

ABSTIMMUNGSMONITOR - ZUSATZANALYSE

BERICHTERSTATTUNG IN DER REGION BASEL ÜBER DIE INITIATIVE “GEGEN MASSENEINWANDERUNG” VOM 9. FEBRUAR 2014

Inhalt

- | | |
|--|---|
| 1. ANALYSE: BERICHTERSTATTUNG ÜBER DIE INITIATIVE „GEGEN MASSENEINWANDERUNG“ | 2 |
| 2. ZIELSETZUNG UND METHODIK | 6 |
| 3. ÜBER FÖG / KONTAKT | 8 |

ZÜRICH, 22. MAI 2014

Urheberrecht

Die Verwendung der Inhalte ist frei, unter Voraussetzung der Quellenangabe „fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich“.

1. Analyse: Berichterstattung über die Initiative „gegen Masseneinwanderung“

- STARKE BEACHTUNG FÜR DIE VORLAGE AUCH IN DER REGION BASEL.** Die Volksinitiative der SVP „gegen Masseneinwanderung“ erfährt in den Medien sehr starke Beachtung, deutlich mehr als die anderen Vorlagen vom 9. Februar 2014 (fög 2014). Diese intensive Thematisierung zeigt sich auch bei den Medien in der Region Basel (Abb. 1). Die beiden Abonnementszeitungen bz (Basellandschaftliche Zeitung) und Basler Zeitung berichten mit 84 resp. 81 Beiträgen sogar etwas mehr als der Tages-Anzeiger, einer Abonnementszeitung mit ähnlich grossem Publikationsvolumen (fög 2013: 98). Und auch die Aufmerksamkeit der Tages Woche ist hoch, berücksichtigt man ihr wöchentliches Erscheinen (Print) sowie ihr relativ tiefes Publikationsvolumen (Online). Diese hohe Aufmerksamkeit drückt sich auch in den Erwartungen im Vorfeld aus, dass es sich bei der Vorlage um ein „Megathema“ handle (bz, 25.1.) und ihretwegen das Jahr 2014 als „Schicksalsjahr“ gelte (bz, 27.12.).
- ABLEHNUNG DER VORLAGE IN BZ UND TAGES WOCHE, KLARE ZUSTIMMUNG IN DER BASLER ZEITUNG.** Die Tonalität gegenüber der Vorlage unterscheidet sich zwischen den Zeitungen in der Region Basel deutlich (Abb. 1). In der bz überwiegt eine negative Tonalität (-43), d.h. die Initiative stösst mehrheitlich auf Ablehnung. Im Vergleich mit anderen Titeln der Deutschschweiz und der Suisse romande ist diese Ablehnung am deutlichsten ausgeprägt. Auf der anderen Seite ist von allen untersuchten Titeln die Zustimmung zur Initiative bei der Basler Zeitung am stärksten ausgeprägt (+ 25). Zwischen diesen beiden Polen lässt sich die Tages Woche verorten, bei der die Initiative allerdings auch mehr Ablehnung als Zuspruch erfährt (-27).

Abb.1)

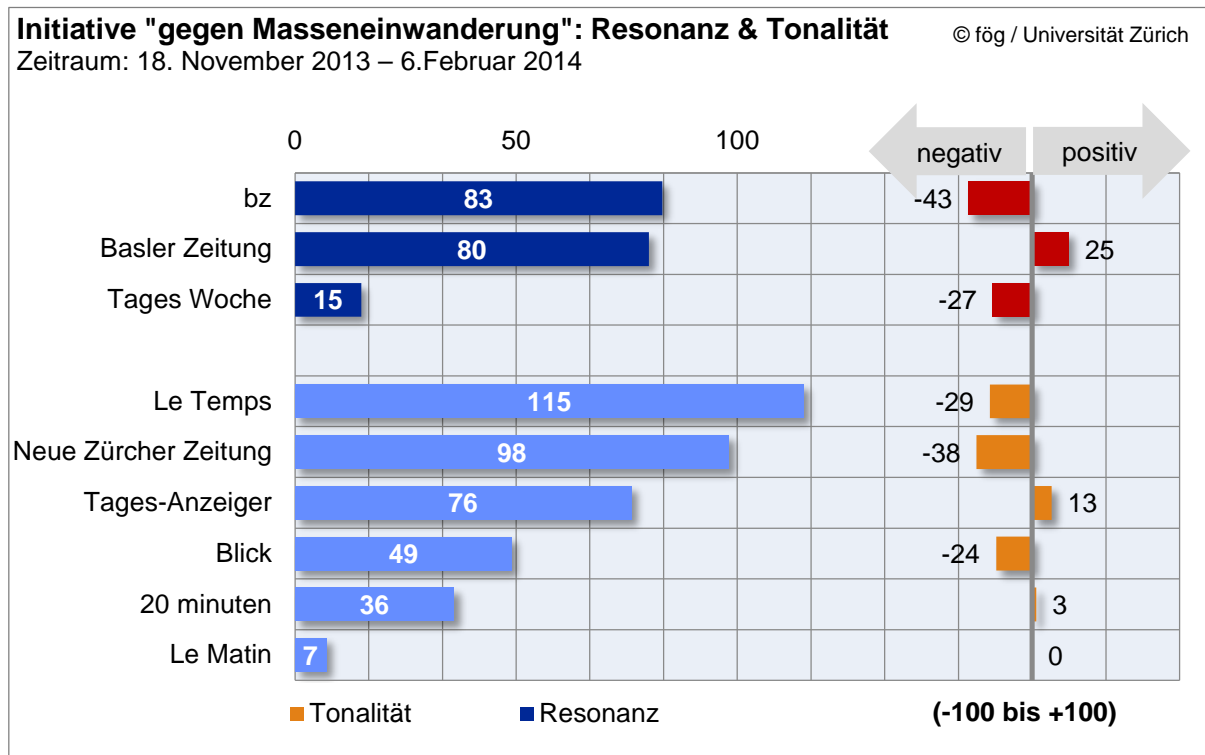


Abbildung 1 zeigt pro Medientitel die Medienresonanz (dunkelblau für die Titel in der Region Basel, hellblau für die anderen Titel) sowie die Tonalität der Beiträge (rot für die Titel in der Region Basel, orange für die anderen Titel). Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen.

MEDIEN ALS WICHTIGE URHEBER DER TONALITÄT.

Bei allen drei Titeln spielt die „Stimme der Medien“ eine wichtige Rolle (Abb. 2), d.h. die Medien sind mehr als „nur“ eine Plattform für Akteure, die sich in den Medien zitieren lassen („Akteure“), und sind damit wesentlich für die Tonalität verantwortlich. Denn in rund 15% der Beiträge ergibt sich die Tonalität gleichgewichtig aus den Stellungnahmen von Akteuren und den Bewertungen der Medien („Medium und Akteure“), und in weiteren rund 30% bestimmen die Medien selbst die positive, kontroverse oder negative Tonalität eines Beitrags („Medium“). Die Medien selbst formulieren zwar nur in der Minderheit eine explizite Abstimmungsempfehlung (rund 5% aller Beiträge). Relativ häufig mit rund 25% sind allerdings Beiträge, in denen die Medien sich bezüglich der Grundproblematik der Vorlage oder bezüglich der Kampagnenakteure positionieren, ohne dabei eine explizite Abstimmungsempfehlung zu geben.

- BASLER ZEITUNG BEZIEHT SELBST POSITION FÜR DIE INITIATIVE.** Die insgesamt positive Tonalität gegenüber der Vorlage (+25) ergibt sich in der BaZ nicht aus den Beiträgen, in denen Kampagnenakteure ihre Botschaften mehr oder minder „ungefiltert“ vermitteln („Akteure“: -16), sondern vor allem daraus, dass die BaZ häufig eigene Bewertungen einfließen lässt. Dies zeigt sich bei Bewertungen in Beiträgen, in denen die Stellungnahmen von Akteuren noch eine Rolle spielen („Medium und Akteure“: +62), und bei den Beiträgen mit primären medialen Bewertungen (+81 resp. +33). Dabei vermittelt die BaZ nicht nur in Kommentaren und Leitartikeln, sondern auch in (Hintergrund-)Berichten in der grossen Mehrheit eine positive Tonalität gegenüber der Initiative.

Abb.2)

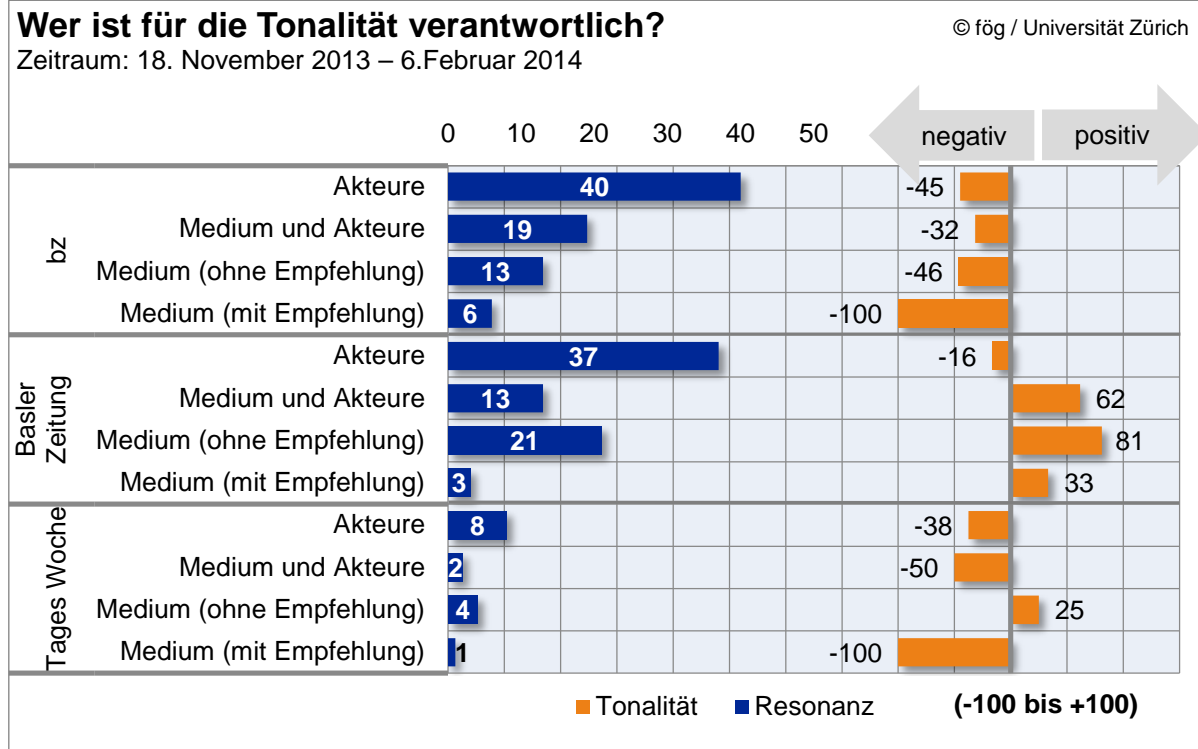


Abbildung 2 weist pro Medientitel aus, welches jeweils die zentralen Urheber der Tonalität in der Berichterstattung über die Initiative „gegen Masseneinwanderung“ sind (n= 167, exkl. Beiträge mit neutraler Tonalität und ohne Urheber). Die blauen Balken zeigen jeweils die Anzahl Beiträge, die orangenen Balken jeweils den Tonalitätsindex. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen.

- Das zugrunde liegende Narrativ fasst die BaZ an einer Stelle mit einem auch bei rechtspopulistischen Parteien bekannten Muster zusammen: „Bei der Debatte um die Masseneinwanderungs-Initiative gibt es zwei Lager. Gewerbe, Handel und Industrie sind mehrheitlich gegen die Initiative, dazu gehört die Classe politique. Für die Initiative sind aber sehr viele besorgte Bürger, die spüren, dass es immer enger wird in der Schweiz“ (15.1.). Typisch sind Beiträge, in denen die Glaubwürdigkeit der Gegner angezweifelt wird: Dies trifft Wirtschaftsverbände wie die Economiesuisse („Die geschürte Angst vor dem Bürokratiemonster“, 2.12.), den Bundesrat generell wegen dessen früherer „Falsch-aussage“ zu arbeitslosen EU-Einwanderern („Mehr Arbeitslose aus dem EU-Raum“, 4.12.) und Bundesrätin Sommaruga im speziellen, die sich 2001 als Nationalrätin noch kritisch zur Zuwanderung geäußert habe, „im Widerspruch zu ihren heutigen Aussagen über die wirtschaftlichen Vorzüge einer durch die Konjunktur gesteuerten Zuwanderung“ (14.12.). Die vermeintlich inkonsequente Haltung Sommarugas versucht die BaZ auch mit einer eigenen Analyse der Körpersprache und Emotionen Sommarugas bei Fernsehauftritten zu belegen („Eine Frau ringt mit sich selbst“, 23.1.). Ebenfalls wird ein Hauptargument der Befürworter, nämlich der Hinweis auf (mögliche) negative Reaktionen der EU, entkräftet: Es handle sich um „leere Drohungen mit den Bilateralen“, da eine Kündigung des Abkommens seitens EU unwahrscheinlich sei (15.1.), oder die „Drohungen“ der EU werden selbst skandalisiert, denn: „Für die heutigen EU-Funktionäre kommt Kritik von unten ebenfalls Gotteslästerung gleich“ (24.1.) In denjeni-

gen Beiträgen schliesslich, in denen die BaZ im Sinne eines „Forumjournalismus“ in erster Linie die Stellungnahmen und Aktivitäten vermittelt oder diesen Akteuren Raum für Gastbeiträge gibt, überwiegt die Ablehnung gegenüber der Initiative (-32). Hier findet beispielsweise das Argument von Basler Wirtschaftsverbänden Resonanz, die Initiative habe die für die Basler Wirtschaft wichtigen Grenzgänger im Visier und führe mit der Einführung des Kontingentsystems zu mehr Bürokratie (11.1.).

- **DEUTLICHE ABLEHNUNG DER VORLAGE IN DER BZ.** Die insgesamt negative Gesamttonalität gegenüber der Initiative (-43) ergibt sich erstens aus dem Überhang an ablehnenden Stimmen in Beiträgen, in denen Akteure die Tonalität bestimmen („Akteure“: -45). Typisch sind hier Beiträge über die Stellungnahmen der Nordwestschweizer Regierungen und des Gewerbeverbandes Basel-Stadt oder über Bundesrätin Sommarugas Auftritt in Liestal. Zweitens, und anders als die BaZ, positioniert sich die bz selbst deutlich gegen die Initiative. Dies zeigt sich am stärksten bei Beiträgen, in denen die bz selbst Stellung bezieht, sei es mit expliziter Abstimmungsempfehlung (-100) oder ohne (-46). In Kommentaren beispielsweise kritisiert die bz die „Stossende Unterscheidung“, nämlich dass die Initiative in illegitimer Weise bereits seit langem in der Schweiz lebende Secondos auf dem Arbeitsmarkt zugunsten von Schweizern diskriminiere (27.12.). Ebenfalls sei es „gefährlich, unser Verhältnis zu Europa fahrlässig zu zerrütten, wo wir doch viele Fragen zur Zuwanderung im Inland beantworten können“, etwa „bei den Löhnen, bei den Mieten und bei der

Sozialhilfe“ („Der falsche Ort für einen Protest“, 25.1.). Und in (Hintergrund-)Berichten weist die bz auf die positiven Effekte der Personenfreizügigkeit auf die Löhne von „Geringverdienern“ hin (18.12.) oder untergräbt die Glaubwürdigkeit der Befürworter, z.B. mit Verweis auf Ständerat Minders Rekrutierung von ausländischen statt einheimischen Arbeitskräften (12.12.) oder auf die bislang nicht sichtbaren politischen Taten der SVP gegen die „Zersiedelung“ im Bereich des Raumplanungspolitik („Zweifel am grünen Mäntelchen der SVP“, 8.1.)

- **ABLEHNUNG DER INITIATIVE IN DER TAGES WOCHE.** Insgesamt überwiegt in der Tages Woche die Ablehnung gegenüber der Vorlage (-27); Stellungnahmen von Akteuren wie etwa der Nordwestschweizer Regierungskonferenz tragen zu diesem Befund bei (-38). In den Fällen allerdings, in denen sich die Tages Woche selber positioniert, ergibt sich ein deutlich ambivalenteres Bild. Explizit wird die Initiative zur Ablehnung empfohlen (-100), Bewertungen ohne konkrete Abstimmungsempfehlungen sind diesbezüglicher deutlich ambivalenter („Medium und Akteure“: -50; „Medium ohne Empfehlung“: +25). Auf der einen Seite wird das Argument der Befürworter entkräftet, in der Schweiz herrsche durch die Zuwanderung Enge und „Dichtestress“: Mit seinem Votum, die „Wahrnehmung“ der Schweizer sei diesbezüglich „ausser Balance geraten“, habe ein ETH-Professor „den wohl entscheidenden Satz in dieser Debatte“ gesagt (17.1). Zudem werden die negativen Folgen der Initiative betont („viel unnötige Bürokratie, Personalengpässe (vor allem in Grenzgängekantonen wie Basel-Stadt)

und Ärger mit der EU“, 17.1.). Auf der anderen Seite wird die Glaubwürdigkeit der gegnerischen Wirtschaftsverbände wie Economiesuisse angezweifelt, die „das immer gleiche Lied von der Abwanderung“ von Firmen sängen, ohne eine solche Abwanderung mit Zahlen belegen zu können, und die mit viel Ressourcen und auf intransparente Weise die Kampagne beeinflussen, etwa bei der Präsentation „hinter schweren, verspiegelten Flügeltüren“ eines in Auftrag gegebenen Gutachtens, das diese Abwanderung belegen sollte („Die Harmonie zwischen Wissenschaft und Wirtschaftslobby ist perfekt. Beinahe geht vergessen, wer die Studie und den frisch gepressten Orangensaft am Buffet bezahlt hat.“, 31.1.).

- **VERANKERUNG UND VERORTUNG DER MEDIENTITEL IN DER REGION BASEL.** In allen drei Zeitungen in der Region Basel können sich regionale Politiker und Wirtschaftsverbände Gehör verschaffen, die auf die spezifische Situation des Wirtschaftsraums Basel mit seinen vielen Grenzgängern hinweisen; insofern sind diese drei untersuchten Zeitungen in der Berichterstattung über eine nationale Vorlage regional verankert. Abgesehen davon ist die Berichterstattung der Basler Zeitung und der bz in diesem konkreten Fall aber ein Stück weit von ihrer Leserschaft in den „Kerngebieten“ entkoppelt. Die sehr positive Tonalität in der BaZ steht im Kontrast zur geringen Zustimmung zur Initiative bei der Stimmbevölkerung in Basel-Stadt; ebenso zeigt sich eine Diskrepanz zwischen der negativen Tonalität in der bz der Initiative gegenüber und der relativ hohen Zustimmung zur Vorlage in Baselland. Es mögen sich hier neben mehre-

ren Faktoren auch verschiedene mögliche publizistische Strategien niederschlagen (BaZ: nationale Positionierung als Blatt mit einem geschärften politischen Profil; bz: Ansprache von Lesern in der Stadt-Basel, die sich von der BaZ abwenden) – doch um dies prüfen zu können, sind sowohl zusätzliche Inhaltsanalysen von anderen Themen als auch Befragungen der Medienmacher notwendig.

- **FAZIT.** Die Initiative „gegen Masseneinwanderung“ findet auch in den Medien der Region Basel sehr grosse Beachtung. Die Medien selbst positionieren sich mit eigenen Bewertungen zu dieser Vorlage und tragen damit zum Gesamtbild entscheidend bei. Während die in den Medien zitierten Akteure, auch aus der Region Basel, die Initiative in der Mehrheit ablehnen, positionieren sich die Basler Zeitung (stark dafür), die Basellandschaftliche Zeitung (stark dagegen) und die Tages Woche (eher dagegen) mit eigenen Bewertungen sehr unterschiedlich. Zumindest in diesem Fall ist, was die Unterstützung der SVP und der Vorlage in der Bevölkerung betrifft, die Berichterstattung der Basler Zeitung und der bz ein Stück weit von ihrer Leserschaft in den jeweiligen „Kerngebieten“ entkoppelt.

2. Zielsetzung und Methodik

Diese Zusatzanalyse basiert methodisch auf dem Abstimmungsmonitor des fög, der seit Anfang 2013 regelmäßig auf der Homepage des fög publiziert wird. Die Analysen zur Berichterstattung über die Vorlagen vom 9. Februar 2014, darunter die Initiative „gegen Masseneinwanderung“, wurden am 31. Januar 2014 und am 6. Februar 2014 veröffentlicht.

Für diese Zusatzanalyse werden alle redaktionellen Beiträge in 9 Print-Titeln erfasst, die sich zentral mit der Abstimmungsvorlage Initiative „gegen Masseneinwanderung“ auseinandersetzen; dabei werden sowohl Beiträge auf den Frontseiten als auch im Innenteil der Zeitungen berücksichtigt.

Tonalität der Beiträge

Die Akzeptanz gegenüber der Abstimmungsvorlage wird über die Tonalität erfasst, die sich im Artikel insgesamt beobachten lässt. Dabei wird zwischen einer „positiven“, einer „negativen“, „kontroversen (ambivalenten)“ oder „neutralen“ Tonalität unterschieden. „Neutral“ bedeutet nicht, dass die Medien „neutral“ im Sinne von „ausgewogen“ sowohl Pro- als auch Kontra-Akteuren Resonanz erteilen, sondern bezieht sich nur auf Beiträge, in denen keine Argumente vermittelt werden (z.B. Deskription von Umfrageergebnissen) und/oder in denen Zusatzinformationen geliefert werden, deren Tonalität gegenüber der Vorlage unklar ist (z.B. Vergleich der Zuwanderungszahlen zwischen der Schweiz und einem Nachbarland ohne Bewertung). In stärkster Form zeigt sich die Tonalität bei Aussagen, die explizit eine Abstimmungsempfehlung beinhalten, und die damit insgesamt den Beitrag prägen. Daneben zeigt sich die Tonalität aber auch bei Aussagen

- zur „Grundproblematik“ einer Vorlage (z.B. „Zuwanderung als Ursache für Dichtestress“ – „positiv“)
- zur Zweckmässigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind

(z.B. „die Initiative verursacht deutlich mehr Probleme, als sie zu Lösungen beiträgt“ – „negativ“)

- zur sozialen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Vorwurf der „Lüge“ an Akteur der Pro-Kampagne – „negativ“)
- zur funktionalen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Lob für effektive Kampagnen-Führung der Befürworter – „positiv“)
- bei zugespitzten Aussagen über die Akzeptanz der Vorlagen gemessen an Meinungsumfragen, mit Thematisierung der Auswirkungen auf die Kampagnenführung und die Erfolgchancen (z.B. „XY erleidet Schiffbruch, Befürworter sind nervös“ – „negativ“).

Der Tonalitäts-Index kann Werte zwischen -100 und +100 annehmen. Er berechnet die Differenz zwischen Beiträgen positiver und negativer Tonalität und setzt diese zur Gesamtresonanz in Beziehung. Ein Wert von +100 würde bedeuten, dass sämtliche Beiträge eine positive Tonalität aufweisen.

Urheber der Tonalität (nur Medientitel in der Region Basel)

Für jeden Beitrag wird bestimmt, ob die Tonalität primär über die Medien selbst bestimmt wird oder primär über Akteure, die in den Medien zu Wort kommen. Eine akteursbestimmte Tonalität lässt sich in stärkster Form bei Gastbeiträgen feststellen; daneben vermitteln aber auch Interviews, Streitgespräche und andere Forumsbeiträge diese Bewertungen und Botschaften von Drittakteuren („Akteure“). Zudem können auch „vermeldende“ Berichte über die Aktivitäten und Botschaften von Befürwortern resp. Gegnern eine bestimmte Tonalität vermitteln, das heisst: indem die Medien bestimmten Akteuren eine Plattform bieten, mehr oder minder „ungefil-

tert“ ihre Kampagnenbotschaften zu platzieren, vermitteln sie eine bestimmte Tonalität (z.B. „positiv“ bei deskriptivem Bericht über Pressekonferenz eines Pro-Komitees).

Eine medienbestimmte Tonalität lässt sich in stärkster Form in Kommentaren und Leitartikeln erkennen, aber auch bei (Hintergrund-)Berichten („Medium“). Hier unterscheiden wir zwischen expliziten Positionierungen des Mediums (explizite Empfehlung, eine Vorlage an- oder abzulehnen) und impliziten Positionierungen (z.B. Bestätigung der Grundproblematik einer Initiative). Daneben erfassen wir diejenigen Fälle, in denen zwar Akteure ihre Positionen einspeisen, die Medien aber diese Akteure und/oder Positionen ebenfalls bewerten („Medium und Akteure“).

Fokus auf die Region Basel

Die Region Basel ist aus mehreren Gründen ein interessantes Forschungsobjekt: In sozialstruktureller Hinsicht ist der schweizweit hohe Anteil an ausländischen Grenzgängern auffallend (Basel-Stadt: 34'339. Baselland 18'211., im Vergleich dazu etwa Zürich 8'909; BFS Q4/2013). Bemerkenswert sind gleichzeitig die Unterschiede auf kleinem Raum zwischen dem Stadtkanton Basel und dem Kanton Baselland: Der Anteil der ausländischen Wohnbevölkerung unterscheidet sich stark innerhalb der Region, von rund 16 Prozent in Dorneck (rund 20 Prozent im gesamten Baselland) bis zu rund 34 Prozent im Kanton Basel-Stadt.

In politischer Hinsicht fallen ebenfalls die Unterschiede zwischen Basel-Stadt und Baselland auf: Die Initiatorin der Vorlage, die Schweizerische Volkspartei (SVP) erzielte bei den Nationalratswahlen 2011 in Basel-Stadt 16.5%, in Baselland 26.9% (Schweiz: 26.6%), und bei den jeweiligen kantonalen Wahlen ins Parlament erlangte die SVP in Basel-Stadt 15% der Mandate und in Baselland als wählerstärkste Partei 26.6%. Die Initiative „gegen Massen-

einwanderung“ schliesslich wurde in Basel-Stadt von unterdurchschnittlichen 39% und in Baselland von leicht überdurchschnittlichen 50.6% in Basel-Land (darunter etwa 60.1% im Bezirk Waldenburg) befragt (Schweiz: 50.3%).

In medienstruktureller Hinsicht ist die Region Basel (erst seit wenigen Jahren ein stark umkämpfter publizistischer Raum. Vor dem Hintergrund von Konzentrationsprozessen und schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Abonnementszeitungen zeigen sich hier Konflikte zwischen den Verlegern der Basler Zeitung und der Basellandschaftlichen Zeitung, die (noch) von den drei grossen privaten Medienorganisationen der Schweiz unabhängig sind (Tamedia, NZZ Gruppe, Ringier) und für deren wirtschaftliche Potenz der Erfolg im Raum Basel entscheidend scheint. Ebenfalls ist die Region umkämpft, weil die Besitzverhältnisse der Basler Zeitung in parteipolitischer Hinsicht brisant sind.

Die Basler Zeitung mit Sitz in Basel-Stadt ist das Referenzmedium des Stadtkantons (verkaufte Auflage 2013: 57'647, Quelle: wemf.ch). Die Besitzerwechsel seit 2010, die zu einer Kontrolle durch rechtskonservative Akteure (MedienVielfalt Holding) und die Einsitznahme von SVP-Nationalrat in den Verwaltungsrat der BaZ Holding füh-

ren, lös(t)en starke negative Reaktionen wie etwa Befürchtung vor einer „Berlusconisierung“ aus (Regierungspräsident Guy Morin, zit. in NZZ, 9.12.2011). In Reaktion auf diese politisierten Diskussionen wurde die TagesWoche gegründet, die allerdings weder punkto Auflage noch Publikationsvolumen noch Ressourcen die Grösse der Basler Zeitung erreicht (Auflage: 26'358). In Baselland ist die Basellandschaftliche Zeitung (Sitz in Liestal) verortet (Auflage: 13'480), die mittlerweile in das Mantelsystem der Zeitung „Nordwestschweiz“ (AZ Medien) integriert ist (163'901) und beispielsweise mit der Aargauer Zeitung dieselben Inhalte im Inlands- und Wirtschafts-Ressort teilt. Ebenfalls parallel zur Diskussion um die Besitzverhältnisse bei der Basler Zeitung lancierte die AZ Anfang 2012 auch eine Stadtausgabe („bz Basel“), um ihr Verbreitungsgebiet zu vergrössern.

Mediensample

Das Mediensample wurde für die vorliegende Zusatz-Analyse ausgebaut und mit drei Titeln aus der Region Basel ergänzt, d.h. bz – Basellandschaftliche Zeitung, Basler Zeitung und Tages Woche (Print- und Online-Version).

Die Resonanz und die Tonalität wird für alle aufgelisteten Medientitel erfasst, die Urheber der Tonalität nur für die drei zusätzlich aufgenommenen Titel aus der Region Basel (mit * markiert).

Abonnementszeitungen: Le Temps, Basler Zeitung*, bz – Basellandschaftliche Zeitung*, Neue Zürcher Zeitung, Tages-Anzeiger

Boulevardzeitungen: Blick, Le Matin

Gratiszeitungen: 20 Minuten

Wochenzeitung: Tages Woche* (inkl. Beiträge auf tageswoche.ch)

Redaktionelle Beiträge über die Abstimmungsvorlagen vom 18. Mai 2014 (ohne Agenturbeiträge, ohne Kurzmeldungen)

Zeitraum: 18. November 2013 – 6. Februar 2014

Weitere zitierte Quellen

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / UZH (2014): Dossier Abstimmungs-Monitor. Abrufbar unter: <http://www.foeg.uzh.ch/analyse/dossier.html> (Zugriff: 21.5.2014)

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / UZH (2013): Jahrbuch Qualität der Medien – Schweiz, Suisse, Svizzera. Basel: Schwabe.

3. Über fög / Kontakt

fög

Das fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft ist ein assoziiertes Institut der Universität Zürich. Das fög analysiert die Inhalte und Formen der öffentlichen Kommunikation und erforscht deren Wirkungen auf ökonomische und politische Organisationen. Das fög entstand auf der Basis des Erkenntnisinteresses, in Gestalt von Kommunikationsereignissen («Issues») die Grundbausteine der sozialen Welt mittels sozialwissenschaftlicher Theorien und Methoden auf äquivalente Weise beobachten zu können, wie im Rahmen der Physik die elementaren Teile der physischen Welt im CERN (Genf) beobachtet werden.

Die Arbeit an diesem Kommunikations-CERN beruht auf der Prämisse, dass die öffentliche Kommunikation das wesentlichste Medium der Selbstregulation und der Integration von Gesellschaft ist. Innerhalb dieses Mediums Kommunikation ist Aufmerksamkeit die «Kernenergie» der sozialen Welt. Sie kreiert Kommunikationsereignisse und diese wiederum fokussieren Aufmerksamkeit.

Das Ziel dieser Beobachtung besteht in der Erfassung und Analyse von Regularitäten öffentlicher Kommunikation im synchronen und diachronen Vergleich über möglichst lange Zeiträume anhand der Erhebung der wichtigsten Kommunikationsereignisse in den Leitmedien von Medienarenen, in Peripheriemedien sowie auch in politischen Arenen (parlamentarische Debatten).

Das fög publiziert regelmässig Studien auf folgender Plattform: www.foeg.uzh.ch

Der Abstimmungs-Monitor des fög wird aus eigenen Mitteln finanziert. Diese Zusatzanalyse kam mit finanzieller Unterstützung der Handelskammer beider Basel zustande.

Kontakt

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft /
Ein assoziiertes Institut der Universität Zürich
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zürich

Dr. Linards Udris

linards.udris@foeg.uzh

+41 44 635 21 17 (direkt)

+41 44 635 21 11 (Zentrale)

Erfahren Sie mehr über den Abstimmungs-Monitor:

<http://www.foeg.uzh.ch/analyse/dossier.html>