



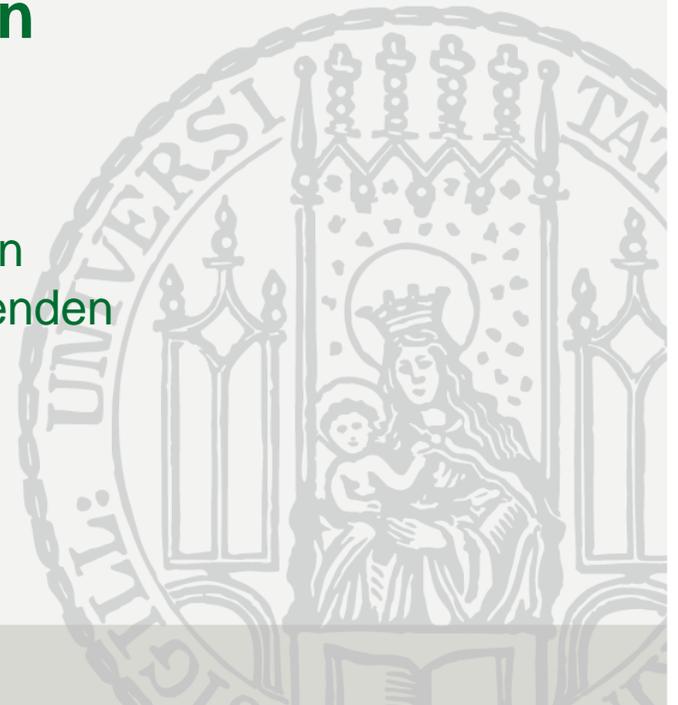
LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN

Michael Meyen

Soziale Milieus als Determinanten der Mediennutzung

„Medienrepertoires sozialer Milieus im medialen
Wandel – Perspektiven einer medienübergreifenden
Nutzungsforschung“

Symposium in Hamburg, 11. September 2008



Aufbau des Vortrags

1. Determinanten der Mediennutzung: Forschungstraditionen
2. Habitus-Kapital-Theorie und Mediennutzung
3. Typologie der Mediennutzer
4. Determinanten der Mediennutzung

1. Determinanten der Mediennutzung: Forschungstraditionen

- **Spezielle Situationen, konkrete Nutzungsentscheidungen**
Stimmung, äußere Faktoren (Wetter), Personen- und Raumkonstellation
- **Sozialisationsperspektive / Medienbiographie**
Erfahrungen, die Menschen in ihrem Leben gemacht haben
- **Persönlichkeitsmerkmale** (psychologische Forschungsrichtung)
„Big Five“, Sensation Seeking, Need for cognition
- **Soziologische Forschungsrichtung**
Soziodemographie, Milieu/Lebensstil, Alltagsmuster

2. Habitus-Kapital-Theorie und Mediennutzung

Habitus: „sozialisierte Subjektivität“; geprägt von sozialer Position

→ Menschen kämpfen um Status und Handlungsspielraum (Kapital)

Kapital: akkumulierte Arbeit (Anstrengung, Zeiteinsatz)

ökonomisches, kulturelles, soziales und symbolisches Kapital

Mediennutzung

1. Situations- und Emotionsmanagement
2. Identitätsmanagement
3. Kapitalakkumulation

These: Jede Medienhandlung lässt sich auf einer Skala zwischen den Endpunkten Unterhaltung und Arbeit verorten.



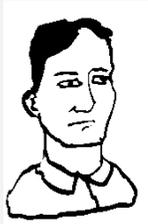
„Die Wirtschaftsnachrichten, das muss ich mir antun. Wenn der nächste Kunde fragt, wie es eigentlich Infineon geht, dann kann ich nicht bloß die Überschriften gelesen haben.“

Bankkauffrau, 45



„Ich kann mir gar nicht leisten, die Wirtschaftspresse nicht zu lesen. Wenn man mit Kunden spricht, muss man auf der Höhe der Zeit sein. Bei Abendveranstaltungen wäre es schon sehr komisch, wenn ich immerzu sagen müsste, davon habe ich noch nichts gehört.“

PR-Berater, 34

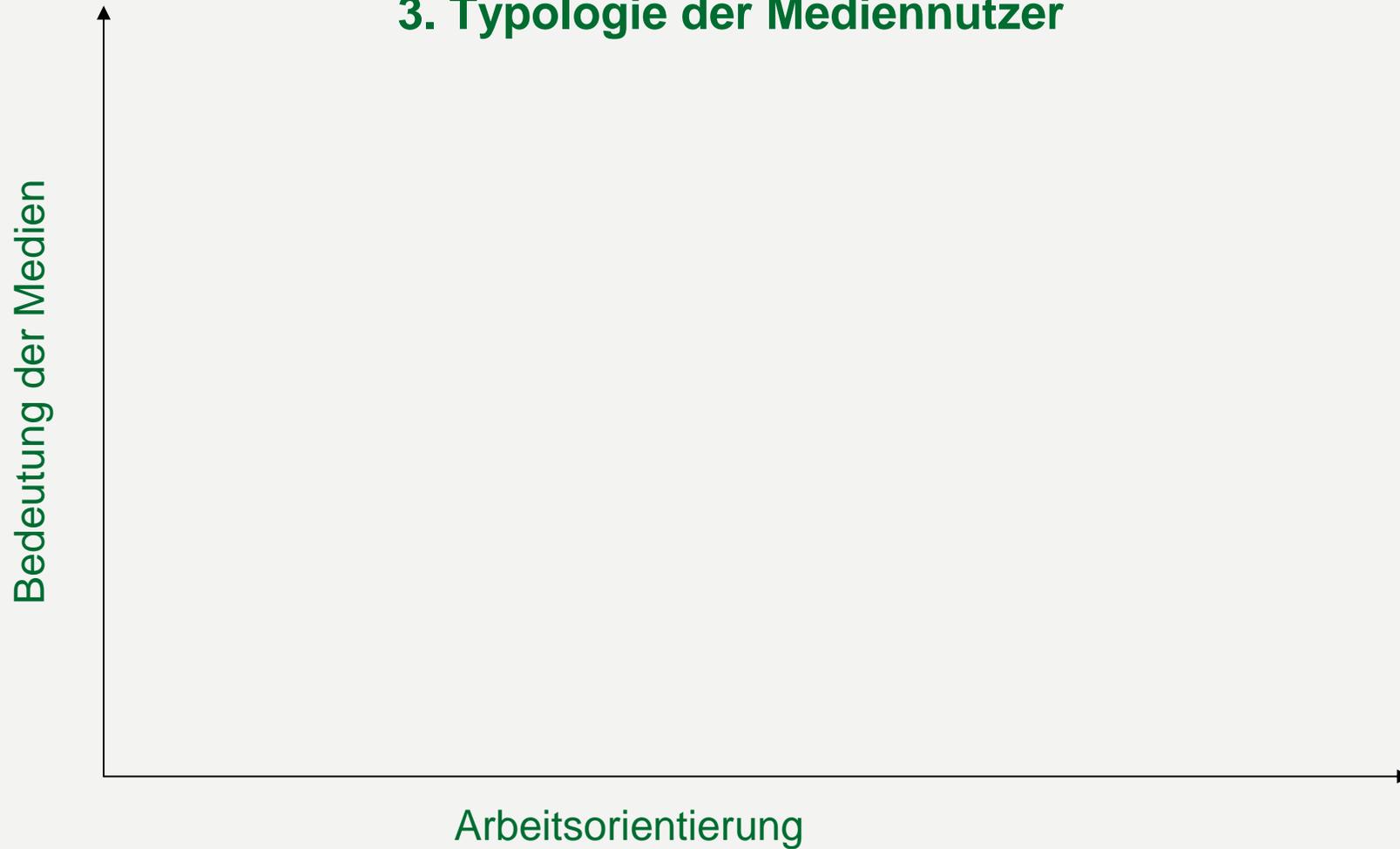


„Joschka Fischer und Kofi Anan. Diese Dinge muss ich genauso kennen wie das, was bei mir im Bundesland passiert.“

Abteilungsleiterin, 37



3. Typologie der Mediennutzer





3. Typologie der Mediennutzer



3. Typologie der Mediennutzer



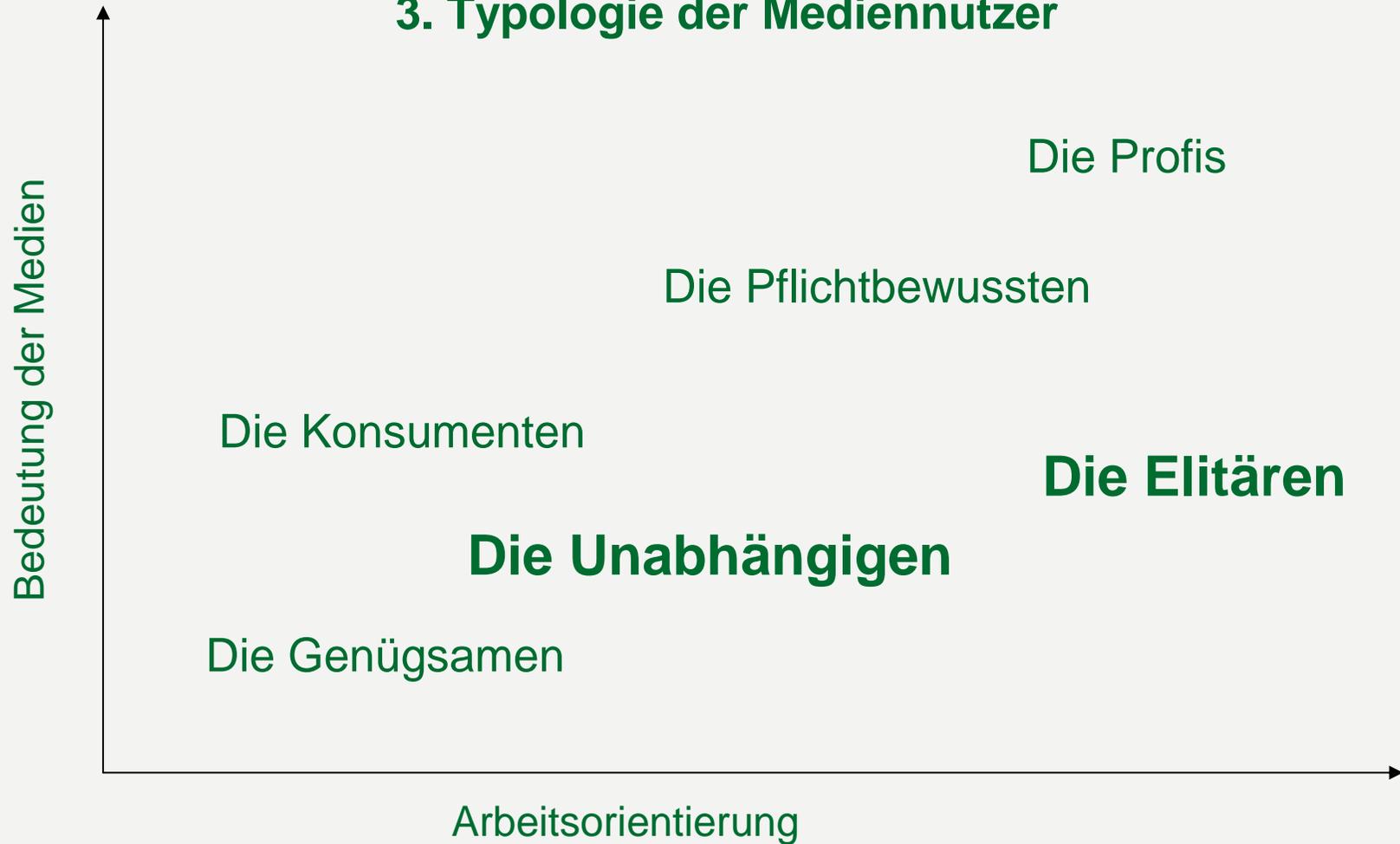


3. Typologie der Mediennutzer





3. Typologie der Mediennutzer



4. Determinanten der Mediennutzung

Zentral: Bewertung der eigenen Position

Faktoren, die dieses Urteil beeinflussen

- Geschlecht, Lebensphase, Herkunft (Ost-West)
- Handlungsspielraum im Beruf
- Persönliche (auch intellektuelle) Voraussetzungen
- Alltagsbelastung, Mobilität, persönliches Umfeld
- Beruflicher Bezug zu den Medien

Typologie der Mediennutzer

