

Basis-, Mehrwert-und Metainformationsdienste

**Kommunikationsdienste
Theoretische Ansätze - Modelle**

28. Juni 2001 (B)– 2.7. (K)

Rainer Kuhlen

**Ein Kurs im Studium der Bibliothekswissenschaft an der Humboldt-
Universität Berlin und im Masterstudium Information Engineering an der
Universität Konstanz**

offen für Studierende anderer Fächer

Kommunikationstypen

- ◆ FTF (F2F) - Face-to-face Kommunikation
- ◆ FF - Face-file-Kommunikation
- ◆ FFF (CVK) - Face-file-face-Kommunikation

mit sprachlichen, prosodischen, non-verbale, haptischen, sozialen Informationen, kaum formalisiert

Computervermittelte Kommunikation

ohne prosodische, non-verbale, haptische, geringe soziale Informationen, durch Konventionen formalisiert

Mit Kompensationsbedarf

ohne prosodische, non-verbale, haptische, soziale Informationen, stark formalisiert

Grundformen technischer Kommunikation

- ◆ Zeitversetzte (asynchrone) Kommunikation (aK)
- ◆ Zeitgleiche (synchrone) Kommunikation (sK)

Es wird eine wechselseitige Kommunikationsverbindung hergestellt, bei der die beteiligten Partner zeitgleich aktiv sind und ihnen eine direkte Rückkoppelung möglich ist

Botschaften werden formuliert, versandt, zwischengespeichert, zum Zielpunkt transportiert und zum Abruf bereitgehalten und mit beliebiger Verzögerung darauf reagiert (oder auch nicht)

Typen der Face-File-Face-Kommunikation

- ◆ E-Mail (aK)
- ◆ Mailing-Listen, auch USENET-Newsgroups (aK)
- ◆ Elektronische Gästebüchern (aK)
- ◆ Kommunikationsforen im Web (aK)

- ◆ Chats (IRC - WWW) (sK)
- ◆ MUDs (sK)
- ◆ Elektronische Konferenzen (sK)
- ◆ Electronic Walls (sK)
- ◆ CSCW (aK) (sK)

Modelle der Face-File-Face-Kommunikation

- ◆ **Kanalreduktion**
- ◆ Filtermodelle – Herausfiltern sozialer Hinweisreize
- ◆ **Rationale Medienwahl**
- ◆ Normative Medienwahl
- ◆ Interpersonale Medienwahl
- ◆ **Soziale Informationsverarbeitung**
- ◆ Simulation
- ◆ Imagination
- ◆ Digitalisierung
- ◆ Kulturraum

Döring, N.: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Internet und Psychologie. Neue Medien in der Psychologie Bd. 2. Hofgrefe: Göttingen etc. 1999

Modelle der Face-File-Face-Kommunikation

Döring, Kap. 6

- ◆ **Kanalreduktion**
- ◆ **Soziale Informationsverarbeitung**
- ◆ **Rationale Medienwahl**

FFF/CVK ist wegen fehlender Sinneskanäle gegenüber F2F-Kommunikation systematisch defizitär und unpersönlich.

FFF/CVK muss nicht zu medienbedingter Kommunikationsverarmung führen, da Menschen ihr Kommunikations- und Sozialverhalten auf technische Rahmenbedingungen abstimmen können.

FFF/CVK ist für bestimmte Kommunikationsanlässe geeignet, für andere nicht. Richtig eingesetzt ist FFF/CVK eine Bereicherung.

Modelle der Face-File-Face-Kommunikation

Kanalreduktionsmodell

Döring, Kap. 6

Kanalreduktionsmodell

Kanalreduktionsmodell – die meisten Sinnesmodalitäten werden ausgeschlossen

KRM hat zivilisations-
und technik-kritischen
Impetus

- ◆ Ent-Sinnlichung
- ◆ Ent-Emotionalisierung
- ◆ Ent-Kontextualisierung
- ◆ Ent-Menschlichung

- ◆ Ent-Räumlichung
- ◆ Ent-Zeitlichung

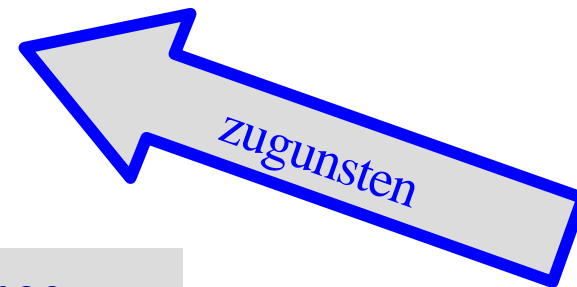
Ent-Wirklichung

Kanalreduktionsmodell

Kanalreduktionsmodell – die meisten Sinnesmodalitäten
bleiben ausgeschlossen

- ◆ Kommerz, Ökonomie
- ◆ Effizienz
- ◆ Geschwindigkeit
- ◆ Kontrollierbarkeit
- ◆ Manipulierbarkeit
- ◆ Überschaubarkeit
- ◆ Logik

Technische Rationalität droht
das typisch Menschliche:
Emotionalität, Ambiguität,
Unkalkulierbarkeit, Stimmung,
Spontaneität ... zu entfernen



Reale Nutzung zu erklären durch Zwänge,
Gewöhnung oder Kommunikationspathologie

Modelle der Face-File-Face-Kommunikation

Soziale Informationsverarbeitung

Döring, Kap. 6

Soziale Informationsverarbeitung

Beziehungsebenen werden nicht ausgeblendet, Emotionalität nicht reduziert, sozialer Hintergrund nicht ausgefiltert, sondern auf andere Weise – anders medial – ausgedrückt.

Entwicklung neuer sozialer Fertigkeiten bei der Textproduktion und zum Ausdruck paraverbaler und non-verbaler Botschaften

FFF/CVK - genauso lebendig wie F2F-Kommunikation – non-verbale Botschaften lassen sich verbalisieren bzw. medialisieren.

Soziale Informationsverarbeitung

Entwicklung neuer sozialer Fertigkeiten bei der Textproduktion und zum Ausdruck paraverbaler und non-verbaler Botschaften

Durch
Parasprache:
Emoticons
ASCII-Art
Soundwörter
Aktionswörter
Grossbuchstaben
Akronyme

...

Hypothese:
Internet ist ein neues sozialer Handlungsraum, in dem Menschen auf kreative Weise Gefühle ausdrücken, Beziehungen realisieren und soziale Fertigkeiten erlernen, ohne Kommunikationsstörungen und Beziehungsverarmung zu erleiden

Soziale Informationsverarbeitung

Kommunikationsstörungen und Beziehungsverarmung

wenn Personen die
netzspezifischen
Ausdrucksmittel nicht
beherrschen

wenn sie sich nicht die
Mühe machen, die
netzspezifischen
Ausdrucksmittel
einzusetzen

wenn sozialer Druck
(Zwang zur Sachlichkeit)
sie davon abhält,
netzspezifische
Ausdrucksmittel
einzusetzen

- Kompetenzdefizite
- Motivationsdefizite
- sozialem Druck
- Zeitdruck

wenn nicht genügend Zeit zur
Verfügung steht, um lebendige
Kommunikation unter
Verwendung netzspezifischer
Ausdrucksmittel entstehen zu
lassen

Modelle der Face-File-Face-Kommunikation

Rationale Medienwahl

Döring, Kap. 6

Rationale Medienwahl

Döring, Kap. 6.3

Grundannahme wie bei KRM: interpersonale
Kommunikation bei medialer Vermittlung
„subjektiv“ verarmt/eingeschränkt

Subjektiv: kein objektives
Medienmerkmal, sondern
subjektive Eindruck des
Ausmasses sozialer
Präsenz

Soziale Präsenz

- persönlich
- warm
- sensibel
- Gesellig
- Ambiguität=Interpreta-
tionsspielraum

Rationale Medienwahl

Döring, Kap. 6.3

Medien sind gemäß ihrer **Reichhaltigkeit** und ihrer **sozialen Präsenz** hierarchisch geordnet.

An der Spitze steht die nach F2F-Kommunikation.

„Mediale Reichhaltigkeit ist umso größer, je besser ein Medium mehrdeutige Botschaften übermittelt und den Umgang mit Ambiguität unterstützt (media richness)“

Media Appropriateness

Rationale Medienwahl

Döring, Kap. 6.3

Mediale Reichhaltigkeit unterschiedlicher
Individualmedien (s. Döring, S. 217, zit.
Schmitz/Fulk 1999)
Ratingskala 1-5

Individualmedium	Mediale Reichhaltigkeit
Face-to-Face	4,4
Telefon	3,8
Handschriftl. Text	3,6
Email	3,5
Masch.geschr. Text	3,3
Numerischer Com.Ausdruck	2,5

Rationale Medienwahl

Döring, Kap. 6.3

Welches Medium ist für welche Kommunikationsaufgabe geeignet?
Döring S. 219, zit Rice 1993

Media Appropriateness Rang	Face-to-Face	Telefon	Email
1	kennenlernen	Fragen stellen	informieren
2	Fragen stellen	in Verbindg. bleiben	Fragen stellen
3	streiten	schnell informieren	in Verbindg. bleiben
4	verhandeln	informieren	schnell informieren
5	vertraulich inform.	entscheiden	neue Ideen finden
6	entscheiden	streiten	entscheiden
7	neue Ideen finden	verhandeln	streiten
8	informieren	neue Ideen finden	vertraulich inform.
9	in Verbindg. bleiben	kennenlernen	verhandeln
10	schnell inform.	Vertraulich inform.	kennenlernen

Die Wahl der Medien wird durch den konkreten Kommunikationsanlaß bestimmt. Entscheidung also, welches Medium bei gegebenen Kosten am zweckmäßigsten ist.

„am zweckmäßigsten“ heißt – daß die soziale Präsenz des gewählten Mediums dem von der Kommunikationsaufgabe geforderten Grad persönlicher Nähe entspricht

Media Appropriateness

Einige Literaturhinweise zu CVK/FFF

- Boos, M. (Hrsg.): Computervermittelte Kommunikation in Organisationen. Internet und Psychologie Neue Medien in der Psychologie Bd. 3. Hofgreffe: Göttingen etc. 1999
- Döring, N.: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Internet und Psychologie. Neue Medien in der Psychologie Bd. 2. Hofgreffe: Göttingen etc. 1999
- Frindte, W.; Köhler, T.: Kommunikation im Internet. Internet communication Bd. 1. Lang: Frankfurt etc. 1999 1997
- R. Kuhlen, R.: Mondlandung des Internet. Elektronische Kommunikationsforen im Bundestagswahlkampf '98. Universitätsverlag Konstanz (UVK): Konstanz 1998
- Kuhlen, R.: Moderation von elektronischen Foren bei netzbasierter Wissenskommunikation in einem virtuellen Wörterbuch. Bericht 91-00 Informationswissenschaft Universität Konstanz
- Stegbauer, C.: Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen. Westdeutscher Verlag Wiesbaden 2001