

Universität Freiburg (CH)
Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Masterarbeit
Dozent: Dr. Daniel Beck

Traumberuf Journalismus?!

**Arbeitsbedingungen, Ziele und Anliegen junger Journalistinnen und
Journalisten in der Schweiz**

Eingereicht von:
Lauro Mombelli
Eichholzstrasse 86, 3084 Wabern
lauro.mombelli@unifr.ch
Studentennummer: 14-216-030

Freiburg/Fribourg, 16. Juni 2021

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Theoretische Grundlagen	4
2.1	Theoretische Annäherung an den Begriff „Journalismus“	4
2.1.1	Die Definition von Journalismus anhand der Systemtheorie	4
2.1.2	Die Definition von Journalismus anhand des diskursiven Institutionalismus.....	6
2.2	Theoretische Annäherung an die Bezeichnung „Journalistin/Journalist“	8
2.2.1	Verbandsdefinitionen von Journalistinnen/Journalisten	8
2.2.2	Systematische Definition von Journalistinnen/Journalisten.....	11
3	Forschungsstand zu Schweizer Journalistinnen/Journalisten.....	14
3.1	Bisherige Erkenntnisse aus Schweizer Journalismus Berufsfeldstudien	15
3.1.1	Soziodemografische Merkmale der Journalistinnen/Journalisten in der Schweiz	15
3.1.2	Das Arbeitsumfeld der Journalistinnen/Journalisten in der Schweiz.....	18
3.1.3	Unabhängigkeit und Einflussquellen	20
3.1.4	Berufliches Rollenverständnis	23
3.1.5	Vertrauen in gesellschaftliche Institutionen	25
3.1.6	Professionelle Ethik der Journalistinnen/Journalisten in der Schweiz.....	26
3.1.7	Wahrnehmung des Wandels im Journalismus	28
3.2	Bisherige Erkenntnisse über junge Journalistinnen/Journalisten	30
3.2.1	Resultate der Journalisten-Enquêtes von 1998/2008 und der WJS von 2016.....	30
3.2.2	Resultate aus Studien mit Journalismus-Studierenden.....	33
4	Journalismus zwischen Krise und Wandel.....	36
4.1	Journalismus in der Krise	37
4.2	Journalismus im Wandel	39
5	Methodisches Vorgehen	42
5.1	Forschungsfragen und Hypothesen	42
5.2	Bestimmung der Grundgesamtheit	44
5.3	Aufbau des Fragebogens	45
5.4	Verbreitung des Fragebogens und Rücklauf der Daten	46
5.5	Auswertung der Daten.....	47
6	Untersuchungsergebnisse	49
6.1	Soziodemografische Merkmale	49
6.2	Rollenverständnis	51
6.3	Tätigkeit für die verschiedenen Medientypen	54
6.4	Zugang zur Branche	55

6.4.1 Journalistische Ausbildung	55
6.4.2 Motive für die Berufswahl	57
6.5 Arbeitsbedingungen	59
6.5.1 Arbeitsverhältnis	59
6.5.2 Arbeitszeit	61
6.5.3 Lohnsituation.....	62
6.5.4 Autonomie und Einflüsse	63
6.5.5 Stress	67
6.6 Zukunftsperspektiven	69
6.6.1 Berufszufriedenheit	69
6.6.2 Einschätzung der Zukunft	72
7 Fazit und Ausblick	76
Literaturverzeichnis.....	86
Anhang	92
Anhang A1: Fragebogen Deutsch	92
Anhang A2: Fragebogen Französisch	101
Anhang A3: Weiterführende Tabellen	111

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Verbands- und Gewerkschaftsmitglieder aus der Grundgesamtheit.....	46
Tabelle 2: Soziodemografische Merkmale der Stichprobe	50
Tabelle 3: Rollenverständnis.....	52
Tabelle 4: Tätigkeit bei Medientypen (hauptsächlich).....	54
Tabelle 5: Absolvierte journalistische Ausbildung	56
Tabelle 6: Motive für Berufswahl	57
Tabelle 7: Anstellungsart	60
Tabelle 8: Anstellungsgrad.....	60
Tabelle 9: Anzahl Überstunden pro Woche	61
Tabelle 10: Zeit für bestimmte Aufgaben	62
Tabelle 11: Monatliches Brutto-Einkommen.....	63
Tabelle 12: Autonomie bei der Arbeit.....	64
Tabelle 13: Einflüsse bei der Arbeit als Journalistin/Journalist.....	65
Tabelle 14: Häufigkeit stressiger Arbeitssituationen	68
Tabelle 15: Wie gut kann Stress bei der Arbeit bewältigt werden.....	69
Tabelle 16: Empfehlung Journalistin/Journalist zu werden	69

Tabelle 17: Wahrscheinlichkeit gesamtes Berufsleben im Journalismus	70
Tabelle 18: Zufriedenheit mit Entwicklungsmöglichkeiten und Rücksichtnahme	71
Tabelle 19: Gründe um aus Journalismus auszusteigen.....	71
Tabelle 20: Gefahren für den Qualitätsjournalismus	73
Tabelle 21: Einschätzung der eigenen Zukunft als Journalistin/Journalist	74
Tabelle 22: Einschätzung der Zukunft des Journalismus.....	75
Tabelle A3.1: Mitglied in einem Berufsverband nach Geschlecht	111
Tabelle A3.2: Ausbildung nach Geschlecht.....	111
Tabelle A3.3: Rollenverständnis Mittelwert & Standardabweichung	112
Tabelle A3.4: Tätigkeit bei Medientypen (nebensächlich)	113
Tabelle A3.5: Nützlichkeit der absolvierten journalistischen Ausbildung	113
Tabelle A3.6: Motive für die Berufswahl Mittelwert & Standardabweichung.....	114
Tabelle A3.7: Anstellungsart nach Geschlecht	114
Tabelle A3.8: Anstellungsgrad nach Geschlecht	114
Tabelle A3.9: Veränderung des Arbeitsvolumens durch die Corona-Krise.....	115
Tabelle A3.10: Zeit für bestimmte Aufgaben Mittelwert & Standardabweichung.....	115
Tabelle A3.11: Monatliches Brutto-Einkommen nach Geschlecht.....	115
Tabelle A3.12: Monatliches Brutto-Einkommen nach Anstellungsart	115
Tabelle A3.13: Autonomie bei der Arbeit nach Geschlecht	116
Tabelle A3.14: Einflüsse bei der Arbeit als Journalist Mittelwert & Standardabweichung	116
Tabelle A3.15: Häufigkeit stressiger Arbeitssituationen Mittelwert & Standardabweichung....	117
Tabelle A3.16: Wie gut kann Stress bei der Arbeit bewältigt werden nach Geschlecht.....	117
Tabelle A3.17: Empfehlung Journalistin/Journalist zu werden nach Alter	117
Tabelle A3.18: Empfehlung Journalistin/Journalist zu werden nach Lohnsituation	117
Tabelle A3.19: Empfehlung Journalistin/Journalist zu werden nach Stressempfinden	118
Tabelle A3.20: Zufrieden mit Entwicklung & Rücksicht Mittelwert & Standardabweichung...	118
Tabelle A3.21: Gründe um aus Journalismus auszusteigen Mittelwert & Standardabweichung	118
Tabelle A3.22: Gründe, um aus dem Journalismus auszusteigen nach Geschlecht.....	118
Tabelle A3.23: Gründe, um aus dem Journalismus auszusteigen nach Alter	119
Tabelle A3.24: Gefahren für den Qualitätsjournalismus Mittelwert & Standardabweichung	119
Tabelle A3.25: Einschätzung der eigenen Zukunft als Journalistin/Journalist nach Geschlecht	120
Tabelle A3.26: Einschätzung der eigenen Zukunft als Journalistin/Journalist nach Alter	120
Tabelle A3.27: Einschätzung der Zukunft des Journalismus nach Geschlecht.....	120
Tabelle A3.28: Einschätzung der Zukunft des Journalismus nach Alter	120

Danksagung

An erster Stelle gebührt mein Dank Herrn Dr. Daniel Beck für die Betreuung meiner Masterarbeit. Die stets schnellen Rückmeldungen und hilfreichen Anregungen waren eine grosse Hilfe beim Schreiben dieser Arbeit.

Zudem bedanke ich mich ganz herzlich bei den Vereinen Junge Journalistinnen und Journalisten Schweiz (JJS) und impressum sowie den Gewerkschaften syndicom und Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) für die Unterstützung beim Verteilen der Fragebögen.

Abschliessend bedanke ich mich bei meiner Familie, welche mich immer mit einem offenen Ohr, Ratschlägen und dem Redigieren der Arbeit unterstützt hat.

1 Einleitung

In einem ersten Moment würde sich wahrscheinlich kaum jemand freiwillig für einen Beruf bewerben, bei welchem Überstunden und Wochenendarbeit zur Normalität gehören. Für einen Job, bei dem Stress ein alltäglicher Begleiter ist. Und für einen Beruf, bei dem die verrichtete Arbeit eher schlecht entlohnt wird. Es gibt jedoch Ausnahmen. Jobs, auf die all das eben Genannte zutrifft und sich trotzdem Leute freiwillig bewerben. Beispiele dafür sind Berufe in der Pflege, dem Service oder im Journalismus. Gerade die Arbeit als Journalistin oder Journalist zieht trotz all den erwähnten Widrigkeiten immer wieder junge Menschen an. Zum Beispiel weil sie Skandale aufdecken wollen, sie der Einblick in das Politikgeschäft reizt oder die Möglichkeit, bei grossen Anlässen ganz vorne dabei zu sein (vgl. Greck & Altmeyden, 2012, 21).

Neben den schlechten Arbeitsbedingungen kommt hinzu, dass der Beruf als Journalistin und Journalist welt- und schweizweit an Vertrauen verliert (vgl. GfK Verein, 2016, 49-50; GfK Verein, 2018, 14). Darüber hinaus befinden sich die etablierten journalistischen Medien aus verschiedenen Gründen in einer Krise. Beispielsweise weil Werbeanzeigen zunehmend übers Internet verbreitet werden und dadurch die Einnahmen der klassischen Medien sinken (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 467).

Der aktuelle Zustand, in dem sich der Journalismus befindet, ist also alles andere als aussichtsreich. Aber was bedeutet das konkret für die jungen Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz? Bis heute existieren zu dieser Frage kaum Antworten. Denn obwohl in den vergangenen Jahren verschiedene Berufsfeldstudien unter Schweizer Journalistinnen und Journalisten durchgeführt wurden, fehlt bis heute eine spezifische Untersuchung des Nachwuchses in der Medienbranche. In dieser Arbeit wird deshalb versucht, diese Forschungslücke zu schliessen. Dafür werden die aktuellen Arbeitsbedingungen, Ziele und Anliegen von jungen Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz untersucht. Dies im Auftrag des Vereins Junge Journalistinnen und Journalisten Schweiz (JJS).

Die zentrale Forschungsfrage, welche mit dieser Arbeit beantwortet werden soll, lautet folglich:

- *ZF*: Welches sind die aktuellen Arbeitsbedingungen, Ziele und Anliegen von jungen Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz?

Damit auf diese übergeordnete Frage besser eingegangen werden kann, gilt es zudem die folgenden drei Unterfragen zu untersuchen:

- *UF1*: Wie steigen junge Journalistinnen und Journalisten in den Beruf ein?
- *UF2*: Wie sehen die aktuellen Arbeitsbedingungen der jungen Journalistinnen und Journalisten aus?

- *UF3*: Wie schätzen die jungen Journalistinnen und Journalisten ihre Zukunft und die des Journalismus ein?

Für die Beantwortung dieser Fragen wird eine standardisierte schriftliche Online-Befragung unter jungen Journalistinnen und Journalisten in der Deutschschweiz und der Romandie durchgeführt. Um als jung zu gelten, müssen die Teilnehmenden im Jahr 1990 oder später geboren sein.

Der Aufbau dieser Arbeit ist so gestaltet, dass in Kapitel 2 zunächst das theoretische Fundament für diese Untersuchung gelegt wird. Dabei werden die Begriffe „Journalismus“ sowie „Journalistin/Journalist“ in einer für diese Studie geeigneten Form definiert. Bei der Bestimmung des Begriffs „Journalismus“ wird genauer betrachtet, wie sich dieser anhand der Systemtheorie und des diskursiven Institutionalismus definieren lässt. Im Zusammenhang mit der Bezeichnung „Journalistin/Journalist“ wird analysiert, wie verschiedene Journalistinnen- und Journalistenverbänden diesen Beruf definieren. Zudem wird ein Definitionsansatz vorgestellt, welcher Andy Kaltenbrunner und sein Team (2007) im Rahmen einer Untersuchung der Journalistinnen und Journalisten in Österreich entwickelt haben.

Im Anschluss an den theoretischen Teil wird in Kapitel 3 der bisherige Forschungsstand über Schweizer Journalistinnen und Journalisten aufgearbeitet. Konkret besprochen werden die Ergebnisse der Schweizer Journalisten-Enquête von 1998 und 2008 sowie die Resultate zu den Schweizer Journalistinnen und Journalisten aus der *Worlds of Journalism Study (WJS)* von 2016. Ausserdem werden in diesem Kapitel bereits existierende Ergebnisse zu angehenden und jungen Journalistinnen sowie Journalisten zusammengetragen.

Vor dem empirischen Teil dieser Arbeit wird in Kapitel 4 über die aktuelle Situation des Journalismus berichtet. In diesem Kontextkapitel werden zuerst die Ursachen angeschaut, weshalb der Journalismus in einer Krise steckt. Danach werden verschiedene Gründe für den Wandel im Journalismus vorgestellt.

Anschliessend wird in Kapitel 5 präsentiert, wie die Datenerhebung dieser Untersuchung abläuft. Dafür werden am Anfang dieses Kapitels aus dem bisherigen Forschungsstand die Hypothesen dieser Arbeit formuliert. Weiter wird erklärt, wie die Grundgesamtheit für diese Studie bestimmt wird, wie der Fragebogen für diese Untersuchung aufgebaut ist und wie der Fragebogen verbreitet wird. Abgeschlossen wird das methodische Kapitel mit dem Aufzeigen, wie der Rücklauf der Fragebögen ausgefallen ist und wie das Vorgehen bei der Auswertung der Daten aussieht.

Die Untersuchungsergebnisse werden im weiteren Verlauf der Arbeit in Kapitel 6 vorgestellt und diskutiert. Einleitend werden dabei die soziodemographischen Merkmale der untersuchten Stichprobe und das Rollenverständnis der Befragten beschrieben sowie aufgezeigt, für welche Medientypen die Umfrageteilnehmenden tätig sind. Darauf folgend wird rapportiert, wie die Befragten in

den Journalismus eingestiegen sind, unter welchen Bedingungen sie arbeiten und wie sie ihre eigene Zukunft sowie die des Journalismus einschätzen.

Zum Schluss werden in Kapitel 7 die wichtigsten Erkenntnisse dieser Arbeit zusammengefasst. Ebenso werden die Forschungsfragen und Hypothesen beantwortet sowie darauf hingewiesen, was an dieser Arbeit zu kritisieren ist. Abgeschlossen wird die Arbeit mit einem Fazit sowie einem Ausblick, was in zukünftigen Studien untersucht werden könnte.

2 Theoretische Grundlagen

Für diese Arbeit sind die Begriffe „jung“, „Journalismus“ sowie „Journalistin/Journalist“ von zentraler Bedeutung. Von keinem dieser Begriffe existiert jedoch eine einheitliche Definition. Auf den ersten Blick erscheint diese Definitionslücke möglicherweise auch nicht als problematisch. Das Phänomen „Journalismus“ wie auch die Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ wirken nämlich in einem ersten Moment und mit Rückgriff auf das Alltagsverständnis als eindeutig. Bei einer Journalistin bzw. einem Journalisten handelt es sich um eine Person, welche journalistisch arbeitet und dem Klischee der Journalistin bzw. des Journalisten nachkommt. Dieses Klischee ist geprägt von den visiblen Repräsentantinnen und Repräsentanten des Berufstandes - wie beispielsweise Moderatorinnen und Moderatoren - oder der Darstellung von Journalismus in Filmen und Romanen. Leider ist dieses Alltagsverständnis, welches in einem ersten Moment eine so eindeutige Zuordnung ermöglicht, für eine methodische Erforschung der Anzahl und Charaktereigenschaften von Journalistinnen und Journalisten nicht sehr nützlich (vgl. Kaltenbrunner et al., 2007, 10). In diesem Kapitel werden deshalb verschiedene Auffassungen der beiden Begriffe „Journalismus“ und „Journalistin/Journalist“ besprochen. Anschliessend wird aus diesen bisherigen Auffassungen eine für diese Untersuchung geeignete Definition der beiden Begriffe vorgestellt. Damit wird das theoretische Fundament dieser Arbeit gelegt, auf welchem danach die methodische Untersuchung aufbaut.

Bereits an dieser Stelle definieren lässt sich einzig, was „jung“ im Zusammenhang mit dieser Studie bedeutet. Als „jung“ gelten im Rahmen dieser Arbeit alle Personen mit Jahrgang 1990 oder jünger. Diese Altersgrenze wird gewählt, weil 30. Jahre das Höchstalter ist, um noch ein Mitglied des Vereins JJS zu sein (vgl. JJS, 2019a, 1). Für eine einfachere und vor allem umfangreichere Rekrutierung der Umfrageteilnehmenden wird hier aber der Jahrgang und nicht die reine Zahl des Alters verwendet. Deshalb können die Umfrageteilnehmende zum Teil auch 31 Jahre alt sein.

2.1 Theoretische Annäherung an den Begriff „Journalismus“

Um definieren zu können, was unter dem Begriff „Journalismus“ genau zu verstehen ist, werden im Folgenden zwei Theorien angeschaut, welche bereits in zahlreichen Studien für die Definition von Journalismus verwendet wurden. Nämlich die Definition von Journalismus anhand der Systemtheorie und die Beschreibung von Journalismus als diskursive Institution.

2.1.1 Die Definition von Journalismus anhand der Systemtheorie

Die systemtheoretische Definition von Journalismus ist durch Bemängelung an der Vorstellung entstanden, dass es sich beim Journalismus um die Summe der Tätigkeiten einzelner Journalistinnen und Journalisten handelt (vgl. Keel, 2011, 19). Eine solche Beschreibung wurde von verschiedenen Kommunikationswissenschaftlerinnen und -Wissenschaftlern als unzureichend angesehen.

So schrieb beispielsweise im Jahre 1980 der deutsche Kommunikationswissenschaftler Manfred Rühl: „Die Person als Paradigma ist ein viel zu komplexer und viel zu elastischer Begriff, um als Bezugseinheit für Journalismus dienen zu können“ (Rühl, 1980, 436).

Das Ziel der Beschreibung von Journalismus anhand der sozialen Systemtheorie ist, dass damit das System „Journalismus“ eindeutig eingegrenzt werden kann (vgl. Scholl & Weischenberg, 1998, 63). So schreibt Rühl, dass der Begriff des Sozialsystems als Bezugseinheit für Journalismus „es zulässt, zwischen Journalismus und seinen Umwelten zu unterscheiden“ (Rühl, 1980, 436). Allerdings wird das systemtheoretische Erkenntnisinstrumentarium nicht von allen Forschenden gleich konsequent und präzise angewendet. Deshalb haben sich unterschiedliche Auffassungen vom System „Journalismus“ entwickelt (vgl. Görke & Kohring, 1997, 4). Eine Übersicht dieser „neueren systemtheoretischen Ansätze der Journalismusforschung“ haben Scholl & Weischenberg (1998, 76) zusammengestellt.

Rühl versteht unter dem System „Journalismus“ beispielsweise das organisationale Umfeld, in welchem journalistische Produkte erzeugt werden (vgl. Keel, 2011, 19). Zu diesen Organisationsformen zählt er: „Redaktionen und Ressorts von Tageszeitungen, Nachrichtenagenturen, Wochenzeitungen, Magazinen, Zeitschriften oder Hauptabteilungen und Abteilungen von Rundfunkanstalten“ (Rühl, 1980, 327). Die zentrale Funktion des Systems „Journalismus“ ist dabei nach Rühl „die Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation“ (Rühl, 1980, 323).

Ein anderes Systemverständnis hat seinen Ursprung bei der von Niklas Luhmann (1984, 2007) entwickelten systemtheoretischen Beschreibung von Gesellschaft. Luhmann beschreibt dabei nicht direkt das System „Journalismus“, sondern das System „Massenmedien“. Zum System der Massenmedien zählt er die Programmbereiche „Nachrichten/Berichte“, „Werbung“ und „Unterhaltung“ (vgl. Luhmann, 2007, 36-37). Obschon Luhmanns Systemverständnis also nicht ausschließlich auf den Journalismus ausgerichtet ist, kommen Scholl und Weischenberg (1998, 70) zum Schluss, dass aufgrund der von Luhmann beschriebenen zentralen Eigenschaften des Systems „Massenmedien“, von einer Schwerpunktbildung auf Journalismus gesprochen werden kann. Zudem ist es das Verständnis von Luhmann, welches im Vergleich zu anderen Systemverständnissen zur Beschreibung von Journalismus, verstärkt Beachtung erhalten hat (vgl. Keel, 2011, 19-20). Aus diesem Grund wird an dieser Stelle tiefer auf dieses Systemverständnis eingegangen.

Der Kern von Luhmanns Systemtheorie bildet das Verständnis von einer Gesellschaft, die aus verschiedenen Systemen besteht. Diese Systeme grenzen sich von ihrer Systemumwelt ab und strukturieren so die Gesellschaft. Jedes dieser Systeme ist spezialisiert auf die Lösung eines bestimmten gesellschaftlichen Problems mittels seiner systemeigenen Logik. Zudem besitzen alle Systeme einen besonderen Leitcode, welcher ihre Entscheidungen steuert (vgl. Keel, 2011, 20).

Im Falle des von Luhmann beschriebenen Systems der Massenmedien bzw. Journalismus lautet dieser Code „Information/Nichtinformation“ (vgl. Luhmann, 2007, 36-37). Das gesellschaftliche Problem, welches das System „Journalismus“ lösen soll, ist die Sicherstellung der Verständigung zwischen den anderen gesellschaftlichen Systemen. Dies, indem Journalismus aktuelle und faktische Themen aus den anderen Systemen sammelt, auswählt, bearbeitet und anschliessend veröffentlicht. Dabei handelt es sich um eine Aufgabe, welche die anderen Systeme nicht übernehmen können, da sie nach Logiken funktionieren, die einen gesellschaftlichen Verständigungsprozess möglicherweise behindern könnten (vgl. Keel, 2011, 21-22).

Die Systemtheorie bietet also eine Heuristik, welche für die Definition von Journalismus verwendet werden kann. Allerdings ist diese Form der Definition nicht frei von Kritik. Aufgrund der unterschiedlichen Systemverständnisse kann das System „Journalismus“ nämlich nicht klar eingegrenzt werden. Dies hat zur Folge, dass trotz derselben Theorie nicht immer das Gleiche unter dem System „Journalismus“ verstanden wird. Zudem wurde an der systemtheoretischen Betrachtungsweise von Journalismus bereits wiederholt kritisiert, „dass sie den Strukturen und Systemen zu viel Gewicht beimisst und dabei die handelnden Akteure vernachlässigt“ (Keel, 2011, 22-23). Dies ist auch einer der Gründe, weshalb Journalismus in dieser Arbeit anhand des diskursiven Institutionalismus und nicht mittels der Systemtheorie beschrieben wird. Denn in dieser Untersuchung sind gerade die Akteure, die jungen Journalistinnen und Journalisten, von zentraler Bedeutung. Zudem ist der institutionelle Charakter von Journalismus in der heutigen Forschung grösstenteils unbestritten (vgl. Hanitzsch et al., 2019b, 4).

2.1.2 Die Definition von Journalismus anhand des diskursiven Institutionalismus

Um zu verstehen, weshalb sich Journalismus anhand des diskursiven Institutionalismus beschreiben lässt, muss zuerst geklärt werden, was eigentlich Institutionen sind. Unter Institutionen werden allgemein Strukturen verstanden, welche von Menschen geschaffen wurden, um im gegenseitigen Handel für Ordnung zu sorgen und Unsicherheiten zu verringern (vgl. North, 1991, 97). Dies tun Institutionen, indem sie kognitive Skripte, Kategorien und Modelle bereitstellen und dadurch das Verhalten der Menschen beeinflussen (vgl. Hall & Taylor, 1996, 15).

Es gibt jedoch nicht nur eine Form von Institutionalismus. Neben dem diskursiven Institutionalismus existieren auch ein Rational Choice-basierter, historischer und soziologischer Institutionalismus. Der grosse Vorteil des diskursiven Institutionalismus besteht dabei laut der Politikwissenschaftlerin Vivien Schmidt (2008) darin, dass mit ihm sowohl der Wandel als auch die Kontinuität von Institutionen erklärt werden kann (vgl. Schmidt, 2008, 305). Im Gegensatz zu den anderen drei Arten werden Institutionen beim diskursiven Institutionalismus nämlich gleichzeitig als gegeben (d.h. als Strukturen, die den Kontext bilden, in dem die Akteure denken, sprechen und

handeln) und als kontingent (d.h. als Konstrukte, die sich aus den Gedanken, Worten und Handlungen der Akteure ergeben) angesehen (vgl. Schmidt, 2008, 314; Schmidt, 2011, 3).

Der Kommunikationswissenschaftler Timothy E. Cook (1998) gehört zu den Wegbereitern für ein institutionelles Verständnis von Journalismus. Er versteht Institutionen als „social patterns of behavior identifiable across the organizations that are generally seen within a society to preside over a particular social sphere“ (Cook, 1998, 70). Weil Cook der Ansicht ist, dass der Journalismus diese Bedingungen erfüllt, wird er von ihm als Institution bezeichnet (vgl. Cook, 1998, 71). Für Bartholomew Sparrow (2006) bildet Journalismus als Institution zudem ein „ordered aggregate of shared norms and informal rules that guide news collection“ (Sparrow, 2006, 155). Die institutionelle Beschaffenheit von Journalismus wird auch als Grund angesehen, weshalb sich journalistische Praktiken im Zeit- und Ländervergleich so ähnlich sind (vgl. Hanitzsch et al., 2019b, 4).

Warum ist Journalismus aber eine Institution, welche erst diskursiv hervorgebracht wird? Der Grund dafür ist, dass Journalismus über keine konkrete „Essenz“ verfügt (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 466). Journalismus und die verschiedenen journalistischen Rollen existieren folglich nur deshalb als Institution „because and as we talk about them“ (Hanitzsch & Vos, 2017, 129). Diese Gespräche über Journalismus finden in einem Diskurs statt (vgl. Hanitzsch et al., 2019b, 6). Vorstellen lässt sich dieser Diskurs sinnbildlich als eine Arena. In dieser Arena artikulieren verschiedene Akteurinnen und Akteure - hauptsächlich Journalistinnen und Journalisten - ihre Haltung bezüglich der Identität und Rolle von Journalismus in der Gesellschaft (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 466). Es lässt sich also sagen, dass Journalismus als diskursive Institution den gegenwärtigen „state of play“ der gesellschaftlichen Diskussionen über Journalismus repräsentiert (vgl. Hanitzsch & Vos, 2017, 129).

Das Ergebnis dieses Diskurses sind schliesslich dominante Positionen, welche sich herauskristallisieren und zu institutionellen Regeln und Normen sowie Praktiken und Werten werden (vgl. Howarth, 2000 zit. nach Hanitzsch et al., 2019b, 6). Als Institution liefert Journalismus somit den Journalistinnen und Journalisten einen diskursiven „Werkzeugkasten“, welcher ihnen in komplexen und unsicheren Arbeitssituationen als Navigationssystem dient. Nachwuchsjournalistinnen und -Journalisten lernen diese Regeln dabei jeweils durch die berufliche Sozialisation und Ausbildung kennen (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 467). Dieser „Werkzeugkasten“ ist aber nicht in Stein gemeißelt, sondern ist wiederum Gegenstand von weiteren diskursiven (Re-)Interpretationen, (Neu-)Formungen, Aneignungen und Reformen (vgl. Hanitzsch et al., 2019b, 6).

Auf Grundlage der Theorie des diskursiven Institutionalismus wird Journalismus in dieser Arbeit also wie folgt verstanden: Journalismus ist eine diskursive Institution, welche dadurch zustande kommt, dass verschiedene Akteurinnen und Akteure - insbesondere Journalistinnen und Journalisten - in einem Diskurs ihre Vorstellung bezüglich der Identität und Rolle von Journalismus in

der Gesellschaft artikulieren. Die aus diesem Diskurs resultierenden Regeln, Konventionen und Praktiken dienen den Journalistinnen und Journalisten schliesslich als Orientierungshilfe bei ihrer täglichen Arbeit.

2.2 Theoretische Annäherung an die Bezeichnung „Journalistin/Journalist“

Nachdem der Begriff „Journalismus“ erfolgreich für diese Arbeit bestimmt werden konnte, ist es nun notwendig, auch die Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ zu definieren. Denn die Journalistinnen und Journalisten sind das zentrale Element in der oben gegebenen Definition von Journalismus. Wie bereits erwähnt, gibt es bis heute aber „keine einheitliche und allgemein verbindliche Definition, wer bzw. was ein Journalist bzw. eine Journalistin ist“ (Donsbach, 2009, 82). Zudem ist der Titel „Journalistin“ oder „Journalist“ immer noch keine geschützte Berufsbezeichnung (vgl. impressum, 2014, 3). Das bedeutet, jede und jeder kann sich ohne Weiteres als Journalistin oder Journalist bezeichnen. Dementsprechend schwierig ist es, das journalistische Berufsfeld genau einzugrenzen (vgl. Beck & Münger, 1998, 9). Dies erschwert auch die Festlegung, wer bei einer Journalistinnen- und Journalistenbefragung überhaupt untersucht werden soll (vgl. Keel, 2011, 36). Es gibt jedoch, wie bei der Beschreibung des Journalismus, verschiedene Möglichkeiten, die Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ zu definieren.

Eine Möglichkeit besteht darin, die Mitgliederbestimmungen von Journalistinnen- und Journalistenverbänden zu verwenden. Die Kriterien für eine Mitgliedschaft in diesen Zusammenschlüssen können nämlich als Anhaltspunkte dienen, was eine Journalistin bzw. Journalisten ausmacht. Im nächsten Kapitel wird deshalb auf diese Weise versucht, eine Definition von Journalistinnen und Journalisten zu finden. Eine andere, systematischere Möglichkeit für die Bestimmung der Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ liefert der österreichische Journalist, Politikwissenschaftler, Medienforscher und -entwickler Andy Kaltenbrunner und sein Team (2007). Sie beschreiben insgesamt drei theoretische Zugänge für die Definition von Journalistinnen und Journalisten. Diese Zugänge werden in Kapitel 2.1.2 vorgestellt.

2.2.1 Verbandsdefinitionen von Journalistinnen/Journalisten

In diesem Kapitel werden die Mitgliederbestimmungen der bedeutsamsten schweizerischen, deutschen und österreichischen Journalistinnen- und Journalistenverbänden vorgestellt. Diese werden nach möglichen Definitionsansätzen der Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ untersucht. Als erstes analysiert wird die Mitgliederbestimmung des Vereins JJS. Der Verein versteht sich als „das Netzwerk für Medienschaffende bis 30 Jahre“ (JJS, o.J.). Das oberste Ziel des Vereins „ist die Förderung junger Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz“ (JJS, 2019b, 1). Insgesamt gibt es beim Verein JJS vier verschiedene Mitgliedschaftskategorien. Allerdings müssen nur Aktivmitglieder Journalistinnen und Journalisten sein. So muss ein Aktivmitglied beim Verein JJS

folgende Kriterien erfüllen: „Aktivmitglieder sind journalistisch tätige Einzelpersonen mit einem Höchstalter von 30 Jahren“ (JJS, 2019a, 1). Was genau „journalistisch tätig“ bedeutet, wird jedoch nicht weiter präzisiert. Deshalb eignet sich diese Mitgliederbestimmung nicht für eine Definition von Journalistinnen und Journalisten.

Die Mitgliederbestimmung der Gewerkschaft Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) ist ebenfalls wenig aufschlussreich. Das SSM ist die Gewerkschaft für alle Angestellten in den elektronischen Medien und „vertritt die beruflichen, berufspolitischen, materiellen, kulturellen und sozialen Interessen seiner Mitglieder“ (SSM, 2019, 1). Dieses Ziel versucht die Gewerkschaft zum Beispiel damit zu erreichen, dass Kollektiv- und Gesamtarbeitsverträge erstellt und anschliessend durchgesetzt werden (vgl. SSM, 2019, 1). Die Kriterien für eine Mitgliedschaft sind jedoch auch hier relativ unspezifisch: „Das SSM steht allen Personen offen, die unabhängig von Beruf, Funktion und Status im Bereich der Medien tätig sind“ (SSM, 2019, 2).

Eine andere Gewerkschaft ist syndicom. Diese richtet sich an die „Beschäftigten der Kommunikations- und Medienbranche in der Schweiz und in Liechtenstein“ (syndicom, 2018, 6). Ein zentrales Anliegen dieser Gewerkschaft ist „die Verwirklichung des Mitbestimmungs- und Mitspracherechts der Beschäftigten“ (syndicom, 2018, 6). Die Mitgliederbestimmung ist allerdings auch bei syndicom ziemlich unpräzise: „Angestellte, Auszubildende, Freischaffende sowie Selbstständige im Organisationsbereich von syndicom können Mitglied werden“ (syndicom, 2018, 7). Auch die Mitgliederbestimmungen der beiden Gewerkschaften SSM und syndicom sind also für eine Definition der Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ nicht brauchbar.

Der grösste Zusammenschluss von Medienschaffenden der Schweiz und des Fürstentums Liechtensteins ist der Berufsverband impressum - die Schweizer Journalistinnen. Impressum setzt sich in verschiedenen Bereichen für seine Mitglieder ein. Zum Beispiel indem der Verband die berufliche Aus- und Weiterbildung seiner Mitglieder fördert. Impressum übernimmt aber auch diverse andere Aufgaben, wie beispielsweise die Verteidigung der politischen und wirtschaftlichen Freiheit sowie Unabhängigkeit der Medien und ihrer Mitarbeitenden (vgl. impressum, 2019, 3). Bei impressum gibt es, wie beim Verein JJS, unterschiedliche Mitgliedschaftskategorien. An dieser Stelle wird aber nur auf die Anforderungen für eine Aktivmitgliedschaft eingegangen. Der Grund dafür ist, dass hauptsächlich in dieser Kategorie bei der Mitgliederbestimmung auf die journalistische Tätigkeit einer Person eingegangen wird. Bei der Aktivmitgliedschaft von impressum gibt es dabei zwei Varianten. Nämlich Aktivmitglieder ohne BR und Aktivmitglieder mit BR. Mit „BR“ wird der Eintrag in das Berufsregister der journalistisch tätigen Medienschaffenden abgekürzt. Ein Aktivmitglied ohne BR muss folgende Anforderungen erfüllen: „Aktivmitglieder von impressum sind Journalistinnen und Journalisten, Mitglieder des technischen Redaktionspersonals oder Moderatorinnen und Moderatoren“ (impressum, 2019, 4). Auch bei dieser

Mitgliederbestimmung wird aber nicht genauer darauf eingegangen, ab wann jemand als Journalistin oder Journalisten gilt. Etwas konkretisiert wird dies erst bei der Aktivmitgliedschaft mit BR. Um diese zu erhalten, muss eine Person nämlich seit mindestens zwei Jahren journalistisch tätig sein (vgl. impressum, 2019, 7). In den Statuten von impressum wird aber weder festgehalten, was „journalistisch tätig“ bedeutet, noch sind alle Kriterien für einen Eintrag in das Berufsregister aufgelistet.

Die genauen Voraussetzungen für die Eintragung in das Berufsregister der Medienschaffenden stehen dafür im „Reglement über den Schweizer Presseausweis und das Berufsregister der journalistisch tätigen Medienschaffenden BR“ (vgl. syndicom et al., 2017). Dieses Reglement wurde von den Verbänden syndicom, impressum und SSM verabschiedet. Die im Reglement festgehaltenen Kriterien liefern auch erstmals eine mögliche Definition, was eine Journalistin bzw. ein Journalist ist. Es ist allerdings nicht zielführend, an dieser Stelle alle Kriterien aufzuführen. Deshalb werden hier nur einige Anforderungen aus dem Reglement aufgelistet, um dadurch eine erste Skizze zu erhalten, was Journalistinnen und Journalisten sind:

Damit sich eine Person in das Berufsregister eintragen lassen kann, muss diese hauptberuflich als Medienschaffende oder Medienschaffender tätig sein. Dies im Rahmen einer redaktionellen Anstellung oder freiberuflich. Diese Tätigkeit muss die Person für den redaktionellen Teil eines nach journalistischen Kriterien hergestellten Medienprodukts ausüben. Mit hauptberuflicher Tätigkeit ist hier gemeint, dass eine Person seit mindestens zwei Jahren die Hälfte ihrer Berufstätigkeit einer journalistischen Tätigkeit widmet (vgl. syndicom et al., 2017, 1-3). Eine journalistische Tätigkeit wird dabei im Reglement wie folgt beschrieben:

„Die journalistische Tätigkeit stellt einen eigenständigen Beitrag an den Inhalt oder die Gestaltung des Medienproduktes dar und besteht insbesondere darin, mittels Text, Bild, Ton oder deren Kombination, Informationen und Meinungen im Hinblick auf eine Veröffentlichung oder Verbreitung zu sammeln, zu überprüfen, auszuwählen, zu strukturieren, zu analysieren, zu illustrieren [und/oder] vorzubereiten“ (syndicom et al., 2017, 2).

Des Weiteren gelten auch Stages, Volontariate und der Besuch von journalistischen Ausbildungsstätten (z.B. das Medienausbildungszentrum MAZ) als journalistische Tätigkeit (vgl. syndicom et al., 2017, 2).

Eine relativ ähnliche Definition liefert der Deutsche Journalisten-Verband (DJV). Was aus seiner Sicht eine Journalistin bzw. ein Journalist ist, beschreibt der Verband im Dokument „Berufsbild Journalistin/Journalist“: „Journalistin oder Journalist ist, wer professionell Informationen, Meinungen und Unterhaltung mittels Wort, Bild, Ton oder Kombinationen dieser Darstellungsmittel über analoge und digitale Medienkanäle erarbeitet und verbreitet“ (DJV, 2019, 3). Das Erfüllen der in dieser Definition gegebenen Kriterien ist unter anderem die Grundlage für eine Mitgliedschaft

beim DJV. Darüber hinaus muss eine Person beim DJV für eine Mitgliedschaft ebenfalls hauptberuflich journalistisch tätig sein (vgl. DJV, 2015, 1).

Die Mitgliederbestimmung des österreichischen Journalisten Club (ÖJC) ist hingegen etwas weiter gefasst. Beim ÖJC können Personen ordentliche Mitglieder werden, „die journalistische, programmgestaltende oder kreative Medientätigkeit hauptberuflich oder als ständige entgeltliche oder unentgeltliche Nebenbeschäftigung ausüben und dies regelmässig belegen können“ (ÖJC, 2020, 3).

Aus diesen verschiedenen Mitgliederbestimmungen ergibt sich folgende Definition der Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“: Eine Journalistin bzw. ein Journalist ist eine Person, welche einen wesentlichen Teil ihrer Arbeitszeit einer journalistischen Tätigkeit oder Ausbildung nachgeht. Als journalistische Tätigkeit wird dabei das Erstellen eines Beitrags für ein journalistisches Medienprodukt (z.B. eine Zeitung) verstanden.

Diese Definition macht es zwar möglich, den Beruf von Journalistinnen und Journalisten einigermaßen zu beschreiben. Allerdings eignet sich diese Definition nicht, um die Grundgesamtheit für diese Studie zu bestimmen. Dafür ist vielmehr ein Vorgehen gefragt, bei dem die Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ einerseits theoretisch fundiert und andererseits umsetzungsorientiert operationalisiert wird (vgl. Keel, 2011, 47). Als Nächstes wird deshalb eine systematische Vorgehensweise für die Definition der Bezeichnung „Journalistin/Journalist“ vorgestellt.

2.2.2 Systematische Definition von Journalistinnen/Journalisten

Eine systematische Vorgehensweise für die Definition der Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ beschreiben Andy Kaltenbrunner und sein Team (2007) in einer Untersuchung der Journalistinnen und Journalisten in Österreich. Für die Definition von Journalistinnen und Journalisten verwenden sie in ihrer Studie drei definitorische Zugänge. Diese sind: der formal-taxative, strukturell-institutionelle und individuelle Zugang. Diese Zugänge werden hier nun vorgestellt:

Beim formal-taxativen Zugang wird über formale Kriterien die Zugehörigkeit zur Profession festgelegt. Als Journalistin oder Journalist gilt, wer zum Beispiel Mitglied eines journalistischen Berufsverbands ist oder in einschlägigen Berufslisten einen Eintrag hat. Diese Art von Definition hat den Vorteil, dass die Grundgesamtheit formal genau bestimmt werden kann. Egal was eine Person tut, sie ist dann eine Journalistin oder ein Journalist, wenn sie Mitglied eines Berufsverbands ist oder auf einer Berufsliste steht (vgl. Kaltenbrunner et al., 2007, 11). Noch einfacher ausgedrückt ist nach dem formal-taxativen Zugang jemand Journalistin bzw. Journalist, „wer als solcher registriert ist“ (Keel, 2011, 48). Dies hat auch den Vorteil, dass mit diesem Zugang die freien Journalistinnen und Journalisten in die Grundgesamtheit miteinbezogen werden, sofern sie in einem Berufsverband oder in einer Berufsliste registriert sind (vgl. Keel, 2011, 48). Der Nachteil beim formal-taxativen Zugang ist allerdings, dass es in der Schweiz keine Pflicht gibt, als Journalistin oder

Journalist Mitglied eines Berufsverbands zu sein. Es ist auch keine Pflicht, in einer Berufsliste eingetragen zu sein. Deshalb lässt sich mit diesem Zugang die Gesamtheit der Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz nicht genau erfassen.

Zweitens kann die Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ nach dem strukturell-institutionellen Zugang definiert werden. Bei diesem Zugang gilt jemand dann als Journalistin oder Journalist, wenn er oder sie „unter bestimmten (kollektiv-)vertraglichen Bedingungen in einem Medienunternehmen journalistische Tätigkeiten (wie Recherchieren, Publizieren, Redigieren etc.) ausübt“ (Kaltenbrunner et al., 2007, 11). Dieser Zugang hat den Vorteil, dass hier die konkrete Tätigkeit und die institutionelle Definition entscheidend sind für die Begriffsbestimmung (vgl. Kaltenbrunner et al., 2007, 11). Es gibt aber auch verschiedene Nachteile beim strukturell-institutionellen Zugang. Beispielsweise ist es heutzutage aufgrund von Zusammenschlüssen verschiedener Unternehmen aus unterschiedlichen Sektoren zunehmend unklar, was genau unter einem Medienunternehmen zu verstehen ist und welche Abteilungen dieses Unternehmens als journalistisch angesehen werden können (vgl. Keel, 2011, 50). Beispielsweise umfasst die grosse Schweizer Mediengruppe TX Group unter anderem diverse Zeitungen aber auch TV-Streaming-Anbieter, Jobbörsen oder Immobilienportale. Ein weiterer Nachteil ist zudem, dass es zahlreiche freischaffende Journalistinnen und Journalisten gibt, welche beim strukturell-institutionellen Zugang nicht in die Definition miteingeschlossen werden (vgl. Keel, 2011, 51).

Eine dritte Möglichkeit ist der individuelle Zugang. Nach diesem ist eine Journalistin bzw. ein Journalist jemand, der die Regeln journalistischen Arbeitens bei seiner Tätigkeit beachtet und die Mehrheit seines Einkommens durch diese Tätigkeit erwirtschaftet. Damit handelt es sich um die weiteste Definition. Lediglich drei Personengruppen gelten nach dem individuellen Zugang nicht als Journalistinnen und Journalisten: Erstens Personen, welche zwar einer professionellen Form von Journalismus nachgehen, dies allerdings unentgeltlich. Zweitens Personen, welche als Amateurjournalistinnen und -Journalisten tätig sind. Und drittens Personen, welche User-generated Content produzieren, der zwar an die Öffentlichkeit adressiert ist, jedoch nicht anhand der professionellen Regeln des Journalismus produziert wird (vgl. Kaltenbrunner et al., 2007, 11-12).

Der Vorteil des individuellen Zugangs ist also, dass hier nur die Einhaltung journalistischer Regeln und die Entlohnung darüber entscheiden, ob jemand als Journalistin oder Journalist bezeichnet wird. Keel (2011, 52) hinterfragt allerdings, ob die Entlohnung wirklich ein sinnvolles Ausschlusskriterium darstellt. Sinnvoller ist es aus seiner Sicht beim individuellen Zugang nur das Befolgen der journalistischen Regeln als Ausschlusskriterium einzusetzen. So würden beispielsweise auch Amateurjournalistinnen und -Journalisten in die Definition miteingeschlossen werden, sowie Personen, welche zwar User-generated Content erstellen, dabei aber die Regeln des journalistischen Arbeitens befolgen. Der Nachteil des individuellen Zugangs ist aber vor allem, dass er fast nicht

operationalisierbar ist. So ist es mit diesem Zugang kaum möglich, die Grundgesamtheit der journalistisch Tätigen sinnvoll, reliabel und effizient zu bestimmen. Dieser Zugang dient deshalb mehr als Ausgangspunkt bei einer theoretischen Betrachtung von Journalistinnen und Journalisten und weniger, um eine empirische Erhebung durchzuführen (vgl. Keel, 2011, 52).

An dieser Stelle kann also festgehalten werden, dass es mit keinem dieser drei Zugänge allein möglich ist, die Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ umfassend zu definieren. Deshalb wird in dieser Studie anhand einer Kombination dieser Zugänge definiert, was Journalistinnen und Journalisten sind. Gleichzeitig wird auf diese Weise die Grundgesamtheit für diese Untersuchung bestimmt. Deshalb wird die ausführliche Definition der Bezeichnung „Journalistin/Journalist“ auch erst im Kapitel zur Grundgesamtheit (Kap. 5.2) präsentiert, um Redundanzen zu vermeiden. Zunächst wird nun im nächsten Kapitel der bisherige Stand der Forschung zu den Schweizer Journalistinnen und Journalisten aufgearbeitet.

3 Forschungsstand zu Schweizer Journalistinnen/Journalisten

Der Zeitraum zwischen den mittleren 1980er- und den mittleren 1990er-Jahren war weltweit die Blütezeit für diverse nationale Journalistinnen- und Journalistenerhebungen. Der Grund dafür war, dass Journalistinnen und Journalisten sowohl in neueren als auch älteren politischen Systemen zunehmend eine wichtige Rolle eingenommen haben. Das war insbesondere dann der Fall, wenn sich das politische System in einem Land im Übergang von einem autoritären zu einem demokratischen System befunden hat (vgl. Weaver, 1998, 1). Zeitlich liegen dabei Umfrageergebnisse aus den USA am weitesten zurück (vgl. Keel, 2011, 90). Die erste grosse Befragung von US-Journalistinnen und Journalisten wurde bereits 1971 durchgeführt und die Ergebnisse wurden anschliessend 1976 veröffentlicht (vgl. Johnstone et al., 1976).

In der Schweiz gab es hingegen lange keine landesweite Journalistinnen- und Journalistenbefragung. Zwar haben bereits im Jahr 1980 Saxer und Schanne eine erste berufssoziologische Untersuchung von Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz durchgeführt. Allerdings handelt es sich hierbei lediglich um eine Untersuchung des Journalismus in den beiden Medienräumen Zürich und Waadt. Trotzdem kann die Untersuchung von Saxer und Schanne als Beginn und zugleich erster wichtiger Meilenstein in der Schweizer Journalistinnen- und Journalistenforschung angesehen werden (vgl. Saxer & Schanne, 1981; Keel, 2011, 92).

Es vergingen knapp 20 Jahre, bis schliesslich die erste landesweite Journalistinnen- und Journalistenbefragung in der Schweiz durchgeführt wurde. Nämlich die Journalisten-Enquête, welche die Universitäten Bern und Zürich 1998 durchgeführt haben (vgl. Marr et al., 2001, 14). Bis heute gilt diese Studie als die wichtigste berufssoziologische Untersuchung von Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz. Zehn Jahre später wurde eine analoge Folgestudie, die Journalisten-Enquête 2008, durchgeführt (vgl. Keel, 2011, 92).

Die neuste Schweizer Journalistinnen- und Journalistenbefragung wurde zuletzt im Rahmen des Projekts „The Worlds of Journalism Study“ (WJS) durchgeführt. Bei diesem akademisch betriebenen Projekt soll regelmässig der Zustand des Journalismus in der ganzen Welt beurteilt werden. Über 70 Länder sind Teil davon. Das Ziel dieses Projekts ist es, besser zu verstehen, was die Weltanschauungen von Journalistinnen und Journalisten sind, an was sie sich bei ihrer Arbeit orientieren, welches die Bedingungen und Einschränkungen sind, unter welchen Journalistinnen und Journalisten arbeiten sowie welche soziale Funktion der Journalismus in einer sich verändernden Welt übernimmt (vgl. Dingerkus et al., 2016, 7). Aktuell läuft bereits die dritte Welle dieser globalen Befragung. Weil diese Welle aber noch nicht abgeschlossen ist, sind die neusten Daten über die Schweizer Journalistinnen und Journalisten diejenigen aus der zweiten Welle. Diese Befragung dauerte von 2012 bis 2016, wobei die Daten für die Schweiz zwischen Oktober 2014 und Juni

2015 erhoben wurden (vgl. Dingerkus et al., 2016, 6). Da die Studie bis 2016 gedauert hat, wird in dieser Arbeit von der WJS von 2016 gesprochen.

Abgesehen von diesen drei grossen Berufsfeldstudien wurden in den vergangenen Jahren auch Befragungen durchgeführt, bei welchen jeweils eine Untergruppe von Schweizer Journalistinnen und Journalisten befragt wurde. Zum Beispiel Berner Journalistinnen und Journalisten (vgl. Beck & Münger, 1998), Fachjournalistinnen und -journalisten (vgl. Keel et al., 2006) oder Sportjournalistinnen und -journalisten (vgl. Beck & Kolb, 2009; Hurschler, 2009). Bis heute fehlt jedoch eine spezifische Untersuchung der jungen Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz. Deshalb nimmt sich diese Arbeit der Untersuchung dieser Untergruppe an.

Im nächsten Kapitel werden dafür erst einmal die zentralen Erkenntnisse der Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 sowie der WJS von 2016 zusammengetragen. Die bisherigen Erkenntnisse, welche explizit die jungen Journalistinnen und Journalisten betreffen, werden danach in Kapitel 3.2 noch separat besprochen. Damit soll es schliesslich möglich sein, die Ergebnisse der hier durchgeführten Studie in einen grösseren Kontext zu setzen und Gemeinsamkeiten, Unterschiede sowie Entwicklungen im Vergleich zu den früheren Studien aufzuzeigen.

3.1 Bisherige Erkenntnisse aus Schweizer Journalismus Berufsfeldstudien

Die Ergebnisse aus den bisherigen Schweizer Journalismus Studien werden in diesem Kapitel in der Reihenfolge dargestellt, wie dies Thomas Hanitzsch et al. (2019a) bei den Resultaten der WJS von 2016 für die Schweiz, Deutschland und Österreich gemacht haben. Dabei werden zunächst auch immer die Erkenntnisse aus dieser Studie präsentiert. Diese werden anschliessend mit Ergebnissen der Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 verglichen. Die Resultate der Enquête von 1998 werden aus der Arbeit von Mirko Marr et al. (2001) entnommen und die Ergebnisse der Enquête von 2008 aus dem Werk von Guido Keel (2011). Aufgrund von Unterschieden in den Fragebögen der drei Studien ist es aber nicht möglich, alle Ergebnisse miteinander zu vergleichen. Sofern möglich, wird jedoch versucht, zeitliche Trends herauszuarbeiten. Wichtig zu erwähnen ist zudem erstens, dass die Ergebnisse der WJS von 2016 in der Arbeit von Hanitzsch et al. (2019a) auf ganze Zahlen gerundet werden, weshalb dies in diesem Kapitel ebenfalls so gehandhabt wird. Zweitens sind in diesem Kapitel, wenn von „Befragten“ die Rede ist, immer Schweizer Journalistinnen und Journalisten gemeint.

3.1.1 Soziodemografische Merkmale der Journalistinnen/Journalisten in der Schweiz

Bei der Geschlechterverteilung kommt die WJS von 2016 zum Ergebnis, dass mehr Männer als Frauen im Journalismus tätig sind. Allerdings ist der Frauenanteil im Journalismus über die letzten Jahre gewachsen (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 53-54). So lag der Anteil Frauen 1998

bei 32 % (vgl. Marr et al., 2001, 91-92) stieg bis 2008 auf 35 % (vgl. Keel, 2011, 161) und erreichte schliesslich 2016 einen Wert von 39 % (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 53-54).

Gleich geblieben ist über alle Studien hinweg, dass Tageszeitungen den geringsten Frauenanteil aufweisen und die nicht-tagesaktuellen Zeitungen den höchsten Anteil (vgl. Marr et al., 2001, 91-92; Keel, 2011, 161; Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 53, 55). Ausserdem zeigen die Studien ein grösstenteils konstantes Bild bei der Verteilung der Geschlechter auf die verschiedenen Ressorts. So sind die Ressorts Politik, Wirtschaft und Sport hauptsächlich in männlicher Hand. Bei der Berichterstattung zu Bildung und Wissenschaft sowie zu Service und Lifestyle zeigt sich dafür eine hohe Frauenpräsenz (vgl. Marr et al., 2001, 92-93; Keel, 2011, 148-149; Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 56-57).

Bei der Untersuchung des Alters kommt die WJS von 2016 zum Resultat, dass das Durchschnittsalter der Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz 42 Jahre beträgt. Somit ist es zwischen 2008 und 2016 zu einer leichten Verjüngung gekommen (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 57). Die Verteilung der Journalistinnen und Journalisten auf Altersgruppen zeigt ferner, dass die Anzahl der unter 30-Jährigen in den letzten Jahren angestiegen ist. In der WJS von 2016 macht diese Gruppe 14 % der Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz aus. Das sind 8 % mehr als 2008. Die grösste Altersgruppe bilden in der Schweiz aber die 30- bis 39-Jährigen mit 31 % (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 57-58).

Relativ konstant über die drei Studien hinweg zeigt sich zudem, dass jüngere Journalistinnen und Journalisten (um die 35 Jahre) hauptsächlich bei privaten Radio- und Fernsehstationen arbeiten (vgl. Marr et al., 2001, 98-99; Keel, 2011, 163-164; Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 59). Die WJS von 2016 kommt des Weiteren zum Ergebnis, dass in der Schweiz die Redaktionen von Lokal- und Regionalmedien durchschnittlich jünger sind (40 Jahre) als die von überregionalen Medien (42 Jahre) (Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 59).

Die durchschnittliche Berufserfahrung von Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz beträgt heute etwa 15 Jahre und hat sich damit seit 1998 kaum verändert (vgl. Keel, 2011, 166; Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 59). Ebenfalls gleich geblieben über alle Jahre hinweg ist, dass Männer durchschnittlich vier Jahre mehr Berufserfahrung haben als Frauen (vgl. Marr et al., 2001, 94; Keel, 2011, 166-167; Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 59).

Bereits in der Journalisten-Enquête von 1998 wurde der relativ späte Berufseinstieg (im Schnitt mit 26 Jahren) in den Journalismus betont (vgl. Marr et al., 2001, 101). Dieser späte Einstieg könnte ein Hinweis für eine zunehmende Ausbildungszeit der Journalistinnen und Journalisten sein, was möglicherweise wiederum mit der zunehmenden Akademisierung des Berufsfeldes zusammenhängt. In der WJS von 2016 gaben 70 % der Befragten an, einen Hochschulabschluss zu haben (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 60). Damit ist die Anzahl von Akademikerinnen

und Akademikern im Journalismus über die letzten Jahre rasant angestiegen. 1998 hatten nämlich erst 54 % entweder einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss (vgl. Marr et al., 2001, 83) und 2008 waren es 59 % (vgl. Keel, 2011, 172).

Bemerkenswert ist zudem der Bildungsunterschied zwischen den Frauen und Männern im Journalismus. Seit 1998 haben die Journalistinnen häufiger einen Hochschulabschluss als ihre männlichen Kollegen (vgl. Keel, 2011, 172). Zuletzt hatten 2016 von den Frauen 75 % einen Hochschulabschluss und von den Männern 66 % (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 61-62).

Bei der universitären Ausbildung haben die meisten Journalistinnen und Journalisten zudem etwas aus einem nicht berufsnahen Bereich studiert. Allerdings hat die Attraktivität für ein berufsspezifisches Studium zugenommen (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 62-63). 1998 und 2008 haben rund 17 % der Journalistinnen und Journalisten ein berufsnahes Studium an einer Universität absolviert (vgl. Keel, 2011, 187). 2016 waren es dann 47 %, wobei sich eine berufsnah universitäre Ausbildung überproportional bei den Frauen findet (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 63-64).

Die WJS von 2016 bestätigt im Übrigen erneut, dass ein Grossteil der Schweizer Journalistinnen und Journalisten Mitglied bei einem Berufsverband ist. 2016 waren es 57 %, wobei Männer stärker organisiert sind als Frauen. Die höchste Anzahl an Mitgliedern findet sich bei den Zeitungen, Agenturen sowie dem öffentlichen Rundfunk. Journalistinnen und Journalisten von privaten Radio- und Fernsehstationen sowie dem Onlinesektor verzichten dagegen häufiger auf eine Mitgliedschaft in einem Berufsverband (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 64-65).

Verglichen mit den beiden Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 ist die Anzahl der Mitglieder bei den Berufsverbänden aber zurückgegangen. 2008 lag der Wert nämlich noch bei 82 % (vgl. Keel, 2011, 184) und 1998 bei 94 % (vgl. Marr et al., 2001, 55). Allerdings muss zu diesen hohen Werten gesagt werden, dass die Grundgesamtheit bei der Journalisten-Enquête von 1998 zu grossen Teilen aus Mitgliederverzeichnissen von Berufsverbänden bestand, weshalb praktisch nur Mitglieder von Verbänden befragt wurden. Das Gleiche gilt für die Auswahl der Print-Journalisten in der Enquête von 2008 (vgl. Keel, 2011, 183).

Von den drei hier besprochenen Studien wird nur in der WJS von 2016 die politische Einstellung der Journalistinnen und Journalisten abgefragt. Das Ergebnis ist, dass Schweizer Medienschaffende eine moderate linke politische Einstellung haben. Ein höheres Gehalt führt allerdings dazu, dass die Einstellung der Journalistinnen und Journalisten sich in die Richtung der politischen Mitte bewegt. Zudem befinden sich Schweizer Journalistinnen stärker auf der linken Seite des politischen Spektrums als Journalisten. Zusätzlich zeigt die WJS von 2016, dass Journalistinnen und Journalisten bei Zeitschriften, Agenturen sowie dem öffentlichen Radio und Fernsehen etwas stärker auf der linken Seite des politischen Spektrums stehen. Journalistinnen und Journalisten bei

Zeitungen, dem privaten Radio und Fernsehen sowie den Online-Medien sind dafür eher rechts vom Durchschnitt einzuordnen (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 65-66).

In den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 wurde darauf verzichtet, nach der politischen Einstellung zu fragen. Begründet wird dies damit, dass die Frage nach der politischen Einstellung in der Schweiz auch in einer anonymen Befragung grundsätzlich heikel ist und häufig als Verletzung der Privatsphäre wahrgenommen wird. Stattdessen wird in der Journalisten-Enquête von 2008 zum ersten Mal nach dem Ausmass der politischen Partizipation der Journalistinnen und Journalisten gefragt. Dabei zeigt sich, dass Journalistinnen und Journalisten häufiger am politischen Geschehen partizipieren als die Durchschnittsbevölkerung (vgl. Keel, 2011, 175-176).

3.1.2 Das Arbeitsumfeld der Journalistinnen/Journalisten in der Schweiz

Bei der Untersuchung des journalistischen Tätigkeitsfeldes hat die WJS von 2016 herausgefunden, dass die Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz mehrheitlich bei einem Medientyp gleichzeitig arbeiten. Nur gerade drei von zehn Journalistinnen und Journalisten sind crossmedial tätig (vgl. Lauerer et al., 2019, 77-78). Die WJS von 2016 zeigt zudem, dass die meisten crossmedialen Journalistinnen und Journalisten neben ihrem Hauptmedium zusätzlich bei einem Online-Medium oder einer Zeitung arbeiten (vgl. Lauerer et al., 2019, 77-79). Auch die Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 kamen bereits zum Ergebnis, dass diejenigen, welche crossmedial arbeiten, am häufigsten zusätzlich noch ein Engagement im Printbereich haben (vgl. Marr et al., 2001, 62-63; Keel, 2011, 140-142).

Die WJS von 2016 kommt ferner zum Resultat, dass die meisten Journalistinnen und Journalisten nur in einer Redaktion gleichzeitig tätig sind. Etwas mehr als die Hälfte produziert allerdings Inhalte für mehr als nur ein Medienangebot (vgl. Lauerer et al., 2019, 79-80). Betreffend den Ressorts, für welche die Journalistinnen und Journalisten arbeiten, zeichnet sich seit einiger Zeit ein Trend ab, dass es zunehmend mehr thematische Allrounder als Spezialisten gibt (vgl. Keel, 2011, 142; Lauerer et al., 2019, 81). Darüber hinaus geht gut ein Fünftel (21 %) der Journalistinnen und Journalisten einer bezahlten Nebentätigkeit nach, welche sich ausserhalb des Journalismus befindet (vgl. Lauerer et al., 2019, 82).

Ein nächstes Untersuchungskriterium ist das Beschäftigungsverhältnis. Dabei kommt die WJS von 2016 zum Ergebnis, dass zwar nur etwa 57 % der Journalistinnen und Journalisten in Vollzeit arbeiten, davon jedoch die grosse Mehrheit (über 90 %) in einem festen und unbefristet Verhältnis angestellt ist (vgl. Lauerer et al., 2019, 82-84). Diese Erkenntnis deckt sich mit den Ergebnissen der Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 (vgl. Marr et al., 2001, 64; Keel, 2011, 196). Es gibt allerdings auch relativ viele Journalistinnen und Journalisten (35 %), welche nur eine Teilzeitbeschäftigung haben. Dies gilt vor allem für die Frauen (vgl. Lauerer et al., 2019, 82-83).

Weitere Erkenntnisse der WJS von 2016 sind, dass Journalistinnen und Journalisten, welche noch nicht lange bei einem Medienunternehmen angestellt sind, am häufigsten einen befristeten Arbeitsvertrag haben. Zudem sind minimal mehr Journalistinnen als Journalisten in einem befristeten Anstellungsverhältnis. Die höchste Anzahl an befristeten Verträgen findet sich bei Agenturen bzw. Mediendiensten (vgl. Lauerer et al., 2019, 84-85). Seit der Journalisten-Enquête von 1998 (vgl. Marr et al., 2001, 65) gleich geblieben ist zudem, dass im Printbereich die meisten freien Journalistinnen und Journalisten arbeiten (vgl. Lauerer et al., 2019, 86).

Die Untersuchung der Hierarchie in der WJS von 2016 hat ergeben, dass rund 16 % der Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz eine Leitungsfunktion erfüllen (vgl. Lauerer et al., 2019, 88). Dieser Wert ist etwas höher als in den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 (vgl. Keel, 2011, 194). 2016 waren zudem mehr Männer als Frauen in einer Leitungsposition (vgl. Lauerer et al., 2019, 88).

Das letzte Untersuchungskriterium, welches in der WJS von 2016 im Kapitel zum journalistischen Arbeitsumfeld besprochen wird, ist das Einkommen. Die Studie kommt zum Resultat, dass das durchschnittliche Brutto-Einkommen der Schweizer Journalistinnen und Journalisten bei etwa 6300 Franken liegt (vgl. Lauerer et al., 2019, 90). Das bedeutet, über die Jahre hinweg hat sich trotz zunehmender Lebenshaltungskosten wenig am Lohnniveau verändert. Denn bereits in der Journalisten-Enquête von 1998 wurde ein durchschnittlicher Brutto-Monatslohn von ungefähr 6300 Franken ermittelt (vgl. Marr et al., 2001, 66).

Die Aufschlüsselung des Einkommens nach Medientypen in der WJS von 2016 bringt ausserdem zum Vorschein, dass Journalistinnen und Journalisten beim öffentlichen Rundfunk (insbesondere beim öffentlichen Fernsehen) die Spitzenverdiener sind. So liegt der Durchschnittslohn beim öffentlichen Fernsehen bei etwa 7600 Franken brutto im Monat. Das Mittelfeld beim Einkommen belegen Journalistinnen und Journalisten, die bei Nachrichtenagenturen, Mediendiensten sowie Print-Medien arbeiten. Ihr monatliches Bruttoeinkommen liegt zwischen 6200 und 6400 Franken. Den letzten Platz im Einkommensranking belegen mit 4500 Franken brutto im Monat die Journalistinnen und Journalisten beim privaten Radio (vgl. Lauerer et al., 2019, 91-92). Dass Mitarbeitende des öffentlichen Rundfunks in der Schweiz mehr verdienen als diejenigen beim privaten Rundfunk, ist nichts Neues. Bereits die Journalisten-Enquête von 1998 stellte dasselbe fest (vgl. Marr et al., 2001, 69).

Eine Auswirkung auf das Gehalt hat auch die hierarchische Position und wie lange eine Person bereits journalistisch tätig ist. Wer keine Führungsverantwortung hat oder weniger als 15 Berufsjahre vorzuweisen hat, verdient rund ein Viertel weniger im Monat. Einen noch grösseren Unterschied beim Einkommen macht allerdings die Art der Anstellung aus. So verdienen festangestellte Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz etwa 2100 Franken mehr im Monat als ihre freien

Kolleginnen und Kollegen (vgl. Lauerer et al., 2019, 93). Dass festangestellte Mitarbeitende mehr verdienen, hat sich bereits in den Journalisten-Enquêtes von 1998 (vgl. Marr et al., 2001, 66-67) und 2008 (vgl. Keel, 2011, 203) gezeigt. Auch wenig geändert hat sich in den vergangenen Jahren daran, dass Journalistinnen weniger verdienen als ihre männlichen Kollegen. 2016 lag die Differenz zwischen den Brutto-Gehältern der beiden Geschlechter bei etwa 1400 Franken (vgl. Lauerer et al., 2019, 94).

3.1.3 Unabhängigkeit und Einflussquellen

Die von den Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz empfundene Unabhängigkeit wird nur in der WJS von 2016 erhoben. So kommt die Studie bezüglich der journalistischen Autonomie zum Ergebnis, dass die Journalistinnen und Journalisten grundsätzlich das Gefühl haben, ein hohes Mass an Entscheidungsfreiheit zu besitzen. Dabei wird die Autonomie bei der Darstellung einer Geschichte höher eingestuft als bei der Auswahl der Themen, über welche berichtet wird. Des Weiteren schätzen Journalistinnen ihre Entscheidungsfreiheit sowohl bei der Themenselektion als auch der Darstellung von Themen geringer ein als ihre männlichen Kollegen. Differenziert nach Medientypen wird der höchste Grad an Autonomie beim privaten Radio wahrgenommen und der geringste bei Agenturen und Mediendiensten (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 109-112).

Was die von den Journalistinnen und Journalisten wahrgenommene Stärke verschiedener Einflussquellen auf ihre Arbeit angeht, so ist ein Zeitvergleich zwischen den drei Studien wieder möglich. Allerdings nicht bei allen Einflussgrössen und nicht anhand von Prozentwerten. Dies, weil es zwischen dem Fragebogen der WJS und den beiden Enquêtes leichte Unterschiede bei der Frageformulierung und den Antwortmöglichkeiten gibt. Wo immer möglich wird aber versucht, ein Vergleich zwischen den Studien zu machen. Zusammenfassen lassen sich die verschiedenen Einflussquellen auf die journalistische Arbeit anhand verschiedener Ebenen.

Eine erste solche Ebene bilden die individuellen Einflüsse. Zu dieser Ebene zählen die persönlichen Werte und Überzeugungen sowie die religiösen Überzeugungen der Journalistinnen und Journalisten. Die Hälfte der Befragten in der WJS von 2016 sind dabei der Meinung, dass die persönlichen Werte und Überzeugungen ihre Arbeit sehr stark bis extrem beeinflussen (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 112-116). Verglichen mit den Enquêtes von 1998 und 2008 bleiben die eigenen Wertevorstellungen und Überzeugungen somit wichtige Orientierungsgrössen (vgl. Keel, 2011, 241). Dieser Befund sagt allerdings nichts darüber aus, ob sich die persönlichen Einstellungen auch direkt in der Berichterstattung niederschlagen. Denn viele Journalistinnen und Journalisten sehen sich in der Rolle des neutralen, unparteiischen Vermittlers von Informationen (wie weiter unten noch gezeigt wird). Es ist deshalb sogar möglich, dass Journalistinnen und Journalisten bei Berichten, zu welchen sie eine persönliche Meinung haben, sich noch mehr Mühe geben, dem professionellen Objektivitätsanspruch gerecht zu werden und besonders auf die Ausgewogenheit

achten. Die religiösen Überzeugungen werden in der WJS von 2016 hingegen von den Wenigsten (2 %) als sehr starke bis extreme Einflussgrösse auf die eigene Arbeit empfunden (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 115-116).

Eine nächste Einflussebene bilden die prozessbezogenen und professionellen Einflüsse. Die Einflussquelle der journalistischen Ethik ist dabei auf dieser Ebene und von allen Einflussquellen insgesamt die Einflussgrösse, von welcher die Journalistinnen und Journalisten in der WJS von 2016 sagen, sie beeinflusse ihre Arbeit am stärksten. So geben 61 % der Befragten an, die journalistische Ethik beeinflusse ihre Arbeit sehr stark oder sogar extrem. Damit sehen Schweizer Journalistinnen und Journalisten ihr Tun stärker von journalistischen Normen als von individuellen Überzeugungen beeinflusst (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 116-117).

Weiter schreiben mindestens die Hälfte der Journalistinnen und Journalisten auch dem zeitlichen Druck (54 %), dem Zugang zu Informationen (51 %) und den verfügbaren Ressourcen (50 %) einen sehr starken bis extremen Einfluss auf ihre Berichterstattung zu. Als deutlich weniger starke Einflussgrösse empfinden die Journalistinnen und Journalisten dafür die redaktionellen Leitlinien sowie das Medienrecht und die Medienregulierung. 31 % bzw. 22 % der Befragten geben an, dass diese Faktoren einen sehr starken bis extremen Einfluss auf ihre Arbeit hätten (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 117-119).

In den Journalisten-Enquêtes wurde die Antwortmöglichkeit bezüglich dem Einfluss der redaktionellen Leitlinien etwas anders formuliert. Nämlich, wie stark sich die Journalistinnen und Journalisten am publizistischen Selbstverständnis der eigenen Redaktion orientieren. Trotz diesem Unterschied in der Antwortformulierung deuten die Resultate darauf hin, dass diese Einflussquelle von 1998 bis 2016 an Bedeutung verloren hat (vgl. Keel, 2011, 241).

Eine weitere Einflussebene bilden die organisationsbezogenen Einflüsse. Zu dieser Ebene zählt der Einfluss, welcher die Kolleginnen und Kollegen im Betrieb auf die eigene Arbeit haben. In der WJS von 2016 schätzen 20 % der Befragten diese Einflussgrösse als sehr stark bis extrem ein (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 120-122). Diese Einflussquelle scheint dabei über die Jahre an Bedeutung verloren zu haben. In den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 gaben nämlich noch die Mehrheit der Befragten an, dass sie sich an den Arbeiten ihrer Kolleginnen und Kollegen orientieren würden (vgl. Keel, 2011, 241).

Als etwas stärkere Einflussquelle eingeschätzt werden in der WJS von 2016 die Vorgesetzten und leitenden Redakteurinnen und Redakteure. Insgesamt sind es 27 % der Befragten, welche diese Einflussquelle als sehr stark bis extrem einstufen. Als weniger starke Einflussquellen werden dafür die Geschäftsführung und die Eigentümer des Medienunternehmens eingeschätzt. Nur gerade 11 % bzw. 7 % schätzen diese Faktoren als sehr starke bis extreme Einflussgrössen auf die eigene Arbeit ein (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 120-122). Auch schon in den Enquêtes von 1998 und 2008

wurde dabei die Einflussgrösse der betriebswirtschaftlichen Interessen der Unternehmensleitung im Vergleich zu den anderen Einflussquellen eher gering eingeschätzt (vgl. Keel, 2011, 241).

Die ökonomischen Einflüsse können ebenfalls als eine Einflussebene bezeichnet werden. Zu dieser Ebene zählen die Einflussgrössen der Profiterwartung, Publikumsforschung und Marktdaten sowie Überlegungen bezgl. Werbung. Für alle diese Faktoren kann zunächst gesagt werden, dass Schweizer Journalistinnen und Journalisten diese als mässige Einflussquellen auf ihre Arbeit wahrnehmen. Den stärksten Einfluss schreiben sie der Publikumsforschung und den Marktdaten zu. 13 % der Befragten in der WJS von 2016 schätzen diese Einflussgrössen als sehr stark bis extrem ein. Profiterwartungen und Überlegungen bezgl. Werbung erzielen hingegen nur einen Wert von 9 % bzw. 7 % (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 122-123).

Unter dem Vorbehalt, dass die Antwortmöglichkeiten in den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 leicht anders sind als in der WJS von 2016, kann gesagt werden, dass der Einfluss der Publikumsforschung und Marktdaten auf die Arbeit der Journalistinnen und Journalisten über die Jahre etwas abgenommen hat. Der Einfluss der Werbewirtschaft wurde hingegen schon immer als gering eingeschätzt (vgl. Keel, 2011, 241).

Schon seit jeher als wenig einflussreich eingeschätzt wird die Ebene der politischen Einflüsse. Von Mitarbeitenden der Regierung, Politikerinnen und Politikern, Zensur, Sicherheitsorganen, Interessensgruppen sowie Geschäftsleuten und Wirtschaftsberatern fühlen sich die Wenigsten (2 % - 5 %) sehr stark oder extrem in ihrer Arbeit beeinflusst (vgl. Keel, 2011, 241; Lauerer & Keel, 2019, 126-127). Etwas mehr, aber immer noch wenige Journalistinnen und Journalisten in der WJS von 2016, schätzen die Öffentlichkeitsarbeit als wichtige Einflussquelle ein. So sind 9 % der Befragten der Meinung, dass die PR und Öffentlichkeitsarbeit ihre Berichterstattung sehr stark bis extrem beeinflusst (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 126-127).

Eine letzte Einflussebene bilden die privaten und professionellen Referenzgruppen. Die stärksten Einflussquellen auf dieser Ebene sind die Rückmeldungen des Publikums und die konkurrierenden Medien. 13 % der Befragten in der WJS von 2016 nehmen die Rückmeldungen des Publikums und 12 % die Arbeit der konkurrierenden Medien als sehr starken bis extremen Einfluss auf ihre Arbeit wahr. Damit handelt es sich aber im Vergleich zu den anderen Einflüssen um eher moderate Einflussquellen (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 128-129).

Trotz einer leicht anderen Frage- und Antwortformulierung in den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008, lässt sich festhalten, dass der Einfluss der konkurrierenden Medien bis 2016 zurückgegangen ist (vgl. Keel, 2011, 241). Rückläufig ist über die Jahre auch der Einfluss des privaten Umfelds (Freunde, Bekannte und Verwandte). In der WJS von 2016 geben 10 % an, dass ihr privates Umfeld einen sehr starken oder extremen Einfluss auf ihre Arbeit habe (vgl. Keel, 2011, 241; Lauerer & Keel, 2019, 128-129). Die schwächste Einflussquelle auf der Ebene der privaten und

professionellen Referenzgruppen ist die Arbeit der Kolleginnen und Kollegen bei anderen Medien. Deren Einfluss auf die eigene Arbeit schätzen 4 % der Befragten der WJS von 2016 als sehr stark bis extrem ein (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 128-129).

3.1.4 Berufliches Rollenverständnis

Das berufliche Rollenverständnis der Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz wird in der WJS von 2016 mit anderen Fragen erfasst als in den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008. Somit sind auch hier nur bedingt Vergleiche zwischen den Studien möglich.

Bei den Befragten der WJS von 2016 dominiert ein journalistisches Rollenverständnis, bei welchem neutrale Information, sachliche Analyse sowie unparteiische Vermittlung von zentraler Bedeutung sind. So sind 94 % der Befragten der Meinung, es sei sehr bis extrem wichtig, die Dinge so zu berichten, wie sie sind. 84 % finden es sehr bis extrem wichtig, das aktuelle Geschehen einzuordnen sowie zu analysieren. 83 % der Befragten finden es sehr bis extrem wichtig, unparteiische Beobachtende zu sein (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 140, 143). Trotz einer anderen Fragestellung in den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 zeigt sich auch in diesen Erhebungen, dass die meisten Journalistinnen und Journalisten sich als neutrale Berichterstattende sehen (vgl. Marr et al., 2001, 123-124; Keel, 2011, 230-231).

Von deutlich geringerer Bedeutung ist den Befragten der WJS von 2016 das Rollenverständnis von Kritik und Kontrolle. 47 % der Befragten geben an, es sei ihnen sehr bis extrem wichtig, die Regierung zu kontrollieren. 38 % geben dies für die Kontrolle der Wirtschaft an. Noch weniger, nämlich 22 % der Befragten sagen, ihnen sei es sehr bis extrem wichtig, als Journalistin oder Journalist ein Gegengewicht zur Regierung zu bilden (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 145-147). Verglichen mit den früheren Studien hat sich insofern nichts verändert, als dass bereits 1998 und 2008 die Rolle der Kritikerin bzw. des Kritikers hinter dem Rollenverständnis der neutralen Berichterstellerin bzw. des neutralen Berichterstatters lag (vgl. Marr et al., 2001, 124-125; Keel, 2011, 230-231).

Ein nur in der WJS von 2016 abgefragtes Rollenverständnis ist das der politischen Artikulation und Partizipation. Die Studie zeigt, dass insbesondere das Vermitteln von politischen Informationen für die Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz eine wichtige Aufgabe darstellt. So haben 69 % der Befragten angegeben, dass sie diese Aufgabe als sehr wichtig oder sogar extrem wichtig einschätzen. Auch auf hohem Niveau liegt der Anteil von Journalistinnen und Journalisten, die der Meinung sind, dass es ihre Rolle sei, den Menschen die Möglichkeit zu geben, ihre Ansichten zu artikulieren. Insgesamt empfinden 56 % der Befragten dieses Ziel als sehr bis extrem wichtig. Im Vergleich dazu etwas weniger stark verankert ist das Rollenbild, als Journalistin oder Journalist die Menschen zu motivieren, am politischen Geschehen teilzunehmen. Diese Rolle

empfinden mit 45 % etwas weniger als die Hälfte der Befragten als sehr bis extrem wichtig (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 147-149).

Weniger Zuspruch im Vergleich zu den bisherigen Berufsverständnissen erhalten die Rollen, welche unter der Bezeichnung gesellschaftliches Engagement zusammengefasst werden. So finden es lediglich 20 % der Befragten in der WJS von 2016 sehr wichtig oder sogar extrem wichtig, die politische Tagesordnung zu bestimmen. Auch die Aufgaben, sich für den sozialen Wandel einzusetzen oder die öffentliche Meinung zu beeinflussen, empfinden mit 21 % bzw. 17 % ein eher kleinerer Teil der Befragten als sehr bis extrem wichtig (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 149-151).

Als Journalistin oder Journalist für den sozialen Wandel einzutreten, kann hier als einziges Rollenverständnis einem Zeitvergleich mit den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 unterzogen werden. Allerdings ist die Frage in den Enquêtes, ob sich die Journalistinnen und Journalisten das Ziel setzen, sich als Anwältin oder Anwalt für die gesellschaftlich Schwachen einzusetzen. Mit dem Vorbehalt der unterschiedlichen Frageformulierung lässt sich aber sagen, dass das Rollenverständnis vom anwaltschaftlichen Eintreten für die Schwachen bzw. Eintreten für den sozialen Wandel im Laufe der Jahre zurückgegangen ist (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 151).

Den geringsten Zuspruch in der WJS von 2016 erhält unter den Rollen des gesellschaftlichen Engagements das Verständnis, als Journalistin bzw. Journalist die nationale Entwicklung zu unterstützen. Diese Aufgabe empfindet nur etwas mehr als einer von zehn Befragten als sehr bis extrem wichtig (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 150-151).

Einen wiederum relativ hohen Zuspruch erhalten die Rollenverständnisse, welche sich dem Oberbegriff der Bildung und Kultur zuordnen lassen. Zum Beispiel finden mit 55 % über die Hälfte der Befragten es sehr oder sogar extrem wichtig, als Erzählerin oder Erzähler die Welt in Geschichten zu vermitteln. Die Hälfte der Befragten in der WJS empfinden es zudem sehr bis extrem wichtig, Toleranz und kulturelle Vielfalt zu fördern. Als etwas weniger wichtig wird von den Journalistinnen und Journalisten die Aufgabe eingeschätzt, das Publikum zu bilden. Insgesamt sind es 37 %, welche diese Aufgabe als sehr bis extrem wichtig einschätzen (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 152-153). Ein Vergleich mit den früheren Erhebungen ist bei diesen Rollenverständnissen leider nicht möglich.

Eine letzte Gruppe von Rollenverständnissen kann mit den Begriffen der Alltagsbewältigung, Unterhaltung und Publikumsorientierung zusammengefasst werden. Die WJS von 2016 kommt dabei zum Ergebnis, dass für Schweizer Journalistinnen und Journalisten die Aspekte der Alltagsbewältigung sowie Unterhaltung im beruflichen Rollenverständnis von eher geringen Bedeutung sind. Trotzdem erreichen diese Rollen einen grösseren Zuspruch als diejenigen unter dem Oberbegriff des gesellschaftlichen Engagements. So sind es immerhin 39 % der Befragten, welche es sehr oder

sogar extrem wichtig finden, als Journalistin oder Journalist dem Publikum Rat, Orientierung und Hilfestellung für ihren Alltag anzubieten (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 154-155).

In den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 wurde dieses Rollenverständnis ebenfalls abgefragt, allerdings wieder mit einer anderen Frageformulierung. In diesen Studien wurde danach gefragt, wie wichtig es den Journalistinnen und Journalisten sei, als Ratgeberin oder Ratgeber dem Publikum zu helfen, sich in seiner komplexen Lebenswelt zurechtzufinden. Der Zeitvergleich zeigt dabei, dass das Rollenverständnis des Ratgeberjournalismus zwischen 1998 und 2008 zwar leicht an Zuspruch gewonnen hat (von 78 % auf 81 %), bis 2016 dann aber zurückgegangen ist auf eben 39 % (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 154).

Ebenfalls zurückgegangen ist über die Jahre hinweg das Rollenverständnis, als Journalistin oder Journalist das Publikum zu unterhalten und Entspannung zu bieten. Bei der WJS von 2016 sind es 34 % der Befragten, welche diese Berufsauffassung für sehr bis extrem wichtig halten. Damit hat auch dieses Rollenverständnis im Vergleich zu 1998 und 2008 an Zuspruch verloren (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 155).

Nur in der WJS von 2016 wurde schliesslich noch danach gefragt, wie wichtig es den Journalistinnen und Journalisten ist, Inhalte anzubieten, die ein möglichst grosses Publikum anziehen. Dieses Ziel empfinden mit 47 % immerhin knapp die Hälfte der Befragten als sehr oder sogar extrem wichtig (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, 155-156).

3.1.5 Vertrauen in gesellschaftliche Institutionen

Das Vertrauen von Schweizer Journalistinnen und Journalisten in gesellschaftliche Institutionen wird von den drei in diesem Kapitel besprochenen Studien nur in der WJS von 2016 untersucht. An dieser Stelle werden deshalb nur die Ergebnisse aus dieser Erhebung wiedergegeben. Die Resultate zum empfundenen Vertrauen in die verschiedenen gesellschaftlichen Institutionen lassen sich dabei in drei Klassen von Institutionen unterteilen.

Eine erste solche Klasse ist die der politisch repräsentativen Institutionen. Zu dieser Klasse zählen die Regierung, das Parlament, politische Parteien, Politikerinnen und Politiker sowie Gewerkschaften. Ein sehr geringes Vertrauen haben die Journalistinnen und Journalisten in die politischen Parteien und die einzelnen Politikerinnen und Politiker. Lediglich 6 % der Befragten geben an, viel oder sogar vollstes Vertrauen in die politischen Parteien zu haben. Bei den einzelnen Politikerinnen und Politikern sind es 7 % (vgl. Steindl, 2019, 174). Etwas mehr Vertrauen erhalten die Gewerkschaften. Mit 22 % sind es aber auch hier relativ wenige Journalistinnen und Journalisten, welche viel bis vollstes Vertrauen in die Gewerkschaften haben (vgl. Steindl, 2019, 176-177). Das meiste Vertrauen wird in der Klasse der politisch repräsentativen Institutionen der Regierung (Bundesrat) entgegengebracht. So geben 47 % der Schweizer Journalistinnen und Journalisten an,

viel oder sogar vollstes Vertrauen in die Regierung zu haben. In das Parlament haben 37 % der Befragten viel oder vollstes Vertrauen (vgl. Steindl, 2019, 170).

Eine weitere Klasse von Institutionen bilden die regulativen Institutionen. Dazu gehören das Gerichts- bzw. Justizwesen, die Polizei und das Militär. Das grösste Vertrauen in dieser Klasse von Institutionen, sowie generell von allen abgefragten Institutionen, haben die Befragten der WJS von 2016 in das Gerichts- bzw. Justizwesen. Insgesamt geben nämlich 60 % der Schweizer Journalistinnen und Journalisten an, viel bzw. vollstes Vertrauen in das Justizwesen zu haben. Ebenfalls grosses Vertrauen haben die Journalistinnen und Journalisten in die Polizei. Bei dieser Institution geben 48 % an, ihr viel oder sogar volles Vertrauen entgegenzubringen. Deutlich weniger stark vertrauen die Schweizer Journalistinnen und Journalisten dafür dem Militär. Im Vergleich zu den anderen regulativen Institutionen geben nur 20 % der Befragten an, viel oder volles Vertrauen in das Militär zu haben (vgl. Steindl, 2016, 178-180).

Bei der dritten und letzten Klasse wird nur noch nach dem Vertrauen in eine Institution gefragt. Nämlich dem Vertrauen in die Nachrichtenmedien. Die WJS von 2016 kommt dabei zum Ergebnis, dass Schweizer Journalistinnen und Journalisten ihrem eigenen Berufszweig ein relativ hohes Vertrauen entgegenbringen. So geben 46 % der Befragten an, viel oder sogar volles Vertrauen in die Nachrichtenmedien zu haben (vgl. Steindl, 2019, 181-182).

3.1.6 Professionelle Ethik der Journalistinnen/Journalisten in der Schweiz

Die ethischen Prinzipien, an denen sich die Journalistinnen und Journalisten bei ihrer Arbeit orientieren, ist ein weiteres Thema, welches für die Journalismusforschung von Interesse ist. Von den in diesem Kapitel diskutierten Studien hat allerdings nur die WJS von 2016 dieses Thema untersucht. Weil ein Zeitvergleich zwischen den drei Studien deshalb nicht möglich ist, werden in diesem Kapitel wieder nur die Ergebnisse der neusten Studie vorgestellt. Die Resultate der WJS von 2016 geben dabei Aufschluss, an welchen ethischen Prinzipien sich die Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz orientieren und wie stark diese Prinzipien von ihnen in der Praxis berücksichtigt werden.

Für die Untersuchung der ethischen Orientierung der Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz wird in der WJS von 2016 auf die Taxonomie der ethischen Ideologien des Psychologen Donelson R. Forsyth (1980, 176) zurückgegriffen. Dieser unterteilt Menschen aufgrund ihrer ethischen Orientierung in die folgenden vier Typen: Absolutistin/Absolutist, Situationistin/Situationist, Subjektivistin/Subjektivist und Exzeptionistin/Exzeptionist. Vinzenz Wyss und Filip Dingerkus (2019, 193) beschreiben die einzelnen Typen wie folgt: Absolutistinnen und Absolutisten sind der Ansicht, dass sich Journalistinnen und Journalisten unabhängig von der Situation und dem Kontext immer an die Berufsethik halten sollten. Situationistinnen und Situationisten sind der Meinung, dass es von der konkreten Situation abhängt, was im Journalismus ethisch vertretbar ist.

Die Subjektivistinnen und Subjektivisten sind der Ansicht, dass es im eigenen Ermessen der Journalistinnen und Journalisten liegt, was im Journalismus ethisch vertretbar ist. Exzeptionistinnen und Exzeptionisten sind schliesslich der Meinung, dass es unter aussergewöhnlichen Umständen akzeptabel ist, moralische Standards beiseite zu legen.

Die WJS von 2016 kommt zum Ergebnis, dass die Mehrheit der Schweizer Journalistinnen und Journalisten dem absolutistischen Typ entspricht. 91 % der Befragten stimmen nämlich der Aussage eher oder sogar stark zu, dass sich Journalistinnen und Journalisten unabhängig von Situation und Kontext immer an die Berufsethik halten sollen. Mehr als die Hälfte (51 %) stimmen aber auch einer Situationsethik eher oder stark zu. Die Auffassung des exzeptionistischen und subjektivistischen Typs ist bei den Schweizer Journalistinnen und Journalisten dafür deutlich weniger stark verbreitet. So stimmen gerade mal 18 % der Aussage eher oder stark zu, dass es unter aussergewöhnlichen Umständen akzeptabel sei, moralische Standards zu ignorieren (exzeptionistischer Typ) und 13 % der Aussage, dass es im eigenen Ermessen liegt, was ethisch vertretbar sei (subjektivistischer Typ). Schweizer Journalistinnen und Journalisten arbeiten also stärker nach einer idealistischen Pflichtethik und weniger stark nach einer relativistischen Situationsethik (vgl. Wyss & Dingerkus, 2019, 194-197).

Für die Untersuchung, ob die Journalistinnen und Journalisten ihre ethische Einstellung auch wirklich in der Praxis umsetzen, mussten die Befragten der WJS von 2016 angeben, wie stark ihre Ablehnung für verschiedene „harte“ und „skrupellose“ Recherchemethoden ist. Diese Unterteilung der Recherchemethoden basiert auf einer Studie von Weischenberg et al. (2006, 176-177). Unter „harten“ Recherchemethoden werden in der WJS von 2016 beispielsweise der Einsatz von versteckten Mikrofonen und Kameras gezählt oder die unerlaubte Verwendung von vertraulichen Regierungsdokumenten. Zu den „skrupellosen“ Methoden zählen zum Beispiel das Bezahlen für geheime Informationen oder das Ausüben von Druck auf Informantinnen und Informanten, um dadurch an eine Geschichte zu gelangen (vgl. Wyss & Dingerkus, 2019, 194).

Die WJS von 2016 zeigt, dass Schweizer Journalistinnen und Journalisten auch in der Praxis einer eher idealistischen Pflichtethik nachgehen. Die Legitimität von „harten“ sowie „skrupellosen“ Recherchemethoden wird von ihnen als eher gering eingeschätzt. Die Befragten machen aber einen Unterschied zwischen „harten“ und „skrupellosen“ Methoden. So sind die Journalistinnen und Journalisten der Ansicht, dass gewisse „harte“ Recherchemethoden gelegentlich gerechtfertigt seien. Eine solche „harte“ Methode ist zum Beispiel, Regierungsunterlagen ohne Erlaubnis zu verwenden. Nur 17 % der Befragten halten diese Methode in jedem Fall für illegitim. Schon deutlich stärker abgelehnt werden hingegen die Methoden, versteckte Mikrofone und Kameras bei der Recherche zu benutzen, sich in Organisationen anstellen zu lassen, um an Insider-Informationen zu gelangen sowie Ereignisse mittels Schauspielerinnen und Schauspieler nachstellen zu lassen.

Etwas mehr als jeder Dritte von zehn Befragten empfindet diese „harten“ Recherchemethoden unter keinen Umständen als legitim. Den geringsten Zuspruch von den „harten“ Recherchemethoden erhält die Praxis, sich als jemand anderes auszugeben. Für 50 % der Befragten in der WJS von 2016 ist diese Praxis unter keinen Umständen zu billigen (vgl. Wyss & Dingerkus, 2019, 198-203).

Noch höher ist die Ablehnung der „skrupellosen“ Recherchemethoden. Von einer deutlichen Mehrheit werden die Methoden abgelehnt, bei welchen persönliche Dokumente ohne Erlaubnis veröffentlicht werden, für geheime Informationen bezahlt wird sowie Druck auf Informantinnen und Informanten ausgeübt wird. Mehr als jeder Siebte von zehn Befragten hält diese „skrupellosen“ Methoden unter keinen Umständen für gerechtfertigt. Am stärksten abgelehnt wird aber die Praxis, im Rahmen einer Berichterstattung Geld von Aussenstehenden anzunehmen. Fast jeder (99 %) der Befragten hält diese Methode für illegitim (vgl. Wyss & Dingerkus, 2019, 204-206).

3.1.7 Wahrnehmung des Wandels im Journalismus

Es steht ausser Zweifel, dass sich der Journalismus in einem Wandel befindet. So schreibt Josef Seethaler (2019, 235): „Zweifellos unterliegt der Journalismus als soziale Institution seit jeher Transformationsprozessen, die sich augenfällig an medien- und kommunikationstechnologischen Veränderungen festmachen lassen.“ Wie dieser Wandel von den Journalistinnen und Journalisten im Rückblick auf die vergangenen Jahre wahrgenommen wird, ist ein weiterer Aspekt, welcher die WJS von 2016 untersucht hat. Auch in den Büchern von Marr et al. (2001) und Keel (2011), in welchen die Ergebnisse der Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 präsentiert werden, ist der Wandel im Journalismus ein Thema. In den Journalisten-Enquêtes werden die Journalistinnen und Journalisten allerdings nicht nach den wahrgenommenen Veränderungen im eigenen Berufsfeld gefragt. Weil deshalb ein Zeitvergleich nicht möglich ist, werden in diesem Kapitel wieder nur die Ergebnisse der WJS von 2016 vorgestellt. Die Einschätzungen der Befragten werden dabei nach den empfundenen Veränderungen auf technologischer, wirtschaftlicher, organisationaler, inhaltlicher und gesellschaftlicher Ebene aufgeteilt.

Auf der technologischen Ebene kann festgehalten werden, dass fast alle Befragten (96 %) der Ansicht sind, der Einfluss von sozialen Medien auf die journalistische Tätigkeit habe sich in den letzten Jahren etwas oder sogar sehr verstärkt. Was den Einfluss von nutzergezielten Inhalten, wie z.B. Blogs angeht, so haben 83 % der Befragten diesen Eindruck. Auch zu den technikbezogenen Veränderungen zählt die durch neue Technologien veränderte Interaktion und Einbindung des Publikums sowie die dadurch geschaffenen Möglichkeiten der Rückmeldung von Rezipientinnen und Rezipienten. Insgesamt vertreten 61 % der Befragten die Meinung, die Interaktion zwischen Journalistinnen und Journalisten sowie dem Publikum habe im Laufe der letzten Jahre aufgrund neuer Technologien etwas oder stark zugenommen. Der Ansicht, dass sich die Einbindung des

Publikums in die Nachrichtenproduktion während den letzten Jahren etwas oder sogar sehr verstärkt hat, sind 69 % der Schweizer Journalistinnen und Journalisten. Beim Einfluss der Rückmeldung des Publikums auf die eigene Arbeit haben 60 % der Befragten dieses Gefühl. Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass die Mehrheit der Schweizer Journalistinnen und Journalisten der Meinung ist, dass technologische Aspekte in den vergangenen Jahren zu einer nachhaltigen Veränderung im Journalismus geführt haben (vgl. Seethaler, 2019, 219-222).

Der Wettbewerbsdruck wird auf der wirtschaftlichen Ebene als der am stärkste gestiegene Einfluss auf die journalistische Tätigkeit wahrgenommen. 87 % der Befragten geben an, dass sich der Einfluss des Wettbewerbsdrucks auf die journalistische Arbeit in den letzten Jahren eher oder sogar sehr verstärkt habe. Als vergleichsweise etwas weniger starken Motor für Veränderungen im Journalismus werden die Profiterwartungen der Medienunternehmen sowie Überlegungen in Bezug auf Werbeaufträge angesehen. So haben 78 % der Schweizer Journalistinnen und Journalisten das Gefühl, dass sich der Druck durch Profiterwartungen in den letzten Jahren eher oder sehr verstärkt habe. 72 % der Befragten haben diesen Eindruck beim Einfluss von Werbeüberlegungen auf die journalistische Arbeit (vgl. Seethaler, 2019, 219-220, 223-224).

Auf der organisationalen Ebene zeigt die WJS von 2016 ein eher pessimistisches Bild hinsichtlich Veränderungen im Journalismus. So sind nur die Wenigsten der Meinung, der redaktionelle Freiraum für Entscheidungen (10 % der Befragten) und die Zeit für Recherchen (6 % der Befragten) habe in den vergangenen Jahren etwas oder sogar stark zugenommen. Dafür sind 85 % der Schweizer Journalistinnen und Journalisten der Ansicht, die Arbeitsbelastung habe in den letzten Jahren etwas oder sogar stark zugenommen. 71 % der Befragten haben dieses Gefühl bei der durchschnittlichen Arbeitszeit (vgl. Seethaler, 2019, 219-220, 224-226).

Zur inhaltlichen Ebene gezählt werden unter anderem die Einflüsse der Publikumsforschung und Öffentlichkeitsarbeit. Was den Einfluss der Publikumsforschung angeht, so geben 62 % der Befragten an, dass sich dieser Einfluss auf die journalistische Arbeit in den letzten Jahren eher oder sogar sehr verstärkt habe. Beim Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit sind sogar 69 % dieser Meinung. Zudem gehört zur inhaltlichen Ebene der Druck, die Berichterstattung auf Sensationen auszurichten. Auch hier sagen 69 % der Befragten, dass sich dieser Einfluss auf die journalistische Tätigkeit in den letzten Jahren eher oder sehr verstärkt habe (vgl. Seethaler, 2019, 219-220, 226).

Auf der gesellschaftlichen Ebene zeigt sich zunächst, dass 58 % der Befragten das Gefühl haben, der Einfluss einer Journalistenausbildung auf die journalistische Arbeit habe sich in den vergangenen Jahren eher oder sehr verstärkt. Allerdings sind es mit rund 40 % deutlich weniger, welche der Meinung sind, die Bedeutung von Hochschulabschlüssen und Abschlüssen in Journalismus habe über die letzten Jahre etwas oder stark zugenommen. Weiter haben 21 % der Befragten den Eindruck, dass sich der Einfluss von ethischen Standards auf die journalistische Arbeit in den

letzten Jahren eher oder sehr verstärkt habe. Ernüchternd ist schliesslich das Ergebnis, dass nur 17 % bzw. 6 % der Befragten der Meinung sind, die Bedeutung von Journalismus für die Gesellschaft und die Glaubwürdigkeit des Journalismus habe in den vergangenen Jahren etwas oder stark zugenommen (vgl. Seethaler, 2019, 219-220, 227-228).

3.2 Bisherige Erkenntnisse über junge Journalistinnen/Journalisten

Nachdem im letzten Kapitel die Einstellungen der Schweizer Journalistinnen und Journalisten im Allgemeinen diskutiert wurden, fokussiert sich dieses Kapitel auf die Ergebnisse zu den Jüngsten in der Medienbranche. Dafür werden zuerst die Ergebnisse aus den beiden Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 sowie der WJS von 2016 präsentiert, in welchen explizit auf die jungen Journalistinnen und Journalisten eingegangen wird. Danach werden verschiedene Studien aus dem Ausland diskutiert, welche Journalismus-Studierende nach ihren Einstellungen zum Journalismus befragt haben.

Bevor aber diese Resultate besprochen werden können, sind an dieser Stelle noch zwei Dinge zu erwähnen. Erstens werden die Erkenntnisse über die jungen Journalistinnen und Journalisten in der Literatur zu den beiden Enquêtes und der WJS nicht immer gleich intensiv besprochen. Deshalb ist ein Zeitvergleich zwischen diesen drei Studien nur begrenzt möglich. Zweitens definieren die hier besprochenen Erhebungen nicht immer auf die gleiche Weise, bis zu welchem Alter jemand als „jung“ gilt. Damit überhaupt Vergleiche möglich sind, gelten in diesem Kapitel deshalb Personen dann als jung, wenn sie in einer Studie als solche bezeichnet werden. Meistens liegt die Altersobergrenze zwischen 30. und 35. Jahren.

3.2.1 Resultate der Journalisten-Enquêtes von 1998/2008 und der WJS von 2016

In den vorherigen Kapiteln wurden bereits vereinzelt Ergebnisse zu den jungen Journalistinnen und Journalisten besprochen. Diese Erkenntnisse werden zum Einstieg in dieses Kapitel an dieser Stelle noch einmal kurz zusammengefasst. Erstens ist die Altersgruppe der unter 30-Jährigen in den letzten Jahren grösser geworden. Bei den Befragten der WJS von 2016 gehören 14 % zu dieser Altersgruppe. Das sind 8 % mehr als noch 2008 (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 57-58). Zweitens kommen die drei Befragungen zum Ergebnis, dass junge Journalistinnen und Journalisten häufiger bei privaten Radio- und Fernsehstationen arbeiten als ihre älteren Berufskolleginnen und -Kollegen (vgl. Marr et al., 2001, 98-99; Keel, 2011, 163-164; Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 59). Drittens zeigt sich über alle drei Studien hinweg, dass jüngere Medienschaffende stärker in den lokalen und regionalen Ressorts vertreten sind bzw. im Falle der WJS von 2016, die Journalistinnen und Journalisten bei Lokal- und Regionalmedien durchschnittlich etwas jünger sind als diejenigen, welche für überregionale Medien arbeiten (vgl. Marr et al., 2001, 99-100; Keel, 2011, 147-148; Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 59).

Bei den weiteren Resultaten ist nur noch ein Vergleich zwischen den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 möglich. Beide Studien kommen zunächst zum Ergebnis, dass Frauen in der jüngeren Altersgruppe (bis zum 40. Lebensjahr) stärker vertreten sind als bei der älteren Gruppe (ab dem 41. Lebensjahr) (vgl. Marr et al., 2001, 96; Keel, 2011, 81). Möglicherweise liegt dies daran, dass eher Frauen als Männer ab einem bestimmten Zeitpunkt aus dem Journalismus aussteigen, um mehr Zeit für ihre Familie zu haben.

Was das Einkommen der Journalistinnen und Journalisten angeht, wurde bereits im Kapitel 3.1.2 erwähnt, dass sich dieses über die letzten Jahre kaum verändert hat. Für die jungen Journalistinnen und Journalisten wurde sogar eine Verschlechterung festgestellt: „Verdienten 1998 noch 36,8 Prozent der Unter-30-Jährigen weniger als 4000 Franken, waren es 2008 bereits 42,4 Prozent“ (Keel, 2011, 202). Angesichts der andauernden Medienkrise ist dabei nicht davon auszugehen, dass sich die Lohnsituation seit 2008 verbessert hat.

Veränderungen lassen sich weiter bei der Ausbildung konstatieren. Dies sowohl bei der allgemeinen als auch journalistischen Ausbildung. Beim Vergleich der Resultate von 1998 und 2008 zur allgemeinen Ausbildung fällt auf, dass sich der Anteil von Journalistinnen und Journalisten mit einem Universitätsabschluss in der Gruppe der unter 35-Jährigen leicht verringert hat. Grösser geworden ist in dieser Altersgruppe dafür der Anteil derjenigen, welche einen Mittelschul- oder Fachhochschulabschluss haben. Trotzdem haben 1998 und auch 2008 immer noch mehr junge Medienschaffende einen Universitäts- anstatt einen Fachhochschulabschluss (vgl. Keel, 2011, 168-169).

Was die journalistische Ausbildung angeht, zeigt der Zeitvergleich, dass sich bis 2008 der Anteil von jungen Journalistinnen und Journalisten vergrössert hat, welche ein kurzes Praktikum (kürzer als 12 Monate), Kurse in Medienorganisationen sowie journalistische bzw. publizistikwissenschaftliche Studiengänge an Universitäten und Fachhochschulen absolviert haben. Am meisten verbreitet war 2008 ein kurzes Praktikum als journalistische Ausbildung. Etwas weniger als die Hälfte der Befragten haben ein solches absolviert (vgl. Keel, 2011, 188-189). Die Jahre an Berufserfahrung der unter 30-Jährigen haben sich zudem zwischen 1998 und 2008 kaum verändert. So sind Journalistinnen und Journalisten bis zu ihrem 30. Geburtstag durchschnittlich bereits fünfeinhalb Jahre journalistisch tätig gewesen (vgl. Keel, 2011, 166).

In den beiden Enquêtes wurden die Medienschaffenden ausserdem gefragt, ob sie ihren Beruf im Bekanntenkreis weiterempfehlen würden. Dies als sehr allgemeiner Anhaltspunkt zur Bestimmung der Berufszufriedenheit. Beim Vergleich der Ergebnisse beider Studien fällt in diesem Zusammenhang auf, dass 2008 deutlich weniger junge Journalistinnen und Journalisten ihren Beruf dem Bekanntenkreis empfehlen würden als noch 1998. Gaben nämlich 1998 rund 83 % der unter 35-Jährigen an, sie würden den Beruf als Journalistin oder Journalisten ihren Bekannten

empfehlen, waren es 2008 noch 68 % (vgl. Keel, 2011, 250). Dieser Befund bedeutet aber nicht, dass die jungen Medienschaffenden mit allen Aspekten ihres Berufes unzufrieden sind. So zeigt die Enquête von 2008 auch, dass die jungen Journalistinnen und Journalisten zum Beispiel sehr zufrieden sind mit dem Abwechslungsreichtum ihrer Arbeit oder dem Verhältnis zu ihren Teammitgliedern (vgl. Keel, 2011, 260).

Eine Reihe weiterer Ergebnisse über die jungen Journalistinnen und Journalisten wird in jeweils nur einer der drei in diesem Kapitel besprochenen Studien untersucht. Deshalb ist bei diesen Resultaten kein Zeitvergleich möglich. Trotzdem sollen diese Ergebnisse an dieser Stelle erwähnt sein. Angefangen mit einem bereits in Kapitel 3.1.2 erwähnten Befund. Die WJS von 2016 kommt nämlich zum Ergebnis, dass Journalistinnen und Journalisten, welche erst seit Kurzem bei einem Medienunternehmen angestellt sind, am häufigsten einen befristeten Arbeitsvertrag haben (vgl. Lauerer et al., 2019, 84). Da davon auszugehen ist, dass vor allem junge Journalistinnen und Journalisten noch nicht lange bei einem Unternehmen arbeiten, wird angenommen, dass sie häufig ein befristetes Anstellungsverhältnis haben.

Die Mitgliedschaft in Verbänden ist des Weiteren ein Untersuchungskriterium, welches in den Ergebnissen der Journalisten-Enquête von 2008 nach Altersgruppen aufgeteilt wird. Dabei zeigt sich, dass die unter 35-Jährigen verglichen mit den älteren Berufskolleginnen und -Kollegen weniger häufig Mitglieder eines Berufsverbands sind (vgl. Keel, 2011, 184-185).

Auch in der Beurteilung der journalistischen Rollen gibt es leichte Unterschiede zwischen der jüngeren und älteren Generation. Die Enquête von 2008 kommt nämlich zum Ergebnis, dass die unter 35-Jährigen die publikumsorientierten Rollen der Animatorin bzw. des Animators und der Dienstleisterin bzw. des Dienstleisters etwas wichtiger einschätzen als die ältere Kollegschaft. Beim Rollenverständnis der Animatorin und des Animators wird als Medienschaffende versucht, dem Publikum so viel Entspannung und Spass wie möglich zu bieten. Die Rolle der Dienstleisterin und des Dienstleisters ist gekennzeichnet durch das Eingehen auf die Bedürfnisse des Publikums und dem Befriedigen dieser. Etwas weniger Gewicht messen die unter 35-Jährigen im Gegensatz zur älteren Berufsgruppe dafür den Rollen der Kommentatorin bzw. des Kommentators und der Analytikerin bzw. des Analytikers bei. In der Rolle der Kommentatorin und des Kommentators wird versucht, mit der journalistischen Arbeit zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beizutragen. Die Rolle der Analytikerin und des Analytikers zeichnet sich hingegen durch die sorgfältige Nachprüfung sowie präzise Analyse von komplexen Sachverhalten aus (vgl. Keel, 2011, 234-235; 293). Kaum einen Unterschied gibt es jedoch beim journalistischen Rollenverständnis der neutralen Berichterstatteerin bzw. des neutralen Berichterstatters. Diese Rolle empfinden alle Altersgruppen als sehr wichtig (vgl. Keel, 2011, 230-231; 234-235).

Aus den Daten der Journalisten-Enquête von 2008 lassen sich zudem je nach Altersgruppe Unterschiede bei den individuellen Orientierungsgrößen feststellen. Die Befragung zeigt, dass sich die jüngeren Journalistinnen und Journalisten bei ihrer Arbeit stärker am berufskulturellen Umfeld orientieren. Dazu zählen das publizistische Angebot der anderen Medien und die Arbeit von Kolleginnen und Kollegen im gleichen Betrieb. Weitere Orientierungsgrößen, welche die unter 35-Jährigen wichtiger einschätzen als die älteren Journalistinnen und Journalisten, sind das Urteil von Freunden und Bekannten sowie das erwartete Publikumsinteresse (vgl. Keel, 2011, 244).

Die Enquêtes von 1998 und 2008 sowie die WJS von 2016 liefern bereits relativ viele Erkenntnisse zu den jungen Medienschaffenden. Ergänzt werden diese Befunde nun im nächsten Kapitel noch mit Resultaten aus Studien, in welchen Studierende der Fächer Journalismus und Journalistik sowie der Medien- und Kommunikationswissenschaft befragt wurden.

3.2.2 Resultate aus Studien mit Journalismus-Studierenden

Der Forschungsstand wird an dieser Stelle aus zwei Gründen mit Studien ergänzt, in welchen eine Befragung von Journalismus-Studierenden durchgeführt wurde. Erstens gibt es bei dieser Gruppe von Menschen sowohl Personen, welche gerne in den Journalismus einsteigen möchten und solche, welche bereits journalistisch tätig sind. Damit lassen sich die Einstellungen der Journalismus-Studierenden hinsichtlich der bereits gesammelten Praxiserfahrung unterscheiden. Der zweite Grund für die Auswahl dieser Studien ist, dass bereits in verschiedenen Ländern eine solche Befragung durchgeführt wurde. Dadurch ist es möglich, die Erkenntnisse einem Ländervergleich zu unterziehen. Konkret werden in diesem Kapitel die Ergebnisse von drei Studien besprochen, in welchen Journalismus-Studierende in Deutschland, Schweden, Russland, Polen, Estland und Finnland befragt wurden. Diese Studien kommen zu folgenden Resultaten:

Die Studierenden in Deutschland, Schweden und Russland wurden gefragt, wie sie die Zukunft des Journalismus im eigenen Land einschätzen. In Deutschland und in Schweden ist dabei die Gruppe der Studierenden am grössten, welche die Zukunftschancen des Journalismus weder optimistisch noch pessimistisch beurteilen bzw. der Meinung sind, der Zustand des Journalismus bleibt so, wie er heute ist. In Russland hingegen zeigt sich ein anderes Bild. Dort ist die Gruppe der Studierenden am grössten, welche die Zukunft des Journalismus pessimistisch einschätzen. Gemeinsam haben alle drei Länder, dass bei den Studierenden, welche entweder optimistisch oder pessimistisch eingestellt sind, die Gruppe der Pessimisten grösser ist als diejenige der Optimisten (vgl. Nygren et al., 2010, 126-127; Hanitzsch et al., 2016, 472-473).

Die Befragung der deutschen Journalismus-Studierenden zeigt zudem, dass die Anzahl derjenigen, welche die Zukunft des Journalismus pessimistisch beurteilen, mit der Anzahl bereits abgeschlossener Studienjahre leicht steigt. Der Anteil der Optimisten sinkt dafür mit der Berufserfahrung. Die Einschätzung der deutschen Studierenden hängt darüber hinaus mit ihren Karriereplänen

zusammen. Diejenigen, welche ihre Zukunft im Journalismus sehen, sind weniger pessimistisch eingestellt als die Studierenden, welche ein Berufsziel ausserhalb des Journalismus haben (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 472-473).

In allen fünf Ländern wurden die Journalismus-Studierenden gefragt, was aus ihrer Sicht die grössten Bedrohungen für den Journalismus sind. Die Ergebnisse zeigen ein relativ ähnliches Bild in allen Ländern. Zu den grössten Herausforderungen bzw. Problemen für den Journalismus gehören aus Sicht der Studierenden hauptsächlich verschiedene ökonomische Faktoren (z.B. der Einfluss von Werbung oder die Konzentration von Medieneigentum) sowie die verschlechterten Arbeitsbedingungen (z.B. durch beschleunigte Arbeitsabläufe). Eine Ausnahme bildet die Beurteilung der Gefahr, welche von der politischen Einflussnahme auf den Journalismus ausgeht. In Russland wird nämlich der politische Einfluss auf den Journalismus als die mit Abstand grösste Gefahr für den Journalismus beurteilt (vgl. Nygren & Stigbrand, 2014, 851-852; Hanitzsch et al., 2016, 473-474). Des Weiteren wurde in den Studien aus Deutschland, Schweden, Russland, Polen, Estland und Finnland untersucht, weshalb junge Menschen ein Journalismus-Studium beginnen bzw. im Journalismus arbeiten wollen. Für die Beantwortung dieser Frage wurde den Studierenden eine Reihe von Motiven vorgelegt. Diese Motive mussten sie hinsichtlich ihrer Wichtigkeit für die Wahl des Studiums bzw. Berufs bewerten. Dabei sind auch hier die Ergebnisse aus allen fünf Ländern ziemlich ähnlich. Als besonders wichtig haben sich bei allen Studierenden die Motive herausgestellt, welche mit einer Art von Selbstverwirklichung verbunden sind. Dazu zählen unter anderem die Motive, als Journalistin oder Journalisten einer abwechslungsreichen und aufregenden Tätigkeit nachgehen zu können, kreativ zu sein oder unterschiedliche Menschen kennenzulernen. Materielle Motive, wie die Verdienstmöglichkeiten oder die Arbeitsplatzsicherheit, sind hingegen für einen kleineren Teil der Journalismus-Studierenden wichtige Gründe für ihre Studienwahl. Dies insbesondere in Deutschland. Auffällig ist im Ländervergleich zudem der Unterschied bei den Motiven, als Journalistin oder Journalist einen gewissen Status zu besitzen und die Möglichkeit, berühmt zu werden. Diese beiden Motive sind für die Studierenden in Russland und Polen wichtiger als den Studierenden in den anderen Ländern. Die Befragung der deutschen Studierenden zeigt zudem, dass die Bedeutung von gewissen idealistischen Motiven und solchen, die auf Selbstverwirklichung ausgerichtet sind, mit der Berufserfahrung zunehmen. Materielle Motive verlieren hingegen mit mehr Berufserfahrung an Relevanz (vgl. Nygren & Stigbrand, 2014, 846-847; Hanitzsch et al., 2016, 473-475).

In den Studien wurden die Journalismus-Studierenden auch gefragt, ob sie nach dem Studium überhaupt als Journalistin oder Journalist arbeiten wollen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Mehrheit der Befragten in allen fünf Ländern zumindest relativ sicher ist, nach Abschluss des Studiums als Journalistin bzw. Journalisten zu arbeiten. Allerdings gibt es zwischen den Ländern

zum Teil grosse Unterschiede. In Finnland sind sich zum Beispiel nur knapp die Hälfte der Studierenden ziemlich bis ganz sicher, später journalistisch tätig sein zu wollen. In Schweden sehen dies hingegen mehr als drei Viertel als relativ bis ganz sicher an (vgl. Nygren & Stigbrand, 2014, 848; Hanitzsch et al., 2016, 476). Bei der Befragung der Journalismus-Studierenden in Deutschland hat sich zudem gezeigt, dass hierbei auch die Praxiserfahrungen, welche die Studierenden bereits gesammelt haben, eine wichtige Rolle spielt. Die Studierenden mit mehr Berufserfahrung wollen nämlich häufiger nach dem Studium im Journalismus arbeiten (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 476).

Zusammengefasst kann also festgehalten werden, dass die Journalismus-Studierenden durchaus ein Bewusstsein für die Herausforderungen haben, mit welchen der Journalismus aktuell zu kämpfen hat. Insbesondere verschiedene ökonomische Faktoren und die zunehmend schlechteren Arbeitsbedingungen werden von ihnen als grosse Probleme für den Journalismus angesehen. Trotzdem lassen sich viele dadurch nicht abschrecken, eine Karriere im Journalismus anzustreben. Die hauptsächlichen Motive dafür lassen sich der Selbstverwirklichung zuordnen.

Nachdem nun in den letzten Kapiteln ausführlich darüber gesprochen wurde, wie die Journalistinnen und Journalisten die aktuelle Situation des Journalismus wahrnehmen, wird im nächsten Kapitel diskutiert, aus welchen Gründen sich der Journalismus eigentlich in einer Krise befindet und wie sich die Branche dadurch wandelt.

4 Journalismus zwischen Krise und Wandel

Der Journalismus steckt schon seit längerer Zeit in einer Krise. Gleichzeitig wird häufig davon gesprochen, dass sich der Journalismus in einem Wandel befindet. Aber obschon die Begriffe „Krise“ und „Wandel“ in Bezug auf den Journalismus regelmässig zusammen genannt werden, meinen sie nicht das Gleiche. Allerdings ist es nicht so einfach, die beiden Begriffe voneinander zu unterscheiden (vgl. Puppis et al., 2012, 12). Als Einstieg in dieses Kapitel wird deshalb zunächst eine geeignete Definition der Begriffe „Krise“ und „Wandel“ präsentiert. Danach werden die Gründe für die Krise im Journalismus vorgestellt und wie sich der Journalismus aufgrund der Krise verändert.

Der Hauptunterschied zwischen den Begriffen „Krise“ und „Wandel“ liegt in deren zeitlichen Länge. Im Vergleich zu sozialem Wandel erstreckt sich eine Krise über eine kürzere Zeitperiode und lässt sich zudem besser eingrenzen (vgl. Puppis et al., 2012, 12-13). Dies ist möglicherweise einer der Gründe, weshalb die beiden Begriffe, bezogen auf den Journalismus, häufig gleichzeitig verwendet werden. Denn die Krise im Journalismus ist kein kurzfristiges Phänomen und kann auch nicht ohne Weiteres zeitlich eingegrenzt werden. Dieser Umstand bedeutet aber nicht, dass es in Bezug auf den Journalismus unmöglich ist, eine Differenzierung zwischen den Begriffen „Krise“ und „Wandel“ vorzunehmen. Puppis et al. (2012, 13) definieren die Journalismus- bzw. Medienkrise beispielsweise als Umbruchphase „die durch Erwartungsunsicherheit der Akteure im Medienbereich in Bezug auf bisher gültige Branchenregeln gekennzeichnet ist und aufgrund veränderter technischer, sozialer und/oder politischer Strukturen entstanden ist“. Den Begriff Medienwandel grenzen sie von dem der Krise ab, indem sie Wandel als längerfristigen Prozess definieren „der zu tiefer greifenden Veränderungen der Medienstruktur führt“ (Puppis et al., 2012, 13).

Veranschaulichen lassen sich die beiden Definitionen unter anderem am Beispiel des wachsenden Angebots von Nachrichteninhalten im Internet. Die Krise für den Journalismus besteht in diesem Fall darin, dass aufgrund der veränderten technischen Strukturen zunehmend mehr Menschen ihre Nachrichten online konsumieren. Dadurch werden Medienunternehmen dazu gebracht, ihre Inhalte auch im Internet anzubieten. Weil die Verlagerung von Inhalten ins Internet aber die Nachrichtenproduktion verändert, nimmt die Erwartungsunsicherheit bei den Medienschaffenden zu. Der Wandel charakterisiert sich schliesslich darin, dass immer mehr Medienakteurinnen und -Akteure ihre Inhalte im Internet anbieten und dies teilweise sogar nur noch dort tun.

Mit diesen beiden Definitionen von Puppis et al. (2012) wird im Folgenden gearbeitet. Trotz dieser theoretischen Begriffsbestimmungen bleibt der Übergang von den Krisenursachen zum Wandel in der Praxis aber fließend. Deshalb sind gewisse Gründe für die Krise im Journalismus gleichzeitig

auch ein Merkmal des Wandels, was die nächsten beiden Kapitel zeigen. Dennoch wird versucht, die Krisenursachen und die Ausprägungen des Wandels so gut es geht, voneinander zu trennen.

4.1 Journalismus in der Krise

Für die Krise im Journalismus sind verschiedene Gründe verantwortlich. An dieser Stelle wird ein möglichst grosser Teil davon vorgestellt. Dafür wird auf eine Unterteilung der Krisenursachen zurückgegriffen, wie sie Hanitzsch et al. (2016, 467-468) vornehmen. Nach ihnen zeigt sich die Krise hauptsächlich auf sechs Ebenen. Anhand dieser Ebenen ist es möglich, die unterschiedlichen Ursachen für die Krise im Journalismus systematisch aufzuzeigen.

Als Erstes befindet sich der Journalismus auf ökonomischer Ebene in einer Krise. Dies, weil sein traditionelles Geschäftsmodell immer stärker unter Druck gerät (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 467). Über mehr als ein Jahrhundert refinanzierte der Journalismus seine publizistische Leistung durch den Verkauf von Werbefläche oder -zeit. Vor allem das Internet hat jedoch dazu geführt, dass tragende Elemente dieses Werbegeschäfts für immer verloren gegangen sind (vgl. Lünenborg, 2012, 447). Für die Bedrohung des journalistischen Geschäftsmodells können dabei die folgenden fünf technischen und sozialen Faktoren verantwortlich gemacht werden:

„sinkende Auflagen und Marktanteile (vor allem in Bezug auf junge Leser), die Verschiebung von (Klein-)Anzeigen ins Internet, der Anstieg von günstigen bis kostenlosen Nachrichtenportalen im Internet, die Möglichkeiten der Direktkommunikation und -interaktion im Netz durch Weblogs und Bürgerjournalismus und die grundlegenden Veränderungen im Nachrichtenkonsum der Nutzer (vor allem in gebildeten Segmenten)“ (Meckel et al., 2012, 25).

Es kann angenommen werden, dass alle diese Aspekte zu Erwartungsunsicherheiten bei den Medienschaffenden führen. Dies zum Beispiel, weil neue Formen gefunden werden müssen, um weiterhin Geld mit Werbung zu verdienen.

Auf den nächsten zwei Ebenen besteht die Krise für den Journalismus in den veränderten Mediennutzungsgewohnheiten der Menschen und dem Internet mit seinen partizipativen Technologien. Beide Krisenebenen sind, wie vorhin bereits kurz erwähnt, auch Gründe für die Krise auf der ökonomischen Ebene. Zur Krise auf der Ebene der veränderten Mediennutzungsgewohnheiten kommt es infolge von technischen Entwicklungen. Diese führen dazu, dass eine Umstellung stattfindet, wie Menschen die verschiedenen Medientypen nutzen. Beispielsweise steigen jüngere Leserinnen und Leser auf mobile Nachrichtenangebote um, weil diese günstig und schnell zugänglich sind (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 468).

Auch die Ebene, auf welcher sich der Journalismus durch den Einfluss partizipativer Technologien in einer Krise befindet, kommt offensichtlich durch technische Entwicklungen zu Stande. Durch partizipative Technologien im Internet, wie beispielsweise die sozialen Medien, ist es nicht mehr nur den Journalistinnen und Journalisten möglich, aktuelle Informationen für die öffentliche Diskussion zur Verfügung zu stellen, sondern allen, welche dies möchten. Dadurch entsteht das

Problem, dass es zu einer Entgrenzung der Kommunizierenden und Rezipierenden kommt (vgl. Lünenborg, 2012, 447). Sowohl diese Krisenebene als auch die der veränderten Gewohnheiten bei der Mediennutzung können Erwartungsunsicherheiten für die Medienschaffenden zur Folge haben, weil sie gezwungen werden, ihre Nachrichtenproduktion sowie -Distribution umzustellen. Das Internet mit seinen partizipativen Technologien führt indes auch zu einem Funktionswandel im Journalismus. Die Journalistinnen und Journalisten tauschen dabei ihre bisherige Rolle als „Gatekeeper“ gegen die Rolle des „Gatewatchers“ ein. Dieser Funktionswandel stellt die vierte Ebene dar, auf welcher sich der Journalismus in einer Krise befindet (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 468). Der Grund dafür ist die unterschiedliche Funktion, welche Journalistinnen und Journalisten als Gatewatcher im Vergleich zur Rolle als Gatekeeper haben. Als Gatekeeper besteht die Aufgabe der Medienschaffenden darin, zu kontrollieren, welche Informationen die Öffentlichkeit erreichen. Solche Selektionsprozesse sind bei vielen Medienprodukten notwendig und unvermeidbar, weil beispielsweise eine Zeitung oder eine Nachrichtensendung nur beschränkten Platz bieten, um den Rezipierenden die relevantesten Tagesereignisse zu übermitteln (vgl. Bruns, 2009, 107). Im Internet gibt es solche Platzbeschränkungen allerdings nicht. Gleichzeitig sind es im Internet eben nicht mehr nur Journalistinnen und Journalisten, welche Informationen verbreiten (vgl. Bruns, 2009, 109). Aus diesen beiden Gründen kommt es bei den Medienschaffenden zum Wechsel von ihrer Rolle als Gatekeeper hinüber zur Rolle als Gatewatcher. Anstatt zu bewachen, welche Informationen überhaupt an die Rezipierenden gelangen (Gatekeeping), übernehmen die Medienschaffenden nun die Aufgabe des Gatewatching. Als Gatewatcher beobachten Journalistinnen und Journalisten, welche Informationen gerade kursieren und interessant sind. Weil diese Informationen bereits für alle einsehbar sind, besteht die Leistung der Medienschaffenden nun darin, diese Informationen für die Rezipierenden in Form von strukturierten und aktuellen Berichten aufzubereiten (vgl. Bruns, 2009, 113-114). Es wird angenommen, dass auch diese erneut technologisch bedingte Veränderung zu Erwartungsunsicherheiten bei den Journalistinnen und Journalisten führt. Dies beispielsweise, weil Medienschaffende dadurch deutlich häufiger auf Informationen von anderen reagieren müssen, anstatt selbst Informationen zu veröffentlichen.

Die fünfte Krisenebene des Journalismus ist nach Hanitzsch et al. (2016, 468) sein öffentlicher Reputationsverlust und das nachlassende Vertrauen in journalistische Nachrichtenangebote. Unter anderem die regelmässig durchgeführte Studie des GfK Vereins zum Vertrauen in verschiedene Berufe zeigt, dass der Beruf von Journalistinnen und Journalisten in den letzten Jahren welt- und schweizweit an Vertrauen verloren hat (vgl. GfK Verein, 2016, 49-50; GfK Verein, 2018, 14). In der Schweiz, aber auch in vielen anderen westlichen Demokratien, wird der Journalismus zudem immer öfter zum Objekt öffentlicher Kritik. Vor allem bei der Berichterstattung zu politisch umstrittenen Themen (z.B. Migration) wird den Journalistinnen und Journalisten zunehmend

vorgeworfen, nicht genügend objektiv zu sein (vgl. Hanitzsch et al., 2019b, 1-2). Es kann davon ausgegangen werden, dass diese Änderung in der Gesellschaft ebenfalls zu Erwartungsunsicherheiten bei den Medienschaffenden führt. Beispielsweise wenn versucht wird, mit der eigenen Berichterstattung das Vertrauen der Menschen zurückzugewinnen.

Auf einer sechsten Ebene besteht die Krise für den Journalismus schliesslich darin, dass sich das journalistische Arbeitsumfeld dauerhaft verändert (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 468). Diese Veränderung hat verschiedene negative Auswirkungen auf die Branche. Beispielsweise wurden infolge von zahlreichen Sparmassnahmen viele Korrespondentinnen- und Korrespondentenbüros geschlossen sowie Redaktionen teilweise stark verkleinert (vgl. Puppis et al., 2012, 11). Bereits in Kapitel 3.1.2 wurde zudem gezeigt, dass sich trotz zunehmender Lebenshaltungskosten das durchschnittliche Brutto-Einkommen der Journalistinnen und Journalisten zwischen 1998 und 2016 kaum verändert hat (vgl. Marr et al., 2001, 66; Lauerer et al., 2019, 90). Es wird auch hier vermutet, dass durch diese Krisenebene die Medienschaffenden mit Erwartungsunsicherheiten konfrontiert sind. Dies zum Beispiel, weil bei gewissen Arbeitsplätzen unklar ist, wie lange es diese noch gibt.

4.2 Journalismus im Wandel

Nach der Besprechung einer Vielzahl von Gründen für die Krise im Journalismus, wird nun in diesem Kapitel herausgearbeitet, wie sich die Branche aufgrund der Krise und durch diese wandelt. Wie die Krisenursachen können auch die Gründe für den Wandel auf verschiedenen Ebenen bzw. unterschiedlichen Dimensionen zusammengefasst werden (vgl. Keel, 2011, 53). In seiner Gesamtheit kann der Wandel im Journalismus hier allerdings nicht abgebildet werden. Denn Journalismus ist ein äusserst vielfältiges und komplexes System, „so dass die in der Journalismusforschung üblichen Einzelprojekte nicht in der Lage sind, den Wandel auch nur ansatzweise zu erfassen“ (Blöbaum, 2005, 56-57). Dazu kommt, dass sich der Journalismus nicht nur wandelt, sondern sich ebenfalls durch seine Stabilität auszeichnet (vgl. Keel, 2011, 69). Dies stellen auch Hanitzsch et al. (2019a) in ihrem Buch fest, in welchem sie die Ergebnisse der WJS von 2016 aus der Schweiz, Österreich und Deutschland präsentieren. Das Kernergebnis der Studie fassen sie mit den Worten „Journalismus zwischen Kontinuität und Wandel“ zusammen. Der Wandel scheint dabei hauptsächlich in den Umwelten des Journalismus stattzufinden. Die Kontinuität zeigt sich dagegen in der professionellen (Selbst-)Wahrnehmung der Journalistinnen und Journalisten (vgl. Seethaler et al., 2019, 254).

Diese Ausführungen sollen verdeutlichen, dass hier keine umfassende Diskussion des Wandels und der Kontinuität im Journalismus stattfinden kann. Um aber trotzdem ein Verständnis für die Veränderungen in der Branche zu erhalten, werden hier Schlaglichter auf einzelne Dimensionen des Wandels im Journalismus geworfen bzw. auf die sich wandelnden Umwelten des

Journalismus. In diesem Kapitel stehen der Wandel auf ökonomischer, technischer sowie organisatorischer Ebene im Fokus.

Weil das traditionelle journalistische Geschäftsmodell unter Druck steht, führt dies als Erstes auf der ökonomischen Ebene zu einem Wandel. Medienunternehmen, insbesondere Verlage, reagieren auf den Rückgang von Werbeeinnahmen mit Sparmassnahmen. Unter anderem werden Einsparungen beim Personal vorgenommen. Dafür wird auf der einen Seite das redaktionelle Kernpersonal reduziert und auf der anderen Seite werden vermehrt kostengünstigere freie Mitarbeitende eingesetzt (vgl. Lünenborg, 2012, 447). Des Weiteren lässt sich generell eine zunehmende Ökonomisierung der Medien feststellen. Hierbei kommen sich die ökonomische und journalistische Welt immer näher, was unter anderem zu folgenden Phänomenen und Entwicklungen führt:

„Die Standardisierung der medialen Formate und Inhalte, die Orientierung am grösstmöglichen Publikum, ein steigendes Mass an Oberflächlichkeit und Stereotypisierung, der Verlust der Kritikfunktion, die Einflussnahme der Eigentümer von Medienprodukte auf deren Inhalte, der Verlust von ethischen und kulturellen Werten zu Gunsten von kapitalistischen Interessen“ (Keel, 2011, 61).

Die Verschärfung des ökonomischen Drucks nehmen die Schweizer Journalistinnen und Journalisten mehrheitlich auch selbst wahr, wie bereits Kapitel 3.1.7 gezeigt hat und auch Puppis et al. (2014) in einer Studie belegen. In der Studie von Puppis et al. (2014) stellen über die Hälfte der Befragten in ihrer Medienorganisation starke Personal- und Sachmittelkürzungen fest. Zudem stimmen die Journalistinnen und Journalisten mehrheitlich den Aussagen zu, dass sie einerseits mehr Inhalte produzieren müssen und andererseits weniger Zeit für das Schreiben eigener Beiträge haben. Wegen Finanzierungsproblemen gehen die Befragten mehrheitlich auch davon aus, dass ihr aktueller Arbeitsplatz unsicherer geworden ist. Schliesslich stellen besonders Journalistinnen und Journalisten bei Tageszeitungen und Onlinemedien den ökonomischen Druck aufgrund einer stärkeren Orientierung an Klickzahlen fest (vgl. Puppis et al., 2014, 41).

Die technische Ebene bzw. Umwelt wird hier diskutiert, weil bei allen Betrachtung des journalistischen Wandels den technologischen Veränderungen eine entscheidende Bedeutung zugeschrieben wird (vgl. Keel, 2011, 60-61). Insbesondere das Internet, welches seit Mitte der 1990er-Jahre einen immer grösseren Einfluss auf den Alltag der Menschen hat, wird als Hauptgrund für den technologischen Wandel in den letzten beiden Jahrzehnten angesehen (vgl. Mitchelstein & Boczkowski, 2009, 562). Durch das Internet sind seit der Jahrtausendwende neue online-journalistische Angebote entstanden. Dieser Online-Journalismus hat dazu geführt, dass sich der Journalismus in verschiedenen Bereichen wandelt (vgl. Keel, 2011, 60). Besonders viel Beachtung haben in der wissenschaftlichen Forschung zu Online-Journalismus und Online-Nachrichten die damit verbundenen Transformationen im redaktionellen Arbeitsprozess, die Änderungen in der Nachrichtenbeschaffung, die Beschleunigung der Inhaltsproduktion sowie die Konvergenz von Print, Rundfunk und Online erhalten (vgl. Mitchelstein & Boczkowski, 2009, 568). Auch die Bedeutung von

Aktualität hat sich gewandelt, weil die Rezipierenden durch das Internet direkten Zugriff auf Informationsquellen haben, weshalb die Medien gezwungen sind, Neuigkeiten schnell zu veröffentlichen, damit es sich überhaupt noch um Neuigkeiten handelt (vgl. Keel, 2011, 60).

Als Letztes wird der Wandel auf der organisatorischen Ebene des Journalismus betrachtet. Mit Organisationen sind im journalistischen Kontext hauptsächlich Medienorganisationen und Redaktionen gemeint (vgl. Blöbaum, 2005, 50). Diese reagieren auf die ökonomischen und technischen Veränderungen mit neuen journalistischen Konzepten und Organisationsformen. Zentrales Konzept des Wandels auf organisatorischer Ebene ist die Medienkonvergenz (vgl. Keel, 2011, 58). Medienorganisationen haben damit begonnen, die Produktion sowie Distribution von Medieninhalten für diverse Plattformen zusammenzuführen. Dadurch haben sich die bisherigen Arbeitsprozesse verändert. Beispiele dieser Veränderungen sind die Mehrfachverwertung von Artikeln, die Einführung von Newsdesks und Newsrooms, um verschiedene Ressorts und Distributionskanäle crossmedial zu zentralisieren sowie die Verwendung multimedialer Vertriebswege. Das Ergebnis des organisatorischen Wandels ist also, dass viele Redaktionen heute plattformübergreifend mehrere Medienangebote gleichzeitig produzieren sowie Journalistinnen und Journalisten parallel für mehrere Redaktionen arbeiten (vgl. Lauerer et al., 2019, 73).

Zum Schluss sei an dieser Stelle noch erwähnt, dass die Konsequenzen des Wandels hier mehrheitlich neutral oder negativ beschrieben wurden, jedoch kaum positiv. Dies, weil in der für dieses Kapitel verwendeten Literatur die negativen Aspekte des Wandels überwiegen. Allerdings bringt der Wandel im Journalismus auch gewisse Vorteile mit sich, wie z.B. der internetbasierte Rechercheprozess (vgl. Keel, 2011, 60).

5 Methodisches Vorgehen

In dieser Arbeit werden die Arbeitsbedingungen, Ziele und Anliegen junger Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz untersucht. Dafür wird als Methode die standardisierte schriftliche Online-Befragung eingesetzt. Das Vorgehen bei der Untersuchung und dem Auswerten der Daten wird in diesem Kapitel beschrieben. Dafür werden als Erstes die Forschungsfragen und Hypothesen dieser Arbeit präsentiert. Danach wird dargestellt, wie die Grundgesamtheit für diese Untersuchung bestimmt wird. Anschliessend wird erläutert, auf welche Art der Fragebogen verteilt wurde und wie der Rücklauf der Daten ausgefallen ist. Schliesslich wird das Vorgehen bei der Datenauswertung beschrieben.

5.1 Forschungsfragen und Hypothesen

Über junge Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz gibt es bis heute nur einzelne Befunde. Nach wie vor fehlt es an einer umfassenden Untersuchung. Diese Arbeit hat zum Ziel, dies zu ändern. Dafür werden die Arbeitsbedingungen, Ziele und Anliegen junger Journalistinnen und Journalisten erforscht. Die zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit lautet folglich:

- *ZF*: Welches sind die aktuellen Arbeitsbedingungen, Ziele und Anliegen von jungen Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz?

Neben dieser übergeordneten Frage gibt es zudem eine Reihe von Unterfragen und Hypothesen, deren Beantwortung bzw. Überprüfung von Interesse für diese Untersuchung sind. Die Unterfragen, welche in dieser Arbeit beantwortet werden sollen, sind:

- *UF1*: Wie steigen junge Journalistinnen und Journalisten in den Beruf ein?
- *UF2*: Wie sehen die aktuellen Arbeitsbedingungen der jungen Journalistinnen und Journalisten aus?
- *UF3*: Wie schätzen die jungen Journalistinnen und Journalisten ihre Zukunft und die des Journalismus ein?

Die Hypothesen werden entlang dieser drei Unterfragen formuliert. Für deren Entwicklung dient der bisherige Forschungsstand. Hinsichtlich des Berufseinstiegs wird zunächst eine Hypothese zur allgemeinen Ausbildungssituation der Journalistinnen und Journalisten aufgestellt. Die WJS von 2016 bestätigt nämlich den Trend, dass die Anzahl von Akademikerinnen und Akademikern im Journalismus über die letzten Jahre angestiegen ist (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 60-61). Dieses Ergebnis führt zur Vermutung, dass das Bildungsniveau der Befragten in dieser Studie eher hoch ist. Die erste Hypothese lautet deshalb:

- *H1*: Die Mehrheit der jungen Journalistinnen und Journalisten hat mindestens einen Mittelschul- oder Berufsmittelschulabschluss.

Die zweite Hypothese im Hinblick auf den Berufseinstieg befasst sich mit der journalistischen Ausbildung. Die bisherigen Studien zeigen, dass ein kurzes Praktikum (kürzer als 12 Monate) die am meisten verbreitete Form der journalistischen Ausbildung ist (vgl. Keel, 2011, 188-189). Deshalb wird in dieser Arbeit folgende Hypothese überprüft:

- *H2*: Ein Praktikum ist die am stärksten verbreitete Form der journalistischen Ausbildung bei jungen Journalistinnen und Journalisten.

Mit einer letzten Hypothese im Zusammenhang mit dem Berufseinstieg wird überprüft, weshalb junge Menschen überhaupt in den Journalismus einsteigen. Der Forschungsstand über angehende Journalistinnen und Journalisten weist darauf hin, dass Motive der Selbstverwirklichung (wie z.B. kreativ sein) wichtiger sind für die Wahl eines Journalismus-Studiums als materielle Motive (wie z.B. die Verdienstmöglichkeiten) (vgl. Nygren & Stigbrand, 2014, 846-847; Hanitzsch et al., 2016, 473-475). Es wird folglich angenommen, dass auch für den Berufseinstieg die Selbstverwirklichung relevanter ist als materielle Motive. Die dritte Hypothese lautet deshalb:

- *H3*: Junge Journalistinnen und Journalisten wählen ihren Beruf eher aufgrund von Motiven der Selbstverwirklichung anstelle von materiellen Motiven aus.

Eine vierte Hypothese bezieht sich auf die aktuellen Arbeitsbedingungen der Journalistinnen und Journalisten. In dieser Hypothese wird angenommen, dass sich junge Journalistinnen und Journalisten häufiger in einem befristeten anstatt einem unbefristeten Anstellungsverhältnis befinden. Ausschlaggebend für diese Annahme ist der Befund aus der WJS von 2016, dass hauptsächlich die Journalistinnen und Journalisten einen befristeten Arbeitsvertrag besitzen, welche erst seit Kurzem bei einem Medienunternehmen angestellt sind (vgl. Lauerer et al., 2019, 84). Weil anzunehmen ist, dass vor allem junge Journalistinnen und Journalisten noch nicht lange bei einem Medienunternehmen tätig sind, wird die folgende Hypothese aufgestellt:

- *H4*: Junge Journalistinnen und Journalisten arbeiten häufiger in einem befristeten als unbefristeten Arbeitsverhältnis.

In einer letzten Hypothese wird die Einschätzung der Zukunft des Journalismus aufgegriffen. Die Grundlage für diese Hypothese ist die Feststellung, dass Journalismus-Studierende in Deutschland und Schweden die Zukunft der Branche eher ambivalent, also weder optimistisch noch pessimistisch beurteilen, anstatt ausschliesslich optimistisch oder rein pessimistisch (vgl. Nygren et al., 2010, 126-127; Hanitzsch et al., 2016, 472-473). Dieser Befund führt zu folgender Hypothese:

- *H5*: Die Mehrheit der jungen Journalistinnen und Journalisten bewertet die Zukunft des Journalismus weder optimistisch noch pessimistisch.

Was in dieser Arbeit erforscht wird, ist soweit geklärt. Im nächsten Kapitel geht es nun darum, aufzuzeigen, wer genau untersucht wird.

5.2 Bestimmung der Grundgesamtheit

Im Theorieteil dieser Arbeit wird darauf hingewiesen, dass es keine allgemeingültige Definition gibt, wer genau als Journalistin bzw. als Journalist bezeichnet werden kann. Zudem existiert kein Verfahren, welches es zulässt, die Grundgesamtheit der Journalistinnen und Journalisten in einem Land ohne Unzulänglichkeiten zu bestimmen (vgl. Keel, 2011, 99). Es gibt allerdings Ansätze, mit welchen die Grundgesamtheit immerhin einigermaßen gut definiert werden kann. Einer dieser Ansätze ist die Bestimmung der Grundgesamtheit anhand des formal-taxativen, strukturell-institutionellen und individuellen Zugangs von Andy Kaltenbrunner und seinem Team (2007) (siehe Kap. 2.2.2). Die Mehrheit der Journalistinnen- und Journalistenbefragungen in verschiedenen Ländern verwenden einen oder mehrere dieser drei Zugänge für die Auswahl ihrer Grundgesamtheit (vgl. Keel, 2011, 48). Oft wird auch eine Kombination des formal-taxativen und strukturell-institutionellen Zugangs eingesetzt (vgl. Keel, 2011, 52). Auch für diese Studie eignet sich die Kombination dieser beiden Zugänge besonders gut, um die Grundgesamtheit zu bestimmen.

Zunächst wird die Grundgesamtheit mittels formal-taxativem Zugang bestimmt. Das sind alle Schweizer Journalistinnen und Journalisten mit Jahrgang 1990 oder jünger, welche Mitglied bei einem Berufsverband oder einer Gewerkschaft im Bereich Journalismus sind. Im Rahmen dieser Studie sind dabei hauptsächlich die folgenden Verbände und Gewerkschaften für Journalistinnen und Journalisten von Bedeutung: JJS, impressum, SSM und syndicom.

Weil nicht alle Journalistinnen und Journalisten Mitglied eines Verbands oder einer Gewerkschaft sind, gehören aufgrund des strukturell-institutionellen Zugangs zudem auch diejenigen Journalistinnen und Journalisten zur Grundgesamtheit, welche zwar keine Verbands- oder Gewerkschaftsmitglieder sind, jedoch die folgenden Kriterien erfüllen: Sie haben einen Jahrgang von 1990 oder jünger und sind entweder aktuell journalistisch tätig oder haben bis mindestens 2019 als Journalistin/Journalist gearbeitet. Unter einer journalistischen Tätigkeit wird im Kontext dieser Arbeit das Produzieren von Inhalten für ein journalistisches Medienprodukt (z.B. eine Zeitung) verstanden.

Mit dieser Grundgesamtheit sollte der Grossteil der jungen Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz erfasst werden. Die Grundgesamtheit wird in dieser Untersuchung einer Vollerhebung unterzogen. Weil in den bisherigen Berufsfeldstudien aber eher wenige Journalistinnen und Journalisten aus der italienischsprachigen Schweiz teilgenommen haben (vgl. Marr et al., 2001, 55; Keel, 2011, 104), wird im Hinblick auf diese Untersuchung auch ein geringer Rücklauf aus dieser Sprachregion erwartet. Das Gleiche gilt für die Rätoromanischen-Gebiete. Aus diesem Grund wird der Fragebogen dieser Untersuchung nur in der Deutschschweiz und der Romandie verteilt.

Aus der Bestimmung der Grundgesamtheit kann des Weiteren die Definition für die Berufsbezeichnung Journalistin bzw. Journalist abgeleitet werden. In dieser Arbeit gelten folglich alle

Personen als Journalistin und Journalist, die Mitglied bei einer Gewerkschaft bzw. einem Berufsverband im Bereich Journalismus sind und/oder aktuell journalistisch arbeiten oder dies bis mindestens 2019 getan haben.

5.3 Aufbau des Fragebogens

Nach dem Aufzeigen, wer Gegenstand dieser Studie ist, wird nun erklärt, wie die Untersuchung durchgeführt wurde. Erhoben wurden die Daten mit einer standardisierten schriftlichen Online-Befragung. Die Methode der Befragung wurde ausgewählt, weil es in dieser Studie darum geht, Einstellungen und Meinungen zu untersuchen. Dafür ist die Methode der Befragung unverzichtbar (vgl. Diekmann, 2018, 434). Aus organisatorischen und zeittechnischen Gründen wurde die Befragung schriftlich und online durchgeführt. Die Standardisierung der Befragung gewährleistet zudem einen möglichst hohen Wert an Objektivität. Das ist deshalb wichtig, weil Objektivität die Voraussetzung ist, dass die Messungen schliesslich auch reliabel und valide sind (vgl. Diekmann, 2018, 438).

Analog zu den Forschungsfragen dieser Arbeit wurde mit einem Fragebogen (siehe Anhang A1) erhoben, wie die jungen Journalistinnen und Journalisten in den Beruf eingestiegen sind, was ihre Arbeitsbedingungen sind und wie sie ihre Zukunft sowie die des Journalismus einschätzen. Unterteilt wurden die verschiedenen Fragen dementsprechend in die folgenden drei Kategorien: Zugang zur Branche, Arbeitsbedingungen und Zukunftsperspektiven. Mehrheitlich wurden die Frage-Items zu den einzelnen Kategorien aus den Fragebögen der WJS von 2016 (vgl. Hanitzsch et al., 2019a) sowie den Journalisten-Enquêtes 1998 (vgl. Marr et al., 2001) und 2008 (vgl. Keel, 2011) entnommen. Dies ermöglicht es, die Ergebnisse dieser Untersuchung mit den bisherigen Berufsfeldstudien zu vergleichen. Als Ergänzung wurden zudem Items aus anderen Fragebögen entnommen, welche für das Forschungsziel dieser Arbeit von Interesse sind.

Damit nur Personen aus der Grundgesamtheit an der Befragung teilnehmen, wurden am Anfang des Fragebogens verschiedene Filterfragen eingesetzt. Zuerst mussten die Befragten angeben, welches ihr Jahrgang ist. Lag dieser unter der Grenze von 1990, konnte der Fragebogen nicht weiter ausgefüllt werden. Danach mussten die Umfrageteilnehmenden angeben, ob sie Mitglied in einer Berufsorganisation bzw. einem Berufsverband im Bereich Journalismus sind. Anschliessend mussten die Befragten angeben, ob sie aktuell journalistisch tätig sind oder ob sie bis mindestens 2019 als Journalistin/Journalist gearbeitet haben. Von diesen beiden Fragen musste mindestens eine mit „Ja“ beantwortet werden, um den Fragebogen weiter ausfüllen zu können. Im Begleitschreiben zum Fragebogen wurde zudem darauf hingewiesen, dass Personen, welche Mitglieder von mehreren Verbänden oder Gewerkschaften sind, den Fragebogen trotzdem nur einmal ausfüllen sollen. Zusätzlich zu den oben genannten drei Fragekategorien und den eben erwähnten

Filterfragen, wurde im Fragebogen auch erhoben, für welchen Medientyp die Befragten arbeiten, was ihr Rollenverständnis ist sowie ihr Geschlecht und sprachregionaler Hintergrund.

Nach der Fertigstellung des Fragebogens wurde dieser einem Pretest mit 12 Journalistinnen und Journalisten unterzogen. Damit nicht potenzielle Umfrageteilnehmende für den Pretest eingesetzt werden mussten, wurden Journalistinnen und Journalisten angefragt, welche zu alt sind für die Befragung. Diese haben den Fragebogen hinsichtlich der Beantwortungsdauer, der Verständlichkeit und möglichen Fehlern überprüft. Der Pretest hat ergeben, dass es rund 15 Minuten dauert, den Fragebogen auszufüllen. Grössere Änderungen am Fragebogen waren nach dem Pretest nicht notwendig. Allerdings mussten gewisse Fragen noch etwas präzisiert und verständlicher formuliert werden.

Die definitive Version des Fragebogens wurde in einem nächsten Schritt auf Französisch übersetzt (siehe Anhang A2). Dies, weil in dieser Studie nicht nur deutschsprachige, sondern auch französischsprachige Journalistinnen und Journalisten befragt wurden. Wie bereits im letzten Kapitel erwähnt, wurde darauf verzichtet, den Fragebogen unter Journalistinnen und Journalisten im Tessin und den Rätoromanischen-Gebieten zu verteilen. Deshalb wurde der Fragebogen nicht ins Italienische und Rätoromanische übersetzt.

5.4 Verbreitung des Fragebogens und Rücklauf der Daten

Damit der Fragebogen möglichst viele Journalistinnen und Journalisten erreicht, wurden die Verbände JJS und impressum sowie die beiden Gewerkschaften SSM und syndicom darum gebeten, den Fragebogen unter ihren Mitgliedern zu verschicken. Alle haben sich dazu bereit erklärt, beim Versand der Fragebögen mitzuhelfen. Diese Form der Verteilung wurde gewählt, weil es für die hier durchgeführte Studie eine effiziente Möglichkeit war, den Fragebogen an möglichst viele Journalistinnen und Journalisten zu versenden. Es wäre ein deutlich grösserer Aufwand gewesen, Redaktionen in den deutsch- sowie französischsprachigen Kantonen der Schweiz auszuwählen und diese anzufragen, ob sie den Fragebogen unter ihren Angestellten verteilen könnten. Insgesamt erreichte der Fragebogen durch den Versand der Verbände und Gewerkschaften die folgende Personenanzahl:

Tabelle 1: Verbands- und Gewerkschaftsmitglieder aus der Grundgesamtheit

<i>Verband/Gewerkschaft</i>	<i>Deutschsprachig</i>	<i>Französischsprachig</i>	<i>Total</i>
Junge Journalistinnen und Journalisten Schweiz (JJS)	399	0	399
impressum	66	117	183
Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM)	46	24	70
syndicom	47	8	55
Gesamt	558	149	707

Um den Rücklauf noch zu steigern, wurden zusätzlich verschiedene Universitäten und Hochschulen angefragt, ob sie den Fragebogen unter ihren ehemaligen und aktuellen Studierenden in den Fachbereichen Journalismus, Kommunikation und Medien verteilen könnten. Gemacht haben dies die folgenden Universitäten und Hochschulen: Universität Freiburg, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW), Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) und Fachhochschule Graubünden. Des Weiteren wurde der Fragebogen auf den sozialen Medien verbreitet. Bei diesen zwei Verbreitungswegen konnte aber nicht ermittelt werden, wie viele Journalistinnen und Journalisten erreicht wurden. Als Grundgesamtheit für diese Studie dient deshalb die Anzahl der erreichten Verbands- und Gewerkschaftsmitglieder von JJS, impressum, SSM und syndicom. Dies sind 707 Personen.

Durchgeführt wurde die Onlinebefragung mit SoSci Survey. Mittels Newsletter wurden die Mitglieder der Verbände und Gewerkschaften auf die Studie aufmerksam gemacht. Die Befragung dauerte vom 23.02.2021 bis am 14.03.2021. Insgesamt haben 196 Personen den Fragebogen vollständig ausgefüllt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 27.7%.

5.5 Auswertung der Daten

Nach Beendigung der Befragung wurde der Datensatz bereinigt. Dabei wurde darauf geachtet, dass der Fragebogen in einem Zeitraum zwischen 6.5 und 25 Minuten vollständig ausgefüllt wurde. Dieser Zeitraum wurde gewählt, weil die Erhebung im Gegensatz zum Pretest gezeigt hat, dass viele der Befragten den Fragebogen auch weit unter 15 Minuten gewissenhaft ausfüllen konnten. Bei einer Zeit unter 6.5 Minuten wurde jedoch angenommen, dass ein seriöses Ausfüllen des Fragebogens nicht mehr möglich ist. Ab einer Antwortzeit von mehr als 25 Minuten wurde hingegen vermutet, dass eine Person während des Ausfüllens des Fragebogens gestört wurde und folglich diesen ebenfalls nicht gewissenhaft ausgefüllt hat.

Von den 196 Personen, die den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben, hatten abgesehen von einer Person alle eine Antwortzeit zwischen 6.5 und 25 Minuten. Eine Person hatte weniger als 6.5 Minuten, um den Fragebogen auszufüllen, weshalb diese aus dem Datensatz entfernt wurde. Der bereinigte Datensatz besteht folglich aus 195 Interviews.

Weil es sich bei der hier untersuchten Stichprobe nicht um eine Zufallsstichprobe handelt sowie genaue Angaben zur Beschaffenheit der Grundgesamtheit fehlen, kann nicht ermittelt werden, wie repräsentativ die hier generierten Daten genau sind. Viele Ergebnisse dieser Auswertung zeigen jedoch ein ähnliches Bild wie die bisherigen Berufsfeldstudien. Deshalb wird angenommen, dass die vorliegenden Ergebnisse trotzdem ein einigermaßen adäquates Bild über den Berufseinstieg, die Arbeitsbedingungen sowie Zukunftsperspektiven junger Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz liefern.

Die Daten der 195 Interviews werden mittels uni- sowie bivariater deskriptiver Statistik ausgewertet. Diese Form der Auswertung erlaubt es, die Merkmale der erhobenen Datenmenge auf wenige charakteristische Werte zu reduzieren (vgl. Klammer, 2005, 92-93). Bei der Auswertung werden Häufigkeitsverteilungen, Mittelwerte und Streuungsmasse. Häufigkeitsverteilungen werden verwendet, um herauszufinden, wie viele der Befragten die verschiedenen Antwortvorgaben einer Variable angekreuzt haben. Damit können die absoluten und relativen Häufigkeiten der Antworten ermittelt werden (vgl. Raithel, 2008, 127-128). Mithilfe von Mittelwerten (arithmetisches Mittel, Modalwert und Median) kann die Mitte von Häufigkeitsverteilungen berechnet werden. Anhand der Streuungsmasse kann schliesslich herausgefunden werden, wie weit die jeweiligen Befragten durchschnittlich von der Mitte einer Häufigkeitsverteilung abweichen (vgl. Raithel, 2008, 134). Die Ergebnisse der Datenauswertung werden im nächsten Kapitel präsentiert.

6 Untersuchungsergebnisse

In diesem Kapitel werden die zentralen Ergebnisse aus der Befragung junger Journalistinnen und Journalisten präsentiert. Zuerst werden die soziodemografischen Merkmale der untersuchten Stichprobe beschrieben. Danach wird berichtet, welches Rollenverständnis die Befragten haben und für welche Medientypen sie tätig sind. Danach wird entlang der drei grossen Themenblöcke im Fragebogen berichtet, wie die Befragten in den Journalismus eingestiegen sind, unter welchen Bedingungen sie arbeiten und wie sie ihre eigene Zukunft sowie die des Journalismus einschätzen.

6.1 Soziodemografische Merkmale

Die Auswertung der soziodemografischen Merkmale (vgl. Tab. 2) zeigt zunächst, dass die hier untersuchte Stichprobe aus mehr Frauen als Männern besteht. Der Frauenanteil beträgt 60.5 % und der Männeranteil 39.5 %. Die Verteilung des Geschlechteranteils ist damit in dieser Stichprobe umgekehrt im Vergleich zu den bisherigen Berufsfeldstudien. Diese kommen zum Resultat, dass der Frauenanteil im Journalismus über die vergangenen Jahre gestiegen ist, jedoch nach wie vor unter dem der Männer liegt (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 53). Weil die hier untersuchte Stichprobe aber nicht zufällig ausgewählt wurde, lässt sich keine Aussage darüber machen, wie repräsentativ diese Geschlechterverteilung für die Gesamtheit der jungen Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz ist.

Die Analyse des Alters der Befragten ergibt, dass die jüngsten Personen der Stichprobe 19 Jahre und die ältesten 31 Jahre alt sind. Dabei ist rund ein Viertel (24.6 %) zwischen 19 bis 24 Jahre alt und drei Viertel (75.4 %) 25-jährig oder älter. Der Median beim Alter der Stichprobe liegt bei 27 Jahren.

Eine Aufteilung der Stichprobe in die verschiedenen Sprachregionen der Schweiz zeigt, dass 86.7 % der Journalistinnen und Journalisten aus der deutschsprachigen Schweiz kommen. Aus der französischsprachigen Schweiz stammen hingegen nur 11.3 % der Stichprobe. Dieses Ergebnis überrascht insofern wenig, weil der Fragebogen durch den Versand der Verbände und Gewerkschaften weniger französisch- und mehr deutschsprachige Personen erreicht hat. Des Weiteren wurden mehrheitlich Universitäten und Hochschulen in der Deutschschweiz angeschrieben, um den Fragebogen unter den Studierenden zu verteilen.

Etwas überraschend ist hingegen das Ergebnis, dass obwohl der Fragebogen nur in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz verbreitet wurde, 4 Personen (2.1 %) angeben, aus einer anderen Sprachregion zu kommen. Eine mögliche Erklärung hierfür ist, dass durch die Verbreitung des Fragebogens an den verschiedenen Schweizer Universitäten und Hochschulen auch Personen aus anderen Sprachregionen erreicht wurden.

Mitglied in einer Berufsorganisation oder einem Berufsverband im Bereich Journalismus ist gut die Hälfte der Befragten (54.9 %). Dieser hohe Wert lässt sich zu einem grossen Teil damit erklären, dass der Fragebogen hauptsächlich über die Berufsverbände und Gewerkschaften verschickt wurde. Allerdings hat bereits die WJS von 2016 gezeigt, dass die Mehrheit der Schweizer Journalistinnen und Journalisten Mitglieder eines Berufsverbands sind (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 64). In der hier untersuchten Stichprobe sind zudem mehr Männer als Frauen Mitglied in einem Berufsverband (vgl. Tab. A3.1 im Anhang). Dieses Ergebnis stimmt ebenfalls mit den Resultaten der WJS von 2016 überein. Auch dort sind die Journalisten häufiger Mitglied in einem Berufsverband als die Journalistinnen (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 64). Alle Befragten haben ausserdem angegeben, aktuell journalistisch tätig zu sein oder dies bis mindestens 2019 gewesen zu sein.

Tabelle 2: Soziodemografische Merkmale der Stichprobe

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=195)</i>
Geschlecht		
Weiblich	118	60.5
Männlich	77	39.5
Alter in Kategorien		
19 - 24 Jahre	48	24.6
25 - 31 Jahre	147	75.4
Sprachregionaler Raum		
Deutschsprachige Schweiz	169	86.7
Französischsprachige Schweiz	22	11.3
Anderer sprachregionaler Raum	4	2.1
Mitglied in einem Berufsverband		
Ja	107	54.9
Nein	88	45.1
Journalistisch tätig		
Ja	195	100.0
Ausbildung		
Volksschule	4	2.1
Berufsschule/-lehre	10	5.1
Berufsmittelschule	10	5.1
Mittelschule mit Maturität	37	19.0
Fachhochschule mit Bachelor-Abschluss	40	20.5
Fachhochschule mit Master-Abschluss	2	1.0
Universität mit Bachelor-Abschluss	57	29.2
Universität mit Master-Abschluss	35	17.9

Die Stichprobe dieser Untersuchung liefert ausserdem einen weiteren Hinweis dafür, dass die Anzahl an Akademikerinnen und Akademikern im Journalismus zunehmend grösser wird. So haben 21.5 % der Befragten einen Bachelor- oder Masterabschluss von einer Fachhochschule. Noch grösser ist mit 47.1 % der Anteil, welche einen Bachelor- oder Masterabschluss von einer Universität besitzen. Insgesamt können damit gut zwei Drittel (68.6 %) der Umfrageteilnehmenden als Akademikerinnen und Akademiker bezeichnet werden. In der untersuchten Stichprobe haben dabei Frauen häufiger einen Fachhochschulabschluss als Männer und Männer häufiger einen Universitätsabschluss als Frauen (vgl. Tab. A3.2 im Anhang).

Der Grossteil hat zudem mindestens einen Mittelschulabschluss. Total sind es 92.8 % der Befragten, die mindestens einen solchen Abschluss besitzen. Somit kann die erste Hypothese dieser Arbeit bestätigt werden: Die Mehrheit der jungen Journalistinnen und Journalisten in der untersuchten Stichprobe hat mindestens einen Mittelschul- oder Berufsmittelschulabschluss.

6.2 Rollenverständnis

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse zum Rollenverständnis (vgl. Tab. 3 & Tab. A3.3 im Anhang) besprochen. Die jungen Journalistinnen und Journalisten sehen ihre Rolle vor allem darin, das aktuelle Geschehen sachlich und unparteiisch zu analysieren sowie darüber zu berichten. Dies zeigt sich daran, dass fast alle (98.5 %) Befragten angeben, es sei für sie sehr oder extrem wichtig, die Dinge so zu berichten, wie sie sind. Als Journalistin oder Journalist unparteiisch die aktuellen Geschehnisse zu beobachten, finden 83.6 % sehr oder extrem wichtig und diese anschliessend einzuordnen sowie zu analysieren 82.6 % der Umfrageteilnehmenden.

Für viele der Befragten ist es auch relevant, in ihrer Rolle als Journalistin oder Journalist die Menschen zu motivieren, sich politisch zu äussern oder politisch zu partizipieren. So geben 81.5 % aus der untersuchten Stichprobe an, dass es für sie sehr oder sogar extrem wichtig sei, Informationen zu vermitteln, welche den Menschen helfen, politische Entscheidungen zu treffen. Eine Mehrheit (68.2 %) findet auch, es sei sehr oder extrem wichtig, als Journalistin oder Journalist die Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen zu motivieren. Den Menschen die Möglichkeit zu geben, dass sie ihre Ansichten artikulieren können, ist ebenfalls für die Mehrheit (63.1 %) eine sehr oder extrem wichtige Aufgabe.

Die Rollenverständnisse, welche sich den Bereichen Kultur und Bildung zuordnen lassen, werden auch von vielen der jungen Journalistinnen und Journalisten als besonders relevant eingeschätzt. Dies ist daran zu erkennen, dass es für knapp drei Viertel (71.3 %) der Befragten sehr oder extrem wichtig ist, als Erzählerin oder Erzähler die Welt in Geschichten zu erzählen. Zudem ist es in den Augen von gut zwei Dritteln (68.2 %) der Umfrageteilnehmenden eine sehr oder sogar extrem wichtige Aufgabe, Toleranz und kulturelle Vielfalt zu fördern. Etwas weniger Zuspruch erhält mit

einem Anteil von knapp zwei Dritteln (60 %) die Auffassung, dass Journalistinnen und Journalisten das Publikum bilden sollen.

Weitere in dieser Untersuchung abgefragte Aufgaben können dem Rollenverständnis zugeordnet werden, nach welchem Journalistinnen und Journalisten für die Alltagsbewältigung und Unterhaltung des Publikums zuständig sind. Für gut die Hälfte (59.5 %) der jungen Journalistinnen und Journalisten ist es dabei sehr oder extrem wichtig, mit der Ausübung ihres Berufs dem Publikum Rat, Orientierung und Hilfe für den Alltag zu bieten. Knapp die Hälfte (46.2 %) ist der Auffassung, es sei sehr oder extrem wichtig, Inhalte anzubieten, die ein möglichst grosses Publikum anziehen. Die Aufgabe, als Journalistin oder Journalist für Unterhaltung und Entspannung zu sorgen, empfindet etwas mehr als ein Drittel der Befragten (37.9 %) als sehr oder extrem wichtig.

Tabelle 3: Rollenverständnis

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=195)</i>
Die Dinge so berichten, wie sie sind	192	98.5
Ein(e) unparteiische(r) Beobachter(in) sein	163	83.6
Aktuelles Geschehen einordnen und analysieren	161	82.6
Informationen vermitteln, die Menschen zu politischen Entscheidungen befähigen	159	81.5
Als Erzählerin/Erzähler die Welt in Geschichten vermitteln	139	71.3
Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen motivieren	133	68.2
Toleranz und kulturelle Vielfalt fördern	133	68.2
Den Menschen die Möglichkeit geben, ihre Ansichten zu artikulieren	123	63.1
Das Publikum bilden	117	60.0
Rat, Orientierung und Hilfestellung für den Alltag anbieten	116	59.5
Die Regierung kontrollieren	94	48.2
Für sozialen Wandel eintreten	92	47.2
Inhalte anbieten, die ein möglichst grosses Publikum anziehen	90	46.2
Die Wirtschaft kontrollieren	84	43.1
Unterhaltung und Entspannung bieten	74	37.9
Ein Gegengewicht zur Regierung bilden	62	31.8
Die Entwicklung der Nation unterstützen	55	28.2
Die öffentliche Meinung beeinflussen	51	26.2
Die politische Tagesordnung/Agenda bestimmen	33	16.9
Ein positives Bild der Regierung vermitteln	1	0.5
Regierungspolitik unterstützen	1	0.5

Anmerkung: Skala von 1 („unwichtig“) bis 5 („extrem wichtig“). Angaben beziehen sich auf die Befragten, welche mit „sehr wichtig“ oder „extrem wichtig“ geantwortet haben.

Zu den eher weniger relevanten Rollenverständnissen zählen diejenigen, welche mit Kritik und Kontrolle zu tun haben. Am meisten Befürwortung erhält hierbei noch die Aufgabe, als Journalistin oder Journalist die Regierung kontrollieren zu müssen. Von den Befragten empfinden dieses Rollenverständnis knapp die Hälfte (48.2 %) als sehr oder extrem wichtig. Die Kontrolle der Wirtschaft ist für 43.1 % der Befragten sehr bis extrem wichtig. Die Auffassung, als Journalistin oder Journalist ein Gegengewicht zur Regierung zu bilden, erhält deutlich weniger Zuspruch. Nur noch für ein knappes Drittel (31.8 %) stellt dies eine sehr oder extrem wichtige Aufgabe dar. Diese geringe Bedeutung der Kritik- und Kontrollfunktion heisst aber nicht, dass junge Journalistinnen und Journalisten ein unkritisches Verhältnis gegenüber der Regierung haben. Nicht einmal ein Prozent der Befragten ist nämlich der Ansicht, es sei sehr oder extrem wichtig, als Journalistin oder Journalist ein positives Bild der Regierung zu vermitteln sowie die Regierungspolitik zu unterstützen.

Den geringsten Zuspruch in der untersuchten Stichprobe erhalten schliesslich die Rollenverständnisse, welche mit gesellschaftlichem Engagement zusammenhängen. Am meisten Bedeutung wird hier noch der Aufgabe zugeschrieben, als Journalistin oder Journalist für sozialen Wandel einzutreten. Immerhin für knapp die Hälfte (47.2 %) stellt dies eine sehr oder extrem wichtige Funktion dar. Deutlich weniger relevant ist es aber für die jungen Journalistinnen und Journalisten, die Entwicklung der Nation zu unterstützen und die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Diese Aufgaben werden nur von einem guten Viertel (28.2 % bzw. 26.2 %) als sehr oder extrem wichtig eingestuft. Für weniger als einen Fünftel (16.9 %) ist es zudem sehr oder extrem wichtig, die politische Tagesordnung/Agenda zu bestimmen.

Weil die vorliegenden Ergebnisse mit den gleichen Fragen erhoben wurden wie in der WJS von 2016, bietet sich ein Vergleich zwischen den beiden Studien an. Die hier ermittelten Resultate stimmen dabei grösstenteils mit denen der WJS von 2016 überein (vgl. Hanitzsch et al., 2019a). In beiden Studien lassen sich die relevantesten Aufgaben dem journalistischen Rollenverständnis der Information, Vermittlung und Analyse zuordnen. Für viele der Befragten sind auch die journalistischen Aufgaben wichtig, welche mit dem Motivieren der Menschen zu politischer Artikulation und Partizipation sowie Bildung und Kultur zu tun haben. Von weniger grosser Relevanz sind die Rollenverständnisse, welche mit Alltagsbewältigung, Unterhaltung und Publikumsorientierung sowie Kritik und Kontrolle in Verbindung stehen. Am wenigsten wichtig werden in beiden Studien die Aufgaben empfunden, welche mit gesellschaftlichem Engagement in Verbindung stehen.

6.3 Tätigkeit für die verschiedenen Medientypen

Die Analyse, für welche Medientypen die jungen Journalistinnen und Journalisten hauptsächlich tätig sind, ergibt ein vielfältiges Ergebnis (vgl. Tab. 4). Von den abgefragten Medientypen ist jeder, abgesehen von der Mitgliedschafts- und Verbandspresse, mindestens einmal genannt worden. Die Option, bei einem anderen, im Fragebogen nicht aufgelisteten Medientyp tätig zu sein, wurde zudem von zwei Personen genutzt. Dies für die Angabe, dass sie bei einer Zeitschrift oder einem Radio von Studierenden arbeiten.

Am häufigsten geben die jungen Journalistinnen und Journalisten an, dass sie für eine bezahlte Tageszeitung tätig sind. Dies trifft auf gut einen Drittel (34.2 %) der Befragten zu. Die Tätigkeit für die Online-Ausgabe eines Medienprodukts oder für ein reines Online-Medium belegt den zweiten Platz von den Medientypen, für welche die Umfrageteilnehmenden hauptsächlich arbeiten. Zusammengerechnet ist es gut ein Viertel (26.7 %) der jungen Medienschaffenden, welche für ein Online-Produkt tätig sind. Für das Privatrado arbeiten 14.4 % der Befragten hauptsächlich und für das private Fernsehen 10.7 %.

Tabelle 4: Tätigkeit bei Medientypen (hauptsächlich)

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=187)</i>
Bezahlte Tageszeitung	64	34.2
Online-Ausgabe eines Printmediums, Radios oder Fernsehens	33	17.6
Privatrado	27	14.4
Privates Fernsehen	20	10.7
Online-Medium (stand-alone, wie z.B. "watson" etc.)	17	9.1
Öffentliches Radio (SRG)	14	7.5
Öffentliches Fernsehen (SRG)	13	7.0
Wochenzeitung/Sonntagszeitung	8	4.3
Nicht täglich erscheinende Lokalzeitung	6	3.2
Fachzeitschrift	6	3.2
Illustrierte/Zeitschrift	5	2.7
Gratiszeitung	5	2.7
Nachrichtenagentur/Presse-/Mediendienst (z.B. Keystone-SDA)	3	1.6
Studentinnen/Studenten Zeitschrift/Radio	2	1.1
Corporate-Publishing-Produkt (z.B. Kundenzeitschrift)	1	0.5

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Ein Abgleich dieser Ergebnisse mit den Resultaten der WJS von 2016 zeigt grosse Ähnlichkeiten. Auch in der WJS wurde die Tätigkeit für eine Zeitung am häufigsten genannt, gefolgt von der Arbeit für ein Online-Medium und das Privatrado. Allerdings wurde in der WJS etwas häufiger

eine Tätigkeit für eine Zeitschrift als fürs Fernsehen angegeben, was ein Unterschied zu der hier durchgeführten Befragung darstellt (vgl. Lauerer et al., 2019, 78).

Etwas unerwartet ist der Befund, dass nicht mehr der befragten jungen Journalistinnen und Journalisten für ein privates Radio oder Fernsehen tätig sind. Aus den bisherigen Studien geht nämlich hervor, dass jüngere Medienschaffende neben den Onlinemedien hauptsächlich für diese Medientypen tätig sind (vgl. Marr et al., 2001, 98-99; Keel, 2011, 163-164; Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 59). Auch die Abfrage, für welche Medientypen die jungen Journalistinnen und Journalisten nebensächlich arbeiten, zeigt kaum ein anderes Bild (vgl. Tab. A3.4 im Anhang). Die bezahlte Tageszeitung und die Onlinemedien werden auch hier am häufigsten als Arbeitsort angegeben. Interessant ist zudem, dass zwar niemand der Befragten hauptsächlich für eine Mitgliedschafts- und Verbandspresse arbeitet, jedoch 5 Personen dies nebensächlich tun.

6.4 Zugang zur Branche

Nachdem aufgezeigt wurde, bei welchen Typen von Medien die jungen Journalistinnen und Journalisten tätig sind, wird nun an dieser Stelle berichtet, wie sie überhaupt in den Beruf eingestiegen sind. Dafür wird zuerst dargestellt, welche journalistische Ausbildung die Umfrageteilnehmenden absolviert haben und wie gut sie diese auf ihre Arbeit als Journalistinnen und Journalisten vorbereitet hat. Anschliessend wird darauf eingegangen, weshalb sich die Befragten überhaupt für einen Job im Journalismus entschieden haben.

6.4.1 Journalistische Ausbildung

Die Untersuchung, welche journalistische Ausbildung die jungen Journalistinnen und Journalisten absolviert haben, zeigt ein klares Bild (vgl. Tab. 5). Am stärksten verbreitet ist unter den Befragten ein Praktikum, Stagiaire oder Volontariat welches weniger als ein Jahr gedauert hat. Insgesamt geben rund zwei Drittel (65 %) an, ein solches Praktikum, Stagiaire oder Volontariat absolviert zu haben. Ein längeres Stagiaire oder Volontariat von der Dauer eines Jahres oder länger haben zudem ein knappes Drittel (30.6 %) der Umfrageteilnehmenden durchlaufen.

An einer Universität haben sich mit einem Studium der Publizistik- bzw. Medienwissenschaft etwas weniger als ein Drittel der Befragten (29 %) journalistisch ausbilden lassen. Etwas mehr als ein Fünftel (21.9 %) der Umfrageteilnehmenden haben ein solches Studium an einer Fachhochschule absolviert.

Weiterbildungskurse innerhalb der Medienorganisation, für welche die jungen Journalistinnen und Journalisten tätig sind, haben rund ein Viertel der Befragten (25.1 %) besucht. Deutlich geringer fällt der Anteil derjenigen aus, die innerhalb einer anderen Medienorganisation als der, in welcher sie arbeiten, an einem Weiterbildungskurs teilgenommen haben. Dies sind lediglich 7.1 % aus der untersuchten Stichprobe.

Eine weitere Möglichkeit der journalistischen Ausbildung ist der Besuch einer Diplomausbildung oder von Kursen am Medienausbildungszentrum (MAZ) in Luzern. Unter den Befragten haben 16.4 % eine solche Diplomausbildung absolviert und 14.8 % einen oder mehrere Kurse am MAZ besucht. Weitere Ausbildungsangebote, wie beispielsweise die des Centre de Formation au Journalisme et aux Médias oder der Ringer Journalistenschule wurden nur von einem kleinen Teil der Untersuchungsteilnehmenden genutzt. Zudem haben 8 Umfrageteilnehmende angegeben, eine andere journalistische Ausbildung absolviert zu haben. Genannt wurden unter anderem Workshops von JJS, die RSS Medienschule oder die Klipp + Klang Radioschule. Niemand aus der Stichprobe hat den Corso di giornalismo della Svizzera italiana absolviert. Dies liegt mit grosser Wahrscheinlichkeit daran, dass der Fragebogen nicht im Tessin verbreitet wurde.

Tabelle 5: Absolvierte journalistische Ausbildung

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=183)</i>
Praktikum / Stagiaire / Volontär/in mit Anstellungsdauer < 12 Monate	119	65.0
Stagiaire / Volontär/in mit Anstellungsdauer ≥ 12 Monate	56	30.6
Publizistik-/Medienwissenschaft an einer Universität	53	29.0
Weiterbildungskurse innerhalb meiner Medienorganisation, in der ich hauptsächlich arbeite	46	25.1
Journalismus/Kommunikation an einer Fachhochschule	40	21.9
Diplom am Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern	30	16.4
Kurse am Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern	27	14.8
Weiterbildungskurse innerhalb anderer Medienorganisationen	13	7.1
Centre de Formation au Journalisme et aux Médias	10	5.5
Ringier Journalistenschule	9	4.9
Andere journalistische Ausbildung	8	4.4
Medienschule St. Gallen	3	1.6

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Ein Vergleich mit den Resultaten der Journalisten-Enquête von 2008 zeigt, dass sich bis heute nichts daran geändert hat, dass ein Praktikum, Stagiaire oder Volontariat von weniger als einem Jahr die am meisten genutzte Art der journalistischen Ausbildung ist. Dies gefolgt von Stagiaires und Volontariaten, welche ein Jahr oder länger dauern (vgl. Keel, 2011, 188-189).

Die zweite Hypothese dieser Untersuchung kann folglich verifiziert werden: Ein Praktikum ist auch heute noch die am stärksten verbreitete Form der journalistischen Ausbildung bei jungen Journalistinnen und Journalisten.

Praktika, Stagiaires und Volontariate werden aber nicht nur gerne genutzt für die eigene journalistische Ausbildung, sie werden für die spätere Arbeit als Journalistin oder Journalist auch als sehr

nützlich empfunden. Ein Stagiaire oder Volontariat von einem Jahr oder länger wird dabei als etwas nützlicher empfunden als ein Praktikum mit einer Dauer von weniger als einem Jahr. Zudem deuten die Angaben der Befragten darauf hin, dass die meisten Ausbildungen an Journalisten- und Medienschulen im Vergleich zu einem Studium an einer Fachhochschule oder Universität für die spätere journalistische Tätigkeit von grösserem Nutzen sind (vgl. Tab. A3.5 im Anhang).

6.4.2 Motive für die Berufswahl

Die stärksten Motive, weshalb junge Menschen in den Journalismus einsteigen, können angelehnt an Hanitzsch et al. (2016, 473) der „Selbstverwirklichung“ zugeordnet werden (vgl. Tab. 6 & Tab. A3.6 im Anhang). So geben 92.8 % der Befragten an, dass die Ausübung einer abwechslungsreichen und aufregenden Tätigkeit ein sehr oder extrem wichtiger Grund für die Berufswahl sei. Das Kennenlernen unterschiedlicher Menschen und die Möglichkeit, kreativ zu sein, sind für 85.1 % bzw. 81.5 % der Umfrageteilnehmenden sehr oder extrem wichtige Berufswahlmotive. Für mehr als die Hälfte (64.6 % bzw. 56.9 %) sind auch die Freude am Schreiben und der Grad an Unabhängigkeit sehr oder extrem wichtige Motive für den Einstieg in den Journalismus.

Tabelle 6: Motive für Berufswahl

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=195)</i>
Abwechslungsreiche und aufregende Tätigkeit	181	92.8
Unterschiedliche Menschen kennenlernen	166	85.1
Kreativ sein	159	81.5
Freude am Schreiben	126	64.6
Grad an Unabhängigkeit	111	56.9
Für Freiheit und Demokratie eintreten	108	55.4
Gegen Ungerechtigkeit vorgehen	96	49.2
Talent für den Journalismus	94	48.2
Dynamischer Lebensstil	93	47.7
Die Mächtigen in die Verantwortung nehmen	86	44.1
Menschen bei alltäglichen Problemen helfen	69	35.4
Ansehen von Journalismus als Beruf	35	17.9
Reisen	32	16.4
Politik beeinflussen	27	13.8
Die Nation zusammenhalten	24	12.3
Arbeitsplatzsicherheit	19	9.7
Der Regierung helfen, die Schweiz voranzubringen	12	6.2
Verdienstmöglichkeiten	11	5.6
Berühmt sein	7	3.6

Anmerkung: Skala von 1 („unwichtig“) bis 5 („extrem wichtig“). Angaben beziehen sich auf die Befragten, welche mit „sehr wichtig“ oder „extrem wichtig“ geantwortet haben.

Als sehr oder extrem wichtige Gründe für die Berufswahl werden auch eine Reihe idealistischer Motive angegeben. Für etwas mehr als die Hälfte (55.4 %) der Befragten ist es ein sehr oder sogar extrem wichtiges Berufswahlmotiv, als Journalistin oder Journalist für Freiheit und Demokratie eintreten zu können. Gegen Ungerechtigkeit vorzugehen ist für knapp die Hälfte (49.2 %) ein sehr oder extrem wichtiger Grund für die Berufswahl. Die Mächtigen in die Verantwortung zu nehmen und den Menschen bei alltäglichen Problemen zu helfen, sind weitere idealistische Motive, welche von etwas weniger als der Hälfte (44.1 %) bzw. rund einem Drittel (35.4 %) der Befragten als sehr oder extrem wichtige Gründe für den Einstieg in den Journalismus angegeben werden. Im unteren Mittelfeld der Gründe, weshalb die jungen Journalistinnen und Journalisten ihren Beruf ausgewählt haben, liegen zudem das vermutete Talent für diesen Job und der damit erwartete dynamische Lebensstil. Knapp die Hälfte der Befragten (48.2 % bzw. 47.7 %) sind der Meinung, dies seien wichtige Gründe für die Berufswahl.

Die Motive, welche mit einem gewissen Status sowie Privilegien verbunden sind, die man als Journalistin oder Journalisten haben kann, werden von einem eher kleinen Anteil der Befragten als sehr oder extrem wichtige Berufswahlmotive genannt. So sind das Ansehen des Berufs und die Möglichkeit zu reisen für weniger als einen Fünftel (17.9 % bzw. 16.4 %) der Umfrageteilnehmenden sehr oder extrem wichtige Gründe für die Berufswahl. Am unwichtigsten ist es den Befragten, durch den Beruf eine gewisse Berühmtheit zu erlangen. Nur 3.6 % geben dies als sehr oder extrem wichtigen Grund für die Berufswahl an.

Kaum von Relevanz für die Berufswahl sind auch die politischen Motive, als Journalistin oder Journalist die Politik zu beeinflussen und die Nation zusammenzuhalten. Nur für gut einen Zehntel der Befragten sind dies sehr oder extrem wichtige Motive (13.8 % bzw. 12.3 %). Der Regierung zu helfen, die Schweiz voranzubringen, ist für 6.2 % der Umfrageteilnehmenden ein sehr oder extrem wichtiges Berufswahlmotiv.

Ebenfalls von relativ geringer Bedeutung für den Einstieg in den Journalismus sind für die Umfrageteilnehmenden die Motive, welche Hanitzsch et al. (2016, 474) als „materielle Überlegungen“ bezeichnen. Für weniger als einen Zehntel (9.7 % bzw. 5.6 %) der jungen Journalistinnen und Journalisten sind nämlich die Arbeitsplatzsicherheit sowie die Verdienstmöglichkeiten sehr oder extrem wichtige Gründe, weshalb sie ihren Beruf ausgewählt haben.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung widerspiegeln weitestgehend die Resultate bisheriger Studien, bei welchen junge Menschen gefragt wurden, weshalb sie sich für den Journalismus interessieren. Ein per Augenschein durchgeführter Vergleich der hier vorliegenden Ergebnisse mit der Befragung von Journalismus-Studierenden in Deutschland von Hanitzsch et al. (2016, 473-475) sowie in Polen, Russland, Schweden, Estland und Finnland von Nygren und Stigbrand (2014, 846-847) zeigt folgendes Gesamtbild:

Sehr wichtig sind den jungen Medieninteressierten sowie Medienschaffenden die Motive, welche in irgendeiner Form mit Selbstverwirklichung zusammenhängen. Beispiele hierfür sind das Kennenlernen unterschiedlicher Menschen, die Möglichkeit sich kreativ auszudrücken oder die Freude am Schreiben. Auch wichtig sind verschiedene idealistische Gründe, wie das sich Einsetzen für Freiheit und Demokratie oder das Vorgehen gegen Ungerechtigkeit. Ein weiteres politisches Motiv, nämlich das Beeinflussen der Politik, ist nicht in allen Ländern gleich relevant. Aufgrund der verschiedenen Befragungen ist anzunehmen, dass bei den jungen Schweizer Journalistinnen und Journalisten sowie den deutschen Journalismus-Studierenden dieses Motiv, verglichen mit den anderen Ländern, weniger von Bedeutung für die Berufswahl ist. Unterschiede finden sich auch bei den Motiven, welche mit dem Status und den Privilegien als Journalistinnen und Journalisten zu tun haben, wie das Berühmtsein. Die Umfrageteilnehmenden in Polen und Russland bewerten diese Motive als stärkeren Grund für die Berufswahl als die Befragten in den anderen Ländern. Interessant ist darüber hinaus zu sehen, dass scheinbar die befragten jungen Schweizer Journalistinnen und Journalisten den materiellen Motiven, nämlich der Arbeitsplatzsicherheit und den Verdienstmöglichkeiten, im Ländervergleich am wenigsten Bedeutung für die Wahl des Berufes zuschreiben.

Die dritte Hypothese, welche in dieser Arbeit überprüft werden soll, lässt sich also mit den hier vorliegenden Ergebnissen bestätigen: Die jungen Journalistinnen und Journalisten in der hier untersuchten Stichprobe wählen ihren Beruf tatsächlich eher aufgrund von Motiven der Selbstverwirklichung anstelle von materiellen Motiven aus.

6.5 Arbeitsbedingungen

Die Analyse der Bedingungen, unter welchen die jungen Journalistinnen und Journalisten arbeiten, ist ein weiteres zentrales Anliegen dieser Arbeit. Zunächst wird dabei aufgezeigt, in welchem Arbeitsverhältnis die jungen Medienschaffenden angestellt sind. Danach wird genauer auf ihre Arbeitszeiten und ihre Lohnsituation eingegangen. Weiter wird berichtet, welchen Grad an Autonomie die jungen Journalistinnen und Journalisten bei ihrer Arbeit haben und wie stark verschiedene Einflüsse auf ihre Tätigkeit einwirken. Schliesslich wird die allgemeine Stresssituation der Befragten präsentiert.

6.5.1 Arbeitsverhältnis

Knapp die Hälfte (45.1 %) der Umfrageteilnehmenden besitzt eine Vollzeitanstellung. Leicht unter einem Drittel (29.5 %) der Befragten verrichten ihre Arbeit in einer Teilzeitanstellung. Etwas weniger gross ist mit rund einem Viertel (24.9 %) der Anteil junger Medienschaffender, welche in einem (festen) freien Anstellungsverhältnis tätig sind. Als Pauschalistin bzw. Pauschalist arbeitet nur eine der befragten Personen (vgl. Tab. 7).

Zwischen Frauen und Männern finden sich in der Stichprobe keine grossen Unterschiede bei der Anstellungsart. Die grösste Differenz zeigt sich darin, dass Männer etwas häufiger als Frauen in Teilzeit arbeiten (vgl. Tab. A3.7 im Anhang).

Tabelle 7: Anstellungsart

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=193)</i>
Vollzeitanstellung	87	45.1
Teilzeitanstellung	57	29.5
Freie(r) Journalist(in)	34	17.6
Feste(r) Freie(r)	14	7.3
Pauschalist(in)	1	0.5

Die Daten zum Anstellungsgrad der jungen Journalistinnen und Journalisten zeigen ein klares Bild (vgl. Tab. 8). Die grosse Mehrheit (81.3 %) der Umfrageteilnehmenden ist in einem unbefristeten Verhältnis angestellt. Lediglich ein knapper Fünftel (18.8 %) besitzt eine befristete Anstellung. Dabei sind in der untersuchten Stichprobe prozentual gesehen gleich viele Frauen wie Männer befristet sowie unbefristet erwerbstätig (vgl. Tab. A3.8 im Anhang).

Tabelle 8: Anstellungsgrad

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=176)</i>
Unbefristete Anstellung	143	81.3
Befristete Anstellung	33	18.8

Diese Resultate stimmen teilweise mit denjenigen der WJS von 2016 überein. Ein Vergleich mit den Ergebnissen der WJS zeigt, dass dort gut die Hälfte der Befragten eine Vollzeitanstellung besitzt und leicht mehr als ein Drittel eine Teilzeitanstellung. Die grosse Mehrheit ist dabei fest und unbefristet angestellt (vgl. Lauerer et al., 2019, 82). Die Befunde dieser Studie und die der WJS sind sich diesbezüglich also sehr ähnlich.

Die beiden Studien unterscheiden sich aber auch bei gewissen Resultaten. Beispielsweise zeigen die Ergebnisse der WJS von 2016, dass Frauen häufiger eine Teilzeitstelle besitzen als die Männer. In der hier durchgeführten Untersuchung wurde aber genau das Gegenteil festgestellt. Zudem geben in der WJS minimal mehr Frauen als Männer an, befristet angestellt zu sein. Bei den hier untersuchten jungen Journalistinnen und Journalisten sind hingegen gleich viele Frauen wie Männer befristet bzw. unbefristet angestellt (vgl. Lauerer et al., 2019, 83, 85).

Die Ergebnisse der WJS von 2016 zeigen ausserdem, dass die Personen am häufigsten befristet angestellt sind, welche noch nicht lange für ein Medienunternehmen arbeiten (vgl. Lauerer et al., 2019, 84). In dieser Arbeit wird vermutet, dass vor allem junge Journalistinnen und Journalisten

noch nicht lange für ein Medienunternehmen arbeiten. Folglich wird angenommen, dass die jungen Medienschaffenden am häufigsten befristet angestellt sind. Aus diesem Grund wurde die vierte Hypothese dieser Arbeit formuliert, in welcher angenommen wird, dass junge Journalistinnen und Journalisten häufiger in einem befristeten als unbefristeten Arbeitsverhältnis angestellt sind. In der hier untersuchten Stichprobe sind aber die allermeisten der Befragten unbefristet angestellt. Die vierte Hypothese lässt sich somit nicht bestätigen und muss aus diesem Grund verworfen werden.

6.5.2 Arbeitszeit

Bei der Arbeitszeit sind in dieser Studie drei Aspekte untersucht worden: Der Anteil geleisteter Überstunden in einer Woche, die Zeit für bestimmte journalistische Aufgaben und der Einfluss der Corona-Pandemie auf das Arbeitsvolumen.

Was die Anzahl der Überstunden angeht, geben über die Hälfte (56.6 %) der Befragten an, zwischen weniger als einer bis hin zu drei Stunden pro Woche zusätzlich zu arbeiten. Ein Drittel (33.5 %) der jungen Medienschaffenden gibt zudem an, zwischen etwas mehr als drei bis hin zu sechs Überstunden in einer Woche zu leisten. Rund ein Zehntel (9.9 %) der Befragten arbeitet sogar zwischen etwas mehr als sechs bis hin zu mehr als acht Stunden pro Woche, ohne dafür bezahlt zu werden (vgl. Tab. 9).

Tabelle 9: Anzahl Überstunden pro Woche

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=182)</i>
≤ 1 Stunde bis 3 Stunden	103	56.6
3.01 Stunden bis 6 Stunden	61	33.5
6.01h bis 8 <	18	9.9

Die Corona-Pandemie hat die Arbeitszeit von vielen jungen Journalistinnen und Journalisten zudem erhöht. Knapp die Hälfte (43.3 %) der Umfrageteilnehmenden gibt an, etwas oder sogar viel mehr Arbeit aufgrund der Corona-Krise zu haben. Ein gutes Drittel (36.5 %) hat in etwa gleich viel Arbeit wie zuvor. Es gibt aber auch ein Fünftel der Befragten (20.2 %), welche etwas oder sogar viel weniger Arbeit seit Ausbruch der Corona-Pandemie haben (vgl. Tab. A3.9 im Anhang). Die Untersuchung der Zeitressourcen für alltägliche Aufgaben ergibt, dass eine Mehrheit (67.6 % bzw. 67.1 %) der jungen Journalistinnen und Journalisten für das Schreiben eigener Beiträge sowie für die Überprüfung von Informationen und Quellen, häufig oder sogar sehr häufig Zeit hat. Knapp die Hälfte (51.4 %) der Umfrageteilnehmenden sind der Ansicht, sie hätten häufig oder sehr häufig Zeit, die täglich anfallenden Aufgaben in einer für sie zufriedenstellenden Weise erledigen zu können. Häufig oder sehr häufig Zeit für die inhaltliche Überarbeitung von Medienmitteilungen sowie Agentur- und Korrespondentenmaterial hat rund ein Drittel (39.3 % bzw. 30.1 %) der Befragten.

Ein Viertel (25.4 % bzw. 23.1 %) der jungen Journalistinnen und Journalisten hat zudem häufig oder sehr häufig Zeit, vertiefte Recherchen vor Ort durchzuführen sowie ein eigenes Netzwerk an Informantinnen und Informanten aufzubauen und zu pflegen (vgl. Tab. 10 & Tab. A3.10 im Anhang).

Tabelle 10: Zeit für bestimmte Aufgaben

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=173)</i>
Ich habe Zeit für...		
...für das Schreiben eigener Beiträge	117	67.6
...für die Überprüfung von Informationen und Quellen	116	67.1
...um alle täglich anfallenden Aufgaben in für mich zufriedenstellender Weise zu erledigen	89	51.4
...für die inhaltliche Überarbeitung von Medienmitteilungen	68	39.3
...für die inhaltliche Überarbeitung von Agentur- und Korrespondentenmaterial (z.B. Keystone-SDA)	52	30.1
...für vertiefende Recherchen vor Ort	44	25.4
...dafür, ein eigenes Netzwerk von Informantinnen und Informanten aufzubauen und zu pflegen	40	23.1

Anmerkung: Skala von 1 („gar nicht“) bis 5 („sehr häufig“). Angaben beziehen sich auf die Befragten, welche mit den Extremwerten 4-5 geantwortet haben.

Diese Ergebnisse lassen sich mit einer Studie von Puppis et al. (2014, 22-23) vergleichen. Als Aufgaben, für welche am meisten Zeit aufgewendet werden kann, werden auch in dieser Untersuchung das Schreiben von eigenen Beiträgen und das Überprüfen von Informationen genannt. Am wenigsten Zeit bleibt für das Recherchieren vor Ort und die Pflege des eigenen Netzwerks. Dieses Ergebnis stimmt ebenfalls mit den Resultaten der hier durchgeführten Studie überein. Der Vergleich lässt allerdings vermuten, dass die Befragten in der Studie von Puppis et al. (2014) mit der zur Verfügung stehenden Zeit, um die alltäglichen Aufgaben in zufriedenstellender Weise erledigen zu können, etwas weniger zufrieden sind als die hier befragten jungen Journalistinnen und Journalisten. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass die befragten Personen in der hier durchgeführten Studie jünger sind und sie dadurch eventuell noch für weniger Aufgaben die Verantwortung tragen.

6.5.3 Lohnsituation

Der Median des monatlichen Brutto-Einkommens der jungen Journalistinnen und Journalisten liegt zwischen 5001 und 6000 Franken. Ungefähr je ein Drittel der Befragten verdient zwischen 0 und 4000 Franken (30 %), 4001 und 6000 Franken (38.9 %) sowie 6001 bis mehr als 10.000 Franken (31 %) im Monat (vgl. Tab. 11).

Tabelle 11: Monatliches Brutto-Einkommen

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=190)</i>
0 - 4000 Franken	57	30.0
4001 - 6000 Franken	74	38.9
6001 - 8000 Franken	54	28.4
8001 - 10.000 Franken <	5	2.6

Wie der Geschlechtervergleich zeigt, geben mehr Frauen als Männer an, ihr Brutto-Einkommen liege zwischen 0 - 4000 Franken im Monat. Die Männer geben hingegen leicht häufiger als Frauen an, ein Einkommen von mehr als 4001 Franken zu haben (vgl. Tab. A3.11 im Anhang). In der hier untersuchten Stichprobe verdienen also die Journalisten mehr als die Journalistinnen.

Die Ergebnisse zeigen auch, dass Festangestellte mehr verdienen als freie Journalistinnen und Journalisten. Dies ist daran erkennbar, dass frei beschäftigte Personen häufiger als die Festangestellten angeben, einen Lohn zwischen 0 - 4000 Franken zu erhalten. Die Befragten mit einer Festanstellung wiederum geben häufiger an, einen Lohn von mehr als 4001 Franken zu erhalten (vgl. Tab. A3.12 im Anhang).

Die Ergebnisse der hier durchgeführten Untersuchung entsprechen weitestgehend den Resultaten der WJS von 2016. Das in der WJS ermittelte Brutto-Einkommen liegt bei etwa 6300 Franken und ist damit dem hier festgestellten Wert sehr nahe (vgl. Lauerer et al., 2019, 90). Die WJS kommt auch zum Ergebnis, dass Journalistinnen weniger verdienen als Journalisten (vgl. Lauerer et al., 2019, 94). Zudem stimmen die Resultate der hier vorgenommenen Untersuchung mit denjenigen der Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 sowie der WJS von 2016 dahingehend überein, dass Festangestellte mehr verdienen als Freie (vgl. Marr et al., 2001, 66-67; Keel, 2011, 203; Lauerer et al., 2019, 93). Anders als der Zeitvergleich zwischen der Journalistin-Enquête von 1998 und 2008 zeigt, gibt es in den hier gefundenen Ergebnissen aber kein Anzeichen dafür, dass immer mehr Journalistinnen und Journalisten unter 30 Jahren einen Lohn von weniger als 4000 Franken erhalten. 1998 lag ihr Anteil nämlich bei 36.8 %, stieg bis 2008 auf 42,4 % und beträgt nun in dieser Stichprobe rund 30 % (vgl. Keel, 2011, 202).

6.5.4 Autonomie und Einflüsse

Die von den jungen Medienschaffenden empfundene Autonomie bei ihrer journalistischen Tätigkeit und der Einfluss verschiedener Quellen darauf sind zwei weitere Aspekte dieser Untersuchung. Die empfundene Entscheidungsfreiheit bei der Arbeit ist dabei in der hier analysierten Stichprobe relativ hoch. Fast drei Viertel (70.9 %) der Befragten verspüren grosse oder volle Autonomie bei der Wahl der Themen, über welche sie berichten. Die Autonomie bei der Betonung

von Aspekten einer Geschichte wird sogar von etwas mehr als drei Vierteln (78.4 %) der Befragten als gross oder als vollends empfunden (vgl. Tab. 12).

Ein Vergleich zwischen Frauen und Männern bezüglich der wahrgenommenen Entscheidungsfreiheit bringt zum Vorschein, dass Journalistinnen im Vergleich zu Journalisten etwas weniger häufig angeben, bei der Themenauswahl grosse oder volle Autonomie zu haben. Journalisten geben dafür im Gegensatz zu den Journalistinnen etwas weniger häufig an, grösstenteils oder vollständig autonom entscheiden zu können, welche Aspekte einer Geschichte betont werden sollen (vgl. Tab. A3.13 im Anhang).

Tabelle 12: Autonomie bei der Arbeit

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=189-190)</i>
Autonomie bei der Themenauswahl		
Grosse oder volle Autonomie	134	70.9
Wenig oder etwas Autonomie	55	29.1
Autonomie bei der Betonung von Themenaspekten		
Grosse oder volle Autonomie	149	78.4
Wenig oder etwas Autonomie	41	21.5

Zu ähnlichen Resultaten kommt auch die WJS von 2016. Die Journalistinnen und Journalisten haben auch dort das Gefühl, ein hohes Mass an Entscheidungsfreiheit bei ihrer Arbeit zu besitzen. Übereinstimmend mit der hier durchgeführten Untersuchung geben auch die Befragten der WJS an, bei der Themenwahl etwas weniger autonom zu sein als bei der Entscheidung, welche Themenaspekte bei der Berichterstattung betont werden sollen. Anders fällt das Ergebnis in der WJS allerdings hinsichtlich des Geschlechtervergleichs aus. Im Gegensatz zu der hier durchgeführten Untersuchung geben die befragten Journalistinnen der WJS von 2016 an, sowohl bei der Themenauswahl sowie bei der Betonung bestimmter Themenaspekte weniger autonom zu sein als ihre männlichen Kollegen (vgl. Lauerer & Keel, 2019, 109-112).

Neben der wahrgenommenen Autonomie ist es ausserdem relevant zu wissen, wie gross die jungen Medienschaffenden den Einfluss verschiedener Faktoren auf ihre Arbeit einschätzen (vgl. Tab. 13 & Tab. A3.14 im Anhang). Zu den bedeutsamsten Einflussquellen zählen dabei solche, welche mit dem Arbeitsprozess oder der Profession zu tun haben. So finden rund zwei Drittel (65.8 %) der Befragten, die journalistische Ethik habe einen sehr starken oder sogar extremen Einfluss auf ihre Arbeit. Als ebenfalls relevante Einflussgrössen werden der Zugang zu Informationen und der zeitliche Druck eingeschätzt. 62.1 % bzw. 61.6 % der Umfrageteilnehmenden haben das Gefühl, dies sind sehr starke oder extrem starke Einflussquellen. Über die Hälfte der Befragten (57.4 %) hat zudem den Eindruck, dass die Verfügbarkeit von Ressourcen einen sehr starken oder extremen

Einfluss auf ihre Arbeit hat. Ein deutlich geringerer Teil (27.4 % bzw. 24.7 %) der jungen Journalistinnen und Journalisten findet, dass redaktionelle Leitlinien, Medienrecht, Medienregulierung sowie die Beziehung zu Informantinnen und Informanten ihre Tätigkeit sehr stark oder extrem beeinflussen.

Tabelle 13: Einflüsse bei der Arbeit als Journalistin/Journalist

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=190)</i>
Journalistische Ethik	125	65.8
Zugang zu Information	118	62.1
Zeitlicher Druck	117	61.6
Verfügbarkeit von Ressourcen für die Berichterstattung	109	57.4
Ihre Vorgesetzten und leitende Redakteurinnen/Redakteure	80	42.1
Persönliche Werte und Überzeugungen	75	39.5
Ihre Kolleginnen/Kollegen im Betrieb	55	28.9
Beziehung zu Quellen und Informantinnen/Informanten	52	27.4
Die Blattlinie bzw. redaktionelle Leitlinie	52	27.4
Konkurrierende Medien	48	25.3
Medienrecht und Medienregulierung	47	24.7
Rückmeldungen vom Publikum	40	21.1
Kolleginnen/Kollegen in anderen Medien	35	18.4
Publikumsforschung und Marktdaten	31	16.3
Freunde, Bekannte und Verwandte	28	14.7
Profilerwartungen Ihres Betriebes	23	12.1
Die Geschäftsführung Ihres Medienbetriebs	15	7.9
Öffentlichkeitsarbeit bzw. PR	12	6.3
Überlegungen in Bezug auf Werbung	11	5.8
Die Eigentümer Ihres Medienbetriebs	10	5.3
Politikerinnen/Politiker	8	4.2
Interessensgruppen	8	4.2
Geschäftsleute und Wirtschaftsvertreter	7	3.7
Regierungsmitarbeiterinnen/Regierungsmitarbeiter	6	3.2
Sicherheitsorgane, einschliesslich Militär und Polizei	6	3.2
Religiöse Überlegungen	5	2.6
Zensur	3	1.6

Anmerkung: Skala von 1 („kein Einfluss“) bis 5 („Einfluss extrem stark“). Angaben beziehen sich auf die Befragten, welche mit „Einfluss sehr stark“ oder „Einfluss extrem stark“ geantwortet haben.

Bei den abgefragten Einflussquellen, welche mit der Organisation in Verbindung stehen, für welche die jungen Medienschaffenden arbeiten, wird der Einfluss von Vorgesetzten und dem

leitenden Redaktionspersonal am stärksten eingeschätzt. 42.1 % der Befragten sind der Ansicht, dass diese Personen einen sehr oder extrem starken Einfluss auf ihre Arbeit haben. Ein geringerer Einfluss scheinen hingegen die Kolleginnen und Kollegen im Betrieb zu haben. Für weniger als ein Drittel (28.9 %) der Befragten hat das Kollegium einen sehr oder extrem starken Einfluss auf die eigene journalistische Tätigkeit. Als eher unwesentlich wahrgenommen wird indes der Einfluss von der Geschäftsführung und den Eigentümern des Medienbetriebs. Eine Minderheit von 7.9 % bzw. 5.3 % gibt an, dies seien sehr starke oder sogar extrem starke Einflussquellen.

Für 39.5 % der Befragten haben des Weiteren persönliche Werte und Überzeugungen einen sehr oder extrem starken Einfluss auf ihre Arbeit. Dies muss aber nicht bedeuten, dass die jungen Journalistinnen und Journalisten deswegen subjektiv über Ereignisse berichten. Wie oben erwähnt, hat nämlich die journalistische Ethik für die grosse Mehrheit den stärksten Einfluss auf ihre Arbeit. Zudem wurde auch bereits besprochen, dass sich die meisten der jungen Journalistinnen und Journalisten in der Rolle als neutrale Berichterstattende sehen, was mit einer subjektiven Berichterstattung nicht vereinbar wäre. Ein weiterer persönlicher Einfluss sind die religiösen Überzeugungen einer Person. Diese haben aber für kaum jemanden (2.6 %) einen sehr starken oder extremen Einfluss auf die eigene Arbeit.

Private und professionelle Referenzgruppen werden von den jungen Journalistinnen und Journalisten als unterschiedlich starke Einflussquellen wahrgenommen. Für 25.3 % bzw. 21.1 % der Befragten haben konkurrierende Medien und die Rückmeldung des Publikums einen sehr oder extrem starken Einfluss auf ihre Arbeit. Als etwas geringer eingeschätzt wird hingegen das Einflusspotential vom beruflichen und privaten Umfeld. Als sehr starke oder sogar extrem starke Einflussquelle stufen 18.4 % der Umfrageteilnehmenden die Kolleginnen und Kollegen anderer Medienbetriebe ein. 14.7 % sind dieser Ansicht beim Einfluss von Freundinnen und Freunden sowie Bekannten im privaten Umfeld.

Als eher geringe Einflussquellen werden verschiedene ökonomische Faktoren wahrgenommen. Am relevantesten sind in dieser Gruppe von Einflüssen noch die Publikumsforschung und Marktdaten. 16.3 % der Befragten sind der Meinung, dies sind sehr oder sogar extrem starke Einflüsse. Die Profiterwartungen des Betriebs haben aus der Sicht von gut einem Zehntel (12.1 %) einen sehr oder extrem starken Einfluss auf ihre Arbeit. Kaum beeinflusst scheint die Tätigkeit der befragten jungen Journalistinnen und Journalisten durch Werbeüberlegungen zu sein. Nur gerade 5.8 % geben hier an, dass diese Überlegungen ihre Arbeit sehr oder extrem stark beeinflussen.

Kaum von Relevanz sind für die jungen Journalistinnen und Journalisten zudem politische Einflüsse. Nur gerade zwischen 1.6 % und 4.2 % liegt die Zustimmung, dass Politikerinnen und Politiker, Interessensgruppen, Geschäftsleute und Wirtschaftsvertreter, Regierungsmitarbeitende sowie Sicherheitsorgane einen sehr starken oder extremen Einfluss auf die eigene Arbeit haben.

Ebenfalls als niedrig eingeschätzt wird der Einfluss von Öffentlichkeitsarbeit bzw. PR. Von dieser fühlen sich 6.3 % der Umfrageteilnehmenden sehr stark oder extrem stark beeinflusst.

Weil in der hier durchgeführten Studie sowohl die gleichen Fragen wie in der WJS von 2016 als auch die gleiche Auswertungsform verwendet wurde, können die Ergebnisse der beiden Studien an dieser Stelle miteinander verglichen werden (vgl. Lauerer & Keel, 2019). Dabei fällt auf, dass die Relevanz der verschiedenen Einflussquellen in beiden Untersuchungen sehr ähnlich eingeschätzt werden. Es gibt aber einzelne Unterschiede:

Verschieden ist die Wahrnehmung des Einflusses der persönlichen Werte und Überzeugungen. Die Befragten in der WJS schätzen diese Einflussgrösse stärker ein als die Umfrageteilnehmenden in der hier durchgeführten Studie. Das hängt eventuell mit dem Alter der Befragten zusammen. In der WJS von 2016 haben die Teilnehmenden einen Altersmedian von 41 Jahren, hier von 27 Jahren. Weil ältere Journalistinnen und Journalisten möglicherweise ein ausgeprägteres eigenes Wertesystem und mehr persönliche Überzeugungen haben, schätzen sie deren Einfluss auf ihre Arbeit stärker ein als ihre jüngeren Kolleginnen und Kollegen. Zu dieser Vermutung passt auch der Unterschied, dass die jüngeren Medienschaffenden den Einfluss ihrer Vorgesetzten und der Redaktionsleitung stärker empfinden als ältere Medienschaffende. Von den jüngeren Journalistinnen und Journalisten ebenfalls als grösser wahrgenommen wird der Einfluss von konkurrierenden Medien sowie von Kolleginnen und Kollegen bei anderen Medien. Auch dieser Unterschied zwischen der WJS von 2016 und der hier durchgeführten Studie könnte ein Indiz dafür sein, dass sich ältere Journalistinnen und Journalisten aufgrund ihrer Erfahrungen weniger durch äussere Umstände beeinflussen lassen als ihre jüngeren Kolleginnen und Kollegen.

Ein anderer Anhaltspunkt für diese Vermutung ist, dass sich auch laut den Ergebnissen der Journalisten-Enquête von 2008 ältere Journalistinnen und Journalisten stärker an ihren Wertevorstellungen orientieren als die Jüngeren. Die Ergebnisse zeigen zudem, dass sich jüngere Journalistinnen und Journalisten stärker am berufskulturellen Umfeld (z.B. dem publizistischen Angebot anderer Medien), dem Urteil von Bekannten und dem erwarteten Publikumsinteresse orientieren als ältere Medienschaffende (vgl. Keel, 2011, 244).

6.5.5 Stress

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse zum wahrgenommenen Stress bei der Arbeit präsentiert. Zuerst werden dabei die Resultate zur Frage besprochen, wie häufig die jungen Journalistinnen und Journalisten verschiedene stressige Arbeitssituationen erleben. Danach wird darauf eingegangen, wie gut die Befragten mit dem Stress bei der Arbeit umgehen können.

Drei stressige Arbeitsstationen, welche abgefragt wurden, müssen eine Mehrheit der Umfrageteilnehmenden meistens oder immer erdulden (vgl. Tab. 14 & Tab. A3.15 im Anhang): Die Situation, dass an zu viele Dinge gleichzeitig gedacht werden muss, erleben fast drei Viertel (71 %) der

Befragten meistens oder immer. Meistens oder immer Stress bei der Arbeit haben 65.8 % der jungen Medienschaffenden und 64.8 % von ihnen geben an, sich meistens oder immer bei der Arbeit beeilen zu müssen. Trotz des von der Mehrheit verspürten Stresses sagen aber auch 64.8 % der Umfrageteilnehmenden, dass sie dann Pausen machen können, wann sie möchten. Ob dies allerdings hilft, den stressigen Arbeitsalltag besser zu bewältigen, bleibt offen.

Das Verbergen der eigenen Gefühle bei der Arbeit ist eine weitere stressige Situation, welche rund ein Fünftel (19.2 %) der jungen Journalistinnen und Journalisten kennt. 18.7 % der Befragten geben an, dass sie Mühe haben, Arbeit und Privatleben (inkl. Familienleben) zu vereinbaren. Hier findet sich in der untersuchten Stichprobe der einzige etwas grösseren Unterschied zwischen Frauen und Männern. Journalistinnen geben nämlich etwas häufiger als Journalisten an, mit der Vereinbarung von Beruf- und Privatleben meistens oder immer Mühe zu haben.

Tabelle 14: Häufigkeit stressiger Arbeitssituationen

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=193)</i>
Ich muss an zu viele Dinge gleichzeitig denken	137	71.0
Ich erlebe Stress bei der Arbeit	127	65.8
Ich muss mich beeilen, um meine Arbeit zu erledigen	125	64.8
Ich kann dann Pause machen, wann ich möchte	125	64.8
Meine Arbeit erfordert, dass ich meine Gefühle verberge	37	19.2
Ich habe Mühe, Arbeit und Privatleben zu vereinbaren	36	18.7
Ich erlebe Spannungen im Umgang mit Leuten wie Kollegen oder Kunden	33	17.1
Ich kann bei meiner Aufgabe sehr wenig mitbestimmen, wie ich die Arbeit erledige	10	5.2
Ich habe manchmal Angst bei der Arbeit (um meine Sicherheit oder die der anderen)	8	4.1

Anmerkung: Skala von 1 („nie“) bis 5 („immer“). Angaben beziehen sich auf die Befragten, welche mit „meistens“ oder „immer“ geantwortet haben.

Eine andere Situation, die zu Stress während der Arbeit führen kann, ist das Erleben von Missstimmungen im Umgang mit verschiedenen Personen, wie zum Beispiel den Arbeitskolleginnen und -Kollegen. Von den Umfrageteilnehmenden ist es auch hier knapp ein Fünftel (17.1 %), welcher diese Stresssituation meistens oder immer erlebt. Zu Stress kann es auch kommen, wenn bei den zu erledigenden Aufgaben selbst nur wenig mitbestimmt werden kann. Dieses Problem haben mit 5.2 % aber nur sehr wenige der Befragten meistens oder immer. 4.1 % der Umfrageteilnehmenden geben zudem an, meistens oder immer Angst bei der Arbeit zu haben.

Zusammenfassend kann somit gesagt werden, dass viele junge Journalistinnen und Journalisten bei ihrer Arbeit zwar nicht mit allen, aber doch mit einigen stressigen Situationen sehr häufig konfrontiert sind. Das bedeutet jedoch nicht, dass sie mit diesen Situationen nicht umgehen

können. Die Umfrageteilnehmenden wurden nämlich auch gefragt, wie gut sie in der Lage sind, den Stress bei ihrer Arbeit bewältigen zu können. Die Antworten zu dieser Frage zeigen, dass dies der grossen Mehrheit (85 %) ziemlich gut oder sogar voll und ganz gelingt (vgl. Tab. 15).

Tabelle 15: Wie gut kann Stress bei der Arbeit bewältigt werden

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=194)</i>
Voll und ganz	34	17.5
Ziemlich gut	131	67.5
Eher schlecht	29	14.9

Ein Vergleich zwischen den Geschlechtern führt darüber hinaus zum Ergebnis, dass die Frauen in der untersuchten Stichprobe scheinbar etwas schlechter mit Stress umgehen können als die Männer (vgl. Tab. A3.16 im Anhang). Diese Resultate zeigen also, dass junge Medienschaffende zwar häufig Stress bei der Arbeit erleben, die meisten aber gut in der Lage sind, diesen zu managen.

6.6 Zukunftsperspektiven

Im letzten Teil der hier durchgeführten Studie wurde untersucht wie zufrieden die jungen Medienschaffenden eigentlich mit ihrem Beruf sind. Zudem wurde analysiert, wie sie ihre eigene Zukunft sowie die des Journalismus einschätzen. Die Ergebnisse hierzu werden im Folgenden präsentiert.

6.6.1 Berufszufriedenheit

Wie zufrieden eine Person mit ihrem Beruf ist, lässt sich sehr allgemein daran erkennen, ob sie diesen Job auch jemandem von ihrem Bekanntenkreis weiterempfehlen würde. Eine Mehrheit (58.5 %) der jungen Journalistinnen und Journalisten würde dies tun. Ein Viertel (25.1 %) würde allerdings eher von diesem Beruf abraten. Zudem ist ein nennenswerter Anteil von 16,4 % sich nicht sicher, ob sie ihren Job den Bekannten anraten würden (vgl. Tab. 16).

Die gleiche Frage wurde auch schon in den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 gestellt. Bei den bis 35-Jährigen lag der Anteil derjenigen, die den Beruf weiterempfehlen, 1998 bei 82.7 % und 2008 bei 68.3 % (vgl. Keel, 2011, 250). Zwischen 1998 und 2008 ist also die Anzahl an Empfehlungen zurückgegangen. In der hier untersuchten Gruppe sind es nun noch weniger, die eine Empfehlung abgeben würden, Journalistin oder Journalist zu werden.

Tabelle 16: Empfehlung Journalistin/Journalist zu werden

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=195)</i>
Ich würde es eher empfehlen	114	58.5
Ich würde eher davon abraten	49	25.1
Weiss nicht	32	16.4

An dieser Stelle ist es wichtig zu differenzieren, wer genau eher den Beruf weiterempfehlen würde und wer eher davon abraten würde. In der Stichprobe finden sich nämlich grössere Unterschiede abhängig vom Alter, der Lohnsituation sowie dem Stressempfinden.

Unter den jüngeren Befragten (19 bis 24 Jahre) würden vier Fünftel (80 %) den Beruf weiterempfehlen. Bei den älteren Umfrageteilnehmenden (25 bis 31 Jahre) sind es hingegen mit zwei Drittel (66.1 %) weniger, die den Beruf ihren Bekannten nahelegen würden (vgl. Tab. A3.17 im Anhang). Da anzunehmen ist, dass die älteren Personen auch mehr Berufserfahrung haben, könnte dieses Ergebnis ein Indiz dafür sein, dass mit zunehmender Erfahrung im Journalismus die Zufriedenheit abnimmt. Dies ist hier allerdings nur eine Vermutung.

Einen Unterschied macht auch das Lohnniveau der Befragten aus. Der Anteil derjenigen, welche den Beruf weiterempfehlen würden, nimmt mit steigendem Lohnniveau zu (vgl. Tab. A3.18 im Anhang). Beim wahrgenommenen Stress nimmt dagegen der Anteil an Weiterempfehlungen ab, je grösser das Stressempfinden ist (vgl. Tab. A3.19 im Anhang).

Eine andere Frage in dieser Untersuchung ist, ob sich die Befragten vorstellen können, ihr gesamtes Berufsleben im Journalismus zu verbringen. Diese Frage kann als weiterer Indikator für die Berufszufriedenheit angesehen werden. Die Ergebnisse der analysierten Stichprobe zeigen, dass es von der Mehrheit (52.9 %) als eher unwahrscheinlich oder sogar als unmöglich angesehen wird, das gesamte Berufsleben als Journalistin oder Journalist zu verbringen (vgl. Tab. 17).

Tabelle 17: Wahrscheinlichkeit gesamtes Berufsleben im Journalismus

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=195)</i>
Eher unwahrscheinlich oder unmöglich	103	52.9
Eher wahrscheinlich oder sicher	82	42.1
Weiss nicht	10	5.1

Obschon also über die Hälfte der Befragten ihren Job weiterempfehlen würden, sieht die Mehrheit ihre gesamte Karriere nicht unbedingt im Journalismus. Bemerkenswerte Unterschiede zwischen den Befragten, z.B. hinsichtlich der Lohn- oder Stresssituation, konnten dabei nicht gefunden werden. Bereits die Studie von Hanitzsch et al. (2016, 477) zeigt aber, dass junge Menschen eher kritisch eingestellt sind, ihr gesamtes Berufsleben im Journalismus zu verbringen.

Neben diesen zwei sehr allgemeinen Fragen wurden die Umfrageteilnehmenden auch noch etwas spezifischer über ihre Berufszufriedenheit befragt. Dabei mussten sie angeben, wie zufrieden sie mit verschiedenen Aspekten ihrer journalistischen Tätigkeit sind (vgl. Tab. 18 & Tab. A3.20 im Anhang). Zufrieden oder sogar sehr zufrieden sind rund drei Viertel (73.9 %) der jungen Journalistinnen und Journalisten mit den ihnen zur Verfügung stehenden Möglichkeiten, sich weiterzubilden. In der analysierten Stichprobe sind die Männer damit etwas zufriedener als die Frauen.

Tabelle 18: Zufriedenheit mit Entwicklungsmöglichkeiten und Rücksichtnahme

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=111)</i>
Die Möglichkeiten, mich beruflich weiterzubilden	82	73.9
Die Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb des Journalismus	50	45
Dem Verständnis und der Rücksichtnahme bei psychischen Gesundheitsproblemen	45	40.5

Anmerkung: Skala von 1 („sehr unzufrieden“) bis 5 („sehr zufrieden“). Angaben beziehen sich auf die Befragten, welche mit den Extremwerten 4-5 geantwortet haben.

Deutlich weniger hoch fällt mit 45 % der Anteil derjenigen aus, welche zufrieden oder sehr zufrieden sind mit den Aufstiegsmöglichkeiten im Journalismus. Zufrieden oder sehr zufrieden mit dem Verständnis sowie der Rücksichtnahme bei psychischen Gesundheitsproblemen sind rund zwei Fünftel der Befragten (40.5 %). Unterschiede zwischen den Geschlechtern finden sich hier keine. An dieser Stelle lässt sich also festhalten, dass sich die Berufszufriedenheit unter den befragten Journalistinnen und Journalisten in Grenzen hält. Dies zeigt sich vor allem daran, dass sich über die Hälfte nicht ein ganzes Leben lang im Journalismus sieht. Um besser zu verstehen, weshalb die Mehrheit der jungen Medienschaffenden nicht ihr gesamtes Berufsleben im Journalismus verbringen will, wurden die Umfrageteilnehmenden auch gefragt, was die Gründe sein könnten, dass sie eines Tages aus der Branche aussteigen würden (vgl. Tab. 19 & Tab. A3.21 im Anhang).

Tabelle 19: Gründe um aus Journalismus auszusteigen

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=185)</i>
Meine Work-Life-Balance kommt zu kurz	112	60.5
Ich will eine Veränderung in meinem Berufsleben	93	50.3
Die Zukunft bei meiner aktuellen Stelle ist unsicher	85	45.9
Ich habe keine Entwicklungsmöglichkeiten	81	43.8
Die Firmenkultur passt mir nicht	78	42.2
Ich möchte mehr Geld verdienen	77	41.6

Anmerkung: Skala von 1 („trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („trifft voll und ganz zu“). Angaben beziehen sich auf die Befragten, welche mit „trifft eher zu“ oder „trifft voll und ganz zu“ geantwortet haben.

Die unausgeglichene Work-Life-Balance ist für die Umfrageteilnehmenden der Hauptgrund, dass sie möglicherweise eines Tages den Journalismus verlassen könnten. Über die Hälfte (60.5 %) der Befragten sagt, dass sie sich deswegen eher oder voll und ganz vorstellen könnten, aus der Branche auszusteigen. Für die Hälfte (50.3 %) der Umfrageteilnehmenden ist auch einfach der Wunsch, an einem gewissen Punkt eine Veränderung im Berufsleben zu haben, ein Grund, um aus dem Journalismus auszusteigen. Zudem scheinen die Krise sowie der Wandel im Journalismus von vielen Umfrageteilnehmenden wahrgenommen zu werden. Diese Vermutung drängt sich auf, weil etwas

weniger als die Hälfte (45.9 % bzw. 43.8 %) sagen, dass die unsichere Zukunft ihrer Stelle und fehlenden Entwicklungsmöglichkeiten eher oder sogar voll und ganz zutreffende Gründe seien, dass sie eines Tages die Branche verlassen könnten. Für gut zwei Fünftel sind obendrein die Unzufriedenheit mit der Firmenkultur (42.2 %) sowie dem Gehalt (41.6 %) zwei Gründe, weshalb sie an einem gewissen Zeitpunkt aus dem Journalismus aussteigen könnten.

Zwischen den weiblichen und männlichen Befragten sowie zwischen den jüngeren (19 bis 24 Jahre) und den älteren (25 bis 31 Jahre) Umfrageteilnehmenden gibt es zudem unterschiedliche Ergebnisse. Für die Journalistinnen scheinen im Gegensatz zu den Journalisten die Entwicklungsmöglichkeiten, Firmenkultur sowie Work-Life-Balance von grösserer Bedeutung für einen Branchenwechsel zu sein. Journalisten hingegen würden den Journalismus eher wegen dem Gehalt oder für eine Veränderung im Berufsleben verlassen. Für beide Geschlechter ein ähnlich hohes Motiv für den Ausstieg ist eine unsichere Zukunft der aktuellen Stelle (vgl. Tab. A3.22 im Anhang).

Ein Vergleich zwischen den Altersgruppen zeigt, dass die jüngeren Befragten (19 bis 24 Jahre) im Gegensatz zu den älteren Umfrageteilnehmenden (25 bis 31 Jahre) eher wegen dem Bedürfnis, mehr Geld zu verdienen, aus dem Journalismus aussteigen würden. Für die ältere Gruppe hingegen sind der Wunsch nach Veränderung, die fehlenden Entwicklungsmöglichkeiten, eine schlechte Firmenkultur sowie eine mangelhafte Work-Life-Balance eher die Gründe, weshalb sie den Journalismus verlassen würden. Zwischen den Altersgruppen ebenfalls ein ähnlich starkes Motiv die Branche zu verlassen, ist die unsichere Zukunft der eigenen Stelle (vgl. Tab. A3.23 im Anhang).

6.6.2 Einschätzung der Zukunft

Zum Schluss wird an dieser Stelle noch ein Blick in die Zukunft geworfen. Dafür werden zuerst die Ergebnisse zur Frage präsentiert, was aus Sicht der jungen Medienschaffenden die grössten Gefahren für den Qualitätsjournalismus sind (vgl. Tab. 20 & Tab. A3.24 im Anhang). Danach wird darauf eingegangen, wie die jungen Journalistinnen und Journalisten ihre eigene Zukunft sowie die des Journalismus einschätzen.

Für die grosse Mehrheit (86.5 %) der Befragten stellen die unzureichenden finanziellen Ressourcen eine grosse oder sogar extreme Gefahr für den Journalismus dar. Rund drei Viertel (74.1 % bzw. 73.6 %) sehen auch in der Konzentration von Medieneigentum sowie der Beschleunigung von Arbeitsabläufen grosses oder extremes Gefahrenpotenzial.

Etwas weniger als zwei Drittel (63.2 %) der Umfrageteilnehmenden sind der Ansicht, dass die Gewinnerwartungen der Investorinnen und Investoren eine grosse oder extreme Gefahr darstellen. Für mehr als die Hälfte (58.5 % bzw. 56 %) gilt dies auch für die Zunahme der psychischen Belastung der Journalistinnen und Journalisten sowie dem Wettbewerb mit dem Internet. Knapp die Hälfte (49.7 %) ist zudem der Meinung, dass der Einfluss von Werbung auf den Inhalt eine grosse oder extreme Gefahr für den Journalismus darstellt.

Tabelle 20: Gefahren für den Qualitätsjournalismus

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=193)</i>
Unzureichende finanzielle Ressourcen	167	86.5
Konzentration von Medieneigentum	143	74.1
Beschleunigung der Arbeitsabläufe	142	73.6
Gewinnerwartungen der Investorinnen und Investoren	122	63.2
Zunahme der psychischen Belastung von Journalisten	113	58.5
Wettbewerb mit dem Internet	108	56.0
Einfluss der Werbung auf den Inhalt	96	49.7
PR, Öffentlichkeitsarbeit und Lobby-Gruppen	65	33.7
Unzureichende professionelle Ethik	60	31.1
Eingeschränkter Zugang zu Information	51	26.4
Ungenügend ausgebildete Journalistinnen und Journalisten	51	26.4
Parteiischer Journalismus	43	22.3
Verschränkung von Medien und Politik	36	18.7
Ungenügende Qualität der Journalistenausbildung	35	18.1
Physische Bedrohungen gegen Journalistinnen und Journalisten	31	16.1
Selbstzensur	24	12.4
Staatliche Eingriffe in die Medien	22	11.4
Zensur	17	8.8
Gesetzliche Regelungen	15	7.8
Ausländische Investitionen in Schweizer Medien	13	6.7

Anmerkung: Skala von 1 („keine Gefahr“) bis 5 („extreme Gefahr“). Angaben beziehen sich auf die Befragten, welche mit „grosse Gefahr“ oder „extreme Gefahr“ geantwortet haben.

Die Öffentlichkeitsarbeit, PR und Lobby-Gruppen sind für ein Drittel (33.7 %) der Befragten grosse oder extreme Gefährdungen. Mit 31.1 % sind es etwas weniger, welche die unzureichende professionelle Ethik als Gefahr für den Journalismus ansehen. Rund ein Viertel der Umfrageteilnehmenden sind ausserdem der Meinung, dass der eingeschränkte Zugang zu Information (26.4 %), ungenügend ausgebildete Journalistinnen und Journalisten (26.4 %) sowie parteiischer Journalismus (22.3 %) grosse oder extreme Gefahren darstellen.

Bereits deutlich weniger Gefahrenpotenzial sehen die jungen Journalistinnen und Journalisten in der Verschränkung von Medien und Politik. 18.7 % sagen hier, es bestehe dadurch grosse oder extreme Gefahr für den Journalismus. Ähnlich gross ist mit 18.1 % der Anteil, welcher in der ungenügenden Qualität der Journalistinnen- und Journalistenausbildung eine solch grosse Gefahr sieht. Etwas mehr als ein Zehntel sind zudem der Meinung, dass die physische Bedrohung gegen Journalistinnen und Journalisten (16.1 %), Selbstzensur (12.4 %) sowie staatliche Eingriffe in die Medien (11.4 %) eine grosse oder extreme Gefahr darstellen. Die Wenigsten sehen den

Journalismus aufgrund von Zensur (8.8 %), gesetzlichen Regelungen (7.8 %) sowie ausländischen Investitionen in Schweizer Medien (6.7 %) gefährdet.

Zusammengefasst kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass vor allem die verschiedenen ökonomischen Umstände (z.B. die unzureichenden finanziellen Ressourcen) sowie die schlechteren Arbeitsbedingungen (z.B. die Beschleunigung der Arbeitsabläufe) zu den am stärksten wahrgenommenen Gefahren für den Journalismus zählen. Damit haben die hier vorgefundenen Ergebnisse grosse Ähnlichkeiten mit den Resultaten einer Studie von Hanitzsch et al. (2016, 473-474). Die deutschen Journalismus-Studierenden, welche in ihrer Studie befragt wurden, haben ebenfalls den ökonomischen Gegebenheiten sowie den verschlechterten Arbeitsbedingungen das grösste Gefahrenpotenzial zugeschrieben. Auch eine Studie von Nygren und Stigbrand (2014, 851-852), in welcher Journalismus-Studierende in Polen, Russland, Schweden, Estland und Finnland befragt wurden, kommt zu einem ähnlichen Resultat.

Die jungen Medienschaffenden scheinen also durchaus ein Bewusstsein für die Herausforderungen zu haben, mit welchen der Journalismus zu kämpfen hat. Selbst blicken trotzdem knapp die Hälfte der Befragten (49.5 %) optimistisch in die eigene Zukunft als Journalistin oder Journalist. Gut ein Viertel (26.6 %) ist der eigenen Karriere im Journalismus eher pessimistisch eingestellt. Zudem haben knapp ein Viertel (23.9 %) weder eine optimistische noch pessimistische Haltung gegenüber ihrer eigenen Zukunft im Journalismus (vgl. Tab. 21).

Die weiblichen und männlichen sowie die jüngeren und älteren Umfrageteilnehmenden schätzen ihren zukünftigen Werdegang nicht ganz gleich ein. Männer scheinen ihrer eigenen Zukunft im Journalismus etwas optimistischer entgegen zu blicken als Frauen. Die Journalistinnen haben hingegen eine eher pessimistische Einstellung gegenüber ihrer Karriere im Journalismus. Sie sind im Vergleich zu den Journalisten auch etwas unentschlossener, sprich die Frauen geben etwas häufiger als die Männer an, weder eine optimistische noch pessimistische Haltung gegenüber der eigenen Zukunft zu haben (vgl. Tab. A3.25 im Anhang).

Die jüngeren Umfrageteilnehmenden (19 bis 24 Jahre) sind im Vergleich zu den älteren Befragten (25 bis 31 Jahre) etwas häufiger optimistisch oder unentschlossen eingestellt. Bei der älteren Gruppe ist dafür der Anteil derjenigen, die eine pessimistische Haltung haben, etwas grösser als bei der jüngeren Altersgruppe (vgl. Tab. A3.26 im Anhang).

Tabelle 21: Einschätzung der eigenen Zukunft als Journalistin/Journalist

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=184)</i>
Eher optimistisch	91	49.5
Eher pessimistisch	49	26.6
Weder optimistisch noch pessimistisch	44	23.9

Obschon in der Stichprobe knapp die Hälfte ihre zukünftige Karriere im Journalismus optimistisch einschätzt, sieht dies bei der Einschätzung der Zukunft des Journalismus gerade umgekehrt aus. Hier sind es nämlich etwas weniger als die Hälfte der Befragten (46 %), welche eher pessimistisch eingestellt sind. Eine eher optimistische Haltung gegenüber der Zukunft des Journalismus haben hingegen nur knapp ein Viertel (24.3 %) der Umfrageteilnehmenden. Weder optimistisch noch pessimistisch eingestellt sind knapp ein Drittel (29.6 %) der Befragten (vgl. Tab. 22).

Tabelle 22: Einschätzung der Zukunft des Journalismus

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=189)</i>
Eher optimistisch	46	24.3
Eher pessimistisch	87	46.0
Weder optimistisch noch pessimistisch	56	29.6

Mit diesem Ergebnis kann an dieser Stelle die fünfte Hypothese dieser Untersuchung beantwortet werden. Diese nimmt an, dass die Mehrheit der jungen Journalistinnen und Journalisten die Zukunft des Journalismus weder optimistisch noch pessimistisch einschätzen. Wie die Ergebnisse zeigen, sind es in der hier untersuchten Stichprobe aber mehr Teilnehmende, die eher pessimistisch eingestellt sind. Die fünfte Hypothese muss somit abgelehnt werden.

Die Suche nach geschlechtsbezogenen Unterschieden bringt zum Vorschein, dass Journalistinnen die Zukunft der Branche etwas stärker pessimistisch einschätzen als ihre männlichen Kollegen. Bei den Journalisten ist dafür der Anteil derjenigen, welche eine eher optimistische oder unentschlossene Einstellung haben, etwas grösser als bei den Frauen (vgl. Tab. A3.27 im Anhang).

Beim Vergleich der Antworten zwischen den jüngeren und älteren Umfrageteilnehmenden zeigt sich schliesslich, dass die ältere Altersgruppe (25 bis 31 Jahre) etwas entschlossener ist, was die Zukunft des Journalismus angeht. So antworten die älteren Befragten häufiger entweder damit, dass sie die Zukunft ihrer Branche eher optimistisch oder eher pessimistisch einschätzen. Bei der jüngeren Altersgruppe (19 bis 24 Jahre) wird hingegen am häufigsten angegeben, weder optimistisch noch pessimistisch in die Zukunft des Journalismus zu schauen (vgl. Tab. A3.28 im Anhang).

7 Fazit und Ausblick

Im internationalen Vergleich dauerte es verhältnismässig lange, bis in der Schweiz die erste landesweite Journalistinnen- und Journalistenbefragung durchgeführt wurde. Geändert hat sich dies im Jahr 1998 mit der ersten schweizweiten Journalisten-Enquête. Seit dann wurden, wenn auch in grösseren Abständen, regelmässig nationale Befragungen durchgeführt. Bisher weitgehend unerforscht geblieben ist allerdings die Berufssituation der Jüngsten in der Schweizer Medienbranche. Diese Arbeit hat den Anspruch, das zu ändern. Dafür wurde erforscht, wie junge Journalistinnen und Journalisten in den Journalismus einsteigen, unter welchen Bedingungen sie arbeiten und wie sie ihre eigene Zukunft sowie die des Journalismus einschätzen.

Aus dieser Zielsetzung wurde die zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit formuliert:

- *ZF*: Welches sind die aktuellen Arbeitsbedingungen, Ziele und Anliegen von jungen Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz?

Diese übergeordnete Forschungsfrage wurde weiter aufgeteilt in folgende drei Unterfragen:

- *UF1*: Wie steigen junge Journalistinnen und Journalisten in den Beruf ein?
- *UF2*: Wie sehen die aktuellen Arbeitsbedingungen der jungen Journalistinnen und Journalisten aus?
- *UF3*: Wie schätzen die jungen Journalistinnen und Journalisten ihre Zukunft und die des Journalismus ein?

Neben den Forschungsfragen wurden fünf Hypothesen mit dieser Untersuchung überprüft. Um sowohl die Fragen als auch die Hypothesen vor einem geeigneten theoretischen Hintergrund beantworten zu können, wurden im ersten Teil dieser Arbeit die beiden Begriffe „Journalismus“ und „Journalistin/Journalist“ definiert. Dies aus dem Grund, dass die Begriffe „Journalismus“ sowie „Journalistin/Journalist“ von zentraler Bedeutung für diese Arbeit sind.

Für die Definition des Begriffs „Journalismus“ wurden zwei verschiedene Theorien herangezogen. Erstens die Systemtheorie und zweitens der diskursive Institutionalismus. Entscheidend für die Auswahl dieser beiden Theorien war, dass sie bereits in verschiedenen anderen Studien für die Definition von Journalismus eingesetzt worden sind.

Die Idee bei der Definition von Journalismus anhand der Systemtheorie ist, dass Journalismus als ein System verstanden wird, welches von seinen Umwelten abgegrenzt werden kann. Das Problem an diesem Ansatz ist, dass es verschiedene Auffassungen vom System „Journalismus“ gibt, wie beispielsweise diejenige von Manfred Rühl (1980) oder Niklas Luhmann (1984, 2007). Für die letztendliche Definition von Journalismus in dieser Arbeit eignete sich die Systemtheorie aufgrund dieser unterschiedlichen Vorstellungen des Systems „Journalismus“ eher weniger.

Stattdessen wurde der diskursive Institutionalismus als Grundlage für die Definition verwendet. Gemäss dieser Theorie kann Journalismus als eine Institution verstanden werden, deren Identität und Rolle für die Gesellschaft im Diskurs zwischen verschiedenen Akteurinnen und Akteuren - insbesondere Journalistinnen und Journalisten - verhandelt wird. Die Regeln, Konventionen und Praktiken, welche durch diesen Diskurs entstehen, dienen anschliessend den Journalistinnen und Journalisten als Bezugspunkte bei ihrer täglichen Arbeit.

Auch für die Definition der Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ gibt es verschiedene Herangehensweisen. In dieser Arbeit wurde dabei die Definition anhand der Mitgliederbestimmungen von Journalistinnen- und Journalistenverbänden diskutiert. Die Mitgliedschaftskriterien dieser Verbände können als Anhaltspunkte dienen, was eine Journalistin bzw. Journalisten ausmacht. Die auf diese Weise gewonnene Definition war aber nicht unbedingt die praktikabelste, um die Grundgesamtheit für diese Untersuchung zu bestimmen. Deshalb wurde für die Definition der Berufsbezeichnung „Journalistin/Journalist“ in dieser Arbeit ein anderer Ansatz, welcher theoretisch fundiert und umsetzungsorientiert operationalisiert ist, verwendet. Entwickelt wurde dieser Ansatz von Andy Kaltenbrunner und seinem Team (2007). Ihre Definition besteht aus den folgenden drei definitorischen Zugängen: dem formal-taxativen, strukturell-institutionellen und individuellen Zugang. Für die Bestimmung der Grundgesamtheit sowie der Definition, was eine Journalistin bzw. ein Journalist ist, wurde in dieser Untersuchung eine Kombination dieser Zugänge verwendet. Das Resultat dieser Verbindung der Zugänge führte zu folgender Definition: In dieser Arbeit gelten alle Personen als Journalistin und Journalist, die Mitglied bei einer Gewerkschaft bzw. einem Berufsverband im Bereich Journalismus sind und/oder aktuell journalistisch arbeiten oder dies bis mindestens 2019 getan haben.

Im Anschluss an die Vorstellung der theoretischen Grundlagen dieser Untersuchung wurde in einem nächsten Teil dieser Arbeit der bisherige Forschungsstand aufgearbeitet. Dazu wurden die Ergebnisse der beiden Schweizer Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008 sowie die Resultate zu den Schweizer Journalistinnen und Journalisten aus der Worlds of Journalism Study (WJS) von 2016 vorgestellt und miteinander verglichen. Zudem wurden bereits existierende Resultate über junge Journalistinnen und Journalisten diskutiert. Aus den folgenden fünf zentralen Ergebnissen des Forschungsstands wurden anschliessend die Hypothesen dieser Arbeit gebildet:

Erstens hat ein Zeitvergleich zwischen den verschiedenen Studien gezeigt, dass immer mehr Journalistinnen und Journalisten einen Hochschulabschluss besitzen und somit die Anzahl an Akademikerinnen sowie Akademiker im Journalismus über die letzten Jahre gewachsen ist (vgl. Dietrich-Gsenger & Seethaler, 2019, 60-61). Zweitens hat der Anteil an unter 35-Jährigen, welche ein kurzes Praktikum (kürzer als 12 Monate) im Journalismus absolviert haben, zwischen 1998 und 2008 zugenommen. In der Journalisten-Enquête von 2008 war ein kurzes Praktikum zudem die

journalistische Ausbildung, welche am häufigsten absolviert wurde (vgl. Keel, 2011, 188-189). Drittens hat die Aufarbeitung der bisherigen Forschung über angehende Journalistinnen und Journalisten gezeigt, dass Journalismus-Studierende ihr Studium weniger aufgrund von materiellen Überlegungen (z.B. Verdienstmöglichkeiten) auswählen sondern eher, um sich selbst zu verwirklichen (vgl. Nygren & Stigbrand, 2014, 846-847; Hanitzsch et al., 2016, 473-475). Viertens konnte aus den Ergebnissen der WJS von 2016 entnommen werden, dass vor allem Journalistinnen und Journalisten, welche noch nicht lange für ein Medienunternehmen tätig sind, einen befristeten Arbeitsvertrag besitzen (vgl. Lauerer et al., 2019, 84). Im Kontext dieser Arbeit wurde angenommen, dass dies vor allem auf die jungen Journalistinnen und Journalisten zutrifft. Eine fünfte wichtige Erkenntnis aus dem Forschungsstand war, dass Journalismus-Studierende in Deutschland und Schweden die Zukunft des Journalismus weder optimistisch noch pessimistisch einzuschätzen (vgl. Nygren et al., 2010, 126-127; Hanitzsch et al., 2016, 472-473).

Zwischen dem theoretischen und empirischen Teil dieser Arbeit wurde ein Kontextkapitel zur Krise und dem Wandel im Journalismus eingebaut. Für ein besseres Verständnis der Krise, in welcher sich der Journalismus befindet, wurden folgende sechs Krisenebenen genauer angeschaut: „(1) das bröckelnde journalistische Geschäftsmodell, (2) die veränderten Mediennutzungsgewohnheiten, (3) der Einfluss partizipativer Technologien, (4) der Funktionswandel im Journalismus, (5) sein öffentlicher Reputationsverlust sowie [...] (6) die Veränderung des beruflichen Arbeitsumfelds“ (vgl. Hanitzsch et al., 2016, 467-468). Um den Wandel im Journalismus besser zu verstehen, wurde diskutiert, wo sich dieser auf einer ökonomischen, technischen sowie organisatorischen Ebene abspielt.

Der empirische Teil dieser Arbeit besteht aus einer standardisierten schriftlichen Online-Befragung, mit welcher die Daten zu den jungen Journalistinnen und Journalisten gewonnen wurden. Gemäss den hier zu beantwortenden Forschungsfragen wurde ein Fragebogen (siehe Anhang A1) konstruiert, mit welchem abgefragt wurde, wie die jungen Medienschaffenden in den Beruf eingestiegen sind, was ihre Arbeitsbedingungen sind und wie sie ihre eigene Zukunft sowie die des Journalismus einschätzen. Die Fragen wurden dabei hauptsächlich aus den Fragebögen der WJS von 2016 (vgl. Hanitzsch et al., 2019a) sowie den Journalisten-Enquêtes von 1998 (vgl. Marr et al., 2001) und 2008 (vgl. Keel, 2011) entnommen.

Vor der eigentlichen Befragung wurde ein Pre-Test mit Journalistinnen und Journalisten durchgeführt. Danach wurden leichte Verbesserungen am Fragebogen vorgenommen. Die endgültige Version wurde anschliessend auf Französisch übersetzt (siehe Anhang A2). Dies, weil in der hier durchgeführten Untersuchung nicht nur deutschsprachige, sondern auch französischsprachige Journalistinnen und Journalisten befragt wurden.

Der Fragebogen wurde mithilfe der Verbände JJS und impressum, sowie den beiden Gewerkschaften SSM und syndicom verbreitet, welche ihn unter ihren Mitgliedern versendet haben. Zusätzlich wurde der Fragebogen auch von verschiedenen Schweizer Universitäten und Hochschulen unter ihren ehemaligen und aktuellen Studierenden in den Fachbereichen Journalismus, Kommunikation und Medien verteilt. Zudem wurde der Fragebogen auch über die sozialen Medien verbreitet.

Nach Abschluss der Befragung wurden die gewonnenen Daten bereinigt, was schlussendlich zu einem Datensatz von 195 Interviews führte. Die Daten wurden anschliessend mittels uni- sowie bivariater deskriptiver Statistik ausgewertet und im Ergebnisteil dieser Arbeit präsentiert. Die zentralen Erkenntnisse werden im Folgenden noch einmal kurz zusammengefasst:

Bei den soziodemografischen Merkmalen hat sich gezeigt, dass die hier untersuchte Stichprobe aus mehr Frauen als Männern besteht. Das Alter der Befragten liegt zwischen 19 und 31 Jahren und der Median bei 27 Jahren. Es haben deutlich mehr Personen aus der deutschsprachigen als aus der französischsprachigen Schweiz teilgenommen. Gut die Hälfte ist Mitglied in einem Berufsverband und alle Teilnehmenden sind aktuell journalistisch tätig oder waren dies bis mindestens 2019. Gut zwei Drittel der Befragten besitzen einen Hochschulabschluss und die allermeisten haben mindestens einen Mittelschulabschluss. Die erste Hypothese, in welcher angenommen wird, dass die Mehrheit der jungen Journalistinnen und Journalisten mindestens einen Mittelschul- oder Berufsmittelschulabschluss besitzen, konnte mit diesem Ergebnis bestätigt werden.

Die Untersuchung des Rollenverständnisses ergab, dass die meisten Befragten ihre Aufgabe vor allem darin sehen, das aktuelle Geschehen sachlich und unparteiisch zu analysieren sowie darüber zu berichten. Vielen jungen Medienschaffenden ist es zudem wichtig, in ihrer Rolle die Menschen zu motivieren, sich politisch auszudrücken und am politischen Geschehen zu partizipieren. Darüber hinaus stellen die Bildung und kulturelle Förderung zwei weitere relevante Aspekte bei der journalistischen Tätigkeit von vielen der Befragten dar. Als weniger wichtig herausgestellt haben sich die Rollenverständnisse, welche mit Alltagsbewältigung, Unterhaltung und Publikumsorientierung sowie Kritik, Kontrolle und dem gesellschaftlichem Engagement in Verbindung stehen.

Weil die Ergebnisse der WJS von 2016 und die Resultate dieser Untersuchung zu den Rollenverständnissen ähnlich sind, lässt sich dies auch als Indiz für den Journalismus als diskursive Institution deuten. Der Grund für diese Annahme ist, dass die älteren Journalistinnen und Journalisten ihren jüngeren Kolleginnen und Kollegen möglicherweise die gelebten Werte in der Branche weitervermitteln, weshalb sich zwischen den Studien keine grossen Unterschiede wiederfinden.

In einem weiteren Teil dieser Studie wurde untersucht, für welche Medientypen die jungen Journalistinnen und Journalisten tätig sind. Die bezahlte Tageszeitung und die Online-Medien belegen dabei die ersten beiden Plätze der Mediengattungen, für welche die Befragten tätig sind. Neben

diesen beiden Typen von Medien arbeiten die Befragten hauptsächlich noch am häufigsten für das Privatradio sowie das private Fernsehen.

Die Untersuchung des Berufseinstiegs hat gezeigt, dass die Ausbildungen, welche direkt im Feld in Form eines Praktikums, Stagiaire oder Volontariat stattfinden, am häufigsten verbreitet sind. Diese Art der Ausbildung wird auch als besonders nützlich für die spätere Arbeit als Journalistin oder Journalist eingeschätzt. Die zweite Hypothese, in welcher vermutet wird, dass ein Praktikum die am stärksten verbreitete Form der journalistischen Ausbildung bei den jungen Journalistinnen und Journalisten ist, liess sich aufgrund dieses Ergebnisses ebenfalls bestätigen.

Die am häufigsten genannten Gründe, weshalb sich die jungen Medienschaffenden für die Arbeit im Journalismus interessieren, konnten angelehnt Hanitzsch et al. (2016, 473) der „Selbstverwirklichung“ zugeordnet werden. Dazu gezählt wurden beispielsweise die Gründe, als Journalistin oder Journalist eine abwechslungsreiche und aufregende Tätigkeit zu haben oder die Möglichkeit, sich kreativ auszuleben. Auch idealistische Motive, wie sich für Freiheit und Demokratie einzusetzen, haben sich als populäre Berufswahlmotive herausgestellt. Darüber hinaus hat sich gezeigt, dass die Motive, welche mit einem gewissen Status und Privilegien in Verbindung stehen, sowie politische Gründe und materielle Überlegungen (wie z.B. die Verdienstmöglichkeiten) weniger wichtig für die Berufswahl sind. Mithilfe dieser Ergebnisse konnte die dritte Hypothese dieser Untersuchung bestätigt werden. Diese besagt, dass Journalistinnen und Journalisten ihren Beruf eher aufgrund von Motiven aus dem Bereich der Selbstverwirklichung anstelle von materiellen Motiven auswählen.

Anhand dieser Resultate kann an dieser Stelle nun auch die erste Unterfrage zum Einstieg der jungen Medienschaffenden in den Journalismus wie folgt beantwortet werden: Junge Journalistinnen und Journalisten steigen am häufigsten durch ein Praktikum, Stagiaire oder Volontariat in den Beruf ein und entscheiden sich hauptsächlich für dieses Berufsfeld, weil sie darin die Möglichkeit sehen, sich selbst zu verwirklichen.

Ein Grossteil der Fragen in der hier durchgeführten Studie befasste sich ausserdem mit den Arbeitsbedingungen der jungen Medienschaffenden. Untersucht wurde das Arbeitsverhältnis, die Arbeitszeiten und Lohnsituation, die Autonomie und Einflüsse bei der Arbeit sowie das Stressempfinden. Bei den verschiedenen Anstellungsformen gaben die Befragten am häufigsten an, einer Vollzeitanstellung nachzugehen, gefolgt von einer Teilzeitanstellung und einem (festen) freien Anstellungsverhältnis. Die meisten haben zudem angegeben, in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis angestellt zu sein. Aus diesem Grund musste die vierte Hypothese abgelehnt werden. In dieser wird angenommen, dass junge Journalistinnen und Journalisten häufiger befristet als unbefristet angestellt sind. Wie die Ergebnisse zeigen, trifft dies auf die hier untersuchte Stichprobe nicht zu.

Beim Analysieren der Arbeitszeit hat sich gezeigt, dass Überstunden für viele der jungen Journalistinnen und Journalisten zum Arbeitsalltag dazugehören. Die Mehrheit der Befragten muss zwischen weniger als einer bis zu drei Überstunden pro Woche leisten. Es gibt aber auch Personen, die zwischen etwas mehr als drei bis hin zu sechs Überstunden leisten. Ein kleinerer Teil der Befragten verrichtet wöchentlich sogar zwischen etwas mehr als sechs und mehr als acht Überstunden. Aufgrund der Corona-Pandemie hat sich für eine knappe Hälfte der Befragten die Arbeitszeit erhöht. Die andere Hälfte hat hingegen entweder gleichviel oder sogar etwas weniger zu tun als vor der Pandemie. Bei ihrer journalistischen Tätigkeit können sich die jungen Medienschaffenden des Weiteren am meisten Zeit für das Schreiben eigener Beiträge sowie für die Überprüfung von Informationen nehmen. Am wenigsten Zeit bleibt für vertiefte Recherchen vor Ort sowie dem Aufbau und der Pflege eines Netzwerks von Informantinnen und Informanten.

Die Untersuchung des Lohns der jungen Journalistinnen und Journalisten hat ergeben, dass in der Stichprobe der Median des monatlichen Brutto-Einkommens zwischen 5001 und 6000 Franken liegt. Die befragten Männer verdienen dabei mehr als die Frauen und die Festangestellten haben ein höheres Einkommen als die freien Journalistinnen und Journalisten.

Beim Auswerten der wahrgenommenen Entscheidungsfreiheit hat sich herausgestellt, dass viele der Befragten das Gefühl haben, ein hohes Mass an Autonomie bei der Arbeit zu besitzen. Die Entscheidungsfreiheit bei der Wahl, welche Aspekte einer Geschichte betont werden, wurde dabei als etwas grösser eingestuft als die empfundene Autonomie bei der Themenauswahl. Die jungen Journalistinnen und Journalisten gaben zudem an, vorwiegend durch Aspekte beeinflusst zu werden, welche erstens mit dem Arbeitsprozess oder der Profession zu tun haben (z.B. die journalistische Ethik) und zweitens der Organisation, für welche sie arbeiten (z.B. die Vorgesetzten). Persönliche Werte und Überzeugungen wurden als drittgrösste Einflussquelle genannt. Weniger Einfluss auf die journalistische Tätigkeit haben laut den Umfrageteilnehmenden private und professionelle Referenzgruppen (z.B. konkurrierende Medien), ökonomische Faktoren (z.B. Werbeüberlegungen) sowie politische Einflüsse (z.B. Politikerinnen und Politiker).

Die Analyse des wahrgenommenen Stresses bei der Arbeit hat ergeben, dass die jungen Journalistinnen und Journalisten sehr häufig mit verschiedenen Stresssituationen konfrontiert sind. Ein Beispiel für eine solche Situation ist, dass bei der Arbeit an zu viele Dinge gleichzeitig gedacht werden muss. Die Mehrheit der Umfrageteilnehmenden hat aber auch angegeben, den Stress bei der Arbeit gut bewältigen zu können.

Mit diesen Ergebnissen lässt sich hier nun die zweite Forschungsfrage zu den aktuellen Arbeitsbedingungen der jungen Journalistinnen und Journalisten folgendermassen beantworten: Junge Journalistinnen und Journalisten arbeiten eher in einer Voll- oder Teilzeitanstellung anstatt in einem freien Arbeitsverhältnis. Die meisten sind dabei unbefristet angestellt und der Median des

monatlichen Brutto-Einkommens liegt zwischen 5001 und 6000 Franken. Für viele gehören Überstunden zum Arbeitsalltag dazu. Die Corona-Pandemie hat nicht eindeutig zu mehr oder weniger Arbeit geführt. Die Arbeitszeit wird vor allem für das Schreiben von Beiträgen und dem Überprüfen von Informationen verwendet. Bei der Arbeit wird dazu ein hoher Grad an Autonomie wahrgenommen. In ihrer Arbeit beeinflusst werden die jungen Medienschaffenden vorwiegend durch professionelle Einflüsse, den Arbeitsprozess, die Organisation sowie die persönlichen Werten und Überzeugungen. Zudem erleben junge Medienschaffende zwar häufig stressige Situationen in ihrem Arbeitsalltag, die meisten können mit dem Stress aber gut umgehen.

Die Berufszufriedenheit ist ein weiteres Thema, welches in dieser Arbeit untersucht wurde. Die Zufriedenheit mit dem Beruf wurde dabei zunächst mit der Frage ermittelt, ob die Umfrageteilnehmenden ihren Job weiterempfehlen würden. Die Mehrheit hat angegeben, sie würden dies tun. Eine andere Frage zur Berufszufriedenheit war, für wie wahrscheinlich es die Befragten halten, ihr gesamtes Leben im Journalismus tätig zu sein. Eine Mehrzahl der jungen Journalistinnen und Journalisten hält dies für eher unwahrscheinlich oder sogar unmöglich. Für die Mehrheit der Befragten sind die Gründe, weshalb sie aus dem Journalismus aussteigen würden, die Work-Life-Balance, welche zu kurz kommt, sowie der Wunsch nach einer Veränderung im Berufsleben.

Diese Resultate reichten nicht aus, um die Berufszufriedenheit genau zu bestimmen. Denn auf der einen Seite deutete die Tatsache, dass die Befragten ihren Job weiterempfehlen würden, eher auf eine Zufriedenheit mit der Arbeit hin. Auf der anderen Seite wurde vermutet, dass weil sich die jungen Medienschaffenden eher weniger das ganze Leben im Journalismus sehen, sie nicht ausschliesslich zufrieden mit ihrem Beruf sind.

Die jungen Journalistinnen und Journalisten wurden deshalb auch noch konkret gefragt, wie zufrieden sie mit unterschiedlichen Aspekten ihrer Arbeit sind. Hierbei hat sich gezeigt, dass die Mehrheit mit den beruflichen Weiterbildungsmöglichkeiten zufrieden ist. Besser sein könnten allerdings die Aufstiegsmöglichkeiten im Journalismus sowie die Rücksichtnahme bei psychischen Gesundheitsproblemen.

Die ebenfalls hier durchgeführte Analyse der grössten Gefahren für den Qualitätsjournalismus ergab ausserdem, dass die jungen Medienschaffenden hauptsächlich verschiedene ökonomische Gründe (z.B. die unzureichenden finanziellen Ressourcen) sowie die schlechteren Arbeitsbedingungen (z.B. die Beschleunigung der Arbeitsabläufe) als Bedrohung einschätzen. Eher als kleinere Gefahren wahrgenommen werden z.B. die Öffentlichkeitsarbeit, PR und Lobby-Gruppen, der eingeschränkte Zugang zu Informationen, die Verschränkung von Medien und Politik sowie ausländische Investitionen in Schweizer Medien.

Schliesslich wurden die jungen Journalistinnen und Journalisten noch gefragt, wie sie ihre eigene Zukunft sowie die Zukunft des Journalismus einschätzen. Dabei hat sich herausgestellt, dass knapp

die Hälfte der jungen Journalistinnen und Journalisten ihre eigene Zukunft optimistisch einschätzt. Die Zukunft des Journalismus schätzt hingegen knapp die Hälfte der Befragten pessimistisch ein. Die fünfte Hypothese, in welcher angenommen wird, dass die Mehrheit der jungen Journalistinnen und Journalisten die Zukunft des Journalismus weder optimistisch noch pessimistisch einschätzen, musste aufgrund dieser Ergebnisse verworfen werden.

Anhand dieser Ergebnisse kann nun auch die dritte Forschungsfrage, wie die jungen Journalistinnen und Journalisten ihre Zukunft und die des Journalismus einschätzen, hier wie folgt beantwortet werden: Ihre eigene Zukunft schätzen die jungen Medienschaffenden eher optimistisch ein, die des Journalismus eher pessimistisch.

Mit diesen Resultaten lässt sich an dieser Stelle auch die zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit beantworten. In dieser wird gefragt, welches die aktuellen Arbeitsbedingungen, Ziele und Anliegen von jungen Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz sind. Die Antwort auf diese Frage wird hier so aufgeteilt, dass zuerst auf die Arbeitsbedingungen, danach auf die Ziele und letztendlich auf die Anliegen der jungen Medienschaffenden kurz eingegangen wird.

Die Ergebnisse zu den aktuellen Arbeitsbedingungen zeigen ein sowohl positives als auch negatives Bild. Als positiv zu werten ist, dass die Mehrheit der jungen Journalistinnen und Journalisten in einem unbefristeten Verhältnis angestellt ist. Dies gibt den jungen Medienschaffenden eine gewisse Sicherheit im Arbeitsalltag. Auch als positiv beurteilt werden kann, dass die Mehrzahl genügend Zeit für das Schreiben eigener Beiträge sowie für die Überprüfung von Quellen und Informationen hat. Beides sind zwei wichtige journalistische Aufgaben, weshalb es von besonders grosser Relevanz ist, dass dafür die Zeitressourcen ausreichend sind. Zudem kann es als ein gutes Zeichen gewertet werden, dass die Mehrheit der jungen Journalistinnen und Journalisten ein monatliches Brutto-Einkommen von über 4000 Franken erhält. Dieses Ergebnis steht nämlich im Widerspruch mit den Journalisten-Enquêtes von 1998 und 2008, in welchen sich der Trend abzeichnete, dass immer mehr der Unter-30-Jährigen Medienschaffenden weniger als 4000 Franken verdienen (siehe Kap. 3.2.2). Ebenfalls als positiv anzusehen ist, dass die jungen Journalistinnen und Journalisten viel Autonomie bei der Arbeit verspüren.

Negativ zu werten bei den Arbeitsbedingungen junger Medienschaffende ist hingegen, dass fast die Hälfte von ihnen mehr als drei Überstunden pro Woche leisten muss. Auch der Umstand, dass die Hälfte der Befragten zu wenig Zeit hat, die täglich anfallenden Aufgaben in einer für sie zufriedenstellenden Weise zu erledigen, gehört eher zu den Schattenseiten der aktuellen Arbeitssituation. Das Gleiche gilt für die Gegebenheit, dass die Mehrzahl bei der Arbeit regelmässig Stresssituationen ausgesetzt ist.

Die Ziele der jungen Journalistinnen und Journalisten lassen sich am besten an den Gründen erkennen, weshalb sie sich für die Arbeit im Journalismus entschieden haben. Ein wichtiger Grund

für die Berufswahl ist dabei vor allem die Möglichkeit, sich im Journalismus in einer gewissen Art selbst zu verwirklichen (z.B. indem die eigene Kreativität ausgelebt werden kann). Dies bedeutet aber nicht, dass es nur eigennützige Aspekte sind, welche junge Menschen am Journalismus attraktiv finden. So sind auch viele aufgrund von verschiedenen idealistischen Motiven, wie beispielsweise dem Eintreten für Demokratie und Freiheit interessiert, als Journalistin oder Journalist zu arbeiten.

Die Anliegen der jungen Medienschaffenden können schliesslich daran abgelesen werden, mit welchen Aspekten ihres Berufs sie zufrieden bzw. weniger zufrieden sind. Als Anliegen können in diesem Zusammenhang der Wunsch nach besseren Aufstiegsmöglichkeiten im Journalismus sowie einer grösseren Rücksichtnahme bei psychischen Problemen identifiziert werden. Mit beidem sind die befragten Journalistinnen und Journalisten eher weniger zufrieden. Als ein weiteres Anliegen kann zudem der Wunsch nach einer besseren Work-Life-Balance ausgemacht werden. Die Unausgewogenheit zwischen Arbeits- und Lebenszeit ist für viele Umfrageteilnehmende der Hauptgrund, weshalb sie irgendwann die Branche verlassen könnten.

Im Hinblick auf die Theorie kann anhand der hier vorliegenden Ergebnisse festgehalten werden, dass sich beim Journalismus tatsächlich die Merkmale einer diskursiven Institution feststellen lassen. Denn die Resultate dieser Untersuchung entsprechen an vielen Stellen denen der bisherigen Berufsfeldstudien. Dies kann als Anzeichen dafür gesehen werden, dass es unter den Journalistinnen und Journalisten tatsächlich einen Diskurs über die Identität und Rolle von Journalismus gibt, woraus anschliessend Regeln, Konventionen und Praktiken für die Branche entstehen. Vor allem bei den Ergebnissen zu bestimmten Einstellungen, wie dem Rollenverständnis oder den Berufswahlmotiven, kann dies eine Erklärung für die ähnlichen Resultate zwischen den verschiedenen Studien sein.

Bevor ein Fazit und Ausblick diese Arbeit abschliessen, müssen noch verschiedene kritische Anmerkungen zu der hier durchgeführten Studie gemacht werden. Erstens ist der eingesetzte Fragebogen relativ umfangreich gestaltet worden. Dies hatte den Nachteil, dass viele Umfrageteilnehmende den Fragebogen nicht vollständig ausgefüllt haben. Zudem konnten im Rahmen dieser Arbeit aus Platz- und Zeitgründen nicht alle gewonnenen Daten gleich intensiv bearbeitet, ausgewertet und verglichen werden. Zweitens wurde die Frage zu den Medientypen, für welche die Journalistinnen und Journalisten tätig sind, zu kompliziert konstruiert. Der Umstand, dass sehr viele verschiedene Arten von Medien aufgelistet wurden und vor allem bei jedem Typ angegeben werden konnte, ob hauptsächlich oder nebensächlich dafür gearbeitet wird, machte es fast unmöglich, Vergleiche zwischen den Medientypen durchzuführen. Ein dritter Kritikpunkt ist, dass zu wenig Personen aus der französischsprachigen Schweiz für die Teilnahme an der Umfrage rekrutiert wurden. Schlussendlich haben nur 22 Personen aus der französischsprachigen Schweiz an der Befragung

teilgenommen. Dadurch konnten auch keine sinnvollen Vergleiche zwischen den Befragten aus der Deutschschweiz und der Romandie gemacht werden. Denn im Gegensatz zu den 22 Befragten aus der französischsprachigen Schweiz haben 169 Personen aus der deutschsprachigen Schweiz an der Umfrage teilgenommen. Beim Vergleichen der beiden Gruppen konnten somit kaum aussagekräftige Resultate gewonnen werden.

Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass diese Arbeit zum ersten Mal einen ausführlichen Einblick in die Berufssituation junger Schweizer Journalistinnen und Journalisten liefert. Es handelt sich hierbei allerdings eher um einen breiten als tiefen Einblick. Für zukünftige Studien würde es sich deshalb anbieten, bei verschiedenen Themenaspekten mehr Vergleiche durchzuführen. Dies könnten beispielsweise Vergleiche zwischen Medienschaffenden aus verschiedenen Sprachregionen sein oder zwischen Journalistinnen und Journalisten unterschiedlicher Medientypen. Zudem könnten die Fragen, welche in dieser Studie eher kurz gehalten wurden, in weiteren Studien ausführlicher untersucht werden. Vor allem wäre es aber wichtig, dass die Berufssituation junger Journalistinnen und Journalisten zukünftig in regelmässigen Abständen untersucht wird. Dies insbesondere vor dem Hintergrund der nach wie vor anhaltenden Krise und des Wandels im Journalismus. Nur durch wiederkehrende Untersuchungen können Verschlechterungen bei den Arbeitsbedingungen der Jüngsten in der Medienbranche rechtzeitig identifiziert werden. Damit kann möglicherweise verhindert werden, dass der Nachwuchs an Journalistinnen und Journalisten aufgrund schlechter Arbeitsbedingungen zurückgeht. Für die Gesellschaft ist dies von grosser Bedeutung, da diese auch in Zukunft auf genügend gut ausgebildete Journalistinnen und Journalisten angewiesen ist.

Literaturverzeichnis

- Beck, D., & Kolb, S. (2009). Sportjournalismus in Deutschland und in der Schweiz: Ein Vergleich der vorliegenden Befunde. In D. Beck & S. Kolb (Hrsg.), *Sport & Medien. Aktuelle Befunde mit Blick auf die Schweiz* (13-33). Zürich, Chur: Rüegger Verlag.
- Beck, D., & Münger, T. (1998). *Glücklich im Stress. Berner Medienschaffende und ihre Arbeitsbedingungen*. Liebefeld BE: Lang Druck AG.
- Blöbaum, B. (2005). Wandel und Journalismus - Vorschlag für einen analytischen Rahmen. In M. Behmer, B. Blöbaum, A. Scholl & R. Stöber (Hrsg.), *Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien* (41-60). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bruns, A. (2009). Vom Gatekeeping zum Gatewatching. Modelle der journalistischen Vermittlung im Internet. In C. Neuberger, C. Nuernbergk & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet. Profession, Partizipation, Technisierung* (107-128). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bundesamt für Statistik (BFS) (2017). *Schweizerische Gesundheitsbefragung 2017*. Abgerufen am 28.01.2021 von <https://www.bfs.admin.ch/bfsstatic/dam/assets/14839331/master>
- Cook, T. E. (1998). *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago: University of Chicago Press.
- Deutscher Journalisten-Verband (DJV) (2015). *DJV-Aufnahmerichtlinien*. Abgerufen am 02.12.2020 von https://www.djv.de/fileadmin/_migrated_uploads/media/Aufnahmerichtlinien_des_DJV.pdf
- Deutscher Journalisten-Verband (DJV) (2019). *Berufsbild Journalistin - Journalist*. Abgerufen am 11.09.2020 von [https://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Der_DJV/DJV_Infobrosch %C3 %BCren/DJV Wissen 4 Berufsbild Febr. 2020.pdf](https://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Der_DJV/DJV_Infobrosch%C3%BCren/DJV_Wissen_4_Berufsbild_Febr._2020.pdf)
- Diekmann, A. (2018). *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 12. Aufl., Reinbeck: Rowohlt.
- Dietrich-Gsenger, M., & Seethaler, J. (2019). Soziodemographische Merkmale. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (51-70). Wiesbaden: Springer VS.
- Dingerkus, F., Keel, G., & Wyss, V. (2016). *Journalists in Switzerland. Country Report*. Winterthur: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Abgerufen am 12.10.2020 von [https://www.zhaw.ch/storage/linguistik/forschung/journalistik/Swiss Journalists_Report_Switzerland_IAM_ZHAW.pdf](https://www.zhaw.ch/storage/linguistik/forschung/journalistik/Swiss_Journalists_Report_Switzerland_IAM_ZHAW.pdf)

- Donsbach, W. (2009). Journalist. In E. Noelle-Neumann, W. Schulz & J. Wilke (Hrsg.), *Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation* (81-128). 5. Aufl., Frankfurt a. M.: Fischer.
- Forsyth, D. R. (1980). A Taxonomy of Ethical Ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology* 39(1), 218-223.
- GfK Verein (2016). *Trust in Professions 2016 - a GfK Verein study. From firefighters to politicians*. Abgerufen am 08.09.2020 von https://www.nim.org/sites/default/files/medien/135/dokumente/trust_in_professions_2016.pdf
- GfK Verein (2018). *Trust in Professions 2018 - eine Studie des GfK Vereins. Von Feuerwehrleuten bis zu Politikern*. Abgerufen am 17.03.2021 von https://www.nim.org/sites/default/files/medien/135/dokumente/2018_-_trust_in_professions_-_deutsch.pdf
- Görke, A., & Kohring, M. (1997). Worüber reden wir? Vom Nutzen systemtheoretischen Denkens für die Publizistikwissenschaft. *Medien Journal*, 21(1997/1), 3-14.
- Greck, R., & Altmeyen, K.-D. (2012). Traumberuf oder Berufstraum(a)? Ausbildungssituation und Berufsrealität von Journalisten. In K.-D. Altmeyen & R. Greck (Hrsg.), *Facetten des Journalismus. Theoretische Analysen und empirische Studien* (21-28). Wiesbaden: Springer VS.
- Hall, P. A., & Taylor, R. C. R. (1996). Political Science and the Three New Institutionalisms. *MPIfG Discussion Paper*, 96(6), 1-32.
- Hanitzsch, T., & Lauerer, C. (2019). Berufliches Rollenverständnis. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (135-162). Wiesbaden: Springer VS.
- Hanitzsch, T., Lauerer, C., & Steindl, N. (2016). Journalismus studieren in der Krise. *Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K)*, 64(4), 465-482.
- Hanitzsch, T., Seethaler, J., & Wyss, V. (2019a). *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Wiesbaden: Springer VS.
- Hanitzsch, T., Seethaler, J., & Wyss, V. (2019b). Zur Einleitung: Journalismus in schwierigen Zeiten. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (1-23). Wiesbaden: Springer VS.
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2017). Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism. *Communication Theory*, 27(2), 115-135.
- Howarth, D. (2000). *Discourse*. Buckingham: Oxford University Press.
- Horschler, A. (2009). *Fussballberichterstatterinnen und ihr Umfeld: Akzeptanz und Anforderungen*. Winterthur: Institut für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW.

- Impressum (2014). *Ausbildungswege. Ausbildungswege zum Journalismus. Eine Kurzinformation von impressum*. Abgerufen am 10.09.2020 von https://www.impressum.ch/fileadmin/user_upload/Dateien/Merkblaetter_Statuten_etc/Ausbildungswege.pdf
- Impressum (2019). *Statuten. Allgemeine Bestimmungen*. Abgerufen am 17.09.2020 von https://www.impressum.ch/fileadmin/user_upload/Dateien/Merkblaetter_Statuten_etc/Statuten.pdf
- Johnstone, J. W. C., Slawski, E. J., & Bowman, W. W. (1976). *The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and Their Work*. Urbana: University of Illinois Press.
- Junge Journalistinnen und Journalisten Schweiz (JJS) (2019a). *Mitgliederreglement*. Abgerufen am 11.09.2020 von https://static1.squarespace.com/static/54edd837e4b068927b21cbd5/t/5dc481bcc6a13f49b7b92fdf/1573159357043/Mitgliederreglement_2019_neu.pdf
- Junge Journalistinnen und Journalisten Schweiz (JJS) (2019b). *Statuten*. Abgerufen am 30.11.2020 von https://static1.squarespace.com/static/54edd837e4b068927b21cbd5/t/5dc481dd90037e41ba43d773/1573159391174/Statuten_JJS_2019.pdf
- Junge Journalistinnen und Journalisten Schweiz (JJS) (o.J.). *Über uns*. Abgerufen am 30.11.2020 von <https://www.jjs.ch/ueber-uns>
- Kaltenbrunner, A., Karmasin, M., Kraus, D., & Zimmermann, A. (2007). *Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher. Eine empirische Erhebung*. Wien: facultas.wuv Universitätsverlag.
- Keel, G. (2011). *Journalisten in der Schweiz: Eine Berufsfeldstudie im Zeitverlauf*. Konstanz: UVK.
- Keel, G., Wyss, V., & Poell, R. (2006). *Schweizer Fachjournalisten: Rollen, Einstellungen und Merkmale*. Winterthur: Institut für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Klammer, B. (2005). *Empirische Sozialforschung. Eine Einführung für Kommunikationswissenschaftler und Journalisten*. Konstanz: UVK.
- Lauerer, C., Dingerkus, F., & Steindl, N. (2019). Journalisten in ihrem Arbeitsumfeld. In T. Hantitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (71-102). Wiesbaden: Springer VS.
- Lauerer, C., & Keel, G. (2019). Journalismus zwischen Unabhängigkeit und Einfluss. In T. Hantitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (103-134). Wiesbaden: Springer VS.
- Luhmann, N. (1984). *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Luhmann, N. (2007). *Die Realität der Massenmedien*. 5. Aufl., Wiesbaden: Springer VS.
- Lünenborg, M. (2012). Die Krise des Journalismus? Die Zukunft der Journalistik! Ein Diskussionsbeitrag zur Reflexivität und Praxisrelevanz von Wissenschaft. *Publizistik*, 57, 445-461.
- Marketagent (2020). *Journalistenbarometer 2020. Medien im Zeichen der Corona-Krise*. Abgerufen am 28.01.2021 von https://b2b.marketagent.com/media/3fsjuvaa/press-echarts_journalistenbarometer-2020_april-2020.pdf
- Marr, M., Wyss, V., Blum, R., & Bonfadelli, H. (2001). *Journalisten in der Schweiz. Eigenschaften, Einstellungen, Einflüsse*. Konstanz: UVK Medien.
- Meckel, M., Fieseler, C., & Grubenmann, S. (2012). Social Media - Herausforderungen für den Journalismus. *HMD - Praxis der Wirtschaftsinformatik*, 287, 25-35.
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562-586.
- North, D. C. (1991). Institutions. *Journal of Economic Perspectives*, 5, 97-112.
- Nygren, G., & Stigbrand, K. (2014). The Formation of a Professional Identity. *Journalism Studies*, 15(6), 841-858.
- Nygren, G., Degtereva, E., & Pavlikova, M. (2010). Tomorrow's Journalists: Trends in the Development of the Journalistic Profession as Seen by Swedish and Russian Students. *Nordicom Review*, 31(2), 113-133.
- Österreichischer Journalisten Club (ÖJC) (2020). *Statut 2020*. Abgerufen am 14.04.2021 von https://www.oejc.at/fileadmin/user_upload/Diverses_gross/O_JC_Statuten_2020.pdf
- Puppis, M., Künzler, M., & Jarren, O. (2012): Einleitung: Medienwandel oder Medienkrise? In O. Jarren, M. Künzler & M. Puppis (Hrsg.), *Medienwandel oder Medienkrise? Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung* (11-24). Baden-Baden: Nomos.
- Puppis, M., Schönhagen, P., Fürst, S., Hofstetter, B., & Meissner, M. (2014): *Arbeitsbedingungen und Berichterstattungsfreiheit in journalistischen Organisationen*. Universität Freiburg/Fribourg: DCM.
- Raithel, J. (2008). *Quantitative Forschung. Ein Praxiskurs*. 2. Aufl., Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rühl, M. (1980). *Journalismus und Gesellschaft. Bestandesaufnahme und Theorieentwurf*. Mainz: v. Hase und Koehler.
- Saxer, U., & Schanne, M. (1981). *Journalismus als Beruf. Eine Untersuchung der Arbeitssituation von Journalisten in den Kantonen Zürich und Waadt*. Bern: Eidg. Justiz- und Polizeidepartement.

- Schmidt, V. A. (2008). Discursive Institutionalism: The Explanatory Power of Ideas and Discourse. *Annual Review of Political Science*, 11, 303-326.
- Schmidt, V. A. (2011). Discursive Institutionalism. In B. Badie, D. Berg-Schlosser & L. Morlino (Hrsg.), *International Encyclopedia of Political Science* (683-686). Thousand Oaks: Sage.
- Scholl, A., & Weischenberg, S. (1998). *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schweizerischer Gewerkschaftsbund (SGB) (2020). *Die Medienumfrage 2020. Eine Analyse der Arbeitsbedingungen und Löhne über 1000 Medienschaffenden in der Schweiz*. Abgerufen am 28.01.2021 von https://syndicom.ch/fileadmin/user_upload/Web/Website/Branchen/Presse_und_elektronische_Medien/Medienumfrage_2020/141d_RW_DH_Medienumfrage_2020.pdf
- Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) (2019). *SSM Zentralstatuten*. Abgerufen am 02.12.2020 von http://www.ssm-site.ch/cms/wp-content/uploads/2019/11/DEF_DE_Webversion_SSM-Statuten.pdf
- Seethaler, J. (2019). Journalismus im Wandel. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (213-237). Wiesbaden: Springer VS.
- Seethaler, J., Hanitzsch, T., Keel, G., Lauerer, C., Steindl, N., & Wyss, V. (2019). Zwischen Kontinuität und Wandel: Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (237-256). Wiesbaden: Springer VS.
- Sparrow, B. H. (2006). A research agenda for an institutional media. *Political Communication*, 23(2), 145-157.
- Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) (2010). *Stress bei Schweizer Erwerbstätigen. Zusammenhänge zwischen Arbeitsbedingungen, Personalmerkmalen, Befinden und Gesundheit*. Abgerufen am 28.01.2021 von https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Publikationen_Dienstleistungen/Publikationen_und_Formulare/Arbeit/Arbeitsbedingungen/Studien_und_Berichte/stressstudie-2010--stress-bei-schweizer-erwerbstaetigen---zusamm.html
- Statista (2019). *Warum suchen Sie eine neue Stelle?* Abgerufen am 28.01.2021 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1076781/umfrage/gruende-fuer-die-stellensuche-in-der-schweiz/>

- Steindl, N. (2019). Vertrauen in gesellschaftliche Institutionen. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (163-186). Wiesbaden: Springer VS.
- Syndicom (2018). *Statuten*. Abgerufen am 02.12.2020 von https://syndicom.ch/fileadmin/user_upload/Web/Website/syndicom/180609_2018_Statuten_d.pdf
- Syndicom, impressum & Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) (2017). *Reglement über den Schweizer Presseausweis und das Berufsregister der journalistisch tätigen Medienschaffenden BR*. Abgerufen am 17.09.2020 von https://www.impressum.ch/fileadmin/user_upload/170330_Reglement_BR_und_Presseausweis_Logo_der_3_Verbaende.pdf
- Weaver, D. H. (1998). Introduction. In D. H. Weaver (Hrsg.), *The Global Journalist. News People Around the World* (1-6). Cresskill: Hampton Press.
- Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006). *Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Wyss, V., & Dingerkus, F. (2019). Professionelle Ethik. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (187-212). Wiesbaden: Springer VS.

Anhang

Anhang A1: Fragebogen Deutsch

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer

Herzlich willkommen und besten Dank für Ihr Interesse an meiner Befragung.

Viele junge Menschen zieht es auch heute noch in den Journalismus. Dies trotz der zum Teil schlechten Arbeitsbedingungen und der nach wie vor anhaltenden Krise im Journalismus. Die jungen Journalistinnen und Journalisten tragen dabei eine wichtige Verantwortung, sichern sie doch den Fortbestand dieser Branche. Bis jetzt gibt es in der Schweiz aber noch keine Untersuchung zur Situation der Jüngsten in der Medienbranche.

Im Auftrag des Vereins «Junge Journalistinnen und Journalisten Schweiz» (JJS) führe ich deshalb diese Befragung im Rahmen meiner Masterarbeit an der Universität Freiburg durch. Das Ziel besteht darin, mehr über die Arbeitsbedingungen, Ziele und Anliegen junger Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz zu erfahren.

Die Beantwortung des Fragebogens dauert etwa 15 Minuten. Die Daten werden anonym erfasst und nur für die wissenschaftlichen Zwecke dieser Untersuchung ausgewertet. Ich bitte Sie, nur einmal an der Befragung teilzunehmen.

Freundliche Grüsse,
Lauro Mombelli

Als Einstieg bitte ich Sie, folgende Fragen zu Ihrer Person und Ihrer journalistischen Tätigkeit zu beantworten.

A1. In welchem Jahr sind Sie geboren?

Jahr: _____

A2. Sind Sie Mitglied in einer Berufsorganisation bzw. einem Berufsverband im Bereich Journalismus, z.B. einem Journalistenverband oder einer Journalistengewerkschaft? (vgl. Hanitzsch et al., 2019a)

Ja	
Nein	

A3. Sind Sie aktuell journalistisch tätig oder haben Sie bis mindestens 2019 als Journalistin/Journalist gearbeitet?

Ja	
Nein	

A6. Für welches der folgenden Medien arbeiten Sie derzeit hauptsächlich? Sollten Sie für mehrere Medien tätig sein, geben Sie bitte jene Arbeitsstelle an, für die Sie gegenwärtig die meiste Arbeitszeit aufwenden. Alle übrigen Medien, für die Sie gegebenenfalls zusätzlich tätig sind, können Sie unter "zusätzlich" angeben. Sollten Sie gegenwärtig nicht bei einem Medienunternehmen angestellt sein, beantworten Sie die Frage bitte aus der Perspektive ihrer letzten Anstellung.

(vgl. Keel, 2011; Hanitzsch et al., 2019a)

	hauptsächlich	zusätzlich
Bezahlte Tageszeitung		
Nicht täglich erscheinende Lokalzeitung		
Wochenzeitung/Sonntagszeitung		
Illustrierte/Zeitschrift		
Mitgliedschafts-/Verbandspresse		
Gratiszeitung		
Fachzeitschrift		
Öffentliches Radio (SRG)		
Privatradio		
Öffentliches Fernsehen (SRG)		
Privates Fernsehen		
Online-Medium (stand-alone, wie z.B. "watson" etc.)		
Online-Ausgabe eines Printmediums, Radios oder Fernsehens		
Nachrichtenagentur/Presse-/Mediendienst (z.B. Keystone-SDA)		
Corporate-Publishing-Produkt (z.B. Kundenzeitschrift)		
Anderes (bitte angeben): _____		

A7. Bitte sagen Sie mir, wie wichtig Ihnen die folgenden Dinge in Ihrer Arbeit sind.

(vgl. Hanitzsch et al., 2019a)

	1. unwichtig	2. weniger wichtig	3. teilweise wichtig	4. sehr wichtig	5. extrem wichtig	Keine Angabe
Ein(e) unparteiische(r) Beobachter(in) sein						
Die Dinge so berichten, wie sie sind						
Aktuelles Geschehen einordnen und analysieren						
Die Regierung kontrollieren						
Die Wirtschaft kontrollieren						
Die politische Tagesordnung/Agenda bestimmen						
Die öffentliche Meinung beeinflussen						
Für sozialen Wandel eintreten						
Ein Gegengewicht zur Regierung bilden						
Die Entwicklung der Nation unterstützen						
Ein positives Bild der Regierung vermitteln						
Regierungspolitik unterstützen						
Unterhaltung und Entspannung bieten						
Inhalte anbieten, die ein möglichst großes Publikum anziehen						
Rat, Orientierung und Hilfestellung für den Alltag anbieten						
Informationen vermitteln, die Menschen zu politischen Entscheidungen befähigen						
Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen motivieren						
Den Menschen die Möglichkeit geben, ihre Ansichten zu artikulieren						
Das Publikum bilden						
Als Erzählerin/Erzähler die Welt in Geschichten vermitteln						
Toleranz und kulturelle Vielfalt fördern						

Als Nächstes interessiert mich, wie und weshalb Sie in den Journalismus eingestiegen sind.

B1. Welches ist Ihr höchster Schul- bzw. Bildungsabschluss? (vgl. Hanitzsch et al., 2019a; Keel, 2011)

Volksschule	
Berufsschule/-lehre	
Berufsmittelschule	
Mittelschule mit Maturität	
Fachhochschule mit Bachelor-Abschluss	
Fachhochschule mit Master-Abschluss	
Universität mit Bachelor-Abschluss	
Universität mit Master-Abschluss	
Promotion (Doktor)	
Keine Angabe	

B2. Welche der aufgeführten Ausbildungen haben Sie absolviert? (Mehrfachantworten möglich)
(vgl. Keel, 2011)

Praktikum / Stagiaire / Volontär/in mit Anstellungsdauer von weniger als 12 Monaten	
Stagiaire / Volontär/in mit Anstellungsdauer von genau oder mehr als einem Jahr	
Weiterbildungskurse innerhalb meiner Medienorganisation, in der ich hauptsächlich arbeite	
Weiterbildungskurse innerhalb anderer Medienorganisationen	
Kurse am Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern	
Diplom am Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern	
Ringier Journalistenschule	
Medienschule St. Gallen	
Centre de Formation au Journalisme et aux Médias	
Corso di giornalismo della Svizzera italiana	
Publizistik-/Medienwissenschaft an einer Universität	
Journalismus/Kommunikation an einer Fachhochschule	
Andere journalistische Ausbildung (bitte angeben): _____	
Ich habe keine journalistische Ausbildung absolviert	

B3. Inwiefern halten Sie die von Ihnen absolvierte(n) Ausbildung(en) für Ihre journalistische Tätigkeit als nützlich? (vgl. Keel, 2011)

	Eher nicht nützlich	Eher nützlich	Sehr nützlich
Praktikum / Stagiaire / Volontär/in mit Anstellungsdauer von weniger als 12 Monaten			
Stagiaire / Volontär/in mit Anstellungsdauer von genau oder mehr als einem Jahr			
Weiterbildungskurse innerhalb meiner Medienorganisation, in der ich hauptsächlich arbeite			
Weiterbildungskurse innerhalb anderer Medienorganisationen			
Kurse am Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern			
Diplom am Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern			
Ringier Journalistenschule			
Medienschule St. Gallen			
Centre de Formation au Journalisme et aux Médias			
Corso di giornalismo della Svizzera italiana			
Publizistik-/Medienwissenschaft an einer Universität			
Journalismus/Kommunikation an einer Fachhochschule			
Andere journalistische Ausbildung (bitte nochmal angeben): _____			

B4. Bitte geben Sie an, inwiefern Sie die folgenden Aspekte motiviert haben, Journalistin/Journalist zu werden. (vgl. Hanitzsch et al., 2016)

	1. unwichtig	2. weniger wichtig	3. teilweise wichtig	4. sehr wichtig	5. extrem wichtig	Keine Angabe
Abwechslungsreiche und aufregende Tätigkeit						
Kreativ sein						
Unterschiedliche Menschen kennenlernen						
Freude am Schreiben						
Talent für den Journalismus						
Grad an Unabhängigkeit						
Dynamischer Lebensstil						
Gegen Ungerechtigkeit vorgehen						
Menschen bei alltäglichen Problemen helfen						
Für Freiheit und Demokratie eintreten						
Reisen						
Die Mächtigen in die Verantwortung nehmen						
Verdienstmöglichkeiten						
Politik beeinflussen						
Arbeitsplatzsicherheit						
Ansehen von Journalismus als Beruf						
Der Regierung helfen, die Schweiz voranzubringen						
Berühmt sein						
Die Nation zusammenhalten						

Nun würde ich gerne Genaueres über Ihre aktuellen Arbeitsbedingungen erfahren.

C1. Bitte geben Sie an, wie sich Ihre derzeitige Anstellung beim Medium, welches Sie vorhin als hauptsächlichlichen Arbeitsort angegeben haben, am besten beschreiben lässt? (vgl. Hanitzsch et al., 2019a)

Vollzeitanstellung	
Teilzeitanstellung	
Freie(r) Journalist(in)	
Feste(r) Freie(r)	
Pauschalist(in)	
Anderes (bitte angeben): _____	
Keine Angabe	

C2. Ist Ihre Anstellung beim Medium, für welches Sie hauptsächlich tätig sind, unbefristet oder befristet? (vgl. Hanitzsch et al., 2019a)

Unbefristete Anstellung	
Befristete Anstellung	
Keine Angabe	

C3. Bitte geben Sie an, wie gross die Differenz zwischen den Ihnen bezahlten Arbeitsstunden und den von Ihnen effektiv geleisteten Arbeitsstunden pro Woche ist. Beziehen Sie sich bei Ihrer Antwort auf Ihre aktuelle Situation und Ihre gesamte journalistische Tätigkeit. Falls Sie es nicht genau wissen, geben Sie bitte eine Schätzung ab. (vgl. SGB, 2020)

≤ 1 Stunde	
1.01 - 2 Stunden	
2.01 - 3 Stunden	
3.01 - 4 Stunden	
4.01 - 5 Stunden	
5.01 - 6 Stunden	
6.01 - 7 Stunden	
7.01 - 8 Stunden	
mehr als 8 Stunden	
Keine Angabe	

C4. In welche der folgenden Kategorien fällt Ihr monatliches Brutto-Einkommen, welches Sie durch Ihre journalistische Tätigkeit verdienen? Geben Sie Ihr Einkommen bitte auf 100% hochgerechnet an. Wenn Sie den Lohn nicht genau wissen, schätzen Sie bitte. (vgl. Hanitzsch et al., 2019a)

0 - 1000 Franken	
1001 - 2000 Franken	
2001 - 3000 Franken	
3001 - 4000 Franken	
4001 - 5000 Franken	
5001 - 6000 Franken	
6001 - 7000 Franken	
7001 - 8000 Franken	
8001 - 9000 Franken	
9001 - 10.000 Franken	
mehr als 10.000 Franken	
Keine Angabe	

C7. Wie würden Sie Ihre derzeitigen Arbeitsbedingungen einschätzen? Ich habe Zeit...

(vgl. Puppis et al., 2014)

	1 gar nicht	2	3	4	5 sehr häufig	Nicht meine Aufgabe
...für das Schreiben eigener Beiträge						
...für die Überprüfung von Informationen und Quellen						
...für vertiefende Recherchen vor Ort						
...für die inhaltliche Überarbeitung von Agentur- und Korrespondentenmaterial (z.B. Keystone-SDA)						
...für die inhaltliche Überarbeitung von Medienmitteilungen						
...dafür, ein eigenes Netzwerk von Informantinnen und Informanten aufzubauen und zu pflegen						
...um alle täglich anfallenden Aufgaben in für mich zufriedenstellender Weise zu erledigen						

C8. Wie viel Entscheidungsfreiheit haben Sie bei der Auswahl der Geschichten und Themen, über die Sie berichten? (vgl. Hanitzsch et al., 2019a)

Volle Autonomie	
Grosse Autonomie	
Etwas Autonomie	
Wenig Autonomie	
Überhaupt keine Autonomie	
Keine Angabe	

C9. Wie viel Entscheidungsfreiheit haben Sie hinsichtlich der Aspekte einer Geschichte, die betont werden? (vgl. Hanitzsch et al., 2019a)

Volle Autonomie	
Grosse Autonomie	
Etwas Autonomie	
Wenig Autonomie	
Überhaupt keine Autonomie	
Keine Angabe	

C10. Hier ist eine Liste mit potenziellen Einflüssen. Bitte sagen Sie mir, wie stark die folgenden Aspekte und Personengruppen Einfluss auf den Inhalt Ihrer journalistischen Beiträge nehmen.

(vgl. Hanitzsch et al., 2019a)

	1. kein Einfluss	2. Ein- fluss rela- tiv gering	3. Ein- fluss rela- tiv stark	4. Ein- fluss sehr stark	5. Ein- fluss extrem stark	Keine An- gabe
Persönliche Werte und Überzeugungen						
Ihre Kolleginnen/Kollegen im Betrieb						
Ihre Vorgesetzten und leitende Redakteurinnen/Redakteure						
Die Geschäftsführung Ihres Medienbetriebs						
Die Eigentümer Ihres Medienbetriebs						
Die Blattlinie bzw. redaktionelle Leitlinie						
Überlegungen in Bezug auf Werbung						
Profilerwartungen Ihres Betriebes						
Publikumsforschung und Marktdaten						
Verfügbarkeit von Ressourcen für die Berichterstattung						
Zeitlicher Druck						
Journalistische Ethik						
Religiöse Überlegungen						

C11. Nachfolgend eine weitere Liste mit potenziellen Einflüssen. Auch hier möchte ich Sie bitten, auf folgender Skala einzuschätzen, wie stark die einzelnen Punkte den Inhalt Ihrer journalistischen Beiträge beeinflussen. (vgl. Hanitzsch et al., 2019a)

	1. kein Einfluss	2. Einfluss relativ gering	3. Einfluss relativ stark	4. Einfluss sehr stark	5. Einfluss extrem stark	Keine Angabe
Freunde, Bekannte und Verwandte						
Kolleginnen/Kollegen in anderen Medien						
Rückmeldungen vom Publikum						
Konkurrierende Medien						
Medienrecht und Medienregulierung						
Zugang zu Information						
Zensur						
Regierungsmitarbeiterinnen/Regierungsmitarbeiter						
Politikerinnen/Politiker						
Interessensgruppen						
Geschäftsleute und Wirtschaftsvertreterinnen/Wirtschaftsvertreter						
Öffentlichkeitsarbeit bzw. PR						
Beziehung zu Quellen und Informantinnen/Informanten						
Sicherheitsorgane, einschliesslich Militär und Polizei						

C12. Die folgenden Fragen beziehen sich ebenfalls auf Ihre journalistische Tätigkeit. Geben Sie bitte bei jeder Aussage die Antwort an, die am ehesten auf Ihre Situation bei der Arbeit zutrifft. (vgl. BFS, 2017)

	1. nie	2. selten	3. manchmal	4. meistens	5. immer	Keine Angabe
Ich muss mich beeilen, um meine Arbeit zu erledigen						
Ich muss an zu viele Dinge gleichzeitig denken						
Ich habe Mühe, Arbeit und Privatleben (inkl. Familienpflichten) zu vereinbaren						
Ich erlebe Spannungen im Umgang mit Leuten wie Kolleginnen/Kollegen, Kundinnen/Kunden oder dem Publikum						
Meine Arbeit erfordert, dass ich meine Gefühle verberge						
Ich habe manchmal Angst bei der Arbeit (um meine Sicherheit oder die der anderen)						
Ich kann bei meiner Aufgabe sehr wenig mitbestimmen, wie ich die Arbeit erledige						
Ich kann dann Pause machen, wann ich möchte						
Ich erlebe Stress bei der Arbeit						

C13. Wie sehr fühlen Sie sich im Stande, Ihren Stress bei der Arbeit zu bewältigen? (vgl. SECO, 2010)

Voll und ganz	
Ziemlich gut	
Eher schlecht	
Überhaupt nicht	
Keine Angabe	

C14. Haben Sie seit Beginn der Corona-Krise und aufgrund dieser Krise mehr oder weniger Arbeit in Ihrem Beruf als Journalistin/Journalist? (vgl. Marketagent, 2020)

Viel mehr Arbeit	
Etwas mehr Arbeit	
In etwa gleich viel Arbeit	
Etwas weniger Arbeit	
Viel weniger Arbeit	
Keine Angabe	

D1. Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten Ihrer journalistischen Tätigkeit?

(vgl. Keel, 2011)

	1 sehr unzufrieden	2	3	4	5 sehr zufrieden	Keine Angabe
Die Möglichkeiten, mich beruflich weiterzubilden						
Die Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb des Journalismus						
Dem Verständnis und der Rücksichtnahme bei psychischen Gesundheitsproblemen						

Als Letztes habe ich noch ein paar Fragen an Sie, welche sich mit Ihrer Zukunft im Journalismus und mit Ihrer Einschätzung über die Zukunft des Journalismus befassen.

D2. Was sind Ihrer Meinung nach die grössten Herausforderungen bzw. Probleme für den Qualitätsjournalismus in der Schweiz? Bitte geben Sie an, in welchem Ausmass Sie die folgenden Aspekte als Gefahr ansehen. (vgl. Hanitzsch et al., 2016)

	1. keine Gefahr	2. geringe Gefahr	3. teilweise Gefahr	4. grosse Gefahr	5. extreme Gefahr	Keine Angabe
Unzureichende finanzielle Ressourcen						
Gewinnerwartungen der Investorinnen und Investoren						
Beschleunigung der Arbeitsabläufe						
Einfluss der Werbung auf den Inhalt						
Konzentration von Medieneigentum						
PR, Öffentlichkeitsarbeit und Lobby-Gruppen						
Unzureichende professionelle Ethik						
Wettbewerb mit dem Internet						
Parteiischer Journalismus						
Verschränkung von Medien und Politik						
Staatliche Eingriffe in die Medien						
Eingeschränkter Zugang zu Information						
Ungenügend ausgebildete Journalistinnen und Journalisten						
Ungenügende Qualität der Journalistinnen- und Journalistenausbildung						
Physische Bedrohungen gegen Journalistinnen und Journalisten (in der Schweiz oder in Kriegs-/Politischen Krisengebieten)						
Zunahme der psychischen Belastung von Journalistinnen und Journalisten						
Selbstzensur						
Zensur						
Gesetzliche Regelungen						
Ausländische Investitionen in Schweizer Medien						

D3. Wenn Sie in die Zukunft des Journalismus blicken, wie schätzen Sie diese ein?

(vgl. Hanitzsch et al., 2016; Nygren et al., 2010)

Eher optimistisch	
Eher pessimistisch	
Weder optimistisch noch pessimistisch	
Weiss nicht	

D4. Wenn Sie in ihre eigene Zukunft als Journalistin/Journalist blicken, wie schätzen Sie diese ein?

(vgl. Hanitzsch et al., 2016; Nygren et al., 2010)

Eher optimistisch	
Eher pessimistisch	
Weder optimistisch noch pessimistisch	
Weiss nicht	

D5. Würden Sie heute jemandem aus Ihrem Bekanntenkreis empfehlen, Journalistin/Journalist zu werden oder würden Sie eher abraten? (vgl. Keel, 2011)

Ich würde es eher empfehlen	
Ich würde eher davon abraten	
Weiss nicht	

D6. Für wie wahrscheinlich erachten Sie es, Ihr gesamtes Berufsleben lang im Journalismus tätig zu sein? (vgl. Hanitzsch et al., 2016)

unmöglich	
eher unwahrscheinlich	
eher wahrscheinlich	
sicher	
Weiss nicht	

D7. Aus welchen Gründen könnten Sie sich vorstellen, aus dem Journalismus auszusteigen?

(vgl. Statista, 2019)

	1 trifft überhaupt nicht zu	2 trifft eher nicht zu	3 teils-teils	4 trifft eher zu	5 trifft voll und ganz zu	Keine Angabe
Ich möchte mehr Geld verdienen						
Ich will eine Veränderung in meinem Berufsleben						
Ich habe keine Entwicklungsmöglichkeiten						
Die Firmenkultur passt mir nicht						
Meine Work-Life-Balance kommt zu kurz						
Die Zukunft bei meiner aktuellen Stelle ist unsicher						

Zum Abschluss bitte ich Sie, noch folgende zwei Fragen zu beantworten.

A4. Was ist Ihr Geschlecht?

Weiblich	
Männlich	
Anderes	

A5. Was ist Ihre Sprachregion?

Deutschsprachige Schweiz	
Französischsprachige Schweiz	
Anderes	

Ende

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben, den Fragebogen vollständig auszufüllen!

Anhang A2: Fragebogen Französisch

Chères participantes, chers participants,

Bienvenu(e)s à ce sondage et un grand merci de votre intérêt.

Malgré les conditions de travail parfois insatisfaisantes et malgré la crise persistante de la branche, beaucoup de jeunes sont aujourd'hui attirés par le journalisme. Justement, ces jeunes journalistes ont une grande responsabilité pour maintenir le secteur en vie. Néanmoins, il n'existe jusqu'à présent encore aucune enquête qui étudie la situation des plus jeunes journalistes dans le paysage médiatique suisse.

Dans le cadre de mon travail de Master à l'Université de Fribourg, l'association « Junge Journalistinnen und Journalisten Schweiz (JSS) » m'a priée de faire un sondage sur ce sujet. Il s'agit d'en savoir davantage sur les jeunes journalistes, leurs conditions de travail, leurs objectifs et leurs désirs.

Les données du sondage sont traitées de façon anonyme et sont utilisées uniquement dans le cadre scientifique de l'enquête. Comptez environ 15 minutes pour remplir le questionnaire. Ne veuillez participer qu'une fois, s'il vous plaît.

Merci de votre participation et meilleures salutations,

Lauro Mombelli

Pour commencer, je vous prie de répondre aux questions personnelles et journalistiques suivantes.

A1. En quelle année êtes-vous né(e) ?

année : _____

A2. Êtes-vous membre d'une organisation ou d'une association professionnelle dans le domaine du journalisme, par exemple une association de journalistes ou un syndicat de journalistes ?

(cf. Hanitzsch et al., 2019a)

Oui	
Non	

A3. Travaillez-vous actuellement dans le journalisme ou avez-vous travaillé en tant que journaliste au moins jusqu'en 2019.

Oui	
Non	

A6. En ce moment, pour quel média travaillez-vous principalement ? Si vous travaillez pour plusieurs entreprises médiatiques, veuillez indiquer le poste auquel vous investissez le plus de temps de travail. Vos engagements secondaires, veuillez les indiquer dans la colonne « supplémentaire ». Si vous ne travaillez actuellement pas pour une entreprise médiatique, veuillez prendre la perspective de votre dernier engagement. (cf. Keel, 2011; Hanitzsch et al., 2019a)

	principal	supplémentaire
Quotidien classique (payant)		
Journal local (non-quotidien)		
Journal hebdomadaire/journal de dimanche		
Magazine		
Presse associative		
Quotidien gratuit		
Magazine spécialisé		
Radio publique (SSR)		
Radio privée		
Télévision publique (SSR)		
Télévision privée		
Média en ligne (p. ex. applications comme "watson" etc.)		
Rédaction digitale (p. ex. d'un journal ou d'une radio)		
Agence de presse (p. ex. Keystone-ATS)		
Corporate-Publishing-Product (p. ex. revue pour une clientèle)		
Autres (veuillez indiquer) : _____		

A7. Sur une échelle de 1 à 5, veuillez indiquer l'importance de ces aspects suivants dans votre travail (à votre avis) : (cf. Hanitzsch et al., 2019a)

	1. aucune importance	2. peu important	3. partiellement important	4. important	5. très important	Pas d'indication
Être un observateur neutre						
Témoigner des faits tels qu'ils se passent réellement						
Analyser de façon approfondie l'actualité et la mettre en contexte						
Contrôle sur le gouvernement						
Contrôle sur le monde de l'économie						
Influencer l'agenda politique						
Influencer l'opinion publique						
S'engager pour le changement social						
Former un contre-poids au gouvernement installé						
Soutenir le développement de la Nation						
Transmettre une image positive du gouvernement						
Soutenir la politique gouvernementale						
Offrir du divertissement et de la détente						
Créer des contenus qui attirent un grand public						
Offrir des conseils et de l'aide pour le quotidien						
Informers le consommateur pour qu'il puisse se faire une opinion politique et prendre une décision politique (politisation des lecteurs)						
Motiver les gens à la participation politique (démocratisation des lecteurs)						
Donner la possibilité/la plateforme aux gens de pouvoir donner leur propre opinion						
Transmettre du savoir au public/consommateur						
Raconter le monde sous forme d'histoires/anecdotes en tant que narrateur						
Encourager à la tolérance et à la diversion culturelle						

Prochaine, je m'intéresse à votre chemin et à votre motivation pour arriver dans le journalisme.

B1. Quel est actuellement votre plus haut degré de formation obtenu ?

(cf. Hanitzsch et al., 2019a; Keel, 2011)

Scolarité obligatoire	
Apprentissage professionnel (CFC)	
Maturité professionnelle	
Maturité gymnasiale ou maturité de culture générale	
HEG/HES avec Bachelor	
HEG/HES avec Master	
Bachelor universitaire	
Master universitaire	
Doctorat universitaire	
Pas d'indication	

B2. Lesquelles de ces formations suivantes avez-vous accomplies ? (plusieurs réponses possibles)

(cf. Keel, 2011)

Stagiaire / volontaire avec un contrat de moins de 12 mois	
Stagiaire / volontaire avec contrat d'exacte ou plus d'une année	
Formation continue au sein de l'entreprise médiatique dans laquelle je travaille principalement	
Formation continue au sein d'une autre entreprise médiatique	
Cours au Medienausbildungszentrum MAZ à Lucerne	
Diplôme au Medienausbildungszentrum MAZ à Lucerne	
Ringier Journalistenschule	
Medienschule St. Gallen	
Centre de Formation au Journalisme et aux Médias	
Corso di giornalismo della Svizzera italiana	
Etudes de « médias et communication » ou « journalisme » à l'Université	
Etudes de « médias et communication » ou « journalisme » à l'HES	
Autre formation (veuillez indiquer) : _____	
Je n'ai pas accompli de formation de journalisme, de communication ou de médias	

B3. A quel degré les formations que vous avez accomplies sont-elles utiles pour votre travail journalistique aujourd'hui ? (cf. Keel, 2011)

	Plutôt peu utile	Plutôt utile	Très utile
Stagiaire / volontaire avec un contrat de moins de 12 mois			
Stagiaire / volontaire avec contrat d'exacte ou plus d'une année			
Formation continue au sein de l'entreprise médiatique dans laquelle je travaille principalement			
Formation continue au sein d'une autre entreprise médiatique			
Cours au Medienausbildungszentrum MAZ à Lucerne			
Diplôme au Medienausbildungszentrum MAZ à Lucerne			
Ringier Journalistenschule			
Medienschule St. Gallen			
Centre de Formation au Journalisme et aux Médias			
Corso di giornalismo della Svizzera italiana			
Etudes de « médias et communication » ou « journalisme » à l'Université			
Etudes de « médias et communication » ou « journalisme » à l'HES			
Autre formation (veuillez indiquer de nouveau) _____			

B4. Sur une échelle de 1 à 5, à quel niveau les aspects suivants ont-ils joué un rôle dans votre motivation à devenir journaliste ? (cf. Hanitzsch et al., 2016)

	1. aucune importance	2. peu important	3. partiellement important	4. important	5. très important	Pas d'indication
Travail équilibré, varié et excitant						
Être créatif						
Rencontrer des gens de différents contextes professionnels, culturels et sociaux						
Passion personnelle pour l'écriture						
Talent personnel pour le journalisme						
Certain degré d'indépendance						
Style de vie dynamique						
Combattre les injustices						
Aider les gens dans leurs problèmes quotidiens						
Se battre pour la liberté et la démocratie						
Voyager						
Confronter les gens puissants avec leurs responsabilités						
Perspective d'un salaire élevé						
Influencer la Politique						
Sécurité du poste de travail						
Réputation de la profession de journaliste dans la société						
Aider le gouvernement à faire progresser la Suisse						
Etre célèbre						
Aider à garder la Nation unifiée						

Maintenant, j'aimerais en savoir plus sur vos conditions de travail actuelles.

C1. Veuillez indiquer la nature de votre poste de travail que vous avez indiqué auparavant comme « principal ». (cf. Hanitzsch et al., 2019a)

À plein temps	
À temps partiel	
Journaliste libre/indépendant	
Pigiste	
Travail sur mandats	
Autre (veuillez indiquer) _____	
Pas d'indication	

C2. Veuillez indiquer la nature de votre contrat de travail que vous avez indiqué auparavant comme « principal ». (cf. Hanitzsch et al., 2019a)

CDI	
CDD	
Pas d'indication	

C3. Prenez votre situation actuelle : Veuillez estimer la différence hebdomadaire entre vos heures de travail payées et les heures de travail effectives (de la totalité de votre travail journalistique).

(cf. SGB, 2020)

≤ 1 heure	
1.01 - 2 heures	
2.01 - 3 heures	
3.01 - 4 heures	
4.01 - 5 heures	
5.01 - 6 heures	
6.01 - 7 heures	
7.01 - 8 heures	
Plus de 8 heures	
Pas d'indication	

C4. Dans quelle catégorie salariale vous retrouvez-vous pour votre travail journalistique ? Veuillez indiquer votre revenu mensuel brut extrapolé à 100%. (cf. Hanitzsch et al., 2019a)

0 - 1000 francs	
1001 - 2000 francs	
2001 - 3000 francs	
3001 - 4000 francs	
4001 - 5000 francs	
5001 - 6000 francs	
6001 - 7000 francs	
7001 - 8000 francs	
8001 - 9000 francs	
9001 - 10.000 francs	
Plus de 10.000 francs	
Pas d'indication	

C7. Pendant mon travail, en ce moment, j'ai le temps de... (cf. Puppis et al., 2014)

	1 ja- mais	2	3	4	5 tout le temps	Ce n'est pas dans mes com- pétences
...écrire/produire mon propre sujet						
...vérifier les informations et les sources						
...faire des recherches approfondies sur place						
...reformuler/individualiser/compléter un article d'une agence (p. ex. Keystone-ATS) ou une information d'une correspondance						
...reformuler/individualiser/compléter des communiqués de presse						
...établir et entretenir un propre réseau d'informateurs						
...finaliser toutes mes tâches quotidiennes de façon satisfaisante pour moi						

C8. Quel est votre degré d'autonomie au sein de la rédaction concernant la sélection des sujets ou des thèmes à traiter ? (cf. Hanitzsch et al., 2019a)

Autonomie totale	
Grande autonomie	
Autonomie partielle	
Peu d'autonomie	
Pas d'autonomie du tout	
Pas d'indication	

C9. Quel est votre degré d'autonomie au sein de la rédaction concernant la mise en avant de certains aspects des sujets traités ? (cf. Hanitzsch et al., 2019a)

Autonomie total	
Grande autonomie	
Autonomie partielle	
Peu d'autonomie	
Pas d'autonomie du tout	
Pas d'indication	

C10. Sur une échelle de 1 à 5, veuillez indiquer le degré d'influence que les aspects/personnes suivants prennent sur la réalisation explicite de votre travail journalistique. (cf. Hanitzsch et al., 2019a)

	1. pas d'in- fluence	2. influence relative- ment peu	3. influence relative- ment fort	4. in- fluence très fort	5. in- fluence extrême- ment	Pas d'indi- cation
Vos valeurs et convictions personnelles						
Vos collègues qui travaillent dans votre entreprise						
Les rédacteurs en chef et vos chefs de départements						
La direction de votre l'entreprise						
Les propriétaires de votre l'entreprise						
Les concepts de votre l'entreprise et les directives de la rédaction						
Réflexions relatives à la publicité						
La stratégie financière et économique de votre l'entreprise						
Les sondages auprès les consommateurs (l'attente des consommateurs/les chiffres d'abonnement/chiffres d'auditeurs/télespectateurs)						
La disponibilité de ressources pour vos recherches journalistiques						
Le manque de temps/la pression						
L'éthique journalistique						
Vos convictions religieuses						

C11. Vous trouverez ci-dessous une autre liste d'influences potentielles. Sur une échelle de 1 à 5, veuillez indiquer le degré d'influence que les aspects/personnes suivants prennent sur la réalisation explicite de votre travail journalistique. (cf. Hanitzsch et al., 2019a)

	1. pas d'in- fluence	2. influence relative- ment peu	3. influence relative- ment fort	4. in- fluence très fort	5. in- fluenc e ex- trême- ment	Pas d'indi- cation
Amis et famille						
Collègues qui travaillent dans d'autres entreprises						
Le feedback du public/lecteur/auditeur/télespectateurs						
Des médias en concurrence						
Droits des médias ou réglementation des médias						
L'accès aux informations						
Censure						
Collaborateurs du gouvernement						
Politiciens						
Groupes d'intérêts						
Hommes d'affaires et représentants économiques (lobby)						
Relations publiques						
Relation envers l'informant						
Organs de sécurité : Militaire, Police, etc.						

C12. Sur une échelle de 1 à 5, veuillez indiquer à quel degré les situations suivantes correspondent à votre vie quotidienne professionnelle. (cf. BFS, 2017)

	1. ne correspond pas	2. correspond rarement	3. correspond parfois	4. correspond souvent	5. correspond toujours	Pas d'indication
Je dois me dépêcher pour finir mon travail						
Je dois penser à trop de choses en même temps						
J'ai de la peine à satisfaire les obligations professionnelles et les obligations privées (y inclus familiales)						
Je sens des tensions envers mes collègues ou avec des clients/lecteurs/auditeurs, etc.						
Je dois opprimer mes sentiments/émotions personnels pendant mon travail						
Au travail, j'ai parfois peur pour ma sécurité ou celle des autres						
Je n'ai pratiquement aucun mot à dire dans l'exécution de ma tâche/mon travail						
Je peux prendre mes pauses quand je le veux						
Je suis stressé au travail						

C13. Comment pensez-vous gérer le stress pendant votre travail ? (cf. SECO, 2010)

Très bien	
Plutôt bien	
Plutôt mal	
Pas du tout	
Pas d'indication	

C14. Depuis le début de la pandémie de la Covid (et à cause d'elle), comment votre quantité de travail a-t-elle évoluée ? (cf. Marketagent, 2020)

Beaucoup plus de travail	
Un peu plus de travail	
Pas de changement	
Un peu moins de travail	
Beaucoup moins de travail	
Pas d'indication	

D1. Sur une échelle de 1 à 5, veuillez indiquer votre degré de satisfaction pour chaque aspect suivant de votre travail. (cf. Keel, 2011)

	1 pas du tout content	2	3	4	5 très content	Pas d'indication
Les possibilités de formation continue						
Les perspectives de promotion (dans le journalisme)						
L'égard et la compréhension des collaborateurs/direction envers vous en cas de problèmes psychiques						

Pour terminer, j'ai encore quelques questions concernant votre avenir dans le journalisme et l'avenir de la branche en général.

D2. Sur une échelle de 1 à 5, à quel degré les aspects suivants pourraient à l'avenir mettre en danger le journalisme de qualité en Suisse ? (cf. Hanitzsch et al., 2016)

	1. pas de dangers	2. peu de dangers	3. potentiellement dangereux	4. grands dangers	5. extrêmement dangereux	Pas d'indication
Les ressources financières insuffisantes						
Les attentes financières (profits) des investisseurs						
L'accélération de la cadence de travail						
L'influence de la publicité sur les sujets traités						
La concentration croissante des maisons de médias (fusions, monopoles, etc.)						
Les groupes d'intérêts (lobby) et les relations publiques						
Une éthique professionnelle insuffisante						
La concurrence avec l'Internet						
Le journalisme non-neutre ou en monoperspective (partis, associations, etc.)						
La liaison entre les médias et le monde politique						
L'influence directe de l'Etat dans les médias						
Un accès restreint aux informations						
Journalistes avec une formation insuffisante						
Qualité insuffisante de la formation journalistique						
La menace physique envers les journalistes (en Suisse ou dans les régions de guerre/crise politique)						
L'augmentation de la charge psychologique des journalistes						
L'autocensure						
La censure						
Des réglementations juridiques (la loi)						
Les investissements étrangers dans les médias suisses						

D3. Si vous portez un regard général sur la branche, comment se définit-il ?

(cf. Hanitzsch et al., 2016; Nygren et al., 2010)

Plutôt optimiste	
Plutôt pessimiste	
Indifférent	
Je ne sais pas	

D4. Si vous portez un regard personnel sur votre avenir professionnel (dans le journalisme), comment se définit-il ? (cf. Hanitzsch et al., 2016; Nygren et al., 2010)

Plutôt optimiste	
Plutôt pessimiste	
Indifférent	
Je ne sais pas	

D5. Aujourd'hui, est-ce que vous conseilleriez une carrière journalistique à vos connaissances/famille/amis ? (cf. Keel, 2011)

Je le conseillerais	
Je le déconseillerais	
Je ne sais pas	

D6. A quel degré pensez-vous qu'il est possible que vous restiez pour toute votre vie professionnelle dans le journalisme ? (cf. Hanitzsch et al., 2016)

Impossible	
Peu probable	
Plutôt probable	
Sûrement	
Je ne sais pas	

D7. Sur une échelle de 1 à 5, à quel degré les raisons suivantes pourraient vous pousser à quitter le journalisme/les médias ? (cf. Statista, 2019)

	1. ne correspond pas du tout	2. ne correspond plutôt pas	3. pourrait peut-être correspondre	4. correspond plutôt	5. correspond tout à fait	Pas d'indication
Je voudrais gagner plus d'argent						
Je voudrais un changement dans ma vie professionnelle (réorientation)						
Le manque de perspective de développement professionnel						
La culture de l'entreprise me déplaît						
Mon équilibre entre le travail et la vie privée n'est pas comme je le voudrais (Work-Life-Balance)						
L'avenir de mon poste est précaire						

Pour terminer, je vous prie de répondre aux deux dernières questions.

A4. Quel est votre sexe ?

Féminin	
Masculin	
Autre	

A5. A quelle région linguistique appartenez-vous ?

La Suisse alémanique	
La Suisse romande	
Autre	

Fin

Je vous remercie d'avoir pris le temps pour remplir le questionnaire au complet.

Anhang A3: Weiterführende Tabellen

Tabelle A3.1: Mitglied in einem Berufsverband nach Geschlecht

	<i>Weiblich (n=118)</i>	<i>Männlich (n=77)</i>
Ja	60 (50.8 %)	47 (61 %)
Nein	58 (49.2 %)	30 (39 %)

Tabelle A3.2: Ausbildung nach Geschlecht

	<i>Weiblich (n=118)</i>	<i>Männlich (n=77)</i>
Volksschule	2 (1.7 %)	2 (2.6 %)
Berufsschule/-lehre	5 (4.2 %)	5 (6.5 %)
Berufsmittelschule	6 (5.1 %)	4 (5.2 %)
Mittelschule mit Maturität	23 (19.5 %)	14 (18.2 %)
Fachhochschule mit Bachelor-Abschluss	29 (24.6 %)	11 (14.3 %)
Fachhochschule mit Master-Abschluss	2 (1.7 %)	0 (0 %)
Universität mit Bachelor-Abschluss	30 (25.4 %)	27 (35.1 %)
Universität mit Master-Abschluss	21 (17.8 %)	14 (18.2 %)

Tabelle A3.3: Rollenverständnis Mittelwert & Standardabweichung

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Die Dinge so berichten, wie sie sind	194	4.76	.450
Aktuelles Geschehen einordnen und analysieren	195	4.26	.855
Informationen vermitteln, die Menschen zu politischen Entscheidungen befähigen	193	4.21	.978
Ein(e) unparteiische(r) Beobachter(in) sein	194	4.20	.750
Toleranz und kulturelle Vielfalt fördern	192	4.02	1.071
Als Erzählerin/Erzähler die Welt in Geschichten vermitteln	192	3.95	.934
Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen motivieren	191	3.90	1.051
Das Publikum bilden	189	3.70	.998
Den Menschen die Möglichkeit geben, ihre Ansichten zu artikulieren	191	3.69	1.038
Rat, Orientierung und Hilfestellung für den Alltag anbieten	195	3.56	.984
Die Regierung kontrollieren	188	3.42	1.236
Für sozialen Wandel eintreten	189	3.40	1.119
Inhalte anbieten, die ein möglichst grosses Publikum anziehen	195	3.37	1.004
Unterhaltung und Entspannung bieten	194	3.25	1.033
Die Wirtschaft kontrollieren	189	3.24	1.260
Ein Gegengewicht zur Regierung bilden	187	2.98	1.227
Die Entwicklung der Nation unterstützen	172	2.94	1.155
Die öffentliche Meinung beeinflussen	188	2.82	1.068
Die politische Tagesordnung/Agenda bestimmen	184	2.67	.987
Regierungspolitik unterstützen	183	1.58	.750
Ein positives Bild der Regierung vermitteln	188	1.53	.741

Anmerkung: Mittelwert (M) auf einer Skala von 1 („unwichtig“) bis 5 („extrem wichtig“).

Tabelle A3.4: Tätigkeit bei Medientypen (nebensächlich)

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=68)</i>
Bezahlte Tageszeitung	18	26.5
Online-Medium (stand-alone, wie z.B. "watson" etc.)	16	23.5
Online-Ausgabe eines Printmediums, Radios oder Fernsehens	14	20.6
Wochenzeitung/Sonntagszeitung	7	10.3
Öffentliches Radio (SRG)	7	10.3
Privatradio	7	10.3
Illustrierte/Zeitschrift	6	8.8
Öffentliches Fernsehen (SRG)	6	8.8
Corporate-Publishing-Produkt (z.B. Kundenzeitschrift)	6	8.8
Mitgliedschafts-/Verbandspresse	5	7.4
Fachzeitschrift	5	7.4
Privates Fernsehen	4	5.9
Nicht täglich erscheinende Lokalzeitung	3	4.4
Gratiszeitung	3	4.4
Nachrichtenagentur/Presse-/Mediendienst (z.B. Keystone-SDA)	2	2.9

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Tabelle A3.5: Nützlichkeit der absolvierten journalistischen Ausbildung

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Ringier Journalistenschule	9	2.89	.333
Stagiaire / Volontär/in mit Anstellungsdauer \geq 12 Monate	55	2.84	.373
Praktikum / Stagiaire / Volontär/in mit Anstellungsdauer < 12 Monate	119	2.79	.429
Diplom am Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern	29	2.72	.528
Andere journalistische Ausbildung	7	2.71	.488
Medienschule St. Gallen	3	2.67	.577
Kurse am Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern	27	2.59	.636
Journalismus/Kommunikation an einer Fachhochschule	39	2.44	.502
Weiterbildungskurse innerhalb meiner Medienorganisation, in der ich hauptsächlich arbeite	46	2.26	.648
Weiterbildungskurse innerhalb anderer Medienorganisationen	13	2.23	.599
Centre de Formation au Journalisme et aux Médias	10	2.10	.876
Publizistik-/Medienwissenschaft an einer Universität	53	1.75	.705

Anmerkung: Mittelwert (M) auf einer Skala von 1 („eher nicht nützlich“) bis 3 („sehr nützlich“).

Tabelle A3.6: Motive für die Berufswahl Mittelwert & Standardabweichung

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Abwechslungsreiche und aufregende Tätigkeit	195	4.50	.645
Unterschiedliche Menschen kennenlernen	195	4.29	.768
Kreativ sein	195	4.22	.882
Freude am Schreiben	192	3.86	1.272
Für Freiheit und Demokratie eintreten	194	3.63	1.140
Talent für den Journalismus	183	3.57	.910
Grad an Unabhängigkeit	192	3.55	1.082
Gegen Ungerechtigkeit vorgehen	194	3.50	1.248
Dynamischer Lebensstil	192	3.33	1.123
Die Mächtigen in die Verantwortung nehmen	192	3.31	1.174
Menschen bei alltäglichen Problemen helfen	193	3.08	1.104
Politik beeinflussen	192	2.45	1.062
Reisen	192	2.43	1.169
Ansehen von Journalismus als Beruf	193	2.35	1.172
Die Nation zusammenhalten	190	2.00	1.089
Arbeitsplatzsicherheit	190	1.90	1.037
Verdienstmöglichkeiten	193	1.84	.890
Der Regierung helfen, die Schweiz voranzubringen	191	1.81	1.003
Berühmt sein	195	1.69	.884

Anmerkung: Mittelwert (M) auf einer Skala von 1 („unwichtig“) bis 5 („extrem wichtig“).

Tabelle A3.7: Anstellungsart nach Geschlecht

	<i>Weiblich (n=116)</i>	<i>Männlich (n=77)</i>
Vollzeitanstellung	55 (47.4 %)	32 (41.6 %)
Teilzeitanstellung	30 (25.9 %)	27 (35.1 %)
Freie(r) Journalist(in)	24 (20.7 %)	10 (13 %)
Feste(r) Freie(r)	6 (5.2 %)	8 (10.4 %)
Pauschalist(in)	1 (0.9 %)	0 (0 %)

Tabelle A3.8: Anstellungsgrad nach Geschlecht

	<i>Weiblich (n=106)</i>	<i>Männlich (n=70)</i>
Unbefristete Anstellung	86 (81.1 %)	57 (81.4 %)
Befristete Anstellung	20 (18.9 %)	13 (18.6 %)

Tabelle A3.9: Veränderung des Arbeitsvolumens durch die Corona-Krise

	<i>Nennungen</i>	<i>% (n=178)</i>
Viel mehr Arbeit	20	11.2
Etwas mehr Arbeit	57	32.0
In etwa gleich viel Arbeit	65	36.5
Etwas weniger Arbeit	23	12.9
Viel weniger Arbeit	13	7.3

Tabelle A3.10: Zeit für bestimmte Aufgaben Mittelwert & Standardabweichung

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Ich habe Zeit...			
...für das Schreiben eigener Beiträge	172	3.90	.965
...für die Überprüfung von Informationen und Quellen	192	3.76	.979
...um alle täglich anfallenden Aufgaben in für mich zufriedenstellender Weise zu erledigen	132	3.56	.967
...für die inhaltliche Überarbeitung von Medienmitteilungen	188	3.39	.892
...für die inhaltliche Überarbeitung von Agentur- und Korrespondentenmaterial (z.B. Keystone-SDA)	120	3.24	1.115
...für vertiefende Recherchen vor Ort	177	2.82	1.070
...dafür, ein eigenes Netzwerk von Informantinnen und Informanten aufzubauen und zu pflegen	168	2.74	1.057

Anmerkung: Mittelwert (M) auf einer Skala von 1 („gar nicht“) bis 5 („sehr häufig“).

Tabelle A3.11: Monatliches Brutto-Einkommen nach Geschlecht

	<i>Weiblich (n=113)</i>	<i>Männlich (n=77)</i>
0 - 4000 Franken	39 (34.5 %)	18 (23.4 %)
4001 - 6000 Franken	43 (38.1 %)	31 (40.3 %)
6001 - 8000 Franken	29 (25.7 %)	25 (32.5 %)
8001 - 10.000 Franken <	2 (1.8 %)	3 (3.9 %)

Tabelle A3.12: Monatliches Brutto-Einkommen nach Anstellungsart

	<i>Festangestellt (n=144)</i>	<i>Frei (n=44)</i>
0 - 4000 Franken	25 (17.4 %)	30 (68.2 %)
4001 - 6000 Franken	62 (43.1 %)	12 (27.3 %)
6001 - 8000 Franken	52 (36.1 %)	2 (4.5 %)
8001 - 10.000 Franken <	5 (3.5 %)	0 (0 %)

Tabelle A3.13: Autonomie bei der Arbeit nach Geschlecht

	<i>Weiblich (n=113)</i>	<i>Männlich (n=76-77)</i>
Autonomie bei der Themenauswahl nach Geschlecht		
Grosse oder volle Autonomie	78 (69 %)	56 (73.6 %)
Wenig oder etwas Autonomie	35 (31 %)	20 (26.3 %)
Autonomie bei der Betonung von Themenaspekten nach Geschlecht		
Grosse oder volle Autonomie	91 (80.5 %)	58 (75.3 %)
Wenig oder etwas Autonomie	22 (19.5 %)	19 (24.7 %)

Tabelle A3.14: Einflüsse bei der Arbeit als Journalist Mittelwert & Standardabweichung

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Journalistische Ethik	192	3.80	.945
Zugang zu Information	185	3.69	.914
Zeitlicher Druck	194	3.63	1.011
Verfügbarkeit von Ressourcen für die Berichterstattung	191	3.51	1.090
Ihre Vorgesetzten und leitende Redakteurinnen/Redakteure	193	3.18	.943
Persönliche Werte und Überzeugungen	195	3.13	1.022
Ihre Kolleginnen/Kollegen im Betrieb	192	2.96	.871
Die Blattlinie bzw. redaktionelle Leitlinie	186	2.90	1.027
Beziehung zu Quellen und Informantinnen/Informanten	180	2.88	1.015
Konkurrierende Medien	193	2.82	1.016
Medienrecht und Medienregulierung	179	2.80	1.039
Rückmeldungen vom Publikum	193	2.69	.955
Kolleginnen/Kollegen in anderen Medien	195	2.44	1.016
Freunde, Bekannte und Verwandte	195	2.38	.925
Publikumsforschung und Marktdaten	189	2.24	1.135
Öffentlichkeitsarbeit bzw. PR	190	2.20	.862
Interessensgruppen	186	2.05	.837
Profitwartungen Ihres Betriebes	184	2.03	1.063
Die Geschäftsführung Ihres Medienbetriebs	189	2.03	.959
Politikerinnen/Politiker	187	1.87	.909
Überlegungen in Bezug auf Werbung	185	1.74	.995
Geschäftsleute und Wirtschaftsvertreter	186	1.69	.851
Die Eigentümer Ihres Medienbetriebs	183	1.68	.888
Sicherheitsorgane, einschliesslich Militär und Polizei	185	1.66	.839
Regierungsmitarbeiterinnen/Regierungsmitarbeiter	186	1.65	.884
Zensur	178	1.47	.722
Religiöse Überlegungen	188	1.29	.641

Anmerkung: Mittelwert auf einer Skala von 1 („kein Einfluss“) bis 5 („Einfluss extrem stark“).

Tabelle A3.15: Häufigkeit stressiger Arbeitssituationen Mittelwert & Standardabweichung

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Ich muss an zu viele Dinge gleichzeitig denken	194	3.89	.954
Ich erlebe Stress bei der Arbeit	194	3.76	.898
Ich muss mich beeilen, um meine Arbeit zu erledigen	194	3.75	.928
Ich kann dann Pause machen, wann ich möchte	194	3.65	1.053
Ich habe Mühe, Arbeit und Privatleben zu vereinbaren	184	2.66	1.075
Meine Arbeit erfordert, dass ich meine Gefühle verberge	193	2.51	1.071
Ich erlebe Spannungen im Umgang mit Leuten wie Kollegen oder Kunden	194	2.48	1.054
Ich kann bei meiner Aufgabe sehr wenig mitbestimmen, wie ich die Arbeit erledige	189	1.87	.884
Ich habe manchmal Angst bei der Arbeit (um meine Sicherheit oder die der anderen)	194	1.55	.833

Anmerkung: Mittelwert (M) auf einer Skala von 1 („nie“) bis 5 („immer“).

Tabelle A3.16: Wie gut kann Stress bei der Arbeit bewältigt werden nach Geschlecht

	<i>Weiblich (n=117)</i>	<i>Männlich (n=77)</i>
Voll und ganz	16 (13.7 %)	18 (23.4 %)
Ziemlich gut	81 (69.2 %)	50 (64.9 %)
Eher schlecht	20 (17.1 %)	9 (11.7 %)

Tabelle A3.17: Empfehlung Journalistin/Journalist zu werden nach Alter

	<i>19 - 24 Jahre (n=45)</i>	<i>25 - 31 Jahre (n=118)</i>
Ich würde es eher empfehlen	36 (80 %)	78 (66.1 %)
Ich würde eher davon abraten	9 (20 %)	40 (33.9 %)

Tabelle A3.18: Empfehlung Journalistin/Journalist zu werden nach Lohnsituation

	<i>0 - 4000 CHF. (n=46)</i>	<i>4001 - 6000 CHF. (n=64)</i>	<i>6001-8000 CHF. (n=45)</i>	<i>8001-10.000 < CHF. (n=5)</i>
Ich würde es eher empfehlen	28 (60.9 %)	46 (71.9 %)	34 (75.6 %)	4 (80 %)
Ich würde eher davon abraten	18 (39.1 %)	18 (28.1 %)	11 (24.4 %)	1 (20 %)

Tabelle A3.19: Empfehlung Journalistin/Journalist zu werden nach Stressempfinden

Ich erlebe Stress bei der Arbeit	<i>nie</i> (n=2)	<i>selten</i> (n=15)	<i>manchmal</i> (n=44)	<i>meistens</i> (n=71)	<i>immer</i> (n=31)
Ich würde es eher empfehlen	2 (100 %)	12 (80 %)	34 (77.3 %)	48 (67.6 %)	18 (58.1 %)
Ich würde eher davon abraten	0 (0 %)	3 (20 %)	10 (22.7 %)	23 (32.4 %)	13 (41.9 %)

Tabelle A3.20: Zufrieden mit Entwicklung & Rücksicht Mittelwert & Standardabweichung

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Die Möglichkeiten, mich beruflich weiterzubilden	187	3.28	1.101
Die Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb des Journalismus	184	2.89	1.042
Dem Verständnis und der Rücksichtnahme bei psychischen Gesundheitsproblemen	158	2.79	1.135

Anmerkung: Skala von 1 („sehr unzufrieden“) bis 5 („sehr zufrieden“).

Tabelle A3.21: Gründe um aus Journalismus auszusteigen Mittelwert & Standardabweichung

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Meine Work-Life-Balance kommt zu kurz	195	3.54	1.253
Ich will eine Veränderung in meinem Berufsleben	195	3.22	1.139
Ich habe keine Entwicklungsmöglichkeiten	191	3.08	1.202
Ich möchte mehr Geld verdienen	195	3.03	1.302
Die Zukunft bei meiner aktuellen Stelle ist unsicher	190	2.99	1.335
Die Firmenkultur passt mir nicht	194	2.96	1.301

Anmerkung: Mittelwert (M) auf einer Skala von 1 („trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („trifft voll und ganz zu“).

Tabelle A3.22: Gründe, um aus dem Journalismus auszusteigen nach Geschlecht

	<i>Weiblich</i> (n=114)	<i>Männlich</i> (n=71)
Ich möchte mehr Geld verdienen	44 (38.6 %)	33 (46.5 %)
Ich will eine Veränderung in meinem Berufsleben	55 (48.2 %)	38 (53.5 %)
Ich habe keine Entwicklungsmöglichkeiten	56 (49.1 %)	25 (35.2 %)
Die Firmenkultur passt mir nicht	56 (49.1 %)	22 (31 %)
Meine Work-Life-Balance kommt zu kurz	74 (64.9 %)	38 (53.5 %)
Die Zukunft bei meiner aktuellen Stelle ist unsicher	53 (46.5 %)	32 (45.1 %)

Anmerkung: Skala von 1 („trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („trifft voll und ganz zu“). Angaben beziehen sich auf die Befragten, welche mit „trifft eher zu“ oder „trifft voll und ganz zu“ geantwortet haben.

Tabelle A3.23: Gründe, um aus dem Journalismus auszusteigen nach Alter

	19 - 24 Jahre (n=46)	25 - 31 Jahre (n=139)
Ich möchte mehr Geld verdienen	23 (50 %)	54 (38.8 %)
Ich will eine Veränderung in meinem Berufsleben	21 (45.7 %)	72 (51.8 %)
Ich habe keine Entwicklungsmöglichkeiten	14 (30.4 %)	67 (48.2 %)
Die Firmenkultur passt mir nicht	15 (32.6 %)	63 (45.3 %)
Meine Work-Life-Balance kommt zu kurz	25 (54.3 %)	87 (62.6 %)
Die Zukunft bei meiner aktuellen Stelle ist unsicher	21 (45.7 %)	64 (46 %)

Anmerkung: Skala von 1 („trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („trifft voll und ganz zu“). Angaben beziehen sich auf die Befragten, welche mit „trifft eher zu“ oder „trifft voll und ganz zu“ geantwortet haben.

Tabelle A3.24: Gefahren für den Qualitätsjournalismus Mittelwert & Standardabweichung

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Unzureichende finanzielle Ressourcen	194	4.30	.779
Konzentration von Medieneigentum	188	4.07	.916
Beschleunigung der Arbeitsabläufe	195	4.00	.831
Gewinnerwartungen der Investorinnen und Investoren	189	3.86	1.073
Zunahme der psychischen Belastung von Journalisten	192	3.71	.981
Wettbewerb mit dem Internet	190	3.62	1.071
Einfluss der Werbung auf den Inhalt	192	3.45	1.115
PR, Öffentlichkeitsarbeit und Lobby-Gruppen	192	3.16	.884
Unzureichende professionelle Ethik	195	3.03	.973
Ungenügend ausgebildete Journalistinnen und Journalisten	193	2.77	1.113
Verschränkung von Medien und Politik	188	2.77	.947
Eingeschränkter Zugang zu Information	194	2.76	1.154
Parteiischer Journalismus	194	2.75	.966
Ungenügende Qualität der Journalistenausbildung	182	2.55	1.095
Selbstzensur	174	2.52	.995
Physische Bedrohungen gegen Journalistinnen und Journalisten	182	2.51	1.081
Staatliche Eingriffe in die Medien	191	2.24	1.082
Gesetzliche Regelungen	184	2.22	.939
Ausländische Investitionen in Schweizer Medien	168	2.18	.920
Zensur	184	1.99	1.030

Anmerkung: Mittelwert (M) auf einer Skala von 1 („keine Gefahr“) bis 5 („extreme Gefahr“).

Tabelle A3.25: Einschätzung der eigenen Zukunft als Journalistin/Journalist nach Geschlecht

	<i>Weiblich (n=108)</i>	<i>Männlich (n=76)</i>
Eher optimistisch	46 (42.6 %)	45 (59.2 %)
Eher pessimistisch	32 (29.6 %)	17 (22.4 %)
Weder optimistisch noch pessimistisch	30 (27.8 %)	14 (18.4 %)

Tabelle A3.26: Einschätzung der eigenen Zukunft als Journalistin/Journalist nach Alter

	<i>19 - 24 Jahre (n=46)</i>	<i>25 - 31 Jahre (n=138)</i>
Eher optimistisch	25 (54.3 %)	66 (47.8 %)
Eher pessimistisch	8 (17.4 %)	41 (29.7 %)
Weder optimistisch noch pessimistisch	13 (28.3 %)	31 (22.5 %)

Tabelle A3.27: Einschätzung der Zukunft des Journalismus nach Geschlecht

	<i>Weiblich (n=112)</i>	<i>Männlich (n=77)</i>
Eher optimistisch	26 (23.2 %)	20 (26 %)
Eher pessimistisch	55 (49.1 %)	32 (41.6 %)
Weder optimistisch noch pessimistisch	31 (27.7 %)	25 (32.5 %)

Tabelle A3.28: Einschätzung der Zukunft des Journalismus nach Alter

	<i>19 - 24 Jahre (n=46)</i>	<i>25 - 31 Jahre (n=143)</i>
Eher optimistisch	9 (19.6 %)	37 (25.9 %)
Eher pessimistisch	18 (39.1 %)	69 (48.3 %)
Weder optimistisch noch pessimistisch	19 (41.3 %)	37 (25.9 %)