

## **Lokale Mediennutzung = lokale Integration?**

### **Was leisten lokale Medien für ein (besseres) Leben vor Ort?**

Der Beitrag von Medien bzw. Journalismus zur Integration von Menschen in die Gesellschaft ist eine zentrale innerhalb der Kommunikationswissenschaftlichen Forschung (Reimer et al., 2023; Immler & Hölig, 2021) und bietet sehr konkrete Anknüpfungspunkte, wie Medien zu einem guten Leben beitragen können. Gerade für globale Herausforderungen wie den Klimawandel wird gesellschaftlicher Zusammenhalt als besonders zentral herausgehoben (Salheiser & Richter, 2023).

Insbesondere für den geographischen Nahraum wird dieser Zusammenhang untersucht – da eine lokale Anbindung insbesondere anhand der alltäglichen Lebenswelt erfahrbar wird (Nitzschke & Schweiger, 2021). Der (normativ abgeleiteten) Bedeutung, die etwa lokalen Medien und dem Lokaljournalismus als „demokratisierende“ Institution für lokal fokussierte Vermittlungs-, Integrations- und Artikulationsleistungen zugeschrieben wird, stehen jedoch kaum empirisch fundierte Belege gegenüber. Ein Großteil der Studien, die positive (und negative) Auswirkungen der Verfügbarkeit und lokalen Medien untersuchen, beziehen sich auf Strukturdimensionen auf der Lokalebene und untersuchen etwa die Auswirkungen von (Lokal-)Zeitungsschließungen und Entstehung sog. News Deserts in den USA (Hayer & Lawless, 2018; Darr et al., 2018). In Deutschland ist diese Entwicklung glücklicherweise (noch) nicht anzutreffen, so dass die Erforschung von Effekten der Lokalmediennutzung auf Individualenebene sinnvoller erscheint. Analysen, die sich mit dem Zusammenhang zwischen Mediennutzung und lokaler Integration befassen, sind jedoch überwiegend zeitlich zurückliegend und mit Ausnahmen (Mahrt, 2006) auf die USA konzentriert (Stamm et al., 1997; McLeod, 1996).

Vor diesem Hintergrund gehen wir der Frage nach, ob in einem zunehmend diversifizierten Medienumfeld in Deutschland der Zusammenhang zwischen lokaler Mediennutzung und lokaler Integration empirisch belegt werden kann.

Mit Bezug auf die multidimensionale Anlage des Konzeptes lokaler Integration (Wagner, 2022, S. 19-28) unterscheiden wir zwischen einer affektiven und verhaltensbezogenen (active) Dimension (Hoffman & Eveland, 2010). Die affektive Dimension beschreibt die Bindung an eine geographisch bestimmte Gemeinschaft – ein Zugehörigkeitsgefühl (community attachment). Die aktive Dimension beschreibt dagegen die Einbindung der Person in Aktivitäten und Institutionen am jeweiligen Wohnort (Vereine, Verbände). Bestehende Studien, weisen überwiegend auf einen positiven Zusammenhang zwischen der Nutzung lokaler Medien und a) dem

Engagement in der Gemeinschaft (u.a. Stamm et al., 1996; Shaker, 2014) sowie b) der affektiven Bindung an den Heimatort (Mahrt, 2006; Jeffres et al., 2002). Gleichzeitig bestehen divergierende Annahmen über die Wirkungsrichtung (Hoffman & Eveland, 2010). Aus diesem Grund formulieren wir ungerichtete Hypothesen:

H1: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen der Nutzung lokaler Medien und dem lokalen Engagement (“community engagement”).

H2: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen der Nutzung lokaler Medien und dem lokalen Zugehörigkeitsgefühl (“community attachment”).

Zudem gehen wir mit Bezug auf die Bedeutung von Medien für Anschlusskommunikation (Mahrt, 2008) der Frage nach, inwiefern der Zusammenhang zwischen der Nutzung lokaler Medien über Gespräche mit Menschen vor Ort moderiert wird.

## **Methode**

Zur Prüfung dieser Annahmen haben wir eine Befragungsstudie in zwei Regionen in Deutschland – Raum Mainz (RLP, PLZ Bereich 55) sowie den Raum Erfurt (TH, PLZ Bereich 99) durchgeführt, um unterschiedliche geographische Räume, die jedoch in ihrer Struktur ähnlich sind (Stadt mit ländlichem Umland) zu berücksichtigen und damit die Robustheit unserer Ergebnisse zu testen. Für eine möglichst hohe Abdeckung wurden die Teilnehmer:innen ( $N_{TH} = 810$ ;  $N_{RLP} = 1037$ ) über vier Rekrutierungswege (Postwurf-Sendungen in ausgewählten PLZ Gebieten, PLZ-spezifische Anzeigen über Facebook und Instagram sowie Einladungen über das Sosci Panel sowie das Online-Access Panel von Bilendi) zur Befragung eingeladen. Details zur Rekrutierung und Soziodemographie werden im Vortrag bereitgestellt. Die Teilnahme erfolgte über einen Online-Fragebogen, der jeweils ein regionalspezifisches Thema (Hochwasser für RLP, Waldsterben für TH) als Rahmen hatte, das im Folgenden aber unberücksichtigt bleibt.

Die abhängigen Variablen lokales Zugehörigkeitsgefühl (fünf Items, z.B. “ich fühle mich meinem Wohnort zugehörig”, 5-stufige Likert Skala) und lokales Engagement (Auswahlmenü lokaler Aktivitäten wie Mitgliedschaften in Vereinen) wurden basierend auf bestehenden Studien operationalisiert. Die Häufigkeit der Nutzung lokaler Informationsquellen, persönlicher Gespräche vor Ort wurden, ebenso wie soziodemographische Daten und Angaben zum Wohnort (Einwohnergröße, Dauer am Wohnort) erhoben.

## **Ergebnisse**

Für die Prüfung der Hypothesen haben wir ein hierarchisches Regressionsmodell zur Vorhersage von lokaler Zugehörigkeit (Abb. 1) sowie ein negativ-binomiales hierarchisches Modell zur Vorhersage von lokalem Engagement (Abb. 2) geschätzt. Die Regionen (TH und RLP) wurden als random intercepts berücksichtigt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Lokalmediennutzung sowie persönlicher Gespräche vor Ort die Varianzaufklärung sowohl für das Zugehörigkeitsempfinden als auch das lokale Engagement signifikant verbessert.

## **Ausblick & Diskussion**

Diese ersten Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Nutzung lokaler Medien, wie in der überwiegend internationalen Literatur angenommen, in einem positiven Zusammenhang mit Dimensionen der lokalen Integration steht. Im Rahmen des Vortrags werden weitere Befunde präsentiert, um der Frage nachzugehen, inwiefern persönliche Gespräche vor Ort die Effekte der Lokalmediennutzung moderieren. Zudem werden Unterschiede hinsichtlich der untersuchten Regionen geprüft und die Stabilität der Ergebnisse in Abhängigkeit der Rekrutierungsmethode getestet.

Abbildung 1: OLS Regression

<i>Predictors</i>	<b>Community Attachement</b>					
	<i>Estimates</i>	<i>CI</i>	<i>Estimates</i>	<i>CI</i>	<i>Estimates</i>	<i>CI</i>
(Intercept)	3.20 ***	2.97 – 3.44	2.61 ***	2.38 – 2.84	2.25 ***	1.99 – 2.51
Weiblich	0.13 **	0.04 – 0.22	0.11 *	0.02 – 0.19	0.11 *	0.02 – 0.19
Alter [mean centered]	0.00	-0.00 – 0.01	0.00 *	0.00 – 0.01	-0.00	-0.00 – 0.00
Wohnort_Stadtnähe*	-0.02	-0.16 – 0.12	0.03	-0.12 – 0.17	0.01	-0.13 – 0.15
Wohnort_Kleinstadt	-0.04	-0.20 – 0.11	-0.02	-0.17 – 0.14	-0.03	-0.18 – 0.13
Wohnort_Mittlere Stadt	-0.07	-0.24 – 0.10	-0.02	-0.18 – 0.15	-0.02	-0.19 – 0.14
Wohnort_Großstadt	0.02	-0.08 – 0.13	0.04	-0.07 – 0.14	0.04	-0.06 – 0.15
Dauer am Wohnort	0.15 ***	0.12 – 0.18	0.13 ***	0.10 – 0.16	0.12 ***	0.09 – 0.15
Gespräche vor Ort			0.17 ***	0.13 – 0.21	0.15 ***	0.11 – 0.19
Lokalmediennutzung					0.13 ***	0.09 – 0.17
<b>Random Effects</b>						
$\sigma^2$		0.90		0.87		0.85
$\tau_{00}$		0.01 Region		0.01 Region		0.01 Region
ICC		0.01		0.01		0.01
N		2 Region		2 Region		2 Region
Observations		1786		1784		1784
Marginal R <sup>2</sup> / Conditional R <sup>2</sup>		0.076 / 0.090		0.114 / 0.119		0.134 / 0.141
AIC		4939.283		4870.022		4835.227

\*  $p < 0.05$  \*\*  $p < 0.01$  \*\*\*  $p < 0.001$

\*Referenz: ländliche Umgebung <10.000 Einw.

Abbildung 2: Negative binomiale Regression

<i>Predictors</i>	<b>Community Engagement</b>					
	<i>Incidence Rate Ratios</i>	<i>CI</i>	<i>Incidence Rate Ratios</i>	<i>CI</i>	<i>Incidence Rate Ratios</i>	<i>CI</i>
(Intercept)	1.25	0.98 – 1.60	0.63 **	0.46 – 0.88	0.49 ***	0.34 – 0.69
Weiblich	0.99	0.89 – 1.10	0.97	0.87 – 1.08	0.97	0.87 – 1.08
Alter [mean centered]	1.00	1.00 – 1.01	1.00 *	1.00 – 1.01	1.00	1.00 – 1.01
Wohnort_Stadtnähe*	0.92	0.78 – 1.08	0.97	0.82 – 1.14	0.96	0.81 – 1.13
Wohnort_Kleinstadt	0.74 **	0.62 – 0.90	0.76 **	0.63 – 0.92	0.76 **	0.63 – 0.92
Wohnort_Mittlere Stadt	0.73 **	0.59 – 0.90	0.78 *	0.63 – 0.96	0.78 *	0.63 – 0.96
Wohnort_Großstadt	0.73 ***	0.64 – 0.83	0.74 ***	0.65 – 0.84	0.74 ***	0.65 – 0.85
Dauer am Wohnort	1.05 *	1.01 – 1.09	1.03	0.99 – 1.07	1.02	0.99 – 1.06
Gespräche vor Ort			1.21 ***	1.15 – 1.26	1.19 ***	1.13 – 1.25
Lokalmediennutzung					1.10 ***	1.04 – 1.15
<b>Random Effects</b>						
$\sigma^2$	0.82		0.82		0.82	
$\tau_{00}$	0.01 <small>Region</small>		0.02 <small>Region</small>		0.02 <small>Region</small>	
ICC	0.01		0.02		0.02	
N	2 <small>Region</small>		2 <small>Region</small>		2 <small>Region</small>	
Observations	1786		1784		1784	
Marginal R <sup>2</sup> / Conditional R <sup>2</sup>	0.046 / 0.058		0.091 / 0.111		0.102 / 0.120	
AIC	5399.880		5335.926		5324.226	

\*  $p < 0.05$  \*\*  $p < 0.01$  \*\*\*  $p < 0.001$

\*Referenz: ländliche Umgebung <10.000 Einw.