

Integration durch Repräsentation?

Die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. *Von Daniel Stegmann und Birgit Stark*

*Daniel Stegmann,
M.A., ist
Wissenschaftlicher
Mitarbeiter am
inhaltlichen
Schwerpunkt*

*Medienkonvergenz am
Institut für Publizistik
der Johannes
Gutenberg-Universität
Mainz.*

*Prof. Dr. Birgit Stark
ist Professorin für
Kommunikations-
wissenschaft mit
dem inhaltlichen
Schwerpunkt
Medienkonvergenz am
Institut für Publizistik
der Johannes
Gutenberg-Universität
Mainz.*

Abstract Angesichts einer wahrgenommenen Legitimationskrise des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ÖRR) und gesellschaftlichen Debatten über seinen Funktionsauftrag betrachtet der vorliegende Beitrag, wie es um den Integrationsauftrag des ÖRR bestellt ist. Es wird untersucht, wie die Nutzung des ÖRR mit wahrgenommener Repräsentation und der subjektiven Wahrnehmung des gesellschaftlichen Zusammenhalts zusammenhängt. Die Ergebnisse zeigen, dass eine intensivere Nutzung öffentlich-rechtlicher Nachrichtenangebote sowohl mit einer höheren Repräsentationswahrnehmung als auch einem ausgeprägteren Gemeinschaftsgefühl als Indikator für soziale Kohäsion einhergehen. Die Befunde unterstreichen somit die gesellschaftliche Bedeutung eines unabhängigen, vielfältigen Rundfunks.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk (ÖRR) und seine Zukunft sind Dauerthemen im gesellschaftlichen Diskurs: Krisen wie der Skandal um die ehemalige Intendantin des RBB sowie eine pauschalisierende Kritik an der Berichterstattung (z. B. zu links, zu regierungsnah, zu einseitig, zu weit weg von den „normalen“ Bürger:innen) legen eine existenzielle Krise des ÖRR nahe (vgl. Jakobs et al. 2023; Thomaß 2023). Denn auch wenn er nach wie vor hohe Vertrauenswerte genießt (vgl. Schultz et al. 2023) und eine Mehrheit der Bevölkerung hinter der Institution steht (vgl. Jakobs et al. 2023), bleibt der Eindruck, dass sich bestimmte Teile der Bevölkerung nicht länger vertreten sehen. An diese (wahrgenommene) Legitimationskrise schließen medienpolitische und wissenschaftliche Debatten über den Funktionsauftrag des ÖRR an. So wird kontrovers diskutiert, inwiefern er im digitalen Zeitalter noch seine Rolle als unabhängiges, unparteiliches „Integrationsmedium“ erfüllen kann, das zum gesellschaftlichen Zusammenhalt

beiträgt (vgl. van den Bulck/Donders/Ferrell Lowe 2018). Die Medienpolitik implementiert in diesem Kontext eine Strukturreform, die darauf abzielt, den ÖRR zukunftssicher zu machen und seine Akzeptanz in der Bevölkerung zu bewahren. Unumstritten bleibt hierbei der hohe Anspruch an die Qualität der Inhalte, einen gesellschaftlichen Mehrwert zu schaffen (vgl. Neuberger 2019). In Erweiterung des klassischen Integrationsauftrags soll der ÖRR insbesondere zur „Selbstverständigung der Gesellschaft“ beitragen, indem „alle Strömungen und Perspektiven in der Gesellschaft“ zum Ausdruck kommen und sich so alle „vielfältigen Lebenswirklichkeiten“ vertreten sehen sollen (Zukunftsrat 2024, S. 11f.).

Wenn sich jedoch Teile der Bevölkerung nicht mehr repräsentiert fühlen, ist dies nicht nur für die Legitimation des ÖRR problematisch.

Wenn sich jedoch Teile der Bevölkerung nicht länger repräsentiert fühlen, ist dies nicht nur für die Legitimation des ÖRR problematisch, sondern gefährdet potenziell auch den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Vor diesem Hintergrund untersucht der vorliegende Beitrag, wie es um den Integrationsauftrag des ÖRR bestellt ist. Theoretisch dockt er an öffentlichkeitstheoretische Überlegungen zur Rolle der Medien für den gesellschaftlichen Zusammenhalt an. Der Beitrag argumentiert, dass Medien über die öffentliche Repräsentation gesellschaftlicher Gruppen in ihrer Berichterstattung zu sozialer Kohäsion¹ beitragen können und dass an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk aufgrund seines Integrationsauftrags in diesem Zusammenhang besondere Anforderungen gestellt werden. Im Mittelpunkt der empirischen Untersuchung steht folglich die Frage, inwiefern sich Nutzer:innen des ÖRR angemessen öffentlich repräsentiert sehen und wie sie den gesellschaftlichen Zusammenhalt wahrnehmen.

Hintergrund: Gesellschaftlicher Zusammenhalt durch öffentliche Repräsentation

Öffentliche Kommunikation ist zentral, um gesellschaftlichen Zusammenhalt zu vermitteln: Es wird postuliert, dass die öffentliche *Repräsentation gesellschaftlicher Heterogenität* ein zentraler Mechanismus ist, um soziale Kohäsion zu fördern. Dies dockt an Überlegungen aus der normativen Öffentlichkeitstheorie an,

1 Die Begriffspaare soziale Kohäsion und gesellschaftlicher Zusammenhalt sind synonym zu verstehen.

Öffentlichkeit trägt zum gesellschaftlichen Zusammenhalt bei, indem sie ein Gemeinschaftsgefühl zwischen den Bürger:innen vermittelt.

die der öffentlichen Sphäre eine *Forumsfunktion* zuschreiben (vgl. Imhof 2013; Weiß/Jandura 2017). Öffentlichkeit bildet den Raum, in dem gesellschaftlich relevante Themen vermittelt und Diskurse zwischen sozialen Gruppen geführt werden, wie diese Themen

kollektiv zu bearbeiten sind. Die *Forumsfunktion* von Öffentlichkeit erfordert hier, dass die gesellschaftlich zirkulierenden Themen und Positionen in die Debatte eingebracht, also öffentlich repräsentiert werden. Öffentlichkeit fungiert idealerweise als ein freier Marktplatz

der Ideen, in dem alle gesellschaftlichen Gruppen die Gelegenheit haben, mit ihren Interessen, Themen und zugehörigen Meinungen gehört zu werden (vgl. Ferree et al. 2002; Weiß/Jandura 2017). In diesem Sinne erfüllt Öffentlichkeit zugleich eine *Integrationsfunktion* (vgl. Hasebrink et al. 2020; Imhof 2013; Weiß/Jandura 2017), indem sie es den Bürger:innen ermöglicht, sich „als Mitglieder einer Gesellschaft [wahrzunehmen], die ihre gemeinsamen Dinge demokratisch regeln“ (Imhof 2013, S. 83). Weil sich die Bürger:innen mit ihren Themen und Meinungen über öffentliche Repräsentation gegenseitig wahrnehmen können, können sie sich als eine Staatsbürgerschaft, als eine soziale Gemeinschaft, selbst begreifen.

Öffentlichkeit trägt also zum gesellschaftlichen Zusammenhalt bei, indem sie ein Gemeinschaftsgefühl zwischen den Bürger:innen vermittelt. Zentral für diese Wahrnehmung ist die Repräsentation gesellschaftlicher Heterogenität als *kohäsive Funktion* von Öffentlichkeit (vgl. Schneiders et al. 2023): Indem vielfältige soziale Gruppen mit ihren Präferenzen, Themen und Perspektiven zu gesellschaftlichen Fragen in der öffentlichen Sphäre zusammenkommen, wird der Zusammenhalt in der Bevölkerung gestärkt. Diese Annahme lässt sich über zwei Argumentationslinien begründen (vgl. Costera Meijer 2022; Hasebrink et al. 2020; Jakubowicz, 2007; Park et al. 2023; Schiappa/Dreg/Hewes 2005; Strömbäck 2015; Vlašić 2004):

- ▶ (1) Indem die als wichtig erachteten Themen und Perspektiven öffentlich sichtbar sind, kann sich der/die *Einzelne als Teil der Gemeinschaft* wahrnehmen. Es entsteht eine psychologische Bindung an die Gesellschaft und die Mitmenschen, indem man sich als wertvollen Teil der Gemeinschaft sehen kann. Dies bezieht sich darauf, dass die eigene Stimme und die eigenen Belange gehört und berücksichtigt werden, wodurch der Eindruck gewonnen wird, die Gesellschaft aktiv mitgestalten zu können. Ein Mangel an Reprä-

sensation kann folglich dazu führen, dass sich Menschen marginalisiert fühlen und als Außenseiter:innen wahrnehmen, die an den Rand der Gesellschaft gedrängt werden.

- ▶ (2) Zudem unterstützt die öffentliche Repräsentation vielfältiger Stimmen positive Intergruppenkontakte, indem *Einblicke in die Bedürfnisse und Interessen anderer gesellschaftlicher Gruppen* möglich werden. Indem so soziale Distanz reduziert sowie gegenseitiges Verständnis und Toleranz für andere Perspektiven gefördert werden, stärken positive öffentlich vermittelte Kontakte zwischen gesellschaftlichen Gruppen das Gemeinschaftsgefühl.

In modernen Gesellschaften wird Öffentlichkeit wesentlich von einem freien und pluralen Mediensystem hergestellt. In Bezug auf die skizzierte kohäsive Funktion von Öffentlichkeit haben Gesetzgeber und Bundesverfassungsgericht den ÖRR herausgehoben. Im 2. Rundfunkurteil von 1971 hat das Bundesverfassungsgericht dem ÖRR einen Integrationsauftrag gegeben, was der Gesetzgeber in § 11 des Medienstaatsvertrags (die Medienanstalten 2024) als zentralen Funktionsauftrag festgeschrieben hat. Hier heißt es, dass der ÖRR über sein Angebot „[a]llen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft“ ermöglichen soll, um so soziale Kohäsion zu fördern. Um dies zu gewährleisten, sollen die Beiträge und Programme des ÖRR inhaltlich *vielfältig* sein (vgl. Filipović 2019; Udris et al. 2023). Folglich manifestiert sich der Integrationsauftrag des ÖRR darin, gesellschaftliche Vielfalt sichtbar zu machen, einzuordnen und als Qualitätsdimension zu betonen, insbesondere indem unterschiedliche Perspektiven auf Lebenswelten dargestellt werden (vgl. ARD 2023; Leipziger Impulse III 2022).

Der Integrationsauftrag des ÖRR manifestiert sich darin, gesellschaftliche Vielfalt sichtbar zu machen, einzuordnen und als Qualitätsdimension zu betonen.

Diesen anspruchsvollen normativen Gedanken steht eine dünne empirische Basis gegenüber. Viehmann et al. (2021) konnten zeigen, dass die Nutzung öffentlich-rechtlicher Nachrichtenangebote in der Corona-Pandemie zu einer positiveren Wahrnehmung des gesellschaftlichen Zusammenhalts führte. Dies sekundiert die Befunde einer explorativen Studie des ZDF gemeinsam mit dem Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (vgl. Hasebrink et al. 2019; Schumacher/Warnemünde 2019). Sie ergab, dass Stammseher:innen öffentlich-rechtlicher Fernsehprogramme den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Deutschland überwiegend positiv einschätzen.

Befunde lassen vermuten, dass der gesellschaftliche Zusammenhalt gestärkt werden kann, wenn der ÖRR seinen Funktionsauftrag erfüllt.

Zudem billigen die Befragten den Angeboten des ZDF einen Beitrag zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts zu. Die Studienteilnehmer:innen wurden unter anderem gefragt, inwiefern das ZDF in seinem Programm verschiedene Integrationsleistungen (z. B. vielfältige Gruppen, Meinungen und Anschauungen zu Wort kommen zu lassen; die Lebenswirklichkeit aller Menschen in Deutschland abbilden) erfüllt. Diese Befunde

lassen vermuten, dass der gesellschaftliche Zusammenhalt gestärkt werden kann, wenn der ÖRR seinen Funktionsauftrag erfüllt. Ein direkter empirischer Nachweis, der die drei Komponenten Nutzung des ÖRR, wahrgenommene öffentliche Repräsentation und Indikatoren gesellschaftlichen Zusammenhalts zusammenbringt, steht jedoch noch aus.

Die vorliegende empirische Untersuchung zielt darauf ab, diese Zusammenhänge auszuleuchten. Die zentrale Leitfrage ist, inwiefern die Nutzungsintensität des ÖRR damit zusammenhängt, sich selbst, aber auch andere Mitglieder in der Gesellschaft öffentlich repräsentiert zu sehen und mit der Wahrnehmung des gesellschaftlichen Zusammenhalts verknüpft ist.

Methode

Um die forschungsleitende Frage zu beantworten, wurde im August und September 2022 eine standardisierte, für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre repräsentative Befragung im Mixed-Mode-Design mit einer Kombination von CATI- und CAWI-Interviews (jeweils 50 %) durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut mindline durchgeführt (N = 1008). Die Telefonstichprobe (n = 501) wurde nach dem ADM-Telefonstichprobensystem generiert (Dual-Frame-Verfahren: 60 % Festnetz, 40 % Mobil). Für die Online-Stichprobe (n = 507) wurde per Random Quota Auswahl (Quotierungsmerkmale: Alter, Geschlecht, formale Bildung, Region) auf das Online-Access-Panel von GapFish/Cint zurückgegriffen. Das Durchschnittsalter der Befragten beträgt 47 Jahre. 50,6 Prozent der Befragten waren Männer, 48,6 Prozent Frauen, 0,8 Prozent der Befragten gaben eine diverse Geschlechtsidentität an. Je 32 Prozent verfügen über die (Fach-)Hochschulreife bzw. einen Realschul- oder vergleichbaren Abschluss, 20 Prozent haben eine Berufsausbildung abgeschlossen, 8 Prozent einen Hauptschulabschluss. Die Mehrheit der Befragten stammt aus Westdeutschland (85 %). Im Vergleich zum Mikrozensus sind

Frauen in der Stichprobe leicht unterrepräsentiert, ansonsten entspricht das Sample in weiten Teilen der deutschen Bevölkerungsstruktur (vgl. Destatis 2024).

Insofern nicht anders vermerkt, wurden die Antworten der Befragten auf fünfstufigen Likert-Skalen erhoben (1 = niedrige Ausprägung/Zustimmung; 5 = hohe Ausprägung/

Nutzung des ÖRR

(...über das aktuelle Geschehen in Politik und Gesellschaft; Skala 1 = nie bis 5 = fast täglich bzw. täglich)

Wahrgenommene öffentliche Repräsentation

(Skala 1 = stimme überhaupt nicht zu bis 5 = stimme voll und ganz zu)

Allgemeines Repräsentationsgefühl ($\alpha = .85$; Items umgepolt)

- Die Medien haben den Kontakt zu Menschen wie mir verloren.
- Die Themen, die mir wichtig sind, werden von den Medien gar nicht ernst genommen.
- In meinem persönlichen Umfeld nehme ich die gesellschaftlichen Zustände ganz anders wahr als sie von den Medien dargestellt werden.
- Die Meinungen, die die Medien vertreten, sind ganz anders als meine eigenen.

Individuelle politische Repräsentation ($\alpha = .75$)

- Meinen Sie, dass über Ihre eigenen politischen Ansichten in der Berichterstattung der Medien vom Umfang her ausreichend oder nicht ausreichend berichtet wird?
- Meinen Sie, dass die Medien Ihre politischen Ansichten vom Inhalt her angemessen oder unangemessen abdecken?

Politische Repräsentation Dritter ($\alpha = .79$)

- Durch die Medien verstehe ich, welche Meinungen zu politischen Themen andere Menschen haben.
- Durch die Medien verstehe ich, welche politischen Themen anderen Menschen wichtig sind.

Gemeinschaftsgefühl

(Skala: 1=stimme überhaupt nicht zu bis 5=stimme voll und ganz zu; $\alpha = .88$)

- Wenn ich an meine Mitbürger/innen denken, dann fühle ich mich als Teil einer großen Gemeinschaft.
- Ich fühle mich der Gesellschaft emotional verbunden.
- Ich fühle mich anderen Menschen in unserer Gesellschaft nahe.
- Mir ist es wichtig, mich der Gesellschaft zugehörig zu fühlen.
- Ich fühle mich fest in der Gesellschaft verankert.

Kontrollvariablen: Alter, Geschlecht (männlich, weiblich, divers), formale Bildung (kein Schulabschluss/Hauptschule, Realschule, Abitur/Studium), politisches Interesse (Skala von 1 = überhaupt nicht interessiert bis 5 = sehr interessiert), Nachrichteninteresse (Skala von 1 = überhaupt nicht interessiert bis 5 = sehr interessiert), politische Ideologie (Selbsteinstufung, Skala von 0 = sehr links bis 11 = sehr rechts)

Table 1: Soziale Kohäsion – Übersicht über Konstrukte und Items

Zustimmung; vgl. Tab. 1). Die *Nutzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks* wurde per Selbstauskunft erhoben.

Die Befragten sollte angeben, wie häufig sie sich beim ÖRR – unabhängig davon, auf welchem Weg (z. B. via Fernsehen, Website, App) – über das aktuelle Geschehen in Politik und Gesellschaft informieren (Skala von 1 = nie bis 5 = (fast) täglich).

Wahrgenommene öffentliche Repräsentation wurde mit drei Indizes erfasst, die unterschiedliche Aspekte des Gesamtkonstrukts abdeckten (vgl. Tab. 1): Zunächst wurde abgefragt, inwiefern sich die Befragten von den Medien als wesentliche Konstituenten von Öffentlichkeit generell repräsentiert sehen. Um dieses *allgemeine Repräsentationsgefühl* zu erfassen, wurde auf eine etablierte Skala zur Messung von Medienentfremdung (vgl. Schultz et al. 2023; Ziegele et al. 2018) mit vier Items zurückgegriffen (z. B. „Die Medien haben den Kontakt zu Menschen wie mir verloren“). Die Skala wurde für die Analyse umgepolt.²

Aus den oben vorgestellten öffentlichkeitstheoretischen Überlegungen lässt sich weiterhin ableiten, dass ein zentraler kohäsiver Mechanismus ist, dass Einzelne ihre politischen Ansichten öffentlich repräsentiert sehen. Diese *individuelle politische Repräsentation* wurde mit zwei Items gemessen (z. B. „Meinen Sie, dass über Ihre eigenen politischen Ansichten in der Berichterstattung der Medien vom Umfang her ausreichend oder nicht ausreichend berichtet wird?“), die zu einem Index zusammengefasst wurden.³ Zuletzt ist für soziale Kohäsion ebenso zentral,

dass Bürger:innen medial Einblick in die politischen Themen und Meinungen ihrer Mitbürger:innen erhalten. Wie die Befragten diese *politische Repräsentation Dritter* einschätzen, wurde mit zwei Items gemessen (z. B. „Durch die Medien verstehe ich, welche Meinungen zu politischen Themen andere Menschen haben“), die ebenfalls zu einem Index verdichtet wurden.⁴

Gesellschaftlicher Zusammenhalt ist ein ebenso vielschichtiges wie umstrittenes Konstrukt, über dessen Definition in der Forschung kein Konsens herrscht (vgl. Chan/Ho/Chan 2006; Schiefer/Noll 2017). Der vorliegende Beitrag folgt Forst (2020, S. 44), der den Schwerpunkt bzw. die Essenz des multidimensio-

Gesellschaftlicher Zusammenhalt ist ein ebenso vielschichtiges wie umstrittenes Konstrukt, über dessen Definition in der Forschung kein Konsens herrscht.

2 $MW = 2.86, SD = .92, \alpha = .85$

3 $MW = 3.12, SD = .91, \alpha = .75$

4 $MW = 3.37, SD = .93, \alpha = .79$

nenalen Konstrukts auf der Einstellungsebene verortet. Aus dieser Perspektive setzt Zusammenhalt ein „Sichverbundensehen“ (Forst 2020, S. 44) der Mitglieder einer Gesellschaft voraus. Damit sind kognitive und affektive Orientierungen der Mitglieder einer Gesellschaft zueinander gemeint, was sich in einem *Gemeinschaftsgefühl* manifestiert (vgl. Bollen/Hoyle 1990; McMillan/Chavis 1986; Sarason 1974). Um dieses zu messen, wurde auf Basis der etablierten Psychological Sense of Community-Skala (vgl. Stewart/Tonley 2020) eine Abfrage mit fünf Items (z. B. „Ich fühle mich anderen Menschen in unserer Gesellschaft nahe“; vgl. Tab. 1) entwickelt, deren Eindimensionalität und interne Konsistenz mit einer konfirmatorischen Faktorenanalyse validiert wurde.⁵

Als Kontrollvariablen wurden neben den soziodemographischen Informationen das politische und Nachrichteninteresse (jeweils Skala von 1 = überhaupt nicht interessiert bis 5 = sehr interessiert) sowie die politische Ideologie in die Analyse einbezogen. Letztere wurde erfasst, indem die Befragten gebeten wurden, sich auf einer elfstufigen Skala (0 = sehr links bis 10 = sehr rechts) einzustufen (vgl. Tab. 1).

Ergebnisse

Die Analyse der Daten erfolgte in zwei Stufen: Auf der *ersten Stufe* wurden Gruppenvergleiche auf der Basis der Nutzungsintensität öffentlich-rechtlicher Nachrichtenangebote vorgenommen. Hierfür wurden drei Nutzer:innenprofile ermittelt: die kleinste Gruppe (n = 147) stellen *Nicht-Nutzer:innen* dar, die angaben, nie den ÖRR zu nutzen (Skalenpunkt 1). Deutlich größer ist das Nutzungsprofil der *Gelegenheitsnutzer:innen* (n = 400), die den ÖRR zwischen seltener als einmal im Monat bis einmal wöchentlich nutzen (Skalenpunkte 2 bis 4). Die meisten Befragten (n = 461) sind jedoch *Intensivnutzer:innen*, die den ÖRR (fast) täglich nutzen, um sich zu informieren (Skalenpunkt 5). Mittels Varianzanalysen wurde untersucht, inwiefern sich die Nutzungsprofile hinsichtlich ihrer *wahrgenommenen öffentlichen Repräsentation* und dem *Gemeinschaftsgefühl* unterscheiden (vgl. Tab. 2). Auf der *zweiten Stufe* wurden diese deskriptiven Befunde mit multiplen Regressionen unterfüttert.

Als Kontrollvariablen wurden neben den soziodemographischen Informationen das politische und Nachrichteninteresse sowie die politische Ideologie einbezogen.

5 $X^2(5) = 2.792, n.s.; CFI = 1.000; RMSEA = .000; SRMR = .009; MW = 3.49, SD = .91, \alpha = .88$

		Nicht- Nutzer:innen n = 147	Gelegenheits- nutzer:innen n = 400	Intensiv- nutzer:innen n = 461
		M/% (SD)	M/% (SD)	M/% (SD)
Soziodemographie				
Alter (Jahre)		39.81 ^a (13.78)	41.23 ^a (15.58)	54.74 ^b (15.75)
Geschlecht	männlich	51,5 %	52,1 %	49,0 %
	weiblich	47,1 %	46,7 %	50,8 %
	divers	1,4 %	1,3 %	0,2 %
Bildung	Hauptschule ¹	31,5 %	24,6 %	30,8 %
	Realschule	35,5 %	35,7 %	29,1 %
	Abitur/Studium	33,0 %	39,8 %	40,1 %
Politische Einstellungen				
Politisches Interesse		3.10 ^a (1.34)	3.65 ^b (1.02)	4.19 ^c (.93)
Nachrichten- interesse		3.38 ^a (1.20)	3.91 ^b (.94)	4.44 ^c (.80)
Politische Ideologie		4.70 (2.24)	4.51 (1.84)	4.28 (1.77)
Wahrgenommene Repräsentation				
Allg. Repräsentati- onsgefühl		2.44 ^a (1.03)	2.80 ^b (.88)	3.05 ^c (.86)
Individuelle polit. Repräsentation		2.64 ^a (1.05)	3.06 ^b (.86)	3.33 ^c (.85)
Polit. Repräsen- tation Dritter		2.96 ^a (1.06)	3.34 ^b (.90)	3.54 ^c (.87)
Gesellschaftlicher Zusammenhalt				
Gemeinschafts- gefühl		2.86 ^a (1.07)	3.39 ^b (.86)	3.78 ^c (.77)

Anm.: N = 1008

¹ = Enthält auch die Befragten ohne Schulabschluss.

% = Prozentwerte; M = Mittelwertvergleiche (ANOVA). Werte mit unterschiedlichen Superskripten (a, b, c) unterscheiden sich statistisch signifikant. Post-Hoc-Test nach Tamhane. Signifikanzniveau: $p < .05$

Tabelle 2: Vergleich der Nutzungsprofile des ÖRR

Soziodemographisch unterscheiden sich die Nutzungsprofile kaum voneinander. Die Geschlechterverteilung ist ähnlich, während sich die Anteile der Bildungsabschlüsse und Herkunft leicht unterschiedlich verteilen – ohne, dass die Differenzen jedoch statistische Signifikanz erreichen. Bemerkenswert dagegen ist der Einfluss des Alters: Die Intensivnutzer:innen des ÖRR sind im Durchschnitt zwischen 13 und 15 Jahre älter als Gelegenheits- und Nicht-Nutzer:innen. Im Einklang mit anderen Nutzungsstudien steht der Befund, dass die Intensität der ÖRR-Nutzung mit dem Interesse an Politik und Nachrichten gekoppelt ist, wobei höheres Interesse mit einer höheren Nutzungsfrequenz einhergeht. Hinsichtlich der politischen Ideologie sind die Profile homogen, alle Nutzungstypen ordnen sich leicht links der Mitte ein.

Alle drei Gruppen haben den Eindruck, dass ihnen durch die Medien vermittelt wird, welche politischen Themen ihre Mitbürger:innen umtreiben.

Klare Unterschiede zwischen den Profilen zeigen sich bei der wahrgenommenen *öffentlichen Repräsentation*, die bei allen drei Indikatoren das gleiche Muster aufweisen: Die Intensivnutzer:innen des ÖRR bewerten die wahrgenommene öffentliche Repräsentation am besten, gefolgt von den Gelegenheitsnutzer:innen, während die Nicht-Nutzer:innen sich und andere am wenigsten repräsentiert wahrnehmen.

Ihr *allgemeines Repräsentationsgefühl* evaluieren alle drei Gruppen eher zurückhaltend. Nur die Intensivnutzer:innen weisen eine Zustimmung am Skalenmittelpunkt auf, sehen sich in der allgemeineren Abfrage (im Vergleich zur *individuellen politischen Repräsentation*) also im Durchschnitt in etwa mittelmäßig repräsentiert. Wird spezifischer danach gefragt, inwiefern die Befragten den Eindruck haben, dass ihre politischen Ansichten ausreichend und angemessen medial repräsentiert sind, steigt die Zustimmung. Zwar nehmen sich die Nicht-Nutzer:innen erneut knapp als eher nicht repräsentiert wahr, jedoch liegen die Zustimmungswerte der Vergleichsgruppen am (Gelegenheitsnutzer:innen) bzw. über (Intensivnutzer:innen) dem Skalenmittelpunkt – sie fühlen sich also im Durchschnitt eher repräsentiert. Mehr noch als sich selbst sehen die Befragten ihre Mitbürger:innen medial repräsentiert: Alle drei Gruppen haben den Eindruck, dass ihnen durch die Medien vermittelt wird, welche politischen Themen und Meinungen ihre Mitbürger:innen umtreiben. Hier stimmen nun erstmals auch die Gelegenheitsnutzer:innen durchschnittlich eher zu, wobei die Intensivnutzer:innen dies signifikant häufiger tun (*politische Repräsentation Dritter*).

Es scheint also, als würde eine intensivere Nutzung des ÖRR mit einem vielfältigeren und breiteren Einblick in die politische Öffentlichkeit einhergehen: Nicht nur nehmen die Befragten mit der höchsten Nutzungsfrequenz im Vergleich eine bessere öffentliche Repräsentation der eigenen politischen Lebenswelt wahr, sondern es steigt zugleich ihr Einblick in die politischen Themen und Meinungen, die andere Gesellschaftsmitglieder umtreiben. Da auch die Gelegenheitsnutzer:innen gegenüber den Nichtnutzer:innen konsistent höhere Zustimmungswerte aufweisen, liegt die Schlussfolgerung nahe, dass es sich hierbei um einen linearen Zusammenhang handelt.

Betrachtet man das *Gemeinschaftsgefühl* als Indikator für gesellschaftlichen Zusammenhalt, zeigt sich das gleiche Muster wie zuvor. Die Intensivnutzer:innen weisen das höchste Gemeinschaftsgefühl mit den anderen Gesellschaftsmitgliedern auf, erneut gefolgt von den Gelegenheitsnutzer:innen und den Nicht-Nutzer:innen. Auffallend ist hier die große Diskrepanz zwischen Intensivnutzer:innen und Nicht-Nutzer:innen mit fast einem Skalenpunkt, was einen bedeutenden, linearen Effekt der Nutzungsintensität des ÖRR nahelegt.

Die vermuteten linearen Zusammenhänge bestätigen sich in der zweiten Stufe der Analyse. In drei Regressionsanalysen wurde überprüft, inwiefern eine höhere Nutzungsintensität des ÖRR mit den drei Indikatoren wahrgenommener Repräsentation zusammenhängt. Hier flossen Alter, Geschlecht, Bildung, Herkunft, politisches Interesse, Nachrichteninteresse und politische Ideologie als Kontrollvariablen in die Analyse mit ein. Für alle drei Konstrukte zeigt sich, je intensiver der ÖRR genutzt wird, desto höher ist das wahrgenommene Repräsentationsgefühl.⁶ In der abschließenden Regressionsanalyse bestätigt sich der positive Einfluss einer häufigeren Nutzung des ÖRR auf das Gemeinschaftsgefühl.⁷

Fazit

Der vorliegende Beitrag hat sich angesichts einer vermeintlichen Legitimationskrise des ÖRR zum Ziel gesetzt zu überprüfen, wie es um den Funktionsauftrag des ÖRR bestellt ist, zu öffentlicher

6 AV Allgemeines Repräsentationsgefühl: $\beta = .21$; $p < .001$; AV: Individuelle politische Repräsentation: $\beta = .26$; $p < .001$; AV: Politische Repräsentation Dritter: $\beta = .14$; $p < .001$.

7 AV Gemeinschaftsgefühl: $\beta = .17$; $p < .001$. In dieser Analyse wurden die Indikatoren wahrgenommener öffentlicher Repräsentation als zusätzliche Kontrollvariablen berücksichtigt.

Repräsentation und dem gesellschaftlichen Zusammenhalt positiv beizutragen. Die Befunde zeigen statistisch bedeutsame Zusammenhänge. Eine höhere Nutzungsfrequenz öffentlich-rechtlicher Nachrichtenangebote geht damit einher, sich selbst und andere mit ihren politischen Ansichten als angemessen repräsentiert wahrzunehmen. Bürger:innen, die den ÖRR intensiver nutzen, scheinen also mehr Einblicke in die Heterogenität der Gesellschaft zu erhalten. Zudem hängt die Nutzungsintensität des ÖRR ebenso positiv mit einem als höher empfundenen Gemeinschaftsgefühl zusammen. Die Untersuchung zeigt weiterhin, dass der ÖRR die Mehrheit der Bevölkerung zumindest gelegentlich, 45 Prozent der Befragten sogar (fast) täglich erreicht. Im Vergleich zu den Nicht-Nutzenden sehen sich diese Bevölkerungsteile (relativ) gut öffentlich repräsentiert und nehmen den gesellschaftlichen Zusammenhalt als positiv wahr.

Die vorliegende Untersuchung ist jedoch keine Kausalanalyse, die Ursachen und Wirkungen auseinanderdividieren kann. Dies betrifft die spezifischen Zusammenhänge der drei zentralen Konstrukte: So lassen die oben skizzierten theoretischen Überlegungen vermuten, dass sich die Nutzung des ÖRR (partiell) vermittelt über wahrgenommene öffentliche Repräsentation auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt auswirkt. Diese Mediationsbeziehung sollte systematisch in weiteren Untersuchungen analysiert werden. Eine weitere Limitation ist die isolierte Betrachtung des ÖRR. Medien werden selten allein genutzt, sondern sind üblicherweise in ein umfangreicheres Medienrepertoire eingebunden. Hasebrink und Kolleg:innen (2019) können in diesem Zusammenhang zeigen, dass Gattungsrepertoires unterschiedlich mit Indikatoren sozialer Kohäsion zusammenhängen. Es lohnt sich folglich zu untersuchen, ob der ÖRR seinen Einfluss auf wahrgenommene Repräsentation und Gemeinschaftsgefühl behält, wenn die übrige Mediennutzung der Befragten mitberücksichtigt wird.

In Summe lässt sich dennoch schlussfolgern, dass der ÖRR seinen Integrationsauftrag weitgehend erfüllt – das unterstreicht die zentrale Rolle, die einem unabhängigen, vielfältigen Rundfunk speziell in Krisenzeiten zukommt. Die Befunde zeigen, wie wichtig die Schärfung des öffentlich-rechtlichen Profils im weiteren Reformprozess ist. Um die Akzeptanz der Öffentlich-Rechtlichen auch zukünftig zu sichern, müssen daher nicht nur gemeinschaftsfördernde Programmangebote ausgebaut,

Um die Akzeptanz der Öffentlich-Rechtlichen zu sichern, müssen vor allem Formate entwickelt werden, die alle Zielgruppen erreichen.

sondern vor allem Formate entwickelt werden, die alle Zielgruppen erreichen. Das heißt, Menschen müssen sich in ihrer Lebenswelt repräsentiert fühlen und vor allem junge Menschen müssen den Zugang zu diesen Programmangeboten finden. Gelingt dies, ist das Potenzial des ÖRR gegeben, positiv auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt einzuwirken.

Literatur

- ARD (2023): *Qualitätsrichtlinie der Rundfunkräte für die ARD-Gemeinschaftsangebote*. <https://www.ard.de/die-ard/organisation-der-ard/gremien/gvk-pressemitteilungen/Qualitaetsrichtlinie-der-ARD-Rundfunkraete-100.pdf>
- Bollen, Kenneth A./Hoyle, Rick H. (1990): *Perceived Cohesion: A Conceptual and Empirical Examination*. In: *Social Forces*, 69. Jg., H. 2, S. 479-504.
- Chan, Joseph/To, Ho-Pong/Chan, Elaine (2006): *Reconsidering Social Cohesion: Developing a Definition and Analytical Framework for Empirical Research*. In: *Social Indicators Research*, 75. Jg., H. 2, S. 273-302, DOI: 10.1007/s11205-005-2118-1.
- Costera Meijer, Irene (2022): *What is Valuable Journalism? Three Key Experiences and Their Challenges for Journalism Scholars and Practitioners*. In: *Digital Journalism*, 10. Jg., H. 2, S. 230-252, DOI: 10.1080/21670811.2021.1919537.
- Destatis (2024): *Mikrozensus 2022*. <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=statistic&levelindex=0&levelid=1711448564011&code=12211#abreadcrumb>.
- Ferree, Myra Marx et al. (2002): *Four models of public sphere in modern democracies*. In: *Theory and Society*, 31. Jg., H. 3, S. 289-324.
- Filipović, Alexander (2019): *Öffentlichkeitsbegriff und Gemeinwohlrelevanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Eine sozial- und medienethische Perspektive*. In: *Jahrbuch für Christliche Sozialwissenschaften*, 60. Jg., S. 87-112, DOI: 10.17879/jcsw-2019-2502.
- Forst, Rainer (2020). *Gesellschaftlicher Zusammenhalt. Zur Analyse eines sperrigen Begriffs*. In: Deitelhoff, Nicole/Groh-Samberg, Olaf/Middell, Matthias (Hg.): *Gesellschaftlicher Zusammenhalt. Ein interdisziplinärer Dialog*. Frankfurt/New York, S. 41-53.
- Hasebrink, Uwe et al. (2020): *Medien und gesellschaftlicher Zusammenhalt*. In: Deitelhoff, Nicole/Groh-Samberg, Olaf/Middell, Matthias (Hg.): *Gesellschaftlicher Zusammenhalt. Ein interdisziplinärer Dialog*. Frankfurt am Main/New York, S. 333-348.
- Hasebrink, Uwe et al. (2019). *Mediennutzung und soziale Integration*. In: *Media Perspektiven*, 49. Jg., H. 11, S. 500-514.
- Imhof, Kurt (2013): *Austritt aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit: Wie differenzieren wir das Soziale?* In: Imhof, Kurt et al. (Hg.): *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit*. Wiesbaden, S. 79-90.

- Jakobs, Ilka et al. (2023): Medienvertrauen in Krisenzeiten. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Kontext aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen. In: *APuZ*, 25. Jg., S. 34-41.
- Jakubowicz, Andrew (2007): *The media and social cohesion*. In: Jupp, James/ Nieuwenhuysen, John/Dawson, Emma (Hg.): *Social Cohesion in Australia*. Cambridge, S. 158-169.
- Leipziger Impuls III. (2022): Gemeinwohlorientierung der öffentlich-rechtlichen Medien. Gemeinwohl durch Vielfalt. <https://www.mdr.de/unternehmen/informationen/gemeinwohl/pdf-leipziger-impuls-drei-100.html>.
- McMillan, David W./Chavis, David M. (1986): *Sense of community: A definition and theory*. In: *Journal of Community Psychology*, 14. Jg., H. 1, S. 6-23, DOI: 10.1002/1520-6629(198601)14:1<6::AID-JCOP2290140103>3.0.CO;2-I.
- Medienanstalten, die (2024): *Medienstaatsvertrag (MStV)*. https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf.
- Neuberger, Christoph (2019): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Qualitätsdiskurs. In: *Media Perspektiven*, 49. Jg., H. 10, S. 434-443.
- Park, Sora et al. (2023): *News Representation and Sense of Belonging Among Multicultural Audiences*. In: *Media and Communication*, 11. Jg., H. 4, S. 264-273, DOI: 10.17645/mac.v11i4.7002.
- Sarason, Seymour B. (1974): *The psychological sense of community: Prospects for a community psychology*. San Francisco.
- Schiappa, Edward et al. (2005): *The Parasocial Contact Hypothesis*. In: *Communication Monographs*, 72. Jg., H. 1, S. 92-115, DOI: 10.1080/0363775052000342544.
- Schiefer, David/Van Der Noll, Jolanda (2017): *The Essentials of Social Cohesion: A Literature Review*. In: *Social Indicators Research*, 132. Jg., H. 2, S. 579-603, DOI: 10.1007/s11205-016-1314-5.
- Schneiders, Pascal/ Stegmann, Daniel/Stark, Birgit (2023): *Social cohesion in platformized public spheres: Toward a conceptual framework*. In: *Communication Theory*, 33. Jg., H. 2-3, S. 122-131, DOI: 10.1093/ct/qtad002.
- Schultz, Tanjev et al. (2023): *Medienvertrauen nach Pandemie und „Zeitenwende“*. In: *Media Perspektiven*, 53. Jg., H. 8, S. 1-17.
- Schumacher, Gerlinde/Warnemünde, Mignon (2019): *Gesellschaftlicher Zusammenhalt in Zeiten des medialen und gesellschaftlichen Wandels*. In: *Media Perspektiven*, 49. Jg., H. 11, S. 515-527.
- Stewart, Katricia/Townley, Greg (2020): *How Far Have we Come? An Integrative Review of the Current Literature on Sense of Community and Well-being*. In: *American Journal of Community Psychology*, 66 Jg., H. 1-2, S. 166-189, DOI: 10.1002/ajcp.12456.
- Strömbäck, Jesper (2015): *Future Media Environments, Democracy and Social Cohesion*. *Digital Opportunities: Digitalisierungskommissionen*, Stockholm, S. 97-122.

- Thomaß, Barbara (2023): *Zu teuer, zu abhängig, zu irrelevant? Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in internationaler Perspektive*. In: APuZ, 25. Jg., S. 18-24.
- Udris, Linards et al. (2023): *Vielfalt in den Nachrichten. Ein Vergleich digitaler und analoger Angebote von öffentlich-rechtlichen Medien und Tageszeitungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 71. Jg., H. 1-2, S. 61-84, DOI: 10.5771/1615-634X-2023-1-2-61.
- Van den Bulck, Hilde/Donders, Karen/Ferrell Lowe, Gregory. (2018): *Public Service Media in the Networked Society. What Society? What Network? What Role?* In: Ferrell Lowe, Gregory/Van den Bulck, Hilde/Donders, Karen (Hg.): *Public Service Media in the Networked Society*. Göteborg, S. 11-26.
- Viehmann, Christina/Ziegele, Marc/Quiring, Oliver (2021): *Communication, Cohesion, and Corona: The Impact of People's Use of Different Information Sources on their Sense of Societal Cohesion in Times of Crises*. In: *Journalism Studies*, 23. Jg., H. 5-6, S. 629-649, DOI: 10.1080/1461670X.2021.1965907.
- Vlasič, Andreas (2004): *Die Integrationsfunktion der Massenmedien*. Wiesbaden.
- Weiß, Ralph/Jandura, Olaf (2017): *Medien und gesellschaftlicher Zusammenhalt. Welche Leistungen öffentlicher Kommunikation braucht eine demokratische Gesellschaft?* In: Jandura, Olaf et al. (Hg.): *Zwischen Integration und Diversifikation. Medien und gesellschaftlicher Zusammenhalt im digitalen Zeitalter*. Wiesbaden, S. 11-31.
- Ziegele, Marc et al. (2018): *Lügenpresse-Hysterie ebbt ab. Mainzer Langzeitstudie „Medienvertrauen“*. In: *Media Perspektiven*, 48. Jg., H. 4, S. 150-162.
- Zukunftsrat (2024): *Bericht des Rates für die zukünftige Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks*. https://rundfunkkommission.rlp.de/fileadmin/rundfunkkommission/Dokumente/Zukunftsrat/ZR_Bericht_18.1.2024.pdf

Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 12.4.2024.