

Berufskampagnen als empirisches Datum von Bildern zum Lehrerwerden und Lehrersein – dokumentarische Analyse und professionstheoretische Diskussion von Lehrerbildern in Gratispostkarten

Zusammenfassung

Im Zentrum des vorliegenden Beitrags steht ein explorativer Zugang zu ausgewählten Dokumenten zweier Kampagnen zum Lehrerberuf. Auf der Basis professions- und praxistheoretischer Annahmen sowie unter Rückgriff auf die Dokumentarische Methode wird aufgezeigt, welche Bilder zum Lehrerwerden und Lehrersein sich mithilfe von Gratispostkarten rekonstruieren lassen, die zum Zweck der Anwerbung für das Lehramt zum Einsatz kommen. Dabei wird zum einen diskutiert, wie solche Daten über den gewählten forschungspraktischen Zugang und die empirische Rekonstruktion für die Erforschung des Lehrerberufs fruchtbar gemacht werden können. Zum anderen werden die Befunde der rekonstruierbaren Verhandlungsweisen zum Lehrerberuf mit wesentlichen Annahmen professionstheoretischer Ansätze kontrastiert.

Schlagwörter: Lehrerbild, Berufskampagne, Dokumentarische Methode, Professionalisierung, Professionalität, Profession, Gratispostkarte

Professional Campaigns as an Empirical Datum of Images on Becoming Teacher and Being Teacher – Documentary Analysis and Professional Theory Discussion of Teacher Images in Postcards

The focus of this paper is the explorative analysis of selected elements of two professional campaigns. On the basis of professional and practical theoretical assumptions as well as using the documentary method, it is shown which images of becoming teacher and being teacher can be reconstructed with the aid of postcards, which are used for recruiting teachers. On the one hand this paper discusses how such data can be opened up for the study of the teaching profession through the chosen research-practical approach and the empirical reconstruction. On the other hand, the findings of the reconstructable ways of negotiating the teaching profession are contrasted with essential assumptions of the approaches of professional research.

Keywords: Teacher Image, Professional Campaigns, Documentary Method, Professionalization, Professionalism, Profession, Postcard

1 Berufskampagnen und ihre Dokumente – (Fremd-)Bilder zum Lehrerberuf

Unter Berufskampagnen sind öffentlichkeitswirksame Maßnahmen zu verstehen, die bei Personalbedarfen und zur Gewinnung von (internationalen) Arbeitskräften eingesetzt werden. Sie werden zu Anwerbe-, Informations- oder Imagebildungszwecken zumeist über einen längeren Zeitraum und mithilfe verschiedener Medienformate umgesetzt und sind sowohl durch die Adressierung eines potenziellen ‚Nachwuchses‘, die Hervorhebung positiver Aspekte des Berufs als auch werbewirksame Strategien zur Generierung von Aufmerksamkeit gekennzeichnet.

Vor dem Hintergrund des Bedarfs an Lehrkräften (KMK 2018) veröffentlichen einige Bundesländer aktuell entsprechende Kampagnen: Um für das Lehramt zu begeistern,

werden berufliche Aspekte pointiert über Gratispostkarten, Plakate oder Social-Media-Kanäle verbreitet. Folglich dokumentieren sich eine Vielzahl visuell und verbal vermittelter Darstellungen zum Lehrerberuf.

Werden diese Kampagnendokumente nun mit einer praxeologischen ‚Brille‘ angeschaut, kann angenommen werden, dass im Zusammenspiel mit den e. g. Funktionen und Zielsetzungen nicht nur (materialisierte) Abbildungen des Lehrerberufs in Umlauf gebracht werden, sondern stillschweigende Verhandlungsweisen, d. h. „implizite[...] Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsweisen“ (Kramer & Pallesen 2019: 94), als Verarbeitungsprodukte ‚äußerer‘ und ‚innerer‘ Realitäten (vgl. Schäffer 2010: 212; Terhart 1996: 454) mitvermittelt ins Licht rücken. Für einen wissenschaftlichen Zugang zu solchen, durch ihre Auswahl und Veröffentlichung ‚autorisierten‘ Produkten (Przyborski & Wohlrab-Sahr 2014: 158) ist sodann nicht nur interessant, was an ihnen „offensichtlich ist“ (Dörner 2009: 4), sondern auch das „Nicht-Offensichtliche“ (ebd.).

Während die Berufswahl Lehramt breit erforscht ist (Cramer 2016; Rothland 2014a, 2014b), wurde der Frage nach der öffentlichen Verhandlung und Wahrnehmung des Lehrerberufs bisher erst in Ansätzen nachgegangen (Köller et al. 2019; Pinn & Rothland 2011; Blömeke 2005). Dabei entfachte die erziehungswissenschaftliche Diskussion zum Sprechen über den Lehrerberuf oder Lehrpersonen bereits in den 1960er Jahren (Müller-Fohrbrodt 1973; Adorno 1969; Mollenhauer 1962) und hat auch heute nicht an Aktualität verloren (Rothland 2016; Tenorth 2012; Terhart 2010). Bilder von Lehrkräften und Schule kursieren in beachtlicher Art und Weise (vgl. Matthes & Pallesen i. E.¹; Zahn & Pazzini 2011) und können so Informationsquellen zum Beruf darstellen. Insbesondere Printmedien wird ein hoher Stellenwert für die studienbezogene und berufliche Orientierung zugeschrieben (Heine et al., vgl. nach Köller et al. 2019: 375). Denn so gelten die von glorifizierenden als auch kritischen Auf- und Abwertungen geprägten Darstellungen in Berichterstattungen und fiktionalen Medien „als einflussreiche, meinungsprägende Facette“ (Rothland 2016: 71, 73). Es ließe sich heuristisch überführen, dass nicht nur der Verlauf der eigenen Schüler- und Lehrersozialisation Einfluss auf (verinnerlichte) Lehrerbilder haben, was Helsper (2018) als „Ausdruck der grundlegenden Orientierungen und schulischen Erfahrung [...] des guten oder idealen und Entwürfe des schlechten bzw. abgelehnten Lehrers“ im Rahmen von „einerseits den positiven bzw. andererseits den negativen Gegenhorizont[en] des Schulischen“ (ebd.: 125) fasst, sondern explizite und implizite öffentliche Lehrerbilder für die Habitualisierung ebenso relevant werden können.

Nutzen wir in der Folge den Begriff ‚Lehrerbild‘ (Terhart 2010; Helsper et al. 2001: 553), sind sowohl physisch-materiale als auch mentale Entwürfe (Bohnsack 2014b: 37) gemeint, die mit „unbewußte[n] oder vorbewußte[n] Vorstellungen“ (Adorno 1969: 69) verknüpft sind und sich „im Sinne des kollektiven Niederschlags von Vorstellungen [...] zäh erhalten und ihrerseits wieder in die Realität zurückwirken“ (ebd.).² Dabei kann unterschieden werden zwischen „Fremdbilder[n]“ (Bastian & Combe 2007: 237) bzw. -dar-

1 Der Beschäftigung mit Lehrerbildern in Berufskampagnen geht eine Systematisierung verschiedener Domänen und Medienformate voraus, die vorerst 182 Datensätze u. a. aus Büchern, (Animations- bzw. Spiel-)Filmen, Hörspielen, Musiktiteln, Serien umfasst (Stand 12/2019), deren Erscheinungszeitpunkte z. T. mehrere Jahrhunderte zurückreichen (vgl. zum Genre Schulfilm Schäffer 2003: 395).

2 Vgl. kritisch Oevermann 2001; uns geht es zunächst um Adornos Definitionsversuch.

stellungen und Selbstdeutungen von (angehenden) Lehrkräften (Rothland 2012; Terhart 2010). Auf dieser Basis und mit Blick auf die zur Bearbeitung des Lehrkräftemangels eingesetzten Kampagnen widmen wir uns Darstellungen zum (antizipierten) Lehrerwerden und -sein, die soziale Identitäten und Codes sowie implizite Bedeutungen und Gegenhorizonte zum Ausdruck bringen (Bohnsack 2014b: 37). Demnach sind Berufskampagnen mit ihren Dokumenten einerseits das Konzentrat von Vorstellungen (hier: zum Lehrerberuf, zu Lehrpersonen); andererseits perpetuieren sie Bewährtes und rufen Bilder hervor.

Im Rahmen von Berufskampagnen als öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen der Anwerbung, Information und Imagebildung finden besonders vervielfältigbare Gratispostkarten oder Plakate Einsatz, die mit Bildlichem und/oder Textlichem versehen sind und eine „Synthese aus Informations-, Kontakt- und teilweise auch Appellfunktion“ (Werner 2011: 159) darstellen. Anders als etwa Plakate sind Gratispostkarten haptisch greifbarer und auf der Vorder- wie Rückseite anschaubar, wobei die Adressierten selbst erschließen, was den Startpunkt der Anschauung bildet. Die Versandmöglichkeit macht sie ‚mobiler‘, womit die Chance besteht, Inhalt und Diskurs selbstläufig zu verbreiten (vgl. Holzheid 2011). Die Ausgestaltung der Dokumente beeinflusst die öffentliche Wahrnehmung dessen, was sie ‚abbilden‘. Neue Medientheorien gehen gar davon aus, dass Medien Strukturen des Wissens und damit der Gesellschaft verändern – nicht nur über das Medium an sich, sondern auch über dessen Codierung und Verbreitungswege (vgl. Knoblauch 2014: 325).

Dies führt zu der Frage, welche Bedeutungszuschreibungen dem Lehramt bzw. Lehrpersonen hier zuteilwerden. Mit Ausgestaltungsformen gehen Deutungshoheiten, Ansprüche und Erwartungen einher, bei denen aus professionstheoretischer Perspektive zumindest fraglich ist, ob ihnen (angehende) Lehrpersonen mit Blick auf zu konstatierende Ungewissheiten im Berufsalltag (Paseka et al. 2018; Helsper 2002), hinsichtlich der Prozessualität der Entwicklung professionellen Handelns (Hericks 2006; Terhart 2000) und der Mehrdimensionalität professioneller Praxis (Kramer & Pallesen 2019) entsprechen, d. h. Anschlussfähigkeiten erzeugt werden. Um Aussagen hierzu treffen zu können, rücken in rekonstruktiver Ausrichtung die Dokumente von Berufskampagnen einzelner Bundesländer in den Fokus.

2 Vorbemerkungen: Dokumentarische Methode und Gratispostkarten als hybride Medien

Wir gehen davon aus, dass Darstellungen – in diesem Fall Lehrerbilder – in ihrer physisch-materialen wie mentalen ‚Repräsentation‘ immer auch tieferliegende Sinnlogiken – in diesem Fall implizite Orientierungen zum Lehrerberuf – offenbaren (Bohnsack 2011: 151; Terhart 1996: 454). Die auf der Basis der Wissenssoziologie Mannheims entwickelte Dokumentarische Methode zeichnet sich dadurch aus, dass sie zur Rekonstruktion expliziter *und* impliziter Wissensbestände sowohl für die Analyse von verbalen Daten als auch für solche, die als primär visuell gekennzeichnet gelten, Kategorien und Arbeitsschritte etabliert hat (Bohnsack 2014a, 2011). Auch wenn eine Vielzahl dokumentarisch ausgerichteter Arbeiten in erster Linie auf eine trennscharfe Behandlung der bild- und textbasierten Materialsorten und Analysemodi zielen, setzen im Zuge fort-

schreitender (multi-)medialer Ausdifferenzierungen zur Vernetzung von Bild- und Textlichkeit Weiterentwicklungen und Reflexionen ein (vgl. Kreuz & Matthes 2019; Böder & Pfaff 2019). Die inzwischen etablierte dokumentarische Forschungspraxis ermöglicht es nun auch, „Bild- und Textinterpretationen in einander ergänzender Weise“ (Bohnsack 2011: 55) zu vollziehen. Denn trotz analytischer Differenzierungen von Bild und Text – etwa über die ‚totale‘ bzw. sequenzielle Erfassung – können Interaktionsordnungen auch verschränkt sein (vgl. Kreuz & Matthes 2019: 213), was sich im Rekonstruktionsprozess aktualisiert. Dabei gleicht sich die Rekonstruktionspraxis, indem „bild- und textbasierte[...] Datensorten im Modus einer formulierenden und reflektierenden Interpretation bearbeitet“ (ebd.), verglichen und typisiert werden.

Im Zuge der Hinwendung zu natürlichen Protokollen existieren gegenwärtig Materialcorpora, die „in ihrer Anlage eben auch eine (Wieder-)Verschränkung und Zusammenführung einfordern“ (Matthes 2018: 263). Dies trifft auch auf die Beschaffenheit von Gratispostkarten zu, die zwischen Bild und Text pendeln – Böder und Pfaff (2019) sprechen in diesem Zusammenhang von „Bild-Text-Relation“ (ebd.: 135). Da es sich i. d. R. um visuelle Printmedien handelt, die über die Visualisierung von Text zugleich Verbalisierungen zum Ausdruck bringen, sollen die Eigenlogiken und Potenziale ikonischer und sprachlicher Entwürfe (vgl. Bohnsack 2011: 50, 116) bei der Analyse gleichsam Berücksichtigung finden können, was zu „Aushandlungen des Verhältnisses sowie zu Wechseln zwischen Ansätzen und Verfahrensschritten der dokumentarischen Bild- und Textinterpretation“ (Böder & Pfaff 2019: 135, 136) führt. Ähnliche Zugänge finden sich in bereits vorliegenden Analysen u. a. zu Comics (Dörner 2009), zum Bildraum von Parteien (Schäffer 2015) sowie bei Schriftbildern in Zines (Böder & Pfaff 2019) und Onepage-Websites (Gabriel et al. i. E.). Alle beziehen sich auf natürliche Dokumente, die nicht originär zu Forschungszwecken entstanden sind, aber im Zuge ihrer Veröffentlichung als Originale „authentisiert“ (Bohnsack 2011: 50) und als Dokumente fixiert wurden. Mit ihrer „eigenlogische[n] Struktur [...] als selbst-referentielles System“ (ebd.) von Bildern zum Lehrerberuf erlangen Gratispostkarten analytische Relevanz.

3 Gratispostkarten aus Berufskampagnen als empirisches Datum: von Bildern zum Lehrerwerden und -sein

Grundlage der folgenden Auseinandersetzung bilden bild- und textverbindende Printmedien³ in Form von Gratispostkarten exemplarisch ausgewählter Kampagnen⁴, in denen Lehrerbilder verdichtet hervortreten. Diese sind i. d. R. eingebettet in größere und verschiedenartige Materialcorpora und Veröffentlichungswellen. Die exemplarische Rekonstruktion erfolgt auf Basis der Kategorien und Arbeitsschritte der Dokumentarischen Methode, die in der beschriebenen Verkopplung von Bild- und Textinterpretation für die

3 Die im Anschluss unter 3.1 und 3.2 präsentierten Abbildungen können aus Gründen der Anlage der gedruckten Variante seitens des Verlags lediglich in der Online-Version der Ausgabe der ZISU des 9. Jg. bunt zur Verfügung gestellt werden und sind ansonsten schwarz-weiß hinterlegt.

4 Weitere Kampagnen mit ähnlichen Ausdrucksformen finden sich z. B. in Baden-Württemberg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen.

hybride Materialsorte in einem explorativen Versuch angewandt wird. Auch wenn im vorliegenden Fall das Textliche dominiert und als solches rekonstruiert werden kann, soll der bildrekonstruktive Zugang entsprechend des vorliegenden Formates ebenso Aufschluss über die Modi der Anlage geben. Um der Suspendierung des textlichen Vorwissens nachzukommen (vgl. Bohnsack 2011: 32, 173), bilden in den anschließenden Darstellungen Schritte der Bildanalyse den Startpunkt, wenngleich sich die zu rekonstruierenden Beispiele (3.1 und 3.2) nicht ohne Weiteres in bildliche und textliche Ausdrucksformen zerlegen lassen. Die nachfolgende Darstellung kann die Ausführlichkeit der dokumentarischen Interpretationen lediglich skizzieren.

3.1 „Job mit Pultstatus – Gönn dir!“

In einer Pressemitteilung des Landes Nordrhein-Westfalen gab das Ministerium für Schule und Bildung im April 2018 sowohl die aktuelle Lehrerbedarfsprognose als auch den Start einer Lehrerkampagne („SCHLAU MACHEN – LEHRER WERDEN“) bekannt, wobei die ausgewählten Motive (Abb. 1) der sog. „Typografie-Kampagne“ über Gratispostkarten, Plakate sowie Postings in Social-Media-Kanälen eingeführt wurden.⁵

Abbildung 1: Motive der Typografie-Kampagne NRW, 2018 (1-3); Scan der Rückseite (4)⁶



5 Vgl. https://www.schulministerium.nrw.de/docs/bp/Ministerium/Presse/Pressemitteilungen/2018_17_LegPer/PM20180418_Lehrerkampagne/index.html; „Präsentation zur Informations-, Werbe- und Imagekampagne „Schlau machen – Lehrer werden““, Folie 6.

6 Nutzung mit Verweis auf den Ort der Darstellung; Link s. Fußnote 5.

Für alle abgebildeten Motive gilt, dass auf der Bildebene der Vorderseiten durch Fettdruck hervorgehobene Buchstaben in der Waagerechten blockartig angeordnet sind. Anders als bei Fotografien fehlen soziale Szenarien, Interaktionen, Gegenständliches, Neigungswinkel oder Fluchtpunkte, sodass keine ‚echte‘ Ebenenentwicklung des Perspektivstandortes entsteht (Bohnsack 2011: 57, 58). Es bildet sich stattdessen planimetrisch ein Raster in der Fläche (vgl. ebd.: 81; s. Abb. 2). Die Anschauung fokussiert auf die flächenmäßig größten Elemente: Neben der ‚großen Typografie‘ dominieren Neonfarben (Magenta, Orange, Cyanblau)⁷, Abtönvarianten sowie schwarz- und weißfarbige Elemente. Die Farbigkeit nimmt unterschiedliche Funktionen ein und zirkuliert im Bild, als Hintergrundfarbe, aber auch Schriftfarbe auf weißem Grund. Entsprechend bleibt die Einteilung in Bildgründe diffus und auf mehrere Ebenen verteilt. Dies wird auch durch die typografisch unterschiedliche Gestaltung gestützt. Es treten drei Textblöcke hervor, wobei der obere Block in der Gegenüberstellung weißer und abgetönter Farbe noch einmal in sich getrennt scheint. Trotz Separierung der Blöcke entsteht im unteren Bildteil eine Banderole und stützt ein übergeordnetes Viereck entlang der Kanten die Komposition ‚übergegensätzlich‘ (Imdahl, vgl. nach Bohnsack 2011: 36; s. Abb. 2). Dabei unterläuft der weiße, aus dem Bild herausführende Block jene Ordnung. Die Motive enthalten in der Banderole einen Ministerialverweis mit Landeswappen, was das Ministerium als offiziellen Bildproduzent ausweist.⁸ Zudem wird eine Homepage ‚verlinkt‘. Trotz des typischen Formats tritt das Dokument erst im Rückseitenmotiv durch Briefmarken- und Adresszeilenfeld als Postkarte hervor. Sowohl Typografie als auch Neonfarben brechen mit dem Corporate Design des Landes NRW: Auf die empfohlenen „Primärfarben“ (Leitlinien NRW-Design 2012/Farben und Papiere: 11) wird verzichtet, die Hausschriftart findet sich nur in der Ministerialkennung (ebd./Typografie, 10⁹). Diese auch durch verschiedengroß gesetzte Schriftarten (je Motiv) und Buchstaben (in der Motivkomparation) präsentierten Abweichungen führen gleichzeitig zu einer Dynamisierung der Statik, ferner kann die Identifikation als offizielles, serielles Dokument ggf. in Zweifel gezogen werden. Über die Bildebene zeigen sich insofern erste Ambivalenzen.

7 In den druckfähigen Covern kommen die Neonfarben nicht zur Geltung; Originalpostkarten lagen vor.

8 Vgl. „Schwarz-Weiß-Umsetzung der Absenderkennung für einfarbige Drucksachen“, Leitlinien NRW-Design 2012: 6.

9 Probeweise am „J“ nachvollzogen – kein Benton Sans.

Abbildung 2: Exemplarisches Beispiel zur Feldlinieneinzeichnung: 1) Gruppierungen, 2) Planimetrie (© Verf.)



Im Fokus aller Motive stehen die unterschiedlich formulierten und nach Wortlänge angeordneten Textblöcke im Titel-Untertitel-Format, die die Darstellung dominieren. Wird nun die Form der Darstellung in sequenzieller Logik betrachtet, bricht die Statik entlang der rechtsläufigen Schreib- und Leserichtung auf. Auf der Basis einer primär durch farbige Absetzung und weniger über ein einheitliches Größenverhältnis gestützte Lesbarkeit lassen sich je zwei Textteile relationieren: In Motiv 1 tritt eine Aussage hervor („JOB MIT PULTSTATUS“) und Motive 2 und 3 fragen („EIN LEBEN LANG INFLUENCER?“, „WIRST DU LEHRER?“), während kontinuierlich im Imperativ und per – über das Ausrufezeichen betonter – Handlungsanweisung geantwortet wird („GÖNN DIR!“, „KANNST DU HABEN!“, „MACHST DU SCHLAUER!“). Die Darstellung suggeriert so eine direkte Reaktionsfähig- sowie positive Beantwortbarkeit, was das Vorgängige als rhetorisch kennzeichnet – wobei zunächst unklar bleibt, wer diese Aspekte eigentlich einbringt. Durch die Satzkonstruktion wird der jeweilige Informationsgehalt verkürzt, sodass die Botschaft erst über den planimetrisch freigelegten Zusammenhang offenkundig wird. Interessant ist, dass in Teilen Verweise auf den Lehrerberuf verschleiert bleiben und der Kontext erst in der Gesamtschau mittels Homepage elaboriert.

Motiv 1 fokussiert auf einen „JOB MIT PULTSTATUS“. ‚Job‘ referiert umgangssprachlich zunächst auf eine vorübergehende berufliche Tätigkeit bzw. einen Arbeitsplatz; im Gegensatz stünde z. B. eine engagierte Haltung zum Beruf bzw. eine Referenz auf Merkmale mit besonderem identifikatorischem Engagement. Der anschließende Neologismus deutet in der Neukombination und Zusammenführung zweier Substantive als Wortspiel auf ‚Lehrerpult‘ und ‚Kultstatus‘; damit werden diese Attribute dem Lehrerberuf nahegelegt. Die so aufgerufenen unterschiedlichen Horizonte lassen sich wie folgt kennzeichnen: Kultstatus erhält jemand oder etwas mit einer bestimmten Aufmerksamkeit oder Anhängerschaft. Auch wenn unklar bleibt, worauf sich der Kult bezieht, wird dem Lehrerberuf so zunächst Beständigkeit und Ansehen zugesprochen. In der Verkopplung mit Pult kann die Perspektive jedoch gewendet werden, denn so erhält das Pult in Assoziation mit Katheder, Podium, Kanzel zugleich ein kritisches Moment. Mit Bezug etwa auf die Beschreibung von Schulkasernen des späten 19. Jahrhunderts lässt sich ein Pult auch als Symbol für „Prinzipien der Ordnung, Überwachung und Hierarchie“ (Foucault, zitiert nach Göhlich 1993: 111) verstehen. Der nicht wie in Motiv 2

und 3 angefragten Ausdrucksform haftet sodann eine Setzung an, und zwar eines Lehrerbildes, in dem Status über Erhöhung bzw. Macht erlangt wird. Eine solche Aufrechterhaltung eines frontalen, lehrerzentrierten Berufsbildes erscheint unter Hinzuziehung der mitgelieferten Antwort paradox: Die jugendsprachliche Verwendung eines „sich Gönnens“¹⁰ referiert auf eine Zielgruppe spezifischen Alters und wird über die Adaption des Bildproduzenten – hinsichtlich einer antizipierten Rollen transformation der Adressierten vom Schüler- zum Lehrersein – institutionell überformt. Es wird durchaus beiden Seiten eine machtförmige Position eingeräumt, in der sich oder anderen ‚Gönnung‘ zugestanden werden kann. Worauf sich diese (i. d. R. kurzfristige) Praxis jedoch bezieht, bleibt unklar (also: Was gönnen?). Eine solche Darstellungsform, die Deutungsspielräume einerseits verknüpft, andererseits mit der Komplexität ihrer Übersetzung schwanger geht, beschert den Motiven zudem Meme-Charakter (vgl. Osterroth 2015). In Motiv 2 und 3 wiederholt sich das Frage-Antwort-Spiel in seiner Machtförmigkeit und kokettiert noch stärker mit einer Leichtigkeit der Umsetzbarkeit – lässt in der Doppeldeutigkeit immer aber auch negative Assoziationen zu (z. B. Stress bekommen in Bezug auf Motiv 2). Auch setzt sich das Muster der Verwendung jugendsprachlicher Schlüsselbegriffe („INFLUENCER“) fort, sodass die hier vollzogene Verhandlungspraxis der Bildproduzierenden milieuspezifische Logiken antizipiert.

Anders als in Motiv 1 werden in 2 und 3 auch berufsbiografische Perspektiven im Sinne einer Prozesshaftigkeit des Lehrerwerdens und -seins offenbar, jedoch in verkürzender und idealtypisch-positivistischer Form. Motiv 2 polarisiert auf die Erwartung einer lebenslangen Aufrechterhaltung eines Status, der ebenso wie in Motiv 1 einflussreich sein bzw. als Vorbild fungieren kann – negiert damit aber zunächst auch die Krisenhaftigkeit des Lehrerberufs und ihm inhärenten Entwicklungsaufgaben während des gesamten Berufslebens. Ob sich ferner das in der Steigerungsform formulierte ‚Schlauer-Machen‘ in Motiv 3 bzw. wiederkehrend auch im Kampagnentitel und somit motivübergreifend etwa auf eine als klug bezeichnete Berufswahl, ein Schlauer-Werden als Lehrperson selbst, oder aber auf eine lehrerseitige Praxis des Eintrichterns bzw. ein Beibringen im Sinne einer Technologie (eben nicht schlauer werden der Lernenden) bezieht, bleibt offen. In letzter Bedeutungsvariante schwingt jedoch mit, dass es in der Tendenz um eine lehrerzentrierte und asymmetrische, zugleich mit diffuser Beziehungsarbeit einhergehende Wissensvermittlung und weniger um die Differenzierung weiterer Handlungsoptionen oder anderer pädagogischer Aspekte des Lehrerberufs geht. Die Ambivalenzen im Bildlichen finden so ihre Entsprechung in den sprachlichen Aufrufungen.

3.2 „Kiez statt Kaff.“

Im Folgenden sind Aspekte einer zweiten Fallrekonstruktion angeführt. Berlin wirbt bereits seit 2014 über verschiedene Formate für den Lehrerberuf. Die 2016er-Kampagne bietet ebenfalls Darstellungen im Postkartenformat. Ausgehend von exemplarischen Motiven (Abb. 3) setzen wir uns zunächst wieder mit übergeordneten Merkmalen und anschließend mit fokussierenden Elementen eines Kampagnenmotivs dieser Serie auseinander.

10 Die Konstruktion geht zurück auf deutschsprachige Raptexte und belegte 2014 den zweiten Platz als Jugendwort des Jahres.

Abbildung 3: Exemplarisch gewählte Motive der Kampagne Berlin, 2016 (1-3), Rückseite (4)¹¹



Für alle abgebildeten Vorderseitenmotive dominiert ein linksbündiger, mehrzeiliger Text in abgestufter, aber kontinuierlich gleichgroßer Schriftgröße und -art. Trotz des rot abgesetzten Schriftzugs der ersten beiden Zeilen gegenüber dem schwarzgefärbten kleineren darunter entsteht wie für die NRW-Motive ein Eindruck der Statik, wobei Bildfläche freibleibt. Auch hier werden keine sozialen Szenarien abgebildet, der Standort der Anschauung bleibt diffus. Vielmehr rückt im Sinne der Planimetrie und szenischen Choreografie die Anordnung der Textbausteine als Betitelung in den Fokus. Von den NRW-Motiven zu unterscheiden ist, dass sich Angaben zu einer Webadresse erst auf der Rückseite, dann aber mit Telefonkontakt finden; ferner werden zusätzliche Informationen geliefert, was „Berlin bietet“ (Höhe des Einstiegsgehaltes, günstige Lebenshaltungskosten, Infrastruktur, Spannungsreichtum der Stadt). Unterhalb des für die Karten wesentlichen „Dialograhmens“¹², einem im öffentlichen Stadtbild wiederkehrenden Gestaltungselement des Corporate Designs (=CD) Berlins, existiert eine weiße Banderole, die eine Absenderkennung der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Wissenschaft des Landes sowie dessen Logo liefert. Über das Schriftbild hinaus entspricht die Farbigkeit hier anders als bei den NRW-Motiven den Landesfarben und folgt den Vorgaben, die in der Form (als seriös) zuordenbar das identifikatorische Moment der Rahmung stützen.

11 Rücksprache zur Nutzung erfolgte mit Ansprechpersonen der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie.

12 Vgl. <https://www.berlin.de/rbmskzl/service/corporate-design/>

Lediglich die roten Hauptzeilen unterscheiden sich zwischen den Motiven. Der alliterativen Feststellung „*Kiez statt Kaff.*“ (Motiv 1) folgen die beiden Aussagen „*Berlin sucht Lehrer/-innen. Berlin sucht Dich!*“. Somit wird das durch den Dialograhmen und über die Doppelzackung angedeutete Gespräch – innerhalb dessen relationieren sich der rote und schwarze Textteil als sog. ‚Lettering‘ über ihre jeweilige Proposition – eher einseitig bestritten, wie es sich auch bei der NRW-Kampagne zeigen ließ. Die Proposition findet zunächst keine Elaboration, sondern weist eher eine eigenständige, konkludierende Funktion auf, die sodann Initiativreaktionen der Rezipierenden erfordert. Im Gegensatz zu den Motiven der NRW-Kampagne findet sich zwar ein direkterer Verweis auf den Lehrerberuf und die Suche nach Interessierten, der als Ausrufung ebenso nachdrücklich erscheint. Jenseits der Nennung des Einstiegsgehaltes in der niedrigsten Gehaltsklasse („*Berlin bietet*“) auf der Rückseite werden jedoch keine auskunftsfähigen Informationen zur Ausgestaltung des Lehrerberufs vermittelt, an denen sich – mit Blick auf eigene Vorstellungen – orientiert werden könnte. Die (potenzielle) Ernsthaftigkeit wird auf der Textebene gebrochen. Die Berlin-Motive führen im Kontrast zur Beibehaltung der formalen Vorgaben des CD in umgangssprachlicher Form lokale Begrifflichkeiten an, zu deren Entschlüsselung ein gewisses implizites, konjunktives Insider-Wissen vonnöten ist. Mit „*Kiez*“ etwa wird im etymologischen Sinne ein Wohnumfeld identifiziert und als solches über die Präposition „*statt*“ als positiver Gegenhorizont gegenüber dem „*Kaff*“ im negativen Gegenhorizont – also dem, was Berlin nicht sei – ausgespielt, welches in dieser Darstellung als unattraktiv dimensioniert wird (vgl. auch Motiv 2 u. 3). Diesem Wissen ist eine Vorgängigkeit inhärent: Man muss bereits dazugehören, um anschlussfähig zu sein. Der Dialog geht dabei – in der Verknüpfung von Arbeitskontext und Wohnumfeld – von Berlin aus: Berlin, nicht die Schule, sucht und bietet. Die vergemeinschaftende Personifizierung ist weiterreichend, denn die großstädtische Dimension, in der alle kollektiv zu Berlin ‚werden‘, spannt eine Figur auf, die Bedeutung der Stadt gegenüber dem eigentlich beworbenen Beruf erhöht und diesen austauschbar macht: Es tritt im Kontext der Anwerbung für den Lehrerberuf ein Mythos¹³ zutage, der zwischen Berlinwerden und Berlinsein als Berlinbild vordergründig wird. Dies kulminiert schließlich im Logo („*beBerlin*“) – Berlin (sein) rückt so als Universalantwort in den Mittelpunkt. Dass es sich durchaus um eine Berufstätigkeit in weniger angesagter bzw. ländlicherer Umgebung handeln kann, die ggf. unter die Definition von „*Kaff*“ fallen könnten, bleibt verschleiert.

4 Komparative Diskussion der Befunde und professionstheoretische Zugänge

Die Komparation zeigt, dass es sich trotz der verschiedengelagerten Themensetzungen der Bundesländer, d. h. der Kontextuierungsdifferenz (Jugend, Metropole), um einen minimalen Kontrast der verkürzten Darstellung spannungsfreier beruflicher Anforderungsstrukturen handelt. In beiden Kampagnen werden simple Handlungsoptionen impliziert. Diese beziehen sich bei den NRW-Motiven etwa auf machtförmige Positio-

13 Vgl. zur Mythosbildung im Kontext Schule Helsper et al. 2001.

nierungen und in Bezug auf die Berlin-Motive auf Entscheidungsspezifika hinsichtlich des Ortes beruflicher Tätigkeit. Die Berlin-Motive fokussieren dabei sozio-ökonomisch vergemeinschaftende Bindungsmomente, während die NRW-Motive eher immaterielle persönliche Vorteile der Angesprochenen aufgreifen. Dabei offenbart sich in den wörtlichen Wendungen ein Modus des Verzichts auf Eindeutigkeit, was in jener erheblichen Verkürzung einer Darstellung von Fakten oder Erfahrungsberichten gegenübersteht. Dabei bleiben die bildlichen wie textlichen Ausdrucksformen beider Kampagnen voraussetzungsvoll und erklärungsbedürftig. Die auf der Bildebene rekonstruierte Ambivalenz der NRW-Motive etwa zwischen verschiedenen Typografien findet ihre Entsprechung auch in widerstreitenden Darstellungsweisen zum Lehrerberuf, die an einem Lehrerbild orientiert sind, das zwar in der expliziten Ansprache und Aufmachung jugendliche Modernität signalisiert, jedoch auf der Ebene des Impliziten in gegenläufigen Attribuerungen verbleibt. Dies verstärkt sich über die gewählten Anweisungsformen einer institutionell-gesteuerten und hierarchieaffinen Berufsperspektive. Das Bildelement des Dialograhmens etwa geht von Berlin aus und ist diesem zugleich zugewandt, was ebenso auf der Textebene als voraussetzungsvolles Perpetuieren des Eigenen rekonstruiert werden konnte. Die jeweiligen Zuspitzungen und Verkürzungen – auch in der Sparsamkeit des Textes – nehmen als rhetorische Ansprachen in den NRW-Motiven Antworten vorweg und heben in den Berlin-Motiven einen Understatement-Charakter hervor, wenngleich sie mit direkter, persönlicher Ansprache („du“, „dich“) operieren. Beide Kampagnenelemente weisen in der Bild- als auch Textgestaltung in die Horizonte von Jugendlichkeit und Trend, die auf zukunftsgerichtete Lehrertypen zielen und damit simultan hierzu nicht passförmige ausschließen bzw. mehr oder weniger offensiv abwerten. Die NRW-Motive benennen dies durch Begriffe wie Influencer explizit, wohingegen die Berlin-Motive vielmehr implizit über eine urbane, kosmopolitische Ansprache agieren. Die Komparation zeigt eine jeweils bedarfsunspezifische Anwerbung (ohne Schulformen, Fächer). Anders als bei weiteren, ‚gebildeten‘ Kampagnenmotiven wird ein Textmetaphern und Vergleiche konjunktiv verstehender Kreis an Personen zudem distinktiv hervorgehoben.

Die zentrale Auseinandersetzung mit den Anwerbe-postkarten lässt mehrere Ambivalenzen zwischen den offensichtlich kommunizierten Inhalten und den impliziten Botschaften zuspitzen und drei für beide Kampagnenmotive übergreifende Verhandlungsmodi ausmachen: Eindeutigkeitsverzicht (1), Suggestion (2), Versprechungen (3).

Da sich jene Dokumente ausdrücklich mit dem Lehrerberuf beschäftigen und – explizit wie implizit – auf spezifische Art und Weise um Lehrkräfte werben, werden sie auch für den Professionsdiskurs relevant. Das, was hier persuasiv, suggestiv und unterkomplex-werbend angeboten wird, kann aufgrund potentieller Limitationen problematisiert werden, da sich zwischen Common-Sense und der Ebene des Impliziten (Bohnsack 2014b: 37) mehr oder weniger verdeckte Zuschreibungen abspielen. Mit Bezug auf Forschungen rekonstruktiv ausgerichteter Professionsansätze, die sowohl die Ungewissheiten des Lehrerhandelns (strukturtheoretisch: z. B. Helsper 2016), die Prozessualität der Entwicklung professionellen Handelns (berufsbiografisch: z. B. Hericks 2006) als auch die Mehrdimensionalität professioneller Praxis (praxeologisch: z. B. Kramer & Pallesen 2019) berücksichtigen, können Setzungen diskutiert werden. So werden Technologiebehauptungen über ‚Eintrichterungen‘ (Oevermann 2001: 65) eingeführt, die als

Subbotschaft weder auf Widersprüche oder Krisenhaftigkeiten im Lehrerhandeln noch auf die Prozessualität der Entwicklung professionellen Handelns deuten. Insbesondere die Rahmung der Lehrtätigkeit als Job läuft einer krisenbegleiteten Langzeitperspektive auf den Lehreralltag zuwider, da sie die Ausweisungen als professionelle bzw. professionalisierungsbedürftige Tätigkeit unterlässt (vgl. Kramer & Pallesen 2019: 87; Hinzke 2018). Festgestellt werden kann, dass in allen NRW-Motiven die Violdimensionalität pädagogischen Handelns auf wenige Elemente reduziert und auf die Lehrperson zugespißt, in den Berliner Motiven wiederum suspendiert und externalisiert wird. Zieht man eine Heuristik zum professionellen Lehrerhabitus zurate (Kramer & Pallesen 2019: 84), sind mit den entsprechenden Dimensionen ‚Wissens- und Normenvermittlung‘ und ‚Gestaltung von Arbeitsbündnissen‘ lediglich zwei Aspekte beruflichen Handelns angesprochen, die überdies in eine einseitige „Überbetonung“ (ebd.) innerhalb der Lehrer-Schüler-Interaktion münden und damit potenziell als „nicht-professionalisiert“ (ebd.) bezeichnet werden. Lehrermangel als historisches Phänomen wird zudem unter Rückgriff auf z. T. ‚historische Lehrerbilder‘ (Pult, Lehrerzentrierung) bearbeitet. Gleichzeitig wird über die Gestaltungsweisen aber auch ein vermeintlich moderner Entwurf des Lehrerseins gezeichnet (Influencer, Trend). Der Zugriff, Influencer oder Trendsetter mit Lehrpersonen in eins zu denken, kann in Bezug auf das Arbeitsbündnis kritisch gewendet werden: Die Zentrierung auf eine (digital-interagierende) Lehrperson folgt einer entgrenzenden Präsenz- und Bühnenlogik, wobei jene Personen von der Permanenz der Rückmeldung der Follower abhängig sind. Zudem werden die Erfahrungsräume der Lehrpersonen mit tendenziell jugendkulturellen Phänomenen bzw. konjunktiven Erfahrungsräumen gleichgesetzt und deren Adaption wird für möglich erklärt. Entsprechend rekonstruierte Lehrerhabitus zeigen die Krisenhaftigkeit des damit verbundenen Lehrerbildes: Die Krise wird dann virulent, wenn das Anerkennung zollende Publikum ausbleibt (vgl. Kowalski 2019). Ein derartiges Anwerben nimmt das Spiel mit hohen Erwartungen und Versprechungen in Kauf, ohne hierfür jedoch Sicherheiten aussprechen zu können. (Finanzielle) Garantien gibt es zwar in Berlin; das Spiel mit Enttäuschung und Glaubwürdigkeit zeichnet sich aber dahingehend ab, dass selbst in einer Großstadt nicht alle Lehrpersonen in Trendbezirken unterkommen.

Die bildungspolitischen Kampagnen dokumentieren in der Zusammenschau eine Brüchigkeit hinsichtlich des zum Ausdruck gebrachten Verständnisses von Lehrerwerden und -sein, indem der Lehrerberuf als jugendkulturelle und hippe Zugehörigkeit zur coolen Daseinsform avanciert, was ernsten Verhandlungen und der Berücksichtigung professionstheoretischer Konzepte und Erkenntnisse als auch der abgesicherten Bearbeitung des Lehrkräftemangels und -bedarfs zuwiderläuft. ‚Professionelles‘ wird mit solchen Image-Bildern sowohl mit Blick auf die Fokussierung der Metropole als auch auf die jugendkulturelle Adaption (trotz der im Unterschied zu Berlin erfolgenden Zentralmachung des Berufs) unterwandert und um Studienanfänger*innen und studierte Lehrer*innen unter Präsupposition und Entstellung von Tatsachen geworben. Problematische Folgen – z. B. durch unzureichende Anschlussfähigkeit zwischen Angeworbenen und dem Bedarf an Lehrkräften oder die sprachlichen und ikonischen De-Professionalisierungstendenzen – solcher immer auch auf der impliziten Ebene fungierenden Darstellungsformen sind in einem ersten Zugang skizziert worden, der sich bewährt, jedoch weitere empirische Absicherungen vor Augen hat. Mit Blick etwa auf die zu

Beginn dargestellten Überlegungen kann die These aufgestellt werden, dass sich die Motive der Berufskampagnen in polarisierende Darstellungsweisen einreihen und Figurationen (fiktional) stilisierter Angstfiguren und Besserwissenden oder Buddys und Gleichgesinnten aktualisieren (vgl. Rothland 2016).

5 Schlussbemerkungen

Der Beitrag behandelte die gegenstandbezogene Einordnung von Berufskampagnen und (impliziten) Lehrerbildern, die Darstellung eines eigenen empirischen Zugangs in Bezug auf die Materialsorte Gratispostkarte in einem erweiterten Analysespektrum mit der Dokumentarischen Methode sowie die Reflexion und Diskussion der Befunde vor dem Hintergrund professionstheoretischer Überlegungen. Aufgrund der gewählten Fokussierung mussten methodisch-methodologische oder grundlagentheoretische Systematisierungen zurückgestellt werden. Es handelt sich um einen explorativen Versuch, die neue Materialsorte über einen dokumentarischen Zugang mit Professionstheorien zu vermitteln. Ausdifferenzierungen des erschließenden Vorgehens müssen anschließen. So bleibt etwa in der Annäherung der (dokumentarischen) Analysekategorie abbildender und abgebildeter Bildproduzenten und ihrem ‚identischen‘ Zusammentreffen (Bohnsack et al., vgl. nach Kreuz & Matthes 2019: 218) bisher vage, ob es sich um Bildräume der Organisationen (Schäffer 2015) bzw. organisationskulturelle Orientierungsrahmen der autorisierenden Bildungsinstitutionen handelt, oder aber mit mehrdimensionalen Verwobenheiten konjunktiver Erfahrungsräume (z. B. bildungspolitisch, werbend) zu rechnen ist, womit verschiedene Hervorbringungslogiken am Werk wären. Fortführungen werden fallintern wie -übergreifend über weitere Dokumente Aufschluss über die Verhandlungsweisen der Organisationen geben bzw. an einer Triangulation mit Selbstdarstellungen von Lehrpersonen interessiert sein. In der Folge gilt es, neben notwendigen Standortvariationen zu den vorliegenden Motiven (z. B. zu exkludierenden Differenz- und Gendermarkierungen) ein auf die mehrdimensionale Analyse von Lehrerbildern ausgerichtetes Forschungsprogramm zu entwickeln.

Autorenangaben

Dominique Matthes
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Zentrum für Schul- und Bildungsforschung
Franckeplatz 1
06110 Halle (Saale)
0345/5521712
dominique.matthes@zsb.uni-halle.de

Alexandra Damm
Universität Hildesheim
Institut für Erziehungswissenschaft
Universitätsplatz 1
31141 Hildesheim
05121/88310150
alexandra.damm@uni-hildesheim.de

Literatur

- Adorno, Theodor W. (1969): Tabus über dem Lehrberuf. In: Adorno, Theodor W.: Stichworte. Kritische Modelle 2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 68-84.
- Bastian, Johannes/Combe, Arno (2007): Der Lehrerberuf zwischen öffentlichen Angriffen und gesellschaftlicher Anerkennung. Alltagsbeobachtungen – professionstheoretische Klärungen – Perspektiven der Schulentwicklung. In: Ricken, Norbert (Hrsg.): Über die Verachtung der Pädagogik. Analysen – Materialien – Perspektiven. Wiesbaden: VS, S. 235-247.
- Blömeke, Sigrid (2005): Das Lehrerbild in den Printmedien. Inhaltsanalyse von „Spiegel“- und „Focus“-Berichten seit 1990. In: Die Deutsche Schule, Jg. 97/H. 1, S. 24-39.
- Böder, Tim/Pfaff, Nicolle (2019): Zum Zusammenspiel von dokumentarischer Text- und Bildinterpretation am Beispiel der Analyse von Schriftbildern. In: Dörner, Olaf/Loos, Peter/Schäffer, Burkhardt/Schondelmeyer, Anne-Christin (Hrsg.): Dokumentarische Methode: Triangulation und blinde Flecken. Opladen: Budrich, S. 135-152.
- Bohnsack, Ralf (2017): Praxeologische Wissenssoziologie. Opladen: Budrich.
- Bohnsack, Ralf (2014a): Rekonstruktive Sozialforschung: Einführung in qualitative Methoden. Opladen: Budrich.
- Bohnsack, Ralf (2014b): Habitus, Norm und Identität. In: Helsper, Werner/Kramer, Rolf-Torsten/Thiersch, Sven (Hrsg.): Schülerhabitus. Theoretische und empirische Analysen zum Bourdieuschen Theorem der kulturellen Passung. Wiesbaden: VS, S. 33-55.
- Bohnsack, Ralf (2011): Qualitative Bild- und Videointerpretation. Die dokumentarische Methode. Opladen: Budrich.
- Cramer, Colin (2016): Berufswahl Lehramt: Wer entscheidet sich warum? In: Rothland, Martin (Hrsg.): Beruf Lehrer/Lehrerin. Ein Studienbuch. Münster: utb, S. 261-276.
- Dörner, Olaf (2009): Bildungswelten im Comic. Zum Verhältnis formeller und informeller Bildung Erwachsener in der Comiczeitschrift „Mosaik“. In: Magazin Erwachsenenbildung. at, Jg. 2009/H. 6, S. 1-13.
- Gabriel, Sabine/Leinhos, Patrick/Matthes, Dominique/Völcker, Matthias (i.E.): Dokumentarische Analyse körperbezogener Differenzierungs- und Vermessungspraktiken am Beispiel der Website „DirtyCode.io“. In: Gabriel, Sabine/Leinhos, Patrick/Kotzyba, Katrin/Matthes, Dominique/Meyer, Karina/Völcker, Matthias (Hrsg.): Formationen sozialer Differenzierungen. Reihe Studien zur Schul- und Bildungsforschung (SZSBF). Wiesbaden: Springer VS.
- Göhlich, Michael (1993): Die pädagogische Umgebung. Eine Geschichte des Schulraums seit dem Mittelalter. Weinheim: DSV.
- Helsper, Werner (2018): Lehrerhabitus. Lehrer zwischen Herkunft, Milieu und Profession. In: Paseka, Angelika/Keller-Schneider, Manuela/Combe, Arno (Hrsg.): Ungewissheit als Herausforderung für pädagogisches Handeln. Wiesbaden: VS, S. 105-140.
- Helsper, Werner (2016): Pädagogische Lehrerprofessionalität in der Transformation der Schulstruktur - ein Strukturwandel der Lehrerprofessionalität? In: Idel, Till-Sebastian/Dietrich, Fabian/Kunze, Katharina/Rabenstein, Kerstin/Schütz, Anna (Hrsg.): Professionsentwicklung und Schulstrukturreform. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, S. 217-245.
- Helsper, Werner (2002): Lehrerprofessionalität als antinomische Handlungsstruktur. In: Kraul, Margret/Marotzki, Winfried/Schwepe, Cornelia (Hrsg.): Biographie und Profession. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, S. 64-102.
- Helsper, Werner/Böhme, Jeanette/Kramer, Rolf-Torsten/Lingkost, Angelika (2001): Schulkultur und Schulmythos. Rekonstruktionen zur Schulkultur I. Opladen: Leske+Budrich.
- Hericks, Uwe (2006): Professionalisierung als Entwicklungsaufgabe. Rekonstruktionen zur Berufseingangsphase von Lehrerinnen und Lehrern. Wiesbaden: VS.

- Hinzke, Jan-Hendrik (2018): *Lehrerkrisen im Berufsalltag. Zum Umgang mit Spannungen zwischen Normen und Orientierungsrahmen*. Wiesbaden: VS.
- Holzheid, Anett (2011): *Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und medien-geschichtliche Studie*. Berlin: ESV.
- KMK, Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder der Bundesrepublik Deutschland (2018): *Lehrereinstellungsbedarf und -angebot in der Bundesrepublik Deutschland 2018-2030. Zusammengefasste Modellrechnungen der Länder*. Nr. 216.
- Knoblauch, Hubert (2014): *Wissenssoziologie*. Konstanz: UVK.
- Köller, Michaela/Stuckert, Martin/Möller, Jens (2019): *Das Lehrerbild in den Printmedien: Keine „Faulen Säcke“ mehr!* In: *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft*, Jg. 22/H. 2, S. 373-387.
- Kowalski, Marlene (2019): *Symbolische Kämpfe um Anerkennung, Macht und Statusplatzierung – Aspekte des Lehrerhabitus und Potenziale der Professionalisierung*. In: Kramer, Rolf-Torsten/Pallesen, Hilke (Hrsg.): *Lehrerhabitus. Theoretische und empirische Beiträge zu einer Praxeologie des Lehrerberufs*. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, S. 147-166.
- Kramer, Rolf-Torsten/Pallesen, Hilke (2019): *Der Lehrerhabitus zwischen sozialer Herkunft, Schule als Handlungsfeld und der Idee der Professionalisierung*. In: Kramer, Rolf-Torsten/Pallesen, Hilke (Hrsg.): *Lehrerhabitus. Theoretische und empirische Beiträge zu einer Praxeologie des Lehrerberufs*. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, S. 73-99.
- Kreuz, Stephanie/Matthes, Dominique (2019): *(Selbst-)Zeichnung, Selbstaufzeichnung und Dokumentarische Methode. Potenziale und Erfordernisse methodenpluraler und methodologieinterner Triangulationskonzepte*. In: Lüdemann, Jasmin/Otto, Ariane (Hrsg.): *Triangulation und Mixed Methods. Reflexionen theoretischer und forschungspraktischer Herausforderungen*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 203-247.
- Matthes, Dominique (2018): *Raum(wissen) im Narrativen Entwurf. Ein dokumentarischer Zugang zu Narrativen Karten und Interviews am Beispiel einer Studie zum LehrerInnenberuf*. In: Engel, Birgit/Peskoller, Helga/Westphal, Kristin/Böhme, Katja/Kosica, Simone (Hrsg.): *räumen – Raumwissen in Natur, Kunst, Architektur und Bildung*. Weinheim: Beltz Juventa, S. 252-273.
- Matthes, Dominique/Pallesen, Hilke (Hrsg.) (i.E.): *Bilder von Lehrerberuf und Schule. (Mediale) Entwürfe zwischen Produktion, Rezeption und Aneignung. Reihe Studien zur Schul- und Bildungsforschung (SZSBF)*. Wiesbaden: Springer VS.
- Mollenhauer, Klaus (1962): *Die Rollenproblematik des Lehrerstandes und die Bildung*. In: *Die Deutsche Schule*, Jg. 54/H. 10, S. 463-475.
- Müller-Fohrbrodt, Gisela (1973): *Wie sind Lehrer wirklich? Ideale – Vorurteile – Fakten. Eine empirische Untersuchung über angehende Lehrer*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Oevermann, Ulrich (2001): *Adornos „Tabus über dem Lehrberuf“ im Lichte einer revidierten Professionalisierungstheorie*. In: *Pädagogische Korrespondenz*, Jg. 28, S. 57-80.
- Osterroth, Andreas (2015): *Das Internet-Meme als Sprache-Bild-Text*. In: *IMAGE*, Jg. 7/H. 22., S. 26-46.
- Paseka, Angelika/Keller-Schneider, Manuela/Combe, Arno (Hrsg.) (2018): *Ungewissheit als Herausforderung für pädagogisches Handeln*. Wiesbaden: VS.
- Pinn, Sarah/Rothland, Martin (2011): *Die „Anti-Elite“ – dumm, neurotisch und falsch motiviert? Das Bild angehender Lehrkräfte in den Printmedien*. In: *Seminar*, Jg. 17/H. 4, S. 136-148.
- Przyborski, Aglaja/Wohrab-Sahr, Monika (2014): *Qualitative Sozialforschung*. München: Oldenbourg.
- Rothland, Martin (2016): *Der Lehrerberuf in der Öffentlichkeit*. In: Rothland, Martin (Hrsg.): *Beruf Lehrer/in*. Münster: Waxmann, S. 67-86.
- Rothland, Martin (2014a): *Wer entscheidet sich für den Lehrerberuf? Herkunfts-, Persönlichkeits- und Leistungsmerkmale von Lehramtsstudierenden*. In: Terhart, Ewald/Bennewitz, Hedda/Rothland, Martin (Hrsg.): *Handbuch der Forschung zum Lehrerberuf*. Münster: Waxmann, S. 319-348.

- Rothland, Martin (2014b): Warum entscheiden sich Studierende für den Lehrerberuf? Berufswahlmotive und berufsbezogene Überzeugungen von Lehramtsstudierenden. In: Terhart, Ewald/Bennewitz, Hedda/Rothland, Martin (Hrsg.): Handbuch der Forschung zum Lehrerberuf. Münster: Waxmann, S. 349-385.
- Rothland, Martin (2012): Verachtung als Berufsperspektive? Wie nehmen Lehramtsstudierende das Lehrerbild in der Gesellschaft wahr? In: Zeitschrift für Bildungsverwaltung, Jg. 28/H. 2, S. 21-36.
- Schäffer, Burkhard (2015): Bildlichkeit und Organisation. Die mediale Selbstdarstellung der Piratenpartei als Ausdruck ihres organisationskulturellen Milieus. In: Bohnsack, Ralf/Michel, Burkard/Przyborski, Aglaja (Hrsg.): Dokumentarische Bildinterpretation. Methodologie & Forschungspraxis. Opladen: Budrich, S. 37-56.
- Schäffer, Burkhard (2010): Abbild – Denkbild – Erfahrungsbild. In: Ecarius, Jutta/Schäffer, Burkhard (Hrsg.): Typenbildung und Theoriegenerierung. Perspektiven qualitativer Biographie- und Bildungsforschung. Opladen: Budrich, S. 207-232.
- Schäffer, Burkhard (2003): „Ein Blick sagt mehr als tausend Worte“. Zur generationsspezifischen Inszenierung pädagogischer Blickwechsel in Spielfilmen. In: Ehrenspeck, Yvonne/Schäffer, Burkhard (Hrsg.): Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Ein Handbuch. Opladen: Leske+Budrich, S. 395-417.
- Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen (2012 [2007]): Leitlinien zum Nordrhein-Westfalen-Design. o. A.
- Tenorth, Heinz-Elmar (2012): „Faule Säcke“ – Lehrerstereotype und öffentliche Erwartungen an den Beruf im historischen Prozess. In: Zeitschrift für Bildungsverwaltung, Jg. 28/H. 2, S. 9-20.
- Terhart, Ewald (2010): Faule Säcke, arme Schweine oder Helden des Alltags? Lehrerbilder zwischen Fremd- und Selbstdeutung. In: Feindt, Andreas/Klaffke, Thomas/Röbe, Edeltraud/Rothland, Martin/Terhart, Ewald (Hrsg.): Lehrerarbeit – Lehrer sein. Seelze: Friedrich, S. 38-41.
- Terhart, Ewald (2000): Perspektiven der Lehrerbildung in Deutschland. Abschlussbericht der von der Kultusministerkonferenz eingesetzten Kommission. Weinheim: Beltz.
- Terhart, Ewald (1996): Berufskultur und professionelles Handeln bei Lehrern. In: Combe, Arno/Helsper, Werner (Hrsg.): Pädagogische Professionalität. Untersuchungen zum Typus pädagogischen Handelns. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 448-500.
- Werner, Theres (2011): Zur Leistung und Funktion von Flyern in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen. In: Gansel, Christina (Hrsg.): Systemtheorie in den Fachwissenschaften. Zugänge, Methoden, Probleme. Göttingen: V&R unipress, S. 153-165.
- Zahn, Manuel/Pazzini, Karl-Josef (Hrsg.) (2011): Lehr-Performances. Filmische Inszenierung des Lehrens. Wiesbaden: VS.