

Medienmitteilung vom 12. Juli 2016

ZHAW Departement Angewandte Linguistik

Zufriedene Schweizer Journalisten trotz Medienkrise

Die stetigen Hiobsbotschaften zur Medienkrise sind unüberhörbar. Trotzdem sind Schweizer Journalisten gemäss einer vom SNF geförderten ZHAW-Studie mit ihrer Arbeit weitgehend zufrieden. Dies erstaunt, weil sich die redaktionellen Arbeitsbedingungen in den letzten Jahren kaum verbessert haben.

Oft ist der Journalismus bei Ranglisten zu den angesehensten Berufen auf den hinteren Plätzen anzutreffen. Dennoch sind Schweizer Journalistinnen und Journalisten mehrheitlich zufrieden mit ihrer Arbeit: 74 Prozent der Befragten würden den Journalistenberuf jemandem aus ihrem Bekanntenkreis nach wie vor weiterempfehlen, obwohl wegen der Medienkrise vermehrt prekäre Arbeitsbedingungen herrschen. Dies zeigt eine vom Schweizerischen Nationalfonds SNF geförderte schweizweite Journalistenbefragung, welche das Institut für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW in Zusammenarbeit mit der Universität Neuenburg durchgeführt hat. Insgesamt beantworteten über 900 Medienschaffende aus mehr als 200 Redaktionen aller Sprachregionen, Medientypen und Hierarchiestufen online Fragen zu ihrem Beruf.

Neutrale Berichterstatter statt politische Akteure

Journalisten erfüllen eine wichtige Funktion für die Gesellschaft. «Gerade in einer direkten Demokratie tragen sie mit ihrer Arbeit wesentlich zur Orientierung und Meinungsbildung der Bürger bei», sagt ZHAW-Medienwissenschaftler und Studienleiter Vinzenz Wyss. Dabei habe sich ihr Rollenselbstbild trotz starkem Medienwandel in den letzten Jahren kaum verändert. Der typische Schweizer Journalist versteht sich weniger als politischer Akteur, sondern vielmehr als neutraler Berichterstatter, der versucht die Dinge möglichst objektiv darzustellen. Nur wenige verstehen ihre Rolle als Beeinflusser der politischen Agenda beziehungsweise als Kritiker der Wirtschaft oder Regierung. Solche aktiveren Rollen sehen Journalisten aus der lateinischen Schweiz als wichtiger an als diejenigen in der Deutschschweiz.

Insgesamt decken Schweizer Journalistinnen und Journalisten das gesamte politische Spektrum ab, wobei sich der durchschnittliche Medienschaffende leicht links von der Mitte positioniert. Dies gilt beispielsweise auch für SRG-Journalisten. Hingegen stufen sich Frauen noch stärker als Männer eher links ein. Wyss erklärt diesen Befund auch mit der Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus, herrschende Machtverhältnisse infrage zu stellen.

Wenig Vertrauen in Politiker und Parteien

Während Justizsystem (60%), Polizei (48%) und Bundesrat (47%) viel Vertrauen bei den Medienschaffenden geniessen, kommen Politiker (7%) und Parteien (6%) nicht gut weg. Obwohl viele der Befragten den Medien (46%) selbst vertrauen, machen sie sich grosse Sorgen um den Ruf ihrer Branche.

Zudem haben sich auch die Arbeitsbedingungen merklich verschlechtert: Sie müssen immer mehr arbeiten und haben gleichzeitig weniger Zeit, um Geschichten vertieft zu recherchieren. Hingegen geben vier von fünf der Befragten an, dass sie ziemlich frei sind, ihre Themen selbst auszuwählen. Dabei sind den Medienschaffenden die professionel-

len ethischen Standards wichtig. So lehnt es eine grosse Mehrheit ab, Druck auf Informanten auszuüben oder persönliche Dokumente ohne Erlaubnis einzusetzen. Genauso viele halten es hingegen für legitim, versteckte Kameras einzusetzen oder vertrauliche Unterlagen von Regierungen oder Unternehmen zu verwenden.

Knapp die Hälfte ist thematisch – etwa in Ressorts wie Politik, Sport oder Wirtschaft – organisiert. Weit öfters als bei anderen Medientypen sind Journalisten bei den Nachrichtenagenturen sowie bei der SRG auf ein Thema spezialisiert. Zudem beschäftigen sich Männer stärker mit Politik-, Wirtschafts- und Sportthemen, während Frauen eher über Kultur, Gesellschaft und Lifestyle berichten. Ein knappes Drittel der Befragten bespielt zudem als Multimedia-Journalisten im Newsroom-Zeitalter mehr als einen Medienkanal.

Männlich, 42 Jahre alt mit akademischem Abschluss

Der statistisch typische Schweizer Medienschaffende ist männlich, etwa 42 Jahre alt und hat einen akademischen Abschluss. Zudem arbeitet er seit durchschnittlich 15 Jahren vollzeitlich im Journalismus und ist dementsprechend erfahren. Dies hat sich trotz gewaltiger Umwälzungen im Medienbereich in der letzten Zeit nicht gross verändert. Aber der Schweizer Journalismus ist seit der letzten Umfrage vor acht Jahren leicht weiblicher geworden (2015: 39% Frauen; 2008: 35%), etwas gebildeter (2015: 70% mit akademischem Abschluss; 2008: 59%) sowie internationaler (2015: 17% mit ausländischem Pass; 2008: 9%).

Unterschiede lassen sich vor allem zwischen Medienschaffenden in verschiedenen Medientypen ausmachen. Beispielsweise unterscheiden sich SRG-Journalisten besonders von ihren Kollegen bei privaten Radio- und Fernsehstationen. So sind die Mitarbeitenden beim öffentlichen Radio und Fernsehen etwas älter, haben die grössere Berufserfahrung, verdienen mehr und wenden öfters qualitätssichernde Massnahmen an.

Einkommen der Journalisten stagniert

Die Einkommenssituation der Schweizer Journalistinnen und Journalisten ist mit durchschnittlich CHF 6000 nahezu gleichgeblieben. Frauen bleiben in den unteren Lohnklassen noch immer überrepräsentiert. Zudem verdienen Medienschaffende in der Deutschschweiz besser als ihre Kollegen in den anderen Sprachregionen.

Link zum Kurzbericht: <https://www.zhaw.ch/de/linguistik/forschung/journalistik/#c46828>
Vertiefende Ergebnisse werden künftig aktualitätsbezogen und thematisch fokussiert auf dem Blog veröffentlicht: <https://blog.zhaw.ch/iam/herzlich-willkommen-auf-dem-iam-blog/>

Kontakt

Prof. Dr. Vinzenz Wyss, Professor für Journalistik, Institut für Angewandte Medienwissenschaft, ZHAW Departement Angewandte Linguistik, Telefon +41 58 934 77 76, E-Mail vinzenz.wyss@zhaw.ch

Kontakt für die Romandie

Prof. Dr. Annik Dubied, Professeure ordinaire en journalisme, Académie du journalisme et des médias, Université de Neuchâtel, tél. +41 32 718 1474, e-mail: annik.dubied@unine.ch

Medienstelle

Manuel Martin, Science Communication Manager, Corporate Communications ZHAW, Telefon +41 58 934 75 75, E-Mail medien@zhaw.ch