

Anna Leupold, Ulrike Klinger, Otfried Jarren

Wie lokale Medien soziale Kohäsion abbilden



Welches Bild sozialer Kohäsion erhalten die Bürgerinnen und Bürger einer Stadt aus den lokalen Medien? Unterscheidet sich dieses Bild nach Stadt und Medium? Diese Fragen standen im Zentrum eines Forschungsprojektes von vhw und Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftlern der Universität Zürich. Zu diesem Zweck wurden lokale Printmedien in Kiel, Saarbrücken und Essen inhaltsanalytisch auf insgesamt neun Kohäsionsdimensionen untersucht. Zentrales Ergebnis der Studie ist, dass sich trotz unterschiedlicher Voraussetzungen in den Städten das medial erzeugte Bild sozialer Kohäsion kaum unterscheidet, während sich deutliche Unterschiede zwischen lokalen Zeitungen, Anzeigenblättern und dem Lokalteil der Bild-Zeitung aufzeigten. Individuelle Medienrepertoires sind entsprechend zentral für das medial vermittelte Bild gesellschaftlichen Zusammenhalts für die Bürgerinnen und Bürger.

Was hält die Gesellschaft zusammen? Diese Frage drängt sich insbesondere in Zeiten von Europäisierung, Einwanderung und der Aufnahme von Flüchtlingen immer stärker ins Zentrum des politischen Diskurses. Doch während auf der nationalen Ebene über Leitbilder, Verantwortlichkeiten für Integration, Anpassung und Spracherwerb diskutiert wird, hängt die Bevölkerungswahrnehmung des gesellschaftlichen Zusammenhalts in hohem Maße von der wahrgenommenen sozialen Kohäsion in der direkten Lebenswelt, d.h. in den Städten und im eigenen Quartier, ab.

Das Niveau gesellschaftlichen Zusammenhalts wird in der Forschung zumeist über eine Mischung aus sozioökonomischen Daten und individuellen Befragungsdaten erhoben. Das Zürcher Projekt zielte jedoch auf einen vorgelagerten Aspekt ab: Woher erhalten Bürgerinnen und Bürger ihre Informationen über ihre Umwelt, welche über ihre direkte, unmittelbare Lebenserfahrung in ihrem Nahbereich hinausgehen, die aber die Grundlage für ihre Konstruktion der Vorstellung von gesellschaftlichen Zusammenhalts bilden? In differenzierten und heterogenen Gesellschaften fungieren Massenmedien als zentrales Beobachtungssystem der Gesellschaft (Luhmann 1995). Deshalb standen lokale wie sublokale Medien im Fokus der Analysen.

Eine Strukturanalyse der drei lokalen Medienmärkte zeigte, dass zwar einerseits die Anzahl der verfügbaren Publikationen vor Ort und mit Lokalbezug in den letzten Dekaden enorm zugenommen hat. Andererseits sinkt die Reichweite der lokalen und regionalen Medien, vor allem der Tageszeitungen, dramatisch: Manche Tageszeitungen haben in den letzten 20 Jahren ein Drittel bis die Hälfte ihrer Leser verloren. Unbeschadet die-

ser Entwicklung nehmen im lokalen Bereich Printmedien nach wie vor eine herausragende Stellung als Informationsmedien und für die Konstitution einer lokalen Öffentlichkeit ein. Folglich wurden für das Projekt Tageszeitungen, Anzeigenblätter sowie die Lokalteile der Bild-Zeitung in den drei Städten analysiert. In Folgeprojekten sollte aber diesem lokalen medialen Strukturwandel verstärkt Aufmerksamkeit geschenkt werden.



Abb. 1: Bereiche und Dimensionen sozialer Kohäsion (Quelle: in Anlehnung an Dragolov et al. 2014, S. 15)

Was ist soziale Kohäsion?

In unserer Studie stützen wir uns auf das von Delhey und Dragolov (2016) – ursprünglich für die Bertelsmann Stiftung – entwickelte multidimensionale Konzept sozialer Kohäsion.



Die Forschergruppe definiert eine kohäsive Gesellschaft als „gekennzeichnet durch belastbare soziale Beziehungen, eine positive emotionale Verbundenheit mit dem Gemeinwesen und eine ausgeprägte Gemeinwohlorientierung.“ (Dragolov et al. 2014, S. 14; vgl. auch Abb. 1)

Der Bereich der sozialen Beziehungen ist geprägt von den Beziehungen zwischen den Mitgliedern der Gesellschaft, wobei wir unter diese Kategorie nicht wie die Originalstudie nur Individuen, sondern auch zivilgesellschaftliche Vereinigungen – wie z.B. Vereine, soziale Bewegungen, kirchliche Einrichtungen, Bürgerinitiativen und Ähnliches – gefasst haben. Die Dimensionen, welche diesen Bereich kennzeichnen, sind soziale Netze, Vertrauen in die Mitmenschen und Akzeptanz von Diversität (Dragolov et al. 2014, S. 15-16). Soziale Netze beschreiben das Beziehungsnetz von Menschen, auf welches sie formell und informell durch Familie, Freunde, aber auch Bekannte und Vereinskameraden zurückgreifen können. Interpersonales Vertrauen wird hier verstanden als das generalisierte Vertrauen, welches den Mitmenschen in der eigenen Lebenswelt unabhängig von einzelnen Vorfällen oder Ereignissen entgegengebracht wird. Akzeptanz von Diversität schließlich ist eine bewusst normativ gewählte gesellschaftliche Eigenschaft, die gemäß Dragolov et al. (2014, S. 17) in modernen, westlichen Gesellschaften unabdingbar für ein hohes Maß an Zusammenhalt ist, da Heterogenität in Bezug auf die Zusammensetzung der Bevölkerung hinsichtlich Herkunft, Religion und gesellschaftlicher Identität zwangsläufig gegeben ist. Der Bereich ‚Verbundenheit‘ beschreibt die Beziehungen zwischen Bürgern und Staat bzw. staatlichen Institutionen. Hierzu gehören neben der Identifikation mit dem Gemeinwesen auch das Vertrauen in öffentliche Institutionen und das Gerechtigkeitsempfinden verstanden als der Grad der wahrgenommenen Fairness innerhalb des Gemeinwesens bezüglich verteilungspolitischer Fragen (Dragolov et al. 2014, S. 15-16).

Der Querschnittsbereich ‚Gemeinwohlorientierung‘ umfasst schließlich drei Dimensionen, welche weder eindeutig horizontale Beziehungen zwischen Bürgerinnen und Bürgern noch vertikale Beziehung zwischen Bürgerinnen und Bürgern und Staat beschreiben, aber als Grundvoraussetzung für hohe Werte im Bereich der anderen beiden Domänen angesehen werden können. Hierunter fallen Solidarität und Hilfsbereitschaft, die Anerkennung sozialer Regeln sowie gesellschaftliche Teilhabe (Dragolov et al. 2014, S. 15-16). Neben der Besonderheit, dass bei dem gewählten Konzept sozialer Kohäsion die Akzeptanz von Diversität explizit als positiver Bestandteil von Kohäsion bewertet wird, soll an dieser Stelle noch erwähnt werden, dass ökonomische Un-

gleichheit und objektive Verteilungsgerechtigkeit nicht als Teil unseres kommunikativ vermittelten Konzepts sozialer Kohäsion angesehen werden. Vielmehr zählen diese Faktoren aus unserer Sicht zu den möglichen Erklärungsfaktoren, welche Unterschiede im Ausmaß der gemessenen Kohäsion erklären können (Leupold/Klinger/Jarren 2016, S. 4).

Wie kann soziale Kohäsion in Mediendaten erfasst werden?

Soziale Kohäsion ist ein gesellschaftliches Attribut, d.h., nur eine Gruppe von Menschen, nicht aber das Individuum kann einen niedrigeren oder höheren Grad von Zusammenhalt aufweisen. Woher aber hat eine Gruppe eine geteilte Vorstellung des Zusammenhalts seiner Mitglieder? Welche Aspekte bei der Vorstellung eines Zusammenhalts stehen dann im Vordergrund, welche spielen keine oder eine untergeordnete Rolle? Wie bereits erwähnt, fungieren Medien als Selbstbeobachtungssystem der Gesellschaft. Die Rolle des Lokaljournalismus ist dabei, in einer differenzierten Stadtgesellschaft einen Überblick über aktuelle Entwicklungen des sozialen und politischen Lebens vor Ort zu bieten. Entsprechend untersuchten wir das Bild, das lokale Massenmedien von sozialer Kohäsion vor Ort zeichnen.

Da sich in den vergangenen Jahren aufgrund von Finanzierungsproblemen (Verluste im Werbe- wie Vertriebsmarkt) und Medienwandel (u.a. Wandel bei der Nutzung) viele Anbieter aus dem lokalen Bereich zurückgezogen haben, sind lokale Printzeugnisse wie Anzeigenblätter, Regionalzeitungen und die Lokalteile der „Bild“-Zeitung die Massenmedien, die explizit auf den lokalen Raum fokussieren. Die Lokalteile dieser drei Zeitungstypen wurden dann auch für die drei untersuchten Städte analysiert.¹ Als Stichprobenverfahren wurde aus den zwischen 24. März und 30. Juni 2015 gesammelten Zeitungs-

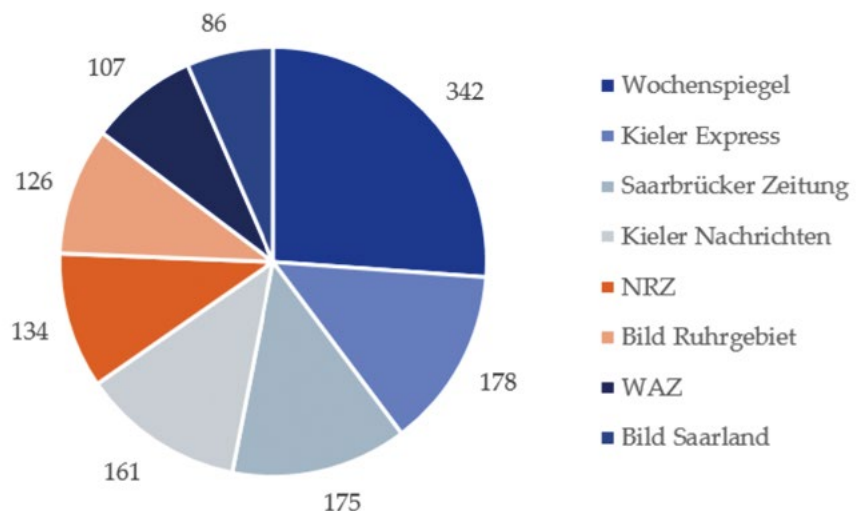


Abb. 2: Analyzierte Medien. N = 1.309, Anzahl der Artikel im Sample

¹ In Essen waren die Anzeigenblätter weder digital noch in gedruckter Form für diese Analyse verfügbar. Für Kiel gibt es keinen Lokalteil der Bild-Zeitung.

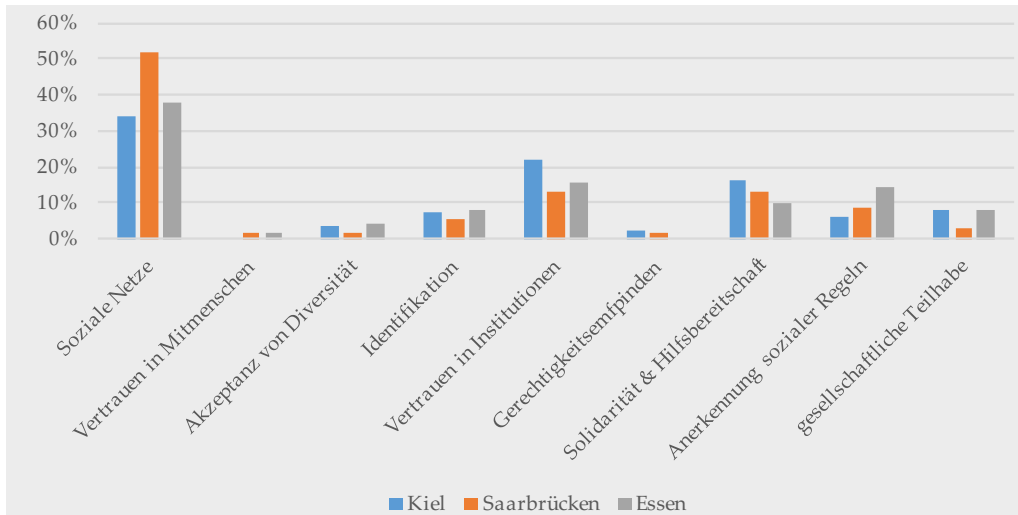


Abb. 3: Kohäsionsdimensionen nach Städten. N = 464 Artikel (nur Lokalzeitungen: Kiel=133, Saarbrücken=125, Essen (WAZ & NRZ) = 206)

ausgaben eine künstliche Woche gebildet, d.h., es wurden an sechs Erscheinungstagen je der gesamte Lokalteil bzw. im Falle der Anzeigenblätter die gesamte Ausgabe analysiert, wobei jeder Wochentag (Montag – Samstag) einmal in der Stichprobe vertreten ist. Es wurden alle redaktionellen Beiträge codiert (keine Anzeigen, Werbung und Bilder). Abb. 2 gibt einen Überblick über die analysierten Medien sowie die Anzahl der Artikel, welche jeweils aus diesen Medien in die Stichprobe eingegangen sind.

Pro Artikel wurde zunächst identifiziert, ob dieser einen Bezug zur jeweiligen Stadt oder einem Stadtteil aufweist. War dies der Fall, wurde der Artikel in die Stichprobe aufgenommen. Im nächsten Schritt wurde überprüft, ob mindestens eine der neun oben eingeführten Kohäsionsdimensionen in dem Artikel vorkommt. War dies der Fall, wurde der Artikel als kohäsionsrelevant eingestuft und alle darin vorkommenden Dimensionen sozialer Kohäsion sowie deren Bewertung codiert. Die Struktur der Lokalberichterstattung ist von Berichten und Veranstaltungshinweisen gekennzeichnet, welche sachlich, kurz, ereignisbezogen und wenig kritisch sind. Rund 60% der analysierten Artikel sind kürzer als 150 Wörter. Lange Hintergrundberichterstattung und einordnende Kommentare spielen kaum eine Rolle.

Das Bild sozialer Kohäsion in den Medien

Die Analyse der Ergebnisse zeigt eine sehr ungleiche Repräsentation der unterschiedlichen Kohäsionsdimensionen im medienvermittelten Bild gesellschaftlichen Zusammenhalts. Am stärksten zeigt sich diese Ungleichverteilung im horizontalen Bereich, welcher die Beziehung zwischen den Bürgern untereinander beschreibt (1.-3. Dimension). Während die Berichterstattung über soziale Netzwerke und damit Vereine, Kirchengemeinden, Initiativen, aber auch Freundschaften und Familienzusammenhalt stark ausgeprägt ist, wird das Niveau des Vertrauens zwischen den Bürgern sowie auch das Thema der Akzeptanz von

Diversität, d.h. von Minderheiten wie z.B. Ausländern und Flüchtlingen, in der Lokalberichterstattung kaum thematisiert. Eine Erklärung hierfür könnte die starke Politisierung der Flüchtlingskrise sein, wodurch diese Themen vermutlich eher im Politikteil als im Lokalteil der Zeitungen aufgegriffen wurden.

Auch im vertikalen Bereich ist eine ungleiche Verteilung zu beobachten (4.-6. Dimension): Vertrauen in Institutionen und auch die Identifikation mit einer Stadt oder

einem Stadtteil spielen eine relativ wichtige Rolle für die lokale Berichterstattung, während Artikel, welche das (wirtschaftliche) Gerechtigkeitsempfinden thematisieren, eher die Ausnahme bilden. Auch bei diesem Thema liegt die Vermutung nahe, dass es eher im Politik- als im Lokalteil der Zeitungen aufgegriffen wird. Im Querschnittsbereich der Gemeinwohlorientierung finden sich alle drei Dimensionen in den Medien wieder.

Stadtcharakteristika und das medial vermittelte Bild von Kohäsion

Das medial vermittelte Bild sozialer Kohäsion ist über die Städte hinweg relativ konsistent (siehe 3). Trotz unterschiedlicher Größe, Sozialstruktur und Stadtentwicklung in Bezug auf das Bevölkerungswachstum bzw. einen -rückgang – Faktoren, welche in der Literatur als Erklärungsvariablen für Unterschiede im Grad der Kohäsion herangezogen werden – erhalten die Bürgerinnen und Bürger in den drei Städten aus den Lokalmedien ein ähnliches Bild des gesellschaftlichen Zusammenhalts vor Ort.

Kleinere Unterschiede finden sich in einem etwas höheren Wert für Vertrauen in Institutionen und für Solidarität und Hilfsbereitschaft in Kiel als in den anderen beiden Städten sowie einem höheren Wert für soziale Netze in Saarbrücken. Knapp nicht mehr statistisch signifikant ist ein etwas höherer Wert für die Anerkennung sozialer Regeln in Essen. Zusätzlich zu den Kohäsionsdimensionen wurde codiert, auf welches geografische oder soziale Objekt sich ein Artikel bezieht.² Während sich bei den Dimensionen sozialer Kohäsion nur geringe Unterschiede zwischen den Städten zeigten, zeigt Abb. 4 für die Bezugsobjekte deutliche Unterschiede zwischen den Städten.

² An dieser Stelle sei nochmals daran erinnert, dass die Lokalteile der Zeitungen und darin nur die Artikel codiert wurden, welche bereits am Titelanfang einen expliziten Bezug zur Stadt oder einem Stadtteil herstellten.

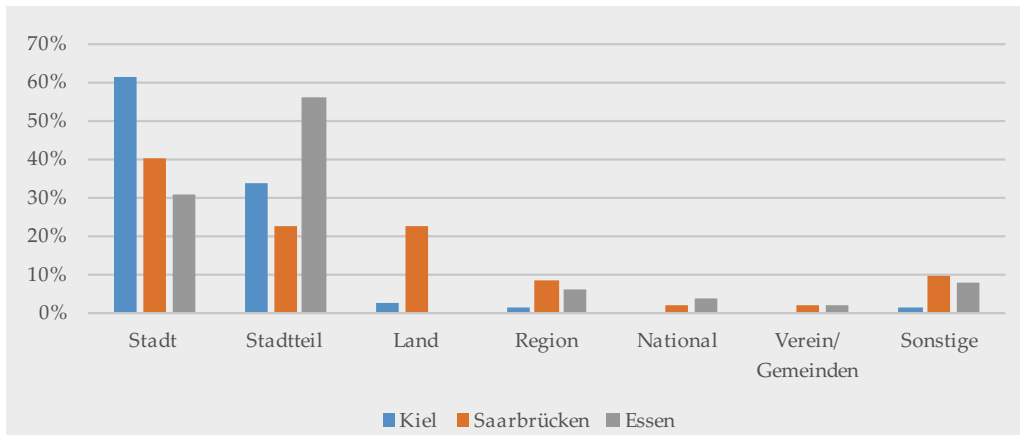


Abb. 4: Bezugsobjekt der Kohäsion. N = 595, das Bezugsobjekt wurde nur für Artikel mit Bezug zu sozialer Kohäsion codiert

In Kiel sind mit Abstand die Stadt und dann bestimmte Stadtteile die wichtigsten geografischen Bezugspunkte, auf den sich die Artikel beziehen. In Saarbrücken spielt neben Stadt und Stadtteilen auch das Land Saarland eine wichtige Rolle. In Essen – der größten der untersuchten Städte – stellen die Stadtteile einen wichtigen Bezugspunkt in der Berichterstattung dar, während die Stadt nur an zweiter Stelle kommt. Darüber hinaus gibt es auch vereinzelt Bezüge zum Ruhrgebiet, während das Land Nordrhein-Westfalen nicht zum lokalen Bereich gezählt wird bzw. werden kann. Um den Zusammenhalt innerhalb von Vereinen geht es in knapp 6% aller Artikel, wobei die Berichterstattung hierüber am intensivsten in Saarbrücken ist. Dieser Befund kann auf die hohe Anzahl der Artikel aus dem Wochenspiegel, dem lokalen Anzeigenblatt, zurückgeführt werden.

Ein oder viele medial vermittelte Bilder sozialer Kohäsion in einer Stadt?

Während bisher gezeigt wurde, dass die lokalen Printmedien unabhängig von Charakteristika der Stadt ein relativ homogenes Bild sozialer Kohäsion vermitteln, zeigt sich in der fol-

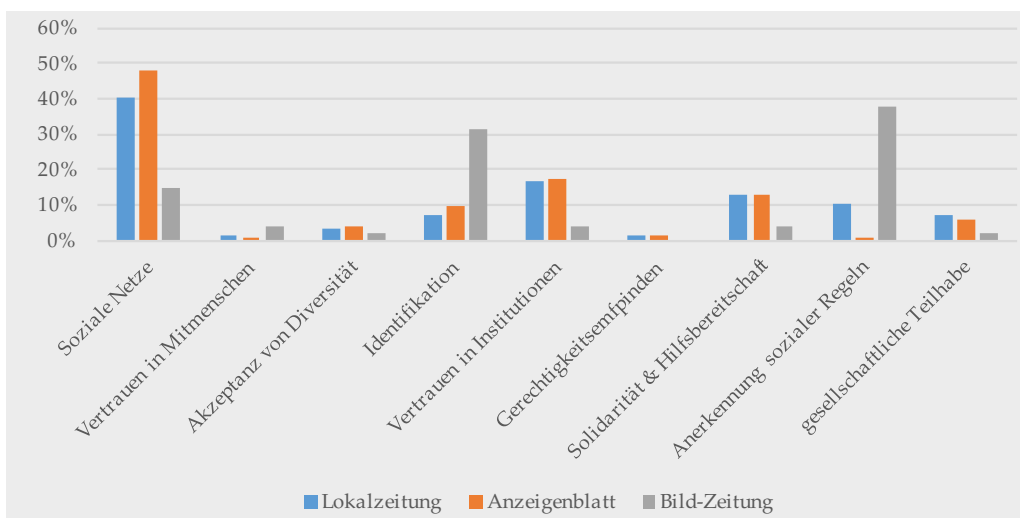


Abb. 5: Kohäsionsdimensionen nach Zeitungstyp. N = 873, pro Artikel wurden alle vorhandenen Dimensionen sozialer Kohäsion codiert. Alle Balken einer Farbe summieren auf 100%

genden Auswertung, dass dieses Bild sich umso mehr dahingehend unterscheidet, aus welchem Medium Bürgerinnen und Bürger sich informieren (vgl. Abb. 5).

Die teils starken Unterschiede zwischen den Medientypen zeigen, dass die Bürgerinnen und Bürger – je nach individuellem Medienrepertoire – ein sehr unterschiedliches Bild sozialer Kohäsion vermittelt bekommen: Lokalzeitungen und Anzeigenblätter berichten deutlich häufiger über soziale Netze, Vertrauen in Institutionen sowie Solidarität und Hilfsbereitschaft unter den Bürgern einer Stadt als die Bild-Zeitung. Explizit identitätsstiftende Artikel sowie Berichte über Kriminalität (soziale Regeln) werden deutlich häufiger in der Bild-Zeitung thematisiert.

Im Zuge der Codierung der Kohäsionsdimensionen wurde zusätzlich erhoben, ob diese positiv, neutral oder negativ konnotiert in einem Artikel erwähnt wurde. Dabei gab es große Unterschiede zwischen den Kohäsionsdimensionen. Während über Solidarität und Hilfsbereitschaft typischerweise positiv berichtet wird – ein Mangel daran ist selten Gegenstand der Lokalberichterstattung –, wird üblicherweise über die Anerkennung sozialer Regeln dann berichtet, wenn es einen Bruch dieser Regeln in Form von Kriminalität, Korruption, auffälligem Verhalten etc. gibt. Analog zu den aufgezeigten Unterschieden in der Wichtigkeit der Kohäsionsdimensionen zwischen den Zeitungstypen zeigen sich also entsprechend auch Unterschiede, wie hoch der Anteil der positiven, neutralen/ambivalenten und negativen Bewertungen von kohäsionsrelevanten Inhalten ist, mit welchen die Leser der jeweiligen Medien konfrontiert werden.

Abb. 6 zeigt darüber hinaus, dass die in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur häufig gefundene Verzerrung hin zu negativen Schlagzeilen und Nachrichten für die Lokalberichterstattung nicht generell bestätigt werden kann. Vielmehr finden sich in Lokalzeitungen und Anzeigenblättern ganz überwiegend positive und neutrale Darstellungen der Kohäsionsdimensionen. Die sehr hohe

Inhalten ist, mit welchen die Leser der jeweiligen Medien konfrontiert werden.

Abb. 6 zeigt darüber hinaus, dass die in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur häufig gefundene Verzerrung hin zu negativen Schlagzeilen und Nachrichten für die Lokalberichterstattung nicht generell bestätigt werden kann. Vielmehr finden sich in Lokalzeitungen und Anzeigenblättern ganz überwiegend positive und neutrale Darstellungen der Kohäsionsdimensionen. Die sehr hohe

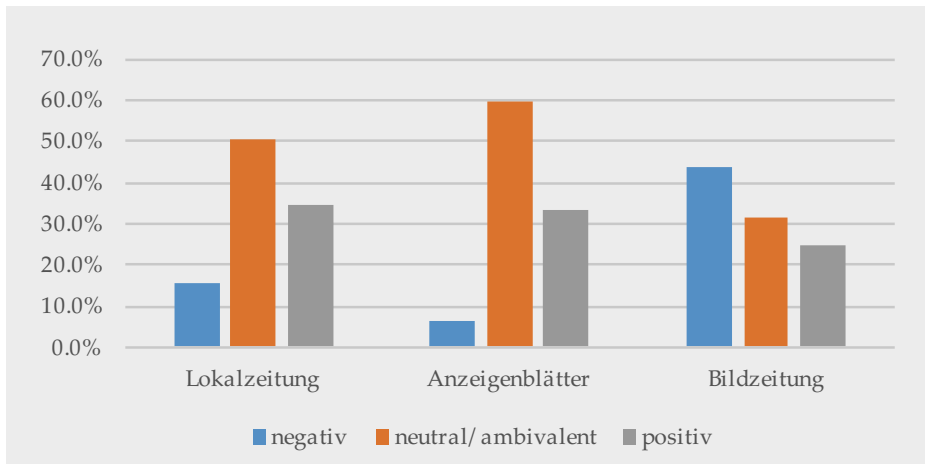


Abb. 6: Bewertung der Kohäsionsdimension nach Zeitungstyp. N = 873, pro Artikel wurden Bewertungen für alle vorhandenen Dimensionen sozialer Kohäsion codiert

Anzahl neutraler und ambivalenter Kohäsionsbezüge stammt aus den vielen Veranstaltungsankündigungen, welche aufgrund ihres Stattfindens in der Zukunft als neutral erfasst wurden. Im Gegensatz hierzu steht die Lokalberichterstattung der Bild-Zeitung, welche deutlich stärker über negative Aspekte, wie z.B. Regelverletzungen und Skandale, berichtet.

Zusammenfassung

Welches Bild sozialer Kohäsion erhalten die Bürger einer Stadt also aus den lokalen Medien? Vor dem Hintergrund unserer Ergebnisse müssen für die Beantwortung dieser Frage die von den Bürgern genutzten Medien berücksichtigt werden, um Rückschlüsse auf das vermittelte Niveau sozialer Kohäsion zu erhalten. Es hat sich gezeigt, dass die Redaktionen entsprechend der medialen Zielsetzung und der ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen einen mehr oder weniger ausgeprägten Fokus auf das Lokale haben. Während die Bild-Zeitung ihre Leser wohl vor allem über die große Politik und den Sportteil gewinnt und bindet, ist es der explizite Fokus der Lokal- und Regionalzeitungen wie anderer lokaler Medien, über lokale Entwicklungen zu berichten. Qualitativ ergeben sich hier auch Unterschiede zu den Anzeigenblättern, die ein ähnliches Muster an Kohäsion abzubilden scheinen, aber z.B. noch weniger kritisch auf lokale Eliten blicken als die Lokalzeitungen. Häufig bieten sie unhinterfragt ein direktes Forum für Vereine und Politik, welche ohne journalistische Einordnungsleistung ihre Positionen und Meinungen publizieren können.

Gemessen an der Gesamtbevölkerung erreichen Zeitungen allerdings nur noch eine Minderheit der Bürgerinnen und Bürger, welche zudem überwiegend der älteren, gebildeten deutschsprachigen Mittelschicht angehören. Die vorliegenden Studienergebnisse ergeben erste Hinweise auf den Struktur- wie Nutzungswandel in den lokalen (Medien-)Räumen. Die Markt-, Inhalts- wie Nutzungsanalysen müssen vertieft werden. Folgestudien, welche das Medienrepertoire anderer Milieus miteinbeziehen, wären wünschenswert, um ein detaillier-

teres Bild zu erhalten, wie die mediale Konstruktion gesellschaftlichen Zusammenhalts für jüngere Menschen, Menschen mit Migrationshintergrund und Menschen in prekären Lebenslagen aussieht. Zudem ist es zwingend, auch Formen der Online-Kommunikation systematisch einzubeziehen. Wie tauschen sich welche sozialen Gruppen über was aus? Und schließlich gewinnt folgende Frage immer mehr an Relevanz: Wie können Gemeinden, Städte und lokale Institutionen die verschiedenen sozialen Gruppen – noch – erreichen?

Dr. Anna Leupold, Dr. Ulrike Klinger, Prof. Dr. Otfried Jarren
Abteilung „Medien & Politik“, IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung, Universität Zürich

Quellen:

- Delhey, J./Dragolov, G. (2016): Happier together: Social cohesion and subjective well-being in Europe. In *International Journal of Psychology*, 51(3), 163-176, DOI: 10.1002/ijop.12149.
- Dragolov, G./Ignáz, Z./Lorenz, J./Delhey, J./Boehnke, K. (2014): Radar gesellschaftlicher Zusammenhalt. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Leupold, A./Klinger, U./Jarren, O. (2016): Imagining the city. *Journalism Studies*, 1-23, DOI:10.1080/1461670X.2016.1245111.
- Luhmann, N. (1995): Die Realität der Massenmedien. (N.-W. A. der Wissenschaften, Ed.) (S. 1-78). Wiesbaden: Springer Fachmedien.