

Mehrheit links der Mitte



Medienprofessor Roger Blum stuft erstmals die 34 wichtigsten Print und elektronischen Medien in einem Links-rechts-Schema ein.

Vor 40 Jahren war noch alles klar: Die Schweizer Zeitungen waren politisch eindeutig gefärbt. Sie dienten den Parteien als Sprachrohre. In eine Redaktion wurde nur aufgenommen, wer Mitglied der entsprechenden Partei war oder mit ihr sympathisierte. Gemessen an der Auflage stand die Presse zu 41 Prozent der FDP nahe, zu 35 Prozent der CVP und zu 8 Prozent der SP. Der Rest verteilte sich auf Blätter anderer Parteien und auf «neutrale». Vor 15 Jahren war die Situation schon diffuser: Die parteiunabhängigen Zeitungen nahmen über 50 Prozent der Gesamtauflage ein, 28 Prozent der Blätter bekannten sich noch zur FDP, 12 Prozent zur CVP und 1,5 Prozent zur SP.

Roger Blum ist Direktor des Instituts für Medienwissenschaft der Uni Bern. Er überprüfte seine Einstufung mit zehn Medienschaffenden und einem Kommunikationssoziologen.

Und heute? Die Medien haben sich von den Parteien gelöst. Sie bezeichnen sich als unabhängig. Heisst das, dass sie alle neutral sind? Nein. Auch heute beziehen die Medien Position. Sie lassen sich einer Tendenz zuordnen. Aber wie? Das ist gar nicht so einfach. Wissenschaftlich untersucht ist nur, wie sich die Journalistinnen und Journalisten politisch positionieren. So wissen wir, dass die Medienschaffenden in der Schweiz mehrheitlich links der Mitte stehen. Gemäss einer vor vier Jahren publizierten Untersuchung des Instituts für Medienwissenschaft der Universität Bern, in die Nachrichten-, Inland- und Wirtschaftsjournalisten einbezogen waren, fühlten sich 34 Prozent dieser Medienschaffenden der SP nahe, 11 Prozent der FDP, 3 Prozent der CVP und 12 Prozent anderen Parteien (darunter vor allem den Grünen). Die SVP hatte überhaupt keinen Anhang unter den Medienschaffenden. Am stärksten links standen die Mitarbeitenden des SRGRadios und der Nachrichtenagenturen, gefolgt von denjenigen des SRG-Fernsehens, der Privatradios und der Zeitungen.

Aber wo stehen die Medien als Ganzes? Verfolgen sie einen vom Verleger oder Direktor vorgegebenen Kurs? Oder sind es die Redaktionen, die die Position prägen? Der Verleger kann beispielsweise durch die Wahl des Chefredaktors Einfluss nehmen. So ist der Wechsel von Roger Köppel zu Simon Heusser an der Spitze der «Weltwoche» nicht ohne Wirkung auf die politische Position des Blattes.

Bei Radio und Fernsehen der SRG setzen Gesetz und Konzession Schranken. Viele Printmedien kennen ferner ein publizistisches Leitbild, das gewisse politische Grundsätze festlegt. Sonst aber ist es die Redaktion, die die politische Position bestimmt. Wie? Durch ihre Kommentare und Abstimmungsempfehlungen, durch ihre Kampagnen und Themenselektionen. Dies alles ist bis jetzt nicht wissenschaftlich untersucht worden. Darum kann man, gestützt auf Beobachtungen und Einschätzungen, die Medien nur sehr vorsichtig einstufen, und die Einstufungen sind umstritten. Weshalb?.

Erstens gibt es Medien, die keinen klaren Kurs halten. Sie nehmen nur selten eindeutig Stellung. Das ist bei einigen Zeitungen der Fall, die in ihrer Region über eine Monopolstellung verfügen, aber auch bei solchen, die sich nicht primär als politisch verstehen wie etwa «Le Matin».

Zweitens gibt es Medien, die kaum kommentieren und bei denen man die Tendenz indirekt über die

Themenwahl bestimmen muss. Dazu gehören SRG-Radio und -Fernsehen.





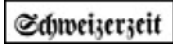













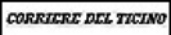










Drittens treffen wir auf Medien, deren Tendenz sich in letzter Zeit geändert hat. «Blick» war unter Peter Übersax in den Achtzigerjahren rechtspopulistisch und ist seit der Ära von Jürg Lehmann linksorientiert (was jetzt wieder leicht zurückkorrigiert wird?). «Die Weltwoche» war unter Fredy Gsteiger noch linksliberal und wurde unter Roger Köppel rechtsbürgerlich.

Es ist unmöglich, ohne inhaltsanalytische Untersuchung und umfassende Befragung der Medienschaffenden alle Medien politisch einzustufen. Hier begnügen wir uns mit den grössten Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen, Nachrichtenmagazinen, den SRG-Radio- und Fernsehprogrammen sowie dem pointiertesten Blatt der konservativen Rechten, der «Schweizerzeit».

Die Grafik zeigt, dass die grösste Macht bei den linksliberalen Medien liegt. Sie überwiegen jene der Mitte und erst recht die rechtsliberalen. Pointiert linke und rechte Medien hingegen gibt es nur wenige. Offen ist, wie stabil diese Positionierungen sind. Vielleicht befindet sich die Schweiz im Übergang zum britischen Prinzip, wo wichtige Medienhäuser, vor allem die News Corporation von Rupert Murdoch, je nach kommerziellen und politisch-opportunistischen Eigeninteressen mal diese, mal jene Partei unterstützen.

Wo steht wer in der politischen Landschaft?

Links	Linksliberal	Mitte	Rechtsliberal	Rechts
Im Sinne einer «Gegen-öffentlichkeit» für radikale Emanzipation der Abhängigen.	Gesellschafts-politisch reformerisch im Sinne der Links-FDP und gemässigten SP, für soziales Engagement des Staates.	Gleich grosser Abstand nach allen Seiten, gemässigt (eventuell gar meinungslos), für Ausgleich.	Wirtschafts-politisch reformerisch im Sinne der Rechts-FDP und gemässigten SVP, für Staatsabbau.	Im Sinne einer nationalen Abschottung für die Erhaltung alter Werte.

 13'000	 312'000	 202'000	 166'000	 166'000
 10'000	 292'000	 194'000	 150'000	 49'000
	 234'000	 163'000	 133'000	
	 60'000	 145'000	 110'000	
	 88'000	 104'000	 40'000	
	 75'000	 204'000	 91'000	
	 38'000	 66'000		
	 33'000	 52'000		
	 80'000	 42'000		
	 48'000			
Printauflage total 23'000	1'260'000	1'172'000	690'000	72'000



837'000



290'000



208'000



64'000



1'000'000



66'000

**Einschalt-
quoten zur Haupt-
sendezeit**

1'399'000

1'066'000

Quelle: Roger Blum, Institut für Medienwissenschaft der Universität Bern

Text

[Zurück zum Seitenbeginn](#)