

Die österreichische Journalistenausbildung im Kontext einer veränderten Berufswelt

KURZBERICHT
DEZEMBER 2019

Forschungsprojekt KOA 8.064/2018-006

gefördert aus Mitteln der KommAustria/RTR, gemäß § 11 Abs. 3 PresseFG 2004



Ass.Prof. Mag. Dr. Susanne Kirchhoff (Projektleitung)
Univ.-Prof. Dr. Rudolf Renger (stv. Projektleitung)

Unter Mitwirkung von: Mag. Ingrid Aichberger, Mag. Gisela Reiter, Mag. Gottfried Summerer, Andreas Röser BA, Konstantin Schätz BA, Luisa Wilczek BA

Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg/Abteilung Journalistik

Inhalt

1. Einleitung: Internationale Trends und Positionen zur Journalistenausbildung	3
2. Die Messung journalistischer Kompetenz.....	7
3. Methode und Untersuchungsdesign	8
4. Ergebnisse der Untersuchung des Lehrangebots (Inhaltsanalyse)	11
5. Ergebnisse der Gespräche mit Planungsverantwortlichen (Experteninterviews)	17
6. Fazit.....	21
7. Literatur	25

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Übersicht der Aus- und Weiterbildungseinrichtungen	9
Abb. 1: häufigste Kursthemen mit Medien-/Kommunikations-/Journalismus-Bezug (n=1199, %)	12
Abb. 2: weitere Kursthemen mit Medien-/Kommunikations-/Journalismus-Bezug (n=246, %)	13
Abb. 3: in den verschiedenen Institutionentypen vermittelte Kompetenzen (n=1818, %)	14
Abb. 4: Handlungskompetenz in Bezug auf verschiedene Medientypen (n=630, %)	15
Abb. 5: Anwendungsbezug der Journalismus-Kurse (n=1718, %).....	16

1. Einleitung: Internationale Trends und Positionen zur Journalistenausbildung

Die Journalismusausbildung ist mit der Herausforderung konfrontiert, für ein Berufsfeld auszubilden, das einem rasanten Wandel unterworfen ist. Journalistinnen und Journalisten arbeiten in einem zunehmend komplexen Umfeld (vgl. Deuze 2017), in dem zum einen die Produktions- und Distributionsabläufe immer schneller werden und die Interaktion mit dem Publikum neue Herausforderungen bereithält. Zum anderen entstehen angesichts der sinkenden Zahl der Arbeitsplätze in traditionellen Medienunternehmen neue, weniger vom Anzeigenmarkt abhängige Geschäftsmodelle, die ihrerseits Anpassungsleistungen von den Journalistinnen und Journalisten erfordern. Nicht zuletzt verschwimmen die Grenzen zwischen verschiedenen Berufszweigen wie Journalismus, Public Relations, Marketing, Werbung, Filmproduktion und Mediendesign zunehmend und neue Kommunikations- bzw. Medientechnologien verändern die Arbeitsabläufe von der Recherche bis zur Beitragsproduktion (vgl. Dernbach 2016: 484).

Für die Journalismusausbildung ist damit die Anforderung verbunden, den Nachwuchs auf „a lifelong journey of adaptation in a relentlessly changing media landscape“ (Pavlik 2013: 215) vorzubereiten. Dies betrifft nicht nur Kenntnisse und Fertigkeiten in Bezug auf die neuen Medien- und Kommunikationstechnologien, sondern auch die Kompetenzen, die erforderlich sind, um sich in den verändernden Strukturen des Arbeitsmarktes und der Medienunternehmen zu orientieren und in Folge auch etablieren zu können.

Vor diesem Hintergrund wurden in diesem Forschungsprojekt zunächst die Aus- und Weiterbildungsprogramme der einschlägigen Institutionen in Österreich erhoben, um eine aktuelle „Landkarte“ erstellen zu können. Darüber hinaus sollten aber auch die Herausforderungen des sich verändernden Berufsfeldes thematisiert und diskutiert werden. Die Forschungsfragen des Projektes lauten daher:

- Was ist die Struktur sowie die didaktische und inhaltliche Gestaltung der gegenwärtigen Curricula der Aus- und Weiterbildung im Journalismus in Österreich?
- Welche Ziele verfolgen die entsprechenden Einrichtungen in Bezug auf eine adäquate Aus- und Weiterbildung?
- Welche konkreten Kompetenzen sollen Curricula einer modernen Journalistenaus- und weiterbildung heute vermitteln?
- Vor welchen Herausforderungen sehen die betreffenden Institutionen die Journalistenaus- und weiterbildung derzeit?
- Welche Ideen und Konzepte existieren, um die veränderten und sich weiter verändernden Bedingungen journalistischen Arbeitens innovativ in didaktischen Modellen abzubilden? Gibt es konkrete Reaktionen, die sich in den Curricula niederschlagen?

Ziel des Projektes war es also, einen vergleichenden Überblick über die Curricula der einschlägigen Aus- und Weiterbildungsinstitutionen in Österreich zu erhalten. Darüber hinaus sollte aber auch eine Diskussion darüber erfolgen, vor welchen Herausforderungen die Journalismusaus- und weiterbildung gegenwärtig steht und wie sie auf die sich z.T. schnell verändernden Anforderungen an den Journalistenberuf reagiert bzw. reagieren kann.

Viele der grundlegenden Kompetenzen, die journalistische Qualität gewährleisten, bleiben auch unter den aktuellen Bedingungen unverändert. Dies gilt insbesondere für soziale Kompetenzen, eingeschränkt aber auch für fachspezifisches Wissen, das sich i.d.R. eher graduell als disruptiv verändert und daher laufend aktualisiert werden kann. Andere Kompetenzen verändern sich stärker, verschwinden oder kommen neu hinzu, so etwa Umgang mit Content Management Systemen, crossmediales Arbeiten, kuratierender Journalismus, Datenjournalismus, unternehmerischer Journalismus und Social Media Management, um nur einige Beispiele zu nennen.

Die Frage nach einer zeitgemäßen Journalistenausbildung führt allerdings über die Beschreibung des *Status Quo*, der Veränderungen und Anpassungen der vergangenen Jahre sowie der allfälligen Defizite hinaus. Denn ebenso wie der technologische, soziale und ökonomische Wandel des Journalismus zu einer intensivierten Diskussion und in Teilen zu einem kritischen Infrage-Stellen des Selbstverständnisses, der ökonomischen Verfasstheit und der gesellschaftlichen Funktionen des Journalismus geführt hat, ist auch die Journalismusausbildung von einer grundlegenden Erschütterung erfasst worden, die den Raum für die Diskussion einer weitreichenden Neuorientierung geöffnet hat.

Solange es dem Journalismus in seiner etablierten Form gut ging, konnte es sich auch die Journalismusausbildung gewissermaßen bequem machen, weil sie nichts Anderes leisten musste als sicherzustellen, dass die bewerteten journalistischen Praktiken und mit ihnen das Wissen um die gesellschaftliche Funktion des Journalismus den nachkommenden Generationen von erfahrenen Praktiker*innen und Akademiker*innen vermittelt wurden.

Doch als mit Beginn der 2000er Jahre der Status der Nachrichtenmedien zunehmend prekär wurde, konnten bisher gültige Gewissheiten in Bezug auf Rollenbild, Arbeitsweisen und Geschäftsmodell nicht mehr als unhinterfragte und unhinterfragbare Ziele der Journalistenausbildung präsentiert werden (Mensing 2010: 513; Drok 2019: 5).

Dies führt zu einer paradoxen Situation: einerseits ist international die Zahl der Journalismus-Studierenden vielerorts rückläufig und mit entsprechenden Budgetkürzungen verbunden, was in vielen Institutionen dazu führt, sich aus Vorsicht noch stärker darauf zu konzentrieren, möglichst passgenau für den Arbeitsmarkt auszubilden (Goodman/Steyn 2017). Andererseits erscheint es zunehmend fragwürdig, eine nachwachsende Journalistengeneration für ein Berufsbild auszubilden, das sich stark verändert, und für ein Arbeitsumfeld in den „klassischen“ Nachrichtenredaktionen der Medienunternehmen, deren Zahl langsam aber stetig sinkt (Mensing 2010: 513). Daher mehren sich die Diskussionsbeiträge, die verlangen, die Ziele der Journalismusausbildung grundlegend zu überdenken. So bedürfe es einer normativen Vision für die zukünftige Rolle des Journalismus in der Gesellschaft (Zelizer 2017) und die Journalismusausbildung müsse vom „follower-mode“, in dem der Bedarf der Medienbranche bedient wurde, in den „innovator mode“ wechseln, in dem sie die Entwicklung selbst (mit-)gestaltet und in „Journalismus-Laboren“ auf eine ungewisse Zukunft vorbereitet und nicht auf eine statische Gegenwart (Deuze 2006: 25).

Unter dem programmatischen Titel „Rethinking (again) the future of journalism education“ argumentierte Donica Mensing 2010 mit Blick auf die US-amerikanischen Universitäten dafür, Journalismusausbildung grundsätzlich neu auszurichten – weg von einer Orientierung am Bedarf der Medienunternehmen (industry-centered model) hin zu einer Orientierung auf

die Bedürfnisse der Gesellschaft (community-oriented model) (Mensing 2010: 512). Die Kernaussage ihres in der wissenschaftlichen Community breit rezipierten Diskussionsbeitrags lautet dabei, dass die bisherige Anforderung an die Schools of Journalism – Studierende mit Kompetenzen auszustatten, die der Arbeitsmarkt benötigt – im gegenwärtigen, disruptiven Umfeld aus zwei Gründen obsolet werde: Zum einen seien die althergebrachte Praktiken journalistischen Arbeitens nur mehr bedingt auf die Gegenwart anwendbar und neue Kompetenzen seien erforderlich. Zum anderen gingen die „klassischen“ Arbeitsplätze für Journalist*innen in den Medienunternehmen zunehmend verloren. Eine Journalistenausbildung, die an beidem festhielte bzw. sie als einzige Alternative anbiete, würde an Glaubwürdigkeit verlieren. Eine an Gemeinschaften orientierte Journalistenausbildung würde die Studierenden dagegen dazu anleiten, sich in gegenwärtige Kommunikationsprozesse zu integrieren (Mensing 2010: 513ff).

Dass viele dieser Positionen mittlerweile zum Mainstream der Diskussion über eine adäquate Ausbildung gehören, darauf verweisen exemplarisch zwei aktuelle Untersuchungen.

So zeigt eine Umfrage unter Mitgliedern der European Journalism Education Teaching Association (EJTA), die unlängst im Juli 2019 auf dem World Journalism Education Congress in Paris präsentiert wurde, dass „on average, European teachers believe that journalism should move in the direction of slower forms of journalism, aimed at citizens and not primarily at consumers.“ (Drok 2019: 67)

Danach gefragt, welche Fähigkeiten in den kommenden Jahren besonders wichtig werden, nannten die Befragten „verification skills (check claims, find original sources, find experts), research skills (in-depth, disclose, methods, statistics), social skills (communicate and cooperate across fault lines and borders), language skills (semiotics, receptive skills: listening!), analytical skills (main/side issues, false/true, context, (cor)relations)“.¹

Vergleichende explorative Interviews mit Curriculums-Entwickler*innen und Journalist*innen in Deutschland, Portugal, Rumänien und Ungarn im Rahmen des „Newsreel“-Projektes führten zum dem Ergebnis, dass Journalismusausbildung zunehmend unabhängig von der Medienindustrie gedacht (wenn auch nicht unbedingt umgesetzt) wird:

„One common theme presented by journalism educators was that there is no need to follow every trend; that journalism education should not try to include and embrace every new development in the industry, but teach core competencies and only those trends that are significant. The role of journalism educators rather should be that of critics who observe developments in the media and implement new skills and tools in their teaching only if relevant.“ (Bettels-Schwabbauer et al. 2018: 90)

Eine der Antworten auf die ständig wachsende Zahl der denkbaren – und mehr oder weniger relevanten – Kompetenzen, die die Journalismusausbildung vermitteln kann, scheint also eine (Rück?)-Besinnung auf „Kernkompetenzen“, „Grundlagen“ oder „Tugenden“ des Journalismus zu sein, wie es verschiedene Gesprächspartner*innen in der vorliegenden Untersuchung formulierten (vgl. dazu auch Kaltenbrunner et al. 2015: 22).

¹ Zitiert nach einer unveröffentlichten Präsentation (slides) des EJTA-Projektes beim WJEC 2019.

Zusammenfassend werden in der internationalen Diskussion einer zeitgemäßen Journalismusausbildung also einige Tendenzen erkennbar. An Bedeutung für künftige Journalist*innen-Generationen gewinnen demnach:

- unternehmerische Kompetenzen für Journalist*innen („entrepreneurial journalism“);
- ein tiefergehendes Verständnis und damit einhergehend die kritische Reflexion von Medientechnologien und Kommunikationsprozessen in einem Umfeld, das zunehmend durch Immersion in ubiquitäre Medien gekennzeichnet ist statt durch ritualisierte Interaktion mit Medien, und in dem sich die Dynamik von Fragmentierung und Vernetzung verändert hat;
- das Verständnis der Rolle von Journalist*innen in der Gesellschaft, die Vermittlung von gesellschaftlichen Werten und von Verantwortlichkeit sowie die Integration in von Journalist*innen in Gemeinschaften;
- Vernetzung, Kollaboration und Team-Orientierung im journalistischen Arbeiten und die Vermittlung entsprechender Kompetenzen;
- Innovation, Kreativität und erfahrungsbasiertes Lernen.

An Bedeutung verlieren dagegen:

- für den „Markt“, d.h. für die Erfordernisse von Medienunternehmen auszubilden, die immer weniger Bedarf an Journalist*innen haben;
- alle denkbaren Kompetenzen – vor allem im technologischen Bereich – zu vermitteln, weil dies angesichts der Vielzahl und der beschleunigten Entwicklung neuer Technologien von der Ausbildung nicht mehr geleistet werden kann und angesichts der Kurzlebigkeit mancher technologischer Trends und digitaler Plattformen auch kaum zielführend erscheint.

Die (z.T. normativen) Anforderungen an eine zeitgemäße Journalistenausbildung scheinen also klar umrissen. Es bleibt jedoch die Herausforderungen, die Transition zu bewerkstelligen und herauszufinden, wie und in welche Richtung Ausbildung innovativ sein kann und soll. Dementsprechend hielt die Arbeitsgemeinschaft *Media and Journalism Education* der *European Communication Research and Education Association* (ECREA) als Thema ihrer Jahrestagung 2017 fest:

„In order to prepare students for such a complex professional field, media educators have to reinvent or at least reset themselves. From teaching ‘how the world is’, to training ‘how to relate to a constantly changing world’. Not only do they need to keep up with ongoing innovation, they need to contribute to innovation as well as foster their professional legitimacy. Just as innovation, so is media education in the 21st century a process of trial and error. The inevitable question is: *How do we do this?*”²

² <https://ecreaeducation.wordpress.com/2016/12/13/call-for-papers-tilburg-2017/>

2. Die Messung journalistischer Kompetenz

Die vorliegende Studie verwendet eine Adaptation der von Gossel (2015: 5) identifizierten Kompetenzbereiche und Ausbildungsinhalte, die ihrerseits auf den Vorarbeiten von Nowak (2007) und anderen beruhen. Zum einen werden „Wertorientierung und Verantwortungsbereitschaft“, die bei Nowak (2007) und Gossel (2015) Teil der Basiskompetenz sind, hier unter Rückgriff (Weischenberg 1990) wieder als eigenständige Kompetenz *gesellschaftliche Orientierung* eingeführt, was vor dem Hintergrund der Diskussion um Vertrauensverlust, Fake News und demokratische Funktion der Medien und der neuerlichen Betonung von Ethik und Verantwortlichkeit in der Ausbildung angemessen erscheint. Zum anderen ist eine Anpassung der Definitionen der verschiedenen Kompetenzbereiche in Teilen notwendig, weil Gossels Analyseraster für eine Befragung konzipiert wurde, bei der bzgl. deutlich feiner differenziert werden kann als bei einer Inhaltsanalyse, die auf den Kursbeschreibungen basiert.

- *Fachkompetenz* "bezieht sich allgemein auf Kenntnisse und Fähigkeiten, die zur berufsspezifischen Wahrnehmung von Aufgaben gehören. Auch die *Methodenkompetenz ist deshalb Teil der Fachkompetenz. Zur journalistischen Fachkompetenz zählen Kenntnisse über die Funktionsweise von Medien und des Mediensystems.*" (Nowak 2007: 92; vgl. Schobel 2005: 104)
- *Handlungskompetenz* "ist die Fähigkeit, Fach- und Sachkompetenz anzuwenden. Dieser Kompetenzbereich beinhaltet methodisch-instrumentelle Fähigkeiten, oft als ‚journalistisches Handwerk‘ bezeichnet. Dazu gehören journalistische Arbeitstechniken und journalistische Schlüsselkompetenzen. Diese erlangen Journalisten vor allem durch reflektierte Medienerfahrung. ." (Nowak 2007: 95)
- *Technikkompetenz* bedeutet die „Befähigung zum Umgang mit für verschiedenste journalistische Tätigkeiten relevanten techn. Geräten, digitalen Tools und Software sowie Programmierkenntnisse“ (Gossel 2015: 4; Loosen/Weischenberg 2002: 98)
- *Sachkompetenz* "beinhaltet ressortspezifisches Wissen." (Nowak 2007: 92)
- *Basiskompetenzen* "bilden die Grundlage für Fach-, Sach- und Handlungskompetenz. Sie sind nicht journalismusspezifisch, sondern spielen bei vielen Berufstätigkeiten eine wichtige Rolle. Journalismusspezifisch sind lediglich Ausprägung und Kombination. Soziale Kompetenzen beziehen sich auf das Verhältnis des Einzelnen anderen gegenüber." (Nowak 2007: 89) Zu den Basiskompetenzen zählen z.B. Kreativität, Kritikfähigkeit und Kooperationsbereitschaft (Hömberg 2002a: 28).
- *Managementkompetenz* umfasst jene „Kompetenzen, die dazu befähigen. Projekte selbständig durchzuführen, z.B. Führungsfähigkeit, Verhandlungsgeschick, Zeitmanagement, Kostenmanagement, Qualitätsmanagement, Projektplanung“ (Gossel 2015: 5)
- *unternehmerische Kompetenz* wird verstanden als Befähigung zu unternehmerischem Denken und Handeln, insbesondere – aber nicht ausschließlich – mit Blick auf selbständiges unternehmerisches Handeln (vgl. Gossel & Kalka 2015:147f.).
- *gesellschaftliche Orientierung* bezeichnet das Verständnis der professionellen Werte des Journalismus (Unabhängigkeit, Kritische Reflexion, ethische Grundlagen etc.) und seiner gesellschaftlichen Funktion (vgl. Donsbach 2012: 41; Weischenberg 1990: 58f.)

3. Methode und Untersuchungsdesign

Das Forschungsprojekt wurde in einem dreistufigen Untersuchungsdesign umgesetzt. Nach der Recherche der einschlägigen Aus- und Weiterbildungsangebote, wurde zunächst eine *quantitative Inhaltsanalyse* der jeweiligen Curricula bzw. Kursprogramme durchgeführt, mit der die Fragen 1 und 3 beantwortet werden sollten.

Die Fragen 2, 3, 4 und 5 waren in der zweiten Phase Gegenstand von *problemzentrierten Interviews* mit Expert*innen aus den ausgewählten Institutionen, die in aller Regel mit der Leitung der Institution und/oder mit der Planung des Kursangebots betraut sind.

Abschließend wurden die Ergebnisse im Rahmen einer Veranstaltung den Interviewpartner*innen und weiteren Stakeholdern vorgestellt und diskutiert.

Auswahl der Aus- und Weiterbildungseinrichtungen: Zu Beginn des Projektes wurden die Curricula und Lehrinhalte der einschlägigen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen recherchiert. Hilfestellung gaben dabei die existierenden Informationsmaterialien mit Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Journalist*innen (Dorer et al. 2001; Kaltenbrunner et al. 2014; Hoofacker/Meier 2017) sowie Darstellungen der Entwicklung der Aus- und Weiterbildung (Renger et al. 1997ff.; Fabris 2002; Kaltenbrunner et al. 2007; Dorer et al. 2010), darüber hinaus wurde aber auch eigenständig – insbesondere an den Fachhochschulen und im Weiterbildungssektor – recherchiert.

Anders als in Deutschland gibt es in Österreich kein genuin journalismuswissenschaftliches Universitätsstudium, jedoch haben alle Institute mit kommunikationswissenschaftlichen Studien eine Professur für Journalistik. Die Fachhochschulen, die in aller Regel privatwirtschaftlich unter Beteiligung von Bundesländern, Gemeinden, Wirtschaftskammern usw. organisiert sind, bieten im Bereich Medien/Kommunikation/Journalismus vor allem interdisziplinäre Studien, insbesondere als Kombination mit Wirtschaft oder Informatik, an. Wie an den Universitäten machen daher die journalistischen bzw. journalismuswissenschaftlichen Inhalte hier nur einen kleinen Teil des Gesamtangebots aus. Da die Fachhochschulstudien aber ebenso wie die Universitäten einen wichtigen Teil der Ausbildung leisten und viele Berufseinsteiger*innen entsprechende Studien absolviert haben, wurde für beide ein umfassender Zugang gewählt.

Hinsichtlich der verschiedenen, größtenteils vereinsrechtlich organisierten Anbieter von Aus- und Weiterbildung im außeruniversitären Sektor war die Auswahl insofern einfacher, als nur solche berücksichtigt wurden, die sich explizit an Journalist*innen – egal ob mit wenig oder viel Berufserfahrung – wenden. Zugleich zeigen diese Angebote (zusammen mit den Fachhochschulen) aber auch, wie sehr sich der Aus- und Weiterbildungsmarkt mittlerweile ausdifferenziert hat. Das Angebot zeichnet sich durch eine bemerkenswerte regionale Vielfalt aus, verfügt über unterschiedliche Trägerschaften (etwa Verbände, Zusammenschlüsse von Medienhäusern, katholische Kirche) und fokussiert z.T. unterschiedliche Mediensparten.

Doch auch damit wäre die gegenwärtige Situation nur unvollständig beschrieben, denn ein nicht unerheblicher Teil der Aus- und Weiterbildung findet in Redaktionen statt. Exemplarisch wurden daher auch einige Angebote großer Medienunternehmen und freier Medien einbezogen (Tab. 1).

Uni Wien	Forum Journalismus und Medien	APA Campus
Uni Salzburg	Kuratorium für Journalistenausbildung	ORF**
Uni Klagenfurt	Privatsenderpraxis	Die Presse–Akademie
Uni Innsbruck	Oberösterreichische Journalistenakademie	Orange 94.0
Donau-Uni Krems	Tiroler Journalistenakademie	Freirad Innsbruck
Webster University	Friedrich Funder Institut	Radiofabrik Salzburg
FH Joanneum Graz	Österreichischer Journalisten Club	Okto TV*
FH Burgenland	Katholische Medienakademie	
FH Oberösterreich	Akademie für Dialog u. Evangelisation*	
FH Wien WKW	Dossier Academy	
FH St. Pölten	mokant.at*	
FH Salzburg		* nur Inhaltsanalyse
FH Kufstein*		** nur Interview

Tab. 1: Übersicht der Aus- und Weiterbildungseinrichtungen

In Summe wurden so einunddreißig Institutionen in das vorliegende Forschungsprojekt einbezogen. Diese vergleichsweise vielleicht hohe Zahl wird durch das Bestreben gerechtfertigt, einen möglichst breiten Überblick über die tatsächlich sehr vielfältige Aus- und Weiterbildungslandschaft in Österreich zu bieten. Zudem erlaubt die Methode der Inhaltsanalyse, jederzeit einzelne Institutionen bzw. Kursangebote aus dem Datensatz herauszufiltern und so spezifischere Auskünfte zu erhalten.

Die Curricula und Lehrinhalte der ausgewählten Institutionen wurden in der *ersten Phase* nach verschiedenen Kriterien systematisch kategorisiert, zu denen unter anderem Aufbau, Inhalte, Lernziele, eingesetzte Lehr- und Lernmethoden, Einbringen (wissenschaftlicher) Erkenntnisse und Erfahrungen aus der Praxis und Medieneinsatz zählen. Die inhaltsanalytische Kodierung mit offenen und geschlossenen Kategorien erlaubt im Anschluss sowohl vergleichende als auch quantifizierende Aussagen über die jeweiligen Aus- und Weiterbildungsprogramme (vgl. Früh 2017).

Die Inhaltsanalyse sollte zwei Forschungsfragen beantworten:

- Was ist die Struktur sowie die didaktische und inhaltliche Gestaltung der gegenwärtigen Curricula der Aus- und Weiterbildung im Journalismus in Österreich?
- Welche konkreten Kompetenzen sollen Curricula einer modernen Journalistenaus- und weiterbildung heute vermitteln?

Für die ausgewählten Einrichtungen wurde das Angebot voll erhoben. Insgesamt wurden in dreißig Institutionen der Aus- und Weiterbildung für Journalist*innen in Österreich

siebenundsechzig verschiedene Programme mit insgesamt 1818 Kursen im Zeitraum zwischen dem 01.09.2018 und dem 31.08.2019 kodiert.

Das Kodierblatt bestand aus drei unterschiedlichen Teilen, da sich die Kodiereinheiten unterschieden. Für die Kodiereinheit „Institution“ – d.h. für die gesamte Einrichtung - wurden strukturelle Merkmale wie der Typ der Institution kodiert, für die Kodiereinheit „Programm“ – d.h. für die jeweiligen Studien, Zertifikatskurse, Workshops usw. – weitere strukturelle Merkmale wie Zielgruppe, Zugangsbeschränkungen und Modularisierung. Für die Kodiereinheit „Kurs“ wurden sowohl formale als auch inhaltliche und didaktische Merkmale kodiert. Die Variablen wurden in Bezug auf Häufigkeitsverteilungen, z.T. mit Hilfe von Eigenschaftsindexen (multiplikative Indexe), ausgewertet. In der Aufbereitung der Ergebnisse wurden zudem die Unterschiede zwischen den einzelnen Institutionstypen herausgearbeitet.

In der *zweiten Phase* wurden in den untersuchten Institutionen jeweils Personen in Leitungsfunktionen kontaktiert – i.d.R. direkt und per e-mail. Die insgesamt neunundzwanzig Gesprächspartner*innen waren zu etwa gleichen Teilen entweder mit der Leitung der Einrichtung betraut (Geschäftsführung, Generalsekretariat, Vorstandsvorsitz, Fachbereichsleitung o.ä.) oder mit der Planung und Umsetzung des Angebots (Studien- bzw. Kursprogrammleitung). Die problemzentrierten Interviews wurden im Zeitraum Anfang Juni bis Anfang August 2019 von zwei zuvor geschulten Interviewer*innen geführt. Sie dauerten zwischen fünfunddreißig und neunzig Minuten und fanden – je nach Wunsch und terminlicher Verfügbarkeit der Gesprächspartner*innen – entweder als persönliches Gespräch oder via Skype statt. Ein Interview wurde auf Wunsch der Gesprächspartnerin als Doppelinterview geführt.

Anhand des Leitfadens wurden ggf. allfällige Unklarheiten in Bezug auf die Curricula geklärt. Vor allem sollte dieser Teil der Untersuchung aber dazu dienen, eine Einschätzung zu Anforderungen der Journalismusaus- und Weiterbildung zu erhalten. Deshalb wurden im Interview die folgenden Themenfelder angesprochen:

- durch den digitalen Wandel entstandene Herausforderungen für den Journalismus
- Möglichkeiten, diesen Herausforderungen in der Aus- und Weiterbildung zu begegnen; Implementierung neuer Inhalte
- zentrale Themen und Kompetenzen für eine zeitgemäße Aus- und Weiterbildung
- innovative Inhalte und Didaktik;
- Rolle der Aus- und Weiterbildung gegenüber den Medienunternehmen
- Herausforderungen für die Aus- und Weiterbildung in Österreich

Alle Interviews wurden auf Basis von Audioaufzeichnungen im genauen Wortlaut transkribiert und anschließend im Rahmen einer qualitativen Inhaltsanalyse (vgl. Mayring 2015) in MAXQDA kodiert, wobei die Kategorien induktiv gebildet wurden.

In der *abschließenden Phase* des Projektes wurden die ausgewerteten und entsprechend aufbereiteten Ergebnisse der Untersuchung mit Stakeholdern aus den untersuchten Institutionen diskutiert. Diese Einschätzungen wurden für den abschließenden Projektbericht ebenfalls entsprechend aufbereitet.

4. Ergebnisse der Untersuchung des Lehrangebots (Inhaltsanalyse)

a) Das *Angebot*: In den vierunddreißig untersuchten Institutionen wurden insgesamt siebenundsechzig Programme kodiert, von denen fünfzehn auf die Universitäten und sechzehn auf die Fachhochschulen entfallen. Hinzu kommen sechsunddreißig Angebote nichtakademischer Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, in die exemplarisch auch die Angebote von vier freien Medien zwei internen Lehrredaktionen von Medienhäusern aufgenommen wurden. Als Abschlüsse werden die akademischen Titel Bachelor (14) und Master (11) verliehen, im nichtakademischen Bereich in der Regel Zertifikate (9). Allerdings wurden auf knapp der Hälfte der betreffenden Webseiten (30) keine Informationen bzgl. eines Abschlusses gefunden.

b) Die *Zielgruppe*: Die meisten der untersuchten Programme verstehen sich laut eigenen Angaben als Ausbildung. Zu diesen dreiundvierzig Programmen (64%) zählen für Berufseinsteiger*innen konzipierte Kurse der nichtakademischen Einrichtungen sowie alle akademischen Bachelor-Studien und mit einer Ausnahme (MA Politische Kommunikation der Donau-Universität Krems) auch die Masterstudien. Insgesamt neun (13%) Programme richten sich exklusiv an Menschen mit Berufserfahrung und fünfzehn (22%) richten sich an beide Gruppen.

c) Die *Anmeldevoraussetzungen* sind dementsprechend bei mehr als zwei Drittel der Programme unspezifisch bzw. niedrighochschwellig: Für 39% der Programme wird ein höherer Schulabschluss verlangt. Dabei handelt es sich vor allem um Universitäten und Fachhochschulen. Für 34% – ausschließlich aus dem nichtakademischen Aus- und Weiterbildungssektor – wird keinerlei vorherige Qualifikation verlangt. Die verbleibenden 27% wählen gezielter aus und führen im Rahmen des Bewerbungsprozesses ein Assessment durch und/oder erwarten eine schriftliche Bewerbung.

d) Die *Struktur der Programme*: Während im Zuge des Bologna-Prozesses die Universitäts- und Fachhochschulstudien heute weitestgehend modularisiert sind, ist dies naheliegender Weise bei nichtakademischen Angeboten seltener der Fall. Eine Modularisierung setzt ein entsprechend umfangreiches und komplexes „Gesamtpaket“ voraus, das für private Träger, die tendenziell eher thematisch fokussierte, flexible und berufsbegleitende Angebote machen, i.d.R. nicht von Interesse ist. Dementsprechend finden sich auch in allen Universitätsstudien und – mit einer Ausnahme – fast allen Fachhochschulstudien *aufeinander aufbauende Kurse*, während dies bei siebenundzwanzig von sechsunddreißig nichtakademischen Programmen nicht der Fall ist.

e) Die *Dauer*: In Bachelor-Studiengängen beträgt die Regelstudienzeit sechs Semester, in Masterstudiengängen und Universitätslehrgängen vier Semester, in den Zertifikatsprogrammen der Donau-Universität Krems zwei Semester (daneben wird ein viersemestriges Master-Studium angeboten). Bei den weiteren Aus- und

Weiterbildungseinrichtungen ist die Dauer der Programme breit gefächert und reicht von einem Tag bis zu mehreren Wochen.

f) Die Kursinhalte (n=1818) wurden in dieser Untersuchung mehrfachkodiert, wobei die erste Merkmalsausprägung dem zentralen, im Titel angegebenen, Thema entspricht. Mit Blick auf das *zentrale Thema* des Kurses ist zunächst festzuhalten, dass die fünf am häufigsten vermittelten Inhalte im Bereich der Anwendung von AV-Geräten und -software, Kommunikations-/Medien- und Journalismustheorien, Marketing und Public Relations sowie Medienmanagement liegen (vgl. Abb. 1). Angebote, die gegenwärtige Entwicklungen aufnehmen, sind ebenfalls unter den zwanzig häufigsten Kursthemen vertreten, insbesondere Medienmanagement, redaktionelles Management, Mediendesign/Layout, Online bzw. Social Media Journalismus sowie IT- und Web-Skills und Datenjournalismus – die beiden letztgenannten allerdings an den Universitäten und Fachhochschulen. Deutlich wird auch, dass es bei der Verteilung fast aller Themen deutliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Institutionen gibt.

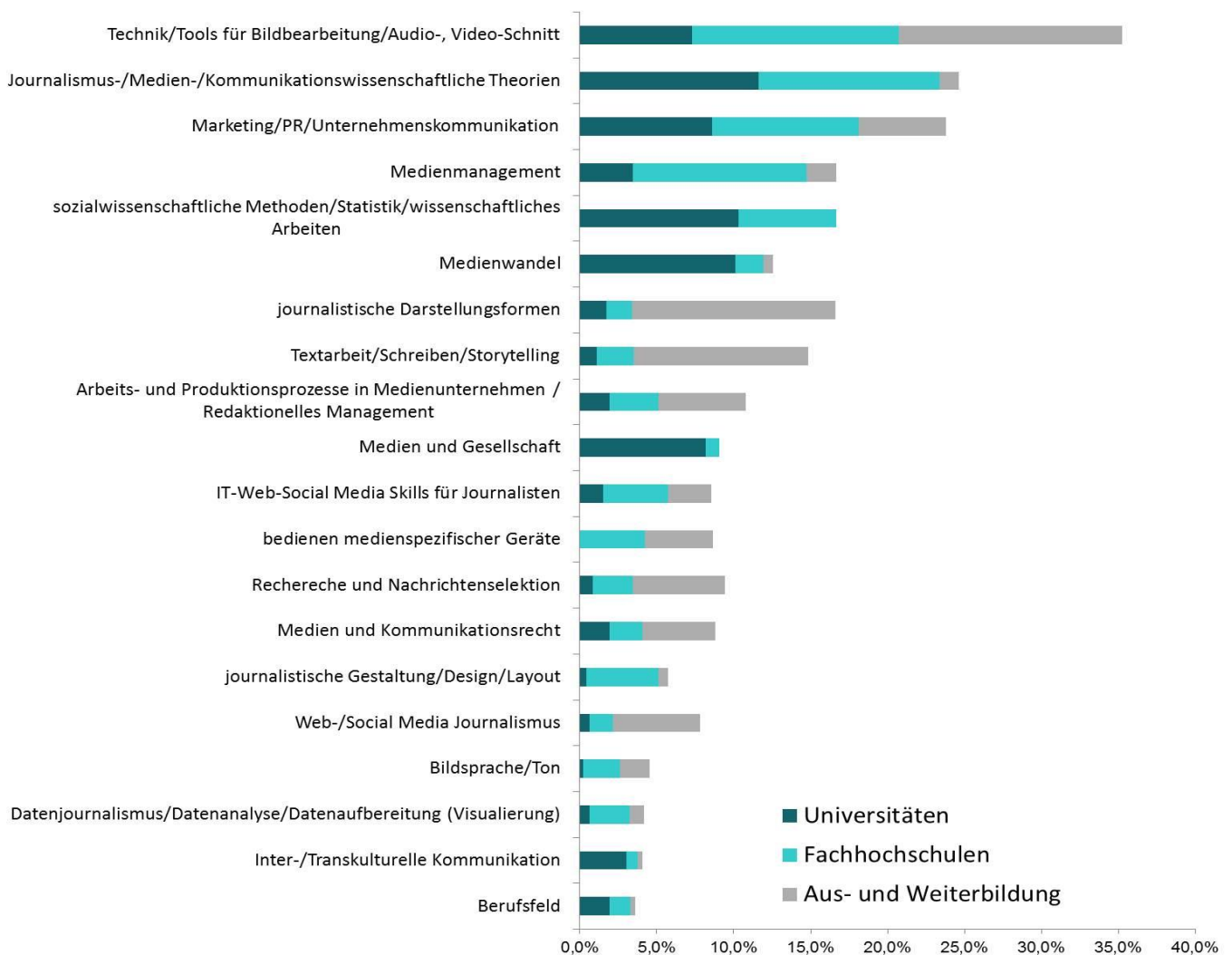


Abb. 1: häufigste Kursthemen mit Medien-/Kommunikations-/Journalismus-Bezug (n=1199, %)

g) Unter den *weiteren journalismus- und medienbezogenen Inhalten*, die in der Analyse kodiert wurden (n=246), soll an dieser Stelle lediglich mit Bezug auf die internationale Diskussion über eine zeitgemäße Journalismusausbildung (vgl. Kapitel 1) auf einige Inhalte hingewiesen werden, die nur in geringem Umfang angeboten werden. Keines der im Folgenden genannten Themen macht mehr als 1,5% der angebotenen Kurse in den jeweiligen Typen von Einrichtungen aus: Mobile Reporting und Multimedia Storytelling, Medienökonomie und Vermittlung unternehmerischer Kompetenzen, Medienethik und gesellschaftliche Funktion des Journalismus, Nutzungsgewohnheiten der Publika, Interaktion mit Nutzer*innen und Medienwirkungen in digitalen Umgebungen (vgl. Abb. 2).

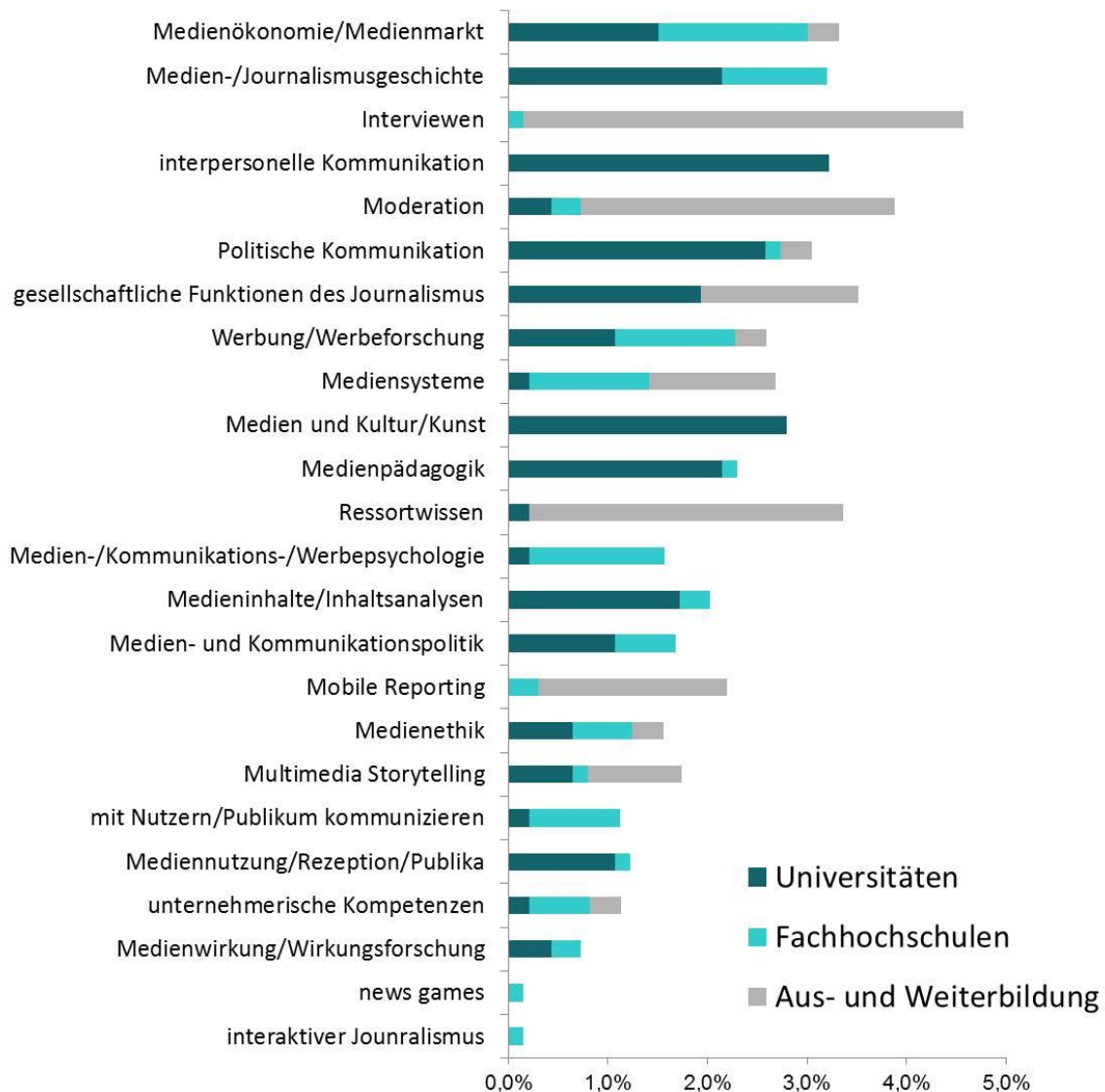


Abb. 2: weitere Kursthemen mit Medien-/Kommunikations-/Journalismus-Bezug (n=246, %)

h) *Weitere Inhalte*, die nicht unmittelbar journalismus- und medienbezogen sind (n=373), wurden zunächst offen kodiert und dann in einem zweiten Schritt zusammengefasst und rekodiert. Auch wenn diese Inhalte überwiegend von den Fachhochschulen, die auf interdisziplinäre Studien setzen, angeboten werden (und also aus den Studienplänen bereits im

Überblick ersichtlich sind), erschien es sinnvoll, noch einmal genauer nachzusehen. Dabei wird deutlich, dass die überwiegende Mehrheit der entsprechenden Fachhochschulkurse (n=284) in den Bereichen Informatik (28,9%) und Wirtschaftswissenschaft (BWL/VWL, Rechnungswesen/Controlling, Management, Vertrieb/ Verkauf und Consulting zusammen 17,3%) angesiedelt sind, dass außerdem Fremdsprachen (11,3%) und Konfliktmanagement - und Führungsfähigkeiten (zusammen 8,4%) regelmäßige Themen von Veranstaltungen sind – je nachdem wo der Schwerpunkt der jeweiligen Studien liegt. Aus- und Weiterbildungseinrichtungen (n=65), die ihren eigenen Anliegen gemäß auf die journalismusbezogenen Inhalte spezialisiert sind, bieten vor allem „Sprech- und Präsentationsfähigkeiten“ (27,7%) und „Wissen über spezielle Themenfelder“ (33,9%) als konkrete Hilfestellungen für den Arbeitsalltag an. Universitäten (n=24) vermitteln stattdessen weitere Inhalte vor allem durch Zweitstudien und freie Wahlfächer und scheinen deshalb an dieser Stelle kaum auf.

i) *Kompetenzbereiche*: Entsprechend der inhaltlichen Unterschiede im Kursangebot der Institutionen sind auch die Kompetenzen, die von den Teilnehmer*innen erworben werden können, unterschiedlich (vgl. Abb. 3). Die Universitätsstudien (n=489) vermitteln insbesondere Fachkompetenz (67,3% des Angebots), gefolgt von journalistischer Handlungskompetenz (16,0%) und Kompetenz im Umgang mit Medientechnik und -technologie (9,0%). Die gleiche Reihenfolge gilt für die Fachhochschulen (n=947), allerdings fällt hier die Differenz deutlich geringer aus (Fachkompetenz: 31,2%, Handlungskompetenz: 20,8%, Technikkompetenz: 17,2%). Innerhalb des Programms der nichtakademischen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen (n=382) macht die Handlungskompetenz den größten Anteil aus (50,3%), gefolgt von Technikkompetenz (18,9%).

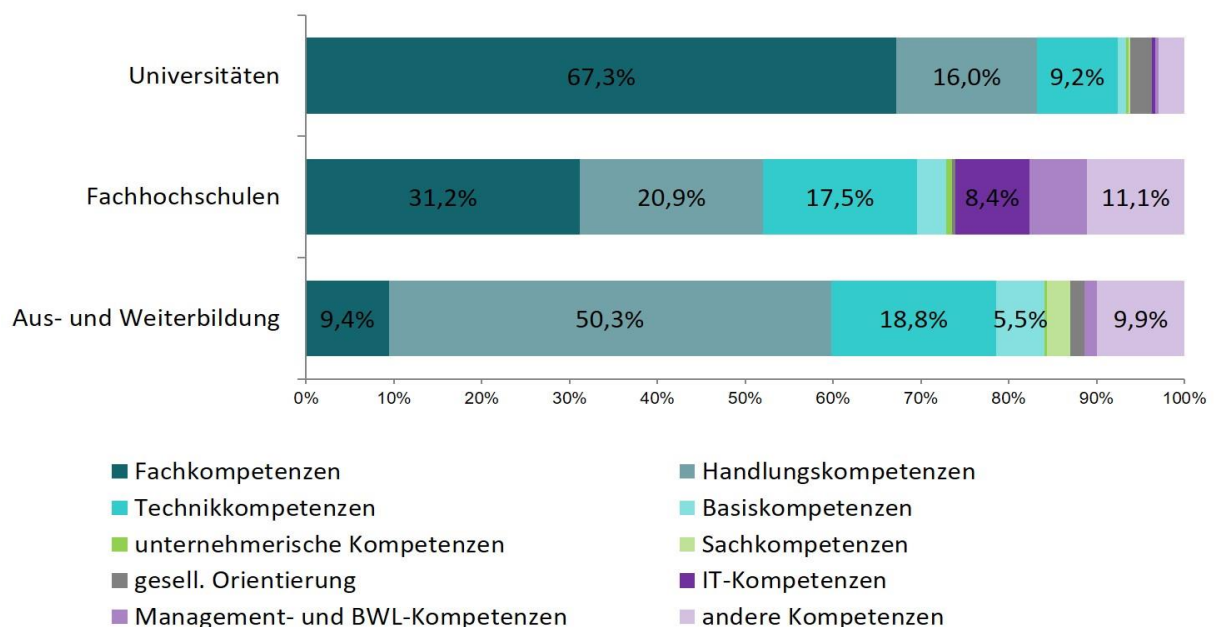


Abb. 3: in den verschiedenen Institutionentypen vermittelte Kompetenzen (n=1818, %)

j) Die Digitalisierung hat die Arbeitsweisen und Produkte des Journalismus in vielerlei Hinsicht verändert. Kompetenz im Bereich *Online- und Social Media-Journalismus* ist daher ein wichtiger Bestandteil der Aus- und Weiterbildung. Anhand der Kursbeschreibungen wurden in dieser Untersuchung insgesamt fünfhundertvierzehn Kurse mit journalismusbezogenen Themen kodiert. Von diesen haben an den Universitäten und an den Aus- und Weiterbildungseinrichtungen jeweils etwas mehr als ein Viertel (27,1% bzw. 25,7%) außerdem einen expliziten Online- und/oder Social Media-Bezug. An den Fachhochschulen liegt der Anteil mit 41,4% deutlich höher – dies könnte allerdings wiederum mit der interdisziplinären Ausrichtung einzelner Studien zusammenhängen.

k) Insgesamt sechshundertdreißig der kodierten Kurse vermitteln praktische Fertigkeiten für den Journalismus bzw. *Handlungskompetenzen in Bezug auf verschiedene Medientypen*. Dazu zählen neben dem Handwerkszeug wie Recherchieren, Schreiben und Storytelling auch das Bedienen von Medientechnik und Software-Kenntnisse, wobei beides i.d.R. in einem Kurs vermittelt wird (und auch kaum voneinander zu trennen wäre). Hinsichtlich der Medientypen, die dabei im Mittelpunkt stehen, zeigen sich jedoch zwischen den Institutionen deutliche Unterschiede (vgl. Abb. 4). An den Universitäten und Fachhochschulen liegen Online/Social-Media-Kurse nach der AV-Produktion auf Rang zwei, crossmediales Arbeiten nimmt noch vor Audioproduktion den dritten Rang ein – gleichauf bzw. vor dem Verfassen von Texten. An den nichtakademischen Einrichtungen belegen Online/Social Media und Crossmedia nach Text und Audio die Ränge drei und vier (wobei mit „Text“ nicht nur die Produktion für Printmedien gemeint ist, sondern allgemein die Produktion des geschriebenen Wortes unabhängig von der Art und Weise in der der Artikel publiziert wird – sofern nicht explizit angegeben ist, dass es sich um Schreiben für Online bzw. Social Media handelt).

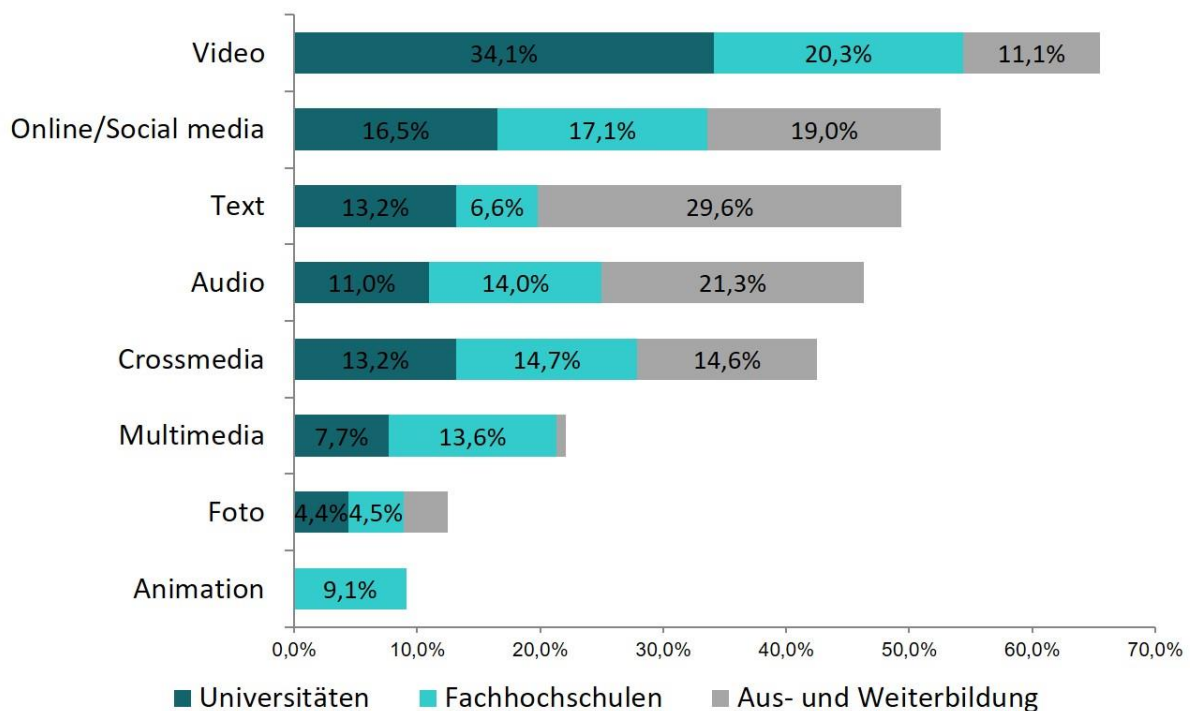


Abb. 4: Handlungskompetenz in Bezug auf verschiedene Medientypen (n=630, %)

1) Der Vergleich der *Journalismuskurse mit oder ohne Anwendungsbezug* mit anderen Kursinhalten, bei denen Angaben zu Anwendungsbezug vorlagen (n=1718), verdeutlicht, dass dieser in allen Institutionentypen hoch ist, wenn man die unterschiedlichen Bildungsziele berücksichtigt. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden Kurse als anwendungsbezogen kodiert, in deren Beschreibungen explizit Anwendung/Praxis genannt wurde, und/oder die von Praktiker*innen gelehrt und/oder eine praktische Leistung erwartet wurde (n=1818). Innerhalb des jeweiligen Institutionentyps ist der Anteil anwendungsbezogener Kurse am Gesamtangebot bei den Aus- und Weiterbildungseinrichtungen am höchsten (79,3%), gefolgt von den Fachhochschulen (63,6%) und den Universitäten (37,2%). Insgesamt ist aber festzuhalten, dass bei allen Institutionen der „Praxis-Anteil“ recht hoch ist – auch an den Universitäten beträgt das Verhältnis noch annähernd 60:40.

Für die Journalistik-Veranstaltungen, die weniger als ein Viertel des Portfolios der (überwiegend kommunikationswissenschaftlichen) Studien ausmachen, gilt sogar, dass der Anteil von Lehrveranstaltungen mit Anwendungsbezug doppelt so hoch ist wie der ohne Anwendungsbezug. An den Fachhochschulen und in der nichtakademischen Aus- und Weiterbildung ist der Anteil der anwendungsbezogenen Kurse am Gesamtangebot gemäß ihrem Auftrag noch einmal deutlich höher und liegt bei knapp siebzig bzw. über achtzig Prozent; und das Verhältnis zwischen Praxis-Kursen und Kursen, die Theorie und Hintergrundwissen für den Journalismus vermitteln, fällt ebenfalls deutlicher zugunsten des Anwendungsbezugs aus (vgl. Abb. 5).

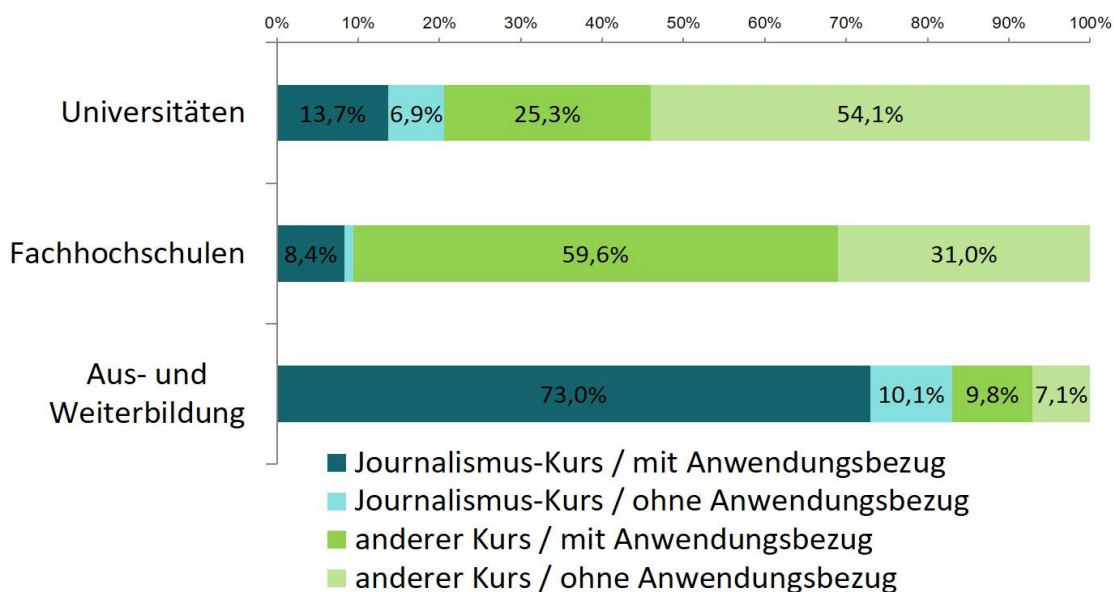


Abb. 5: Anwendungsbezug der Journalismus-Kurse (n=1718, %)

5. Ergebnisse der Gespräche mit Planungsverantwortlichen (Experteninterviews)

a) *Herausforderungen durch den digitalen Wandel:* Zwei der zentralen Fragen des Projektes beschäftigten sich mit den weitreichenden Veränderungen der technologischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen des Journalismus, die die Digitalisierung induziert hat. Die Gesprächspartner*innen wurden gebeten, die größten Herausforderungen für den Journalismus zu nennen, die in ihrer Wahrnehmung durch die Digitalisierung entstanden sind. Anschließend wurde auch gefragt, wie Aus- und Weiterbildung auf diese Herausforderungen reagieren bzw. wie sie mit den z.T. sehr schnellen Veränderungen im Journalismus umgehen kann. Bzgl. der Herausforderungen durch die Digitalisierung wurde von den Interviewten häufig nicht zwischen Journalismus und Aus- und Weiterbildung getrennt. Mit anderen Worten: Herausforderungen des Journalismus sind oft auch Herausforderungen für die Aus- und Weiterbildung, die auf die Entwicklungen reagieren muss. Als Herausforderungen für den Journalismus und für die Aus- und Weiterbildung, die durch den digitalen Wandel wurden am häufigsten genannt:

- Die Geschwindigkeit der technologischen Entwicklung, d.h. den Anschluss an den (technologischen) Wandel der Medien nicht zu verlieren; mit den sich verändernden Tools und der Geschwindigkeit, mit der relevante digitale Plattformen wechseln, umgehen zu können – und trotz allem weiterhin gute Geschichten zu erzählen.
- Um die Veränderungen in den Kompetenzanforderungen, Recherche- und Darstellungsmitteln und sowie nicht zuletzt den Rahmenbedingungen des Journalismus in der Aus- und Weiterbildung angemessen vermitteln zu können und dabei eine sinnvolle Auswahl zu treffen, ist es allgemein notwendig, die Transformationsprozesse zu verstehen und Entwicklungen (zeitig) abschätzen zu können, aber auch die Grenzen der Digitalisierung zu erkennen.
- die wachsende Zahl von Kompetenzen, die Journalist*innen benötigen > Die technologische Entwicklung (Nachrichtenplattformen, Software, Coding, Datenanalyse usw.) aber auch das crossmediale Arbeiten und das Verschwinden einiger Medienberufe (z.B. Cutter, Layouter, zunehmend auch Kamera und Ton) haben zu zusätzlichen Kompetenzanforderungen für Journalist*innen geführt, die nicht nur zu einer Überforderung der Journalist*innen und zu Qualitätsverlust führen können, sondern auch die Aus- und Weiterbildung vor Herausforderungen stellen, die insbesondere die Schwerpunktsetzung/Auswahl betreffen und daher eng mit dem vorangegangenen Punkt verbunden sind.
- Ein weiterer Komplex von Antworten bezieht sich auf die Möglichkeiten der Desinformation im digitalen Raum, die Eskalation von Nachrichtenprozessen und den Verlust des Vertrauens in den Journalismus. Vor diesem Hintergrund stellen Glaubwürdigkeit und Qualitätssicherung Herausforderungen für den Journalismus (und wichtige Themen für die Aus- und Weiterbildung) dar
- Mit der Krise des anzeigienorientierten Geschäftsmodells der traditionellen Medienhäuser seit der Mitte der 2000er Jahre hat sich außerdem die Frage der Finanzierung mit neuer Dringlichkeit gestellt, die mittelbar auch Auswirkungen auf die Aus- und Weiterbildung hat.

b) *Umgang mit durch die Digitalisierung bewirkten Veränderungen:* Die teils hohe Geschwindigkeit von Änderungen, die Unterscheidung von kurzlebigen Trends und dauerhaften Veränderungen sowie die Möglichkeiten, darauf inhaltlich und personell zu reagieren, wurden in den Gesprächen nur selten als Problem beschrieben. Zum Erkennen von wichtigen, aktuellen Entwicklungen und als Ideengeber für neue Kursthemen wurde am häufigsten der kontinuierliche Austausch mit der Praxis empfohlen. So naheliegend, einfach umzusetzen und wichtig dies ist, ist dennoch zu fragen, ob nicht eine Überbetonung von Erfahrungen und Wahrnehmungen der in der Branche etablierten Personen zum einen dazu verleiten kann, althergebrachte Praktiken zu perpetuieren, und zum anderen dazu führen kann, dass sich Aus- und Weiterbildung vollständig auf den kurz- und mittelfristigen Bedarf der Branche ausrichtet, statt Entwicklungen der nahen Zukunft, die sich in anderen Ländern möglicherweise bereits abzeichnen, zu antizipieren und/oder das Berufsbild zumindest ein Stück weit aktiv zu gestalten. Dafür wäre ein „Blick über den Tellerrand“ der unmittelbaren Branchen-Umgebung erforderlich. Konkurrenzanalysen, wissenschaftliche Forschungserkenntnisse und die Beobachtung internationaler Tendenzen, Austausch auf internationalen Konferenzen u.ä. wurden jedoch deutlich seltener als Mittel genannt, um aktuelle Entwicklungen im Journalismus zu erkennen und in die Aus- und Weiterbildung zu integrieren. In Summe sind beide – der stetige Austausch mit der Praxis und die mehr oder weniger systematische Beobachtung von Entwicklungen außerhalb des unmittelbaren Umfeldes – in der österreichischen Aus- und Weiterbildungslandschaft fest verankert, wenn auch unterschiedlich stark.

c) Für die *Gestaltung der Kursprogramme* wird empfohlen, neue Themen zunächst in einer Art und Weise zu integrieren, die ein hohes Maß an Flexibilität erlaubt. Erst wenn sich Trends etablieren, sollen sie dauerhaft im Angebot installiert werden. Dies erscheint angemessen und sinnvoll und wird in der Praxis in aller Regel auf zwei Arten umgesetzt. Zum einen können neue Trends als einzelne Elemente in einen Kurs eingebaut werden, zum anderen können sie in den Bereichen des Angebotes ihren Platz finden, die ohne größeren strukturellen und personellen Aufwand flexibel verändert werden können. In den Universitäten und Fachhochschulen sind dies entweder einzelne Kurse im Rahmen eines Moduls oder ggf. ganze Wahlmodule. Nur wenn sich etwas dauerhaft als notwendig erweist, wird es möglicherweise in die Pflicht- bzw. Grundlagenmodule einbezogen und dafür ggf. das Curriculum adaptiert (was notwendigerweise ein längerer Prozess ist). In den nichtakademischen Einrichtungen, welche Grundlagen- und Weiterbildungskurse anbieten, wird im Prinzip ähnlich verfahren. In beiden Fällen bleiben Kurse bzw. Module, die Grundlagen vermitteln, in der Regel unangetastet.

d) Den *Kern der Aus- und Weiterbildung* bilden nach Ansicht der Befragten die für den Journalismus grundlegenden Fach- und Handlungskompetenzen sowie „Haltung“ (Ethik, Verantwortlichkeit, Kritikfähigkeit, Unabhängigkeit, Reflexionsfähigkeit). Demgegenüber wurde Technikkompetenz mehrfach explizit als nachrangig bezeichnet. Es bedürfe eines grundlegenden Verständnisses der Technik, der Möglichkeiten, sie einzusetzen, ihrer Grenzen usw., das konkrete Produkt könne dann aber idealerweise in Kooperation mit Spezialist*innen (für z.B. interaktive Grafiken) gestaltet werden oder entsprechende Fähigkeiten könnten

jeweils bei Bedarf erworben werden. Begründet wird diese Schwerpunktsetzung i.d.R. damit, dass es zu viele mögliche Kompetenzen gäbe, als dass Aus- und Weiterbildung darauf reagieren könne und/oder dass man neue (Technik-) Kompetenzen besser im Job und bei konkretem Bedarf am Gegenstand lerne. Als wichtigste „neue skills“ wurden Datenkompetenz sowie Fertigkeiten in den Bereichen Visualisierung, multimediales Storytelling und crossmediales Arbeiten genannt – letzteres wird auch dann als notwendige Kompetenz für Journalist*innen angesehen, wenn man dieser Entwicklung skeptisch gegenübersteht.

Als wichtiger Punkt ist hervorzuheben, dass sich in mehreren Interviews die Befragte kritisch darüber äußerten, alle Entwicklungen im Journalismus in der Aus- und Weiterbildung umzusetzen. Dementsprechend finden sich in den Interviews – über alle Institutionentypen hinweg – immer wieder Formulierungen wie „abwarten“, nicht alles mitmachen“ oder „innehalten“. Darin drückt sich die Forderung aus, dass Aus- und Weiterbildung aktiv gestalten solle statt sich von Trends treiben zu lassen.

e) Hinsichtlich der *didaktischen Methoden* der Aus- und Weiterbildung zeigt sich, dass in Österreich eher auf Bewährtes gesetzt wird. Grundsätzlich erachten die Befragten eine gute didaktische Qualität der (externen) Lehrenden für wichtig, außerdem sollte die Vermittlung von journalistischen Kompetenzen einen hohen Übungsanteil aufweisen. Besonders betont wurde wiederholt das Feedback, das Lehrende den Teilnehmer*innen auf ihre Arbeiten geben sollten. In diesem Forschungsprojekt wurde allerdings spezifischer nach dem Einsatz *innovativer* didaktischer Methoden gefragt. Auf diese Frage antworteten die Gesprächspartner*innen mit den zuvor genannten Punkten. Darüber hinaus wurde blended learning, d.h. eine Mischung aus Online- und Präsenzanteilen des Kurses mehrfach genannt, auch als „flipped bzw. inverted classroom“, bei dem die Wissensvermittlung durch Lehrende in den Online-Bereich verlagert und die Präsenzzeit für Übungen genutzt wird (im Unterschied zu traditionelleren Formen der Wissensvermittlung mit einer umgekehrten Aufteilung). Der von Kaltenbrunner et al. (2014: 9) identifizierte Trend zum blended learning scheint sich demnach fortzusetzen. Weitere Möglichkeiten der Kompetenz-Vermittlung wurden dagegen nur vereinzelt genannt: öffentliche Präsentation und Diskussion der fertigen journalistischen Produkte (wobei der Herstellungsprozess dekonstruiert wird), *educative playing*, d.h. der spielerische Erwerb von Kompetenzen und *service- oder community-oriented learning*, bei dem im Vermittlungsprozess z.B. durch die Art der hergestellten Produkte ein – i.d.R. gesellschaftlicher – Mehrwert erzeugt wird.

f) Bezüglich Inhalten und Didaktik war abschließend auch von Interesse in welcher *Rolle* sich Aus- und Weiterbildung *gegenüber der Medienbranche* sieht. Die beiden Grundpositionen sind von Deuze (2006: 25) als „‘follower’ mode, where the mission of the school or program centers on training as a reflection of the actual wants and needs of the profession“ und als ‘innovator’ mode, where journalism training is seen as a development laboratory, preparing students for a changing future rather than a static present“ beschrieben worden. Auf die Frage, ob Aus- und Weiterbildung sich am Bedarf der Medienbranche orientieren müsse oder die Branche auch gestalten kann, antworteten die meisten Interviewten mit „Beides“. Mehrfach wurde die Beziehung zwischen den allgemeinen Anforderungen des

Arbeitsmarktes oder auch den konkreten Wünschen der Medienhäuser und den eigenen Vorstellungen, Wünschen und Interessen dabei als „Balanceakt“ beschrieben. Möglichkeiten, die Entwicklung der Branche mitzugestalten, werden jedoch vor allem hinsichtlich ethischer Standards, Qualitätsstandards, Verantwortung und Rollenverständnis gesehen, die durch die Absolvent/innen in die Redaktionen hineingetragen werden. Nur selten wurde Aus- und Weiterbildung als ein Labor für künftige Entwicklungen oder als Freiraum zur Entwicklung der Kreativität von Teilnehmer/innen gesehen. Dies ist umso auffälliger, weil Kompetenzen, die es ermöglichen mit dem Wandel des Journalismus kreativ und flexibel umzugehen, andernorts bereits seit einigen Jahren zum Repertoire der Aus- und Weiterbildung zählen: sei es durch die Vermittlung betreffender Kreativ- und Innovations-Kompetenzen, durch die Einrichtung von „Media Innovation“-Professuren oder die Einrichtung von „Development Labs“, in denen Studierende verschiedener Disziplinen gemeinsam experimentielle Produkte erstellen (vgl. Kaltenbrunner/Luef 2015: 24). Einige wenige Gesprächspartner*innen sehen die Gestaltung der Medienbranche durch den Input der Aus- bzw. Weiterbildungseinrichtungen explizit als eine Verantwortung für die Zukunft. Weil die Anforderungen an den Beruf in fünf oder zehn Jahren nicht unbedingt dieselben seien wie heute, gehöre zu den Aufgaben der Aus- und Weiterbildung, in der Branche das Bewusstsein für Veränderungen im Berufsprofil zu fördern, die anderswo bereits passieren. Darüber hinaus sei es insbesondere für Bachelor- und Masterstudierende, die unter Umständen erst nach einigen Jahren voll in den Beruf einsteigen, wichtig, an zukünftig erforderliche Kompetenzen zu denken.

g) *Herausforderungen der Aus- und Weiterbildungslandschaft in Österreich:* Neben den Herausforderungen, vor denen Aus- und Weiterbildung durch den digitalen Wandel steht und die in ganz Europa und darüber hinaus ähnlich gelagert sind, wurde auch nach den spezifischen Herausforderungen der Bildungslandschaft in Österreich gefragt.

Die verschiedenen Themen, die die Gesprächspartner*innen hier ansprachen, umfassten zum einen Fragen der Qualitätssicherung in der Aus- und Weiterbildung, inhaltlich-thematische Überschneidungen zwischen einzelnen Einrichtungen und unklare Aus- bzw. Weiterbildungsprofile der Programme sowie damit zusammenhängend die mangelnde Orientierungshilfe für Interessent*innen, die oft nicht genau wüssten, was sie in den jeweiligen Programmen erwartet und daher nicht abschätzen können, ob das Angebot ihre Interessen, Erwartungen und Fähigkeiten entspricht.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Finanzierung der Angebote, bei denen die Probleme je nach Institutionentyp unterschiedlich gelagert sind. So sind für die Universitätsstudien die auf Bundesebene beschlossenen Folgen der Umstellung der Hochschulfinanzierung in diesem Jahr speziell unter dem Gesichtspunkt der Mittelbemessung auf Basis der sog. Prüfungsaktivität derzeit noch nicht absehbar, während an den Fachhochschulen allgemeiner die finanzielle Ausstattung, die die Bundesländer und die weiteren Träger zur Verfügung stellen, genannt wurde. Die anderen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen sind dagegen von den sinkenden finanziellen und personellen Ressourcen der Medienunternehmen betroffen, die dazu führen, dass weniger Mitarbeiter*innen an Kursen teilnehmen. Dies korrespondiert auf individueller Ebene mit der sinkenden Nachfrage von Journalist*innen, die sich privat zu Kursen anmelden und ebenfalls weniger Zeit und Geld zur Verfügung haben (diese sinkende Bereitschaft zur Fortbildung ist 2015 auch bereits in einer Journalistenbefragung des

Medienhauses festgestellt worden, vgl. Kaltenbrunner/Luef 2015). Die Notwendigkeit einer Neustrukturierung der Finanzierung von Aus- und Weiterbildung allgemein sowie speziell der Presseförderung ist dementsprechend mehrfach thematisiert worden.

Darüber hinaus wurden als weitere Punkte werden von je zwei bis drei Interviewten der fehlende Austausch oder die fehlende Abstimmung untereinander und die zu große Zahl von Absolvent*innen für den Arbeitsmarkt erwähnt. Ebenso viele sehen für keine Herausforderungen.

6. Fazit

Da Aus- und Weiterbildungsangebot für Journalist*innen hat sich in Österreich in den vergangenen zwei Jahrzehnten ausdifferenziert und weiter regionalisiert, auch wenn die überwiegende Mehrheit der Programme nachwievor in Wien angesiedelt ist. Diese Ausdifferenzierung der Aus- und Weiterbildungslandschaft fällt zeitlich mit den vielfältigen Veränderungen zusammen, die die Digitalisierung bzgl. der Geschäftsmodelle der Medien, der Arbeitsprozesse in den Redaktionen, der journalistischen Produkte, des Mediennutzungsverhaltens und nicht zuletzt der von Journalist*innen benötigten Kompetenzen ausgelöst hat. Auch wenn diese Veränderungen im internationalen Vergleich in Österreich weniger disruptiv sind als in anderen Ländern, stellen sie die Aus- und Weiterbildung hierzulande vor verschiedene Herausforderungen.

Inhaltlich ist die Digitalisierung nicht nur in den Redaktionen, sondern auch in der Aus- und Weiterbildung angekommen. Das zeigte sich in der Inhaltsanalyse zum einen bereits an der Benennung von Studiengängen wie bspw. *MA Digital Communication Leadership* (Universität Salzburg), *MA Journalismus und neue Medien* (FH Wien WKW), *MA Digital Media Production* (FH St. Pölten), interdisziplinären Studien wie *BA/MA Information, Medien, Kommunikation* (FH Burgenland) oder Weiterbildungsangeboten wie bspw. *Certified Program Digitaler Journalismus* (Donau-Universität Krems) und *Lehrgang Digitale Kommunikation* (APA Campus).

Zum anderen spiegelt sich die Entwicklung eine Ebene tiefer im konkreten Kursangebot wieder. Kurse mit – laut Beschreibung – explizitem Online- oder Social Media-Bezug machen je nach Institutionentyp zwischen fünfundzwanzig und gut vierzig Prozent aus, wobei der Anteil an den Fachhochschulen – vor allem wohl aufgrund der interdisziplinären Ausrichtung einiger Studien – am höchsten ist. Außerdem kann vermerkt werden, dass der Anwendungsbezug – auch an den allgemein als theorielastig wahrgenommenen Universitäten – vor allem in den Kursen, die explizit Journalismus vermitteln, in allen Institutionentypen hoch ist.

Naheliegender Weise können in allen Institutionen die „big three“ Fach-, Handlungs- und Technikkompetenz erworben werden, alle weiteren – Sach-, Basis- und unternehmerische Kompetenz sowie gesellschaftliche Orientierung – spielen demgegenüber eine untergeordnete Rolle. Dabei setzten die jeweiligen Institutionen jedoch klare Schwerpunkte, die durchaus im Rahmen des Selbstverständnisses bzw. des Bildungsauftrags liegen: An den Universitäten überwiegt die Fachkompetenz deutlich, an den nichtakademischen Einrichtungen dagegen die

Handlungskompetenz, wohingegen das Verhältnis zwischen den drei Kompetenzen an den Fachhochschulen ausgeglichener ist (Fachkompetenz gefolgt von Handlungs- und Technikkompetenz).

Im Rahmen dieses Projektes war außerdem von Interesse, ob und in welchem Umfang Themen integriert werden, die aktuell in der internationalen Diskussion als besonders wichtig für die Journalistenaus- und Weiterbildung erachtet werden (vgl. Kapitel 1). Um es kurz zusammenzufassen: Die Digitalisierung ist zwar in der österreichischen Aus- und Weiterbildungslandschaft angekommen, einige Phänomene jedoch mehr als andere. Kurse zum medialen Wandel, zu Web- und Social Media skills für Journalist*innen, Datenjournalismus, Visualisierung und Medienmanagement gehören zu den zwanzig häufigsten Kursinhalten im Jahr 2018/19 (vor allem allerdings im Hochschulsektor). Defizite gibt es jedoch bei einer Reihe von Themen, die laut verschiedener europäischer Studien künftig an Bedeutung gewinnen werden oder dies bereits tun. Nicht in den „Top20“ der Inhalte im Jahr 2019/20 zu finden sind: Medienethik und die gesellschaftliche Funktion des Journalismus, Entrepreneurial Journalism und unternehmerische Kompetenzen für Journalist*innen, Mobile Reporting und Multimedia Storytelling, interaktiver Journalismus und Kommunikation mit Nutzer*innen. Wenn es um die demokratiepolitische Rolle des Journalismus geht, um die Anforderung, sich in einem zunehmend prekären Arbeitsmarkt zu positionieren, um aktuellste Trends der Berichterstattung und nicht zuletzt um die Gestaltung der Beziehung zum Publikum, bestehen also noch Defizite.

Das Zwischenfazit der aus der Inhaltsanalyse gewonnenen Erkenntnisse fällt daher gemischt aus. Die österreichische Aus- und Weiterbildungslandschaft hat sich nicht nur diversifiziert, sie wird auch den gegenwärtigen Anforderungen hinsichtlich der Anwendungsorientierung und der Integration von durch die Digitalisierung entstandenen Phänomenen weitgehend gerecht. Letzteres greift jedoch bei weitem noch nicht alle Themen auf, die auf europäischer Ebene aktuell für bedeutsam erachtet werden.

Dass allerdings einige dieser Themen den Leiter*innen und Planungsverantwortlichen der Programme durchaus ein Anliegen sind, wurde in den Expert*inneninterviews deutlich.

Ein wichtiger Trend, der in den Interviews immer wieder genannt wurde, ist die wachsende Bedeutung von unternehmerischem Denken und Selbstvermarktung. Mehrere Befragte verwiesen entweder positiv auf entsprechende Angebote im Haus oder merkten selbstkritisch an, dass es daran bisher in ihrer Institution noch mangle.

Eine weitere, grundlegendere Position, die den europäischen Trend spiegelt, wie u.a. die diesjährige Befragung der EJTA-Mitglieder zeigt (vgl. Drok 2019), ist die immer wieder betonte Relevanz von „Haltung“ (ethischem Bewusstsein, Reflexionsfähigkeit, Verantwortung) im Journalismus. Aus- und Weiterbildung nimmt damit das Unbehagen, welches in gesellschaftlichen Diskursen über gezielte Desinformation und Fake News in Social Media, Filterblasen, Echo Chambers und Vertrauensverlust in etablierte Medien zum Ausdruck kommt, auf und reagiert in positiver Weise, in dem das Bewusstsein für journalistische Verantwortung und Qualität (weiter) gestärkt werden soll.

Ebenfalls international anschlussfähig ist die Betonung der Vermittlung von Grundlagen journalistischen Arbeitens gegenüber Technikkompetenzen. Konkreter formuliert sehen fast alle Befragten den Kern der Aus- und Weiterbildung in Recherche, Storytelling,

Darstellungsformen, Wissen über das Mediensystem usw. und nicht in skills für den Umgang mit neuen technologischen Tools. Das Verhältnis zu Kompetenzen im Umgang mit neuen Technologien ist in aller Regel ambivalent: Man will und kann nicht auf sie verzichten – weil sie im Arbeitsalltag benötigt werden (können) und nicht zuletzt, weil es seitens der Medienunternehmen, aber auch der Teilnehmer*innen entsprechende Erwartungen gibt. Andererseits sind solche Kurse oft kostenintensiv, man muss geeignete Lehrende finden und Plattformen, Software etc. können schnell veralten. Als eine mögliche Position wird daher die Ansicht vertreten, in Kursen ein grundlegendes Verständnis von Technologie und ihrer Bedeutung zu vermitteln und das konkrete Lernen dann in die Redaktionen zu verlagern als „training on the job“.

Während die hier skizzierten Themen und Positionen den Status Quo auf europäischer Ebene widerspiegeln, werden darüber hinaus international einige weitere Aspekte einer angemessenen Aus- und Weiterbildung diskutiert, die ihren Weg nach Österreich – zumindest bisher nicht oder nur vereinzelt – gefunden haben. Diese betreffen vor allem Innovationen in der Aus- und Weiterbildung auf verschiedenen Ebenen.

Als eine wesentliche Herausforderung der Digitalisierung wird die Geschwindigkeit der technologischen Entwicklung gesehen, die ständig neue Tools für den Journalismus und damit einhergehend neue Technikkompetenzen in der Aus- und Weiterbildung verlangt. Wenn es darum geht, solche Veränderungen zu erkennen und Ideen für neue Inhalte im Angebot zu gewinnen, vertrauen die Befragten allerdings größtenteils auf den regelmäßigen Austausch mit der journalistischen Praxis. Das ist einerseits naheliegend und sinnvoll, da auf diese Weise Entwicklungen in den Redaktionen unmittelbar in den Institutionen ankommen. Es birgt aber – wenn man sich zu sehr darauf verlässt – auch die Gefahr, Bewährtes einfach immer weiter fortzuschreiben, denn die für Medienunternehmen festgestellte institutionelle Trägheit (vgl. Ryfe 2016) kann so auch in die Aus- und Weiterbildungseinrichtungen getragen werden.

Desweiteren sind hier die didaktischen Methoden zu nennen, mit denen Kompetenzen für den Journalismus vermittelt werden. Dass didaktische Methoden wie design thinking, inverted classroom, peer group learning oder community-oriented learning nur gelegentlich bekannt sind und/oder angewendet werden, dürfte auch damit zusammenhängen, dass didaktische Ausbildung für Lehrende nur punktuell und vor allem im Hochschulsektor stattfindet – und auch dort nicht für externe Lehrende. Als Königsweg wird überwiegend das praktische Lernen an konkreten Projekten gesehen, das von einem Input und Feedback der Lehrenden gerahmt wird – und das sich durchaus bewährt hat. Nur in Ausnahmefällen wurde daneben jedoch auch die Möglichkeit erwähnt, Kursteilnehmer*innen zu eigener Kreativität anzuleiten, sie mit Produkten experimentieren zu lassen und sich selbst zu erproben (auf diesen Umstand hat auch die vorangegangene Studie des Medienhauses Wien hingewiesen, vgl. Kaltenbrunner et al. 2015: 24).

Damit einhergehend werden zwar „Future Labs“ und andere Formen des Experimentierens mit journalistischen Arbeitsweisen und Produkten gelegentlich als Best Practice-Beispiele von Kursen erwähnt, in den Worten des niederländischen Journalismusforschers Mark Deuze (2006: 25) befindet sich die österreichische Aus- und Weiterbildungslandschaft aber dennoch insgesamt fest im „Follower-Mode“. Auch wenn von einzelnen Stakeholdern in Richtung

„Innovator-Mode“ gedacht wird – die Vorstellung, dass Aus- und Weiterbildung nicht nur den Bedarf der Medienunternehmen befriedigen müsse, sondern auch ein Impulsgeber sein könnte, der die Journalismusbranche gestalten und über die Qualitätssicherung bzw. Vermittlung von Ethik und Verantwortlichkeit hinaus das Berufsprofil formen kann, ist hierzulande nicht verankert.

Europaweit steht die Aus- und Weiterbildung trotz allfälliger Unterschiede in den jeweiligen nationalen Bildungslandschaften angesichts der Digitalisierung und der mit ihr einhergehenden Veränderungen im Journalismus vor ähnlichen Herausforderungen. Die Interviews mit Stakeholdern aus den verschiedenen Aus- und Weiterbildungsinstitutionen haben gezeigt, dass diese Herausforderungen auch hier größtenteils wahrgenommen werden, obwohl (noch?) nicht alle Eingang in die Kursprogramme gefunden haben. Klar im Trend liegen die Befragten mit der Ansicht, dass angesichts der stetig wachsenden Zahl möglicher relevanter Kompetenzen für den Beruf und der ebenfalls wachsenden und sich ständig verändernden technologischen skills eine Auswahl getroffen werden muss. Diese erfolgt durch eine (Rück?-)Besinnung auf das, was gutes journalistisches Arbeiten im Kern ausmacht: Recherche, verantwortlicher Umgang mit Informationen und gutes Erzählen. Dennoch bleibt eine doppelte Herausforderung: einerseits die journalistische Arbeit – und ihre Vermittlung in der Aus- und Weiterbildung – so an die veränderten Kommunikationsprozesse in digitalen Umgebungen anzupassen, dass Journalismus diese Standards erfüllt und gesellschaftlich relevant bleibt; und andererseits den Anschluss an technologische Entwicklungen nicht zu verlieren, die Erwartungen der Medienunternehmen und der Teilnehmer*innen hinsichtlich einer entsprechenden Aus- und Weiterbildung zu bedienen und evtl. sogar den mittelfristigen Bedarf zu antizipieren.

Zusammenfassend und stellvertretend für viele andere Befragte lässt sich deshalb die Argumentation bzgl. des Umgangs mit den Folgen der Digitalisierung in den Worten eines Gesprächspartners ausdrücken:

„Man muss ein Verständnis für die Transformation des Journalismus haben und wissen, was wichtig ist. Das ist jetzt natürlich das Offensichtliche – zu sagen: ‘Man muss wissen, was wichtig ist!’ Ich denke, was ich meine ist – man muss wissen, welchen Entwicklungen man folgt und wann, aber nicht allein um des Folgens willen.“

7. Literatur

Bettels-Schwabbauer, Tina/Leih, Nadia/Polyák, Gábor/Torbó, Annamária/Pinto Martinho, Ana/Crespo, Miguel/Radu, Raluca (2018): Newsreel. New Skills for the Next Generation of Journalists. Erasmus+ Research Report. Online:
http://newsreel.pt.ehu/sites/newsreel.pt.ehu/files/REPORT/new_skills_for_the_next_generation_of_journalists_-_research_report.pdf

Dernbach, Beatrice (2016): Ausbildung für Journalismus. In: Löffelholz, Martin/Rothenberger, Liane (Hg.): Handbuch Journalismustheorien. Wiesbaden: Springer VS, 475-487.

Deuze, Mark (2006): Global Journalism Education. A conceptual approach. *Journalism Studies* 7(1), 19-34.
<https://doi.org/10.1080/14616700500450293>

Deuze, Mark (2017): Media Life and Work as Challenge to Media Education. Keynote for ECREA TWG 2017 conference "Trial and Error. Media Education in a Changing Media World". Online:
www.trialanderror.fhj.nl/wp-content/uploads/2017/05/Deuze-Media-Life-and-Work-as-a-Challenge-to-Media-Education.pdf

Donsbach, Wolfgang (2012): Hausaufgaben noch immer nicht gemacht: Versäumnisse und Konzepte der Journalistenausbildung. In: Dernbach, Beatrice/Loosen, Wiebke (Hg.): Didaktik der Journalistik. Konzepte, Methoden und Beispiele aus der Journalistenausbildung. Wiesbaden: Springer VS, 31-44.

Dorer, Johanna (2001): Aus- und Weiterbildung für Journalistinnen und Journalisten. Historische Entwicklung und Stand der Ausbildungssituation in Österreich. In: *Publizistik* 46 (9), 383-402.

Dorer, Johanna/Götzenbrucker, Gerit/Hummel, Roman (2010): The Austrian Journalism Education Landscape. In: Terzis, Georgios (Hg.): *European Journalism Education*. Bristol: Intellect, 81-92.

Drok, Nico (2019): Journalistic Roles, Values and Qualifications in the 21st Century. How European journalism educators view the future of a profession in transition. Windesheim; Zwolle: EJTA. Online:
<https://www.ejta.eu/sites/ejta.eu/files/2019%2004%2012%20DROK%20Report%20RVQ.pdf>

Fabris, Hans-Heinz (2002): Österreich. Auf halbem Weg zur Professionalisierung. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Hömburg, Walter (Hg.): *Journalistenausbildung für eine veränderte Medienwelt. Diagnosen, Institutionen, Projekte*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 39-47.

Früh, Werner (2017): *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK, 9. Aufl.

Goodman, Robyn S./Steyn, Elanie (2017): *Global Journalism Education: Challenges and Innovations*. Austin/Tx: Knight Center for Journalism in the Americas. Online: <https://knightcenter.utexas.edu/ebook/global-journalism-education-challenges-and-innovations>

Gossel, Britta M. (2015): Quo Vadis Journalistenausbildung? Teil 2: Beschreibung, Bewertung und Verbesserung der journalistischen Ausbildung. In: Will, A. (Hrsg.). *Diskussionspapiere Menschen – Märkte – Medien – Management*, 02/2015. Online: https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00032011/DMMMM-2015_02.pdf

Gossel, Britta/Kalka, Romy. (2015): Entrepreneurial Journalism - JournalistInnen als UnternehmerInnen? Eine empirische Bestandsaufnahme von Entrepreneurship Education im Rahmen der Journalistenausbildung in Deutschland. In: Pagel, Sven (Hg.): *Schnittstellen (in) der Medienökonomie*. Baden-Baden: Nomos, 143 – 163.

Hooffacker, Gabriele/Maier, Klaus (2017): La Roches Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland, Österreich, Schweiz. Wiesbaden: Springer VS.

Hömberg, Walter (2010): Journalistenausbildung an Hochschulen – eine Erfolgsgeschichte? Eine Textcollage aus vier Jahrzehnten und ein Resümee. In: Eberwein, Tobias/Müller, Daniel (Hg.): Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. Wiesbaden, Springer VS, 283-312.

Kaltenbrunner, Andy/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2007): Weiterbildung als Qualitätssicherung. Studie des Medienhauses Wien, Kurzfassung. Online: https://www.rtr.at/de/ppf/Kurzberichte2006/4246_Weiterbildung_als_Qualitaetssicherung.pdf

Kaltenbrunner, Andy/Luef, Sonja/Lugschitz, Renée/Käfer, Patricia/Martí, Mónica (2014): Publizistik.net: Aus- und Weiterbildungswege für JournalistInnen in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Studie des Medienhauses Wien, Kurzfassung. Online: https://www.rtr.at/en/ppf/KB2013/31900_publizistik.net.pdf

Kaltenbrunner, Andy/Luef, Sonja (2015): GeneralistInnen vs. SpezialistInnen. Zur Veränderung von Berufsfeld und Qualifikationsbedarf im Journalismus. Studie des Medienhauses Wien, Forschungsbericht. Online: https://www.rtr.at/de/ppf/Kurzbericht2014/MHW-Forschungsbericht_Ver%C3%A4nderung_von_Berufsfeld_und_Qualifikationsbedarf_im_Journalismus.pdf

Loosen, Wiebke/Weischenberg, Siegfried (2002): Das Drehkreuz der Redaktion. Kompetenz-Dimensionen des Datenbank-Journalismus. In: Medien und Kommunikationswissenschaft 50(1), 93–101.

Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 12., überarb. Aufl. Weinheim; Basel: Beltz.

Mensing, Donica (2010): Rethinking (again) the future of journalism education. In: Journalism Studies 11(4), 511-523, DOI: 10.1080/14616701003638376

Nowak, Eva (2007): Qualitätsmodell für die Journalistenausbildung. Kompetenzen, Ausbildungswege, Fachdidaktik. Dortmund: Dissertation. Online: <https://d-nb.info/997731125/34>

Pavlik, John V. (2013): A Vision for Transformative Leadership. Rethinking Journalism and Mass Communication Education for the Twenty-First Century. In: Journalism & Communication Educator 68(3), 211–221.

Renger, Rudolf/Fabris, Hans-Heinz/Rest, Franz (Hg.) (1997ff): Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich. Ein Qualitäts-Monitoring (Berichtsjahre 1997-2003). Salzburg: Universität Salzburg.

Ryfe, David M. (2016): News Institutions. In Witschge, Tamara/Anderson, C.W./Domingo, David/Hermida, Alfred (Hg.): The SAGE Handbook of Digital Journalism. London;Thousand Oaks; New Dehli; Singapore: Sage, 370-382.

Schobel, Kurt (2005): Curriculumplanung anhand von Lernzielen/Anmerkungen zur Kompetenzdebatte. In: Holdt, Ulrike von/Stange, Christiane/Schobel, Kurt (Hg.): Qualitative Aspekte von Leistungspunkten: Chancen von Bachelor- und Masterstudiengängen. Bielefeld: UVW, 101-115.

Weischenberg, Siegfried (1990): Das „Paradigma Journalistik“. Zur kommunikationswissenschaftlichen Identifizierung der hochschulgebundenen Journalistenausbildung. In: Publizistik 35(1), 45-61

Zelizer, Barbie (2017): What Journalism could be. Cambridge: Polity Press.