

Ein Wiener in Amerika erfand die Netzwerkanalyse

Paul Lazarsfeld, in die USA emigrierter Soziologe aus Wien, nannte sich selbst einen, „der den Leuten aufs Maul schaut“. Auch die moderne Netzwerkanalyse geht auf seine Arbeit zurück.

VON PETER OBERDORFER

Der Winter 1929/30 war in Österreich doppelt hart. Zur Kälte kamen die Auswirkungen des Börsencrashes vom 25. Oktober 1929, die Österreich sehr hart trafen – zumal es im Zug des wirtschaftlichen Aufbaus nach dem Ersten Weltkrieg stark von Finanzströmen aus den USA abhängig geworden war. Eine der Kausalitätsketten, die vom Schwarzen Freitag ihren Ausgang nahmen, führte nach Marienthal, in ein kleines Dorf südlich von Wien. „Einförmig wie die Gegend ist der Ort“, heißt es in einer Studie, die der Wiener Soziologe Paul Lazarsfeld zusammen mit Marie Janoda anfertigte, nachdem die örtliche Spinnerei zusperrten hat müssen und auf einen Schlag drei Viertel der Bevölkerung arbeitslos geworden waren.

Diese Studie ist heute ein Klassiker der Soziologie. Das „Einschrumpfen“ des Dorflebens im Zuge der kollektiven Arbeitslosigkeit wurde von Lazarsfeld mit legendär unkonventionellen Methoden festgestellt. Er maß die Verringerung der Gehgeschwindigkeit bei arbeitslos gewordenen genauso akribisch wie die Veränderung von kindlichen Weihnachtswunschlisten nach Ausbruch der Krise.

Lazarsfeld stand damals am Anfang seiner soziologischen Laufbahn, die er als Sympathisant der Sozialdemokratie nach 1933 in Österreich nicht fortsetzen konnte. Er ging in die USA und blieb dort. Sein Wirken in Amerika ist in Österreich allerdings viel weniger bekannt: Lazarsfeld, der in der „Britannica“ übrigens als „American Sociologist“ geführt wird, pflegte sich darüber zu mokieren, daß die Meinungsforschung als amerikanische Erfindung galt, obwohl sie „von einem Wiener in Wien

erfunden und von ihm selbst nach Amerika gebracht wurde“. So wird jetzt erst die „Netzwerkanalyse“ im Bereich der Unternehmensberatung in Österreich aufgegriffen. Diese im anglo-amerikanischen Raum längst praktizierte Analysetechnik beruht wesentlich auf Entdeckungen Lazarsfelds.

Doch der Reihe nach. Ausgangspunkt war eine Beobachtung der US-Präsidentenwahl von 1940 in einem Wahlbezirk in Ohio. Bis dahin hatte man angenommen, die Wechselwirkung zwischen Massenmedien und Publikum sehe so aus, daß die Medienkonsumenten den Medien in „atomisierter“, einzelner Form (ähnlich den Zuschauern in einem Theater) gegenüberstehen und auf direktem Wege manipulierbar seien. Lazarsfeld beobachtete, daß diese Idee eines „One-step-flow“ der Information vom Medium zum Konsumenten gemeinhin nicht der Realität entsprach.

Homogene Kleingruppen

Er entdeckte – wie er selbst einmal gestand, „eher zufällig“ – die große Bedeutung des persönlichen Einflusses, ausgeübt im Rahmen von „personal communication networks“, auf Wahlentscheidungen. Innerhalb von sozial und ökonomisch homogenen Kleingruppen (im Freundes- oder Bekanntenkreis, rund um den Stammtisch) zeigen die Wähler ein homogenes Stimmverhalten. „Personen, die zusammen arbeiten oder leben oder spielen, wählen in hohem Maße dieselben Kandidaten.“

In einer anderen Formulierung Lazarsfelds wird auch die wirtschaftliche Relevanz klar: „Vorzeigbare persönliche Meinungen und Einstellungen werden häufig in den kleinen Gruppen der Familie, Freunde und Arbeitskollegen erzeugt und/oder verstärkt. Meinungen sind stabiler, wenn sie von der Gruppe geteilt werden. Unter dem Druck von Kampagnen wechseln Personen ihre Meinungen eher gemeinsam als allein.“

Lazarsfeld stellte in diesem Zusammenhang auch die Theo-

rie des „Opinionleader“ auf. Dieser ist nicht besonders fortschrittlich oder intelligent, verkörpert aber gewissermaßen den Geist einer Kleingruppe und überträgt diesen auf die Mitglieder. Mit ihm kommt man sehr leicht ins Gespräch; er kann das sagen, was die anderen denken. Die informelle Kleingruppe mit dem Opinion leader bezeichnete Lazarsfeld als eine Art „festen Anker“ des Individuums, gegen den die Medien ihren Einfluß nur schwer entfalten könnten.

Die Columbia-Studien sind nicht nur für die moderne Markt- und Meinungsforschung unverzichtbar – auch die moder-



Paul Lazarsfeld, Soziologe, geboren 1901 in Wien, gestorben 1976 in New York. Photo: ÖNB

ne Netzwerkanalyse beruht auf ihnen. Das Netzwerk im heutigen Verständnis geht freilich weit über die Kleingruppen Lazarsfelds hinaus. Im Zentrum der Betrachtung steht weniger die Gruppe als die quantitative und qualitative Vielfalt von Beziehungen einer Person – innerhalb einer Kleingruppe und über Gruppengrenzen hinaus. Die Mobilität und Kommunikationstechnologie von heute bewirken, daß soziale Strukturen immer komplexer werden und immer weniger in ein Kleingruppenkonzept passen. Besonders interessant ist die Erfassung des informellen Kommunikationsnetzwerks einer Person oder

einer Gruppe von Personen für Unternehmen, die dadurch Aufschluß über den internen Fluß von Informationen und die Stellung der einzelnen Mitarbeiter in diesem Prozeß erhalten.

Sollen zum Beispiel zwei Abteilungen eines Unternehmens besonders eng zusammenarbeiten (etwa bei der Implementierung einer neuen Technologie), so kann die Kenntnis des informellen Informationsflusses für die Unternehmensleitung bei der Wahl der Ansprechpartner wichtiger sein als die Kenntnis der formalen Autoritätsstruktur. So kann die Stellung eines Mitarbeiters, der mit sehr vielen Kollegen seiner Abteilung durch persönliche Kontakte eng verbunden ist, dennoch „im Netz“ weniger wichtig sein als die eines Mitarbeiters, der nur über wenige schwache Verbindungen verfügt – aber zu Bereichen, zu denen sonst keiner aus seinem Umkreis Zugang hat.

„Im angelsächsischen Bereich hat die Netzwerkanalyse in den letzten Jahren eine gewaltige Bedeutung erlangt, sei es beim Lobbying oder im Consulting“, erklärt Harald Katzmair von der Forschungsstelle für Angewandte Sozial- und Strukturanalyse (FAS), die er, diplomierte Philosoph, 1997 selbst gegründet hat. In Amerika gebe es unzählige Lehrstühle für Netzwerkanalyse, in Deutschland nur fünf, in der Schweiz einen, in Österreich gar keinen.

Als einen Grund dafür nennt Katzmair die Unterbrechung der Entwicklung der Soziologie in Österreich durch das NS-Regime, die auch durch versuchten Re-Import nach 1945 nicht wettgemacht werden konnte. Auch erfordere die Netzwerkanalyse interdisziplinäre Ausrichtung, die an österreichischen Instituten nicht sehr willkommen sei. „Bei uns ist alles eingekastelt“, so Katzmair. So nahm er die Sache selbst in die Hand. Die Gesellschaft zählt heute sechs Mitarbeiter und bietet die Analyse für Unternehmen an. „Seit Geschäftsbeginn 1997 haben wir unseren Umsatz in jedem Jahr verdoppelt – was im ersten Jahr nicht so schwer war.“