

Burkhard Schmidt, Rainer Nübel, Simon Mack, Daniel Rölle

Arbeitsdruck – Anpassung – Ausstieg

Wie Journalist:innen die Transformation der Medien erleben

Kurzfassung der Studie

Auf einen Blick

- Digitaler Wandel, ökonomische Krise und Vertrauensverlust als Herausforderungen der medialen Transformation führen zu **noch größerem Stress** sowie zu **Zukunfts-sorgen** unter Journalist:innen. Insbesondere Jüngere denken verstärkt daran, **ihren Job aufzugeben**.
- Ein großer Teil der Interviewten hält **die Publikumskritik** an einseitiger oder zu unkritischer Berichterstattung **für bedingt richtig**.
- Die Studie zeigt deutliche Hinweise auf **psychosoziale Belastungen am Arbeitsplatz** mit erhöhtem Risiko für Erkrankungen wie Burn-out. Journalist:innen beklagen in diesem Zusammenhang **mangelnde Unterstützung durch ihre Arbeitgeber**.
- Medienunternehmen und Interessensvertretungen sollten gemeinsam Maßnahmen des **psychologischen Gesundheitsmanagements** entwickeln.

Allgemeiner Kontext zur Studie

Der aktuelle Wandel des deutschen Mediensystems birgt drei zentrale Herausforderungen für Medienunternehmen und Journalist:innen. Erstens bringt die Digitalisierung neue professionelle Anforderungen, etwa durch Crossmedia, mit sich und verstärkt die Arbeitsverdichtung in den Medienhäusern weiter. Gleichzeitig hat sich die Funktion von Journalist:innen als Gatekeeper für Informationen und Meinungen durch neue Akteure stark relativiert. Zweitens zeigen sich insbesondere bei privatwirtschaftlich strukturierten Medien ökonomische Krisenfaktoren: Vertriebs- und Werbeerlöse sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesunken, worauf einige Medienunternehmen mit teilweise gravierenden Personaleinsparungen in den Redaktionen reagiert haben. Drittens gibt es einen Vertrauensverlust journalistischer Medien in Teilen der Bevölkerung. Die Berichterstattung wird unter anderem als zu einseitig oder zu unkritisch kritisiert. Zudem verweist die Forschung auf Negativentwicklungen im publizistischen Kontext wie

Boulevardisierung, Hyperskandalisierung oder Selbstüberschätzung. Diese Entwicklungen und Probleme betreffen die Journalist:innen als zentrale mediale Akteure besonders stark.

Die vorliegende interdisziplinäre Studie verbindet einen arbeits- und organisationspsychologischen Untersuchungsansatz mit medienwissenschaftlicher und -praktischer Perspektive. Sie geht der Frage nach, welche Auswirkungen die Transformation des Mediensystems in Deutschland auf die Journalist:innen als berufliche Profis und dahinterstehende Menschen hat.

Methode

Die Studie folgt einem Mixed-Methods-Ansatz: In einem ersten Schritt wurden leitfadengestützte Interviews mit 20 hauptberuflichen Journalist:innen aus verschiedenen Mediensegmenten zu

den Oberthemen ‚digitaler Wandel‘, ‚ökonomische Krisenfaktoren‘ und ‚Vertrauenskrise‘ geführt. Die Fragen bezogen sich auf vier Ebenen: den Berufsstand, die Medienorganisation, für die oder in der die Journalist:innen arbeiten, ihre erlebte Arbeitssituation sowie ihre Person. In einem narrativen Interviewteil wurden einzelne Aspekte dabei vertiefend behandelt. Die Ergebnisse aus dieser qualitativen Inhaltsanalyse wurden in einem zweiten Schritt zur Grundlage eines Fragebogens, der dann im quantitativen Studienteil für eine Online-Befragung verwendet wurde¹.

Ergebnisse

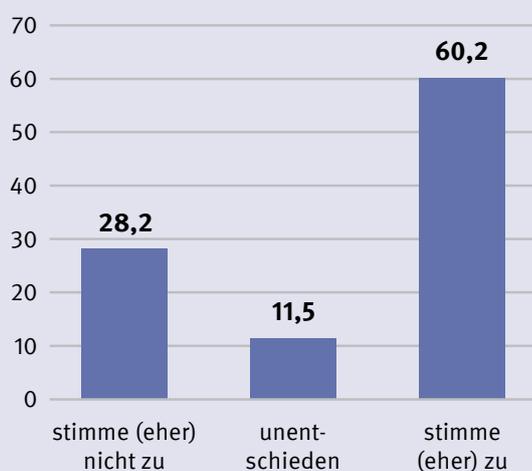
Die Herausforderungen der Transformation im deutschen Mediensystem bewirken nach Wahrnehmung der Mehrheit der Befragten in beiden Studienteilen, dass sich der sowieso schon große Druck auf Journalist:innen weiter erhöht. Die Digitalisierung sowie insbesondere die ökonomische Krise, mit personellen Einsparungen auf organisationaler Ebene, hätten die Arbeitsverdichtung und -belastung vorangetrieben sowie Zeitdruck, Leistungs- und Wettbewerbsdruck erhöht (siehe Abbildung 1).

Ein Drittel der im qualitativen Teil Interviewten sieht einen durch diese Faktoren bedingten bestehenden oder drohenden Qualitätsverlust im Journalismus. Rund 27 Prozent der Online-Befragten konstatieren, dass ihr Medienunternehmen Geschwindigkeit vor Qualität bzw. ökonomische vor publizistische Ziele (38 Prozent) setze.

Passend dazu bestätigen (nahezu) alle Journalist:innen beider Studienteile, dass ein Vertrau-

Abbildung 1:

Im eigenen Arbeitsbereich haben Einsparungen die persönliche Arbeitssituation verschlechtert (in Prozent)



Quelle: Siehe Langfassung der Studie, S. 57, Tabelle 2.

ensverlust des Journalismus – meist aufgrund des Vorwurfs der einseitigen Berichterstattung – als weitere Herausforderung des Wandels vorliege. Während in den qualitativen Interviews allerdings mehr als die Hälfte der Journalist:innen die Publikumskritik am Journalismus für bedingt richtig hält und damit eine Mitverantwortung der Medien an der Vertrauenskrise konstatiert, sieht im quantitativen Studienteil nur eine Minderheit die Vorwürfe der einseitigen (26 Prozent) oder zu unkritischen (31 Prozent) Berichterstattung als zutreffend an. Ein großer Teil der Medienschaffenden insgesamt stellt jedoch fest, dass der Journalismus im Kontext des digitalen und gesellschaftlichen Wandels an Qualität, Bedeutung, Renommee und Attraktivität verliert oder schon verloren hat.

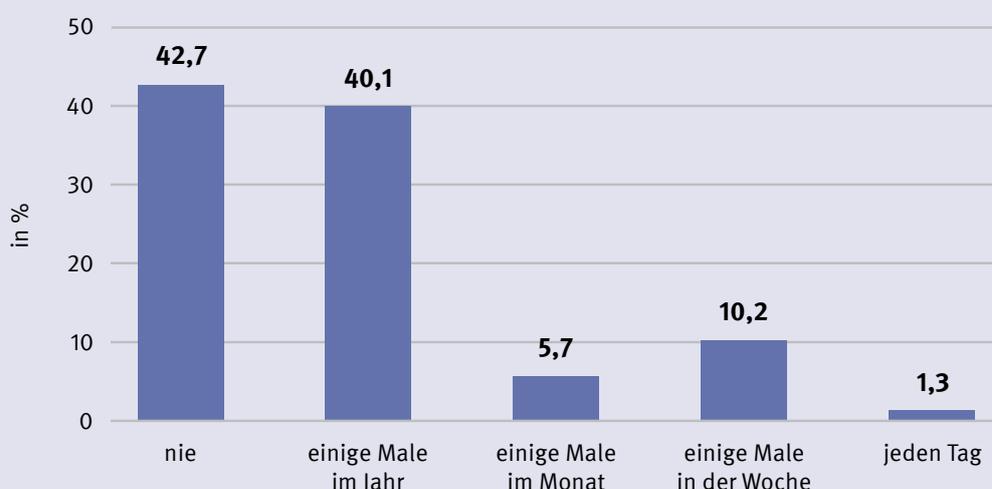
Die zentralen Herausforderungen der medialen Transformation lösen bei den Journalist:innen primär negative Gefühle aus, wie vor allem die

Interviews zeigen: Neben Frustration und Unsicherheitsgefühlen besteht bei vielen Sorge um die Jobsicherheit. Während sich einige ältere Medienschaffende gedanklich eher Richtung Ruhestand orientieren, stecken viele jüngere, insbesondere zwischen 30 und 40 Jahren, offenbar in ihrer beruflichen Perspektive fest. In der Online-Befragung geben fast 60 Prozent aller Befragten, insbesondere jüngere Journalist:innen, an, dass sie in den vergangenen zwölf Monaten wiederholt – jede:r Zehnte einige Male in der Woche – an das Aufgeben ihres Berufs gedacht haben (siehe Abbildung 2).

Mehrheitlich versuchen die Journalist:innen jedoch, den gravierenden beruflichen Herausforderungen sachorientiert zu begegnen – zum Beispiel in Form einer noch sorgfältigeren Recherche (59 Prozent) und einem bewussten Leben und Verteidigen journalistischer Werte und Qualitäten (90 Prozent), zumindest nach außen.

Abbildung 2:

Gedanken über das Aufgeben des Berufs als Journalist:in (in Prozent)



Quelle: Siehe Langfassung der Studie, S. 67, Abbildung 7.

Durch den Einsatz standardisierter und validierter psychometrischer Messinstrumente konnten die Autoren deutliche Hinweise auf psychosoziale Belastungen am Arbeitsplatz feststellen. Dies bezieht sich zum einen auf erhöhte Werte auf der Burn-out-Skala „Mentale Erschöpfung“: Jeweils zwei Drittel der Online-Befragten geben an, sich „schon vor der Arbeit müde“ zu fühlen und dass die Belastungen durch die Arbeit „nicht zu ertragen“ seien, 40 Prozent sind arbeitsbedingt immer häufiger „emotional ausgelaugt“. Zum anderen ließen sich berufliche Gratifikationskrisen erkennen – beispielsweise sehen nur rund 28 Prozent der Journalist:innen für sich angemessene Aufstiegschancen. Daraus lässt sich ein statistisch erhöhtes Gesundheitsrisiko für körperliche und psychische Folgeerkrankungen sowie ein erhöhtes Risiko für Krankheitstage und Frühverrentungen ableiten. Zusätzlich scheint es in vielen Medienunternehmen an einem ausreichenden betrieblichen Gesundheitsmanagement zu fehlen, um diesen Risiken entgegenzuarbeiten. Positiv ist hingegen, dass es den befragten Journalist:innen gelingt, als Ausgleichsmöglichkeit auf individuelle Ressourcen wie Familie und Freunde sowie die private Freizeitgestaltung zurückzugreifen.

Fazit

Aufgrund der ermittelten psychosozialen Belastungsfaktoren im Arbeitskontext von Journalist:innen muss das Thema psychische Gesundheit der eigentlichen Medienmacher:innen mehr in den Fokus der Öffentlichkeit und von Arbeitgeber:innen rücken. Ein zielgruppenspezifisches psychologisches Gesundheitsmanagement unter Einbezug der Interessenvertretungen könnte ein wertvoller

Beitrag sein, um die Gesundheit von Journalist:innen nachhaltig zu schützen und die Arbeitsbedingungen den Transformationsherausforderungen anzupassen.

1 Insgesamt nahmen N=161 Journalist:innen an der Online-Umfrage teil.

Über die Autoren:

Prof. Dr. Burkhard Schmidt lehrt Arbeits- und Organisationspsychologie an der Hochschule Fresenius Heidelberg und ist deren Präsident.

Prof. Dr. Rainer Nübel lehrt Medien- und Kommunikationsmanagement an der Hochschule Fresenius Heidelberg und ist dort Vizepräsident.

Prof. Dr. Simon Mack lehrt Klinische Psychologie und Coaching an der Hochschule Fresenius Heidelberg.

Prof. Dr. Daniel Rölle lehrt Forschungsmethoden und Statistik an der Hochschule Fresenius Heidelberg und ist dort auch Studiengangleiter der Wirtschaftspsychologie.

Herausgeber und Redaktion:

Otto Brenner Stiftung, Jupp Legrand, Wilhelm-Leuschner-Straße 79, 60329 Frankfurt am Main, Tel.: 069-6693-2810, E-Mail: info@otto-brenner-stiftung.de, www.otto-brenner-stiftung.de



Mehr Infos sowie die Langfassung der Studie finden Sie auf unserer Website: www.otto-brenner-stiftung.de