

Mittelbarkeit von Emotionen in Computervermittelter Kommunikation

Johannes Hartig¹, Nina Jude² & Helfried Moosbrugger³

Über Perspektiven, Nutzen und Schaden der durch die neuen Medien ermöglichten Computervermittelten Kommunikation (CMC) werden momentan widersprüchliche Meinungen und Befunde diskutiert. CMC wird als unpersönlich und emotionslos kritisiert. Nonverbale zwischenmenschliche Kommunikationskanäle seien nicht ersetzbar, so daß die Gefahr sozialer und emotionaler Verarmung und Isolation drohe.

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung war die Einschätz- und Mittelbarkeit von Emotionen in CMC. Mittels eines Web-basierten Fragebogens wurde erhoben, für wie gut geeignet unterschiedliche Medien zur Vermittlung von Gefühlen empfunden werden. Es fand sich ein starker Mediumseffekt sowie eine Wechselwirkung zwischen Medium und Kommunikationsrichtung. Zudem wurde entsprechend den Befunden zur nonverbalen Face to Face (FtF)-Kommunikation gefunden, daß Frauen auch in der CMC häufiger ihre Emotionen mitteilen als Männer.

Eine weitere Fragestellung war, ob die Verwendung von grafischen Emoticons in der CMC eine Alternative zur interpersonellen Vermittlung von Emotionen darstellen könnte. Es zeigte sich ein positiver Zusammenhang zwischen der Verwendungshäufigkeit von Emoticons und der eingeschätzten Fähigkeit zur Mitteilung von Emotionen in elektronischen Medien.

1 Institut für Psychologie der J. W. Goethe-Universität Frankfurt, Mertonstr. 17, 60054 Frankfurt.
E-mail: j.hartig@psych.uni-frankfurt.de
2 E-mail: jude@stud.uni-frankfurt.de
3 E-mail: moosbrugger@psych.uni-frankfurt.de