

Hans Jürgen Wulff

Michael Schenk: Soziale Netzwerke und Massenmedien. Untersuchungen zum Einfluß der persönlichen Kommunikation

1996

<https://doi.org/10.17192/ep1996.2.4244>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wulff, Hans Jürgen: Michael Schenk: Soziale Netzwerke und Massenmedien. Untersuchungen zum Einfluß der persönlichen Kommunikation. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 13 (1996), Nr. 2, S. 170–171. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1996.2.4244>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Michael Schenk: Soziale Netzwerke und Massenmedien.
Untersuchungen zum Einfluß der persönlichen Kommunikation**
Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck) 1995, xv, 285 S.
ISBN 3-16-146382-X, Preis n. mitget.

Welche Kraft die Massenmedien – insbesondere Zeitung und Fernsehen – ausüben können, welche Effekte sie auf den Katalog der Themen haben, die Menschen beschäftigen, über die sie reden und anhand derer sie sich 'Meinungen' bilden – diese Fragen haben die Medienwissenschaft von Beginn an beschäftigt; vor allem die eine, ob sich diese Effekte allein auf die Medien zurückführen lassen oder ob es dazu auch des sozialen Umfeldes der Adressaten bedarf, sei es, daß 'Meinungsführer' für die Verbreitung gewisser Themen sorgen, sei es, daß über die Geltung und die Wichtigkeit von Themen in den sozialen Netzen, in denen der einzelne lebt, verhandelt und entschieden wird. Schenks Studie geht genau dieser Frage nach, welche Rolle die interpersonalen Kommunikation im Fluß der Medienkommunikation einnimmt. Schon die berühmten „Columbia-Studien“, die Paul Lazarsfeld und seine Kollegen in den vierziger und fünfziger

Jahren durchgeführt haben, zeigten, daß das Publikum dem Apparat der Medien keineswegs hilflos ausgesetzt ist, sondern daß die kommunikativen Prozesse in den Kleingruppen der individuellen Lebenswelten maßgeblichen Einfluß darauf ausüben, welche Meinungseffekte auftreten, welche Themen sich durchsetzen können usw. Schenks Studie wird mit einem – ausgezeichneten – Literaturbericht über die Ansätze der Netzwerkanalyse, der Agenda-Setting-Forschung einschließlich der Theorie der „Schweigespire“ eröffnet. Im zweiten (vor allem auch methodisch interessanten) Schritt zeigt sich bald, daß die Bedeutung von Themen der deutsch-deutschen Wiedervereinigung, die zufällig im Erhebungszeitraum dominant wurden, eher von interpersonaler Kommunikation abhängen als von Medienrezeption (ermittelt anhand des sogenannten „Agenda-Setting Index“, der solche Beurteilungsgrößen wie persönliche Wichtigkeit, Betroffenheit, relatives Themeninvolvement, feste Meinung, Mehrheitswichtigkeit usw. erfaßt). Dieses Ergebnis überrascht durchaus, kehrt sich damit doch eine Standardbehauptung vom Einfluß der Medien um. Wie mit dem Befund umgegangen werden soll, ist offen, wird auch von Schenk nur angedeutet. Es macht immerhin einen Unterschied, ob man von einem „Schutzschild“ der interpersonalen Kommunikation spricht, der die Individuen vor der Übermacht der Medien abschirmt, oder ob man das gemeinhin unterstellte Einflußverhältnis der Themenetablierung verkehrt – daß die Medien also thematische Bedürfnisse beliefern, die in nichtmedialer Kommunikation entstehen. Immerhin kann aus Schenks anregender Studie gefolgert werden, daß persönliche Kommunikation im sozialen Feld, in dem der einzelne lebt, für die Durchsetzung, die Reflexion und Evaluation von Themen (von der Art der deutsch-deutschen Beziehungen, möchte man relativierend hinzufügen) größere Bedeutung hat als die Medienberichterstattung.

Hans-Jürgen Wulff (Westerkappeln)