

Von Lebenswelten und ihren Horizonten

Mediennutzung und Themenwahrnehmung in politischen Milieus

Merja Mahrt / Matthias Begenat

Politische Einstellungen und Verhaltensweisen unterscheiden sich sowohl zwischen Engagierten und Desinteressierten als auch nach unterschiedlichen politischen Lagern. Die vorliegende Studie bildet diese mehrdimensionale Heterogenität in der Analyse von politischen Milieus ab. In diesen fallen politische Grundorientierungen und politisches Interesse zusammen. Innerhalb der Milieus sollte der Zugriff auf Informationsmedien sowie daran anschließend die Wahrnehmung aktueller Themen jeweils typisch sein. Clusteranalysen mit Daten der German Longitudinal Election Study ergeben sechs Milieus, die sich in ihren politischen Grundhaltungen, Medienpräferenzen und Themenwahrnehmungen plausibel voneinander unterscheiden. Die Ergebnisse werden als fruchtbarer Ansatz für die Medienwirkungsforschung interpretiert, der die Bedeutung der Lebenswelt der Mediennutzer für die politische Kommunikation berücksichtigt.

Schlagerworte: politische Kommunikation, politische Milieus, Mediennutzung, Themenwahrnehmung, Clusteranalyse

1. Gesellschaftliche, politische und mediale Diversifizierung

Heterogenisierung ist eines der zentralen gesellschaftlichen Phänomene, denen sich sozialwissenschaftliche Analysen gegenwärtig widmen. Gesellschaftlich und politisch wird z. B. in Deutschland die Diversifizierung von Gruppen und ihrer Interessen beobachtet. Die Kommunikationswissenschaft beschäftigt sich mit vielfältiger werdenden Medienangeboten, die immer individualisierter genutzt werden. Insbesondere für politische Kommunikation, Meinungsbildungsprozesse und Konsensbildung stellt diese Vervielfältigung eine Herausforderung dar, denn sie berührt eine zentrale Voraussetzung demokratischer Gesellschaften. Um unterschiedliche Anspruchsgruppen integrieren zu können, muss öffentliche Kommunikation Prozesse der Meinungsbildung so vermitteln, dass „die gesellschaftlich relevanten Themen mit bzw. im Horizont *aller* Bürger diskutiert werden“ (Gerhards 1998: 40). So sollen Bürger gruppenübergreifend zumindest teilweise übereinstimmend relevante Themen, aber auch konkurrierende Positionen zur Kenntnis nehmen können.

Die Diversifizierung politischer Kommunikation verläuft nicht eindimensional, etwa entlang von Einkommensgruppen oder politischer Orientierung. Bennett und Iyengar (2008) unterscheiden zwei parallel verlaufende Prozesse, die der übergreifenden Kenntnisnahme von Themen und Positionen entgegenstehen: Stratifikation, das vertikale Auseinanderdriften der politisch Interessierten und Politikern, und Segmentierung, die horizontale Diversifizierung der Mediennutzung entlang politischer Präferenzen *innerhalb* einer Gruppe von Interessierten oder Desinteressierten. Damit verknüpfen sie Annahmen und Befunde zu Wissensklüften (Tichenor, Donohue & Olien 1970) und *digital divide* (Norris 2001) mit solchen zu selektiver Zuwendung zu Medien (Knobloch-Westerwick 2007).

Auch Imhof (2012) sieht Medienangebot und Mediennutzung durch gleichzeitige Stratifizierungs- und Segmentierungsprozesse geprägt. Zielgruppenspezifisch bieten Medien in Inhalt und Form sehr unterschiedliche Nachrichtenrepertoires an, die ebenso

diverse „Aufmerksamkeitshorizonte“ (S. 32) der Nutzer nach sich ziehen. Solche Entwicklungen machen es notwendig, Mediennutzung und daran anschließend auch Themenwahrnehmung innerhalb von vertikal und horizontal differenzierten sozialen Gruppen zu untersuchen. Marshall und Weiß (2011) schlagen entsprechend vor, die gesellschaftliche Differenzierung als Rahmenbedingung und Bezugspunkt für die Politikvermittlung zu sehen. Diese Perspektive rückt „handlungsleitende Weltanschauungen“ *politischer Milieus* (Weiß 2013: 208) in den Vordergrund, die politischen Einstellungen und politischem Handeln und damit auch politischer Informationsnutzung vorausgehen.

Aufbauend auf Ansätzen zu politischen Milieus wird in diesem Beitrag der Zusammenhang zwischen politischer Milieuzugehörigkeit und Kommunikationspraxis untersucht. Ziel ist es, mediengestützte Informationsnutzung sowie Themenwahrnehmung innerhalb von politischen Milieus zu beschreiben und miteinander zu vergleichen. Das Vorhaben schließt damit einerseits an kommunikationswissenschaftliche Forschung an, indem es klärt, was die politische Mediennutzung prägt und was die selektive Zuwendung sowie deren Einfluss auf die Fragmentierung von Themenhorizonten und Einstellungen steuert.

Darüber hinaus ergänzt es die Befunde der politischen Soziologie, da beschreibbar wird, wie die Unterschiede kommunikativer Teilhabe, die bei verschiedenen politischen Segmenten angenommen werden, tatsächlich ausfallen. Dies ist in den bekannten soziologischen Ansätzen bisher nicht betrachtet worden. Es stellt sich die Frage, inwiefern die Kommunikationspraxis stimmig zu einem Typus politischer Grundhaltungen passt.

2. Identität und Identifikation politischer Milieus

Die Milieuforschung hat sich seit den 1980er Jahren als Modell für die Analyse und die Beschreibung sozialer Ungleichheit der Gesellschaft etabliert. In Abgrenzung zu sozio-ökonomischen Ansätzen interessiert sie sich stärker für soziale Unterschiede, die mit der kulturellen Praxis von Individuen und sozialen Gruppen sowie deren kollektiven Sinnssystemen einhergehen (Weischer 2011). Sie ergänzt das „Oben“ und „Unten“ der Stratifikation oder sozialen Schichtung mit einem „Nebeneinander“ verschiedener Bevölkerungssegmente (Hradil 2001). Hradil definiert soziale Milieus als „Gruppen Gleichgesinnter [...], die jeweils ähnliche Werthaltungen, Prinzipien der Lebensgestaltung, Beziehungen zu Mitmenschen und Mentalitäten aufweisen“ und die ihre Umwelt in ähnlicher Weise interpretieren und gestalten (S. 426). Die Milieuforschung versucht so zu erklären, wie in der Auseinandersetzung mit ökonomischen, sozialen und kulturellen Ressourcen eine „Handlungslogik“ ausgebildet wird, die den Zusammenhang der Lebensführung stiftet (Weiß 2009: 11).

In der politischen Soziologie wird gesellschaftliche Heterogenität anstelle von sozialen Indikatoren über politische Faktoren beschrieben. Als politische Milieus werden genauer Gruppen bezeichnet, in denen politische Grundorientierungen, Sozialisationserfahrungen, politische Einstellungen sowie typische Partizipationsmuster zusammenfallen. Angehörige eines politischen Milieus ähneln sich in ihrer politischen Weltanschauung, teilen also Vorstellungen darüber, welche gesellschaftsgestaltenden Prinzipien in der Politik grundsätzlich Anwendung finden sollten (Hradil 2006; Neugebauer 2007). Politische Milieus gründen sich auf dauerhafte politische Wertorientierungen, die als psychologisch „tiefsitzende“ und großenteils unbewusste „Konzeptionen des Wünschenswerten“ die Auswahl zwischen Handlungsalternativen und -zielen steuern (Hradil 2001: 422).

Marshall und Weiß (2011) sehen die milieuspezifische Haltung gegenüber der politischen Sphäre vor allem durch zwei verschiedene Dimensionen bestimmt. Zum einen

lässt sich ein Wertewandel im Wechsel der Generationen beobachten, zum anderen bilden sich die individuellen Wertorientierungen in Abhängigkeit von der sozialen Lage und der Lebensphase aus (s. a. Weiß 2009).

Für die bundesdeutsche Gesellschaft ist infolge des sozialen Wandels in den letzten Jahrzehnten ein solcher Wertewandel zu verzeichnen. Werte der Füg- und Folgsamkeit haben sich in jüngeren Generationen hin zu Werten der Selbstbestimmung und Gleichberechtigung entwickelt (Marschall & Weiß 2011). Letztere sind stark mit politischen Präferenzen für Meinungsfreiheit und Mitbestimmung sowie Toleranz und Solidarität verknüpft (Welzel 2009). Hinsichtlich der sozialen Lage gehen emanzipatorische Werte überwiegend mit höherer Bildung und anderen vorteilhaften Sozialmerkmalen einher und sind somit dort zu finden, wo Bevölkerungssegmente von den „Freiräumen profitieren, die die Individualisierung bietet“ (Welzel 2009: 133). Auch politische Milieus weisen folglich eine charakteristische soziale Lage innerhalb der Gesellschaft auf. So finden letztlich auch in die Konzeption politischer Milieus sowohl Stratifikation als auch Segmentierung Eingang.

Empirisch können Milieus, die sich nach Wertepräferenzen und sozialer Lage unterscheiden, über Grundorientierungen bezüglich zentraler politischer Konflikte abgebildet werden. Durch die Entscheidung zwischen alternativen Zielen entlang einer Konfliktdimension ergeben sich dabei voneinander unterscheidbare Gruppen. Die politischen Grundorientierungen, die zum Teil auch als ideologische Orientierungen bezeichnet werden (Arzheimer 2009), können in Anlehnung an Downs (1957) als *superissues* verstanden werden, die die Beurteilung unbekannter und konkreter politischer Streitfragen vorstrukturieren und somit Komplexität reduzieren. Herangezogen werden dazu hauptsächlich zwei Konfliktlinien, über die der heutige Merkmalsraum der politischen Grundorientierungen erfasst werden kann (Arzheimer 2009; Kitschelt 1994; Stöss 1997). Stöss (1997) formuliert zusammenfassend, „dass die Wertepaare ‚soziale Gerechtigkeit – Marktfreiheit‘ und ‚Libertarismus – Autoritarismus‘ die beiden Hauptcleavages in der [bundesdeutschen] Gesellschaft bilden“ (S. 163). Im Zentrum der sozioökonomischen Konfliktlinie steht demnach die Zukunft des Wohlfahrts- und Sozialstaates. Sie kontrastiert neoliberale mit staatsinterventionistischen Werten und bewegt sich zwischen den Polen einer ungehinderten Freisetzung der Marktkräfte und sozialer Gerechtigkeit. Die Konfliktdimension der politischen Ordnung stellt libertäre Grundorientierungen (direkte Demokratie, Gleichberechtigung der Geschlechter, Umweltschutz, Multikulturalität usw.) autoritären Wertvorstellungen (starker Nationalstaat, Patriotismus, Sicherheit und Ordnung usw.) gegenüber (s. a. Kitschelt 1994; Neugebauer 2007).

Nach Kitschelt (1994) lassen sich die Wertorientierungen systematisch alltäglich gemachten Erfahrungen der Arbeitswelt und somit der jeweiligen Berufslogik zuordnen. Gegenübergestellt werden dabei die Erwerbsgrundlage (Eigentum vs. Lohnarbeit), der Sektor der Erwerbstätigkeit (öffentlicher Dienst, weltmarktorientiertes oder regional orientiertes Unternehmen) sowie die Einbindung in die Organisation (relative Autonomie vs. Einbindung in Hierarchie) und die Art der Tätigkeit (interaktionsintensive vs. standardisierte und objektbezogene Tätigkeit). In ähnlicher Weise argumentiert auch Müller (1998, 2000), der Rahmenbedingungen der Erwerbstätigkeit mit Wahlpräferenzen in Beziehung setzt. Beispielsweise orientieren sich Angehörige sozialer und kultureller Berufsgruppen durch den häufigen Austausch mit ihren Klienten primär an sozialen Belangen und weisen entsprechend eine große Nähe zur SPD auf, während die Mitglieder der administrativen Dienstklasse sich eher an die Interessen ihrer Unternehmen und Organisation annähern und Präferenzen für die Unionsparteien äußern.

Mit einer spezifischen Kombination der politischen Grundorientierungen geht in der Regel auch ein Anspruch an die politische Rolle des Individuums einher. So dürfte beispielsweise eine freiheitliche Orientierung hinsichtlich beider Konfliktdimensionen, also eine marktwirtschaftliche *und* libertäre Grundhaltung, im subjektiven Selbstverständnis eine aktivere Staatsbürgerrolle nahelegen. Die Präferenz für eigenverantwortliches und leistungsorientiertes Handeln schlägt sich also im Verständnis der eigenen politischen Rolle nieder. Abhängig vom politischen Milieu sollten sich daher politische Einstellungen und Partizipation unterscheiden. Diese Unterschiede dürften sich auch in der mediengestützten Kommunikation widerspiegeln. Wie sinnvoll die kommunikative Auseinandersetzung mit Politik erscheint, hängt dann davon ab, ob Bedarf und Möglichkeiten zur Partizipation gesehen werden. Parallelen zwischen politischen und kommunikativen Milieus werden im nächsten Abschnitt beleuchtet.

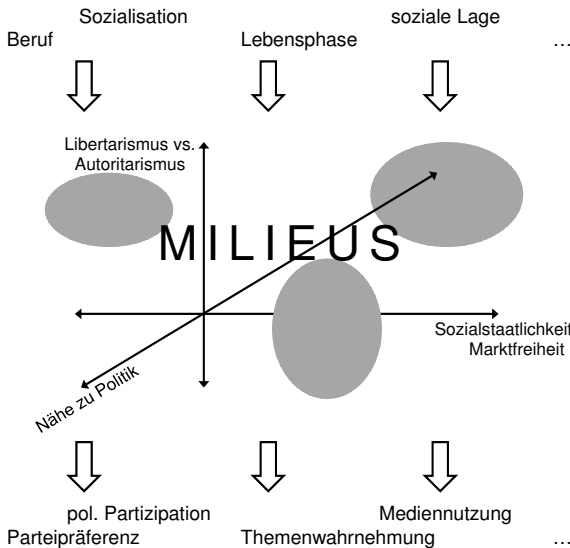
3. Annahmen über die mediale Kommunikationspraxis politischer Milieus

Analog zur Milieubildung der (politischen) Soziologie werden in der kommerziellen Kommunikations- und Medienforschung Mediennutzer nach Typen segmentiert. Mittels Typ- und Lebensstilbeschreibungen sollen die Zuwendung zu Medien erklärt oder Zielgruppenanalysen erstellt werden. Weiß (2010) hat gezeigt, dass sich politische Milieus und Mediennutzertypen stark ähneln können und sozusagen ineinander fortschreiben lassen. Am Beispiel des politischen Milieus des „engagierten Bürgertums“ (Neugebauer 2007) und der „modernen Kulturorientierten“ aus der MedienNutzerTypologie 2.0 (MNT; Oehmichen 2007) zeigt er nicht nur Ähnlichkeiten zwischen sozialer Lage und Weltanschauung auf. Auch die politischen Grundhaltungen einerseits und Mediennutzung andererseits der Menschen dieses Typs bzw. Milieus fügen sich in ein Gesamtbild. Milieubildende Wertorientierungen fassen dabei grundlegende Vorstellungen und Erwartungen darüber zusammen, welche Probleme der Gesellschaft von der Politik vorrangig behandelt werden sollten, und organisieren so die Wahrnehmung von Politik. Das hat zur Folge, dass aus dem Angebot der Medien an Themen und Deutungen vor allem solche Inhalte relevant erscheinen, die den milieutypischen inhaltlichen Präferenzen entsprechen. Je nach marktliberaler oder sozialstaatlicher Orientierung sollte z. B. Themen, die der sozialstaatlichen Umverteilung zugerechnet werden können (Sozialgesetzgebung, Rentenkürzungen, Arbeitslosigkeit, Steuersenkungen), eine andere Relevanz zugewiesen werden. Ebenso verhält es sich mit Themen, die die Konfliktdimension der politischen Ordnung betreffen, wie beispielsweise Auseinandersetzungen um die innere Sicherheit oder um Eingriffe in Bürgerrechte.

Des Weiteren ergeben sich aus der Milieuzugehörigkeit aber auch Anforderungen an die jeweilige individuelle Kommunikationspraxis. Im Fokus der Betrachtung stehen hier die Form des Mediengriffs, die Art der genutzten Medien sowie die Rolle, die Nutzer den Medien in Bezug auf Politik zuweisen. In der MNT 2.0 werden zur Konstruktion der Nutzertypen Einstellungen und Werte herangezogen, die mit einer weiteren Dimension überkreuzt werden: Nähe zu Kultur (Hartmann & Höhne 2007). Bei ähnlich ausgeprägten Werten wenden sich kulturnahe und kulturferne Personen sehr unterschiedlichen Medien und Gattungen zu und werden damit unterschiedlichen Typen zugewiesen. Bezogen auf politische Inhalte sollte entsprechend die Nähe bzw. Distanz zu Politik über den Zugriff auf Informationsmedien entscheiden – und zwar in unterschiedlichen Kombinationen mit politischen Grundorientierungen.

Grundorientierungen und Nähe zu Politik stehen dabei nicht unverbunden nebeneinander, sondern sind inhaltlich eng verknüpft. Nach Schmid (2004), die die Entstehung des politischen Interesses und dessen Einflussfaktoren im Kontext der politischen So-

Abbildung 1: Dimensionen, Einflussfaktoren auf und von politischen Milieus



zialisierung untersucht, ist das Interesse maßgeblich für die Exploration von Politik und weiter für die Verfügbarkeit „politisch-ideologischer Richtungen“ verantwortlich (S. 15). Demnach ist es bereits für die Ausbildung der politischen Grundorientierungen von Bedeutung. Wie bereits ausgeführt, sollten sich aus den politischen Grundorientierungen überdies Ansprüche an die eigene Rolle als Staatsbürger ergeben, die sich wiederum in Verhalten wie Mediennutzung oder politischer Partizipation niederschlagen können. Von freiheitlich orientierten Milieus ist nicht nur mehr politische Beteiligung, sondern auch stärkeres Interesse für Politik und eine anspruchsvollere politische Mediennutzung zu erwarten. Abbildung 1 fasst politische Milieus, ihre drei diskutierten Dimensionen sowie zentrale Einflussfaktoren und Konsequenzen schematisch zusammen.

4. Forschungsleitende Fragen

Grundlegend für die durchzuführenden Analysen ist die Annahme, dass sich politische Milieus konstruieren lassen, die sowohl an den Forschungsstand der politischen Soziologie als auch an Nutzertypologisierungen der Medienforschung anschlussfähig sind. Eine milieubasierte Interpretation nimmt mit der gleichzeitigen Untersuchung von politischen Grundorientierungen und politischem Interesse in den Blick, unter welchen Umständen es subjektiv sinnvoll ist, sich wie mit politischen Medieninhalten auseinanderzusetzen. Welche Kombinationen von Wertorientierungen und politischem Interesse hängen mit welcher Art der Mediennutzung zusammen?

An diese Forschungsfrage schließen sich mehrere aufeinander aufbauende Analyseschritte an. Zunächst muss geprüft werden, welche politischen Milieus sich innerhalb der deutschen Gesellschaft bestimmen lassen. Solcherart konstruierte Milieus sollten sich auch hinsichtlich ihrer sozialen Lage und anderer sozialstruktureller Eigenschaften im Sinne bestehender Klassifizierungen typisch beschreiben lassen. Zu klären ist weiter, ob

die Mediennutzung je nach Milieu unterschiedlich ausfällt. Wie plausibel lässt sich diese Verschiedenartigkeit im Kontext des Milieuzusammenhangs beschreiben?

Sowohl die politischen Grundorientierungen als auch die gewohnheitsmäßige Mediennutzung beeinflussen vermutlich die Wahrnehmung der aktuellen politischen Lage und prägen so, welche Politikfelder als wichtig angesehen werden. In einem weiteren Schritt soll daher geprüft werden, ob es Unterschiede in der Themenorientierung der Milieus gibt und wie auch diese sich schlüssig vor dem Hintergrund der Milieucharakteristik nachvollziehen lassen.

5. Methodische Umsetzung

Für diesen Beitrag haben wir politische Milieus mittels Clusteranalysen identifiziert, um milieuspezifische Unterschiede hinsichtlich Lebenslage, Mediennutzung und Themenwahrnehmung zu untersuchen. Grundlage der Analyse ist eine Welle der German Longitudinal Election Study (GLES). Vom 10. August bis zum Tag vor der Bundestagswahl am 27. Oktober 2009 wurden 2173 Personen ab 16 Jahren *Face-to-Face* befragt, die bei der Bundestagswahl wahlberechtigt waren oder es bei Volljährigkeit gewesen wären. In Ostdeutschland lebende Personen sind überrepräsentiert, was bei der Untersuchung von Zusammenhängen innerhalb von wertorientierten Milieus allerdings vernachlässigt werden kann. Verwendet wurde der vorläufige Vorwahldatensatz in der Version 4.0.0 (Rattinger, Schmitt-Beck, Roßteutscher & Weßels 2011a).

In der Vorwahlwelle 2009 der GLES sind Variablen zu allen hier interessierenden Themenbereichen enthalten. Neben politischen Grundorientierungen sind umfangreiche Angaben zur sozialen Lage erfasst. Die politikbezogene Mediennutzung der Befragten wird mittels zahlreicher Einzelindikatoren abgebildet.

5.1 Variablen zur Erfassung politischer Einstellungen und Interessen

Der Versuch, politische Milieus in den GLES-Daten zu identifizieren, orientiert sich einerseits an den klassifizierenden Analysen von Kitschelt (1994) und Neugebauer (2007). Wie in Abbildung 1 dargestellt, liegen den in diesen Arbeiten beschriebenen politischen Milieus zwei Dimensionen politischer Grundorientierungen zugrunde: Sozialstaatlichkeit versus Marktwirtschaft bzw. Autoritarismus versus Liberalismus. Die GLES bezieht sich auf genau diese beiden Konfliktachsen und erfasst sie im Vorwahldatensatz 2009 auf jeweils elfstufigen Skalen, mit der die Position der Befragten zwischen den jeweiligen Polen abgebildet werden kann. Die Frage nach der eigenen Einstellung zu *mehr sozialstaatliche[n] Leistungen, auch wenn das mehr Steuern und Abgaben bedeutet* (1), im Gegensatz zu *weniger Steuern und Abgaben, auch wenn das weniger sozialstaatliche Leistungen bedeutet* (11), bildet die sozioökonomische Dimension ab. Die libertär-autoritäre Dimension wird durch die Position zwischen *Zuzugsmöglichkeiten für Ausländer sollten eingeschränkt werden* (1) und *Zuzugsmöglichkeiten für Ausländer sollten erleichtert werden* (11) erfasst.

Des Weiteren gehen wir in Anlehnung an die MNT 2.0 davon aus, dass sich politische Milieus über eine grundlegende Zuwendung zu oder Abkehr von der politischen Sphäre unterscheiden lassen. In der GLES wurde auf einer Skala von 1 = *überhaupt nicht* bis 5 = *sehr stark* erfasst, wie sehr sich die Befragten für Politik interessieren.

Sowohl die politischen Grundorientierungen als auch das politische Interesse sind jeweils entscheidende Merkmale für die Beschreibung der politischen Segmente der Bevölkerung, sie reichen für sich genommen jedoch nicht aus. Erst die *Kombination* der Wertorientierungen und des Interesses macht es letztlich möglich, die langfristig ange-

legten Grundpositionen der Milieus – und damit den Blickwinkel, aus dem heraus sie Politik betrachten und beurteilen – umfassend zu charakterisieren. In hierarchische Clusteranalysen nach dem Ward-Verfahren und mit der quadrierten Euklidischen Distanz als Distanzmaß wurden daher die beiden Indikatoren für Libertarismus/Autoritarismus und Sozialstaatlichkeit/Marktfreiheit sowie das politische Interesse aufgenommen. Um die unterschiedlichen Skalen der Grundorientierungen und des Interesses sowie die unterschiedlichen Varianzen auszugleichen, wurden alle drei Variablen z-standardisiert. Nach Ausschluss von Fällen mit fehlenden Werten stehen 1992 Befragte zur Verfügung. Im Ergebnisteil weist Abbildung 2 die Mittelwerte der drei clusterbildenden Variablen für eine 6-Cluster-Lösung aus. Diese wurde sowohl nach inhaltlichen als auch nach statistischen Kriterien ausgewählt. So erweist sie sich als übersichtlich sowie gut interpretierbar und kann nach der Inspektion eines *elbow*-Diagramms der Fehlerquadratsumme als „beste Lösung“ angesehen werden. Zudem lässt sie sich relativ stabil in *split half*-Analysen mit durch zufällige Auswahl um die Hälfte reduzierten Stichproben reproduzieren. Es soll dennoch darauf hingewiesen werden, dass die 6-Cluster-Lösung keineswegs die einzig korrekte Beschreibung der unterschiedlichen Milieus ist. Es handelt sich vielmehr um eine *mögliche* Beschreibung, mithilfe derer die Unterschiede zwischen den Segmenten verdeutlicht werden sollen.

5.2 Variablen zur Charakterisierung der Cluster

In Abhängigkeit von der Clusterzugehörigkeit werden weitere Merkmale der befragten Personen unterschieden. Was die Mediennutzung mit Politikbezug betrifft, werden die durchschnittlichen Nutzungshäufigkeiten (in Tagen pro Woche) für Qualitätszeitungen (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Die Welt*, *Frankfurter Rundschau*, *tageszeitung*), die *Bild*-Zeitung sowie lokale Tageszeitungen (ohne Einzeltitellennennung) erfasst. Aufgrund der sehr geringen Fallzahlen innerhalb der einzelnen Kategorien werden diejenigen, die gewöhnlich mindestens einmal in der Woche eine der Qualitätszeitungen lesen, zusammengefasst (1 = mindestens einmaliges Lesen einer Qualitätszeitung, 0 = keine Nutzung einer Qualitätszeitung). Analog wird auch die Lektüre der *Bild* und von lokalen Tageszeitungen als Dummy codiert.

Die Nutzung von Fernsehnachrichten wird für die vier großen Sender *ARD*, *ZDF*, *RTL* und *Sat.1* bzw. deren Hauptnachrichtensendungen ebenfalls in Tagen pro durchschnittlicher Woche erfasst. Hier fassen wir die Nutzung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehnachrichten danach zusammen, ob *gar nicht*, *selten* (1–3 Tage in der Woche) oder *regelmäßig* (an 4 oder mehr Tagen) Nachrichten auf den jeweiligen beiden Sendern geschaut wurden. Der jeweils höhere Wert gibt dabei den Ausschlag, wer also an fünf Tagen pro Woche die „Tagesschau“ sieht, aber nie „heute“, wird als regelmäßiger Nutzer von öffentlich-rechtlichen Nachrichten eingestuft.

Die Auswahl der Mediennutzungsvariablen samt den Unterscheidungen zwischen Qualitäts- und Boulevardzeitungen sowie zwischen den Nachrichtensendungen öffentlich-rechtlicher und privater Sender berücksichtigt die in kommunikationswissenschaftlichen Studien gebräuchliche Trennung von *hard* und *soft news*. Wie aus Inhaltsanalysen bekannt ist, stellt diese einen wesentlichen Unterschied für die Darstellung von politischen Informationen und infolgedessen auch für deren Nutzung dar (Krüger 2010; Ridder & Engel 2010).

Die Nutzung des Internets für politische Informationen wird als Dummy codiert, wobei 1 dafür steht, dass sich jemand in der Woche vor dem Interview an mindestens einem Tag im Internet über Parteien und die Bundestagswahl informiert hat.

Bezüglich der Wahrnehmung von politischen Themen können die Befragten bis zu drei Dinge angeben, die sie gegenwärtig als das wichtigste [zweit- bzw. drittwichtigste] politische Problem in Deutschland ansehen. Die Systematisierung der offenen Antworten erfolgte durch die Primärforscher der GLES (Rattinger, Schmitt-Beck, Roßteutscher & Weißels 2011b). Für die vorliegende Studie werden nur die Oberkategorien berücksichtigt, die Probleme nach Aspekten des politischen Systems, der politischen Akteure oder einzelner Politikfelder wie Arbeitsmarkt- oder Wirtschaftspolitik zusammenfassen.

Zur Beschreibung der sozialen Lage und demographischer Merkmale werden Alter, Geschlecht, Schulbildung, Nettoeinkommen des Haushalts, Erwerbsstatus und Berufsgruppe sowie Parteiidentifikation erfasst.

6. Ergebnisse

6.1 Clusteranalyse zur Milieubildung

Die Stichprobe lässt sich stabil in sechs Cluster aufteilen, die inhaltlich gut beschreibbar sind und sich hinreichend voneinander unterscheiden.¹ Aus den beiden politischen Grundorientierungen ergeben sich verschiedene Kombinationen, so z. B. eine ausgeprägte Präferenz für Autoritarismus und Sozialstaatlichkeit bei zwei sozialautoritären Clustern (*engagierte Sozialautoritäre*, $n = 420$; *politikferne Geringqualifizierte*, $n = 333$) und hohe Werte für die jeweiligen Gegenpole, Liberalismus und Marktfreiheit, bei der *aufgeschlossenen Mitte* ($n = 453$; Abbildung 2). Die *linke Bildungselite* ($n = 382$) zeigt eine deutliche Orientierung auf Liberalismus und Sozialstaatlichkeit, während für die beiden Cluster der *marktorientierten Elite* und der *desinteressierten Marktorientierten* ($n = 245$ bzw. $n = 159$) das Gegenteil gilt.

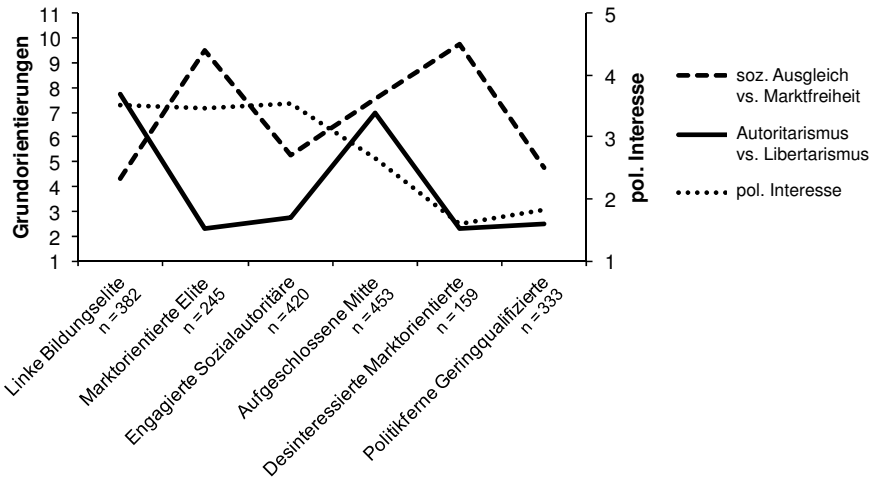
Neben der Differenzierung der politischen Grundorientierungen zeigt sich deutlich die Bedeutung des politischen Interesses. Durch dieses lassen sich die Gruppen, die sich durch eine starke Präferenz für Autoritarismus auszeichnen, jeweils in ein politisch interessiertes und in ein politisch desinteressiertes Cluster aufgliedern. Dass gerade die beiden libertärorientierten Cluster sich nicht weiter ausdifferenzieren und beide ein relativ ausgeprägtes Interesse aufweisen, bestätigt die Erwartung, dass libertäre Präferenzen eine aktive Beschäftigung mit Politik vom Einzelnen einfordern.

Linke Bildungselite

Das Milieu der *linken Bildungselite* zeichnet sich im Vergleich durch die libertärste Wertorientierung, die stärkste Präferenz für einen solidarischen Sozialstaat und das höchste politische Interesse aus. Es weist die deutlich höchste Bildung aller Cluster auf; 43 % verfügen über Abitur oder Fachabitur. Trotz des im Verhältnis größten Anteils an Personen, die sich noch im Studium befinden (7 %), ist das mittlere Haushaltseinkommen bei einem Median von 1800 € das zweithöchste aller Cluster. Ein weit überdurchschnittlicher Anteil der Personen dieses Clusters sind Vollzeiterwerbstätige (43 %). Da-

1 Bei sechs Clustern und drei clusterbildenden Variablen ergeben sich 45 mögliche paarweise Mittelwertsvergleiche. 39 der entsprechenden t-Tests sind bei höchstens 5 %iger Irrtumswahrscheinlichkeit signifikant. Das hohe politische Interesse der *linken Bildungselite*, *marktorientierten Elite* und *engagierten Sozialautoritären* unterscheidet sich jeweils paarweise nicht signifikant. Ebenfalls gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen der klar autoritären Grundorientierung der *marktorientierten Elite*, *desinteressierten Marktorientierten* und *politikfernen Geringqualifizierten*.

Abbildung 2: Grundorientierungen und politisches Interesse der Milieus



bei arbeiten außergewöhnlich viele Personen im Bereich der sozialen Dienstleistungen (15 %) sowie in Bildung, Forschung und Entwicklung (11 %). Vergleichsweise häufig finden sich Personen, die im öffentlichen Dienst beschäftigt sind. Die Angehörigen des Milieus arbeiten überdurchschnittlich oft in leitenden Positionen.

Innerhalb der *linken Bildungselite* finden sich die deutlich höchsten Anteile von Parteianhängern der SPD (28 %), der Grünen (17 %) und der Linken (14 %). Personen, die sich den Unionsparteien nahestehen, sind im Cluster hingegen im Verhältnis am wenigsten vertreten. Auch der Anteil an Personen, die sich keiner Partei zugehörig fühlen, ist hier am geringsten.

Marktorientierte Elite

Die *marktorientierte Elite* wird durch starke Präferenzen für Marktfreiheit, die stärkste autoritäre Haltung sowie ein sehr hohes politisches Interesse charakterisiert. Das Milieu weist mit knapp über 52 Jahren das zweithöchste Durchschnittsalter auf. Der Anteil der Menschen, die sich bereits im Ruhestand befinden, liegt bemerkenswerterweise allerdings leicht unter dem Durchschnitt der Gesamtstichprobe. Das marktautoritäre Milieu zeichnet sich durch das höchste mittlere Einkommen (Median = 2000 €) aus und verdient damit im Schnitt knapp 750 € mehr als die *politikfernen Geringqualifizierten*, die das geringste Einkommen aufweisen. In der Gesamtschau der Milieus lässt sich ein mittleres Bildungsniveau ausmachen (20 % besitzen Abitur oder Fachabitur, 43 % die mittlere Reife und 37 % einen Hauptschulabschluss).

Über die Hälfte – und damit im Vergleich der Cluster der deutlich größte Anteil – der *marktorientierten Elite* ist in Vollzeit beschäftigt. Der Anteil der arbeitslosen Personen ist mit unter 3 % deutlich am geringsten. Auffallend viele Personen des Milieus sind als Selbstständige in Handel, Gewerbe und Dienstleistungen tätig (15 %). Nach Wirtschaftssektoren differenziert finden sich vor allem im Banken- und Versicherungssektor sowie im verarbeitenden Gewerbe weit überdurchschnittliche Anteile. Im Gegensatz dazu sind die Bereiche der sozialen Dienstleistungen und der Bildung, For-

schung und Entwicklung deutlich unterdurchschnittlich besetzt. Rund drei Viertel der Personen arbeiten in einem privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen.

Gemäß ihrer politischen Wertorientierung (Stöss 1997) ordnet sich die *marktorientierte Elite* überwiegend den Unionsparteien zu (44 %). Auffällig ist zudem der deutlich höchste Anteil an FDP-Anhängern (11 % im Vergleich zu 5 % im Gesamtdurchschnitt). Ähnlich wie im Milieu der *linken Bildungselite* ist der Anteil derjenigen, die sich keiner Partei zugehörig fühlen, deutlich unterdurchschnittlich (24 %).

Engagierte Sozialautoritäre

Die *engagierten Sozialautoritären* weisen eine starke Präferenz für soziale Gerechtigkeit, eine stark autoritäre Haltung sowie ein sehr hohes politisches Interesse auf. Das Milieu der *engagierten Sozialautoritären* ist mit einem Durchschnittsalter von 54,1 Jahren deutlich das älteste. Entsprechend ist der Anteil der bereits verrenteten Milieuzugehörigen mit 40 % im Clustervergleich am größten. Das Haushaltsnettoeinkommen des Clusters liegt leicht über dem Median der gesamten Stichprobe von 1700 €. Hinsichtlich der formalen Bildungsabschlüsse ergibt sich ein mittleres Niveau. Weitere Auffälligkeiten hinsichtlich der Zusammensetzung der Erwerbstätigen bzw. Berufsgruppen sind nicht zu beobachten. Sowohl der Anteil der Angestellten als auch der freien akademischen Berufe und der Beamten liegt jeweils nur leicht über dem Durchschnitt.

In Bezug auf Parteidentifikation wird das Cluster überdurchschnittlich von der Anhängerschaft der großen Volksparteien dominiert (CDU/CSU 30 %; SPD 24 %), im Vergleich finden sich mit 12 % zudem überdurchschnittlich viele Anhänger der Linken im Cluster.

Aufgeschlossene Mitte

Die *aufgeschlossene Mitte*, das größte Cluster der Analyse, lässt sich über ihre leicht überdurchschnittliche marktliberale Orientierung, ihre ausgeprägte libertäre Haltung und durch ein mittleres politisches Interesse bestimmen. Das Milieu wirkt in vielerlei Hinsicht vergleichsweise durchschnittlich. Ausgestattet ist es mit einem durchschnittlichen mittleren Haushaltseinkommen. Ein Fünftel der Personen dieses Milieus besitzt zwar Abitur oder Fachabitur, allerdings haben 45 % lediglich einen Hauptschulabschluss. Unterdurchschnittlich viele Menschen der *aufgeschlossenen Mitte* sind zum Zeitpunkt der Befragung arbeitslos (8 %), durchschnittlich viele Personen stehen in einem Vollzeitarbeitsverhältnis. Auffällig ist der höchste Anteil an Hausfrauen und -männern (8 %), der durch den insgesamt hohen Anteil von Frauen (59 %) zustande kommen könnte. Bemerkenswert ist zudem der hohe Anteil von Studierenden (6 %).

Hinsichtlich der Parteidentifikation lässt sich konstatieren, dass überdurchschnittlich viele Anhänger der Grünen und der FDP (13 bzw. 6 %) im Milieu der *aufgeschlossenen Mitte* vertreten sind, während die Anhängerschaft der beiden großen Volksparteien durchschnittlich ausgeprägt ist.

Desinteressierte Marktorientierte

Die *desinteressierten Marktorientierten* lassen sich, wie bereits erwähnt, durch das äußerst schwache politische Interesse von der marktorientierten Elite unterscheiden. Vergleichbar sind hingegen die politischen Wertorientierungen: Eine starke Präferenz für Marktfreiheit verbindet sich mit der im Vergleich stärksten autoritären Haltung. Die *desinteressierten Marktorientierten* sind mit deutlichem Abstand das jüngste Milieu mit

einem Durchschnittsalter von rund 43 Jahren. Die Personen weisen überwiegend niedrigere formale Bildungsabschlüsse auf. 10 % der Personen haben Hochschul- oder Fachhochschulreife erreicht, gut die Hälfte besitzt hingegen einen Hauptschulabschluss. Gemäß dem vergleichsweise niedrigen Alter finden sich unter den *desinteressierten Marktorientierten* die geringsten Anteile an Personen, die sich bereits im Ruhestand, und die höchsten derer, die sich noch in schulischer oder beruflicher Ausbildung befinden (3 % bzw. 4 %). Die Zahl der Studierenden liegt im Verhältnis hingegen leicht unter dem Durchschnitt. Der Anteil der Vollzeiterwerbstätigen ist mit einem Drittel leicht unterdurchschnittlich. Arbeitslose Personen sind – mit überdurchschnittlichen 16 % – vermehrt im Cluster zu finden. Entsprechend ist das mittlere Einkommen pro Haushalt unterdurchschnittlich (1600 €). Mit rund einem Drittel findet sich in diesem Milieu der insgesamt höchste Anteil an Arbeitern, während die Gruppen der freien akademischen Berufe sowie die der Beamten im Milieu nur marginal vertreten sind.

Im markanten Unterschied zu den bereits beschriebenen Milieus fühlt sich die Mehrheit der *desinteressierten Marktorientierten* keiner Partei zugehörig (55 %). Der autoritären, marktliberalen Wertorientierung folgend identifiziert sich immerhin ein weiteres Viertel mit der CDU/CSU.

Politikferne Geringqualifizierte

Die *politikfernen Geringqualifizierten* weisen starke Präferenzen für soziale Gerechtigkeit auf. Typenbildend sind weiter die stark autoritäre Haltung sowie das äußerst geringe politische Interesse. Den Angehörigen des Milieus steht mit großem Abstand das geringste mittlere Einkommen zur Verfügung (gut 1250 €). Mit nur 6 % (Fach)Abiturienten, 56 % mit Hauptschulabschluss sowie 3 % von Personen, die die Schule ohne Abschluss verlassen haben, kann im Milieu der *politikfernen Geringqualifizierten* das geringste Bildungsniveau festgestellt werden. In der Folge weist das Cluster mit rund einem Fünftel den höchsten Anteil an Arbeitslosen auf. Ein weiteres Drittel der Menschen ist bereits verrentet. Entsprechend ist der Anteil der Vollzeiterwerbstätigen mit 23 % der geringste aller Milieus. Ähnlich wie im Milieu der *desinteressierten Marktorientierten* sind die freien akademischen Berufe sowie Beamte kaum vertreten. Der Arbeiteranteil liegt hingegen ebenso wie der Anteil der einfachen Angestellten deutlich über dem Durchschnitt.

Ein großer Teil der *politikfernen Geringqualifizierten* fühlt sich keiner Partei verbunden (46 %). Im Übrigen finden sich zu gleichen Teilen Anhänger der beiden Volksparteien im Milieu (jeweils rund 20 %).

6.2 Mediennutzung innerhalb der Milieus

Im Vergleich der Milieus sind deutliche Unterschiede in der Informationsnutzung zu erkennen. Diese erhärten die Vermutung, dass die Kommunikationspraxis der Milieus durch unterschiedliche Ansprüche an die Art der politischen Teilhabe geprägt ist, die sich ihrerseits aus der Konfiguration der Grundorientierungen ergeben (Tabelle 1). So zeichnet die *linke Bildungselite*, die ein hohes politisches Interesse und eine libertäre Orientierung vereint, eine vielfältige und intensive politikbezogene Mediennutzung aus. Knapp ein Drittel des Milieus widmet sich regelmäßig der Lektüre mindestens einer Qualitätszeitung. In Verbindung mit dem geringsten Anteil an *Bild*-Lesern könnte dies darauf verweisen, dass ein großes Interesse an einer einordnenden Berichterstattung besteht. Zwar lesen drei Viertel der *linken Bildungselite* regelmäßig eine Regional- oder Lokalzeitung, die Orientierung an Lokalem ist im Vergleich zu den ähnlich politisch

Tabelle 1: Mediennutzung innerhalb der Milieus

Medien n	Linke Bildungs- elite 382	Marktorien- tierte Elite 245	Engagierte Sozialauto- ritäre 420	Aufge- schlossene Mitte 453	Desinteres- sierte Markt- orientierte 159	Politikferne Geringquali- fizierte 333
<i>Print (Nutzung an mind. einem Tag in der Woche)</i>						
Qualitätszei- tungen	28	21	18	17	5	3
Lokal-, Regio- nalzeitungen	74	87	84	74	71	66
Bild-Zeitung	27	36	36	31	37	39
<i>Fernsehnachrichten (regelmäßige Nutzung, mind. vier Tage in der Woche)</i>						
ARD, ZDF	59	74	65	50	42	51
RTL, Sat.1	15	22	19	22	20	24
<i>Internetnut- zung für pol. Informationen</i>	37	28	21	24	12	8

Alle Angaben in Prozent.

interessierten Clustern der *marktorientierten Elite* und der *engagierten Sozialautoritären* damit jedoch deutlich geringer.

Dass der deutlich höchste Anteil derer, die in der Vorwoche der Befragung das Internet genutzt haben, um sich politisch zu informieren, im Milieu der *linken Bildungselite* zu finden ist, zeigt insbesondere deren bewusste, aktive Zuwendung zu politischen Inhalten. Auch im Milieu der *marktorientierten Elite* ist hier ein hoher Anteil zu verzeichnen.

Das hohe politische Interesse der *engagierten Sozialautoritären* übersetzt sich ebenfalls in eine ausgeprägte Informationsnutzung. Allerdings hat sie in diesem Milieu ein anders geartetes Profil: Der stark überdurchschnittliche Nutzungsanteil der Lokal- bzw. Regionalzeitungen dominiert gegenüber der leicht überdurchschnittlichen Lektüre der überregionalen Presse deutlich. Auch der Anteil derjenigen, die regelmäßig *Bild* lesen, liegt leicht über dem Durchschnitt. Trotz des höchsten Durchschnittsalters – und der u. U. auch aus diesem Grund stark ausgeprägten Präferenz für die traditionellen Tageszeitungen – nutzt rund ein Fünftel der Personen das Internet, um sich politisch zu informieren.

Bezogen auf das Fernsehen zeigt sich in der gesamten Stichprobe eine deutliche Präferenz für die öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangebote. Die Nutzung der Nachrichten der Privatsender fällt aber mit Bezug zum politischen Interesse der Milieus höchst unterschiedlich aus. So findet sich die entschiedenste Vermeidung der Nachrichtenangebote der privaten Fernsehsender bei der *linken Bildungselite*. Die deutlich höchsten Anteile an Personen, die mindestens an vier Tagen in der Woche die öffentlich-rechtlichen Fernsehnachrichten sehen, sind bei der *marktorientierten Elite* sowie bei den *engagierten Sozialautoritären* zu verzeichnen.

Sind die Unterschiede hinsichtlich der Informationsnutzung zwischen den Elite-Milieus und den *engagierten Sozialautoritären* eher gering, so unterscheidet sich die der *desinteressierten Marktorientierten* sowie der *politikfernen Geringqualifizierten* umso deutlicher. In beiden Milieus ist der Mediengebrauch deutlich auf *soft news* ausgelegt bzw. werden anteilmäßig mit Abstand die wenigsten politikbezogenen Inhalte genutzt,

wobei die Zuwendung zu politischen Informationen der *politikfernen Geringqualifizierten* noch schwächer ausfällt als die der *desinteressierten Marktorientierten*. Im Vergleich der Milieus insgesamt finden sich in beiden Clustern die höchsten Anteile an *Bild-Lesern* sowie die jeweils kleinsten Anteile an Lokalzeitungs- und Qualitätszeitungslesern. Die überregionalen Printmedien werden dabei ebenso wie das Internet lediglich von einem Bruchteil der Milieus für die politische Information genutzt. Hinzu tritt eine unterdurchschnittliche Nutzung des öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangebots sowie eine zum Teil überdurchschnittliche regelmäßige Rezeption der privaten Fernsehnachrichten. Das Milieu der *aufgeschlossenen Mitte* zeigt sich auch hinsichtlich der Medienutzung indifferent. Für fast alle Ausprägungen sind durchschnittliche Werte zu identifizieren.

6.3 Themenwahrnehmung innerhalb der Milieus

Im Vergleich der Themenwahrnehmung ergeben sich zwar einige milieuübergreifende Gemeinsamkeiten, aber auch zahlreiche Unterschiede (Tabelle 2). So werden in allen Clustern die drei Bereiche der Arbeitsmarkt-, Sozial- und Wirtschaftspolitik mit deutlichem Abstand als wichtigste Probleme benannt. Insgesamt zeigen sich hier eher graduelle Unterschiede.² Auffällig ist jedoch, dass sich ausschließlich in den marktliberalen Clustern die Rangfolge der drei wichtigsten Themen ändert. Der Wirtschaftspolitik wird in der Wahrnehmung der *desinteressierten Marktorientierten* und der *marktorientierten Elite* in Abgrenzung zu allen anderen Milieus eine größere Relevanz zugewiesen als der Sozialpolitik. Ebenso wird hier dem Bereich der Finanzpolitik eine deutlich wichtigere Rolle als in den anderen Clustern zugeschrieben. Die Agenden der Milieus mit prekärer sozialer Lage, die einen hohen Anteil an Arbeitslosen aufweisen, werden hingegen deutlich vom Thema der Arbeitsmarktpolitik dominiert.

Zudem scheint es einzelne Themen zu geben, denen autoritärorientierte Milieus einen größeren Stellenwert beimessen. So wird der Bereich der normativen Ordnung, der sich auf einen allgemeinen Werteverfall der Gesellschaft bezieht, lediglich in den vier Milieus mit autoritärer Grundorientierung von mehr als 10 % der Befragten als dringlich bezeichnet. Für die innere Sicherheit gilt, wenn auch in schwächerem Ausmaß, Vergleichbares. Ausschließlich in den autoritärorientierten Milieus der *marktorientierten Elite* sowie der *desinteressierten Marktorientierten* weist ein größerer Anteil an Personen der inneren Sicherheit eine hohe Bedeutung zu.

Die Bildungspolitik spielt in den marktliberalen Clustern kaum eine Rolle. Überdeutlich wird ihr hingegen im hochgebildeten Milieu der *linken Bildungselite* Relevanz zugesprochen. Die Beschäftigung der Politik mit Umweltfragen wird sogar allein in diesem Milieu als wichtig erachtet.

Der skizzierten Struktur der Agenden entsprechend variiert auch die Themenvielfalt zwischen den Milieus erheblich. So nennen die *politikfernen Geringqualifizierten* nicht mehr als vier dringliche Themen, um die sich die Politik kümmern sollte, während die *engagierten Sozialautoritären* mit sieben genannten Politikfeldern ein deutlich breiteres Spektrum wahrnehmen. Auch die Zahl der Themen, die von mehr als 10 % der Personen

2 In der GLES wird die Wahrnehmung von Politikfeldern, nicht von Einzelthemen erfasst. Wie groß die Überschneidungen in den Agenden der politischen Milieus sind, kann daher nicht ermittelt werden. Allerdings lassen sich Hinweise auf milieugebundene Unterschiede in Bezug auf die Breite des Themenhorizonts und auf die Relevanzhierarchie erkennen. Mit der Nennung einzelner Policy-Felder geht zudem keine bestimmte inhaltliche Positionierung in einem Feld einher.

Tabelle 2: Themenwahrnehmung innerhalb der Milieus

Themen	Linke Bildungs- elite	Marktorien- tierte Elite	Engagierte Sozialauto- ritäre	Aufgeschlos- sene Mitte	Desinteres- sierte Markt- orientierte	Politikferne Geringquali- fizierte
n	382	245	420	453	159	333
Arbeitsmarkt- politik	70	79	73	71	88	92
Sozialpolitik	52	56	62	53	45	70
Wirtschafts- politik	52	58	51	49	48	36
Bildungspoli- tik	28		18	16		
Finanzpolitik	11	19	14	15	19	
Normative Ordnung		11	14	15		14
Innere Sicher- heit			12		15	
Umweltpoli- tik	13					

Alle Angaben in Prozent.

Pro Milieu sind nur Themen angegeben, die von jeweils mindestens 10 % der Befragten genannt wurden.

der *linken Bildungselite* und der *aufgeschlossenen Mitte* als relevant eingestuft werden, ist vergleichsweise hoch. Die eingeschränktesten Themenagenden weisen in der Tendenz die *desinteressierten Marktorientierten* und die *politikfernen Geringqualifizierten* auf. Dieses enge Themenspektrum der Milieus könnte mit dem geringsten politischen Interesse, aber auch der prekären sozialen Lage zusammenhängen.

7. Diskussion – Das Potenzial einer milieuspezifischen Vorgehensweise

In der vorliegenden Untersuchung wurden Personen anhand typischer politischer Grundhaltungen in sechs plausibel interpretierbare Cluster unterschieden, die sich aus der individuellen Position in zwei Wertekonflikten und dem politischen Interesse ergeben. Auf dieser Grundlage wurde ermittelt, inwiefern Unterschiede in den politischen Grundhaltungen auch mit Differenzen im Mediengebrauch und in der Themenwahrnehmung einhergehen. Zwischen den sechs politischen Milieus zeigen sich deutliche Unterschiede hinsichtlich sozialstruktureller Merkmale sowie bezüglich der Präferenzen für Informationsmedien. Darüber hinaus werden aktuelle politische Themen innerhalb dieser Gruppen als unterschiedlich wichtig wahrgenommen, ebenso unterscheidet sich die Breite des Themenhorizonts. Der Zugang zu sowie das Verständnis von Politik fallen mit einer Reihe von Eigenschaften und Verhaltensweisen zusammen, die im Gesamtbild der jeweiligen Lebenswelt in sich schlüssig beschreibbar sind.

Gesellschaftliche Heterogenität schlägt sich also in der Kommunikationspraxis und ihren Folgen nieder: Stratifikation nach politischem Interesse grenzt z. B. die *linke Bildungselite* sowie die *marktorientierte Elite* von weniger interessierten Milieus ab. *Gleichzeitig* werden diese beiden Gruppen aber durch ihre unterschiedlichen Grundorientierungen segmentiert. Ein jeweils typisches und zwischen den gleichermaßen politisch

interessierten Milieus verschiedenes Muster der Zuwendung zu Medien und der Themenhorizonte kann beobachtet werden.

Diese Zusammenhänge werfen Fragen nach kausalen Beziehungen auf. In der vorgestellten Analyse wurde weitgehend ausgespart, wie sich politische Milieus letztlich konstituieren. Inwiefern die soziale Position innerhalb der Gesellschaft, Lebensphase und politische Sozialisation bestimmte politische Wertorientierungen hervorbringen, muss umfassend aufgearbeitet werden. Müller (1998) und Kitschelt (1994) unterstellen beispielsweise einen Zusammenhang zwischen Berufstätigkeit sowie Beschäftigungsfeld und Parteipräferenzen bzw. Wertorientierungen. Insbesondere für die beiden Elite-Milieus zeigt die vorliegende Studie, dass sich typische Merkmale der ausgeübten Berufe in Wertorientierungen übersetzen. Es gibt also Entsprechungen des alltäglichen Tätigkeits- und Erfahrungszusammenhangs mit grundlegenden Vorstellungen darüber, was Politik wie regeln soll.

Gleichzeitig kann die Themenwahrnehmung aber auch von der eigenen sozialen Lage direkt abhängen. Dass die wirtschaftlich am schlechtesten gestellten Milieus der Arbeitsmarkt- und zum Teil auch der Sozialpolitik mit Abstand die größte Bedeutung zuschreiben, aber kaum andere Themen relevant finden, muss nicht zwingend Ausdruck fehlenden Interesses sein. Die eigene Lebenslage kann die Wahrnehmung von gesellschaftlichen Problemen vermutlich stark dominieren. Allerdings bleibt in einer Querschnittsanalyse offen, was Ursache dieser Zusammenhänge ist. Auch die Entscheidung für eine Ausbildung oder einen Studiengang, die Zugänge zu Berufsfeldern und Einkommen mitbestimmen, kann bereits durch Grundorientierungen oder etwa die soziale Lage im Jugendalter geprägt sein.

Auch wenn wir plausible politische Milieus unterscheiden konnten, weist unsere Studie einige Einschränkungen auf. Die vorgestellte Clusterlösung für politische Milieus findet weder bei Neugebauer (2007) noch in der MNT 2.0 (Oehmichen 2007) eine direkte Entsprechung. Die verwendeten Variablen und Verfahren sind vermutlich zu unterschiedlich. Eine genaue Replikation ist aufgrund der Intransparenz von z. B. Neugebauers Vorgehensweise sowie der Beschränkungen einer Sekundäranalyse aber auch nicht angestrebt worden. Es lässt sich beispielsweise nicht überprüfen, inwiefern die Befunde von der Operationalisierung insbesondere der politischen Grundorientierungen abhängen. Neugebauer verwendet für die Abbildung der Dimension Libertarismus/Autoritarismus neben dem auf den Zuzug von Ausländern bezogenen u. a. ein Item, das „eine starke politische Führung“ und „demokratische Beteiligung der Bürger“ (S. 90-91) gegenüberstellt. Das auch in der vorliegenden Studie verwendete Item mit Bezug auf Ausländer polarisiert dabei deutlich stärker und bringt deutlichere Präferenzen für eine autoritäre Politik hervor. Auch in unserer Analyse sind sich drei Milieus in ihrer ablehnenden Haltung dem Zuzug von Ausländern gegenüber einig, unterscheiden sich damit aber klar von den anderen Milieus. Eine alternative Operationalisierung dieses Wertekonflikts könnte mutmaßlich auch unsere Ergebnisse verändern. Möglicherweise würde es zu weiteren Differenzierungen von politischen Grundhaltungen und infolgedessen von politischen Milieus kommen.

In Bezug auf die Operationalisierung der Mediennutzung wäre eine nutzerorientierte, genauere Betrachtung der individuellen Medien- bzw. Informationsrepertoires der Milieus wünschenswert (Hasebrink & Domeyer 2010). Gerade hinsichtlich der Internetnutzung ist die diffuse Abfrage der Nutzung problematisch. Die Suche von Information „im Internet“ dürfte unterschiedlichste Inhalte und Nutzungsweisen umfassen.

Der hier vorgestellte milieubasierte Ansatz zeigt jedoch trotz dieser Einschränkungen plastisch das typische Zusammenfallen von sozioökonomischen Eigenschaften, Ein-

stellungen und Verhaltensweisen innerhalb der Lebenswelt der Nutzer. Dies unterstreicht empirisch die theoretische Anschlussfähigkeit zwischen der Milieuforschung der politischen Soziologie einerseits und Mediennutzertypologien andererseits. Darüber hinaus bietet eine milieuorientierte Analyse politischer Kommunikation Anknüpfungsmöglichkeiten für die Wirkungsforschung. Wie gezeigt, unterscheidet sich die Wahrnehmung von Politikfeldern je nach den politischen Grundorientierungen und dem Interesse eines Milieus erheblich. Man kann mutmaßen, dass es sich mit der Wahrnehmung von konkreten politischen oder Medienagenden ähnlich verhält.

Zusätzlich zum Einfluss von Bildung, wie etwa im Rahmen der Wissensklufthypothese diskutiert (Tichenor et al. 1970), unterscheiden sich Medienwirkungen vermutlich im *Zusammenspiel* einer Vielzahl weiterer Faktoren. Forschung zur *digital divide* (z. B. Norris 2001) hat gezeigt, dass der Zugriff auf digitale Medien und daran anschließende Wirkungen von Bildung, Einkommen und anderen sozialen Faktoren sowie politischen Einstellungen abhängen. Nach den hier vorgestellten Befunden sollten diese Faktoren nicht einzeln, sondern in den tatsächlich lebensweltlich typischen Konstellationen berücksichtigt werden. Bei ähnlichem Interesse, aber unterschiedlicher Weltanschauung sind ganz unterschiedliche Mediennutzungsweisen und im Anschluss auch Medienwirkungen zu erwarten. Umgekehrt können ähnliche Grundorientierungen bei hohem bzw. geringem Interesse für politische Berichterstattung zu verstärkter Auseinandersetzung und Partizipation führen – oder auch zu Politikverdrossenheit und Abkehr vom Politischen.

Es stellt sich abschließend die Frage, ob der hier vorgestellte Analyseweg das einlöst, was Weiß (2009, 2010) als „politisch-kommunikative Milieus“ theoretisch und exemplarisch beschrieben hat. Die dargestellten Unterschiede legen die Vermutung nahe, dass sich innerhalb von politischen Milieus nicht nur die Zuwendung zu Medien unterscheidet, sondern auch die Wahrnehmung der Medien im politischen Prozess und die Zuschreibung von Rollen, z. B. als neutrale Beobachter, kritische Kontrollinstanz oder Anwaltschaft für gesellschaftliche Probleme. Ließen sich solche grundlegenden Einstellungen mit politischen Überzeugungen kombinieren, könnte man tatsächlich prüfen, inwiefern sich politische Milieus und Nutzertypen zu originär politisch-kommunikativen Milieus vereinen lassen.

Literatur

- Arzheimer, K. (2009): Ideologien. In: V. Kaina & A. Römmele (Hrsg.), Politische Soziologie. Ein Studienbuch (S. 183-198). Wiesbaden: VS Verlag.
- Bennett, L. & Iyengar, S. (2008): A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707-731.
- Downs, A. (1957): *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper.
- Gerhards, J. (1998): Konzeptionen von Öffentlichkeit unter heutigen Medienbedingungen. In: O. Jarren & F. Krotz (Hrsg.), *Öffentlichkeit unter Vielkanalbedingungen* (S. 25-48). Baden-Baden: Nomos.
- Hartmann, P. H. & Höhne, I. (2007): MNT 2.0 – Zur Weiterentwicklung der MedienNutzerTypologie. *Media Perspektiven*, o. Jg. (5), 235-241.
- Hasebrink, U. & Domeyer, H. (2010): Zum Wandel von Informationsrepertoires in konvergierenden Medienumgebungen. In: M. Hartmann & A. Hepp (Hrsg.), *Die Mediatisierung der Alltagswelt* (S. 49-64). Wiesbaden: VS Verlag.
- Hradil, S. (2001): *Soziale Ungleichheit in Deutschland*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hradil, S. (2006): Soziale Milieus – Eine praxisorientierte Forschungsperspektive. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, o. Jg. (44-45), 3-10.

- Imhof, K. (2012): Ungleichheit und Öffentlichkeit. In: C. Stegbauer (Hrsg.), *Ungleichheit. Medien- und kommunikationssoziologische Perspektiven* (S. 21–36). Wiesbaden: VS Verlag.
- Kitschelt, H. (1994): *The Transformation of European Social Democracy*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Knobloch-Westerwick, S. (2007): Kognitive Dissonanz „Revisited“: Selektive Zuwendung zu einstellungskonsistenten und -inkonsistenten politischen Informationen. *Publizistik*, 52(1), 51–62.
- Krüger, U. M. (2010): InfoMonitor 2009. Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. *Media Perspektiven*, o. Jg. (2), 50–72.
- Marschall, S. & Weiß, R. (2011): Politikvermittlung in der repräsentativen Demokratie. *Politische Bildung*, 44(2), 9–25.
- Müller, W. (1998): Klassenstruktur und Parteiensystem. Zum Wandel der Klassenspaltung im Wahlverhalten. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 50(1), 3–46.
- Müller, W. (2000): Klassenspaltung im Wahlverhalten – eine Reanalyse. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 52(4), 790–795.
- Neugebauer, G. (2007): *Politische Milieus in Deutschland*. Bonn: Dietz.
- Norris, P. (2001): *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Oehmichen, E. (2007): Die neue MedienNutzerTypologie MNT 2.0. *Media Perspektiven*, o. Jg. (5), 226–234.
- Rattinger, H., Schmitt-Beck, R., Roßteutscher, S. & Weiß, B. (2011a): GLES 2009 Vorwahl-Querschnitt. ZA5300, Version 4.0.0. Mannheim: GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. doi: 10.4232/1.10349.
- Rattinger, H., Schmitt-Beck, R., Roßteutscher, S. & Weiß, B. (2011b): GLES 2009 Codierschema: Agendafragen (1). Mannheim: GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. Abrufbar unter <http://info1.gesis.org/dbksearch19/download.asp?db=D&id=20304> [23.11.2012].
- Ridder, C.-M. & Engel, B. (2010): Massenkommunikation 2010: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. *Media Perspektiven*, o. Jg. (11), 537–548.
- Schmid, C. (2004): Politisches Interesse von Jugendlichen. Eine Längsschnittuntersuchung zum Einfluss von Eltern, Gleichaltrigen, Massenmedien und Schulunterricht. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Stöss, R. (1997): *Stabilität im Umbruch. Wahlbeständigkeit und Parteienwettbewerb im „Superwahljahr“ 1994*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A. & Olien, C. N. (1970): Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159–170.
- Weischer, C. (2011): *Sozialstrukturanalyse. Grundlagen und Modelle*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Weiß, R. (2009): Politisch-kommunikative Milieus. Notwendigkeit und Nutzen einer milieutheoretischen Analyse politischer Kommunikation. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57(1), 3–22.
- Weiß, R. (2010): „Typisch!“ – Mediennutzung im Alltag. Die MedienNutzerTypologie als Instrument der Gesellschaftsdiagnose. In: C.-M. Ridder & E. Oehmichen (Hrsg.), *MedienNutzerTypologie 2.0. Aktualisierung und Weiterentwicklung des Analyseinstruments* (S. 57–73). Baden-Baden: Nomos.
- Weiß, R. (2013): Segmentierung politischer Kommunikation in Milieus. In: K. Imhof, R. Blum, H. Bonfadelli & O. Jarren (Hrsg.), *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit* (S. 205–217). Wiesbaden: Springer VS.
- Welzel, C. (2009): Werte- und Wertewandelforschung. In: V. Kaina & A. Römmele (Hrsg.), *Politische Soziologie. Ein Studienbuch* (S. 109–139). Wiesbaden: VS Verlag.