

Karin Knop: Berufswelten im Fernsehen

Beitrag aus Heft »2013/01: Medien und Arbeitswelten«

Anhand eines Jobvermittlungsformats aus dem Genre Reality TV wird exemplarisch veranschaulicht, welche Charakteristika diese telemedialen Berufsvermittlungsbilder aufweisen. Ergebnisse von Gruppendiskussionen zeigen, wie Jugendliche und junge Erwachsene sich dieses Format aneignen und sich darüber mit Anforderungen des heutigen Arbeitsmarktes auseinandersetzen.

Literatur:

Bröckling, Ulrich (2007). Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Gangloff, Tilmann P., (2008). Lebenshilfe mit Herz. Warum Coachingformate im Fernsehen so erfolgreich sind. In: tv diskurs 45(3), S. 62-68.

Hill, Annette (2005). Reality TV: Audiences and Popular Factual Television. London, UK: Routledge.

Honneth, Axel (1993). Die Wiederkehr der Armut. In: Merkur 47(531), S. 518-524.

Hradil, Stefan (2001). Soziale Ungleichheit in Deutschland. Opladen: Leske + Budrich.

Keupp, Heiner/Ahbe, Thomas/Gmür, Wolfgang/Höfer, Renate/Mitzscherlich, Beate/Kraus, Wolfgang/Straus, Florian (2006³). Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Reinbek: Rowohlt.

Klaus, Elisabeth (2008). Fernsehreifer Alltag: Reality TV als neue, gesellschaftsgebundene Angebotsform des Fernsehens. In: Thomas, Tanja (Hrsg.), Medienkultur und soziales Handeln. Wiesbaden: VS Verlag, S. 157-174.

Knop, Karin (2012a). Reality TV und Arbeitswelten: Inhalte und Rezeptionsweisen von Docu Soaps zum Thema Jobvermittlung. In: Stegbauer, Christian (Hrsg.), Ungleichheit: Medien- und kommunikationssoziologische Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag, S. 121-149.

Knop, Karin (2012b). Arbeitsvermittlung im Genre Reality TV. Mediale Repräsentationen zwischen Motivierung, Disziplinierung und Stigmatisierung. In: Medienjournal 2, Medien, Arbeit und Kultur, S. 5-19.

Krotz, Friedrich (2003). Medien als Ressource der Konstitution von Identität. Eine konzeptionelle Klärung auf der Basis des symbolischen Interaktionismus. In: Hepp, Andreas/Thomas, Tanja/Winter, Carsten (Hrsg.), Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln: Herbert von Halem, S. 27-48.

Krotz, Friedrich/Lange, Andreas (2010). Leistung und Stigmatisierung als Inszenierung im Fernsehen. Ein gesellschaftstheoretischer Rahmen. In: merz, 54, S. 8-14.

merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de

Langness, Anja/Leven, Ingo/Hurrelmann, Klaus (2006). Jugendliche Lebenswelten: Familie, Schule, Freizeit. In: Shell Deutschland Holding (Hrsg.), Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck. Hamburg: Fischer, S. 49-102.

Leven, Ingo/Quenzel, Gudrun/Hurrelmann, Klaus (2010). Familie, Schule, Freizeit: Kontinuitäten im Wandel. In: Shell Deutschland Holding (Hrsg.), Jugend 2010. Eine pragmatische Generation behauptet sich. Hamburg: Fischer, S. 53-128.

Mahnkopf, Birgit (2000). Formel 1 der neuen Sozialdemokratie: Gerechtigkeit durch Ungleichheit. Zur Neuinterpretation der sozialen Frage im globalen Kapitalismus. In: PROKLA. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, 121, S. 527-546.

Mansel, Jürgen/Kahlert, Heike (2007). Arbeit und Identität im Jugendalter vor dem Hintergrund der Strukturkrise. Ein Überblick zum Stand der Forschung. In: Mansel, Jürgen/Kahlert, Heike (Hrsg.), Arbeit und Identität im Jugendalter. Die Auswirkungen der gesellschaftlichen Strukturkrise auf Sozialisation. Weinheim: Juventa, S. 7-31.

Michelle, Carolyn (2007). Modes of Reception: A Consolidated Analytical Framework. In: Communication Review 10(3), S. 181-222.

Neckel, Sighard (2004). Tragödie des Erfolgs. Hoffen am Montag, diskurs 04 (Vortrag vom 21. Juni 2004)
<http://04.diskursfestival.de/pdf/vortragneckel.pdf>.

Neckel, Sighard (2008). Flucht nach vorn. Die Erfolgskultur der Marktgesellschaft. Frankfurt am Main: Campus.

Nolte, Andrea (2009). Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job. Jugendarbeitslosigkeit und Reality TV. In: tv diskurs 48(2), S. 54-57.

Schemer, Christian (2006). Soziale Vergleiche als Nutzungsmotiv? Überlegungen zur Nutzung von Unterhaltungsangeboten auf der Grundlage der Theorie sozialer Vergleichsprozesse. In: wirth, Werner/Schramm, Holger/Gehrau, Volker (Hrsg.), Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung. Köln: Herbert von Halem, S. 80-101.

Voß, Günter/Pongratz, Hans (2003). Arbeitskraftunternehmer. Erwerbsorientierungen in entgrenzten Arbeitsformen. Berlin: Edition Sigma.

Wegener, Claudia (2008). Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans. Wiesbaden, VS Verlag. Internetquelle www.prosieben.de/tv/deine-chance/episoden/chance-sendung-1.144397/.