

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ІНОЗЕМНИХ МОВ
ЛІНГВІСТИЧНИЙ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ
ЦЕНТР**

**МАТЕРІАЛИ
X ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ, АСПІРАНТІВ ТА
ВИКЛАДАЧІВ
ЛІНГВІСТИЧНОГО НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО
ЦЕНТРУ КАФЕДРИ ІНОЗЕМНИХ МОВ**

**“WITH FOREIGN LANGUAGES TO MUTUAL
UNDERSTANDING, BETTER TECHNOLOGIES AND
ECOLOGICALLY SAFER ENVIRONMENT”**

**(Суми, 24 березня 2016 року)
The tenth all Ukrainian scientific practical student`s,
postgraduate`s and teacher`s conference**

ARBEITSMARKT UND BERUFSCHANCEN IM JOURNALISMUS DES DEUTSCHLANDS

T. Redko – die staatliche Sumyuniversität, die Gruppe MDm-

51

M. M. Dunajewa – Senior Lecturer

Der Arbeitsmarkt und die künftigen Berufschancen für Journalisten hängen von der wirtschaftlichen und medienpolitischen Entwicklung ab. Die weltweite Konjunkturkrise im 2001, der Zusammenbruch des Marktes, die gründlichen Kursrückgänge und die regressiven Werbeinvestitionen schwächten die Medien. Die Folgen waren erhebliche Personalreduzierung.

Die Medien haben sich davon bis heute nicht erholt, obwohl große Konzerne wieder Rekordergebnisse berichten. Der Deutscher Journalisten Verband berechnet für das Jahr 2012 auf 72.500 hauptberufliche Journalisten. Hinzu kommen etwa 3.000 Volontäre und 26.000 freie Journalisten zur Arbeit.

Auch im 2014 erhöhte die Zahl der arbeitslose Redakteure und Journalisten. Sie vermeldete 5304 Personen. In den letzten 7 Jahr ist die höchste Zahl.

Die Statistik des weltweiten Portals „Statista“ zeigt, dass im 2013 Deutsche Fernsehen und Tageszeitungen bevorzugte. Das ist 36,9 Prozent und 22,7 respektive. Aber im 2014 veränderte sich die Situation und das Publikum bevorzugte das Radio und Internet, dabei Fernsehen und Tageszeitungen verloren besonders ihre Positionen nicht. Die Zeitschriften blieben auf dem letzten Platz.

Heute müssen Journalisten mobil sein, um angemessen auf dem Arbeitsmarkt zu bleiben. Die Journalisten der Gegenwart und Zukunft erwarten Cross-Wissen und Fähigkeiten: die Vermischung zwischen Journalismus und digitaler Technik, Unterhaltung, Werbung, PR, dabei noch soziale Netzwerke zu verwalten.

Die Zukunft, die das „Statista“ für den klassischen Journalismus prognostiziert: bis 2020 zahlreiche heutige Tageszeitungen werden nicht mehr erscheinen; Print wird drastisch an Bedeutung verlieren; es wird deutlich weniger Journalisten nicht geben; journalistische Produkte werden für den Leser deutlich teurer nicht sein; der Journalismus wird besser als heute nicht stehen.