

Jens O. Meissner

# **Herausforderung Computerkommunikation**

Eine konstruktivistische Perspektive  
auf organisationale Kommunikation  
im Kontext Neuer Medien

Mit einem Vorwort von Werner Müller

2007

Carl-Auer im Internet: **www.carl-auer.de**  
Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis an:

**Carl-Auer Verlag**  
**Häusserstr. 14**  
**69115 Heidelberg**

Über alle Rechte der deutschen Ausgabe verfügt  
der Verlag für Systemische Forschung  
im Carl-Auer-Systeme Verlag, Heidelberg  
Fotomechanische Wiedergabe nur mit Genehmigung des Verlages  
Reihengestaltung nach Entwürfen von Uwe Göbel & Jan Riemer  
Printed in Germany 2007

Erste Auflage, 2007  
ISBN 978-3-89670-385-9  
© 2007 Carl-Auer-Systeme, Heidelberg

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische  
Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Diese Publikation beruht auf der Dissertation „Organisationale Beziehungsqualitäten  
im Kontext computervermittelter Kommunikation. Eine konstruktivistische Perspektive“  
zur Erlangung der Würde eines Doktors der Staatswissenschaften an der Wirtschafts-  
wissenschaftlichen Fakultät der Universität Basel, 2006.

Die Verantwortung für den Inhalt liegt beim Autor.  
Alle Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung und Verbreitung sowie der  
Übersetzung vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Foto-  
kopie, Mikrofilme oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des  
Verlags reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

*Meiner Familie*

## **Inhalt**

1. Einleitung .....	7
1.1 Forschungsmotivation .....	7
1.2 Verortung des Themengebiets.....	8
1.3 Fragestellung und Untersuchungseinheit .....	10
1.4 Begriffsklärungen.....	11
1.5 Aufbau der Arbeit.....	16
2. Beziehungsaspekte des Sozialkapitalkonstrukts.....	19
2.1 Sozialkapital als Ausgangspunkt.....	19
2.2 Eckpfeiler des Sozialkapitalkonstrukts .....	22
2.2.1 Das soziale Netzwerk.....	22
2.2.2 Beziehungsqualitäten .....	25
2.3 Organisationales Sozialkapital .....	31
2.4 Schlussfolgerungen .....	33
3. Beziehungsqualitäten in Theorien zur computervermittelten Kommunikation .....	35
3.1 Die medienwissenschaftliche Perspektive .....	36
3.1.1 Die Theorie der Medienreichhaltigkeit.....	38
3.1.2 Die Theorie der Mediensynchronizität .....	40
3.1.3 Dynamische Modelle der Mediennutzung.....	42
3.1.4 Fazit.....	44
3.2 Die Perspektive der Sozialpsychologie und der Kommunikationswissenschaft.....	45
3.2.1 Das Filtermodell.....	45
3.2.2 Das SIDE-Modell.....	46
3.2.3 Das Modell der sozialen Informationsverarbeitung.....	48
3.2.4 Fazit.....	50
3.3 Die techniksoziologische Perspektive.....	51
3.3.1 Soziale Konstruktion von Technologie.....	51
3.3.2 Das Kulturraummodell.....	53
3.3.3 Der „Technology-in-practice“-Ansatz .....	55
3.3.4 Fazit.....	56
3.4 Schlussfolgerungen .....	57

4. Erkenntnistheoretische Wende zu einer konstruktivistischen Methodologie .....	61
4.1 Kritik an der theoretischen Ausgangslage.....	62
4.1.1 Das szientistische Weltbild .....	62
4.1.2 Methodologischer Individualismus .....	64
4.1.3 Sozialpsychologische Annahmen.....	65
4.1.4 Das klassische Kommunikationsverständnis .....	65
4.1.5 Schlussfolgerung .....	67
4.2 Zur Konzeptionalisierung von Beziehungen.....	68
4.2.1 Das Beziehungsverständnis der Kommunikationswissenschaft.....	68
4.2.2 Das Beziehungsverständnis des symbolischen Interaktionismus .....	72
4.3 Der relationale Sozialkonstruktivismus .....	75
4.3.1 Positivismus und Konstruktivismus.....	75
4.3.2 Grundprinzipien und Schlüsselannahmen.....	76
4.3.3 Eine kontextuelle Beziehungsheuristik.....	80
4.3.4 Ein systemisch-konstruktivistisches Kommunikationsverständnis .....	85
4.4 Schlussfolgerungen .....	93
5. Eine Methodologie zur Erforschung von Beziehungsqualitäten .....	96
5.1 Forschen im interpretativen Paradigma.....	96
5.2 Das problemzentrierte Interview als Instrument.....	99
5.3 Die Basler Methode als Auswertungsstrategie .....	102
5.4 Vorgehensweise und Interview-Sample.....	104
5.5 Zusammenfassung .....	106
6. Beziehungsqualitäten im Kontext computervermittelter Kommunikation.....	109
6.1 Das Informelle fehlt.....	111
6.2 Explizit kommunizieren .....	114
6.3 Kein gemeinsamer Kontext.....	118
6.4 Unklare Beziehungsbotschaften .....	124
6.5 Personalisierung der Kommunikation.....	128
6.6 Wissen, was wichtig ist .....	135

6.7	Unverbindlichkeit.....	138
6.8	Kommunikationsflut.....	143
6.9	Reduzierte Aufmerksamkeit.....	146
6.10	Effizienz und Niederschwelligkeit.....	150
6.11	Präsenz und Verfügbarkeit.....	156
6.12	Selbstbestimmt und handlungsfähig bleiben.....	161
7.	Gesamtbetrachtung.....	169
7.1	Schwerpunktt Themen und -probleme im Kontext von CVK.....	169
7.1.1	Das Kontextproblem .....	170
7.1.2	Das Abgrenzungsproblem.....	172
7.1.3	Das Inflationsproblem.....	176
7.1.4	Zwischenfazit: Prekäre Realitätskonstruktion durch CVK.....	177
7.2	Handlungs- und Beziehungsstrategien im Kontext von CVK.....	179
7.2.1	Relationale Medienwahl .....	179
7.2.2	Kritisches nicht über CVK vermitteln .....	180
7.2.3	Sich persönlich sehen.....	180
7.2.4	Persönliches betonen und korrekt ausdrücken.....	181
7.2.5	Das Informelle ermöglichen.....	182
7.3	Fazit: Personalisierung als Metastrategie.....	182
8.	Schlussfolgerungen .....	185
8.1	Beantwortung der Forschungsfragen .....	187
8.2	Das relationale Modell computervermittelter Kommunikation..	190
8.3	Theoretische Implikationen.....	192
8.4	Neue Forschungsfragen.....	194
8.5	Resümee .....	196
Dank	.....	198
Literatur	.....	201