

2 Interpersonale Kommunikation und Massenkommunikation

Die Zielsetzung der Untersuchung setzt eine Auseinandersetzung mit den drei zentralen Konstrukten voraus: Es muss diskutiert werden, was unter *interpersonaler Kommunikation*, *Massenkommunikation* und *Medienwirkungen* zu verstehen ist. Im Hinblick auf die beiden Kommunikationsformen stehen dabei jene Merkmale im Vordergrund, die Rückschlüsse auf das Wirkpotenzial der interpersonalen und Massenkommunikation zulassen (Kap. 2.1). Relevanz erhält die Frage nach der Rolle interpersonaler Kommunikation im Rahmen von Medienwirkungsprozessen nicht zuletzt aufgrund der sich andeutenden Veränderungen hinsichtlich des Medienangebots und der Mediennutzung. Die – vor allem bei jüngeren Kohorten – bereits beobachtbaren Verschiebungen im Zeitbudget weg von den klassischen Massenmedien und hin zu Online-Angeboten (vgl. z. B. Reitze & Ridder, 2011) dürften langfristig auch einige Merkmale der Mediennutzung in der Art beeinflussen, dass die Massenkommunikation der interpersonalen Kommunikation ähnlicher wird (Kap. 2.2).

2.1 Merkmale der Kommunikationsformen

Im Zusammenhang mit der Fragestellung der Untersuchung von untergeordneter Relevanz sind die Besonderheiten technisch bzw. medial vermittelter interpersonalen Kommunikation (vgl. etwa Höflich, 1996; Baym, Zhang & Lin, 2004). Auch die Unterscheidung zwischen einer engen Definition interpersonaler Kommunikation als ein Gespräch zwischen *zwei* Personen (vgl. z. B. Smith & Williamson, 1977) und der Kleingruppenkommunikation mit einer relativ kleinen Anzahl an Personen ist nicht notwendig. Formen der interpersonalen bzw. Individualkommunikation können danach unterteilt werden, ob sie direkt und ohne Medieneinsatz oder eben unter Zuhilfenahme von Telefonen, Briefen, E-Mails, Chats usw. erfolgen. Mit der Medienvermittlung geht eine Reduktion der zur Verfügung stehenden Kanäle einher (vgl. Beck, 2006: 170-171), deren Resultate aber im Zusammenhang mit der vorliegenden Studie nicht von vorrangiger Bedeutung sind. Es wird lediglich darauf hingewiesen, dass auch solche

Formen der medienvermittelten Individualkommunikation im Folgenden dem Bereich interpersonaler Kommunikation zugerechnet werden. In Abgrenzung zu diesem Verhalten wird unter *Mediennutzung* die unmittelbare Rezeption von massenmedial vermittelten Inhalten – also eigentlich *Massenmediennutzung* – verstanden. Im Folgenden wird das Begriffspaar „interpersonale Kommunikation und Massenkommunikation“ verwendet, wenn der Kommunikationsprozess im Ganzen und die Qualitäten der beiden Kommunikationsformen im Vordergrund stehen. Das Paar „Gespräche und Mediennutzung“ wird dagegen vor allem im Hinblick auf die individuelle Informationsaufnahme und Verarbeitung durch den Einzelnen verwendet.

Während unterschiedliche Autoren den Begriff Massenkommunikation relativ einheitlich definieren, herrscht im Hinblick auf die interpersonale Kommunikation kaum Konsens über deren Definition oder auch Kernbestandteile des Forschungsfeldes. Nahezu jedes zusammenfassende Buch zum Thema wählt eine eigene Definitionen und Herangehensweise. Kaum ein Autor, der nicht auf diesen Umstand verweist (z. B. Cappella, 1987: 185; Hartley, 1999: 17; Burleson, 2009). Und selbst wenn sich im Zeitverlauf einzelne Konzepte durchzusetzen scheinen, ist dies eher ein vorübergehender Zustand (Roloff & Anastasiou, 2001: 52). *Interpersonale Kommunikation* ist allein deshalb schwerer zu definieren, weil erstens unterschiedliche Kommunikationsmittel (verbale und nonverbale) zur Verfügung stehen, die Kommunikation zweitens direkt oder durch Medien (z. B. Telefon, Brief) vermittelt erfolgen kann und drittens unterschiedliche soziale Konstellationen (von zwei Personen bis zur Gruppenkommunikation) denkbar sind. Nonverbale Formen interpersonaler Kommunikation und mögliche Wirkungen werden im weiteren Verlauf ausgeklammert. Weiterhin beziehen sich die folgenden Ausführungen hauptsächlich auf die face-to-face Variante der ipK. Ein großer Anteil der interpersonalen Kommunikation dürfte als Gespräch unter Anwesenden ablaufen. Eine Definition in diesem Sinne schlägt Littlejohn vor: „Interpersonal communication deals with communication between people, usually in face-to-face, private settings“ (2007: 14).

Bei der folgenden Gegenüberstellung beider Kommunikationsarten liegt der Fokus auf solchen Merkmalen, von denen zu erwarten ist, dass sie einen Einfluss auf die Zusammenhänge zwischen Relevanzbeurteilung, Mediennutzung und Gesprächen haben. Diese Gegenüberstellung ist der erste von drei Bausteinen, auf denen die Annahmen hinsichtlich des unterschiedlichen Wirkpotenzials von Gesprächen und Mediennutzung basieren, erhebt dabei aber keinesfalls Anspruch auf Vollständigkeit (vgl. hierfür z. B. Ball-Rokeach & Reardon, 1988). Dies würde zum einen den Rahmen sprengen. Zum anderen ließe sich eine Vielzahl von Unterscheidungskriterien aufführen, von denen viele nicht oder nur sehr bedingt mit dem Wirkpotenzial der Kommunikation in Zusammenhang stünden.

Zunächst weisen beide Kommunikationsarten durchaus Gemeinsamkeiten auf: In beiden Fällen sind Sender, Botschaft und Empfänger vorhanden (Kunczik & Zipfel, 2005: 51). Dennoch überwiegen die Unterschiede. *Massenkommunikation* wird in der deutschsprachigen Literatur bislang häufig in Anlehnung an Maletzke (1963: 32; siehe auch 1998: 46) definiert als „jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft) durch technische Vermittlungsmittel (Medien) indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zwischen Aussagendem und Aufnehmendem) an eine disperses Publikum [...] vermittelt werden“. Diese Definition bestimmt die – im Zusammenhang mit dem Wirkpotenzial der Kommunikation – relevanten Merkmale der Massenkommunikation bereits implizit. Diese lassen sich vier verschiedenen Bereichen zuordnen, wobei die Zuordnung nicht in allen Fällen eindeutig ausfällt. Beide Kommunikationsformen unterscheiden sich zunächst anhand von Merkmalen, die dem Bereich Medium zugeordnet werden können. Der zweite Bereich betrifft das Verhältnis der Teilnehmer zueinander. Hierbei steht vor allem das gegenseitige Wissen der am Kommunikationsprozess Beteiligten übereinander im Vordergrund. Hinsichtlich der Situation, in der die Kommunikation abläuft, gibt es grundlegende Unterschiede zwischen beiden Varianten. Die im vierten Bereich aufgeführten Merkmale stehen in Zusammenhang mit dem Verhältnis des Einzelnen zu den Inhalten und der Wirkung der Kommunikation. Diese Überlegungen basieren in der Regel auf Merkmalen aus einem der drei vorangegangenen Bereiche. So ist etwa die Möglichkeit zur selektiven Nutzung eben aufgrund der unterschiedlichen (sozialen) Situation, innerhalb derer die interpersonale bzw. Massenkommunikation stattfindet, unterschiedlich zu bewerten.

2.1.1 Bereich Medium

Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass die unterschiedlichen Varianten der technisch vermittelten interpersonalen Kommunikation der ipK zugeordnet werden. Einige der Merkmale treffen allerdings nur auf solche Varianten zu, bei denen die Kommunikation synchron abläuft. Vor allem hinsichtlich der Kommunikationssituation gibt es gravierende Unterschiede zwischen asynchronen, schriftlichen (z. B. Brief, E-Mail) und den synchronen, auf Sprache basierenden Varianten der ipK. Da davon ausgegangen werden kann, dass die letztgenannten im Zusammenhang mit dem Austausch über politischen Themen überwiegen, wird auf die Besonderheiten der schriftlichen Formen nicht eingegangen. Allerdings könnte es auch hier zu einer Verlagerung kommen, wenn sich die Bürger

in Zukunft verstärkt innerhalb von Online-Angeboten (etwa Diskussionsforen) über politische Sachverhalte austauschen (vgl. als Überblick Stromer-Galley & Wichowski, 2009). Damit würde dann auch eine Verschiebung hinsichtlich einiger Merkmale dieser Form der ipK einhergehen (Kap. 2.2.1).

Tabelle 2: Merkmale der interpersonalen und Massenkommunikation

	interpersonale Kommunikation	Massen- kommunikation
Medium		
Reichweite	gering	hoch
Beständigkeit	meist sehr gering	je nach Medium
Verfügbarkeit	begrenzt	jederzeit
Teilnehmer		
Wissen des Kommunikators über Empfänger	hoch	eher gering und im Aggregat
Wissen des Empfängers über Kommunikator	hoch	meist lediglich Wissen über die Medienorganisation
Beurteilung der Glaubwürdigkeit	meist hoch	variiert
Situation		
Abbruch der Kommunikation	schwierig	sehr einfach
Rollentausch	jederzeit möglich	nicht möglich
Feedback	jederzeit direkt möglich	selten, indirekt
Inhalte und Wirkung		
Selektive Nutzung	kaum möglich	sehr viele Möglichkeiten
Möglichkeit selbst Inhalte einzubringen	hoch	nicht vorhanden
Direkte Überprüfung der Wirkung	möglich	nicht möglich
Vermutete Wirkung auf	Einstellungen/Meinungen personal-level cognitions	Wissen social-level judgements

Tabelle in Anlehnung an Rogers und Shoemaker (1971: 253); Ball-Rokeach und Reardon (1988: 141-142); Chaffee und Mutz (1988); Schorr (2000: 20-23).

Trotz ihrer unterschiedlichen Varianten ist offensichtlich, dass die mittels ipK vermittelten Informationen immer einen mehr oder weniger kleinen Kreis an Empfängern erreichen, die interpersonale Kommunikation somit eine eher geringe Reichweite aufweist. Dies gilt selbstverständlich nur für den einzelnen Kommunikationsvorgang. Auf der Makro-Ebene stellt die ipK in ihrer Gesamtheit ebenfalls eine relevante (wenn auch nur schwer zu untersuchende) Größe dar, etwa im Zusammenhang mit Prozessen der Bildung öffentlicher Meinung. Im Gegensatz dazu erreichen massenmedial vermittelte Inhalte qua definitionem ein Massenpublikum. Relevanz erhält dieser Aspekt, da Wirkungen von Kommunikation eben auch von den Annahmen des Rezipienten über deren Wirkung auf Andere abhängig sein können (vgl. z. B. Kepplinger & Roth, 1978; Gunther & Storey, 2003). Folglich können Personen auch dann auf die Berichterstattung reagieren (und wie im von Kepplinger und Roth angeführten Beispiel Vorratskäufe von Öl tätigen), ohne dass sie tatsächlich an eine bevorstehende Knappheit glauben würden. Sie erwarten aber einen Effekt der Berichterstattung auf ihre Mitbürger, der sie wiederum zum Handeln verleitet. Dabei spielt die Größe des Publikums, das neben einem selbst eine Botschaft rezipiert, eine entscheidende Rolle. Ein ähnlicher Effekt ist bei der ipK dagegen eher unwahrscheinlich.

Der zweite Aspekt der Beständigkeit der Inhalte steht dagegen weniger mit der Wirkung der Kommunikation als vielmehr mit der Zugänglichkeit für die empirische Analyse in Zusammenhang. Die Inhalte der ipK sind nur dann im Nachhinein zugänglich, wenn sich die Kommunikatoren einer schriftlichen Variante bedient haben. Dies dürfte indes nur auf einen verhältnismäßig geringen Anteil der Kommunikation zutreffen. Relevant ist dieser Aspekt vor allem für die empirische Annäherung an den Untersuchungsgegenstand. Während die Inhalte der Massenkommunikation relativ einfach mittels Inhaltsanalyse untersucht werden können, liegen hinsichtlich der ipK nur in seltenen Fällen Dokumente oder ähnliches vor, sodass auf die Methoden der Befragung oder Beobachtung zurückgegriffen werden muss. Eine Diskussion der daraus resultierenden Probleme erfolgt im Methodenkapitel.

Hinsichtlich der Verfügbarkeit der beiden Kommunikationsformen dürfte sich die Situation im Verlauf der letzten 100 Jahre mehrfach verändert haben. So wurden etwa die sogenannten *Columbia-Studien* (z. B. Lazarsfeld, Berelson & Gaudet, 1944; Katz & Lazarsfeld, 1955) in einer Zeit durchgeführt, die in Bezug auf das Angebot an Massenmedien nicht mit der heutigen vergleichbar ist (Dahlem, 2001: 378; Noelle-Neumann & Petersen, 2005: 178). Vor allem die Ausdifferenzierung beim Fernsehen und die Ausweitung des Sendebetriebs haben dazu geführt, dass inzwischen massenmediale Angebote (mit aktuellen Informationen) rund um die Uhr verfügbar sind. Hierin bestand zumindest in einer ‚Übergangsphase‘ ein Unterschied zur interpersonalen Kommunikation (vgl.

Cohen & Metzger, 1998: 53). Im Zuge des technischen Fortschritts, etwa im Bereich des Mobilfunks und natürlich der webbasierten Kommunikation, dürften inzwischen wieder häufiger interpersonale Quellen als Alternative zur Mediennutzung zur Verfügung stehen. Dies trifft sowohl auf die unterschiedlichen Alltagssituationen (also z. B. auf dem Weg zur Arbeit) als auch auf unterschiedliche Tages- und Nachtzeiten zu. Die ipK hat also den Vorsprung wieder aufgeholt, den die Massenkommunikation im Zuge der Verbreitung des Massenmediums Rundfunk gewonnen hatte (vgl. auch Kap. 2.2.1).

2.1.2 Bereich Teilnehmer und Situation

Hinsichtlich der Teilnehmer am Kommunikationsvorgang ist vor allem der Aspekt des gegenseitigen Wissens übereinander relevant. Diese Frage ist eine theoretisch fruchtbare Möglichkeit, Kommunikationssituationen näher zu beschreiben (Berger, 2009: 260). Das Wissen bzw. Nicht-Wissen über die Einstellungen des Gegenübers und seine Ziele hat Einfluss auf die Beurteilung der Glaubwürdigkeit des Kommunikationspartners und seiner Aussagen (vgl. Hovland, Janis & Kelley, 1953: 35-36). Menschen ‚kommunizieren‘ in ihrem Alltag sehr häufig und mit einer großen Anzahl von unterschiedlichen Personen. Dabei handelt es sich aber in vielen Fällen um Formen der non-verbalen Kommunikation. Gespräche, noch dazu über politische Themen, dürften in der Regel zwischen Personen stattfinden, die einander nicht unbekannt sind. Vielmehr finden solche Gespräche meist innerhalb der Familie, mit Freunden oder zumindest Arbeitskollegen statt (vgl. Huckfeldt & Sprague, 1995; Gehrau & Goertz, 2010). Die Gesprächsteilnehmer verfügen über ein mehr oder großes Wissen übereinander, da interpersonale Kommunikation in der Regel auf beständigen Sozialbeziehungen basiert (Bentele & Beck, 1994: 35). Burleson (2009: 151) definiert ipK als „complex, situated social process in which people who have established a communicative relationship exchange messages in an effort to generate shared meanings and accomplish social goals.“ Daraus folgt auch, dass der Sender einer (interpersonalen) Botschaft diese gezielt an den Empfänger anpassen kann. Er kann dabei sowohl dessen Einstellungen und Meinungen als auch dessen Wissen zum Gesprächsthema berücksichtigen. Auch der Empfänger der Botschaft dürfte in der Regel ebenfalls über ein solches Wissen verfügen.

Im Gegensatz dazu dürfte sowohl das Wissen der Journalisten über ihr Publikum als auch das Wissen dieses Publikums über die Kommunikatoren eher gering ausfallen (vgl. Schorr, 2000). Im Bereich der Massenkommunikation verfügt der Rezipient lediglich über Vorstellungen über die hinter einem Medienangebot stehende Organisation an sich. Und selbst dies dürfte nur auf einen

Teil der Rezipienten zutreffen. Auf der anderen Seite dürfte sich auch die Vorstellung von Journalisten eher auf ihr Publikum im Aggregat beziehen. Daran dürften auch die entstandenen Feedbackmöglichkeiten (gemeint ist etwa die Kommentarfunktion bei Newssites) bislang kaum etwas geändert haben, da diese nur von einem Bruchteil des Publikums in Anspruch genommen werden.

Die Frage, ob massenmedialen oder interpersonalen Quellen eine höhere Glaubwürdigkeit zugeschrieben wird, ist differenziert zu betrachten. Es finden sich Belege für die Vermutung, dass interpersonale im Vergleich zu massenmedialen Quellen generell als vertrauenswürdiger beurteilt werden, da ihnen etwa von Vorneherein keine Persuasionsabsicht unterstellt wird (Lazarsfeld, Berelson & Gaudet, 1969: 192-193). Die Beurteilung der Glaubwürdigkeit basiert allerdings nicht nur auf der Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit eines Kommunikators, sondern wird auch von der Einschätzung der Sachkenntnis beeinflusst (Hovland et al., 1953). Die meisten Menschen haben sowohl in Bezug auf die Soziodemographie als auch auf politische Einstellungen und Meinungen ein relativ homogenes Netzwerk (vgl. z. B. Schmitt-Beck, 1994). Insofern darf man von einer größeren wahrgenommenen Ähnlichkeit und einem damit einhergehenden größeren Vertrauen in die interpersonalen Kommunikationspartner ausgehen (Chaffee, 1982: 61; Chaffee & Mutz, 1988: 31). Auf der anderen Seite dürfte es eine Reihe von massenmedialen Angeboten geben, bei denen die Zuschreibung der Sachkenntnis (in Bezug auf politische Themen) durch den Einzelnen relativ hoch und wohl auch höher als bei vielen interpersonalen Quellen ausfallen dürfte (Mutz, 1998: 272). Chaffee (1982: 60) sieht daher kaum Anzeichen dafür, dass Menschen ihre Urteil über die Glaubwürdigkeit der Quelle an dem *Kanal* der Informationsübermittlung festmachen. Dieses Urteil ist vielmehr an die jeweilige Situation gebunden. Insofern ist es problematisch, interpersonalen oder massenmedialen Quellen allgemein eine höhere oder niedrigere Glaubwürdigkeit zuzuschreiben. Die Zuschreibung ist vielmehr an den jeweiligen Kommunikator gekoppelt.

Situation

Auch hinsichtlich der Kommunikationssituation zeigen sich Unterschiede zwischen den beiden Kommunikationsformen. Zunächst kann festgestellt werden, dass „interpersonale Kommunikation (mindestens) einen Partner voraussetzt und daher immer schon eine Form der *sozialen Interaktion* darstellt“ (Burkart, 2003: 170; Hervorhebung im Original). Im Gegensatz zur (klassischen) Massenkommunikation kommt es bei der interpersonalen Kommunikation also zu einem *gegenseitigen* Austausch von, wie auch immer vermittelten, Informationen. „Interpersonale Kommunikation ist ein sozialer Prozess, in dem Teilnehmer Informationen kreieren und miteinander teilen, um sich gegenseitig zu verständigen“

(Schenk, 2009: 64). Aufgrund der Tatsache, dass sich die Kommunikationspartner in der Regel kennen, dürfte der Abbruch der Kommunikation in der Realität sehr selten erfolgen. Dies gilt sowohl für die gesamte Gesprächssituation als auch für Episoden über einzelne Themen innerhalb eines Gespräches. Es ist weder akzeptabel ein Gespräch ‚einfach so‘ zu beenden, noch kann man seinem Gesprächspartner ein Thema ohne weiteres ‚verbieten‘, wenn dieser es gerade angesprochen hat. Der Einzelne kann sich Themen, auch wenn er sie selbst als irrelevant erachtet, innerhalb eines Gespräches deutlich schwerer entziehen als ihm dies während der Mediennutzung möglich ist. Im Gegensatz dazu ist die selektive und an den eigenen Präferenzen ausgerichtete Nutzung im Bereich der Massenkommunikation natürlich in erheblichem Maße möglich. Dies trifft sowohl auf den Abbruch der Nutzung einzelner Medienangebote als auch auf die Nutzung von Inhalten (z. B. Zeitungsartikeln) innerhalb dieser Angebote zu. Ein Abbruch der Kommunikation ist jederzeit und ohne jedwede Sanktionen möglich. Situationen auf die dies nicht zutrifft (z. B. Kinobesuch), stellen innerhalb des Bereichs der Massenkommunikation eine Ausnahme dar.

Wiederum aufgrund der sozialen Situation eines Gespräches ist der Rollentausch im Bereich der interpersonalen Kommunikation jederzeit möglich (vgl. Schorr, 2000). Dies gilt auch, wenn ein Beteiligter ein Thema vor allem aus der Motivation anspricht, die übrigen Gesprächsteilnehmer über eben dieses Thema zu informieren. Diese können jederzeit selbst zum ‚Kommunikator‘ werden und ihre Meinung oder ergänzende Informationen beitragen und werden dies in der Realität auch häufig tun. Massenkommunikation, zumindest in ihrer klassischen Form, schließt einen solchen Rollentausch aus. Für die Rezipienten existiert bisweilen lediglich die Möglichkeit, den Kommunikatoren ein Feedback zu geben. Allerdings erfolgt dies in der Regel indirekt und zeitverzögert. Die ipK bietet die Möglichkeit zu einem direkten und unmittelbaren Feedback (Ball-Rokeach & Reardon, 1988: 53; Cohen & Metzger, 1998). Dieses Feedback muss dabei nicht notwendigerweise verbal geäußert werden. Zustimmung zu oder Ablehnung von Aussagen eines anderen Gesprächspartners können auch non-verbal durch Mimik und Gestik zum Ausdruck gebracht werden. Gleichzeitig kann das Feedback auch gezielt von demjenigen eingefordert werden, der seine Meinung geäußert hat. Damit geht wiederum die Möglichkeit einher, die Wirkung der eigenen Aussagen zu überprüfen. Beide Merkmale treffen auf die Massenkommunikation nicht zu. Die Möglichkeiten des direkten Feedbacks sind hier nur sehr beding gegeben (Reardon & Rogers, 1988). Rollentausch, im Sinne der Übernahme der Rolle des Kommunikators, ist nicht möglich.

2.1.3 *Inhalte und Wirkung*

Zentral für die folgenden Kapitel sind die Annahmen über den Einfluss der Kommunikationspartner auf die Inhalte der Kommunikation und deren Wirkung. Diese Annahmen bauen auf den drei vorangegangenen Teilkapiteln auf. Erstens unterscheiden sich beide Kommunikationsformen im Hinblick auf die Möglichkeit zur selektiven Nutzung. Es ist offensichtlich, dass bereits der Begriff nur bedingt zur Anwendung auf die interpersonale Kommunikation geeignet ist. In einem persönlichen Gespräch ist selektive ‚Nutzung‘ kaum möglich. Bei der Mediennutzung dagegen natürlich schon (Rogers & Shoemaker, 1971). Bereits Lazarsfeld und Kollegen (1969) haben dies als Grund für den stärkeren Einfluss persönlicher Gespräche im Zusammenhang mit der Wahlentscheidung angeführt. Auch in der Endphase des Wahlkampfes sei es möglich, massenmediale Inhalte zum Thema zu vermeiden, während man sich Gesprächen über Politik in dieser Phase kaum noch entziehen könne. „Der persönliche Einfluss dringt stärker durch und kann seltener so frei gewählt werden wie die Massenmedien“ (Lazarsfeld et al., 1969: 192). In der heutigen Medienumgebung dürfte es Rezipienten noch leichter fallen, die Nutzungsinhalte anhand der eigenen Präferenzen auszuwählen (Metzger, 2009). Bennett und Iyengar (2008) stellen fest, dass die Ausdifferenzierung des Angebotes dazu geführt hat, dass Personen mit einem geringen politischen Interesse politische Inhalte in der Medienberichterstattung inzwischen sehr leicht vermeiden können. Im Gegensatz dazu steht die soziale Situation eines Gespräches. Das Kennen des Gegenübers (dem man in naher Zukunft wieder begegnen wird) dürfte im Normalfall zumindest einen kompletten Gesprächsabbruch verhindern. Dies bedeutet, dass der Einzelne weder dissonante Meinungen in der ipK einfach ausblenden, noch das Thema ohne weiteres wechseln kann, wenn es nicht seinen eigenen Präferenzen entspricht. Im Hinblick auf interpersonale Kontakte besteht somit lediglich die Möglichkeit, die Interessensgebiete und politische Einstellungen potenzieller Gesprächspartner vorab zu berücksichtigen. Und auch dies dürfte nicht in allen Situationen (z. B. im familiären Kontext) möglich sein.

Zweitens unterscheiden sich beide Kommunikationsformen hinsichtlich der Möglichkeit der ‚Themensetzung‘. Damit ist die Frage gemeint, inwieweit der Einzelne eigene Themen in die Kommunikation einbringen kann. Während im Hinblick auf die klassischen Massenmedien lediglich die Möglichkeit zur Selektion innerhalb des (inzwischen allerdings sehr umfangreichen) Angebotes besteht, hat der Einzelne im Gespräch jederzeit die Möglichkeit, auch selbst Themen anzusprechen. Prinzipiell ist dieser Einfluss auf die Inhalte der Kommunikation in der ipK zwischen allen Beteiligten gleich verteilt (Ball-Rokeach & Reardon, 1988: 143). Allerdings dürften bei der tatsächlichen Inanspruchnahme

dieser Möglichkeit größere inter-individuelle Unterschiede bestehen. Ob der Einzelne in einem Gespräch über politischen Themen seine ‚eigenen‘ Themen setzen kann und will, dürfte nicht zuletzt von seinem politischen Interesse, Wissen, seiner Persönlichkeitsstärke oder auch seiner Eloquenz abhängen.

Drittens können sich die Gesprächsteilnehmer aufgrund der ständig vorhandenen Möglichkeit zum Rollentausch und zum direkten Feedback über die Wirkung der Kommunikation rückversichern. Mit der interpersonalen Kommunikation geht auch immer eine mehr oder weniger sichtbare und beabsichtigte Wirkung auf die Gesprächsteilnehmer einher. “The fundamental claim is simply that if interpersonal communication has any essential feature, it is that persons influence one another’s behavior over and above that attributed to normal baselines of action” (Cappella, 1987: 228). Wer den Gegenüber in einem Gespräch über einen bestimmten Sachverhalt informieren oder ihn von der eigenen Meinung überzeugen will, kann sich anhand dessen Reaktionen ein Bild über den Erfolg der intendierten Wirkung machen. Aufgrund der ständigen Möglichkeit zu einer unmittelbaren Rückversicherung, bietet die ipK ein höheres Potenzial der sozialen Kontrolle (Cohen & Metzger, 1998: 53-54). Auf Basis der Reaktionen der Gesprächspartner kann auch eine Anpassung der Persuasions-Strategie erfolgen. Wer beispielsweise seinen Gesprächspartner vom eigenen Standpunkt überzeugen will, kann flexibel darauf reagieren, wenn er erkennt, dass sich dieser der eigenen Meinung nicht anschließt. Auch dieser Aspekt wurde schon von Lazarsfeld und Kollegen als Grund für das von ihnen konstatierte überlegene Einflusspotenzial sozialer Kontakte angeführt (1969: 193-194). Die eben angeführten Möglichkeiten stehen den Kommunikatoren im Bereich der Massenkommunikation natürlich nicht zur Verfügung.

Viertens stellt sich die Frage danach, ob unterschiedliche Merkmale der Teilnehmer durch die jeweiligen Kommunikationsformen in unterschiedlicher Weise beeinflusst werden. So wird den Massenmedien in der Regel die dominante Rolle bei der Information der Bevölkerung über aktuelle Ereignisse zugewiesen. Nur in Ausnahmefällen (z. B. Terroranschlägen) erreichen solche Informationen einen nennenswerten Teil der Bevölkerung mittels interpersonaler Kommunikation. Die interpersonale Kommunikation folgt im Normalfall auf die Erstinformation durch die Massenmedien (Renckstorf, 1987: 51) und ist daher als Anschlusskommunikation zu bezeichnen. Diese dient eher zum Abgleich von Einstellungen und Meinungen zu jenen Themen, die mittels Massenmedien verbreitet wurden (vgl. Schenk, 1989: 410). Lange Zeit galt es als gesichert, dass von der ipK ein stärkerer Einfluss auf Einstellungen und Meinungen ausgeht und die Massenmedien (wenn sie überhaupt einen Effekt haben) eher bereits vorhandenen Einstellungen verstärken würden. Allerdings stammen die meisten der Befunde, auf denen diese Annahme fußt, aus einer Zeit als das Fernsehen noch bei

Interpersonale Kommunikation und Medienwirkungen
Beurteilung der Themenrelevanz im Zusammenspiel mit
Gesprächen und Mediennutzung

Haas, A.

2014, XII, 251 S. 4 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00298-5