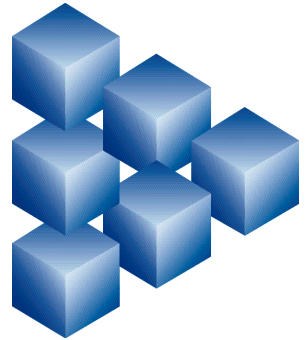


Kommunikation und Kooperation in Online-Medien - Merkmale und Befunde



Kommunikatives Handeln in der Bildungsarbeit, etwa in Projekten, Arbeitsgruppen etc., findet immer öfter auch in Online-Umgebungen statt; auch Beratungsangebote nutzen solche „virtuellen“ Räume.

Der Unterschied zwischen face2face- und computervermittelter Kommunikation (CvK) wird irrtümlich oft in reduzierter Intensität von CvK vermutet; spezifische Vorteile und wesentliche Unterschiede sind meist nicht im Blick oder werden nur intuitiv wahrgenommen. Das gilt für „neue“ Technologien ebenso wie für alte „neue Medien“ etwa das Telefon.

Das hat seine Gründe in der jeweiligen Mediensozialisation, aber auch in fehlender professioneller Kompetenz und Unkenntnis der ziemlich eindeutigen Forschungslage.

Ausgewählte Statements aus der Forschung

„Die Diskussion um die prinzipielle Wirksamkeit von Online-Therapien brauchen wir nicht mehr zu führen. Die Nachweise liegen vor. ... Wir sollten uns jetzt fragen: Wie machen wir es?“

Prof. Dr. Christine Knaevelsrud
im Gespräch mit der Süddeutschen Zeitung vom 25.08.2011

„Es [ist] etwas wesentlich anderes, mit Texten auf Texte zu antworten als der leibhaftigen Person in der Präsenz der gegenseitigen Anwesenheit zu antworten. Textbasierte Online-Beratung ist, um mit Niklas Luhmann zu sprechen, eine Form der Kommunikation ohne Interaktion, was für den/die mit Online-Beratung Vertraute/n bekanntlich Vor- und Nachteile birgt. Methodisch heißt das, dass ich vorerst einmal einem Text begegnen muss und nicht einer Person, wenn auch anzunehmen ist, dass dieser Text von einer Person stammt. Der Text ist jedoch niemals die Person selbst, sondern Ausdruck und Produkt der Person, die ihn verfasst hat. Es geht also von der Methode her zunächst um die Erfassung eines Textes.“ (S.3)

„Was einmal gesagt ist, ist gesagt, was geschrieben ist und nicht abgeschickt wurde, kann umgeschrieben, überlegt, umformuliert, neu geschrieben, in Teilen gelöscht werden etc. Wir verfügen über das geschriebene Wort in einer viel stärkeren Weise als über das Sprechen.“ (S.5)

Alexander Brunner,
Methoden des digitalen Lesens und Schreibens in der Online-Beratung
Mehr dazu: http://e-beratungsjournal.net/onlineberatung/arch_0206.html

„Ausgehend von klassischen sozialpsychologischen Grundlagen zur menschlichen Kommunikation werden Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation via Internet diskutiert. Die vielfach beschriebene Theorie der Kanalreduktion wird dabei differenziert als Nachteil aber auch als Vorteil betrachtet. Die besondere Art der Internet-Kommunikation kann am besten als verschriftete Mündlichkeit (=Oralliteralität) verstanden werden.“

„Die Kanalreduktionstheorie betont, dass computervermittelte Kommunikation (CvK) auf Text basiert und sich grundlegend von Face-To-Face-Kommunikation unterscheidet. Daher wird behauptet, dass textbasierte Internet-Kommunikation zur einer gefährlichen Entwicklung führt. Kommunikationsstörungen seien daher notwendig und unvermeidlich. ... Deutlich wurde aber durch ... Forschungen, dass spezifisch beschränkte Medien in besonderen Situationen besser zur effektiven Kommunikation geeignet sind.“

"Durch aktive Imagination, die durch bewusste und unbewusste In-formationsfilterung und Informationsgewinnung auf Seiten des Rezipienten geprägt ist, verbindet sich mit einer Reduktion der Sinneskanäle oftmals eher eine Steigerung als eine Verarmung des Empfindens". (Döring 2003, S. 170)

Quelle: Matthias Petzold,
Psychologische Aspekte der Online-Kommunikation
Mehr dazu: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0206/petzold.pdf

„Computergestützte Kommunikation birgt ein hohes Potential an Kommunikation und kommunikativer Dichte. Das zeigen empirische Untersuchungen Nicola Dörings zur Gestaltung von sozialen Beziehungen im Netz. Computervermittelte Kommunikation sei sogar persönlicher als Face-to-face - Kommunikation, so ihr -nur anfänglich überraschendes- Fazit. Denn drei Faktoren seien dafür ursächlich: geringere Identifizierbarkeit führe zu geringerer Bewertungsangst; physische Isolation zu gesteigerter Aufmerksamkeit für eigene Gefühle; schriftlicher Ausdruck, verbunden mit Editierbarkeit, führe zu gesteigerter Explizierung.“

https://www.kokom.net/m1899555871_416.html

„Ein weiteres Argument gegen die Durchführung von Beratungen innerhalb der Leitmedien ergibt sich aus der praktizierten Kommunikationskultur in den sozialen Netzwerken. Betreten Nutzer virtuelle Räume, in denen eine unverbindliche, unstetige und nicht immer auf Ernsthaftigkeit gegründete Kommunikation vorherrscht, beherrschen die zur Umgebung passenden Verhaltensweisen schnell die gesamte Kommunikation. Zur Bearbeitung persönlicher Konfliktlagen und schwieriger Entscheidungen sind die in den sozialen Gemeinschaften erlernten und eingeübten Kommunikationsformen jedoch nicht geeignet... Dennoch gibt es gute Gründe, die sozialen Medien zur Bekanntmachung der psychosozialen Beratungsangebote zu nutzen, ist es notwendig, die Hilfe möglichst dort bekannt zu machen, wo sich Jugendliche und zunehmend auch Eltern aufhalten: in den sozialen Netzwerken.“ (S.16)

Heinz Thiery,
Beratung auf Facebook und Twitter?
Mehr dazu: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0211/thiery.pdf

„Die Bereitschaft, sich zu öffnen, übers sich zu sprechen, Gefühle zu zeigen [**nimmt zu**], wenn die Gesprächspartner a-synchron, textbasiert und mobil miteinander kommunizieren - anders als bei Gesprächen ‚face-to-face‘, über Telefon oder Skype.“

L. Crystal Jiang, Jeffrey T. Hancock, „Absence Makes the Communication Grow Fonder: Geographic Separation, Interpersonal Media, and Intimacy in Dating Relationships“, Journal of Communication, Volume 63, Issue 3, pages 556-577, June 2013
Mehr dazu: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcom.12029/abstract>