hat auch nur noch 30 Drehtage. Na dann darf unsere Doku nur 15 Drehtage haben. Also man geht überall runter.“ (I4, S19, Z933)

Durch den Preisdruck würde sich bei ausgelagerter Produktion der Profit im Endeffekt dann von den kleinen Fernsehproduktionsfirmen zu den großen Fernsehstationen bzw. Medienkonzernen hin verschieben. Die Fernsehproduzent_innen leiden in diesem Prozess unter einer zunehmend niedrigeren Entlohnung und der Lohndruck wird durch die verstärkte Konkurrenz am Arbeitsmarkt Fernsehen verstärkt. Die Individuen müssen ökonomische Bedingungen zumindest zum Teil akzeptieren und sich mit veränderten Rahmenbedingungen arrangieren wollen sie ihren Beruf ausüben. Ob der fehlenden gewerkschaftlichen Vertretung bleiben einzelne Videojournalist_innen relativ machtlos, kommt es weiterhin zu keiner kollektiven Organisierung ihrer Interessen. Als Folge kommt es am Fernsehmarkt zu einer zunehmenden Kluft zwischen Kleinstunternehmen bzw. Ein-Personen-Produktionsfirmen und riesigen Fernsehkonzernen die Profit erwirtschaften wie bereits in Kapitel 2.4.4 ausgeführt wurde (vgl. Grisold 2004: 264).

5.4.4 Niedriges Arbeitsprestige und fehlende berufliche Aufstiegschancen

Alle Interviewten berichten, dass ihnen als Videojournalist_innen ihrer Erfahrung nach ein geringeres Berufsprestige zugeschrieben wird als Vertreter_innen der Professionen Kamera, Redaktion oder Schnitt. Alle Interviewpartner_innen sprechen von einem geringeren Ansehen, das dem Videojournalismus als Beruf ganz grundsätzlich anhaften würde.

„Was man immer wieder so mitkriegt ist halt Prestige, also Ansehen. Du wirst als Videojournalist ganz sicher nicht so ernst genommen, wie wenn du mit einem Kamerateam kommst.“ (11, S7, 321)

„Wenn ich irgendwo in ein Dorf komm und ich interview den Bürgermeister alleine. Der Bürgermeister schaut mich groß an und fragt mich auch noch heute: „Wo ist der Rest?“ (13, S3, Z141)

„Wenn ich mit der Videokamera selber anrausche, bin ich der billige Student. Ich schau nicht mehr so jung aus, aber ich werde nicht ernst genommen. Ich merke das. Wenn ich selber mein Stativ schlepp, meine Kamera schlepp, ein Licht aufbaue, ein Kabel leg, frag: „Entschuldigung, wo kann ich mein Auto parken?“ Dann bin ich der Hackler, dann bin ich der Installateur. Wenn ich als Redakteur aufs Set komme, eine Krawatte hab, mein Sakko trag, dem Kameramann sag: „So und da baut ihr jetzt auf und macht das!“ Und ein bisschen gescheit schau, gescheit herum tu mit einer Mappe in der Hand renn, dann bin ich der große ORF-Redakteur zu dem alle kommen und der hofiert wird. (14, S9, Z410)

Am Anfang war es halt so, dass man ausgelacht wurde oder belächelt, aber es war manchmal auch auslachen. (12, S11, Z520)

„Wie wir angefangen haben, sind wir ausgelacht worden.“

Um etwas über den Umgang in der Fernsehbranche zwischen Videojournalist_innen und Vertreter_innen der anderen Professionen eines Produktionsteams zu erfahren, wurden die Videojournalist_innen gefragt, was Kameraleute oder Redakteur_innen ihrer Meinung nach über Videojournalist_innen denken.

„Die armen Schweine. Also ein Redakteur, kann ich jetzt gleich einmal sagen, der sagt mir immer wieder: „Also, ich versteh nicht wie du das allein machen kannst. Wie schaffst du das?“ (13, S16, Z752)

Auch die anderen interviewten Videojournalist_innen berichten über eigene Erfahrungen aus dem direkten Umgang mit Redakteur_innen und Kameraleuten. Diese hätten ihnen oft Ablehnung entgegen gebracht.

„Ich kann mich noch gut erinnern. Wie wir angefangen haben sind wir ausgelacht worden. Es war tatsächlich so. Wir sind da mit unseren kleinen Kameras ausgerückt. Die anderen Kameramänner und anderen Redakteure (...) haben uns ausgelacht, wirklich ausgelacht. (I2, S9, Z412) Man musste sich halt immer blöde Sprüche von den Kollegen anhören“ (I2, S11, Z522)

Also wie ich alleine aufgetaucht bin, da haben mich einige ORF-Leute dann schon sehr komisch beäugt, (I3, S15, Z704)

Du wirst dann eher so ein bisschen, von den anderen Medien: „Mah, die Arme,“ quasi, hin und wieder von den Interviewpartnern auch bewundert teilweise, aber andererseits sagt man: „Die Kleine! Sie müssen das jetzt alles schleppen?“ (I1, S7, 326)

Den Videojournalist_innen wird ihrer Erfahrung nach Ablehnung und Mitleid von Kameraleuten und Redakteur_innen entgegengebracht. Anzumerken ist, dass sich in den Erlebnisberichten zwei Wahrnehmungsebenen vermengen. Die Interviewten berichten nicht nur über die Reaktion von Kameraleuten/Redakteur_innen auf Videojournalist_innen, sondern gleichzeitig über die Reaktion von Vertreter_innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf Vertreter_innen des Privatfernsehens. Auffallend ist jedoch, dass alle interviewten Videojournalist_innen von einer Veränderung der Außenwahrnehmung auf sie und ihren Beruf sprechen.

„Man hat halt gemerkt nach und nach wie sich das dann doch wandelt. Und dann ist es halt auf einmal doch nicht so schlecht was man tut.“ (I2, S11, Z528) „Und das war dann irgendwie extrem interessant, wie sehr sich das nach zwei Jahren gedreht hat und wie sie dann angefangen haben auch zu überlegen ob man da nicht Videojournalisten einsetzen soll. Das hat sich sehr gedreht, aber das liegt einfach in der Natur der Sache. Das hat es vorher in Österreich noch nie gegeben und alles was anders ist, muss erst mal ausgetestet werden, bevor es positives Feedback von anderen bekommt.“ (I2, S9, Z415)

Die positiveren Reaktionen führen die Interviewpartner_innen einerseits auf einen Gewöhnungseffekt zurück. Es werde normal, dass auch Videojournalist_innen bei Pressekonferenzen und öffentlichen Terminen präsent sind.

„Die haben halt sehr schmerzlich lernen müssen, dass da jetzt auch Konkurrenz im Boot ist und dass sie auch irgendwann anfangen müssen, wenn sie ein Interview haben wollen, sich darum zu bemühen. Früher waren sie halt immer nur die einzigen. Sie waren halt allein. Da gab es so was nicht wie eine Veranstaltung und auf einmal acht Kamerateams.“ (I2, S11, Z511)

Andererseits wären Vertreter_innen der anderen Professionen eines Produktionsteams gezwungen sich mit Videojournalismus auseinanderzusetzen,

weil sie die Konkurrenz wahrnehmen und die Gefahr real werde, dass sie selbst mehrere ehemals arbeitsteilig organisierte Tätigkeiten übernehmen müssen.

„Nach ein paar Jahren sind sie dann auf einmal alleine dagestanden und haben nicht gewusst, wie sie das Mikro halten sollen und gleichzeitig filmen. Und sie müssen es machen und checken zum ersten Mal was das heißt, da alleine draußen unterwegs zu sein.“ (I3, S15, Z706)

Zwar würden Vertreter_innen der anderen Professionen im Videojournalismus teilweise sogar eine berufliche Chance sehen, dies treffe aber mehr auf Redakteur_innen zu. Die Ablehnung von Kameraleuten sei insgesamt massiver.

„Von den Redakteuren, da ist wahrscheinlich eher mehr Bewunderung da, weil die sich halt denken: „Ja, bald ist das jetzt eh die Zukunft. Wahrscheinlich muss ich das auch bald lernen oder sollt ich das auch bald lernen.“ Aber von den Kameraleuten ist es sicher mehr belächeln als alles andere.“ (I1, S8, 359)

Die beschriebene Ablehnung kann hier als Ausdruck des durch Videojournalist_innen verstärkten Konkurrenzdrucks am Arbeitsmarkt Fernsehen, wie er in Kapitel 2.4.4 erläutert wird, gesehen werden. Durch Prozesse wie Digitalisierung und Kommerzialisierung hervorgerufene Veränderungen betreffen alle Professionen, die an der Fernsehproduktion beteiligt sind. Videojournalist_innen bedrohen durch die Subsummierung der ehemals arbeitsteilig organisierten Tätigkeiten die Berufsfelder Kameraperson, Redakteur_in, Cutter_in oder Tonassistent_in, weil sie in direkter Konkurrenzsituation zu ihnen stehen. *„Solche Ausprägungen des rationalen Universalismus beinhalten zwar die Chance für die einen, mehrere Tätigkeiten auf einmal abdecken zu können, aber zugleich das Risiko des Jobverlusts für die anderen (...).“* (Sperlich 2010: 67) Vertreter_innen der herkömmlichen, an der Fernsehproduktion beteiligten Professionen werden mit der Gefahr einer Verdrängung ihres Berufs konfrontiert. Direkte Folge wäre der Verlust ihres Jobs, wenn sie keine neuen bzw. zusätzlichen Qualifikationen erwerben. Die Konkurrenzsituation verschärft sich auch weil, wie Sperlich für den Markt der Kulturschaffenden analysiert, durch den erleichterten Berufseinstieg immer mehr self-made-Kulturschaffende auf den Markt drängen (vgl. Sperlich 2008: 41). Die Vertreter_innen der herkömmlichen Professionen begegnen dem verstärkten Konkurrenzdruck zur Verteidigung ihres Berufsstands mit einer Abwertung der Qualität videojournalistischer Tätigkeit. Da das Einkommen weniger von der Qualifikation der Arbeitskräfte und der tatsächlichen Arbeitsleistung, sondern vor

allem mit der Bewertung der Arbeit zusammenhängt (vgl. Kraus 2005: 169), vermindert ein Prestigeabfall des videojournalistischen Berufsfeldes die Entlohnung von Videojournalist_innen zusätzlich. Die Folge ist eine vertikale Segregation des Arbeitsmarktes, in dem Videojournalist_innen am unteren Ende des Einkommenssegments zu finden sind. Über das Argument der schlechteren Qualität videojournalistischer Arbeit wird die Entlohnung der Konkurrenz demnach gedrückt, was den Konkurrenzdruck nicht vermindert, sondern zusätzlich verstärkt. Der Prestigeabfall des Berufsfeldes könnte weiteres in Zusammenhang mit einer Veränderung des Geschlechterzugangs zum ehemals männlich dominierten Beruf Kameraperson stehen, was in Kapitel 5.4.5 noch näher diskutiert werden soll.

„Als Videojournalist bist du jemand der produziert und das wirst du immer bleiben.“

In Zusammenhang mit der Frage des Berufprestiges wurden die Interviewpartner_innen gefragt ob sie für sich Aufstiegsmöglichkeiten im Videojournalismus sehen, was von allen Befragten verneint wird.

„Ich glaub schon, dass es Möglichkeiten gibt, aber nicht für mich.“ (I1, S10, 494)

„Ich glaub, dass aus der jetzigen Sicht heraus Videojournalisten nicht gerade am Karrieresprungbrett stehen.“ (I4, S23, Z1147)

„Als Videojournalist bist du jemand, der produziert und das wirst du immer bleiben.“ (I2, S14, Z650)

Die Videojournalist_innen sehen in ihrem Beruf keinerlei Aufstiegsmöglichkeiten für sich selbst. Eine Interviewpartner_in meint, dass eine Spezialisierung auf eine der ehemals arbeitsteilig organisierten Tätigkeiten unbedingt notwendig sei, um eine leitende berufliche Position zu bekommen. Der Videojournalismus selbst sei „hierarchielos“.

„Ich glaub schon, dass du dich dann irgendwann spezialisieren musst, damit du dann auch leitende Positionen übernehmen kannst, weil es ja keine Hierarchien im Videojournalismus gibt.“ (I2, S14, Z648) „Ich glaub, dass es der beste Einstieg in die Fernsehbranche ist. Aber ich glaub auch, dass man sich - also so hat es sich einfach bei mir auch verhalten - dann doch auf seine Stärken spezialisiert.“ (I2, S7, Z330)

Das Attribut der „Hierarchielosigkeit“ ist es auch, das Rosenblum, wie in Kapitel 3.4 beschrieben wurde, als Argument heranzieht für seine These, wonach es durch den Einsatz von Videojournalist_innen zu einer Strukturrevolution im

Fernsehbetrieb käme (vgl. Rosenblum/ Zalbertus 2003: 38). Einen Strukturwandel beobachten die Interviewpartner_innen aber nur zum Teil. Videojournalist_innen zu koordinieren, bedeute einen geringeren zeitlichen und logistischen Aufwand. Dass Genehmigungsprozesse, wie sie Rosenblum/Zalbertus (2003) annehmen, weniger langwierig sind, ist aufgrund der Berichte der Interviewpartner_innen vorstellbar.

„(...) Da fahren drei Leute raus, die erst bestimmt werden müssen. Das ist halt für mich ein Unternehmen, das herkömmlich arbeitet, wie der ORF. Das ist halt auch vielmehr logistischer und organisatorischer Aufwand, glaub ich. Da muss ich das Kamerateam anfordern und da muss ich den Tontechniker, der ist vielleicht beim Kamerateam dann dabei und da muss ich das anfordern. Das ist von der Bürokratie her sicher schwieriger, als wenn ich einfach die Kamera nehme und raus fahr.“ (I2, S9, Z386)

Allerdings gibt es kein Anzeichen dafür, dass dadurch Berufshierarchien im Fernsehbetrieb aufgebrochen würden. Zwar gäbe es zwischen videojournalistisch arbeitenden Kolleg_innen keine offensichtlichen Machtgefälle, dafür sei ein beruflicher Aufstieg, wie oben angeführt, ohne Spezialisierung auf einen Teilbereich der videojournalistischen Tätigkeiten kaum möglich.

„Am Karrieresprungbrett sind die, die möglichst viel alle anderen arbeiten lassen.“

Ein Interviewpartner erklärt dies darüber, dass Videojournalist_innen durch die Übernahme mehrerer sonst arbeitsteilig organisierter Tätigkeiten keine Zeit hätten, persönliche Netzwerke zu betreuen, die für den beruflichen Aufstieg in der Fernsehbranche dringend von Nöten seien.

„Am Karrieresprungbrett sind die, die möglichst viel alle anderen arbeiten lassen, weil du dann viel Zeit fürs Networking hast. Ein Videojournalist hat überhaupt keine Zeit auf einem Set Networking zu betreiben. Man braucht ja nur schauen. Die Kollegen, die etwas geworden sind, haben halt sehr viel mit Politikern zu tun gehabt. (...) Die waren halt immer wieder bei den Pressekonferenzen. Dort hast du Zeit mit den Pressesprechern, mit den Sekretären, mit den Ministern zu reden. Du kommst zum Reden, weil der Kameramann wegpackt, Licht aufbaut, Mikrophon herrichtet. Du bist nur mit dem Interview beschäftigt, sonst hast du als Redakteur Zeit und die Zeit kannst du sehr gut nützen und ich mein das jetzt nicht einmal böse. Der Videojournalist hat das überhaupt nicht, der kann nicht networken, der ist der Hackler. Der ist verschwitzt, hat eine schmutzige Jean an, weil er manchmal knien muss beim Drehen, weil er manchmal irgendwo rauf steigen muss, weil er schnell runter laufen muss, Batterien aus dem Auto oder von wo auch immer holen muss, zum Parkschein hetzen muss um den Parkschein zu

verlängern, also all diese Dinge. Der kommt nicht zum Netzwerken. Und er wird deswegen auch von allen anderen als Hackler gesehen und die Leute mit der Krawatte sind halt die, die hofiert werden, wie ich es eh schon erzählt hab und die Leute, die im verschwitzten Leibchen herumlaufen mit so ausgebeulten Taschen, weil da Chips und Batterien und so drinnen sind, das sind die Hackler.“ (I4, S23, Z1147)

Dem Urteil der Interviewten zufolge decken die Videojournalist_innen, was Entlohnung und Prestige betrifft, das untere Segment in der Fernsehproduktionsarbeit ab und haben ohne Spezialisierung kaum Chancen auf beruflichen Aufstieg. Außerdem kann angenommen werden, dass der Frauenanteil im Videojournalismus, wie aus Kapitel 4.3.3 hervorgeht, im Vergleich zum Beruf Kameraperson um einiges höher ist und daher ein Zusammenhang zwischen Berufsprestige und Geschlecht über die Faktoren Entlohnung und Arbeitsverhältnis postuliert werden kann. Um diesen möglichen Zusammenhang näher zu betrachten wurden die Interviewpartner_innen nach ihren Einschätzungen über die Geschlechterverteilung in ihrem Berufsfeld gefragt. Sie sollen im nächsten Kapitel diskutiert werden.

5.4.5 Die Kamera in weiblicher Hand – Einbruch in ein männerdominiertes Berufsfeld

Alle Interviewpartner_innen betonen auf die Frage nach dem Geschlechterverhältnis unter Videojournalist_innen die Ausgeglichenheit in der Anzahl von Männern und Frauen, die ihrer Einschätzung nach den Beruf aktuell ausüben. Ein leichter Frauenüberhang wird vermutet.

„Vom Gespür her, wenn ich mir die Redaktion x anschaue, wenn da nicht sogar mehr Frauen drehen, oder bei uns. Wir sind ja auch irrsinnig viele Frauen. Bei uns kann ja auch jeder drehen. Also das ist hundertprozentig, hundertprozentig ganz, ganz ausgeglichen.“ (I1, S9, Z406)

„Also ich sag 50, 50, glaub ich fast. Also bei VJ sehr viel Frauen.“ (I3, S19, Z936)

„Also es sind sicher mehr Frauen in diesem Beruf, wenn man das jetzt so runter brechen will.“ (I2, S12, Z554)

„Also vom Interesse ist das total gleich.“ (I4, S14, Z670)

Auf die Frage nach einer Einschätzung der Geschlechterverteilung unter Redakteur_innen, ist das Antwortbild ähnlich. Es seien ähnlich viele Männer wie Frauen in dem Beruf tätig, wobei eine Interviewte das Geschlechterverhältnis im Vergleich zu den technischen Berufen, Cutter_in, Kameraperson und Tonassistenz betrachtet.

*„Du triffst einmal den Burschen, dann triffst du wieder die Frau. Das ist sehr, sehr ausgeglichen.“
(I1, S9, Z434)*

„Ich find das ist schwierig zu vergleichen, weil du halt, wenn du mit Redakteuren vergleichst, das wahrscheinlich ziemlich gleich ist und wenn du das mit den technischen Berufen vergleichst, es natürlich mehr Frauen gibt.“ (I2, S12, Z575)

Diese Einschätzungen passen zu der Annahme, dass Frauen im Berufsfeld Fernsehjournalismus durchaus stark vertreten sind, vor allem im Bereich der privaten Fernsehanstalten (vgl. Klaus 2005: 158). Umbrüche im Arbeitsfeld, hervorgerufen durch Privatisierung, Kommerzialisierung und Digitalisierung, haben den Zugang von Frauen erleichtert (vgl. Lünenborg 2009: 74). Anders verhält es sich im Bereich der technischen Berufe wie Kameraperson, Cutter_in oder Tonassistent_in. Wird nach diesen Berufen ausdifferenziert gefragt, ist das Urteil der Befragten je nach Profession äußerst unterschiedlich. Über den Frauenanteil unter den Cutter_innen gibt es divergierende Einschätzungen. Es wird nicht eindeutig ein Frauen- oder Männerüberhang in der Berufssparte vermutet.

„Wir haben auch Cutterinnen. Ich glaub einfach, dass sicher diese ganze technische Komponente halt männeraffiner ist.“ (I2, S12, Z569)

„Also bei uns ist es auch sehr ausgeglichen. Da sitzt einmal in der Koje ein Mann, eine Frau, ein Mann, eine Frau, natürlich immer tagesabhängig (...).“ (I1, S9, Z437)

Der Literatur ist zu entnehmen, dass im Berufsfeld Cutter_in keine Männerdominanz auszumachen ist. Es handle sich sogar eher um eine „Frauendomäne“, weil der Schnitt als ausführende Tätigkeit betrachtet und damit in seiner künstlerischen Anforderung unterschätzt werde (Schulz 2002:11).

„Das ist jetzt auch wein Weg, wo Frauen in dieser Branche Fuß fassen können (...).“

Eine ganz andere Einschätzung zeigen die Befragten, wenn es um den Vergleich des Geschlechterverhältnisses zwischen Videojournalist_innen und Kameraleuten geht. Kameraleute seien im Gegensatz zu Videojournalist_innen zum allergrößten Teil Männer.

„Der Frauenanteil ist sicher weit höher als jetzt Kameramann zum Beispiel oder Kamerafrau. Da ist der Anteil der Videojournalistinnen weit höher.“ (I3, S19, Z936)

„Ich hab noch nie, noch nie eine weibliche Kamerafrau in Österreich gesehen, noch nie.“ (I1, S9, 419) „Den rein technischen Beruf eines Kameramanns, der nur Kameramann ist, den machen würde ich jetzt mal sagen zu 99,9% Männer.“ (I2, S12, Z555)

Diese Einschätzungen entsprechen Sperlichs Befund, wonach es sich bei dem Berufsfeld Kameraperson um eine Profession mit einer langen Tradition im Ausschluss von Frauen handelt (Sperlich 2008: 21). Kameraperson gelte im Vergleich zu Schnitt als „technisch-männlicher“ Beruf mit größerer Verantwortung und Eigenständigkeit (vgl. Rustenmeyer/Wermke 1994), Berufsprestige und Einkommen seien höher (Klaus 2005: 170). Zwischen den Berufsfeldern Kameraperson und Cutter_in kann demnach von einer horizontalen Geschlechtersegregation ausgegangen werden. Frauen sind im Vergleich zu Männern vermehrt in dem weniger prestigeträchtigen Berufsfeld Schnitt zu finden, das allgemein auch geringer entlohnt wird. Noch interessanter gestaltet sich allerdings die geschlechterspezifische Aufteilung auf die Berufe Kameraperson und Videojournalist_in, ist die Tätigkeit an der Kamera doch Teil beider Berufsfelder. Trotzdem wird unter den Videojournalist_innen ein höherer, und unter den Kameraleuten ein geringer Frauenanteil beobachtet. Angenommen werden kann hier ein „Geschlechtswechsel der Arbeit“, der sich aufgrund von technischen oder organisatorischen Veränderungen in einem Beruf vollziehen kann (Teubner 2005: 433). Das durch die Digitalisierung verkleinerte und leichtere Kameraequipment ist eine technische Veränderung, die Frauen den Zugang zur Arbeit an der Kamera erst ermöglicht, meinen die Interviewpartner_innen. Professionelle Schulterkameras der Kamerapersonen hätten von Frauen kaum getragen oder gehoben werden können, so der Tenor der Befragten.

„Ich könnte die Kamera nicht tragen. Und ich glaube, dass es rein physisch schon viel zu schwer ist, nicht für jede Frau, aber für viele Frauen, so eine Kamera den ganzen Tag rumzuschleppen und zu schultern. (I1, S9, 421)

„Ich kenn eine Frau, die für den ORF filmt. Die ist aber auch richtig stämmig. Die hat so einen Hals. Nein, aber sonst sieht man das eigentlich nicht.“ (I2, S12, Z557)

„Also die würden das nicht machen, würde es nur die großen, schweren Schulterkameras geben, dann würden sie das nicht machen. (...) das ist jetzt auch ein Weg, wo Frauen in dieser Branche Fuß fassen können, was vorher nicht leicht möglich war, weil halt eine 12-Kilo-Kamera auf der Schulter für eine Frau nicht unbedingt das Non-plus-ultra war oder ist.“ (I3, S19, Z943)

„Das ist halt schon so eine eingessene Partie.“

Aber nicht nur das Gewicht der Kamera wird als Erklärungsvorschlag für den geringen Frauenanteil unter Kamerapersonen herangezogen. Warum Frauen lange keinen Zugang zum Berufsfeld der Kameraperson fanden, erklärt eine befragte Videojournalistin auch über Bünde von älteren Kameramännern, die es Frauen möglicherweise schwer machen würden in den Beruf einzusteigen.

„Und natürlich die Kameramänner, auch klar, das sind ja viele, grad wenn du beim ORF schaust, die sind ja alle schon viel älter. Ich glaub, das ist halt schon so eine eingessene Partie - quasi. Erstens kommst da eh nicht mehr rein und als Frau vielleicht noch viel schwieriger.“ (I1, S9, Z424)

Inhaltlich zu dieser Erklärung passend skizziert die zweite Interviewpartnerin auf die Frage nach dem Unterschied im Umgang zwischen Videojournalist_innen und Kameraleuten und Redakteur_innen, ohne konkret auf die Frage des Geschlechts angesprochen zu werden, folgendes Bild:

„Wir sind alle sehr jung oder waren sehr jung und natürlich haben wir einen anderen Umgang miteinander gehabt, schon zum Start als jetzt 50-jährige Kameramänner und neue Redakteurinnen, die, weiß ich nicht, 25 sind oder so. (...) Also ich hab schon oft lachen müssen, wenn ein Kameramann vom ORF seine Kamera, quasi nachdem er fertig war und das Bild gemacht hat, einfach am Boden gestellt hat, weil tragen tut er's nicht mehr, da gibt's dann einen Assistenten dafür. Das gibt's im Videojournalismus und hat es bei uns nie gegeben. Wir haben uns immer gegenseitig geholfen.“ (I2, Z10, Z495)

In ihrer Vorstellung geht die Interviewpartnerin in diesem Beispiel von jungen, weiblichen und männlichen Videojournalist_innen aus, die einen solidarischen, gleichberechtigten Umgang pflegen. Gleichzeitig skizziert sie ein Bild von älteren Kameramännern mit männlichen Tonassistenten und weiblichen Redakteurinnen, wobei der Assistent direkt der Anweisung des Kameramanns untersteht und an seine Handlung gebunden ist. Dass es für Frauen so schwierig ist, in die Männerdomäne Kameraperson einzubrechen, liegt unter anderem daran, dass Tonassistent_innen oft viele Jahre Lehrzeit bei Kamerapersonen absolvieren - ein Job der von Kameramännern vornehmlich an junge Männer vergeben wird (Schulz 2002: 114). Laut einer Interviewpartnerin könnte die Ausbildung zum/zur Videojournalist_in im Kursbetrieb mit ein Grund dafür sein, dass es jeweils mehr Videojournalistinnen als Kamerafrauen gibt. Es läge die Vermutung nahe, dass in den Ausbildungskursen bereits bewusst auf den Anteil von Frauen und Männern geachtet worden sei:

„Ich glaub, bei unserer Ausbildung wurde ja auch so ausgesucht. Ich kann mir vorstellen, dass er nicht drei Männer nimmt, wenn ich eh zwei Frauen hätte, die auch super sind.“ (11, S9, Z413)

Diese Vermutung würde die Hypothese aus Kapitel 4.3 unterstreichen, wonach neue Ausbildungswege in einem Kurs- oder Schulbetrieb Frauen Zugang zur Arbeitstätigkeit an der Kamera verschaffen können.

„In allem was ich tue bin ich Gestalter (...) und Frauen gestalten sehr viel.“

Als weiteres Argument für den von den Befragten beobachteten höheren Frauenanteil unter Videojournalist_innen im Vergleich zu Kameraleuten wird die Zusammenführung von journalistischen, gestalterischen und technischen Tätigkeiten angeführt.

„Videojournalistinnen gibt's eigentlich schon sehr viele, also weil der Beruf halt nicht nur technischen ist, sondern da halt alles zusammenfließt.“ (12, S12, Z559) „Es geht eigentlich darum, dass man redaktionell, journalistisch einen Beitrag aufbereitet und den dann einfach auch umsetzen kann, aber ich konzentrier mich jetzt nicht nur auf einen Schnitt oder nur auf Kamera wo ich jetzt nur technischen bin, sondern ich bin ja Gestalter, in allem was ich tue bin ich Gestalter, vielleicht kann man das so runter brechen. Und Frauen gestalten sehr viel, also von da her. (12, S12, Z582)

„Frauen sind ja auch sehr kreativ, können genauso gut filmen, können genauso gut Imagefilme machen, kreative Sachen machen, oft noch besser als Männer und das ist jetzt auch ein Weg, wo Frauen in dieser Branche Fuß fassen können, was vorher nicht leicht möglich war.“ (13, S19, Z945)

Neben den beschriebenen technischen Veränderungen kann die Zusammenfassung der ehemals arbeitsteilig durchgeführten Tätigkeiten als organisatorische Veränderung betrachtet werden, die mit Ursache für den „Geschlechtswechsel“ des Berufsfeldes sein kann. Desweiteren sollen hier die von den Interviewpartner_innen postulierten gestalterischen und kreativen Fähigkeiten von Frauen als Videojournalist_innen Erwähnung finden. Bereits in Kapitel 4.3 wurde angenommen, dass sich durch einen vollzogenen „Geschlechtswechsel“ in einem Arbeitsfeld auch die Attribute ändern, die einem Beruf zugeschrieben werden. Statt der männlich konnotierten Eigenschaft „Technikkompetenz“, steht für die Interviewten die als weiblich geltende Eigenschaft der „Kreativität“ und „gestalterischen Fähigkeit“ im Vordergrund, wenn es um die Frage geht, ob jemand dazu befähigt ist, den Beruf des/der Videojournalist_in auszuführen. Das deutet darauf hin, dass

Videojournalist_innen in Zusammenhang mit einem erhöhten Frauenanteil unter ihnen andere Attribute als Kamerapersonen zugeschrieben werden.

„Deshalb glaub ich auch, dass Videojournalismus ein Frauenjob wird.“

In Zusammenhang mit dem erhöhten Frauenanteil sprechen die zwei männlichen Interviewpartner von einer Entwertung der videojournalistischen Tätigkeiten durch die oft fehlende Kompetenz ihrer weiblichen Kolleginnen. Ein Interviewter erzählt von Redakteurinnen, die in den Bezirksstellen für das Onlineportal einer Tageszeitung als Videojournalistinnen eingesetzt werden ohne die, seiner Meinung nach dafür notwendigen Kompetenzen zu besitzen.

„Denen haben sie halt irgendwann einmal einen Fotoapparat oder eine Kamera in die Hand gedrückt und die müssen halt jetzt fotografieren oder teilweise auch mit den Fotoapparaten filmen, einfach, dass sie nur ein paar Filmaufnahmen haben - irgendwas. Die haben keine Ahnung von irgendwas, es schaut unmöglich aus, aber sie tun es halt auch. Oder manche versuchen es halt dann auch wirklich zu lernen, aber das ist eher die Minderheit.“ (I3, S20, Z976)

Weiters äußert der Interviewpartner Kritik an der Ausbildungssituation in den Bundesländern. Frauen wären seiner Erfahrung nach weniger bereit einen Ausbildungskurs in Wien zu besuchen. Sie würden so über Jahre ein Wissensdefizit mitschleppen.

„Wobei es natürlich schon in der Provinz, in den Bundesländern, an der Ausbildung fehlt. Also die Wenigsten sind bereit zu sagen: „Ich geh nach Wien, investier was, mach eine gute Schule, lern das von der Pike weg, wie das wirklich funktioniert.“ Sondern es ist mehr so learning by doing und das hängt ihnen Jahre noch nach. Wo ich mich heute oft frag, die sind seit vier Jahren VJ und ich denk mir, nach vier Jahren solltest halt das eine oder andere schon mal gelernt haben oder verändert haben.“ (I3, S20, Z952)

Die zwei interviewten Frauen führen diese Kritik nicht an. Ein Status- und Ansehensverlust eines Berufs durch fehlende Technikkompetenz von Frauen kann theoretisch nicht begründet werden. Zu vermuten ist vielmehr, dass dieser in Zusammenhang steht mit einer mit dem „Geschlechtswechsel“ eines Berufsfeldes einhergehenden niedrigeren Entlohnung und einer Prekarisierung der Beschäftigungsverhältnisse. Eine Vermutung, die auch oben zitierter Interviewpartner äußert. Er prognostiziert, dass es sich im Videojournalismus ähnlich wie im Journalismus allgemein verhalten werde. Mehr weibliche Arbeitskräfte würden seiner Meinung nach einhergehen mit einer allgemein niedrigeren Entlohnung.

„Insgesamt merkt man, dass Journalismus ein Frauenberuf wird, mein ich. Und das mein ich nicht, weil Frauen die besseren Journalistinnen sind, sondern weil Journalismus immer schlechter bezahlt wird und Frauen tendenziell immer in schlechter bezahlte Jobs vordringen, mein ich. Das ist die, fürchte ich, böse Realität. Deshalb glaub ich auch, dass Videojournalismus ein Frauenjob wird, weil ich fürchte, dass er der schlecht bezahlte neue Fernsehjournalistenjob wird.“ (I4, S15, Z704)

Diese Einschätzung stützen die theoretischen Überlegungen, wonach Frauen tendenziell in schlechter bezahlten Berufen zu finden sind. Eine geringere Entlohnung von Videojournalist_innen, speziell im Vergleich zu Kamerapersonen, würde demnach mit dem durch technische und organisatorische Veränderungen ausgelösten Einbruch von Frauen in das männerdominierte Tätigkeitsfeld an der Kamera in Zusammenhang stehen.

5.4.6 Videojournalismus als Belastungsprobe – Grenzen von Beschleunigung und Multi-Tasking

Die Videojournalist_innen sprechen in den Interviews mehrmals die Belastung an, der sie aufgrund ihrer Arbeitstätigkeit ausgesetzt sind. Die Schwierigkeit des Multitaskings wird konkret benannt und von allen vier Interviewpartner_innen ausführlich beschrieben.

„Es ist halt schon extrem viel Arbeit, sehr viel Verantwortung und es ist einfach schwieriger alleine zu arbeiten, als zu zweit, weil du dich ja einerseits auf die Kamera konzentrieren musst, auf deine Fragen konzentrieren musst, auf den Ton konzentrieren musst. Das ist natürlich irrsinnig schwierig - eigentlich.“ (II, S2, Z81)

„Also die Belastung ist um einiges höher, weil von dem Augenblick, wo du wegfährst bis zum Nachhausekommen, deine Sinne so wachsam sein müssen (...). Ich unterhalte mich oft irgendwo mit jemandem, muss aber das Ohr daneben haben, dass ich mithöre, was die reden, weil dort eine Information ist, die ich brauche. Und jetzt sollst aber trotzdem noch mit dem reden, das ist oft schon ziemlich stressig. (...) Manchmal da fährt das schon schön rein.“ (I3, S13, Z614)“

„Ich hab den Videojournalismus in einer sehr extremen Art und Weise quasi erlebt, weil ich Dokus gedreht hab und Dokus hat bedeutet, dass man zum Teil elf Stunden die Kamera in der Hand hatte und mir hat das total getaugt. Ich liebe das Bild und ich hab irrsinnig gern gefilmt. Aber mit diesen kleinen Kameras hat es mir mit der Zeit einfach im Endeffekt körperlich auch zugesetzt. (...) Ich hab halt nicht an einem Tag ein Interview geführt, wo ich die Kamera aufs Stativ gestellt hab und ein Interview und Postproduktion am selben Tag gemacht hab für eine tagesaktuelle Geschichte, sondern ich war wirklich elf Stunden mit der Kamera draußen und bin mit der Kamera rum gelaufen vom Aufbau

eines Events bis über das Event selber bis zum Abbau. Ich hab immer Leute begleitet, das heißt, ich war immer in Bewegung (...). Sicher hast du dazwischen auch kurz Pausen, aber trotzdem bist du dann dazwischen am Organisieren gewesen. Was kommt danach? Was kommt danach? Das war schon viel.“ (I2, S2, Z72)

Wenn man natürlich alleine dreht, alleine schneidet, alleine recherchiert, alleine den Kran schleppt, alleine die Interviewpartner schminkt oder was auch immer man alles macht, kann man das natürlich alles tun, aber es ist Selbstaussbeutung, weil man arbeitet dann nicht acht Stunden, hat ab und zu eine Pause zwischendurch, sondern man arbeitet 16, 20 Stunden und hat keine Pause zwischendurch sondern wurlt und vibriert durch die Gegend. Das geht dann, wenn man als Künstler begeistert ist für ein Werk und als Künstler diesen Totaleinsatz macht für irgendetwas. Das geht aber nicht im Alltag. (I4, S2, Z74)

Die Interviewpartner_innen berichtet von langen Arbeitszeiten, in denen die Übernahme mehrerer Tätigkeiten kaum Pausen zulässt.

„Wenn es wirklich eine ganz eine stressige, tagesaktuelle Geschichte ist, ist der Videojournalist natürlich dann auch wieder arm dran, weil, wenn er schon - ich weiß nicht wieviele Stunden - auf Dreh war und dann noch im Schnitt sitzt und es hat Zeitdruck, dann ist das natürlich eine unheimliche Belastung.“ (I3, S8, Z389)

Diese Erfahrungen decken sich mit Blöbaums Befund aus biographischen Interviews mit Journalist_innen, wonach die crossmediale Arbeit für viele Journalist_innen eine Belastung darstellt, die für sie zu einem ernsthaften Problem führt (Blöbaum 2008: 50)

„Irgendwann hab ich gemerkt, es geht bergab.“

Auf die Frage, wie lange man den Beruf des/der Videojournalist_in ausführen könnte, führt eine interviewte Videojournalistin das Kriterium „Belastbarkeit“ konkret an.

„Es kommt darauf an wie belastbar man is. Also es ist schon extrem anstrengend. Wenn man gut „beinander“ ist, kann man es vielleicht bis zur Pension machen, wenn man das möchte. Wenn man vielleicht eher von der schwächeren Seite ist kann es sein, dass du nach einem Jahr schon nicht mehr kannst, weil du es körperlich nicht mehr schaffst, weil das einfach zu viel wird. Ich glaub, das ist sehr personenabhängig.“ (I1, S10, Z471)

Die zweite Interviewpartnerin berichtet von Burn Out-Erscheinungen, die ihr das Drehen mit der Kamera heute unmöglich machen.

„Ich nehme einfach definitiv die Kamera nicht mehr in die Hand. Ich hab aufgehört genau deswegen, weil mir das auch körperlich zuviel wurde und ich hab, ich bin wiedergekommen weil ich die Möglichkeit hatte hier zu arbeiten ohne die Kamera in die Hand zu nehmen.“ (I2, S1, Z39)

Auch ein zweiter Videojournalist spricht von einer Überforderung, die er erlebt hat. Das freie Arbeiten über Werkverträge und die Abhängigkeit von Aufträgen würden dazu führen, mehr Aufträge anzunehmen, als auszuhalten ist.

„Der VJ ist jetzt auch nicht übergut bezahlt, das heißt theoretisch müsste er ein gewisses Quantum arbeiten, dass er überleben kann und natürlich sagst du dann nicht: „Nein“. In der Regel sagst du nicht: „Nein, es geht heute nicht.“ Und das ist mir passiert (...), dass das eigentlich innerhalb von einem ganz kurzen Zeitraum eine so eine Vervielfältigung geworden ist, die ich zwar ein paar Jahre ganz gut machen habe können, aber irgendwann habe ich gemerkt es geht bergab, weil du das einfach nicht mehr körperlich und was auch immer; Du magst einfach nicht mehr, du magst nicht mehr. Und im Endeffekt musst aber, weil du musst überleben. (I3, S13, Z607)

Neben der Belastung, die die Ausführung mehrerer Tätigkeiten und die dadurch geforderte erhöhte Konzentration und der Wegfall von Pausen mit sich bringen, werden demnach auch die lange Arbeitszeit und das hohe Arbeitspensum, die aufgrund niedriger Bezahlung und einem freien Dienstverhältnis in Kauf genommen werden müssen, als enorm schwierig empfunden. Der frei arbeitende Interviewpartner berichtet außerdem von einem Gefühl der ständigen Verfügbarkeit, das als sehr belastend empfunden wurde.

„Ich stoße weniger beim Drehen an die Grenzen als dieses ständige Verfügbar sein, das ich fünf Jahre gelebt hab, im sechsten Jahr nicht mehr. Fünf Jahre lang war ich eigentlich ständig, rund um die Uhr verfügbar. Wenn was war, zusammengepackt und ich bin gefahren. Vor eineinhalb, zwei Jahren hab ich nicht einmal meine Kinder zusammengepackt um zwölf, eins – da kommt normalerweise nichts mehr - um mit der Familie irgendwo hin zu einem See oder raus zum Wandern zu fahren und hab dann nicht einmal da draußen in x⁷ wieder umgedreht, weil genau dort der Anruf gekommen ist. Oder manchmal war ich sogar schon 20 Kilometer weg und hab vorsichtshalber immer das Zeug im Auto mitgehabt und statt dem Ausflug sind wir halt woanders hingefahren. (...) Da kannst nichts tun, ja. Der Gedanke war immer in mir, es könnte jederzeit läuten und du musst einsatzbereit sein und das ist rund um die Uhr im Prinzip gewesen, weil ich auch alleine war. (I3, S22, Z1067)

Die Arbeit auf Abruf, die vor allem Videojournalist_innen mit freien Dienstverhältnissen trifft, stellt demnach ein zusätzliches Problem dar, über das auch der zweite Interviewpartner berichtet, der ehemals ein freies Dienstverhältnis hatte.

⁷ Ortsname anonymisiert

„Ich war ja damals freier Mitarbeiter. Ich konnte ja organisieren wie ich wollte, also musste ich mir auch jetzt keinen amtlichen Urlaubstag dafür nehmen, sondern hab nichts für den ORF gemacht in der Zeit und das war schon Ausbeutung.“ (I4, S2, Z88)

Warum Individuen derartige Belastungen hinnehmen und Überforderung zulassen, soll anhand von Rosas Überlegungen zur Wahrnehmungen von Akteur_innen in der Spätmoderne erklärt werden. Individuen hätten durch Prozesse der Beschleunigung ihrer Umwelt, hervorgebracht und verstärkt durch die technologische Triebfeder, das Gefühl sich ständig auf rutschenden Abhängen (slipping slopes) zu befinden. Würden sie sich den ständig wechselnden Handlungsbedingungen und der von dem System, in dem sie agieren, geforderten erhöhten Geschwindigkeit nicht ununterbrochen anpassen, würden sie ihre Anschlussvoraussetzungen und –optionen für die Zukunft verlieren. Das erzeuge Stress und Zeitdruck (Rosa 2005: 190). Freie Dienstverhältnisse, die Forderung, Tätigkeiten simultan auszuführen, auf Abruf einsetzbar zu sein und länger und mit weniger Leerzeiten arbeiten zu können, werden als durch Prozesse der gesellschaftlichen Beschleunigung veränderte Systembedingungen angesehen. Sie fordern ein Hinnehmen einer erhöhten Belastung der Individuen, wenn diese nicht in dem Arbeitssystem der Fernsehproduktion von anderen abgehängt werden wollen und damit Gefahr laufen exkludiert zu werden.

„Darum hab ich auch im letzten Jahr extrem zurückgeschaltet“

Die Interviewpartner_innen erzählen von sehr unterschiedlichen Strategien, der empfundenen Belastung entgegen zu wirken. Während eine Interviewpartnerin nicht mehr selbst dreht, sondern vor allem am Computer Postproduktion betreibt und eine koordinierende leitende Position innehat, berichtet ein zweiter Interviewpartner davon, die Anforderungen die er selbst an sich und seine Tätigkeit gestellt hat, geändert zu haben.

„Also mittlerweile hab ich nicht mehr ganz den Ehrgeiz, dass meine videojournalistische Tätigkeit normales Fernsehen kopieren muss, weil ich weiß, das geht auf Kosten meiner Gesundheit.“ (I4, S5, Z37) „Früher bin ich schon als Videojournalist mit Kamerarucksack, mit Stativ und Licht durch die Gegend gelaufen. Das hab ich mir ein bisschenl abgewöhnt, weil es einfach schwer ist, weil man selbst dann sehr unflexibel wird als Videojournalist. Also wenn ich mit dem Auto unterwegs bin ja, wenn ich ohne Auto unterwegs bin, nein.“ (I4, S6, Z88)

Ein anderer freischaffender Interviewpartner hat versucht, sein Arbeitspensum insgesamt zu reduzieren.

„Darum hab ich auch im letzten Jahr extrem zurück geschalten, hab sicher nicht mehr so viele Beiträge, wobei es eh immer noch genug ist, (...) weil ich einfach gesehen hab, wenn ich da jetzt weiter mach, das geht nicht. Das funktioniert nicht.“ (I3, S13, Z629)

Die Zusammenarbeit mit einer zweiten Videojournalistin hat hier Erleichterung gebracht. Der zuvor als Ein-Personen-Unternehmen fungierende Videojournalist empfindet durch das Anstellen einer Mitarbeiterin Arbeitsentlastung, gleichzeitig häufen sich Ängste, seinen Lebensunterhalt nicht mehr bestreiten zu können.

„Ich hab dann zum Glück auch die x angestellt, speziell im Vorjahr und auch heuer, wo ich dann schon entlastet war, aber natürlich hab ich sie auch zahlen müssen. Mir fehlt ja dann auf der anderen Seite auch das Einkommen, weil ich diese Aufträge früher alleine gemacht hätte. (...)Schlussendlich ist das dann schon eine schwierige Gradwanderung wie du damit umgehst. Was ist für dich noch genug Verdienst, dass du überleben kannst (...)?“ (I3, S13, Z632)

Dafür sei es jetzt möglich, einen Auftrag an die Kollegin weiterzugeben, sich in den zeitlich aufeinanderfolgenden Tätigkeiten für einen Bericht abzuwechseln oder auch zu zweit zu einem Dreh zu fahren und sich die zeitlich parallel ablaufenden Arbeitsschritte aufzuteilen. Gleichzeitig habe der Interviewpartner einen weiteren Stamm an Kollegen, die selbst freischaffend arbeiten und an die Aufträge oder Arbeitsschritte weitergegeben werden können.

„Wenn sie keine Zeit hat, hab ich zusätzlich noch einen Pool, wo ich sag O.K., da krieg ich noch einen zweiten Redakteur. Ich hab dann noch Kameraleute, die eventuell einspringen könnten und so ist eigentlich ein größerer Pool zwischen ein paar Leuten zusammen gekommen, die da zur Verfügung stehen. (I3, S2, Z63)

So konnte nach der Erzählung des Interviewpartners ein Zustand völliger Erschöpfung verhindert werden. Der im öffentlich-rechtlichen Rundfunk beschäftigte Interviewpartner berichtet außerdem von der Strategie für bessere Bezahlung von Videojournalist_innen zu einzutreten, denn vor allem durch höhere Entlohnung könne seiner Meinung nach ein überhöhtes Arbeitspensum und damit Überforderung verhindert werden. Diese bessere Bezahlung könne aber nur über die Sicherstellung von Qualität videojournalistischer Arbeit erreicht werden.

„Ich schau nämlich, dass man es schafft indem man eine gute Qualität anbietet, indem die Leute wirklich etwas können, damit sie dadurch auch sagen können: „Achtung! Wir machen eine absolut gute Arbeit, aber eben eine Mehrarbeit und diese Mehrarbeit muss

abgegolten werden.“ Sonst gibt es keinen Grund, warum ein Kollege für einen Konzern, für eine Firma mehr Arbeit tun soll.“ (I4, S22, Z1092)

5.4.7 Qualität hat ihren Preis? – Einblick in eine journalistische Debatte

In Kapitel 3 wird beschrieben, welchen Kosten- und Flexibilitätsvorteil Fernsehsender aus dem Einsatz von Videojournalist_innen ziehen. Gleichzeitig wurde das Spannungsfeld zwischen ökonomischer und journalistischer Rationalität in einem Medienbetrieb skizziert, das sich durch freie Dienstverhältnisse in Richtung Individuum verschiebt. Die zentrale Frage für Fernsehsender und freischaffende Fernsehproduzent_innen lautet, welche Qualität zu welchen Kosten gewährleistet werden kann. Auf die Bitte, einen Vergleich zwischen Videojournalist_innen und Produktionsteams in Hinblick auf die Qualität ihrer Fernsehprodukte anzustellen, wird von den Interviewpartner_innen eingeräumt, dass es teilweise Qualitätsunterschiede in Bezug auf Bild, Ton, Schnitt oder den journalistischen Gehalt des Fernsehbeitrags gibt.

„Also ich glaub, dass man als, als Videojournalist nicht alles können, also perfekt können kann, sag ich jetzt mal.“ (I1, S6, 262)

Aber die Qualitätsdiskussion erübrige sich, meint eine Interviewpartner_in, weil die Qualitätsanforderungen in der Fernsehproduktion von Videojournalist_innen gut erfüllt werden können, da sie sich von jenen in der Filmproduktion unterscheiden.

„Es ist nicht die Anforderung, dass ich (...) ein Konzert mitschneiden kann, als Tontechniker, sondern die Anforderung ist, dass ich in allen Bereichen so gut bin, dass man es „On Air“ bringen kann und „On Air“, das ist immer eine Diskussion von oben nach unten. Aber es gibt auch fürs Fernsehen klare Richtlinien, und die kann man als Videojournalist sehr gut erfüllen und dass das kein Spielfilm ist, und dass das nicht im Kino gezeigt wird, ist eine andere Sache. Aber das ist auch nicht die Anforderung eines Videojournalisten. Für mich ist die Anforderung eines Videojournalisten, dass er ganz, ganz schnell und in Eigenregie einfach produzieren kann, auf einem Level das fürs Fernsehen sehr gut ist.“ (I1, S6, Z298)

Ein anderer Interviewpartner spricht davon, dass der Videojournalismus nicht in erster Linie über die technische Qualität beurteilt werden sollte.

„Ich hab Videojournalismus kennen gelernt über das Tun, über die Lust an neuen Formaten, etwas Neues zu machen und gegen das etablierte Technikverständnis hier im Haus, nämlich wir müssen alles auf höchster Qualitätsebene produzieren, das heißt auch höchster Preis.“ (I4, S3, Z37)

Demnach liefere der Videojournalismus einen Kreativvorteil, der Qualitätseinbußen weniger wichtig mache. Dazu käme, dass durch den Videojournalismus Berichterstattung ermöglicht würde, die Fernsehproduktionsteams mit größerem Equipment nicht liefern könnten, gerade im Bereich der Auslandsberichterstattung.

„Ich bin als Videojournalist sehr viel im Ausland unterwegs - also Äthiopien, Indien, Nepal. In Südafrika, hab ich jetzt gedreht. Die Geschichten hab ich alle als Videojournalist gedreht, weil man viel unauffälliger ist. Man muss sich nicht als Journalist akkreditieren.“ (I4, S6, Z92) „Gerade in Äthiopien, wo dann in der Hauptstadt Addis Abeba sehr viel Geheimpolizei unterwegs ist, die dir sofort die Kamera abnimmt, wenn du nicht akkreditierter Journalist bist, unangenehme Fragen stellt, war ich sehr viel mit dem Fotoapparat unterwegs, weil man da mehr Tourist ist und das besser rechtfertigen kann, als mit einer großen Kamera.“ (I4, S7, Z2)

„Gewisse Sachen zum Beispiel würden gar nicht ins Fernsehen gekommen sein, würde es den VJ nicht geben, weil der alleine raus fährt, dort draußen ist und oft auch nicht auffällt. Du kannst ja in vielen Ländern, grad im Ausland (...) oft gar nicht einreisen. Da hast du ja nur mehr Probleme, wenn du da nicht alles, die Zollpapiere und ich weiß nicht was alles, hast. So reist du mit einer kleinen Kamera ein. Die wird überhaupt nicht wahrgenommen. Du kannst dadurch einfach ganz anders agieren und etwas vermitteln. Die ganzen Geschichten, grad der Umbruch in Afrika, da waren genug VJs unterwegs (...). Da sind so viele Dinge eigentlich, die vielleicht aufgezeigt gehören (...) und das kann ein VJ sehr gut umsetzen, besser als wenn ein Team käme.“ (I3, S18, Z878)

Aber auch im Inland hätten Videojournalist_innen teilweise einen besseren Zugang zu ihren Interviewpartner_innen, was die Berichterstattung qualitativ hebe.

„Man ist nicht so aufdringlich. Zwei, drei Leute sind dann schon oft sehr aufdringlich. Das ist für manche dann schon ein bisschen ein Abstand oder Schrecken und das merkt man sehr oft. Auch bei Missbrauchsopfern hab ich das sehr stark gemerkt, wo man alleine eigentlich ganz einen anderen Zugang findet - glaub ich - als wenn dann auf einmal zwei, drei Leute herumschurdl'n um den. Und dort hat ein Videojournalist dann schon - glaub ich - große Vorteile oft.“ (I3, S7, Z314)

Die persönlichen Erfahrungsberichte und daraus resultierenden Einschätzungen über Vorteile des Videojournalismus decken sich in weiten Teilen mit jenen von Autor_innen, die sich spezifisch mit der Frage der Qualität videojournalistischer Arbeit beschäftigt haben. Das von Eschenhagen angesprochene höhere Kreativitätspotential, der intimere Zugang und die breitere Themenpalette wurden in Kapitel 4.4 diskutiert (vgl. Eschenhagen 2006: 60ff).

„Bei der Recherche kann ich am ehesten einsparen.“

Gleichzeitig werden von den Interviewten Bereiche genannt, in denen Videojournalist_innen aufgrund von Schnelligkeits- oder Gleichzeitigkeitsanforderungen an ihre Grenzen stoßen. Durch den Druck mehrere Handlungen parallel auszuführen zu müssen, käme es zu Überforderungszuständen.

“Es passiert schon, dass, wenn fünf oder sechs Leute zum interviewen sind, dass zwei nicht mehr zur Verfügung stehen, weil die weg sind (...). Und das strengt einen sehr oft schon ein bisschen an. Das ist dann etwas, wo man sagt, da stößt der Videojournalist an Grenzen.“ (I3, S8, Z351) „Manchmal passiert es auch, dass man nicht zu Bildern kommt, weil ich eigentlich noch mit jemandem reden muss, aber im gleichen Moment sollt ich eigentlich auch schon filmen, weil irgendetwas nebenbei passiert. Da kann der Kameramann schon Szenen drehen und der Redakteur oder Redakteurin unterhält sich noch mit jemandem.“ (I3, S8, Z364)

“Manche Geschichten, wo ich nicht genügend Zeit hab, sie vorher zu recherchieren, sie ausrecherchiert zu haben, kann ich als Videojournalist fast nicht machen, weil mir dann einfach die journalistische Kompetenz und die Zeit fehlt. Ich kann nicht die Kamera aufbauen, Auto parken, Batterien wechseln, den Ton einstellen, mein Licht setzen und ein Hintergrundgespräch führen und dann auch noch super konzentriert beim Interview sein, während der so herumwackelt und ich dauernd auf mein Bild schauen muss, dass er ja nicht raus geht und ich mir nicht sicher bin, bin ich jetzt doch scharf oder unscharf auf dieser depperten kleinen Videokamera, wo man keine Schärfe auf dem Monitor sehen kann - noch dazu, wenn man in HD dreht. Da kommt man schon als Videojournalist sehr schnell an die Grenzen (...).“ (I4, S12, Z586)

Beide Interviewpartner sprechen konkret von „Grenzen“, an die sie stoßen. Deutlich wird die von Neverla (2010) angesprochene „Zeitnot“ im Alltag, hervorgerufen durch Beschleunigung (vgl. Neverla 2010: 137). Die Zeitknappheit wird von einem der interviewten Videojournalist_innen in direkten Zusammenhang mit Entlohnung gebracht. Niedriger Lohn fördere Zeitnot, weil Videojournalist_innen mehr Arbeit in weniger Zeit leisten müssten, um angemessen entlohnt zu werden. Dadurch käme es zu einer Überforderung des Individuums, die zu einer Minderung der journalistischen Qualität führe. Die Rationalisierung journalistischer Tätigkeiten bliebe im Produktionsprozess am ehesten unbemerkt.

„Wenn ich Videojournalisten zu absoluten Simacek-Putzfrau-Gehältern anstelle, diese Menschen dann 14 Stunden an einem Tag ausbeute, was leidet dann zuerst darunter? Was man im Beitrag am wenigsten sieht, ist die journalistische Recherche. Ob ich zwei

Tage, vier Tage, sechs oder acht Tage recherchiert hab, sehe ich nicht im Beitrag. Das merke ich nur an meiner Geschichte, die ich erzähle. Die Bilder sind gleich, weil ich einen Tag drehen gehe und wenn ich scharf stell, wenn ich es schön beleuchte und wenn ich ein schönes Bild einfange, hab ich ein schönes Bild - egal wie lange ich recherchiert hab. Das heißt bei der Recherche kann ich am ehesten einsparen. (...) Also das Erste, was sozusagen flöten geht, ist einmal der Journalismus (...).“ (I4, S17, Z837)

Der/die Videojournalist_in könne demnach auf die journalistische Tätigkeit im Vergleich zur technischen Tätigkeit eher verzichten und trotzdem ein videojournalistisches Produkt liefern. Auch ein anderer Interviewpartner betont, dass es die technische Kompetenz sei, welche die Basis für die videojournalistische Arbeit darstellt.

„Das Wichtigste ist einmal, du musst mit der Kamera umgehen können, weil erzählen tun dir die Leute gleich einmal was. Da musst du nur das Mikro halten. Und soviel kann jeder, dass er fragt, was, warum und wie? Also wenn einer die Kamera nicht beherrscht, dann ist er als Videojournalist absolut aufgeschmissen, weil du dort keine Chance hast. Das Bild gibt es nur einmal und wenn du es nicht hast, dann hast du es nicht. Das muss aus dem FF sitzen.“ (I3, S9, Z423)

Deutlich wird hier, dass der journalistischen Kompetenz weniger Bedeutung beigemessen wird.

„Selbst wenn er zu einem Politiker geht, braucht er nur die W-Fragen fragen und er hat eigentlich alles, was er braucht. Da braucht er überhaupt nichts können. Da braucht er nicht einmal zu wissen, um was es geht. Er braucht nur was, warum, wie und fertig. Er hat die Antworten. (I3, S9, Z433)“

Die journalistischen Fertigkeiten werden hier einerseits als nicht grundlegend wichtig empfunden und andererseits als ohnehin vorhanden dargestellt. Anzumerken ist hier jedoch, dass der Interviewpartner seine Aussage in weiterer Folge etwas relativiert, indem er anmerkt, dass es wichtig sei, ein gutes Interview zu führen, was nur mit Faktenwissen und Wissen über journalistische Fertigkeiten wie Fragetechniken möglich sei.

Die Idee, dass es durch die Subsumtion ehemals arbeitsteilig organisierter Arbeitsschritte zu einer Rationalisierung der journalistischen Tätigkeiten käme, ist unter den Interviewpartner_innen umstritten. Eine Videojournalistin meint, dass aus ihrer Erfahrung heraus durch die Übernahme mehrerer Tätigkeiten im Produktionsablauf Zeit eingespart werden würde. Der/die Videojournalist_in würde journalistisch mehr in das Produkt eingreifen als der/die Redakteur_in.

„Ich kenn die Kritik nicht und ich würde sie sogar umdrehen, weil mehr journalistisch eingreifen in den Inhalt kann ich nicht, als wenn ich auch selber gestalte. Das ist dann

halt nicht der Cutter, der irgendwas verbockt hat, sondern das bin dann halt ich selber. Wenn ich einen inhaltlichen Fehler mache, dann ist das eine schlechte journalistische Arbeit, aber nicht aufgrund dessen - es ist ja dann mein Fehler - weil ich noch schneide oder drehe. Im Gegenteil, so lange ich gedreht hab, war es ja viel einfacher in den Schnitt zu gehen, weil ich genau gewusst hab, welche Bilder ich in der Kamera hab. Ich hab genau gewusst: „Das hab ich gedreht, das hab ich gedreht. Dieses Bild hab ich und dieses Bild hab ich.“ Als Redakteur, der daneben steht, sehe ich ja nicht jedes einzelne Bild, das der Kameramann macht. Da muss ich vorher alles Sichten, nennt sich das, alles anschauen: „Was hat der da überhaupt gedreht?“ Als Videojournalist hab ich dieses Sichten ja komplett weg, weil ich einfach genau weiß, was ich hab.“ (I2, S7, 309)

Die Einschätzungen der Interviewpartner_innen in Bezug auf die journalistische Qualität videojournalistischer Arbeit widersprechen sich nur auf den ersten Blick. Es kann nicht angenommen werden, dass die Übernahme mehrerer Tätigkeiten per se zu einem Abfall journalistischer Kompetenz führt. Dass mehrere Arbeitsschritte in der Fernsehproduktion von einer Person übernommen werden, kann, wie von Interviewpartnerin 2 angemerkt, von Vorteil sein, weil die Kommunikation zwischen mehreren Arbeitskräften, die gemeinsam an einem Produkt arbeiten, Zeit in Anspruch nimmt und der kommunikative Prozess Informationsverlust verursacht. Die Vorteile, welche die Ausführung der Tätigkeiten aus einer Hand prinzipiell mit sich bringen, können durch Beschleunigungsprozesse gänzlich aufgehoben werden, weil diese zu einer Überforderung des/der Videojournalist_in führen, wie Interviewpartner 3 und 4 berichten. Zur Erklärung sollen an dieser Stelle noch einmal Hartmut Rosas Ideen zur „Beschleunigung“ herangezogen werden. Laut Rosa kommt es durch technologische Neuerung, die eine beschleunigte Handlung ermöglicht, zu einer überproportionalen Erhöhung der Aufgabenmenge. Verdoppelt sich beispielsweise durch technische Innovation Fortbewegungsgeschwindigkeit, käme es gleichzeitig zu einer Verdreifachung der Wegstrecke, die zurückgelegt werden muss. Technologische Beschleunigung führe demnach nicht zu mehr Pausen oder Leerzeiten (Rosa 2005: 122). Werden diese Gedanken auf den Einsatz von Videojournalist_innen in der Fernsehproduktion umgelegt, würde das bedeuten, dass die durch den Wegfall der Kommunikation zwischen mehreren Arbeitskräften und der Organisation ihrer Tätigkeiten eingesparte Zeit durch das Verlangen nach einer immer größeren Produktionsmenge keine Zeitersparnis für den/die Videojournalist_in bringt. Stattdessen führen die größer werdenden

Geschwindigkeits- und Mengenanforderungen zu einer Überforderung der Fernsehproduzent_innen. Das Weglassen einzelner Tätigkeiten, wie beispielsweise einzelner Rechenschritte, ist als Gegenstrategie der überforderten Individuen zu betrachten. Einblick in Beispielkriterien von Videojournalist_innen, nach denen Tätigkeiten als wichtiger oder weniger wichtig eingestuft werden und damit eher oder weniger wahrscheinlich weggelassen werden, geben Interviewpartner 3 und 4 weiter oben in diesem Kapitel.

6. Zusammenfassung

In der Gegenwart kommt es in einer sich verändernden Gesellschaft zu einem tiefgreifenden Wandel von Arbeit und Medien. In der Fernsehproduktion manifestiert sich eine Veränderungen dieser beiden, für die Beschreibung sozialen Wandels so wichtigen Faktoren deutlich. Flexibilisierungs- und Beschleunigungsdruck zwingen Individuen zu flexibler Arbeitsaktivität, erhöhter Handlungsgeschwindigkeit und „Multitasking“. Die Digitalisierung und die mit ihr einhergehende Miniaturisierung und Verbilligung von Fernsehquipment machen es möglich, dass ehemals arbeitsteilig organisierte Arbeitsschritte rationalisiert und in einer Person subsumiert werden. Am Arbeitsmarkt Fernsehen, der in Österreich seit zehn Jahren durch eine Aufhebung des öffentlich-rechtlichen Monopols und der Institutionalisierung privater TV-Anstalten großen Veränderungen unterliegt, entwickelt sich mit dem Videojournalismus ein völlig neues Berufsfeld. Durch den/die Videojournalist_in entsteht eine neue Arbeitskraft, die alle jene Tätigkeiten in sich vereint durchführen kann, welche vormalig auf vier Personen (den/die Redakteur_in, die Kameraperson, den/die Tonassistent_in und den/die Cutter_in) in einem klassischen Fernsehteam, aufgeteilt waren. Der/Die Videojournalist_in wird zum Prototyp eines neuen multifunktionalen, flexiblen Arbeitscharakters im journalistischen Arbeitsfeld.

Der zunehmende Einsatz von Videojournalist_innen ist im Kontext einer Ökonomisierung der Fernsehproduktion zu erklären, in der er gleichzeitig als Resultat und Motor einer verschärften Konkurrenzsituation am Arbeitsmarkt Fernsehen zu sehen ist. Alte Berufsfelder können technisch und organisatorisch rationalisiert werden. Sie drohen zu verschwinden.

In Fernsehanstalten wird unterdessen die zunehmende Unsicherheit über künftige Marktentwicklungen über prekäre und unsichere Beschäftigungsverhältnisse an die Arbeitnehmer_innen weitergegeben. Um den Fernsehsender zeitlich, räumlich und numerisch flexibel agieren zu lassen, werden die Produktionen zu einem guten Teil an Klein- und Kleinstunternehmen ausgelagert. Unternehmen können durch den Einsatz von Videojournalist_innen teilweise auf das „Outsourcing“ von Arbeitseinheiten verzichten. Eine videojournalistische Kernbelegschaft kann gehalten werden, weil diese im Fernsehbetrieb je nach Bedarf funktional flexibel, also für verschiedenste unterschiedliche Tätigkeiten einsetzbar ist.

Videojournalist_innen werden zum „Arbeitskräfte-Kit“ in der Medienbranche, weil sie als Substitute für mehrere Berufe fungieren können, unterschiedliche Medien bedienen können und für eine inhaltlich breite Palette herangezogen werden können.

Die durch Digitalisierung ermöglichte billigere Produktionsweise erleichtert den Markteinstieg für junge Arbeitskräfte. In Zusammenhang mit Deregulierungstendenzen kommt es zu einem erhöhten Lohn- und Preisdruck. Es muss schneller, flexibler und vor allem kostengünstiger produziert werden. Diese Tendenzen, die sich in Form einer angespannten Arbeitsmarktsituation in der gesamten Medienbranche bemerkbar machen, treffen Fernsehproduzent_innen in erhöhtem Ausmaß. In den Fernsehsendern als soziale Organisationssysteme kommt es zu einer Verfestigung der Zielkonflikte zwischen auf der einen Seite ökonomischer/ technischer Rationalität und auf der anderen Seite journalistischer/ künstlerischer Rationalität. Während aus ökonomischer und technischer Sicht der Einsatz von Videojournalist_innen in einem privatwirtschaftlich orientierten Unternehmen als sinnvoll erscheint, ergibt sich aus einer journalistischen Perspektive zwangsläufig Kritik, weil bei gleich bleibenden Rahmenbedingungen und Beschleunigungsanforderungen die Gefahr besteht, dass journalistische Tätigkeiten aufgrund von Zeitmangel und Arbeitsbelastung nicht mehr oder nur in geringerem Ausmaß durchgeführt werden können. In der Debatte um die Einführung des Videojournalismus-System in einem Fernsehsender zeichnen sich Konfliktlinien zwischen gewinnorientierter Geschäftsführung und technischem bzw. journalistischem Personal ab. Dieser interpersonelle Konflikt wandelt sich durch Outsourcing-Maßnahmen in einen intrapersonellen Konflikt, weil der/die freischaffende Fernsehproduzent_in gleichzeitig ökonomische und journalistische Ziele verfolgt.

Darüber hinaus, kann es in einem Fernsehsender durch den Einsatz von Videojournalist_innen, deren Koordinierung einen geringeren Organisationsaufwand bedeutet, zu einem Abbau bürokratischer Strukturen kommen. Die Idee, der Videotechnik eine emanzipatorische Wirkung auf die Arbeitskraft zuzuschreiben, weil diese durch den Wegfall von langfristigen Genehmigungsprozessen freier und kreativer agieren könne, kann vorläufig jedoch nicht festgestellt werden. In Zusammenhang mit dem Verbreitungsmedium Internet birgt die auch für Laien handhabbare Videotechnik durch den breiteren

Zugang zwar ganz allgemein Demokratisierungspotential in sich, allerdings ist es auch im Internet eine Frage von Ressourcen ob ein Video Verbreitung findet, was professionalisierten Akteur_innen konsequent Vorteile verschafft.

Durch die Wandlungsprozesse am Arbeitsmarkt Fernsehen sind Fernsehproduzent_innen einer beschleunigten Handlungsumgebung ausgesetzt. Durch das Medium Internet und die Möglichkeit von Live-Übertragungen auch im Fernsehen steigt der Bedarf an permanenter Aktualität der Medieninhalte. In der Phase der Digitalisierung steigt der Geschwindigkeitsdruck auf die journalistische Produktion. Journalist_innen müssen multifunktional und multimedial einsetzbar sein. Durch Konvergenzerscheinungen müssen sie mehrere Arbeitsschritte, auch die technischen, selbst durchführen und unterschiedliche Medien, wie beispielsweise Fernsehen und Internet, gleichzeitig beliefern, was zu einer Überlastung der Individuen führen kann. Es kommt zu einer Aus- und Entdifferenzierung, indem einerseits neue Berufsbilder entstehen, sich aber gleichzeitig journalistische Kerntätigkeit auflöst. Das journalistische Berufsfeld ist nicht mehr eindeutig abgegrenzt. Durch Vermischung journalistischer mit technischen Tätigkeiten und Pressearbeit wird die klassische Identität brüchig. Im Gegenzug entstehen neue hybride Arbeitsidentitäten, wie die der Videojournalist_innen. Videojournalist_innen sind im Durchschnitt jünger als Redakteur_innen oder Kameraleute, vor allem bei privaten Fernsehanstalten beschäftigt und in einem höheren Ausmaß prekär beschäftigt.

Anzunehmen ist, dass unter Videojournalist_innen im Vergleich zu Kameraleuten ein erhöhter Frauenanteil zu finden ist. Im Gegensatz zum Berufsfeld „Schnitt“ kann die Arbeit an der Kamera als Profession mit einer langen Tradition im Ausschluss von Frauen gewertet werden. Dies steht in Zusammenhang mit einem höheren Einkommen, Berufsprestige und einer Zuschreibung von als „männlich“ geltenden Eigenschaften an den Beruf. Ein weiterer Faktor ist die lange Lehrzeit, die Assistent_innen bei Kameraleuten absolvieren müssen. Kameraleute greifen in ihrer Assistenz-Auswahl tendenziell auf Männer zurück. Im Videojournalismus wird das männliche Beziehungsnetzwerk durch organisatorische und technische Veränderungen aufgebrochen, so die Hypothese. Während es bereits im Journalismus durch ein sich veränderndes Berufsfeld zu einem verstärkten Zugang von Frauen kommt, kann nun auch in der Kameraarbeit von einem „Geschlechtswechsel“ gesprochen werden. Neue, private Fernsehanstalten haben

kurzfristig einen erhöhten Bedarf an Arbeitskräften. Über Kurssysteme und kurze Anlernphasen werden die über die Assistenzzeit langjährig gewachsene Männerseilschaften durchbrochen. Die durch Digitalisierung hervorgerufene Miniaturisierung des Kameraequipments senkt weiters die Hemmschwelle, die technische Arbeitstätigkeit an der Kamera zu übernehmen. Im Nachhinein könnten dem Berufslabel dann als „weiblich“ besetzte Attribute zugeschrieben werden. Statt „Technikkompetenz“ könnte dann von „Multitaskingfähigkeit“ oder „Einfühlungsvermögen“ als wichtige Eigenschaften für die Personen, die mit der Kamera arbeiten, gesprochen werden. Davon auszugehen ist, dass ein Zusammenhang zwischen einem verstärkten Zugang von Frauen zum Berufsfeld Videojournalismus und einem Status- oder Ansehensverlust des Berufs hergestellt werden kann. Beides steht in Beziehung zu einer geringeren Entlohnung und einer Prekarisierung der Beschäftigungsverhältnisse im Vergleich zu Cutter_innen, Redakteur_innen, Kameraleuten oder Tonassistent_innen.

Ob die Qualität videojournalistischer Produktionen im Vergleich zu Produktionen eines herkömmlichen Kamerateams geringer ausfällt, wird im Zuge dieser Arbeit nicht beantwortet, weil auf einen Produktvergleich verzichtet wurde. Allerdings werden Rahmenbedingungen aufgezeigt, die zu einer Minderung des journalistischen Produkts und/oder zu einer Überlastung der videojournalistischen Arbeitskräfte führen können. Der Zwang zur Durchführung mehrerer Tätigkeiten in einer schnelleren Abfolge, der durch freie Dienstverhältnisse verstärkt wird, kann im Kontext einer sich beschleunigenden Zeitkultur zu einer Überforderung des Individuums führen. Die in leitfadengestützten Interviews, befragten Videojournalist_innen berichten von Erschöpfungszuständen und körperlichen Grenzen, an die sie durch die Gleichzeitigkeit und Schnelligkeit der Durchführung ihrer Arbeitstätigkeiten stoßen. Niedrige Entlohnung, das freie Arbeiten über Werkverträge und die Abhängigkeit von Aufträgen würden dazu führen, dass mehr Aufträge angenommen werden, als erträglich sind. Außerdem würde sich ein Gefühl einer erzwungenen ständigen Verfügbarkeit einstellen. Die Individuen müssen sich der von ihrem handlungsumgebenden System vorgegebenen Geschwindigkeit ständig anpassen um Anschlussvoraussetzungen nicht zu verlieren. Andernfalls laufen sie Gefahr exkludiert zu werden. Die Angst weniger Aufträge zu erhalten, arbeitslos zu werden oder den Lebensunterhalt nicht

bestreiten zu können führt dazu, dass erhöhte Arbeitsbelastungen hingenommen werden.

Eine Strategie der Individuen, persönlichen Überlastungszuständen individuell entgegenzuwirken, kann eine Rationalisierung von Tätigkeiten sein. Das Weglassen journalistischer Tätigkeiten, wie die der Recherche im Produktionsprozess würde laut Erfahrung der Interviewpartner_innen am ehesten unbemerkt bleiben. Mit dem Ergebnis ein videojournalistisches Produkt abzuliefern, könne auf journalistische Tätigkeiten im Vergleich zu den technischen Tätigkeiten eher verzichtet werden. Die Übernahme mehrerer ehemals arbeitsteilig organisierter Tätigkeiten führt demnach nicht per se zu einer Minderung der journalistischen Qualität. Die Rahmenbedingungen sind es, die gekennzeichnet durch Beschleunigung und erhöhter Quantitätsforderung die Videojournalist_innen dazu zwingen, die Qualität ihrer journalistischen Produkte zu mindern, wenn sie einer Überlastung entgegenwirken wollen. Die Idee, dass auch über eine (gewerkschaftliche) Organisation der Beschäftigten einer Überforderung der Arbeitskräfte durch niedrige Entlohnung und prekäre Dienstverhältnisse entgegen gewirkt werden könnte, existiert nur zum Teil.

Generell festzustellen ist, dass sich Grenzen von Berufsfeldern in der Fernsehproduktion durch Digitalisierung auflösen. Arbeitstätigkeiten werden in unterschiedlichsten Konstellationen durchgeführt. Es gibt Kameralleute, die ohne Redakteur_innen arbeiten und teilweise journalistische Tätigkeiten übernehmen, Videojournalist_innen, die je nach Bedarf mit anderen Videojournalist_innen oder Personen aus herkömmlichen Professionen (Schnitt, Kamera, Redaktion, Tonassistenz) zusammenarbeiten. Die strikte Trennung zwischen technischen und journalistischen Tätigkeiten ist nicht aufrechtzuerhalten. „Alte“ Arbeitsbeschreibungen passen nicht mehr zur Arbeitsrealität der Fernsehproduzent_innen. Arbeitsidentitäten sind nicht mehr fix oder eindeutig.

Bei Videojournalist_innen handelt es sich im Vergleich zu den herkömmlichen Professionen in der Fernsehproduktion um eine altersmäßig junge Berufsgruppe. Diese bringt im Vergleich zu älteren Arbeitnehmer_innen einen vertrauteren Umgang mit digitaler Technik mit. Junge sind durch ihre stärker ausgeprägte Multitasking-Fähigkeit systematisch im Vorteil. Der flexible Einsatz von Videojournalist_innen in einem Fernsehbetrieb wird von den Interviewten nicht als Zwang betrachtet. Vielmehr wird die Weitergabe der Flexibilitätsanforderung

an die Individuen als Chance gewertet flexibel agieren zu können und damit den eigenen Handlungsspielraum in der Arbeitstätigkeit zu vergrößern. In der Zusammenarbeit mit anderen Arbeitskräften können sich Videojournalist_innen einmal für die Tätigkeit an der Kamera und ein anderes Mal für die journalistische Tätigkeit entscheiden. Gleichzeitig erscheint es für ältere Arbeitnehmer_innen aus herkömmlichen Professionen irrational, auf den unsicheren Beruf des/der Videojournalist_in umzusteigen, der außerdem durch erhöhte körperliche Anstrengung und Flexibilitätsanforderung gekennzeichnet ist. Durch schlechtere Entlohnung, prekäre Arbeitsverhältnisse und hohe Arbeitsbelastung, die es schwierig machen qualitativ hochwertige Produkte zu liefern, werden Videojournalist_innen als junge Arbeitnehmer_innen von Beginn an ins untere Lohnsegment gedrängt und sitzen dort fest.

Das vorrangige Motiv der Fernsehsender Videojournalist_innen einzusetzen, bleibt trotz vereinzelter journalistischer Argumente finanzieller Natur. Fernsehstationen senken durch die Arbeit von Videojournalist_innen monetäre Produktionskosten. Die finanziellen Einsparungen kommen durch die Übernahme ehemals arbeitsteilig organisierter Tätigkeiten durch eine Arbeitskraft, günstigerem Equipment, geringerem Ressourceneinsatz und Organisationsaufwand zustande. Gleichzeitig verschaffen das Aufbrechen abgesicherter Arbeitsverhältnisse und die geringere Entlohnung von Videojournalist_innen Fernsehbetrieben zusätzliche Kosteneinsparungen. Digitalisierung kann nur als Basis für eine Entwicklung betrachtet werden, die durch die Kommerzialisierung der Fernsehproduktion, angetrieben durch die Privatisierung des Rundfunks, hervorgerufen wird. Überlegungen zum Produktionsmitteleinsatz orientieren sich weniger am journalistischen Produkt, als an wirtschaftlichen Strategien zur Gewinnmaximierung, privatwirtschaftlich orientierter Fernsehunternehmen, zu denen auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch seine Teilabhängigkeit von Werbeeinnahmen zumindest teilweise gezählt werden muss. Mit der Auslagerung von Produktionen an Kleinstunternehmen werden die Fernsehproduzent_innen in eine verschärfte, wirtschaftliche Konkurrenzsituation gedrängt. Journalistische Arbeitnehmer_innen müssen zusätzlich nach ökonomischen Rationalitäten handeln und entwerfen individuelle Gegenstrategien zu ihrer Überforderung. Die interviewten Videojournalist_innen sprechen davon, die Situation hinnehmen zu

müssen, wenn sie in diesem Berufsfeld arbeiten wollen. Lohnverhandlungen werden vornehmlich als individuelle und nicht als kollektive Verantwortung betrachtet. Gleichzeitig sehen die Interviewpartner_innen im Berufsfeld Videojournalismus kaum berufliche Entwicklungschancen. Für beruflichen Aufstieg sei trotz einer Auflösung der Grenzen zwischen Berufsfeldern und Arbeitsbeschreibungen die Spezialisierung auf eine der im Videojournalismus subsumierten Tätigkeiten Voraussetzung.

Ziel dieser Arbeit war es, durch den Blick auf Arbeitswelten in der Fernsehproduktion Videojournalismus als „Prototyp“ eines neuen Berufsfeldes zu beschreiben und so einen Beitrag zur Analyse sozialen Wandels zu leisten. Die ausführlich diskutierten Prozesse wie Digitalisierung, Flexibilisierung, Beschleunigung und Kommerzialisierung in der Fernsehproduktion beschreiben einen neuen Arbeitscharakter, der sich in und mit dem Mediensystem verändert. Das Individuum wird durch soziale und mediale Wandlungsprozesse vor die Herausforderung gestellt auf eine sich verändernde Arbeitsumgebung zu reagieren, neue Kompetenzen auszubilden und Strategien zu entwerfen einer potentiellen Überforderung entgegenzuwirken. Die Analyse in dieser Arbeit scheint wichtig, weil sie erstens Aufschluss über Veränderungen in anderen sozialen Systemen der Gesellschaft geben kann und zweitens Veränderungen in der Medienarbeit immer auch auf Medienprodukte und das Mediensystem im Allgemeinen zurückwirken. Wie die Arbeit für ein gesellschaftliches Leitmedium organisiert ist, welche Arbeitsbedingungen Fernsehproduzent_innen vorfinden und welche Handlungsoptionen sie daran anknüpfend haben um journalistische Beiträge zu produzieren hat beachtliche Auswirkung darauf, was wir durchschnittlich mehrere Stunden am Tag an Fernsehprogramm rezipieren. Die Analyse von sozialen Wandlungsbedingungen im Fernsehjournalismus scheint daher von höchster Wichtigkeit. Ziel dieser Arbeit war es durch den soziologischen Blick hinter die Kulissen einen Beitrag dazu zu leisten.

Literaturverzeichnis

Altmeyden, Klaus-Dieter, Löffelholz, Martin, Weischberger, Siegfried: Die Zukunft des Journalismus: technologische, ökonomische und redaktionelle Trends, Westdeutscher Verlag, 1994

Bartz, Christina: „Das geheimnisvolle Fenster in die Welt geöffnet“ – Fernsehen, In: Kümmel, Albert, Scholz, Leander, Schumacher, Eckhard: Einführung in die Geschichte der Medien, Wilhelm Fink Verlag, Paderborn, 2004

Behmer, Markus, Krotz, Friedrich, Stöber, Rudolf, Winter, Carsten (Hrsg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel, Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2003

Belz, Christopher, Haller, Michael, Sellheim, Armin: Berufsbilder im Journalismus, Konstanz, UVK, 1999

Brosius, Hans-Bernd, Esser, Frank: Eskalation durch Berichterstattung? Massenmedien und Fremdenfeindliche Gewalt, Westdeutscher Verlag, Opladen, 1995

Bourdieu, Pierre: Über das Fernsehen, In: Grisko, Michael: Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens, Reclam, Stuttgart, 2009

Blöbaum, Bernd: Wandel und Journalismus – Vorschlag für einen analytischen Rahmen, In: Behmer, Markus, Blöbaum, Bernd, Scholl, Armin, Stöber, Rudolf (Hg.): Journalismus und Wandel, Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2005, S.41-60

Blöbaum, Bernd: Hauptsache Medien, berufsbiographische Interviews mit Journalisten, PR-Praktikern und Werbern, Lit-Verlag, Berlin 2008

Bogner, Alexander, Menz, Wolfgang: Das theoriegenerierende Experteninterview, Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion, In: Bogner, Alexander, Littig, Beate, Menz, Wolfgang (Hrsg.): Experteninterviews, Theorien, Methoden, Anwendungsfelder, 3. Aufl., Wiesbaden, 2009, S.61-98

Böhnisch, Markus: Chancen und Grenzen des Videojournalismus mit besonderem Schwerpunkt auf der permanenten Auslandsberichterstattung, Universität Dortmund (Diplomarbeit), 2005

Buchholz, Sandra: Die Flexibilisierung des Erwerbsverlaufs, Eine Analyse von Einstiegs- und Ausstiegsprozessen in Ost- und Westdeutschland, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2008

Buckow, Isabelle: Freie Journalisten und ihre berufliche Identität, Eine Umfrage unter den Mitgliedern des Journalistenverbands Freischreiber, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2011

Czepek, Andrea: Journalismus als Motor der Demokratie – Die Ausprägung der Pressefreiheit als Indikator für demokratische Entwicklung. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): Mediensoziologie, Grundfragen und Forschungsfelder, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2005, S. 371-384

Donsbach, Wolfgang: Journalist. In: Das Fischerlexikon. Publizistik Massenkommunikation. Hg. Noelle-Neumann, Elisabeth, Schulz, Winfried, Wilke, Jürgen. 2. Auflage. Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main, 2003

Dörre, Klaus: Prekäre Beschäftigung – ein unterschätztes Phänomen in der Debatte um die Marktsteuerung und Subjektivierung von Arbeit. In: Lohr, Karin, Nickl, Hildegard (Hrsg.): Subjektivierung von Arbeit – Riskante Chancen, Verlag Westfälisches Dampfboot, Münster, 2005

Dörre, Klaus: Prekarisierung und Geschlecht. Ein Versuch über unsichere Beschäftigung und männliche Herrschaft in nachfordistischen Arbeitsgesellschaften, In: Aulenbacher, Brigitte, Funder, Maria, Jakobsen, Heike,

Völker, Susanne (Hrsg.): Arbeit und Geschlecht im Umbruch der modernen Gesellschaft, Forschung im Dialog, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2007

Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien, In: Grisko, Michael: Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens, Reclam, Stuttgart, 2009

Erlinghagen, Marcel: Die Restrukturierung des Arbeitsmarktes, Arbeitsmarktmobilität und Beschäftigungsstabilität im Zeitverlauf, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2004

Eschenhagen, Paul: Sparmaßnahme oder neuer Fernsehjournalismus? Das journalistische Potential des neuen Berufsbildes Videojournalist, Untersucht am Beispiel des Hessischen Rundfunks, Johannes Gutenberg-Universität (Magisterarbeit), Mainz, 2009

Femers, Susanne: Neue Medien – Neue Macht, neue Mythen? In: “, In: Krotz, Friedrich, Rössler, Patrick: Mythen der Mediengesellschaft – The Media Society and ist Myths, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, 2005

Fengler, Susanne, Kretschmar, Sonja: Innovationen für den Journalismus, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2011

Fetscherin, Alfred: Keine Angst vor den Medien, 100 goldene Regeln für den Umgang mit Presse, Radio, Fernsehen, Orell Füssli-Verlag, Zürich, 1999

Flick, Uwe: Qualitative Sozialforschung, Eine Einführung, Rowohlt Verlag, 3. Aufl., Hamburg, 2010

Flusser, Vilém: Für eine Phänomenologie des Fernsehens, In: Grisko, Michael: Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens, Reclam, Stuttgart, 2009

Froschauer, Ulrike, Lueger, Manfred: Das qualitative Interview, Facultas Verlag, Wien, 2003

Frowein, Andreas: Projekt Bi, in: CUT 12/2001, S. 42 Download von: <http://www.kliebhan.de/vj/presse.html>

Giesecke, Johannes: Arbeitsmarktflexibilisierung und Soziale Ungleichheit, Sozio-ökonomische Konsequenzen befristeter Beschäftigungsverhältnisse in Deutschland und Großbritannien, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2006

Gläser, Jochen, Laudel, Grit: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, 3. Aufl, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2009

Gottschall, Karin: Arbeit Beschäftigung und Arbeitsmarkt aus der Genderperspektive, In: Böhle, Fritz, Voß, G. Günter, Wachtler, Günther (Hrsg.) Handbuch Arbeitssoziologie, Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2010

Gniffke, Kai: Innovationen im Redaktionsmanagement III: Der digitale Newsroom von ARD-aktuell Sichtweisen der Praxis, In: Fengler, Susanne, Kretzschmar, Sonja (Hrsg.): Innovationen für den Journalismus, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2009, S. 37-48

Grisko, Michael: Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens, Reclam, Stuttgart, 2009

Grisold, Andrea: Kulturindustrie Fernsehen, Zum Wechselverhältnis von Ökonomie und Massenmedien, Erhard Löcker GesmbH, Wien, 2004

Grund, Thomas, Jäckel, Michael: Eine Mediensoziologie – aus Sicht der Klassiker, In: Jäckel, Michael: Mediensoziologie – Grundfragen und Forschungsfelder, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005

Günzel, Wieland: Der Videojournalist als Zukunftsperspektive in der modernen Fernsehproduktion, Diplomarbeit, Hochschule Mittweida (FH) 2003

Haas, Hannes: Empirischer Journalismus, Verfahren zur Erkundung gesellschaftlicher Wirklichkeit, Böhlau Verlag, Wien, 1999

Hepp, Andreas, Höhn, Marco, Wimmer Jeffrey: Medienkultur im Wandel, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, 2010

Hickethier, Knut: Gibt es ein medientechnisches Apriori? Technikdeterminismus und Medienkonfiguration in historischen Prozessen, In: Behmer, Markus, Krotz, Friedrich, Stöber, Rudolf, Winter, Carsten (Hrsg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel, Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2003, S. 39-52

Hoffmann-Riem, Wolfgang: Mediendemokratie zwischen normativer Vision und normativem Albtraum. In: Donsbach, W./Jadura, O. (Hrsg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. UVK, Konstanz, 2003

Höflich, Joachim R.: Computerrahmen und die undifferenzierte Wirkungsfrage. In: Rössler, Patrick (Hrsg.): Online Kommunikation. Beiträge zu Nutzung und Wirkung, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998, S. 47-64

Jünger, Jakob: Aktiv, interaktiv, hyperaktiv? Nutzerkonzeption in Diskursen zu medientechnischen Innovationen, In: Schumann, Christina, Will, Andreas, Wolling, Jens (Hg.): Medieninnovationen, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2011, S. 427-443

Kaltenbrunner, Andy, Karmasin, Matthias, Kraus, Daniela, Zimmermann, Astrid: Der Journalisten-Report, Österreichs Medien und ihre Macher, eine empirische Erhebung, Fakultas Verlag, Wien, 2007

Kiefer, Marie-Luise: Journalismus und Medien als Institution, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, 2010

Kissel, Wolfgang: Participatory Digital Producing. In: Diemand, Vanessa, Mangold, Michael, Weibel, Peter (Hrsg.): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus – Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen; Heise Zeitschriftenverlag, Hannover, 2007

Klammer, Bernd: Empirische Sozialforschung, Eine Einführung für Kommunikationswissenschaftlicher und Journalisten, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, 2005, S. 68

Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung, Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus, Aktualisierte und korrigierte Neuauflage, LIT Verlag, Wien, 2005

Koc, Selina: Zwischen ökonomischer Effizienz und journalistischer Leistungsanforderung: Eine empirische Untersuchung zur Arbeitssituation der Videojournalisten beim Hessischen Rundfunk. Wilhelms-Universität Münster (Diplomarbeit), 2005

Krasser, Senta: VJs- von Skepsis bis Begeisterung, In: BJV Report 5/2007, Nürnberg, 2007, S. 20

Krotz, Friedrich: Zivilisationsprozess und Mediatisierung: Zum Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel, In: Behmer, Markus, Krotz, Friedrich, Stöber, Rudolf, Winter, Carsten (Hrsg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel, Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2003, S. 15-37

Kruse, Anna Lena: @Evolution, Der Videojournalismus und Michael Rosenblum, Hochschule Bremen, int. Studiengang Fachjournalistik (Diplomarbeit), 2006

Kupka, Daniel: Der Einsatz und die Ausbildung von Videojournalisten in der österreichischen und deutschen Fernsehlandschaft, Studiengang Medienmanagement, FH St. Pölten (Diplomarbeit), 2006

Lieske, Sandra: Das Image von Journalisten, Eine qualitative Untersuchung, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2008

Lohr, Karin, Nickel, Hildegard: Subjektivierung von Arbeit – Riskante Chancen, Das Pradoxon von erweiterter Teilhabe und sozialer Verwundbarkeit – Problemaufriss. In: Lohr, Karin, Nickl, Hildegard (Hrsg.): Subjektivierung von Arbeit – Riskante Chancen, Verlag Westfälisches Dampfboot, Münster, 2005

Lueger, Manfred: Interpretative Sozialforschung, Die Methoden, Facultas Verlag, Wien, 2010

Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien, 4. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2009

Lünenborg, Margreth: Wie Frauen den Qualitätsjournalismus erobern, Über das Klischee, dass sich Journalistinnen nur an „softe Frauenthemen“ heranwagen und die Demokratisierung als Chance, In: Christl, Reinhard, Kogoj, Traude, Rudorfer, Silke: Journalistinnen in Österreich, Lit Verlag, Wien, 2009

Mai, Manfred: Medien als soziales System, In: Jäckel, Michael (Hrsg.): Mediensoziologie Grundlagen und Forschungsfelder, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005

Meuser, Michael, Nagel, Ulrike (1991): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur Methodendiskussion. In: Garz, Detlef, Kraimer, Klaus (Hg.): Qualitativ-empirische Sozialforschung. Konzepte, Methoden, Analyse. Opladen Westdeutscher Verlag, 1991, S.441-471

Münch, Richard, Schmidt, Jan: Medien und sozialer Wandel. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): Lehrbuch der Mediensoziologie. Opladen. 2005

Neverla, Irene: Zeit als Schlüsselkategorie der Medienkultur und ihre Wandlungsprozesse, In: Hepp, Andreas, Höhn, Marco, Wimmer, Jeffrey (Hg.): Medienkultur im Wandel, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, 2010,

Ordolff, Martin: Fernsehjournalismus, Konstanz: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, 2005

Payrhuber, Andrea: Redaktionelle Online-Medien – neue Anforderungen und Möglichkeiten für Rezipienten; In: Payrhuber, Andrea, Vitouch, Peter (Hrsg.): Psychologie des Internet (Band II), Facultas Verlag, Wien, 2004

Papouschek, Ulrike, Reidl, Sybille, Schiffbänker, Helene: Neue Chancen – Alte Risiken: Ist Geschlecht als Strukturierungskategorie in den Wiener Creative Industries überholt? Wiener Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiefonds, Wien, 2006

Pavlik, John: Innovationen im Redaktionsmanagement II: Vom traditionellen Redaktionsbüro zur digitalen Nachrichtenredaktion, Perspektiven der Forschung, In: Fengler, Susanne, Kretzschmar, Sonja (Hrsg.): Innovationen für den Journalismus, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2009, S. 25-36

Pelzer, Claudia: Auswirkungen der Markteinführung des digitalen Fernsehens auf deutsche TV-Anbieter, (Diplomarbeit), Grin-Verlag, 2004

Plake, Klaus: Handbuch Fernsehforschung, Befunde und Perspektiven, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2004

Postman Neil: Wir amüsieren uns zu Tode, In: Grisko, Michael: Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens, Reclam, Stuttgart, 2009

Przybylski, Pamela: Innovative Interaktionsstrukturen? Die Fernsehwirtschaft in der digitalen Welt, In: Schumann, Christina, Will, Andreas, Wolling, Jens (Hg.): Medieninnovationen, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2011, S. 211-227

Quandt, Thorsten: (R)Evolution des Journalismus? Online-Journalismus zwischen Tradition und Innovation, In: Behmer, Markus; Blöbaum, Bernd; Scholl, Armin; Stöber, Rudolf: Journalismus und Wandel, Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005, S. 161-194

Raabe, Johannes: Struktur – Handlungspraxis – Kultur, Zur Analyse von sozialen Prozessen im Journalismus, In: Behmer, Markus; Blöbaum, Bernd; Scholl, Armin; Stöber, Rudolf: Journalismus und Wandel, Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005, S.61-83

Rahofer, Meinrad: Wie wird man Journalist in Österreich; Kuratorium für Journalistenausbildung, Salzburg, 1993

Rosa, Hartmut: Beschleunigung, Die Veränderung der Zeitstruktur in der Moderne, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 2005

Rosenblum, Michael, Zalbertus, Andre: Videojournalismus, Die digitale Revolution: uni-edition GmbH, Berlin, 2003

Ruß-Mohl, Stephan: Kreative Zerstörung, Niedergang und Neuerfindung des Zeitungsjournalismus in den USA, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, 2009

Schmidt, Siegfried J.: Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel, In: Behmer, Markus, Krotz, Friedrich, Stöber, Rudolf, Winter, Carsten (Hrsg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel, Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2003, S. 135-150

Schönafinger, Bärbel, von Dahlen, Tanja: kanalB oder warum herkömmliches Fernsehen ersetzt werden muss. In: Diemand, Vanessa, Mangold, Michael, Weibel, Peter (Hrsg.): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus – Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen; Heise Zeitschriftenverlag, Hannover, 2007

Schulz, Anne: Die schönsten Berufe der Welt? In: Frauen in den Medien, Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis, Eigenverlag des Vereins Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis, Köln, 2002, S. 111-135

Scolik, Reinhard: Neue Distributionswege von Fernsehen, In: Scolik, Reinhard, Wippersberg, Julia (Hg.): Was ist neu am neuen Fernsehen? Technik, Nutzung, Inhalt – digital, mobil interaktiv, LIT Verlag, Wien 2007

Seidel, Barbara: Die Liberalisierung des österreichischen Rundfunkmarkts (Diplomarbeit), Karl-Franzens-Universität Graz, 2004

Sennett, Richard: Der flexible Mensch, Die Kultur des neuen Kapitalismus, 7. Aufl., (1. Aufl. 1998), BvT Berliner Taschenbuch Verlags GmbH, Berlin, 2010

Smudits, Alfred: Mediamorphosen des Kulturschaffens, Braumüller Verlag, Wien, 2002

Sperlich, Regina: Die digitale Mediamorphose in Film, Fotografie und Architektur, Mediacult – internationales Forschungsinstitut für Medien, Kommunikation und kulturelle Entwicklung, Wien, 2008

Sperlich, Regina: Die ambivalente Autonomie des Kulturschaffens: Film, Pressefotografie und Architektur im digitalen Wandel In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie 1/10, Offenes Heft 35. Jahrgang

Steinmaurer, Thomas: Medialer und gesellschaftlicher Wandel, Skizzen zu einem Modell, In: Behmer, Markus, Krotz, Friedrich, Stöber, Rudolf, Winter, Carsten (Hrsg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel, Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2003, S.103-119

Stöber, Rudolf: Apriori des Wandels oder „Agents of Change“? Zur Diskussion journalistischen Wandels, In: Behmer, Markus; Blöbaum, Bernd; Scholl, Armin;

Journalismus und Wandel, Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005, S. 13-39

Teubner, Ulrike: Beruf: Vom Frauenberuf zur Geschlechterkonstruktion im Berufssystem, In: Becker, Ruth, Kortendiek, Beate: Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung, Theorie, Methoden, Empirie; VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2005

Tiggers, Anja: Geschlecht und digitale Medien, Entwicklung und Nutzung digitaler Medien in hochschulischen Lehr-/Lernkontext, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2008

Washietl, Engelbert: Ethik und Verantwortung im Journalismus, In: Pürer, Heinz, Rahofer, Meinrad, Reitan, Claus (Hg.): Praktischer Journalismus, Presse, Radio, Fernsehen, Online, 5. Aufl., UVK Verlagsgesellschaft mbH, Kuratorium für Journalistenausbildung, Salzburg, 2004, S. 323-340

Wersig, Gernot: „Emergenz-Konstellationen“, In: Behmer, Markus, Krotz, Friedrich, Stöber, Rudolf, Winter, Carsten (Hrsg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel, Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2003, S.53-62

Wiedner, Daniel: Der Einsatz von Videojournalismus bei regionalen Nachrichtenformaten öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten, Fachhochschul-Studiengang Journalismus, FH-Wien (Diplomarbeit), 2007

Wiener Zeitung online vom 04.01.2010 (Printausgabe 5.01.2010)

Ziemann, Andreas: Medienkultur und Gesellschaftsstruktur, Soziologische Analysen, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2011

Internetquellen

APA-Meldung vom 25.1.2008 übernommen von news-online:

<http://www.news.at/articles/0804/10/195479/wrabetz-schlechtreden-haelt-stimmung-orf-nicht> (Stand: 23.02.2012)

Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung: Anteil der Seher in % an der Gesamtbevölkerung an einem durchschnittlichen Wochentag 1988-2011

<http://www.agf.de/daten/zuschauermarkt/seher> (Stand: 20.02.2012)

Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung: Entwicklung der durchschnittlichen Sehdauer pro Tag/Person in Minuten

<http://www.agf.de/daten/zuschauermarkt/sehdauer>

(Stand: 20.02.2012)

Bundesrecht: Gesamte Rechtsvorschrift für Staatsgrundgesetz, Fassung vom 29.07.2010, Rechtsinformationsservice des Bundeskanzleramts (RIS) unter:

<http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000006> (Stand: 20.02.2012)

Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Definition DVB-T

<http://itwissen.info/definition/lexikon/DVB-terrestrial-DVB-T.html> (Stand: 17.01.2012)

Die Österreichische Rundfunksender GmbH & Co KG (ORS): Presseinformation

– Digitalisierung http://www.ors.at/fileadmin/user_upload/files/498.pdf

Digitalisierungsbericht 2006: Bericht über die Digitalisierung der

Rundfunkübertragung in Österreich gemäß § 21 Abs. 6 Privatfernsehgesetz, Wien

2007 Download unter: http://www.rtr.at/de/komp/Digi_Bericht2006

Fachhochschule St. Pölten: Lehrgang Videojournalismus und –gestaltung für TV, Online und PR <http://www.fhstp.ac.at/weiterbildung/videojournalismus> (Stand: 6.4.2012)

Gewerkschaft der Privatangestellten, Druck – Journalismus – Papier, Branche: Medien, JournalistInnen: http://www.gpa-djp.at/servlet/ContentServer?pagename=GPA/Page/Index&n=GPA_2.2.x (Stand: 21.02.2012)

kanalB, Internetsender: <http://kanalb.org>

Medienforschung ORF: Glossar <http://mediaresearch.orf.at/glossar.htm> (Stand: 20.02.2012)

Medienforschung ORF: Fernsehnutzung in Österreich bis 2011
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_nutzungsverhalten.htm (Stand: 20.02.2012)

News on Video: Videoproduktionsfirma und Videojournalismus-Ausbildungsbetrieb www.newsonvideo.at (Stand: 6.3.2012)

Okto TV: <http://okto.tv/lesen/der-sender> und <http://okto.tv/lernen/kurse> (Stand: 06.03.2012)

Online Plattform, Kunstuniversität Linz, Digital Media for Artists:
<http://www.dma.ufg.ac.at/app/link/Grundlagen:Video.Postproduction/module/3959?step=all> (Stand: 17.01.2012)

Puls4 Fernsehsender: http://www.puls4.com/cms_content/Jobs (Stand: 06.02.2012)

Solidarität, die ÖGB-Zeitschrift für die Arbeitswelt, 922, Februar 2010, S.7
abrufbar unter:
<http://www.google.at/#hl=de&q=gewerkschaftliche+organisation+videojournalis>

[mus&meta=cr%3DcountryAT&aq=f&aqi=&aql=&oq=gewerkschaftliche+organi
sation+videojournalismus&gs_rfai=&fp=df05a6689c2cddb0](#)

Statistik Austria: Markanteile der TV-Kanäle in allen Fernsehhaushalten 1993-2010, Erwachsene:

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/hoerfunk_und_fernsehen/index.html (Stand: 16.01.2012)

Werbeseite Panasonic P2-Camcorder: http://www.panasonic-broadcast.eu/de/technologie/Workflow/p2_10_Vorteile_Workflow_P2.html
(Stand: 17.01.2012)

WIFI Wien: Akademischer Lehrgang Video-Journalismus

<http://www.wifiwien.at/eShop/bbDetails.aspx/Akademischer-Lehrgang-Video-Journalismus/@/bbnr/283499/zg/E4c/> (Stand: 6.4.2012)

Anhang

Interviewleitfaden

Zur Person

- Wie würdest du selbst deinen Beruf bezeichnen?
- Für wen oder welche Formate arbeitest du im Moment in welchem Umfang?
- Was ist das für ein Dienstverhältnis?
- Wie bist du auf die Idee gekommen, als Videojournalistin zu arbeiten? Wie kamst du zu dem Beruf?
- Wie lange arbeitest du bereits in diesem Beruf?
- Für welche Firma/Institution hast du früher gearbeitet? (Wenn branchennahe: aus welchen Tätigkeiten hat deine Arbeit da bestanden?)
- Aus welchen Tätigkeiten besteht deine Arbeit?
- Kannst du mir die Arbeitsschritte beschreiben, die du machst für deinen Beitrag/ deine Geschichte?
- Wieviel Zeit wendest du für welche Tätigkeit auf?
- Bekommst du deine Arbeitsmittel zur Verfügung gestellt oder musst du selbst dafür aufkommen?
- Wie oft ändern sich deine technischen Arbeitsmittel (wie Kamera oder Computer)?

Einstellung zu Videojournalismus

- Was hältst du von dem Konzept des Videojournalismus, also eine Person ist Journalistin, Kameraperson, Cutter_in und Tonassistent_in in einem?
- Was macht eine_n gute Videojournalist_in aus?
- Welche Kompetenzen sind am wichtigsten, welche können unter Umständen weniger ausgeprägt sein?
- Was können Videojournalist_innen besser oder schlechter als Fernsehredakteur_innen?
- Was können Videojournalist_innen besser oder schlechter als Kameraleute und Cutter_innen?
- Ist Videojournalismus ein Beruf, den vor allem junge Leute ausüben oder gibt es auch ältere VieojournalistInnen? (Warum?)
- Im Vergleich zu Redakteur_innen was sind Vor- oder Nachteile in deinem Beruf?
- Und welche Vor- oder Nachteile siehst du im Vergleich zu Kameraleuten oder Cutter_innen?

Medienunternehmen und Arbeitsmarkt

- Warum setzten Medienunternehmen Videojournalist_innen ein? Was glaubst du?
- Glaubst du, dass sich die Organisation in einem Medienunternehmen, das mit VideojournalistInnen arbeitet unterscheidet von einem Medienunternehmen, das mit Teams arbeitet? (Wenn ja, wo liegen die Unterschiede?)

- Kennst du auch Videojournalist_innen die für den ORF arbeiten? ODER: Wieviele Videojournalist_innen arbeiten im ORF für welche Formate? Wie geht man im ORF mit dem Konzept des Videojournalismus um?
- Glaubst du, dass der ORF in Zukunft auf Videojournalist_innen setzen könnte oder bleibt es eine Sache des Privatfernsehens? (Warum?)

Umgang & Konfliktpotentiale

- Was glaubst du denken Kameraleute und Redakteur_innen über Videojournalist_innen?
- Wie reagieren Redakteur_innen oder Kameraleute auf dich, wenn ihr euch begegnet?
- Steht in Konkurrenz zu einander oder bedient ihr eine andere Arbeitgeber bzw. Aufträge?
- Wie hat sich die Fernsehbranche verändert seit du angefangen hast als Videojournalistin zu arbeiten?
- Haben Videojournalist_innen hierbei eine Rolle gespielt? Warum (nicht)?
- Wie gestaltet sich der Umgang zwischen Videojournalist_innen untereinander?

Geschlechterverhältnis

- Wie ist das Geschlechterverhältnis bei Videojournalist_innen im Vergleich zu Redakteurinnen, Kamerafrauen oder Cutterinnen? Wo gibt es die meisten Frauen, wo die wenigsten? (Woran liegt das deiner Meinung nach?)

Zukunft

- Glaubst du, dass Medienunternehmen in Zukunft mehr oder weniger auf Videojournalist_innen setzen werden? (Warum?)
- Wie lange kann man als Videojournalist_in arbeiten? Ist das ein Beruf in dem man langfristig ausübt oder nur eine gewisse Zeit? (Warum?)
- Werden Videojournalist_innen die anderen Berufsgruppen vom Fernsehmarkt verdrängen?
- Siehst du Aufstiegsmöglichkeiten in deinem Beruf? Wo könnten die liegen?
- Angenommen du würdest nicht als Videojournalistin arbeiten und du müsstest dich dafür entscheiden als Kameramann/frau, Redakteur_in, Cutter_in, oder Tonassistent_in zu arbeiten. Was würdest du am Liebsten tun?
- Wo siehst du dich selbst in einigen Jahren?
- Willst du deinen Beruf beibehalten oder beruflich verändern? (Wenn ja, was möchtest du in Zukunft tun?)

Abstract

The present contribution is concerned with ongoing changes in media production, addressing social transformations as well as their effects on the structure of media production as such. In particular, the changing modes of work and employment in the production of TV programmes are examined. Theoretical considerations combine with empirical results gained from qualitative interviews to give a comprehensive account of the changes that are currently taking place in this professional field, with special attention paid to the situation in Austria. The study revolves around the following questions: In what ways is professional work changing within and along with the media system, in particular as a result of digitalisation? What is the societal context in which these changes are taking place? How are these transformational processes affecting the working individual, the nature and quality of journalism, the production of TV programmes, and the media as a whole regarded as an integral social subsystem?

At the heart of the analysis lies the job model of the video journalist, whose job description includes a variety of tasks traditionally carried out by four individuals – the producer, the camera operator, the sound recordist and the editor. This merger of responsibilities is made possible by the advent of digital technology. In the wake of the abolition of public broadcasting monopolies and the institutionalisation of private TV networks, pressure on individuals increases to work faster and become more flexible, both regarding their terms of employment and their ability and willingness to multi-task. These changes also correspond to transformations in the organisational structures of TV networks. At the same time, alternative TV production models along the lines of independent TV producers emerge. As traditional occupational concepts fade, women advance into a professional field formerly dominated by men and gain access to the domain of camera work. Old professional identities disintegrate, new journalist/technician hybrid identities develop. Finally, the new condensed and aggravated working conditions have a profound impact on both the product and the producer of journalistic work. Video journalists are forced to develop individual strategies to cope with the danger of personal exhaustion while dealing with often conflicting economic and journalistic considerations, not least of which concerns the quality of their journalistic output.

Kurzzusammenfassung

Die vorliegende Arbeit widmet sich der Untersuchung sozialen und medialen Wandels im Rahmen sich verändernder Arbeitsweisen in der Fernsehproduktion. Durch die Verbindung von theoretischen Überlegungen mit empirischen Ergebnissen aus qualitativen Interviews wird ein umfassendes Bild von Umbrüchen in den Arbeitswelten der Fernsehproduktion gezeichnet, speziell in Hinblick auf die Verhältnisse in Österreich. Dabei stehen folgende Fragen im Vordergrund: Wie wandelt sich Arbeit in und mit dem Mediensystem, insbesondere als Folge von Digitalisierung? In welchem gesellschaftlichen Kontext ist der Wandel zu verstehen? Wie wirken sich die Veränderungsprozesse auf das arbeitende Individuum aus, sowie auf Journalismus und Fernsehproduktion und die Medien insgesamt als wichtiges soziales Teilsystem der Gesellschaft?

Im Fokus der Betrachtung steht der/die Videojournalist_in, der/die als neue „Super-Arbeitskraft“ der Fernsehproduktion eine Vielzahl von Aufgaben übernimmt, welche in einem klassischen Fernsehteam auf vier Personen – Redakteur_in, Kameraperson, Tonassistent_in, Cutter_in – aufgeteilt sind. Digitalisierung erweist sich dabei als technische Voraussetzung für die Rationalisierung der Arbeitsschritte. Im Kontext einer Ökonomisierung der Fernsehproduktion wird der/die Videojournalist_in gleichzeitig zum Motor und Resultat einer verschärften Konkurrenzsituation am Arbeitsmarkt Fernsehen. Flexibilisierungs- und Beschleunigungsdruck, angeheizt durch die Aufhebung des öffentlich-rechtlichen Fernsehmonopols und der Institutionalisierung privater Fernsehsender, führen zu erhöhter Arbeitsgeschwindigkeit, „Multi-Tasking“ und flexiblen Beschäftigungsverhältnissen. Komplementär dazu kommt es zu Transformationen innerhalb der Organisationsstruktur von Fernsehsendern und es etablieren sich berufliche Alternativmodelle, die in Richtung freischaffende/r Fernsehproduzent_in weisen. Frauen dringen im Zuge der Erosion alter Berufsbilder in ein ehemals männerdominiertes Berufsfeld vor und finden dadurch Zugang zur Kameraarbeit. Klassische berufliche Identitäten werden brüchig, neue hybride journalistisch-technische Identitäten bilden sich heraus. Schließlich haben die verdichteten Arbeitsanforderungen, die mit dem beruflichen Strukturwandel einhergehen, weitreichende Folgen sowohl für Produkt als auch

Produzent_innen journalistischer Arbeit. Videojournalist_innen sind gezwungen, individuelle Strategien gegen zunehmende Erschöpfungstendenzen zu entwickeln, und sehen sich gleichzeitig mit Konflikten zwischen ökonomischen und journalistischen Interessen konfrontiert, nicht zuletzt in Bezug auf die Frage nach journalistischer Qualität.

Curriculum Vitae

Persönliche Daten

Name	Kim Kadlec
Geburtsdatum	06.05.1985
Geburtsort	Wr. Neustadt
Staatszugehörigkeit	Österreich

Ausbildung

seit 2003	Studium der sozial- rechts- und wirtschaftswissenschaftlichen Soziologie
2003	Reifeprüfung Bundes-Oberstufenrealgymnasium Wr. Neustadt

Ehrenamtliches Engagement

2005-2007	Sachbearbeiterin im Sozialreferat der Bundesvertretung der Österreichischen HochschülerInnenschaft (ÖH)
2004-2005	Bundvorsitzende Aktion kritischer SchülerInnen
2002-2003	AHS-Landesschulsprecherin, Niederösterreich
2001-2002	Schulsprecherin, BORG Wr. Neustadt

Arbeitserfahrung

Seit 2011	Lehrtätigkeit „Akademischer Lehrgang für Videojournalismus“, Fachhochschule Wien & WIFI
2010-2011	Chefin vom Dienst Pro7/Puls4/Sat1 Austria News
2008-2011	Konzeption und Begleitung des Lehrgangs „Journalismus Werkstatt“ am Renner Institut
2007-2010	Innenpolitische Redakteurin und Videojournalistin Pro7/Puls4/Sat1 Austria News