

Selbstaufmerksamkeit in der computervermittelten Kommunikation

Kai Sassenberg¹, Sven Rabung & Margarete Boos

In frühen Studien zum Vergleich zwischen computervermittelter Kommunikation (cmc) und face to face (ftf) Kommunikation in Gruppen wurde festgestellt, daß die private Selbstaufmerksamkeit der Kommunikationspartner bei cmc höher ist als bei ftf Kommunikation (z.B. Matheson & Zanna, 1988). Annahmen über die Konsequenzen dieses Effekts sind bisher nicht empirisch geprüft. Nach der Theorien zur Selbstaufmerksamkeit (z.B. Carver & Scheier, 1987) sollte mit einer erhöhten privaten Selbstaufmerksamkeit eine verstärkte Orientierung des Verhaltens an eigenen Gefühlen, Einstellungen, Werten und Überzeugungen einhergehen. In einer Gruppendiskussion könnten daraus eine verringerte Kompromißbereitschaft und eine geringere Einstellungsänderung durch die Diskussion in cmc im Vergleich zur direkten Kommunikation resultieren. Der soziale Einfluß durch die Gruppe sollte somit geringer ausfallen. Dadurch wäre die Akzeptanz der Entscheidung durch die Gruppenmitglieder gefährdet. In vier Experimenten mit 299 TeilnehmerInnen wurde im Vergleich zwischen ftf und cmc geprüft, ob der postulierte Unterschied in der privaten Selbstaufmerksamkeit zu replizieren ist und ob mit erhöhter privater Selbstaufmerksamkeit tatsächlich ein geringerer sozialer Einfluß der Gruppenmitglieder aufeinander verbunden ist. In zwei Experimenten traten weder Unterschiede im Ausmaß der privaten Selbstaufmerksamkeit zwischen den Kommunikationsbedingungen noch die erwarteten Zusammenhänge zwischen der Selbstaufmerksamkeit und dem sozialen Einfluß auf. Im dritten Experiment kam es zu den erwarteten Unterschieden bzgl. der privaten Selbstaufmerksamkeit und dem sozialen Einfluß in Abhängigkeit vom genutzten Medium. Einen Zusammenhang zwischen der privaten Selbstaufmerksamkeit und dem sozialen Einfluß gab es jedoch nicht. Um eine mögliche Überlagerung des Zusammenhangs zwischen Selbstaufmerksamkeit und Entscheidungsverhalten durch unterschiedliche dispositionale Selbstaufmerksamkeit auszuschließen, wurde diese in einer abschließenden Untersuchung kontrolliert. Eine Verringerung des sozialen Einflusses bei erhöhter privater Selbstaufmerksamkeit konnte jedoch trotzdem nicht gefunden werden. Zusammenfassend weisen die Ergebnisse auf eine (nur) minimale Erhöhung der privaten Selbstaufmerksamkeit bei cmc hin. Eine Auswirkung auf das

¹ Georg-Elias-Müller- Institut für Psychologie, Goßlerstraße 14, 37073 Göttingen, Tel.: 0551/39-9758, ksassen@gwdg.de, <http://www.psych.uni-goettingen.de/abt/6/index.shtml>

Entscheidungsverhalten ist jedoch sehr unwahrscheinlich. Unter diesem Aspekt ergeben sich durch die Nutzung cvK keine wesentlichen Unterschiede zur ff Kommunikation.

Schlüsselwörter: CMC, Selbstaufmerksamkeit, Entscheidung, Gruppen

Literatur

Carver, C. S. & Scheier, M. F. (1987). The blind men and the elephant: Selective examination of the public-private literature gives rise to a faulty perception. *Journal of Personality*, 55, 525-541.

Matheson, K. & Zanna, M. P. (1988). The impact of computer-mediated communication on self-awareness. *Computers in Human Behavior*, 4, 221-233.