

OSCAR W. GABRIEL

**Wertwandel im Spannungsfeld von Medieneliten,
politischen Eliten und Wählerschaft**

1. Der Einfluß der Massenmedien auf die Wertvorstellungen der Bevölkerung

Die vorliegenden Analysen über die Bedingungen und Konsequenzen des Wertewandels in den westlich-demokratischen Industriegesellschaften unterstellen fast ausnahmslos einen Einfluß der Massenmedien, insbesondere des Fernsehens, auf die politischen Wertvorstellungen und auf die Wirklichkeitsperzeption der Bevölkerung. So führt KLAGES (1984:127) die wachsende Relevanz von Selbstverwirklichungswerten "auf eine 'konzertierte' Selbstentfaltungskampagne zurück..., welche in den Massenmedien - mit Unterstützung der literarischen Intelligenz - vorgetragen wurde, welche aber auch im politischen Raum - offiziell und auf Bundesebene verbindlich seit der Regierungserklärung von Willy BRANDT - einen starken und entscheidenden Motor fand". Auch INGLEHART (1977:3ff., 72ff., 293ff.) und NOELLE-NEUMANN (1978:74ff.) schreiben den Massenmedien eine entscheidende Rolle bei der Verbreitung neuer sozio-politischer Wertorientierungen und bei der Veränderung politischer Einstellungen zu. Die in der Vergangenheit feststellbare Diffusion postmaterialistischer Wertvorstellungen erscheint in dieser Perspektive nicht zuletzt als Produkt der Medienberichterstattung.

Die empirischen Daten, auf die sich die betreffenden Aussagen stützen, sind allerdings von unterschiedlicher Überzeugungskraft. Die zahlreichen Publikationen zum Thema "Wertwandel" lieferten bislang keinen wirklich überzeugenden empirischen Nachweis der Relevanz der Medienberichterstattung für die Wahrnehmung und Bewertung politischer Objekte. Bei der gegebenen Datenlage erscheint dies auch einigermaßen schwierig: Wertwandel vollzieht sich langfristig und in kleinen Schritten. Die empirische Analyse ihres Verlaufs und ihrer Bedingungen setzt eine kontinuierliche, über relativ lange Perioden sich erstreckende Forschungsaktivität voraus. Diese Voraussetzung ist gegenwärtig nicht gegeben, vor allem nicht im Hinblick auf die Rolle der Massenmedien bei der Diffusion neuer politischer Wertvorstellungen.

Trotz der unbefriedigenden Datenlage besteht die Möglichkeit, einige Hinweise auf die Rolle der Massenmedien bei der Vermittlung neuer politischer Wertorientierungen zu gewinnen, wenn man von der Überlegung ausgeht, daß sich die Massenmedien grundsätzlich im Prozeß der Interaktion zwischen der politischen Führung und der Bevölkerung zwischen zwei divergierenden Positionen bewegen können:

(1) Sie bieten den politischen Führungsgruppen ein Forum zur Propagierung ihrer

politischen Ziele und Ordnungsvorstellungen, ohne sich selbst als Wertproduzenten zu betätigen.

(2) Sie greifen aktiv in den Prozeß der Wertegenerierung ein, indem sie Vorstellungen von der wünschenswerten Politik und Gesellschaft propagieren, die von denen der politischen Führungsgruppen abweichen.

In der Literatur schreibt man den Medien häufig eine wertegenerierende Funktion zu. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf die postmaterialistischen Wertorientierungen, die sich nach INGLEHART und KLAGES in der westlichen Welt zumindest partiell gegen die etablierten politischen durchsetzen mußten. Eine Pionierrolle der Massenmedien bei der Ausbreitung der Werte der "Neuen Politik" setzt also eine starke Affinität der Medienproduzenten zu postmaterialistischen Wertorientierungen/Politikzielen und vergleichsweise schwächere postmaterialistische Orientierungen der politischen Führungsgruppen voraus. Nur in diesem Falle modifiziert die Medienberichterstattung den Austauschprozeß zwischen den Eliten und den Nicht-Eliten und trägt auf diese Weise zur Diffusion von Wertorientierungen bei, die bei direkten Interaktionen zwischen den Eliten und der Bevölkerung nicht aufgetreten wären.

Unterscheiden sich demgegenüber die Wertvorstellungen der Medienproduzenten und der Politiker nur geringfügig, dann sind Zweifel an der empirischen Gültigkeit der These angebracht, daß die Massenmedien die Öffentlichkeit mit einer besonderen, von ihnen mehr oder weniger autonom "konstruierten" politischen Wirklichkeit konfrontieren. In diesem Sinne untersucht dieser Beitrag die Beziehung zwischen den Wertvorstellungen und Politikpräferenzen der Medieneliten, der politischen Führungsgruppen und der Bevölkerung, wobei die Relevanz materialistischer und postmaterialistischer Ziele in den Untersuchungsgruppen im Vordergrund steht. Da es als eine offene Frage angesehen werden muß, inwieweit die Medienberichterstattung die Politikpräferenzen der Medieneliten (zur Abgrenzung dieser Gruppe: WILDENMANN u.a. 1981:10) widerspiegelt, wäre eine ergänzende Einbeziehung der Wertpräferenzen von Journalisten in die Analyse wünschenswert. Zudem wären für eine Analyse von Wertwandlungsprozessen Längsschnittdaten über einen längeren Untersuchungszeitraum, möglichst in der Form von Panel-Daten, erforderlich. Derartige Daten standen allerdings nicht zur Verfügung.

2. Materialistische und postmaterialistische Wertvorstellungen der Kommunikationseliten im Vergleich mit anderen Führungsgruppen

In der bisherigen Diskussion über den Wertewandel in westlich-demokratischen Industriegesellschaften spielt der von INGLEHART entwickelte Index zur Messung materialistischer und postmaterialistischer Prioritäten eine besondere Rolle

(vgl. INGLEHART 1977:27ff.). Dies ist weniger auf die besondere Qualität dieses Meßinstruments als vielmehr auf seinen breiten Einsatz in der bisherigen empirischen Forschung zurückzuführen, der mittlerweile Aussagen über mittelfristige Veränderungen der Präferenzstrukturen in zahlreichen westlichen Ländern zuläßt. Obgleich in der Literatur zahlreiche Einwände gegen INGLEHARTS Postmaterialismus-Konzept vorgetragen wurden (vgl. u.a. MÜLLER-ROMMEL 1983; KLAGES 1984; GABRIEL 1986), ist die Verwendung des von ihm entwickelten Meßinstruments nicht nur unter dem Gesichtspunkt der Forschungskontinuität gerechtfertigt. Sie erscheint auch insofern sinnvoll, als sich INGLEHARTS Erkenntnisse über die Bedingungen und Folgen des Wertewandels weitgehend mit den Forschungsergebnissen anderer Autoren decken, die theorienähere Meßkonzepte entwickelten (vgl. z.B. KLAGES und HERBERT 1983; DITTRICH 1984; GLUCHOWSKI 1987).

Nach den vorliegenden Daten aus dem Zeitraum 1970 bis 1986 ist der Prozeß der Diffusion postmaterialistischer Wertorientierungen in der Bundesrepublik Deutschland im internationalen Vergleich besonders weit vorangeschritten. Unter den Mitgliedsstaaten der Europäischen Gemeinschaft weisen nur noch die Niederlande einen ähnlich hohen Postmaterialistenanteil auf ¹⁾. In beiden Staaten liegt gleichzeitig die Fernsehdichte deutlich über dem EG-Durchschnitt (vgl. EUROSTAT 1985:110). Dies indiziert eine empirische Koinzidenz zwischen Wertpräferenzen und der Ausbreitung elektronischer Massenmedien, natürlich keinen Ursache-Wirkungs-Zusammenhang.

Die Mannheimer Elitestudie von 1981 enthält relativ differenzierte Informationen über die Politikpräferenzen und Wertorientierungen in verschiedenen Sektoren der bundesdeutschen Elite. Sie erlauben einen Vergleich der Vorstellungsmuster der Kommunikationseliten mit denen der politischen Eliten und ermöglichen zudem einen Vergleich mit Daten aus einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Hieraus ergeben sich einige mittelbare Rückschlüsse auf die *potentielle* Rolle der Massenmedien bei der Diffusion postmaterialistischer Wertorientierungen.

Die Vermutung, daß sich unter den Medieneliten überdurchschnittlich viele Personen mit postmaterialistischen Präferenzen finden, wird durch die Daten der Mannheimer Elitestudie gestützt. In den einzelnen Elitesektoren sind die Wertpräferenzen unterschiedlich verteilt. Die Medieneliten gehören dabei zu den Gruppen mit einem besonders hohen Postmaterialistenanteil (36,9 Prozent im Vergleich mit 27,1 Prozent in der gesamten bundesdeutschen Elite; vgl. WILDENMANN u.a. 1981:49f.). Der Anteil der Postmaterialisten in der politischen Führungsgruppe

1) Dies ergibt sich aus vom Verfasser vorgenommenen Auswertungen der EUROBAROMETER 6 bis 24. Auf die Vorlage von Tabellen hierzu wird verzichtet.

lag mit 33,2 Prozent nur geringfügig unter dem bei den Medieneliten ermittelten Wert. Dabei erweist sich die politische Führungsschicht der Bundesrepublik im Hinblick auf das Materialismus-Postmaterialismus-Phänomen als sehr heterogen: Während bei der CDU/CSU materialistische Wertorientierungen im Verhältnis 3,5:1 dominieren, bilden bei der FDP und vor allem bei der SPD die Postmaterialisten eindeutig die Mehrheit. Im Vergleich mit den politischen Führungsgruppen und den Medieneliten ist der Anteil der Postmaterialisten in der Gesamtbevölkerung niedrig (11,2 Prozent; vgl. die Angaben in Tabelle 1). Im Jahre 1981 schien der Postmaterialismus eher ein Elite- als ein Massenphänomen zu sein. Vor allem die Führungsgruppen der sozialliberalen Koalition und des Kultursektors, in abgeschwächter Form auch die Gewerkschafts- und die Medieneliten, spielten die Rolle einer postmaterialistischen Avantgarde. Wichtig erscheint mir jedoch im Hinblick auf unser Untersuchungsproblem die Feststellung, daß zwölf Jahre nach der Bildung der sozialliberalen Koalition postmaterialistische Werte in den Führungsgruppen der beiden regierenden Parteien deutlich weiter verbreitet waren als in den Führungsgruppen der Massenmedien. Andererseits erwiesen sich die Oppositionsparteien als dezidierte Verfechter einer materialistischen Konzeption wünschenswerter Gesellschaft.

3. Die politische Agenda der Bevölkerung und der Führungsgruppen in Medien und Politik

Das Materialismus-Postmaterialismus-Phänomen läßt sich nicht nur mit Hilfe des von INGLEHART entwickelten Meßinstruments untersuchen. Parallel zu den Arbeiten INGLEHARTS versuchten vor allem HILDEBRANDT und DALTON (1977; vgl. auch BAKER, DALTON und HILDEBRANDT 1981: 136ff.) das Problem des Prioritätenwandels an der Veränderung konkreter tagespolitischer Ziele, den Issue-Präferenzen der Bevölkerung, festzumachen. Diese Vorgehensweise bietet sich auch in unserem Zusammenhang an; denn vermutlich breiten sich *Wertvorstellungen*, die in einzelnen Sektoren der bundesdeutschen Führungsschicht dominieren, nur relativ langsam in der Gesamtbevölkerung aus.²⁾ Demgegenüber verändern sich die Einstellungen zu konkreten tagespolitischen Zielen häufiger und kurzfristiger. Diese Überlegungen dürften auch den Einfluß der Massenmedien im Austauschprozeß zwischen Eliten und Nicht-Eliten berühren: Veränderte Thematisierungen aktueller Entscheidungsprobleme in den Massenmedien können wohl auch kurzfristig einen Wandel der Issue-Präferenzen der Bevölkerung herbeiführen. Dagegen sind

2) Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, daß sich das von INGLEHART entwickelte Meßinstrument kaum zur Erfassung langfristig stabiler Werte eignet, sondern sehr stark von situationsspezifischen Effekten beeinflusst wird (vgl. hierzu ausführlich GABRIEL 1986:129ff.).

medienbedingte Prozesse des Wertewandels allenfalls langfristig vorstellbar.

Die Präferenzstrukturen der Eliten und der Bevölkerung lassen sich auf verschiedene Weise messen. Nachfolgend werden die Antworten auf eine geschlossene Frage nach der Wichtigkeit von 25 politischen Zielen vorgestellt. Hiervon kategorisierte HOFFMANN-LANGE (1986:146ff., besonders 147, Tabelle 14) neun Ziele als materialistisch und acht als postmaterialistisch (acht bleiben bei der Auswertung unberücksichtigt). Mit Ausnahme des Zieles "Integration ausländischer Arbeiter und ihrer Familien" bezeichnete die Mehrheit der befragten Bundesbürger diese 17 Ziele als wichtig. Von den Angehörigen der politischen Führungsgruppen und den Medieneliten wurden alle 17 Ziele mehrheitlich als wichtig eingestuft. Bei der Bewertung tagespolitischer Fragen tendiert die Bevölkerung stärker zu einer materialistischen Politikperspektive, als dies bei den politischen Führungsgruppen und den Medieneliten der Fall ist. Allerdings weisen auch die Medieneliten und die Angehörigen der politischen Führungsgruppen materialistischen Zielen durchweg einen höheren Stellenwert zu als den Belangen der Neuen Politik. Eine Ausnahme bildeten in dieser Hinsicht die Führungsgruppen der FDP und vor allem der SPD. Die CDU/CSU-Eliten waren wesentlich materialistischer eingestellt als die übrigen hier untersuchten Gruppen (vgl. Tabelle 2).

Verwendet man die Ähnlichkeit der Mittelwerte bei der Einstufung der 17 Politikziele als Beurteilungsgrundlage, dann ergibt sich in der Bundesrepublik ein relativ hoher Konsens zwischen den einzelnen Elitegruppen sowie zwischen diesen und der Bevölkerung (vgl. dazu auch HOFFMANN-LANGE 1986:135ff.). Dieses Bild ändert sich allerdings, wenn man auf der Grundlage der Rating-Werte eine Rangfolge der Präferenzen bildet und der Frage nachgeht, in welchem Maße die *Präferenzordnungen* unserer Untersuchungsgruppen miteinander übereinstimmen. Eine solche Analyse erscheint mir deshalb sinnvoll, weil sich aus der Rangordnung der Issues Hinweise auf die Lösung von Zielkonflikten ergeben können.

Eine bemerkenswerte Übereinstimmung weisen die Präferenzordnungen der Medieneliten und der politischen Führungsgruppen auf. In beiden Gruppen rangieren die Sicherung der Energieversorgung und der Schutz der Grundrechte auf den ersten Plätzen der Prioritätenskala. Die größten Unterschiede bestehen bezüglich des Stellenwertes der Vollbeschäftigung, der Verbesserung des städtischen Lebensraumes, des Kampfes gegen die Staatsverschuldung und der Sicherung der Verteidigungsbereitschaft. Die beiden erstgenannten Ziele werden von den politischen Eliten, die beiden letzten von den Medieneliten höher eingestuft. Die meisten in der Itemliste implizit enthaltenen Zielkonflikte (z.B. Innere Sicherheit vs. Schutz der Grundrechte; Datenschutz vs. Innere Sicherheit; Wirtschaftswachstum vs. Umweltschutz) führen im Aggregat der politischen Eliten und der Medieneliten zu gleichartigen Präferenzmustern.

Die Medieneliten stimmen hinsichtlich der Wichtigkeit politischer Ziele mit CDU-Eliten, vor allem aber mit den FDP-Eliten stärker überein als mit den Führungsgruppen der SPD (vgl. Tabelle 3). Die SPD-Eliten stufen einige postmaterialistische Ziele und die Vollbeschäftigung in ihrer Prioritätenskala wesentlich höher, materialistische Anliegen demgegenüber deutlich niedriger ein, als dies die Medieneliten tun. Demgegenüber besitzen Ziele der "Alten Politik" (Kampf gegen die Staatsverschuldung, Innere Sicherheit) für die CDU/CSU-Eliten eine größere Bedeutung als für die Medieneliten. Bei Berücksichtigung der parteipolitischen Komponente ergeben sich sehr unterschiedliche Lösungsmuster für eventuell auftretende Zielkonflikte, wobei die Unionseliten fast ausnahmslos materialistischen, die SPD-Eliten postmaterialistischen Belangen den Vorrang einräumen.

Die Prioritätenskala der Medieneliten deckt sich stärker mit der der politischen Führungsgruppen als mit der der Gesamtbevölkerung. Diese Wertübereinstimmung resultiert vermutlich aus relativ engen Kommunikationsbeziehungen innerhalb der gesellschaftlichen Führungsschicht. Die Präferenzstrukturen der Bevölkerung decken sich bis zu einem gewissen Grade mit denen der politischen Führungsgruppen, jedenfalls stärker als mit denen der Medieneliten. Wie eine nach Parteien getrennte Analyse zeigt, stimmten 1981 die CDU/CSU- und die FDP-Eliten stärker mit Prioritäten der Bevölkerung überein als diejenigen der SPD. Bei der SPD dominierten zu Beginn der achtziger Jahre offenkundig die Anliegen der "Neuen Politik", was die Partei angesichts der sich verschärfenden wirtschaftlichen Lage zumindest vorübergehend in Distanz zur Bevölkerung und den Medieneliten brachte. Auch die in Tabelle 3 enthaltenen Daten belegen die starke Affinität der SPD-Führungsgruppen zu den politischen Zielen der Postmaterialisten. Sie zeigen darüber hinaus den hohen Stellenwert materialistischer Politikziele für die Führungsgruppen der Unionsparteien und die schwach negative Beziehung zwischen der Präferenzordnung der Unionseliten und der der Postmaterialisten. Anders als die beiden großen Parteien läßt sich die FDP nicht eindeutig der Trennlinie zwischen alter und neuer Politik zuordnen, sondern versucht beide Zielkomplexe abzudecken. Das Materialismus-Postmaterialismus-Phänomen war zu Beginn der achtziger Jahre in den Parteienwettbewerb der Bundesrepublik integriert. Die Medieneliten nehmen dabei - wie das Führungspersonal der FDP - eine intermediäre Position zwischen der dominant materialistischen CDU/CSU und der dominant postmaterialistischen SPD ein ³⁾.

3) Zur Rolle der Führungsgruppen der GRÜNEN enthält die Elitenstudie keine Daten. Aus repräsentativen Bevölkerungsbefragungen allerdings geht klar hervor, daß die postmaterialistischen Politikziele von den Wählern der GRÜNEN noch nachhaltiger unterstützt werden als von denen der SPD.

4. Schlußfolgerungen

Die durch die Elitestudie belegte große Übereinstimmung in den Wertpräferenzen und Zielvorstellungen der Medieneliten und der politischen Führungsgruppen macht eine gegen die etablierte politische Führung sich vollziehende Propagierung postmaterialistischer Werte durch die Massenmedien in hohem Maße unwahrscheinlich. Wenn die Medienberichterstattung den Wertvorstellungen der Medieneliten entspricht - was empirisch zu klären wäre -, dann vermitteln die Massenmedien der Bevölkerung im wesentlichen diejenigen Werte, die auch die politischen Führungsgruppen propagieren. Sie scheinen im Wettbewerb zwischen den Führungsgruppen eher eine vermittelnde Funktion als eine Vorreiterrolle bezüglich der Durchsetzung alternativ postmaterialistischer Ziele wahrzunehmen.

Natürlich widerlegen diese Feststellungen nicht die These von der Relevanz der Bedeutsamkeit der Massenmedien für die Ausbreitung postmaterialistischer Wertorientierungen. Die politischen Eliten sind in ihren Austauschbeziehungen mit der Öffentlichkeit schon unter technisch-organisatorischen Gesichtspunkten auf die Vermittlungstätigkeit der Massenmedien angewiesen. Insbesondere das Fernsehen eignet sich dazu, der Politik im Leben der Bürger Präsenz zu verleihen. Damit entsteht auch die Chance, eine aktive Rolle bei der politischen Sozialisation der Bevölkerung zu spielen. Jedoch erscheint es auf dem Hintergrund der Daten über die Präferenzstrukturen der politischen Führungsgruppen höchst unwahrscheinlich, daß die Medien in der Bundesrepublik die Funktion eines Vorreiters der Stillen Revolution spielten. Diese Rolle erfüllten primär die sozialdemokratischen Parteieliten, die im übrigen bei der Konzipierung ihrer Reformpolitik auf ausländische Vorbilder, insbesondere auf die Politik der KENNEDY- und der JOHNSON-Administration sowie auf ähnliche Entwicklungen in Skandinavien und den Niederlanden, zurückgreifen konnten. Natürlich benötigten sie zur Propagierung ihrer Politik die Unterstützung der Medieneliten und der Medienproduzenten. Es stellt aber sicherlich eine Überzeichnung dar, wenn man von einer durch die Medien inszenierten, durch die Politik lediglich im nachhinein abgesegneten Selbstverwirklichungskampagne spricht.

Es bleiben allerdings einige offene Fragen, die im Hinblick auf die Rolle der Medien im Prozeß des Wertewandels geklärt werden müßten und die hier nur knapp skizziert werden sollen:

1. Wie repräsentativ sind die Politikpräferenzen der Medieneliten für die Berichterstattung der Massenmedien?
2. Läßt sich innerhalb des Mediensektors (z.B. zwischen gedruckten und elektronischen Medien) eine ähnliche Wertedifferenzierung feststellen wie innerhalb der politischen Führungsgruppe?

3. Wie aussagekräftig sind die Präferenzordnungen angesichts der Tatsache, daß zwischen einzelnen Items oft nur minimale Mittelwertdifferenzen auftreten?
4. Ergäben sich bei offenen Fragen, bei Ranking-Verfahren oder bei Paarvergleichen ähnliche Präferenzordnungen wie die hier beschriebenen?
5. Läßt sich die große Übereinstimmung zwischen Medieneliten und politischem Führungspersonal nicht auch als Hinweis auf die Existenz der von OBERREUTER beschriebenen Anpassungszwänge der politischen Führungsgruppen deuten?

LITERATUR

- BAKER, Kendall L., DALTON, Russel J. und HILDEBRANDT, Kai 1981: *Germany Transformed: Political Culture and the New Politics*. Cambridge, Mass. und London: Harvard University Press.
- DITTRICH, Karl Heinz 1984: *Wertorientierungen, Zeitwahrnehmung und politischer Protest. Eine empirische Untersuchung zur Struktur und Veränderung von Orientierungsmerkmalen*. Speyer: Forschungsinstitut für öffentliche Verwaltung bei der Hochschule für Verwaltungswissenschaften Speyer.
- EUROSTAT 1985: *EUROSTAT REVUE 1974-1983*. Bruxelles und Luxembourg: Office des publications officielles des communautés européennes.
- GABRIEL, Oscar W. 1986: *Politische Kultur, Postmaterialismus und Materialismus in der Bundesrepublik Deutschland*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- GLUCHOWSKI, Peter 1987: *Lebenstile und Wandel der Wählerschaft in der Bundesrepublik Deutschland*, in: *Aus Politik und Zeitschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament B12/87*, 21. März 1987, S. 18-32
- HILDEBRANDT, Kai und DALTON, Russel J. 1977: *Die neue Politik. Politischer Wandel oder Schönwetterpolitik?* In: KAASE, Max (Hrsg.): *Wahlsoziologie heute. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1976*. Politische Vierteljahresschrift, Jg. 18. S. 230-256.
- HOFFMANN-LANGE, Ursula 1986: *Eliten zwischen Alter und Neuer Politik. Konstanz und Wandel der Konfliktlinien in den Eliten der Bundesrepublik*. In: KLINGEMANN, Hans-Dieter und KAASE, Max (Hrsg.): *Wahlen und politischer Prozeß. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1983*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 108-150.

INGLEHART, Ronald 1977: The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles Among Western Publics. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

KLAGES, Helmut 1984: Wertorientierungen im Wandel. Rückblick, Gegenwartsanalysen, Prognosen. Frankfurt und New York: Campus.

KLAGES, Helmut und HERBERT, Willi 1983: Wertorientierungen und Staatsbezug. Untersuchungen zur politischen Kultur der Bundesrepublik. Frankfurt und New York: Campus.

MÜLLER-ROMMEL, Ferdinand 1983: Die Postmaterialismuskussion in der empirischen Sozialforschung: Politisch und wissenschaftlich überholt oder immer noch zukunftsweisend? In: Politische Vierteljahresschrift, Jg. 24. S. 218-228.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth 1978: Werden wir alle Proletarier? Wertewandel in unserer Gesellschaft. Zürich: Edition Interform.

WILDENMANN, Rudolf u.a. 1981: Führungsschicht in der Bundesrepublik Deutschland. Codebuch. Mannheim: Lehrstuhl für Politische Wissenschaft und International Vergleichende Sozialforschung der Universität Mannheim.

Tabelle 1: Materialistische und postmaterialistische Prioritäten bei den Führungsgruppen in Politik und Massenmedien, 1981 (Angaben in Prozentpunkten)

	MAT	MIXMAT	MIXPM	PM	N
Medieneliten	13.6	21.0	28.5	36.9	214
Politische Eliten	13.6	22.6	30.6	33.2	265
davon CDU	23.3	33.3	36.7	6.7	120
davon SPD	4.1	14.9	27.3	53.7	121
davon FDP	12.5	8.3	16.7	62.5	24
gesamte Führungsgruppe	19.1	24.9	28.9	27.1	1669
Bevölkerung	45.6	43.2		11.2	2206

Tabelle 2a: Materialistische und postmaterialistische Politikpräferenzen in der Bevölkerung, bei den Medieneliten und den politischen Führungsgruppen, 1981 (Angaben: Mittelwert auf einer Zehn-Punkte-Skala)

	MM	POL	BEV
Materialistische Ziele	7.23	7.47	8.46
Preisstabilität	7.23	7.24	8.95
Innere Sicherheit	7.20	7.39	8.55
Wirtschaftswachstum	6.20	6.81	7.47
Bekämpfung des Terrorismus	6.66	7.11	8.57
Abbau der Staatsverschuldung	7.23	7.05	8.73
Verteidigungsbereitschaft	7.44	7.45	6.79
Rentensicherung	7.31	7.49	9.00
Energieversorgung	8.48	8.43	8.96
Vollbeschäftigung	7.29	8.29	9.14
Postmaterialistische Ziele	6.94	7.11	7.40
Verbesserung des Bildungswesens	6.25	6.42	6.60
Entspannung	7.31	7.81	8.52
Umweltschutz	6.93	7.26	7.56
Schutz der Grundrechte	8.30	8.46	8.78
Verbesserung städt. Lebensraums	6.11	6.51	7.16
Unabhängige Medien	8.13	7.82	7.17
Datenschutz	6.20	5.96	7.58
Ausländerintegration	6.28	6.64	4.97
Mittelwert	7.09	7.30	7.96

Tabelle 2b: Materialistische und postmaterialistische Politikpräferenzen in der Bevölkerung, bei den Medieneliten und den politischen Führungsgruppen, 1981 (Angaben: Mittelwert auf einer Zehn-Punkte-Skala)

	SPD	CDU	FDP	MAT	PM
Materialistische Ziele	6.94	8.80	7.14	8.83	6.94
Preisstabilität	6.58	7.87	7.44	9.30	7.50
Innere Sicherheit	6.74	8.07	7.28	8.90	7.10
Wirtschaftswachstum	6.41	7.22	6.76	8.00	5.30
Bekämpfung des Terrorismus	6.42	7.82	7.00	9.10	6.40
Abbau der Staatsverschuldung	5.62	8.52	6.80	9.10	7.20
Verteidigungsbereitschaft	6.18	8.80	7.00	7.40	4.30
Rentensicherung	7.50	7.51	7.32	9.20	8.20
Energieversorgung	8.09	8.89	7.80	9.20	8.00
Vollbeschäftigung	8.90	7.98	6.88	9.30	8.50
Postmaterialistische Ziele	7.57	6.60	7.36	7.54	8.46
Verbesserung des Bildungswesens	6.73	6.08	6.52	6.30	7.80
Entspannung	9.00	6.45	8.52	8.40	9.00
Umweltschutz	7.56	6.93	7.44	8.00	9.10
Schutz der Grundrechte	8.75	8.04	9.12	8.60	9.50
Verbesserung städt. Lebensraums	6.81	6.23	6.40	7.00	7.80
Unabhängige Medien	7.84	7.86	7.56	7.00	8.90
Datenschutz	6.42	5.39	6.72	7.30	8.70
Ausländerintegration	7.48	5.81	6.60	4.50	6.90
Mittelwert	7.24	7.38	7.24	8.04	7.66

Anmerkungen: Soweit nicht anders vermerkt, entstammen die Daten dem Codebuch der Mannheimer Elitestudie. Die Angaben für die Materialisten und Postmaterialisten entstammen der Untersuchung von HOFFMANN-LANGE (1986). Für Gesamtbevölkerung wurden die Werte nach den der Untersuchung von HOFFMANN-LANGE zu entnehmenden Daten rekonstruiert.

Formulierung der Erhebungsfrage: "Die Ihnen vorliegende Liste enthält eine Reihe von Zielen, über die in der Bundesrepublik gesprochen wird. Sagen Sie mir bitte für jedes dieser Ziele anhand der oben auf der Liste stehenden Skala, wie wichtig dieses Ihrer Meinung nach für die Bundesrepublik ist. Dabei bedeutet der Wert 10, daß dieses Ziel Ihrer Ansicht nach für die Bundesrepublik sehr wichtig ist. Der Wert 0 bedeutet, daß dieses Ziel sehr unwichtig ist. Mit den Werten dazwischen können Sie die Wichtigkeit der einzelnen Ziele abstufen."

