

Serien vermitteln falsche Berufsbilder

Das Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster untersucht in einer aktuellen Studie das Spannungsverhältnis von Medien und Berufsvorstellungen Jugendlicher. Erste Ergebnisse belegen, dass Fernsehserien ein falsches und verzerrtes Bild der Berufswelt vermitteln. Mit einer Inhaltsanalyse wurden beliebte Serien wie Desperate Housewives, Gute Zeiten, schlechte Zeiten, Dr. House oder CSI Miami untersucht, eine zusätzliche Befragung von 1.300 Schülerinnen und Schüler ergänzt die Stichprobe. Demnach arbeiten junge Erwachsene hauptsächlich im Medienbereich, in der Modebranche oder der Gastronomie. Berufe wie die des Änderungsschneiders, des Bauglaserers oder Mechatronikers kommen eher nicht vor. Vergleicht man die Ergebnisse der Inhaltsanalysen mit der Berufsstatistik des Statistischen Bundesamtes wird schnell deutlich, dass die Serieninhalte wenig mit der Realität zu tun haben. Denn fast jeder Dritte der circa 40 Millionen berufstätigen Deutschen war 2007 in der Produktion beschäftigt, in den untersuchten Serien ist dies nur etwa ein Prozent. Dagegen arbeiten 30 Prozent der Darstellerinnen und Darsteller in der Gastronomie und im Bereich der sonstigen Dienstleistungen.

In der Realität sind diese Berufsgruppen mit drei und sieben Prozent deutlich kleiner. Insgesamt sind 35 Prozent der Serienberufe im deutschen Fernsehen thematisch in den Bereichen Verwaltung und Verteidigung und 19 Prozent im Gesundheits- und Sozialwesen einzuordnen. Dieses verzerrte Bild wirkt sich auf die Berufsvorstellungen der Jugendlichen aus. So steigt etwa der Wunsch, im Gesundheitswesen zu arbeiten, signifikant mit dem Sehen von gesundheitsbezogenen Serien, so die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Beispielsweise ist die Handwerksbranche im TV-Programm kaum vertreten, deshalb sei auch das Interesse an diesen Berufen eher gering. Dem Projekt liegt die Annahme zugrunde, dass die Medien – insbesondere das Fernsehen – den jugendlichen Berufswahlprozess in nicht unerheblichem Maße beeinflussen.

www.uni-muenster.de