

# Reihe „Klassiker der Kommunikations- und Medienwissenschaft heute“

*Mit der Entwicklung der Medien und ihrer sozialen, kulturellen und persönlichen Bedeutung verändern sich auch die Fragestellungen und Forschungsfelder der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Es stellt sich somit auch die Frage nach der Gültigkeit und Brauchbarkeit ihrer Paradigmen und danach, was denn zu ihren gesicherten Beständen gehört. Adorno und Benjamin, Lippmann und McLuhan – was haben sie und andere „Klassiker“ der Medien- und Kommunikationswissenschaft heute noch zu sagen? Mit diesen Fragen beschäftigt sich in unregelmäßigen Abständen die Reihe „Klassiker der Kommunikations- und Medienwissenschaft heute“, die von Gastherausgeber Friedrich Krotz betreut wird.\* Wenn diese Beiträge dafür hilfreich sind, dass sich Medien- und Kommunikationswissenschaft mit ihren Grundlagen erneut und auf kritische Weise befasst, so hat die Reihe ihren Zweck erfüllt. Abweichende Meinungen und begründete Stellungnahmen sind ebenso erwünscht wie Vorschläge dazu, welche AutorInnen denn heute überhaupt als „Klassiker“ angesehen werden können.*

## Paul Felix Lazarsfeld und die Etablierung der Kommunikationsforschung als empirische Sozialwissenschaft

Thymian Bussemer

*31 Jahre nach dem Tod des österreichisch-amerikanischen Soziologen und Kommunikationsforschers Paul F. Lazarsfeld versucht dieser Aufsatz, das Lebenswerk Lazarsfelds, seine Verdienste um die universitäre Institutionalisierung der empirischen Sozialforschung und vor allem seine Rolle als einer der Mitbegründer der modernen Kommunikationsforschung zu beleuchten und kritisch zu würdigen. Im Rahmen einer biografischen Skizze wird der wechselvolle, vor allem durch das 1933 erzwungene Exil geprägte Lebensweg Lazarsfelds nachgezeichnet, der aus dem sozialistischen österreichischen Intellektuellen einen der einflussreichsten amerikanischen Wissenschaftsmanager machte. Aufgezeigt wird die Kontinuitätslinie, welche Lazarsfelds frühe Studien, wie jene für die österreichische Rundfunkgesellschaft RAVAG oder den sozialwissenschaftlichen Klassiker „Die Arbeitslosen von Marienthal“, mit späteren Arbeiten wie „The People's Choice“ oder „Personal Influence“ verbindet. Durch eine Einbettung von Lazarsfelds Wirken in den breiteren Bezugsrahmen der gesellschafts- und wissenschaftspolitischen Entwicklung zwischen 1930 und 1960 macht der Aufsatz deutlich, dass die Öffnung der Kommunikationsforschung hin zur Empirie eine historisch notwendige Entwicklung war, dass aber die spezifische Ausprägung, die diese genommen hat, in dem Sinne zufällig ist, dass sie*

\* Bislang sind in dieser Reihe Beiträge zu folgenden „Klassikern“ erschienen: Marshall McLuhan (Verf.: Friedrich Krotz, M&K 1/2001, S. 62–81), Harold A. Innis (Verf.: Hans W. Giessen, M&K 2/2002, S. 261–273), Theodor W. Adorno (Verf.: Thomas Gebur, M&K 3/2002, S. 402–422), Leo Löwenthal (Verf.: U. Göttlich, M&K 1/2006, S. 105–127) und Walter Benjamin (Verf.: Maren Hartmann, M&K 2/2006, S. 288–307).

*maßgeblich durch Lazarsfeld und damit durch seine individuellen Erfahrungen, Erkenntnisinteressen und Möglichkeiten geprägt wurde.*

**Schlüsselwörter:** Medientheorie, Geschichte der Kommunikationswissenschaft, empirische Kommunikationsforschung, Propaganda

## 1. Einleitung

Die Entwicklung der Kommunikationsforschung weg von der historisch-hermeneutischen Pressegeschichte und massenpsychologischen Spekulation hin zur gegenwartsbezogenen sozialwissenschaftlichen Forschung (vgl. Glotz 1990, Averbeck 1999, Bussemer 2005), welche diese zwischen den 1930er und 1960er Jahren zurückgelegt hat, gilt als klassischer Paradigmenwechsel im Kuhn'schen Sinne (Kuhn 1976).<sup>1</sup> Verbunden sind damit verschiedene Namen der Fachgeschichte, die auch heute noch Bedeutung haben. Im deutschen Sprachraum sind dies vor allem Elisabeth Noelle und Gerhard Maletzke, als amerikanische Pioniere gelten z. B. Kurt Lewin, Wilbur S. Schramm und Carl I. Hovland. Unbestritten ist aber, dass der österreichisch-amerikanische Sozialforscher Paul F. Lazarsfeld auf beiden Seiten des Atlantiks zu den wichtigsten Anregern der empirischen Kommunikationsforschung gehörte: „More than anyone else, he shaped the field of communications research.“ (Czitrom 1982: 129) „Paul F. Lazarsfeld was undoubtedly the most important intellectual influence in shaping modern communication research.“ (Rogers 1994: 246)

Diese Zuschreibung hat freilich einige Ironien: Denn Lazarsfeld hatte keineswegs die Absicht, Gründer der modernen Kommunikationswissenschaft zu werden. Den Begriff hat er nur *en passant* zur Skizzierung weiterer Forschungsvorhaben gebraucht bzw. in strategischer Absicht verwendet, um sein buntes Tableau von Einzelstudien gegenüber Geldgebern als kohärentes Forschungsvorhaben auszuweisen. Dass die von ihm betriebene Forschung im Hinblick auf ihre sozialtechnologische Verwertbarkeit geradezu mustergültig war, steht – zumindest gemessen an europäischen Theorietraditionen – in einem paradoxen Verhältnis zu der Tatsache, dass Lazarsfelds Denken tief im Austromarxismus verhaftet war und ihn eigentlich eher für „kritische“ Ansätze prädestiniert hätte. Die Paradoxie von Lazarsfelds Rezeptionsgeschichte besteht schließlich darin, dass seine Forschungsmethoden in Europa als eine aus Amerika kommende „ars nova“ (Otto B. Roeggele) gefeiert wurden, obwohl sie eine Weiterentwicklung europäischer Traditionen der Soziographie und Statistik waren, die erst Lazarsfeld selbst in Amerika eingeführt hatte. Und trotzdem trifft die Charakterisierung von Lazarsfeld als einem der Großen der Kommunikationswissenschaft zwischen 1930 und 1960 unzweifelbar zu, da er dem Feld eine Dynamik verschafft hat, die den Ausbau der Disziplin zu einem allgemein akzeptierten Fach erst möglich machte.

Paul F. Lazarsfeld, sein Werk und seine Bedeutung für die heutige Kommunikationswissenschaft sind der Gegenstand dieses Aufsatzes. Die Rezeption Lazarsfelds in der und durch die Disziplin soll kritisch hinterfragt werden, doch ist damit keine Demontage beabsichtigt. Allerdings soll die Frage aufgeworfen werden, ob die Bezugnahme auf den Wiener Sozialforscher in der Kommunikationswissenschaft der 1960er

1 Um mögliche Einwände vorwegzunehmen: Auch die traditionelle Zeitungswissenschaft bzw. einige ihrer Vertreter arbeiteten empirisch. Ähnliches gilt in den USA für die an Fragen der Kommunikationsforschung stets interessierte Chicago School. Von einer Disziplin, die systematisch empirische Sozialforschung betrieb, lässt sich aber nur schwerlich sprechen.

und 1970er Jahre<sup>2</sup> vielleicht primär deswegen so extensiv erfolgte, weil er mit seinem empirischen Forschungsprogramm weltweit erfolgreich war und man sich auf ihn als Wissenschaftsinnovateur und Methodenerfinder beziehen konnte, nicht weil man in ihm einen unmittelbaren Vordenker der Kommunikationswissenschaft sah. In diesem Falle wäre die deutsche Kommunikationswissenschaft auf einen fahrenden Zug aufgesprungen, der eher von einer – durch üppige US-Stiftungsgelder heftig angefachten – methodischen Mode angetrieben wurde als durch unmittelbare Erkenntnisfortschritte in der Medienforschung. Weniger intensiv diskutiert wird hier die Frage, ob und wenn ja wie Lazarsfeld nach der Emigration 1933 seiner marxistischen Grundhaltung treu blieb und wie dies zu dem von ihm vertretenen Empirismus passt. Diese Frage war einer der zentralen Gegenstände der DGPK-Jahrestagung 1988 und es wurde dort fast alles dazu gesagt (vgl. Langenbucher 1990). Doch zunächst zu Lazarsfeld selbst.

## 2. Paul Felix Lazarsfeld – eine biografische Skizze

### *Herkunft, Jugend, politische Prägung und erste Studien*

Paul Felix Lazarsfeld wurde am 13. Februar 1901 in Wien geboren. Sein Vater Robert war Rechtsanwalt, seine Mutter Sophie eine politisch engagierte populärwissenschaftliche Schriftstellerin. Vor allem ihr 1931 erschienenes Buch *Wie die Frau den Mann erlebt* verschaffte ihr einige Bekanntheit. Beide Eltern waren Juden und gehörten der österreichischen Sozialdemokratie an, mit deren führenden Protagonisten sie gut bekannt waren. Ab etwa 1916 engagierte sich auch Paul F. Lazarsfeld in der sozialistischen Jugendbewegung, wurde Mitgründer der „Freien Vereinigung sozialistischer Mittelschüler“ und später Mitglied der Sozialdemokratischen Arbeiterpartei Deutschösterreichs. 1919 begann er an der Universität Wien das Studium der Physik und Mathematik und promovierte 1925 „Über die Perihelbewegung des Merkur aus der Einstein’schen Gravitationstheorie“. Im Anschluss daran – eine universitäre Laufbahn ergab sich nicht unmittelbar oder war im antisemitisch geprägten Österreich wegen seiner jüdischen Herkunft nicht möglich – wurde er Gymnasiallehrer in Wien. Als entscheidend für seine weitere Entwicklung sollte sich sein Kontakt zu dem Ehepaar Bühler herausstellen, der ungefähr um das Jahr 1925 entstand:

„Während ich noch studierte, wendete sich mein Interesse an den Sozialwissenschaften in eine neue Richtung: entscheidend dafür war die Berufung zweier berühmter Professoren an die Wiener Universität. Bis dahin war dort keine Psychologie im eigentlichen Sinne gelehrt worden. Das änderte sich, als Charlotte und Karl Bühler [...] nach Wien kamen [...] Ich beteiligte mich an den Vorlesungen und wurde nach einer gewissen Zeit gebeten, eine Vorlesung über Statistik zu halten.“ (Lazarsfeld 1975: 150f.)

So war Lazarsfeld eine Zeitlang hauptberuflich Lehrer, während er nebenberuflich Veranstaltungen am Psychologischen Institut der Wiener Universität abhielt. Ob er dort

2 Nach einer ersten Rezeption der Arbeiten Lazarsfelds in den 1960er und 1970er Jahren, die mit Lerg (1977) ihren Abschluss fand, gibt es seit etwa 1985 eine zweite Rezeptionswelle unter theoretischgeschichtlichen Vorzeichen, in deren Gefolge sich auch die Verfügbarkeit Lazarsfeld’scher Studien stetig verbessert hat. So wurde 1996 die RAVAG-Studie Lazarsfelds publiziert (Desmond 1996), soeben ist eine von Nico Stehr und Christian Fleck bearbeitete Schriftenedition erschienen (Lazarsfeld 2007).

zeitweise eine reguläre Assistentenstelle hatte, ist in der Literatur umstritten.<sup>3</sup> Unbestritten ist dagegen der Einfluss der Bühlers auf die wissenschaftlichen Interessen des jungen Lazarsfeld. Der Sprachphilosoph und Psychologe Karl Bühler (1879–1963) hatte von 1922 bis zu seiner Emigration 1938 an der Universität Wien einen Lehrstuhl für Psychologie inne und war zusammen mit seiner Frau Charlotte Bühler (geb. Malachowski; 1893–1974), die dort ebenfalls Professorin war, Leiter des Psychologischen Instituts. Auf der einen Seite waren die Bühlers mit Kinder- und Jugendpsychologie befasst, andererseits beschäftigte sich Karl Bühler – dies aber offenbar ohne irgendeinen Einfluss auf Lazarsfeld – mit Sprach- und Kommunikationstheorie. Das so genannte Organon-Modell, das der Sprache „Ausdrucks-, Appell- und Darstellungsfunktion“ zuweist, geht auf ihn zurück. Wichtig für Lazarsfeld ist die von Bühler entwickelte Idee, dass das menschliche Gehirn auch auf komplexe Situationen mit immer ähnlichen Denkopoperationen reagiert, die sich strukturieren und analytisch unterscheiden lassen.

1927 heiratete Paul F. Lazarsfeld Marie Jahoda (diese erste von insgesamt drei Ehen<sup>4</sup> wurde 1934 geschieden) und ließ sich als Gymnasiallehrer beurlauben, um sich ganz der wissenschaftlichen Arbeit zu widmen. In dieser Zeit schrieb er das kleine Handbuch *Statistisches Praktikum für Psychologen und Lehrer* (Jena 1929), welches das erste deutsche Statistik-Lehrbuch überhaupt war. Zwei Jahre später folgte die Aufsatzsammlung *Jugend und Beruf*, die vor allem von der Berufswahl von Jugendlichen aus der Arbeiterklasse handelte (Jena 1931).

In das Jahr 1928 fällt die Gründung von Lazarsfelds erstem Institut, der *Wirtschaftspsychologischen Forschungsstelle*. Diese Gründung ging auf einen Zufall zurück, sprach aber gleichzeitig für Lazarsfelds Erfindungsgeist: Er hatte gehört, dass eine seiner Studentinnen für eine amerikanische Firma Interviews durchführen sollte, um herauszufinden, warum Konsumenten eine bestimmte Seifenmarke benutzen. Diese bislang unbekannte Art der Marktforschung wollte Lazarsfeld professionalisieren. Die Geschäftsidee der Forschungsstelle war es, kommerzielle Unternehmen mit empirischen Daten über ihre Kunden zu versorgen und gleichzeitig soziografische Grundlagenforschungen und empirische Handlungsanalysen über Entscheidungsprozesse durchzuführen, da beiden die gleichen inneren psychologischen Abwägungs- und Verhandlungsprozesse zugrunde lägen: „Dies war der Ausgangspunkt für meine Wiener Markstudien: die sich ergebende

3 Vgl. zu den kleinen Selbsttäuschungen, Datierungsproblemen u. Ä. des rückblickenden Lazarsfeld den Beitrag von Fleck 1990.

4 1936 heiratete Lazarsfeld Herta Herzog (\*1910, †1999), 1949 schließlich Patricia Louise Kendall (\*1921, †1990). Aus der Ehe mit Marie Jahoda (\*1907, †2001) ging 1930 die Tochter Lotte Lazarsfeld hervor, die Sozialpsychologin ist. 1953 wurde in der Ehe mit Patricia Louise Kendall der heute an der University of Michigan in Ann Arbor als Mathematiker lehrende Sohn Robert Lazarsfeld geboren. Auffällig ist, dass alle Frauen Lazarsfelds selbst aktive Wissenschaftlerinnen waren. Marie Jahoda machte als Sozialpsychologin und Soziologin an amerikanischen und britischen Universitäten eine für Frauen in der damaligen Zeit ungewöhnlich steile Karriere. Herta Herzog gilt in der Kommunikationswissenschaft als Mitbegründerin der Unterhaltungsforschung und hat den Uses-and-Gratification-Approach maßgeblich mit formuliert. Und Patricia Louise Kendall, die von 1943 bis 1965 Research Assistant am Bureau of Applied Social Research der Columbia University war, hatte seit 1965 eine Professur für Medizinsoziologie am Queens College der City University New York inne. Einem der Gutachter dieses Aufsatzes verdanke ich den Hinweis, dass alle Frauen Lazarsfelds an dessen Projekten und Publikationen maßgeblich Anteil hatten. Sie waren ihm nicht nur Ideengeberinnen und Gesprächspartnerinnen, sondern in fast allen großen Projekten Lazarsfelds auch aktive Mitgestalterinnen.

methodologische Äquivalenz von sozialistischen Wahlentscheidungen und dem Kauf von Seife.“ (ebd.: 155)

Die Organisation der Forschungsstelle entsprach in ihrer Struktur schon den späteren Instituten Lazarsfelds: Über das Psychologische Institut war sie locker mit der Universität Wien assoziiert, ein Aufsichtsrat unter Vorsitz von Karl Bühler bestand aus Vertretern von Arbeiterbewegung und Unternehmertum, bekannten Akademikern und hohen Regierungsbeamten (vgl. Neurath 1988: 73). Lazarsfeld selbst wollte die Forschungsstelle als „Abteilung für Sozialpsychologie“ innerhalb des Psychologischen Instituts verstanden wissen (Lazarsfeld 1975: 151), doch war sie weder wirklich Bestandteil der Universität noch eine echte wissenschaftliche Forschungseinheit, sondern irgendetwas zwischen selbstorganisierter *Graduate School*, Beratungsorganisation der Arbeiterbewegung und kommerzieller Umfrage-Agentur. So führte die Forschungsstelle Studien über die Verbraucherpräferenzen gegenüber Tee, Kaffee, Schokolade, Bier, Essig, Schuhen und Parfum sowie anderen Konsumgütern durch, wertete aber auch sozialstatistische Daten aus, die z. B. von der Stadt Wien für die Planung wohltätiger Aufgaben benötigt wurden. Aus diesen heute weitgehend vergessenen Auftragsarbeiten ragt vor allem die 1932 für die RAVAG, die österreichische Radio-Verkehrs-AG, durchgeführte Studie über das österreichische Radiopublikum heraus. Sie war zwar nicht die erste Radio-Umfrage überhaupt, aber doch die erste, die über die bloße Erhebung der Programmakzeptanz hinausging und die Bedürfnisse der Hörer in Beziehung zu ihrem sozioökonomischen Status setzte. Beeindruckend ist auch die Größe der Stichprobe: Laut Paul Neurath (1990: 78) erhielten die Forscher einen Rücklauf von 38.000 Fragebögen (die in allen Tabakläden Österreichs ausgelegt worden waren), wobei jeder Bogen von durchschnittlich drei Familienmitgliedern ausgefüllt worden war, die Gesamtzahl der Befragten also 110.000 Personen betrug (bei zu dieser Zeit insgesamt 400.000 Radiohörer:innen). Die Daten wurden schließlich in einem Typoskript von 52 Seiten zusammengefasst, dass der RAVAG zur Verfügung gestellt wurde. 1996 wurde es in Österreich erstmalig publiziert (Desmond 1996, vgl. auch Meyen/Löblich 2006: 199).

Trotz des improvisierten Charakters, den die Forschungsstelle trug – ein nennenswertes Gehalt konnte niemandem gezahlt werden und oft musste der Vorschuss für einen Folgeauftrag für die Beendigung der aktuellen Arbeit verwendet werden – wäre es falsch, ihr jeden sozialwissenschaftlichen Anspruch abzuerkennen. Im Gegenteil. Vielmehr prägten sich schon in der Wiener Zeit bei Lazarsfeld Forschungsgrundsätze aus, die er Jahrzehnte später folgendermaßen zusammenfasste:

- „a) zu jeder Erscheinung sollen objektive Beobachtungen wie auch introspektive Berichte vorliegen,
- b) statistisches Material und Fallstudien sollten in angemessener Weise miteinander verbunden werden,
- c) Durchschnittsinformationen sollten durch entwicklungsgeschichtliche Informationen über den Forschungsstand ergänzt werden,
- d) ‚natürliche‘ Daten sollten mit ‚experimentellen‘ Daten kombiniert werden.“ (Lazarsfeld 1975: 158)<sup>5</sup>

Lazarsfelds Weggefährte Hans Zeisel hat in seinen Erinnerungen an die Wirtschaftspsychologische Forschungsstelle acht Merkmale der Forschungsmethodik benannt, die

5 „Natürliche“ Daten waren für Lazarsfeld solche, die ohne Zutun des Beobachters zustande kamen – etwa Haushaltsbücher oder Einkaufszettel –, während „experimentelle“ Daten eigens für die jeweilige Untersuchung generiert wurden.

später auch für die Arbeit des *Bureaus of Applied Social Research* bestimmend waren: 1) Die enge Verbundenheit von Theorie und praktischer, auch kommerzieller Forschung, die 2) die Marktforschung erst akademisch hoffähig machte; 3) handlungstheoretische Untersuchungen, die die Befragungsmethoden und die strukturierte Trennung bei der Auswertung verbesserten, 4) die Bedeutung unstrukturierter Befragungen sowie 5) die Integration unbewusster Handlungsmotivation, 6) die große Bedeutung der Interpretation mit der Offenheit für – wie Lazarsfeld es nannte – das ‚überraschende Detail‘, 7) ein bescheidener Versuch, tiefenpsychologische Erkenntnisse einzubringen, und schließlich 8) die erhöhte Bedeutung quantitativer Sozialforschung. (Zeisel 1981: 400)

### *Die Arbeitslosen von Marienthal*

Die ohne Zweifel bedeutendste Studie der Forschungsstelle ist der sozialwissenschaftliche Klassiker *Die Arbeitslosen von Marienthal*, der sogar – für eine empirische Studie eine wohl einzigartige Ehre – von Karin Brandauer unter dem Titel *Einstweilen wird es Mittag* verfilmt wurde. Die Anregung zu *Marienthal* kam unter dem Eindruck der Weltwirtschaftskrise von Otto Bauer, dem Vorsitzenden der Sozialdemokratischen Partei in Österreich, selbst. Die Ortschaft Marienthal bei Wien war 1830 als Fabrikansiedlung mit einer großen Spinnerei entstanden. Nach einer ersten Entlassungswelle 1926 wurde die Fabrik 1930 vollends geschlossen. Von den 478 Haushalten im Ort waren zum Zeitpunkt der Erhebung Ende 1931 358, also 80,1 Prozent erwerbslos (Jahoda/Lazarsfeld/Zeisel 1975: 32f.). Übrigens waren nicht nur die Einwohner von Marienthal überwiegend arbeitslos, sondern auch Teile des zehnköpfigen Forscherteams, welches die Erhebung in einer Mischung aus wissenschaftlichem Interesse und sozialreformerischem Elan engagiert durchführte.

Unmittelbarer Erkenntnisgewinn der 1932 erstmals publizierten Studie war, dass anhaltende Arbeitslosigkeit nicht den politischen Kampfeswillen der Arbeiterschaft stimuliert (wie Marx vermutet hatte), sondern zu Apathie und politischer Gleichgültigkeit führt. Heute kann Marienthal vor allem als Arbeit über die psychischen Folgen von Arbeitslosigkeit gelesen werden.

Die Originalität von Marienthal besteht vor allem in ihrem Methodenmix, der teilnehmende Beobachtung (die Forscher brachten Altkleider mit ins Dorf, halfen bei der Hausarbeit, schrieben Briefe für die Dorfbewohner und kümmerten sich sogar um deren medizinische Versorgung), die Auswertung vorhandener Daten, Interviews und statistische Berechnungen zu einem einzigartigen Panorama des Lebens im Dorf zusammenfügte. Viele der dort erstmals verwendeten Methoden – Hans Zeisel brachte z. B. die Idee ein, die Gehgeschwindigkeit von Männern und Frauen zum Beleg ihres unterschiedlichen Zeitgefühls zu messen – waren etwas krude, andere hingegen, wie der Vergleich der Kosten der Weihnachtsgeschenke für Kinder arbeitsloser und arbeitender Eltern, geradezu brilliant. Durch die Kombination qualitativer und quantitativer Methoden wollten die Forscher ihren Anspruch einlösen, die Komplexität von Lebenswelten und gesellschaftlichen Problemen in ihrer Gesamtheit und ohne Substanzverlust zu erfassen.

„Wir konnten uns nicht damit begnügen, Verhaltenseinheiten einfach zu ‚zählen‘; unser Ehrgeiz war es, komplexe Erlebnisweisen empirisch zu erfassen. Der oft behauptete Widerspruch zwischen ‚Statistik‘ und phänomenologischer Reichhaltigkeit war sozusagen von Anbeginn unserer Arbeiten ‚aufgehoben‘, weil gerade die Synthese der beiden Ansatzpunkte uns als die eigentliche Aufgabe erschien.“ (Jahoda/Lazarsfeld/Zeisel 1975: 14)

Leider erfuhr dieser multimethodische Ansatz in Lazarsfelds späteren Arbeiten zuneh-

ment eine Verengung, als die qualitativen Methoden mehr und mehr hinter die quantitativen zurücktraten. Trotzdem hat die Herangehensweise von Marienthal auch die folgenden Studien geprägt: Zur Klärung eines Problems wertete Lazarsfeld typischerweise vorhandene Sekundärdaten aus, führte eigene Umfragen und Experimente durch und setzte die Ergebnisse in Beziehung zu größeren statistischen Aggregaten wie etwa Bevölkerungsdaten. Publika bzw. Kundenkreise wurden nach demografischen, lebensweltlichen und sozioökonomischen Kriterien untergliedert, Inhaltsanalysen, *community studies* und Interviews rundeten die Erhebungen ab. Am Ende wurde ein Report geschrieben, der alle Daten in einem Lauftext zu einer gut lesbaren Geschichte verdichtete.

### *Rockefeller-Stipendium und Emigration in die USA*

Nachdem im Januar 1933 unter dem Titel *When Man Eats Dog* ein Artikel über die Marienthal-Studie in der New Yorker Zeitung *The Nation* erschienen war, wurde die Rockefeller-Stiftung auf Lazarsfeld aufmerksam. Folgt man der Darstellung von Everett Rogers, ging dies auf Karl Bühler zurück, der Lazarsfeld wegen seiner jüdischen Herkunft nicht als regulären Mitarbeiter am Institut beschäftigen konnte und ihm so einen „Trostpreis“ zukommen lassen wollte, indem er ihn für ein Rockefeller-Stipendium vorschlug (Rogers 1994: 260). Lazarsfeld führte daraufhin zwar ein Interview mit Tracy Kitteridge, der Pariser Repräsentantin der Stiftung, glaubte aber offenbar nicht, dass er reale Chancen habe. Deswegen reichte er die Bewerbungsunterlagen nie ein. Im Dezember 1932 bekam er ein Telegramm aus Paris: „Your application in this office misfiled. Urgently need new copy because decision has to be made before end of the year.“ (zit. n. Rogers 1994: 261) Daraufhin reichte er die Unterlagen nach und bekam ein einjähriges Rockefeller-Stipendium für die USA im Gegenwert von 8.000 Dollar zugesprochen.

Im Herbst 1933 kam Lazarsfeld in New York an. Offenbar verbrachte er sein erstes Jahr in Amerika vor allem mit dem Knüpfen von Kontakten. Er muss in dieser Zeit auch den Artikel *The Art of Asking Why. Three Principles Underlying the Formulation of Questionnaires* geschrieben haben, der 1934 in *The National Marketing Review* erschien und ihm unter amerikanischen Marktforschern bekannt machte (Lazarsfeld 1972 [1934]). Die politische Lage in Österreich wurde zu dieser Zeit immer problematischer. So bereitete Lazarsfeld seine endgültige Emigration nach Amerika vor. Im Sommer 1935 kehrte er noch einmal nach Österreich zurück, um sein amerikanisches Studentenvisum gegen ein reguläres Einwanderungsvisum zu tauschen. Die Entscheidung erwies sich als weise. Denn auch die Forschungsstelle wurde Gegenstand politischer Verfolgung. Marie Jahoda wurde 1936 verhaftet und kam erst 1937, als Lazarsfeld noch einmal auf Familienbesuch in Österreich war, auf internationalen Druck hin wieder frei. 1938 erfolgte dann der „Anschluss Österreichs“, der auch offiziell das Ende der Forschungsstelle bedeutete.

### *Neuanfang in Amerika*

Als Lazarsfeld im Oktober 1935 nach Amerika zurückkehrte, konnte er zwar auf eine große Zahl akademischer Kontakte zurückgreifen, Aussichten auf eine reguläre Stelle boten sich ihm aber nicht. Robert S. Lynd, Soziologe in Chicago und Verfasser der berühmten Middletown-Studie, beschaffte ihm eine Beschäftigung beim New Jersey Youth Board, der Jugendbehörde des Staates New Jersey. Diese hatte 10.000 arbeitslose Jugendliche Fragebögen ausfüllen lassen und diese der neu gegründeten Universität



Newark zur Auswertung überlassen. Lazarsfeld machte aus diesem Arbeitsverhältnis bald ein Marktforschungsinstitut nach Wiener Vorbild, das *Newark Research Center*, als dessen Direktor er ab 1937 firmierte. Allerdings bezahlte ihm die Universität nur die Hälfte seines Gehalts und verpflichtete ihn dabei zu acht Stunden wöchentlicher Lehre – den Rest des Gehalts sowie alle Kosten für die Mitarbeiter mussten durch private Forschungsaufträge refinanziert werden (Neurath 1988: 78f.).<sup>6</sup>

Lazarsfelds eigentliche Karriere in den USA begann im Jahr 1937, als der in Princeton lehrende Psychologe Hadley Cantril und Frank Stanton von CBS bei der Rockefeller Foundation eine Summe von 67.000 Dollar einwarben, um an der Universität Princeton ein zweijähriges Forschungsprojekt zur Wirkung des Radios durchzuführen. Erneut war es Robert Lynd, der Lazarsfeld als Projektleiter empfahl. Dieser willigte ein, stellte jedoch die Bedingung, die eigentliche Arbeit an seinem Institut in Newark durchführen zu dürfen, wenn das Projekt auch offiziell *Princeton Radio Research Project* hieß. Nach einigen Querelen einigten sich alle Beteiligten darauf (vgl. Rogers 1994: 269). In einem Schreiben an Lazarsfeld vom 9.8.1937 beschrieb Cantril das Projekt: „Wir wollen schließlich dazu kommen, die Rolle des Rundfunks im Leben verschiedener Typen von Hörern zu bestimmen, den psychologischen Stellenwert des Rundfunks und die verschiedenen Gründe, warum die Leute gerne Radio hören.“ (zit. n. Lazarsfeld 1975: 181) Das war bewusst vage gehalten. Auch die Rockefeller-Stiftung selbst hatte nicht mehr Vorgaben gemacht, als dass Wirkungsforschung und Vorschläge erwartet würden, wie sich das kulturelle Niveau des Radios heben ließe. Lazarsfeld machte aus dieser unkonkreten Projektbeschreibung dann in den kommenden Jahren ein wesentlich größeres Forschungsprojekt, welches das Radio und seine Hörer aus allen denkbaren Perspektiven beleuchtete.

Die Ergebnisse schlugen sich bald in einer Vielzahl von Publikationen, vor allem in Sammelbänden und Sonderausgaben sozialwissenschaftlicher Zeitschriften, nieder. „Die Liste der Publikationen Lazarsfelds in den ersten fünf Jahren nach seiner Emigration, also 1936–1941, umfaßt zwei Bücher, drei Anthologien und achtunddreißig Artikel; während des folgenden Jahrzehnts folgten dann vier weitere Bücher, drei Anthologien und weit über vierzig Aufsätze.“ (Neurath 1988: 85) Manches von dieser rastlosen Publikationstätigkeit diente primär der Rechtfertigung gegenüber den Geldgebern (Lazarsfeld 1975: 194 u. 206) und sollte darüber hinwegtäuschen, dass es für die Radioforschung noch kein kohärentes Forschungsdesign gab, doch in der Summe fügte sich das Ganze zu den ersten substanziellen empirischen Forschungsergebnissen im Bereich der Kommunikationswissenschaft. Schon um 1940 herum muss Lazarsfeld klar gewesen sein, dass die vielen Einzelstudien von ihm und anderen sich allmählich zu einer neuen Wissenschaft formten: „Radio research will not long remain isolated, but will merge into the larger strain of communication research [...] a trend toward fusion of funds and research institutions will occur“, schrieb er 1940 (Lazarsfeld 1940a: 663). Im gleichen Jahr hatte er das Buch *Radio and the Printed Page* (Lazarsfeld 1940b) herausgegeben, das einen Brückenschlag zwischen Radio und Print versuchte und damit über die Gren-

6 Der hohe Anteil privater Mittel an den verschiedenen Lazarsfeld-Instituten scheint allerdings ein Mythos zu sein. Für das Newark Research Center gab es eine ganze Reihe von Subventionen und Aufträgen von der staatlichen Jugendbehörde. Auch später an der Columbia University war dies nicht anders. Während des Krieges kam ohnehin der allergrößte Teil der Forschungsaufträge von Regierung und Armee. Laut Neurath (1988: 82) fiel der Anteil des Umsatzes des *Bureaus* aus der Wirtschaft im Jahr 1960 auf 10 Prozent, um kontinuierlich weiter abzusinken, bis es ein rein universitätsfinanziertes Institut wurde.



zen der Rundfunkforschung hinausging. Im Jahr 1939 zog das gesamte Radio Research Project nach einer Verlängerung durch die Rockefeller-Stiftung und einem persönlichen Zerwürfnis zwischen Lazarsfeld und Cantril an die Columbia University nach New York um und Paul Lazarsfeld brach seine Kontakte mit Newark ab. Lazarsfeld beschrieb die Anfänge in New York folgendermaßen:

„Wir waren in einem Gebäude an der Ecke der 59. Straße und der Amsterdam Avenue untergebracht, in dem sich früher einmal die Medizinische Fakultät befunden hatte und das demnächst abgerissen werden sollte [...]. Unsere Mittel bestanden hauptsächlich aus der Beihilfe der Rockefeller-Stiftung, die für drei Jahre verlängert worden war. Sie wurde ergänzt durch eine große Zahl von Verträgen für Auftragsforschung. [...] Das Institut besaß einen Aufsichtsrat, der aus vier Professoren der Columbia Universität und Frank Stanton bestand. Irgendwann im Laufe der Zeit erhielt die Organisation ihren heutigen Namen, Institut für Angewandte Sozialforschung.“ (Lazarsfeld 1975: 208)

Das irgendwann lässt sich recht genau datieren: Von 1941 bis 1944 firmierte Lazarsfelds Institut als *Office of Radio Research* an der Columbia University, bis es 1945 schließlich offiziell als *Bureau of Applied Social Research*<sup>7</sup> in die Universität integriert wurde. Für Lazarsfeld selbst war schon 1940 der große Karrieresprung erfolgt, als er zum Professor für Soziologie an der Columbia berufen wurde.<sup>8</sup> Vorausgegangen war ein Streit in der Fakultät, ob der vakante Lehrstuhl mit einem Empiriker oder einem Theoretiker besetzt werden sollte. In einer weisen Entscheidung verfügte die Fakultät die Zweiteilung der Professur: Lazarsfeld bekam die außerordentliche Professur für empirische Sozialforschung, auf einer Assistenzprofessur wurde der acht Jahre jüngere Soziologe Robert King Merton (1910–2003) eingestellt (vgl. Lazarsfeld 1981: 337). Merton wurde auch Codirektor des Office of Radio Research und engster Kollege Lazarsfelds, mit dem er in den kommenden Jahrzehnten geschätzte 18.000 Stunden in Diskussionen verbrachte (Rogers 1994: 245f.). Bald wurde die Lazarsfeld'sche Sozialforschung, zusammen mit der von Merton entwickelten Columbia-Variante des Strukturfunktionalismus, für rund zehn Jahre zur dominanten Kraft der amerikanischen Soziologie und Kommunikationsforschung.

### 3. Exkurs: Empirische Sozialforschung in den USA um 1935 und das „structural fit“

Bis zu diesem Punkt gelangt, kann nicht übersehen werden, wie erfolgreich Paul Felix Lazarsfeld sich in den USA etablierte. Gerade im Vergleich zu anderen Emigranten erscheint seine Anpassungsleistung beeindruckend. An seinem Englisch kann es nicht gelegen haben, denn dieses blieb bis zu seinem Lebensende mit einem starken Akzent behaftet. Lazarsfeld selbst sprach von einer „latenten Strategie“, die er seit seiner Übersiedlung in die USA verfolgt habe (Lazarsfeld 1975: 174). Dazu gehörte vor allem die exakte Beobachtung seiner Umgebung. Er akquirierte sogar Mittel, um den Akkulturationsprozess seiner neun Rockefeller-Fellow-Stipendiaten zu untersuchen (ebd.). Auch

7 Das Bureau besteht bis heute an der Columbia University als *Institute for Social and Economic Research and Policy* (ISERP). Seine Bedeutung ist der früherer Zeiten nicht mehr vergleichbar.

8 Die Datierungen der verschiedenen Berufungen und Eingliederungen bzw. Umbenennungen schwanken in der Literatur um ca. ein Jahr. Hier wird auf Lazarsfelds Selbstauskunft zurückgegriffen: Lazarsfeld 1975: 153.

strebte er nichts an, was er nicht erreichen konnte. Hier scheinen die Zurücksetzungen aus Wien zu einer realistischen Einschätzung seiner Chancen geführt zu haben.

„[I]ch kam gar nicht auf die Idee, mich um eine akademische Position von hohem Rang zu bewerben. Ich war mir sicher, daß ich, wenn ich für mich einen Platz in den Vereinigten Staaten finden wollte, etwas Ähnliches zu unternehmen haben würde wie die Gründung des Wiener Forschungsinstituts.“ (ebd.: 177)

Entscheidend für den Lazarsfeld'schen Erfolg scheint gewesen zu sein, dass er ein spezifisches Wissen aus Europa mitbrachte, das in Amerika zu dieser Zeit intensiv nachgefragt wurde – wenn die Amerikaner dies auch noch nicht wussten, da ihnen nur der Bedarf, nicht aber die Mittel zu dessen Deckung bekannt waren. Lazarsfeld selbst sprach im Hinblick auf diese Konstellation von einem „structural fit“, einer strukturellen Vereinbarkeit von Angebot und Nachfrage:

„Zur gleichen Zeit, als ich in den Vereinigten Staaten ankam, hatte das Problem, wie man die empirische Sozialforschung in die Universität einführen könne, Konturen angenommen. Es lag auf der Hand, daß man einen neuen Institutstyp brauchte; alle Ansätze dazu waren bisher ohne Erfolg geblieben. Dieser Mangel war zum Teil dadurch verursacht, daß Leute fehlten, deren Erfahrung und berufliche Zielvorstellungen sie in den Stand versetzten, solche Institute zu gründen und zu leiten. Mit anderen Worten: Es fehlte an ‚Institutionenbildnern‘ (institution men).“ (ebd.: 177)

In den folgenden Abschnitten soll rekonstruiert werden, auf welche Ausgangsposition Lazarsfeld bei seiner Ankunft in Amerika stieß. Hier ist an erster Stelle ein Trend zur Verwissenschaftlichung der politischen Gesellschaftsplanung zu nennen, der maßgeblich durch den Ersten Weltkrieg und die mit ihm einhergehende hochkomplexe staatliche Koordination von Rüstungsproduktion und Militär ausgelöst war und während der Weltwirtschaftskrise, „die mit den herkömmlichen Instrumentarien liberaler Wirtschaftspolitik nicht mehr zu bewältigen war“ (Doering-Manteuffel 1999: 76), ihre Fortsetzung fand. Die systematische Planung von komplexen Prozessen wurde zu dieser Zeit zum inhärenten Bestandteil politischen Handelns. Parallel dazu war auch in der industriellen Produktion eine Tendenz zur Verwissenschaftlichung der Arbeitsorganisation zu beobachten, wie sie im Taylorismus ihren prototypischen Ausdruck fand. Diese Nachfrage nach Erkenntnissen über gesellschaftliche Tatbestände und Vorgänge wie über psychische Dispositionen des Individuums stieß auf der Angebotsseite auf dynamische neue Wissenschaften wie die Soziologie, die ab den 1930er Jahren zur Leitwissenschaft aufstieg und dies bis in die 1960er Jahre bleiben sollte. Der New Deal, dieses von Präsident Franklin D. Roosevelt 1933 eingeleitete einzigartige Großexperiment zur systematischen staatlichen Beeinflussung der privaten Industrie und zur Schaffung riesiger Sozialbürokratien, führte dann endgültig dazu, dass Politik ohne die Hilfe der Sozialwissenschaften nicht mehr zur Erfüllung der selbst gesteckten Aufgaben in der Lage war.

Die Kommunikationsforschung nahm innerhalb dieser Konstellation eine Schlüsselrolle ein, da Fragen der gesellschaftlichen Organisation der Massenkommunikation mehr und mehr als zentrales Problem moderner Gesellschaften gesehen wurden. Folgt man der Darstellung von Daniel Czitrom (1982: 119–127), lassen sich das Aufkommen und die Durchsetzung der empirischen Kommunikationsforschung vor allem auf die Zusammenführung von vier bestehenden Forschungsfeldern zu einer neuen Wissenschaft zurückführen.

(1) An erster Stelle steht die *Propagandaforschung*, die sich seit dem Ersten Weltkrieg als wissenschaftliche Disziplin etablierte. Der spektakuläre erste Wahlsieg Roosevelts,

der vor 1933 im politischen Establishment der USA ein Außenseiter war, mit den Wählern aber via Radio eine intensive Beziehung unterhielt, führte zu der Vermutung, die neuen Funkmedien könnten stärkere Wirkungen auf das Publikum haben als die traditionellen Printmedien, was zu einer weiteren Intensivierung der Forschung führte.

(2) Den zweiten Gründungsimpuls bildet die *politische Umfrageforschung*. Während der gesamten 30er Jahre erlebten *public opinion polls* in den USA einen ungeheuren Aufschwung. „An age of polling, in which the temperature of the public would be taken on an ongoing basis, had commenced“ (Ewen 1996: 186). Die Faszination, welche die Umfrageforschung damals ausübte, lässt sich aus heutiger Perspektive schwerlich nachvollziehen, doch damals schien sie ein Versprechen darauf, das Management gesellschaftlicher Prozesse (genau wie die Planung ökonomischer Absatzbestrebungen) auf exakten wissenschaftlichen Voraussagen über das Verhalten der Menschen basieren zu können (vgl. Gallup 1972: VIII).

(3) Das dritte Forschungsgebiet, das zur Konstituierung der amerikanischen Kommunikationswissenschaft beitrug, lässt sich als *Medienpädagogik* und *Sozial- bzw. Gruppenpsychologie* umschreiben: Vor allem als Reaktion auf die Durchsetzung des Kinos und der ersten im Radio gesendeten *soap operas* wurden erstmals mediendidaktische Überlegungen angestellt. Auch die sozialpsychologischen Forschungen Kurt Lewins und anderer zu Kleingruppen und Massenmedien gehören in diesen Bereich.

(4) Als entscheidenden Innovationsfaktor aber sieht Czitrom die *Marktforschung*. Auch deren Boom in den 1930er Jahren hängt – neben der weiteren Anonymisierung der Käufermärkte – vor allem mit der Durchsetzung des Radios zusammen. Denn anders als beim Kauf von Zeitungen, Illustrierten oder dem Kinobesuch blieb das Radiopublikum für die Produzenten unsichtbar und ließ sich nicht einmal quantitativ beziffern, was den Wert des Radios als Werbeträger und Informationsmedium in Frage stellte. Dabei hatte sich in den USA zwischen 1920 und 1924 die Zahl zugelassener Radiostationen von unter 20 auf 600 vervielfacht. In der selben Zeit stieg die Zahl der verbreiteten Radioempfänger von geschätzten 60.000 auf 3 Millionen (Sproule 1997: 33).

Zusammengenommen konstituierten diese vier Forschungsgebiete die Leitfragen und Erkenntnisinteressen der frühen Kommunikationswissenschaft, die nun zunehmend als einheitliche wissenschaftliche Disziplin wahrgenommen wurde. Für alle vier Felder war Lazarsfeld durch das „Gepäck“ (die Metapher stammt von Fleck 1990: 66), das er aus Wien mitbrachte, bestens gerüstet: Das Problem der Propaganda hatte ihn als sozialistischen Agitator intensiv beschäftigt (Lazarsfeld 1975: 149), für die Sozialpsychologie interessierte er sich als Schüler Bühlers, Marktforschung hatte er in der Forschungsstelle als Haupt- und Demoskopie als Nebenbeschäftigung betrieben. Sogar mit mediendidaktischen Fragen kannte Lazarsfeld sich als ehemaliger Führer sozialistischer Jugendgruppen aus. Und im Hinblick auf das methodologische Grundverständnis dieser Zeit – einen positivistischen Empirismus, in dem „wahre Wissenschaft“ das war, was sich in Zahlen ausdrücken ließ – war er durch seine mathematischen Studien und seine Erfahrungen in empirischer Sozial- und kommerzieller Umfrageforschung den anderen Soziologen seiner Zeit weit voraus. Zwar wird in der Literatur regelmäßig darauf verwiesen, dass der Rockefeller-Stipendiat Lazarsfeld der Wiener Forschungsstelle „alles Neue auf dem Gebiet der Marktforschung“ aus Amerika berichten sollte, doch eigentlich war es umgekehrt: Lazarsfeld machte seine Wiener Erfahrungen zur Grundlage seiner amerikanischen Karriere, in dem er alles analysierte, was in den USA an Daten vorhanden war. Während des *war efforts* der Sozialwissenschaften (vgl. Wenzel 2001: 192ff.) wurde der Datenhunger auf Seiten von Armee und Regierung dann noch einmal größer, da die Administration mit den gewaltigen Planungsprozessen, die der Kriegs-

eintritt Amerikas erforderte, überfordert war. Lazarsfeld konnte zu diesem Zeitpunkt bewährte Verbindungen und eine leistungsfähige Organisation anbieten. So stand er, der Wiener Emigrant, ab 1941 plötzlich im Mittelpunkt der Kriegsanstrengungen der amerikanischen Sozialwissenschaften.<sup>9</sup>

#### 4. Das Bureau of Applied Social Research

Die Dekade von 1940 bis 1950 sollte – gerade unter kommunikationswissenschaftlichen Vorzeichen – die produktivste Periode Lazarsfelds werden. In dichter Folge entstanden damals Auftragsarbeiten und grundlegende Studien. Die große Menge an Arbeit konnte nur bewältigt werden, weil sie auf Lazarsfelds wissenschaftsorganisatorisch größte Innovation traf: das sozialwissenschaftliche Forschungsinstitut, in dem Studien als betriebsförmig organisiertes, arbeitsteiliges Geschäft erstellt wurden. Das ermöglichte einerseits die sehr weit gehende Spezialisierung einzelner Forscher, andererseits die zügige Bearbeitung eines Problems oder Datensatzes mit den unterschiedlichsten Methoden, da man verschiedene Fachleute an die selbe Fragestellung setzen konnte.

Der Unterhalt solcher Einrichtungen war extrem kostspielig, was bedeutete, dass die einmal erhobenen Daten möglichst vielfältig genutzt und für kommerzielle wie wissenschaftliche Zwecke gleichzeitig eingesetzt werden mussten. Die heute noch in demoskopischen Instituten übliche Praxis, im Rahmen einer Umfrage die Einstellungen der Befragten zu den verschiedensten Gebieten abzufragen (also neben der politischen Großwetterlage auch Konsumvorlieben oder Markenpräferenzen zu erheben), hat hier ihren Ursprung. „Under Lazarsfeld's leadership mass communication research in the United States had become a formidable enterprise which was deeply committed to the commercial interests of the culture industry and the political concerns of government“ (Hardt 1990: 255). Für Lazarsfeld war die Vermischung von Demoskopie, Soziographie, kommerzieller Marktforschung und kommunikationswissenschaftlicher Grundlagenforschung kein Widerspruch. Wissenschaftlichen Fortschritt sah er vor allem in der kontinuierlichen Weiterentwicklung von Forschungsinstrumenten, und wenn kommerzielle Auftragsforschung diese zu finanzieren half, war dies ein Vorteil. Verbunden war damit allerdings die Entpolitisierung der Erkenntnisinteressen. Nicht mehr Sozialreform stand auf der Tagesordnung, sondern die Beschreibung der Gesellschaft, so wie sie war. Der „in seinem Privatleben durchaus sozialistische Wissenschaftsorganisator Paul Lazarsfeld“ (Glotz 1990: 251), der sich in einem berühmten Interview als „marxist on leave“ bezeichnet hatte, verband „mit der Kommunikationsforschung keine politischen Ambitionen. Massenkommunikationsmittel waren Werkzeuge, genutzt von Leuten oder Organisationen für gegebene Zwecke“ (Simeon 1990: 262). Allerdings wies Lazarsfeld der empirischen Sozialforschung – und dies durchaus im Einklang mit der sozialreformerischen Praxis des Austromarxismus – sehr wohl eine (nur vermeintlich ideologiefreie) politische Funktion zu: Sie sollte eine konkrete Hilfestellung bei der Gesellschaftsplanung leisten. Die Basis für rationale Planung wiederum waren exakte Daten, die systematisch zu erheben waren, um dann politischen Eliten als Entscheidungsgrundlage zu dienen.

9 Zur Bedeutung der militärischen Propagandaforschung für die Entwicklung der amerikanischen Sozialwissenschaften vgl. Bussemer 2005: 249–343.

### *Beiträge zur Kommunikationswissenschaft*

Die wohl bedeutendste Studie des *Bureau of Applied Social Research* ist *The People's Choice*<sup>10</sup>, die unter Leitung von Lazarsfeld, Bernard Berelson und Hazel Gaudet in Erie County, einem ländlichen Wahlkreis in Ohio, anlässlich des Präsidentschaftswahlkampfes 1940 (Roosevelt gegen Wilkie) durchgeführt wurde. Der Titel ist übrigens Resultat einer Lesefrucht: Am 11. November 1944 erschien in *Life* ein Artikel mit dem Titel: *The People's Choice. Life Survey Discloses Why People Voted As They Did In This Week's Election*. Das schien den Forschern griffiger als der Arbeitstitel *Votes in the Making* (vgl. Lerg 1977: 80), zumal es in der Studie nicht um die Vorhersage des Wahlausgangs ging, sondern um eine Erschließung der grundlegenden Prozesse der Wahlentscheidung, wobei methodisch vor allem die Panel-Methode erfolgreich in die Forschung eingeführt wurde.

*The People's Choice* hat viele Themen, doch in der Rezeption schälte sich vor allem ein Gesichtspunkt als bedeutsam heraus: Das Verhältnis von interpersonaler und Massenkommunikation beim Zustandekommen der Wahlentscheidung. Denn einer der zentralen Befunde war die Feststellung, dass die meisten Wähler in Primärumwelten leben, die politisch und sozial recht homogen sind und die Wahlentscheidungen des Einzelnen vorstrukturieren. Dabei kommt dieser Involvierung eine doppelte Bedeutung zu: einerseits erhöht sie die Aufnahmebereitschaft für politische Informationen, andererseits dämpft sie die persuasive Wirkung von Medienbotschaften. Die in der Erie-County-Studie vorgenommene simultane Analyse der Einflüsse von Medien- und interpersonaler Kommunikation erbrachte ein Ergebnis, das im Widerspruch zur ursprünglichen Erwartung der Forschergruppe stand: Eigentlich hatte sie geglaubt, einen starken Einfluss der Medien auf die politische Willensbildung nachweisen zu können. Jetzt aber erwiesen sich soziale Netzwerke wie Familien, Freundeskreise und Berufsorganisationen als wirksame Bollwerke gegen mediale Persuasion. Herrschte in einer Gruppe eine bestimmte politische Präferenz oder Auffassung zu einem Sachthema vor, war die Medienberichterstattung zu diesem Problem beinahe bedeutungslos:

„Im Vergleich zu den Massenmedien sind die persönlichen Beziehungen aus zwei Gründen potentiell einflussreicher: Der Bereich, den sie erfassen, ist größer, und sie haben gegenüber den Massenmedien gewisse psychologische Vorteile.“ (Lazarsfeld/Berelson/Gaudet 1969: 190)

Aus diesem Befund entstand das wesentliche kommunikationswissenschaftliche Axiom der Lazarsfeld-Schule, das als „limited effects model of mass media influence“ (vgl. McQuail 1997: 283–307) in die Theoriesgeschichte eingehen sollte. Das Modell der begrenzten Effekte stützte sich vor allem auf drei Einzelhypothesen, nämlich, erstens, auf den Zwei-Stufen-Fluss der Kommunikation von den Medien zu bestimmten Meinungsführern und erst von dort aus zur breiten Bevölkerung sowie, zweitens, auf die Theorie der selektiven Zuwendung (*selective exposure*) des Publikums zu Medienangeboten und – drittens – auf die Bedeutung der Gruppe im Prozess der Medienrezeption. Denn eine direkte Wirkung der Medien konnten Lazarsfeld, Berelson und Gaudet nur auf einige der örtlichen Meinungsführer nachweisen, die dann allerdings wiederum interpersonal die anderen Bewohner beeinflussten.

„Im Netzwerk der persönlichen Beziehungen nehmen die ‚Meinungsführer‘ einen besonderen Platz ein. In Kapitel V erwähnten wir, daß sie sich weit mehr als die übrigen Befragten an poli-

---

10 deutsch: *Wahlen und Wähler* (1969).

tischen Diskussionen beteiligten. Sie gaben jedoch an, daß die Massenmedien ihre Entscheidung stärker beeinflusst hätten als persönliche Beziehungen. Dies deutet darauf hin, daß Ideen oft von Rundfunk und Presse zu den Meinungsführern hin und erst von diesen zu den weniger aktiven Teilen der Bevölkerung fließen.“ (Lazarsfeld/Berelson/Gaudet 1969: 191)

Bestätigt wurden die Ergebnisse von *The People's Choice* durch eine weitere Studie zum Wählerverhalten anlässlich der Präsidentschaftswahlen 1948. Diese trug den Titel *Voting* und wird wegen ihres Untersuchungsortes oft als die *Elmira-Studie* bezeichnet (Berelson/Lazarsfeld/McPhee 1954). Berühmtheit erlangt hat aber vor allem die so genannte Decatur-Studie, deren Ergebnisse Lazarsfeld gemeinsam mit Elihu Katz 1955 als *Personal Influence. The Part Played by the People in the Flow of Mass Communication*<sup>11</sup> (Katz/Lazarsfeld 1962 [1959]) publizierte. Hier stand die in *The People's Choice* ja nur zufällig adressierte Frage nach dem persönlichen Einfluss im Mittelpunkt.

„Individuelle Meinungen, Haltungen, Gewohnheiten und Werte sind offenbar in zwischenmenschlichen Beziehungen verankert. Das heißt, Personen, die sich wechselseitig beeinflussen, scheinen dauernd und gemeinsam Ideen und Verhaltensweisen zu prägen und aufrechtzuerhalten, die sie nur widerstrebend aufgeben oder einseitig verändern.“ (Katz/Lazarsfeld 1962: 54)

Bekräftigt wurde auch noch einmal das *Opinion-leader*-Konzept.

„Die Untersuchungen gehen alle dahin, die Gültigkeit des Begriffes ‚Meinungsführer‘ auf diese oder jene Art zu unterbauen und es ganz deutlich zu machen, daß die traditionelle Vorstellung des ‚Massenüberzeugungsprozesses‘ Raum für ‚Leute‘ als Zwischenglied zwischen den Reizwirkungen der Massenmedien und den daraus resultierenden Meinungen, Entschlüssen und Handlungen lassen muß.“ (ebd.: 40)

Der bislang vermuteten Macht massenmedialer Propaganda standen also die sozialen Gruppen und Netze als Bollwerke gegenüber. Einstellungswandel war in Lazarsfelds Augen primär ein Vorgang, der sich innerhalb sozialer Gemeinschaften abspielte und damit immer lokal beschränkt blieb. Unter den Bedingungen pluralistischer und demokratischer Gesellschaften, solange also keine Totalisierung der Informationskontrolle erfolge, könne von einer übermächtigen Medienwirkung keine Rede sein.

„Die Massenmedien erweisen sich als sehr wirkungsvoll, wenn sie unter den Umständen eines faktisch ‚psychologischen Monopols‘ arbeiten oder wenn das Ziel darin besteht, grundlegende Einstellungen zu kanalisieren und nicht entscheidend zu verändern, oder wenn sie in Verbindung mit interpersonaler Kommunikation arbeiten. Doch treten diese Bedingungen selten gemeinsam bei der Propaganda für gesellschaftliche Ziele auf. In dem Maße wie die totale Gleichschaltung der Interessen unwahrscheinlich ist, haben in einer Demokratie gegenteilige Auffassungen die Chance, ohne Benachteiligung mitzuspielen.“ (Lazarsfeld/Merton 1973: 469)

Die von Lazarsfeld et al. durchgeführten Forschungen trugen so vor allem zur Dekonstruktion eines Wirkungsmodells bei, nach dessen Vorstellungen die Menschen reine Spielbälle der Medien waren und mehr oder minder beliebig manipuliert werden konnten. Stattdessen belegten die Studien des Bureaus, dass Mediennutzer zur Selektion und aktiven Interpretation von massenmedialen Kommunikaten fähig sind. „Lazarsfelds Modell vom two-step-flow of Communication und der Funktion der Opinion Leader wurden von vielen seiner Kollegen als ‚Wiederentdeckung der Leute‘ begriffen.“ (Rollka 1999: 397) Die bislang vermutete Allmacht der Massenmedien war einer differenzierten

11 deutsch: *Persönlicher Einfluss und Meinungsbildung*.

Sicht gewichen, der zufolge der Erfolg von persuasiver Kommunikation stets prekär war. In einer Studie der RAND-Corporation hieß es 1956: „Compared with the models that would have been used ten years ago, the new models attribute less efficacy to direct communication via mass media to mass audiences.“ (Smith/Smith 1972: 15f.)

Mit der Idee des aktiven Rezipienten und der an die Rezeptionssituation gebundenen Wirkung von Medienbotschaften (vgl. Klapper 1960: 5f.) war der Forschung ein Weg gewiesen, den sie im Prinzip bis heute beschreitet. Trotzdem gibt es an den Einzelergebnissen der oben zitierten Studien durchaus Kritik. So ist gegen die Annahme des Zwei-Stufen-Flusses der Kommunikation eingewandt worden, dass Medieninformationen nicht zuerst zu den Meinungsführern und erst danach zu den „normalen“ Rezipienten fließen, sondern beide Gruppen gleichermaßen erreichen und nur bei den Meinungsführern auf größere Aufnahmebereitschaft treffen (Kreutz 1990: 228f.). Im Übrigen geht die moderne Wahlforschung davon aus, dass der Anteil der Massenkommunikation am politischen Willensbildungsprozess mit der Zeit größer geworden ist und heute dominiert (Schmitt-Beck 2000: 408). Verschiedene Autoren haben auch einen „return to the concept of powerful media“ postuliert und sich damit von den grundlegenden Medienwirkungsvorstellungen Lazarsfelds gelöst: „Nach dem jetzigen Stand der Forschung mischt sich beides, aber ein deutliches Übergewicht liegt beim *passiven* Medienpublikum und damit *starker* Medienwirkung“ (Noelle-Neumann 1995: 520). Zudem ist darauf hingewiesen worden, dass Lazarsfeld und seine Kollegen die bis dato vermuteten starken Medienwirkungen in ihren eigenen Arbeiten übertrieben dargestellt hätten, um den von ihnen ausgelösten Paradigmenwechsel wirkungsvoller zu inszenieren (Brosius/Esler 1998: 351f.). Trotzdem dürfte grundsätzlich Einigkeit bestehen: „Wesentlicher Ertrag dieser bahnbrechenden Pionierleistungen war ein Fundus an empirischen Verallgemeinerungen, der trotz zum Teil schwacher empirischer Untermauerung bald zum Kernbestand des politik- [und kommunikations-; T. B.]wissenschaftlichen Wissens kanonisiert wurde.“ (Schmitt-Beck 2000: 21)

## 5. Die Abwendung Lazarsfelds von der Kommunikationsforschung

Die Jahre um 1950 werden als „watershed“ (Robinson 1990: 105), als Wasserscheide in Lazarsfelds Karriere gesehen: Er zog sich aus der Medienforschung zurück und verlegte seine Interessensgebiete in andere Felder, vor allem die mathematische Soziologie und die Geschichte der empirischen Sozialforschung. Für einige Autoren ist diese Umorientierung eine Folge der McCarthy-Periode in den USA, die einem jüdischen Immigranten politische Zurückhaltung angeraten erscheinen ließ. Für andere, so etwa Marie Jahoda, lag der Wechsel seiner Interessensgebiete eher an Lazarsfelds Rastlosigkeit, die ihn ständig nach neuen Herausforderungen suchen ließ. Lazarsfeld „never developed a theory ‚with a capital T‘ [...] but enriched various social science disciplines by codifying some of their formal properties and by developing a high level of rigor in procedures which several of them can use“ (Jahoda 1979: 8f.). Fakt ist, dass Lazarsfeld im Jahr 1950, im Alter von 48 Jahren, den Vorsitz der Soziologischen Fakultät von Columbia übernahm und gleichzeitig als Kodirektor des Bureaus zurücktrat (vgl. Robinson 1990: 106, Neurath 1988: 80, 83).

Lazarsfelds Einfluss war zu diesem Zeitpunkt auf seinem Zenit. Im Jahre 1962 wurde er zum Präsidenten der *American Sociological Association* gewählt. Die Columbia University berief ihn im selben Jahr auf den eigens für ihn geschaffenen Adolphe-Quételet-Lehrstuhl (benannt nach dem belgischen Sozialstatistiker), den er bis 1969 innehatte. Sein eigentliches Projekt bestand allerdings darin, das von ihm entwickelte Wissen-



schaftsmodell abzusichern und weltweit durchzusetzen, wobei es in erster Linie um den Re-Export der empirischen Sozialforschung nach Europa ging. Seit 1951 war Lazarsfeld Berater der Ford Foundation und ihres Direktors Shepard Stone, die – wie andere amerikanische Stiftungen auch – mit Wissen und Einverständnis der US-Regierung eine Art Neben-Außenpolitik betrieb (vgl. Pollak 1990: 139ff.). Ziel dieser Aktivitäten war es, die Wissenschaftssysteme in Europa und anderswo dahingehend zu modernisieren, dass sie sich modernen sozialwissenschaftlichen Theorien öffneten, also die empirische Forschung nach US-Muster zu ihrem Vorbild machten. Zuerst war diese Absicht mit der Politik der Re-Education und Re-Orientierung verbunden (vgl. Plé 1990) – es ging also um die Demokratisierung z. B. der deutschen Wissenschaft –, später wollte man unter dem Eindruck des Kalten Krieges die politische Konvergenz der westlichen Länder dadurch erhöhen, dass man ihre Wissenschaftssysteme einander anglich. Die Bemühungen richteten sich auch auf sozialistische Länder wie Jugoslawien und Polen. Leitende Idee war der einst von Daniel Bell als „Ende der Ideologien“ bezeichnete inneramerikanische Konsens, dass politische Entscheidungen, die auf Grundlage wissenschaftlicher Planung zustande kommen, schon deswegen bessere Entscheidungen seien, weil sie ein höheres Maß an Rationalität aufweisen (Bell 1988). Diese Idee sollte nun weltweit Gültigkeit erlangen. Letztlich war dieser Ansatz nicht allzu weit von Lazarsfelds Wiener Vorstellungen einer wissenschaftsgestützten Gesellschaftsreform entfernt, wenn auch die marxistischen Emanzipationsideen wegfielen. Entscheidend für ihn war aber, dass das zu exportierende Produkt sein eigenes war, nämlich die von ihm maßgeblich geprägte empirische Sozialforschung. So widmete er sich dieser Aufgabe in verschiedenen europäischen Ländern wie Norwegen, Jugoslawien, Frankreich und Österreich mit Leidenschaft, solange seine Kräfte dies zuließen. Paul Felix Lazarsfeld starb am 30. August 1976 im Alter von 76 Jahren in New York.

## 6. Kritik und Würdigung

Lazarsfeld gilt heute als *der* Pionier der empirischen Massenkommunikationsforschung. Dabei war die Medienforschung nur eines von vielen Feldern, auf dem er während seiner Karriere gearbeitet hat.

„Lazarsfeld selbst machte nie einen Hehl daraus, daß ihn z. B. die ganze Radiohörerforschung als Thema im Grunde wenig interessierte und daß es sozusagen ein historischer Zufall war, daß er seine Beiträge zur Entwicklung der empirischen Sozialforschung gerade auf diesem Gebiet machte, weil es eben gerade auf diesem Gebiet die große Rockefeller-Subvention für das Princeton Radio Project gab und er für dieses als Direktor ernannt wurde [...]“ (Neurath 1990: 30)

Viel mehr als durch ein Thema oder durch eine Theorie ist Lazarsfeld durch von ihm entwickelte Methoden und Formen der Forschungsorganisation in die Wissenschaftsgeschichte eingegangen. „Fundamentally, Paul F. Lazarsfeld was a toolmaker, and only secondarily was he a communication scholar“ (Rogers 1994: 285). Lazarsfeld selbst sah zwei Faktoren als maßgeblich für sein Lebenswerk an: die „Ausdehnung der institutionalisierten Sozialforschung an amerikanischen Universitäten“ und die „Ausbildung eines Forschungsstils, der sich in vielen Instituten durchgesetzt hat.“ Er fügte hinzu: „Beide Entwicklungen lassen sich aus meinen früheren Erfahrungen in Europa herleiten“ (Lazarsfeld 1975: 147). Wahrscheinlich bedurfte es tatsächlich eines europäischen Emigranten mit Wissen um beides: die akuten Bedürfnisse moderner Gesellschaften, die institutionalisierte Erfahrungswissenschaften als realitätserschließende Hilfsmittel brauchen, und den historischen Theoriefundus der Sozialforschung. Insofern war der

Erfolg von Lazarsfelds Forschungsprogramm kein Zufall, sondern ein gesellschaftlich notwendiger Prozess. Zufall dagegen war es, dass es die Person Lazarsfeld war, die diese Tradition erst von Europa nach Amerika brachte, dort professionalisierte und dann in einem durchaus bewussten Akt nach Europa re-exportierte. Denn letztlich fügte Lazarsfeld wieder zusammen, was sich in der europäischen Disziplingeschichte der Soziologie früh getrennt hatte: die „soziale Physik“ im Sinne von Quetelet und die „Soziologie“ im Sinne von Comte: hier die theorielos ansetzende empirische Sozialforschung und dort die antiempirische, in geisteswissenschaftlicher Spekulation verharrende Gesellschaftstheorie (vgl. Kern 1982: 47).

Allerdings muss man fragen, ob in Lazarsfelds Wissenschaftskonzeption wirklich ein produktives Wechselverhältnis von Theorie und Empirie angelegt war, oder ob nicht das Sammeln von Daten und das Erfinden immer neuer Berechnungsmethoden irgendwann die Oberhand gewannen. Betrachtet man die Kontroversen, die in den späten 1930er Jahren zwischen Lazarsfeld und seinem Halbtags-Mitarbeiter Theodor W. Adorno<sup>12</sup> ausgetragen wurden, liegt letzterer Schluss nahe. Die von Lazarsfeld postulierte funktionale Äquivalenz der Methoden, also die Behauptung, dass sich mit einem bestimmten Instrumentarium beinahe beliebige Phänomene wertneutral untersuchen ließen, konnte Adorno nicht akzeptieren: „[D]ie Wahl von Bezugssystemen, der Kategorien und Verfahrensweisen, die eine Wissenschaft benutzt, ist nicht so neutral und gegen den Inhalt des Erkannten gleichgültig, wie ein Denken es möchte, zu dessen wesentlichen Ingredienzien die strikte Trennung von Methode und Sache gehört“ (Adorno 1981: 308). Dass Lazarsfeld nur unzureichend begriff, welche Argumente seine Kritiker gegen ihn vorbrachten, geht auch aus seinem Beitrag zu einem vom Office of Radio Research produzierten Sonderheft der Zeitschrift *Studies in Philosophy and Social Science* aus dem Jahre 1941 (Lazarsfeld 1941) hervor. Dort unterschied Lazarsfeld „administrative research“ und „critical research“ dahingehend, dass Erstere im Auftrag von Institutionen arbeite, während Letztere die Kommunikationspraxis von Institutionen kritisch untersuche. Den so konstruierten Widerspruch löste Lazarsfeld mit der Bemerkung auf, dass beide Formen von Forschung ihre Berechtigung hätten. Verkürzungen wie diese führten dazu, dass Kollegen wie C. Wright Mills ihn heftig kritisierten. Für Mills waren Lazarsfelds Arbeiten nur „abstracted empirism“ (Mills 1970: 60). Da half auch alle handlungstheoretische und funktionalistische Untermauerung nichts, die Merton ihm in die Manuskripte hineinredigierte.

Dadurch, dass der europäische Theoriefundus mit seinen reflektierenden Instanzen

12 Die bereits in den USA ansässigen Mitglieder des Frankfurter Instituts für Sozialforschung um Max Horkheimer vermittelten Adorno als ersten Arbeitsplatz in den USA eine Beschäftigung in Lazarsfelds Radio-Project. Adorno berichtet: „Als ich im Februar 1938 von London nach New York übersiedelte, war ich die Hälfte meiner Zeit für das Institut für Sozialforschung tätig, die Hälfte für das Princeton Radio Research Project.“ (Adorno 1981: 302) Über das Radio-Project schreibt er: „Mein erster Eindruck von den im Gang befindlichen Untersuchungen jedoch zeichnete sich nicht gerade durch viel Verständnis aus. Ich ging, auf Anregung Lazarsfelds, von Zimmer zu Zimmer und unterhielt mich mit den Mitarbeitern, hörte Worte wie ‚Likes and Dislikes Study‘, ‚Success or Failure of a Programme‘ und ähnliches, worunter ich mir zunächst wenig vorstellen konnte. Doch begriff ich soviel, daß es sich um das Ansammeln von Daten handelte, die planenden Stellen im Bereich der Massenmedien, sei’s unmittelbar der Industrie, sei’s kulturellen Berätern und ähnlichen Gremien zugute kommen sollten. Zum ersten Mal sah ich administrative research vor mir: ich weiß heute nicht mehr, ob Lazarsfeld diesen Begriff prägte oder ich in meinem Staunen über einen mir so gänzlich ungewohnten, unmittelbar praktisch orientierten Typus von Wissenschaft.“ (ebd.: 304)

zum bloßen Ideenreservoir geriet, aus dem man sich auf der Suche nach neuen Methoden bedienen konnte, wurde die Lazarsfeld'sche Wissenschaftskonzeption mehr und mehr anfällig für die instrumentelle Assoziation von Sozialwissenschaften und sozialem Management. Eine Form der vermeintlich ideologiefreien Planungsgläubigkeit setzte sich durch, deren zentrales Kennzeichen der Glaube an die Rationalität wissenschaftlich gestützter politischer Prozesse war. Die Konzeption administrativer Sozialforschung, die der späte Lazarsfeld verfolgte, lässt sich folgendermaßen charakterisieren:

- Empirische Forschung wurde vor allem zum Zweck ihrer unmittelbaren Anwendung betrieben. Die Gegenposition hierzu wäre eine kritische Form der Sozialtheorie, die Reformprojekte in ihrem Gesamtkontext betrachtet und kritisch hinterfragt.
- Durch die Abhängigkeit von validen Daten war die Forschung stets an den gesellschaftlichen Status quo gebunden und damit in dem Sinne strukturkonservativ, dass sie von den gesellschaftlichen Gegebenheiten, nicht von Utopien oder normativen Vorstellungen einer besseren Gesellschaft ausging.
- Die Fixierung auf die quantitative Absicherung von Forschungsergebnissen führte dazu, dass nur bestimmte Befunde als gültig qualifiziert werden konnten, andere, die nicht messbar waren, dagegen unter den Tisch fielen.
- Die Kleinteiligkeit der Forschung, die nur mühsam hergestellten Kontextualisierungen, leisteten einer administrativen Überforderung der Sozialwissenschaften Vorschub. Claus Offe hat beobachtet, dass als Folge der „immer widersinniger werdenden strategischen Inanspruchnahme der Sozialwissenschaften durch politische Eliten, die sich von sozialwissenschaftlicher Information und Beratung eine Steigerung ihres Handlungserfolges versprechen“, eine Veränderung der Sozialwissenschaften in ihrem Charakter als Reflexionsinstanzen zu beobachten ist. Offe sah vor allem „die Zersetzung ihrer disziplinären Einheit, den Verlust ihres theoretischen Leistungs- und Anspruchsniveaus und die Austrocknung ihrer Theorietraditionen“. Über die Sozialwissenschaften habe sich ein Netz von Nutzenkalkülen gelegt, das diese mehr und mehr lähme. Denn die Auftraggeber seien nicht „an den sozialen Problemen dieser Gesellschaft *in ihrer Gesamtheit und ihrem Zusammenhang* interessiert“, sondern lediglich an der „mehr oder weniger winzigen Teilmenge lösbarer, d. h. angesichts gegebener Machtverhältnisse, Zeithorizonte, Finanzmittel usw. einigermaßen aussichtsreich bearbeitbarer Probleme“. Da die Sozialforschung bei der Konzeptualisierung ihrer Problemstellungen diese kurzfristige und technokratische Perspektive mehr und mehr übernehme, werde „administrative Verdaulichkeit zum entwicklungsbestimmenden Kriterium der Sozialwissenschaften“ (Offe 1981: 43f.).

Auf eine subtile Art und Weise muss dies auch Lazarsfeld gespürt haben. Als er starb, arbeitete er an einem Projekt „über die Behinderung der Verwendung von Ergebnissen aus der Sozialforschung durch diejenigen, welche die Aufträge dazu selbst erteilt haben, vor allem Regierungsämter“ (Neurath 1988: 67). Überhaupt schien ihn Skepsis befallen zu haben. Über die Kommunikationsforschung und die hoffnungsvollen Anfänge des Princeton Radio Projects bemerkte er in seinem autobiografischen Rückblick: „Die Hoffnung auf ‚definitive Antworten‘ war typisch für die optimistische Stimmung dieser Zeit. Heute, nach dreißig Jahren zusätzlicher Forschung über Massenkommunikation haben die meisten von uns das Gefühl, daß wir immer noch gerade am Anfang stehen.“ (Lazarsfeld 1975: 181)

Trotzdem kann der von Lazarsfeld eingeleitete Paradigmenwechsel in der Sozialforschung als ein nachhaltiger und fruchtbarer gelten – und gleichzeitig als Beweis für Kuhns These, dass die echten wissenschaftlichen Revolutionen nicht aus der Mitte einer Disziplin, sondern von ihren Rändern kommen. Lazarsfelds großes Verdienst besteht

darin, die vorher gering geschätzte empirische Forschung als gleichberechtigten Zweig neben der Theorie in die Sozialwissenschaften eingeführt zu haben. Dabei war er einerseits als Erfinder neuer Forschungsmethoden hochmodern, andererseits als Kenner der Geschichte der europäischen Soziographie mehr als traditionsbewusst. Viele der Lazarsfeld'schen Forschungsmethoden sind nichts anderes als wohl überlegte Aktualisierungen von Erhebungstechniken, die bereits im 18. Jahrhundert z. B. im Rahmen der Sozialstatistik Anwendung fanden. Damit hat er gerade der Kommunikationswissenschaft nicht nur den Anschluss an eine Tradition des europäischen Empirismus ermöglicht, sondern ihr einen Fundus von Ansätzen und Methoden hinterlassen, der nachfolgende Forschergenerationen bis heute inspiriert. Zudem hat Lazarsfelds Interesse an individuellen Handlungsmustern und Entscheidungsprozessen das Subjekt wieder in die Sozialtheorie eingefügt – ganz im Sinne des von George C. Homans zu dieser Zeit geforderten „bringing men back in“ (Homans 1964: 809) – und so auch das Bewusstsein dafür wachgehalten, dass Sozialforschung und -politik im Interesse der Menschen betrieben werden müssen. Denn vergessen hat Lazarsfeld seine emanzipatorischen Ideale nie, wenn auch seine Wissenschaftskonzeption ab den 1950er Jahren bedingt durch das politische Klima in den USA und die gesellschaftlichen Aufgabenzuweisungen an die Sozialforschung eine Verengung auf das quantitativ Fassbare und administrativ Machbare erfuhr, welche die daraus resultierenden Forschungsergebnisse als weniger lebensnah und originell erscheinen ließ als seine früheren Studien mit ihrem unvergleichlichen Methodenmix und ihrer unmittelbaren Orientierung an der Lebenswirklichkeit der Menschen.

## Literatur

- Adorno, Theodor W. (1981): Wissenschaftliche Erfahrungen in Amerika. In: Wolf Lepenies (Hg.): Geschichte der Soziologie. Studien zur kognitiven, sozialen und historischen Identität einer Disziplin, Frankfurt a. Main, Bd. 1, S. 299–336.
- Averbeck, Stefanie (1999): Kommunikation als Prozeß. Soziologische Perspektiven in der Zeitungswissenschaft 1927–1934, Münster.
- Bell, Daniel (1988 [1960]): The End of Ideology, Cambridge (Mass.).
- Berelson, Bernard; Lazarsfeld, Paul F.; McPhee, William N. (1954): Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign, Chicago.
- Brosius, Hans-Bernd; Esser, Frank (1998): Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. In: *Publizistik* 43. Jg., Heft 4, S. 341–361.
- Bussemer, Thymian (2005): Propaganda. Konzepte und Theorien, Wiesbaden.
- Czitrom, Daniel J. (1982): Media and the American Mind. From Morse to McLuhan, Chapel Hill (Cal.).
- Desmond, Mark (1996) (Hg.): Paul Lazarsfelds Wiener RAVAG-Studie 1932. Der Beginn der modernen Rundfunkforschung, Wien und Mühlheim a. d. Ruhr.
- Doering-Manteuffel, Anselm (1999): Wie westlich sind die Deutschen? Amerikanisierung und Westernisierung im 20. Jahrhundert, Göttingen.
- Ewen, Stuart (1996): PR. A Social History of Spin, New York.
- Fleck, Christian (1990): Vor dem Urlaub. Zur intellektuellen Biographie der Wiener Jahre Paul F. Lazarsfelds. In: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung, München, S. 49–74.
- Gallup, George (Hg.) (1972): The Gallup Poll. Public Opinion 1935–1971, Bd. 1, New York.
- Glötz, Peter (1990): Von der Zeitungs- über die Publizistik- zur Kommunikationswissenschaft. In: *Publizistik*, 35. Jg., Heft 3, S. 249–256.
- Hardt, Hanno (1990): Paul F. Lazarsfeld: Communication Research as Critical Research? In: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen

- Sozial- und Kommunikationsforschung, München, S. 243–257.
- Homans, George C. (1964): Bringing Men Back In. In: *American Sociological Review*, 29. Jg., 1964, S. 809–818.
- Jahoda, Marie; Lazarsfeld, Paul F.; Zeisel, Hans (1975 [1932]): Die Arbeitslosen von Marienthal. Ein soziographischer Versuch, Frankfurt a. M.
- Jahoda, Marie (1979): PFL: Hedgehog or Fox? In: Robert K. Merton, James S. Coleman, Peter H. Rossi (Hg.): Qualitative and Quantitative Social Research. Papers in Honor of Paul Felix Lazarsfeld, New York, S. 3–10.
- Katz, Elihu; Lazarsfeld, Paul F. (1962 [engl. 1959]): Persönlicher Einfluß und Meinungsbildung, Wien.
- Kern, Horst (1982): Empirische Sozialforschung. Ursprünge, Ansätze, Entwicklungslinien, München.
- Klapper, Joseph T. (1960): The Effects of Mass Communication, New York 1960.
- Kreutz, Henrik (1990): Sozialforschung zwischen Machtstreben und Aufklärung. Der zeitweilige Erfolg einer missglückten Synthese von Austromarxismus und Pragmatismus im Werk von Paul Felix Lazarsfeld. In: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung, München, S. 223–239.
- Kuhn, Thomas S. (1976 [1962]): Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen, Frankfurt a. M.
- Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1990): Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung, München.
- Lazarsfeld, Paul F. (1929): Statistisches Praktikum für Psychologen und Lehrer, Jena.
- Lazarsfeld, Paul F. (1931): Jugend und Beruf. Kritik und Material, Jena.
- Lazarsfeld, Paul F. (1940): Radio Research and Applied Psychology. *Special Issue of the Journal of Applied Psychology*, edited by Paul Lazarsfeld, Vol. 24, S. 663–664.
- Lazarsfeld, Paul F. (1940): Radio and the Printed Page, New York.
- Lazarsfeld, Paul F. (1941): Remarks on Administrative and Critical Communications Research. In: *Studies in Philosophy and Social Science*, 9. Jg., Heft 1, S. 2–16.
- Lazarsfeld, Paul F.; Berelson, Bernard; Gaudet, Hazel (1969 [engl. 1944]): Wahlen und Wähler. Soziologie des Wahlverhaltens. Neuwied/Berlin.
- Lazarsfeld, Paul F. (1972 [1934]): The Art of Asking Why. Three Principles Underlying the Formulation of Questionnaires. Nachgedruckt in: *Qualitative Analysis: Historical and Critical Essays*, Boston 1972, S. 183–202.
- Lazarsfeld, Paul F.; Merton, Robert K. (1973): Massenkommunikation, Publikumsgeschmack und organisiertes Sozialverhalten. In: Jörg Aufermann, Hans Bohrmann, Rolf Sülzer (Hg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation, Frankfurt a. Main, Bd. 2, S. 447–470.
- Lazarsfeld, Paul F. (1975): Eine Episode in der Geschichte der empirischen Sozialforschung: Erinnerungen. In: Talcott Parsons, Edward Shils, Paul F. Lazarsfeld: Soziologie autobiographisch: Drei kritische Berichte zur Entwicklung einer Wissenschaft, Stuttgart, S. 147–225.
- Lazarsfeld, Paul F. (1981): Mit Merton arbeiten. In: Wolf Lepenies (Hg.): Geschichte der Soziologie. Studien zur kognitiven, sozialen und historischen Identität einer Disziplin, Frankfurt a. Main, Bd. 1, S. 337–391.
- Lazarsfeld, Paul F. (2007): Empirische Analyse des Handelns. Ausgewählte Schriften. Hrsg. von Nico Stehr und Christian Fleck, Frankfurt a. Main.
- Lerg, Winfried B. (1977): Paul Felix Lazarsfeld und die Kommunikationsforschung. Ein bibliographisches Epitaph. In: *Publizistik* 22. Jg., Heft 1, S. 72–88.
- McQuail, Denis (1997 [1983]): Mass Communication Theory, London, Thousand Oaks/New Delhi.
- Meyen, Michael; Löblich, Maria (2006): Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland, Konstanz 2006.
- Mills, C. Wright (1970): The Sociological Imagination, Harmondsworth.
- Neurath, Paul (1988): Paul Lazarsfeld und die Institutionalisierung der empirischen Sozialforschung: Ausfuhr und Wiedereinfuhr einer Wiener Institution. In: Ilja Srubar (Hg.): Exil. Wissenschaft. Identität. Die Emigration deutscher Sozialwissenschaftler 1933–1945, Frankfurt a.

- Main, S. 67–105.
- Neurath, Paul (1990): Paul Lazarsfelds Beitrag zu den Anfängen der Massenkommunikationsforschung. In: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung, München, S. 75–88.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1995): Wirkung der Massenmedien auf die Meinungsbildung. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, Jürgen Wilke (Hg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation, Frankfurt a. M., S. 518–571.
- Offe, Claus (1981): Vom politischen Nutzen der Gesellschaftswissenschaften oder: Sozialwissenschaften zwischen Auftragsforschung und sozialer Bewegung. In: *Vorgänge* 20. Jg., Heft 2, S. 40–47.
- Plé, Bernhard (1990): Wissenschaft und säkulare Mission. „Amerikanische Sozialwissenschaft“ im politischen Sendungsbewußtsein der USA und im geistigen Aufbau der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart.
- Pollak, Michael (1990): Lazarsfelds Einfluß auf die internationale Verbreitung der empirischen Sozialforschung: Kontinuität und/oder Wandel eines wissenschaftlich-politischen Projektes. In: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung, München, S. 131–146.
- Robinson, Gertrude Joch (1990): Paul Felix Lazarsfeld's contributions to the development of US-communication studies. In: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung, München, S. 89–111.
- Rogers, Everett M. (1994): A History of Communication Study. A Biographical Approach, New York.
- Rollka, Bodo (1999): Menschenbilder als Grundlage werblicher Kommunikation. In: Monique Samuel-Scheyder, Philippe Alexandre (Hg.): *Pensée pédagogique. Enjeux, continuités et ruptures en Europe du XVIe au XXe siècle*, Bern, S. 385–402.
- Schmitt-Beck, Rüdiger (2000): Politische Kommunikation und Wählerverhalten. Ein internationaler Vergleich, Wiesbaden.
- Simeon, Thomas (1990): Kritische und administrative Sozialforschung – Zur Geschichte eines leidvollen Mißverständnisses. In: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung, München, S. 258–270.
- Smith, Bruce Lannes; Smith, Chitra M. (1972 [1956]): *International Communication and Political Opinion. A Guide to the Literature*, Westport (Conn.).
- Sproule, J. Michael (1997): *Propaganda and Democracy. The American Experience of Media and Mass Persuasion*, Cambridge.
- Wenzel, Harald (2001): *Die Abenteuer der Kommunikation. Echtzeitmassenmedien und der Handlungsraum der Hochmoderne*, Weilerswist.
- Zeisel, Hans (1981): Paul Lazarsfeld und das Wien der Zwanziger Jahre. In: M. Rainer Lepsius (Hg.): *Soziologie in Deutschland und in Österreich 1918–1945 (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 23)*, S. 395–403.