



# Vorlesung „Bildungstechnologie I: Grundlagen“

2. Vorlesung: 16.04.2020

Thema: Computervermittelte Kommunikation

Prof. Dr. Thomas Köhler

- Nutzung und Entwicklung von IuK Technologien ist ein kooperativer Prozess der:
  - A) Mensch-Maschine-Interaktion
  - B) interpersonalen und interorganisationalen Kommunikation
- Seit den 90er Jahren immer häufiger Anwendungen kooperativer Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien in vielen Lebensbereichen (Lievrouw et al., 2001);

- Interpersonale mediatisierte Kommunikation, zu der z. B. Kommunikation mittels Briefen, Telefon, elektronischer Post, CB-Funk oder zum Zwecke der interpersonalen Kommunikation verwendete Audio- und Videokassetten gezählt werden
- Mediensimulierte interpersonale Kommunikation, wobei unter dem Gesichtspunkt massenmedialer Kommunikation Phänomene wie parasoziale Interaktion oder Hörerbeteiligung angeführt werden
- Person-Computer Kommunikation, die sozusagen stellvertretend für die interpersonale Kommunikation steht und als Kommunikation mit einem Computerprogramm beschrieben werden kann
- Das Benutzen von Artefakten wie T-Shirts, Anstecker u. a. zum Zwecke der interpersonalen Kommunikation (Unikommunikation).

Vgl. Cathcart und Gumpert (1986)

- Unter computervermittelter Kommunikation (CVK, englisch „CMC“ für „computer mediated communication“) verstehe ich die Kommunikation, bei der mindestens zwei Individuen in einer nicht face-to-face Situation durch die Anwendung eines oder mehrerer computerbasierter Hilfsmittel miteinander in Beziehung treten.
- Damit ist CVK insbesondere von face-to-face-Kommunikation abzugrenzen, gegebenenfalls auch von anderen Formen medierter Kommunikation.

Köhler, 2003

## Vorteile Computervermittelter Kommunikation

- *Verringerung der zur Handhabung von Information notwendigen Zeit:* Computervermittelte Kommunikation beschleunigt die Verteilung bestimmter Information (Sproull et al. 1986).
- *Addition von zusätzlicher Information:*  
Information wird nicht nur schneller verteilt, sie wird auch neu generiert und somit erweitert (Sproull et al. 1986).
- *Erhöhter sozialer Einfluss:*  
Fragen des Zugriffs auf und der Diffusion dieses Mediums in die soziale Umwelt wurden ebenfalls untersucht (Schmitz & Ehrenforth 1996). Es wird konstatiert, dass die positive Wahrnehmung des Mediums mit den eigenen sozialen Einflussmöglichkeiten korreliert, weiterhin der Gebrauch durch Kollegen etc. die individuelle Medienakzeptanz maßgeblich erhöht.

## Vorteile Computervermittelter Kommunikation

- *Neue Formen sozialer Interaktion:*  
Die Bildung neuer Gruppen ist zu beobachten. In Organisationen erfolgt eine hierarchieunabhängige Kommunikation. Die Gruppendynamik von computer-vermittelten Gemeinschaften ist unterschiedlich von der von face-to-face-Gruppen (Kiesler & Sproull 1987; Vallee, Johansen & Spangler 1990).
- *Reduktion räumlich-zeitlicher Begrenzungen:*  
Das Kommunikations- und Sozialverhalten verändert sich unter dem Aspekt einer quasi unbegrenzten, aber trotzdem kontrollierten Erreichbarkeit (Vallee et al. 1990).

## Nachteile Computervermittelter Kommunikation

- *Verlust an Souveränität und Kontrolle:*  
Mechanismen sozialer Kontrolle verlieren einen großen Teil ihrer Wirkung, Werte und Normen ihre Gültigkeit. Das soziale Feed-back und damit die Prozesse sozialer Erwünschtheit sind nur noch von geringfügiger Bedeutung (Solomon 1988).
- *Signifikante Unterschiede zu oraler Kommunikation:*  
Die verwendete Sprache verändert sich, sie wird emotional ärmer. Neue Symbole könne nur einen Teil dieses Verlustes kompensieren (Durand, Weitzel & Hansen 1989; Rice & Love 1987).
- *Verringerung sozialer Interaktion außerhalb des Netzes:*  
Die Aktivität im Netz scheint eine expansive Eigendynamik zu gewinnen und verdrängt traditionelle Sozialformen. Ähnlich der bereits beim Telefon zu beobachtenden Diversifikation von Kontakten mit dann auch geringerer sozio-emotionaler und zeitlicher Intensität (Rice, Grant, Schmitz & Torobin 1990).

## Nachteile Computervermittelter Kommunikation

- *Gehäufte Fehlinterpretationen sozialer und physischer Sachverhalte, Ungeduld und verringerte Toleranz:*  
Die Möglichkeit, Dauer, Intensität, Zeitpunkt etc. von Kontakten aller Art weitgehend selbst zu bestimmen, führt zu einer Abschwächung der Akzeptanz anderer Individuen im Netz, welche gegebenenfalls auch in den Kontext der face-to-face-Kommunikation rückgekoppelt wird. Ähnlich wie beim Fernsehen ist die Aufmerksamkeitsspanne reduziert, jedoch lassen sich noch keine weiterführenden Aussagen über den Verlust eigenständiger Aktivität machen. Die individuelle Umwelt erhält einen unechten Charakter, sie kann zudem beliebig ausgeblendet werden (Funkhouser & Shaw 1991).
- *Verlängerte Problemlösedauer:*  
Die egalisierte Beteiligung der Kommunikationspartner führt in der Regel auch zu einer Vergrößerung des Zeitaufwandes für die Lösung einzelner Probleme, da die individuellen Partizipationschancen erhöht sind (Sproull & Kiesler 1991).

## Nachteile Computervermittelter Kommunikation

- *Vereinsamung und soziale Isolation:*  
Die Entkontextualisierung führt zu einer Entsinnlichung und Unverbindlichkeit sozialer Beziehungen. Gleichzeitig kommt es zu einem erschwerten Aufbau sozio-emotionaler Bindungen (Bülow 1990). Dies führt aber nicht zwangsläufig zu einer verstärkten Vereinsamung der Nutzer (Döring 1996).
- *Verringerung psychischen Wohlbefindens:*  
Internetnutzung kann zu einer allgemeinen Verringerung psychischen Wohlbefindens führen. So kommt es neben der Verringerung anderer sozialer Aktivitäten zu einer Abschwächung der sozialen Integration gerade in den computervermittelten Gemeinschaften (Kraut et al. 1998).

## Neutrale Merkmale Computervermittelter Kommunikation

- *Schwächung sozial-kontextueller Information:*  
Das computervermittelte Kommunikationsverhalten ist stark selbstbezogen und weitgehend unbeeinflusst durch den eigenen Status. Es ist nichtkonform und offen (Sproull, Zubrow & Kiesler 1986).
- *Neue Dominanzstrukturen:*  
Auf Grund des oft zu beobachtenden egalisierenden Effektes von computer-vermittelter Kommunikation bilden sich neue Dominanzstrukturen bzw. wandeln sich die bereits bestehenden (Spears & Lea 1994).
- *Veränderung der geschriebenen Sprache:*  
Bei der Verwendung von E-Mail wird fast doppelt so viel geschrieben wie in herkömmlicher handschriftlicher Korrespondenz, zudem sind die Sätze wesentlich länger. Die Fehlerquote der Texte nimmt beträchtlich ab. (Schweiger & Brosius 1997).

## Visuelle Anonymität & Online Kommunikation

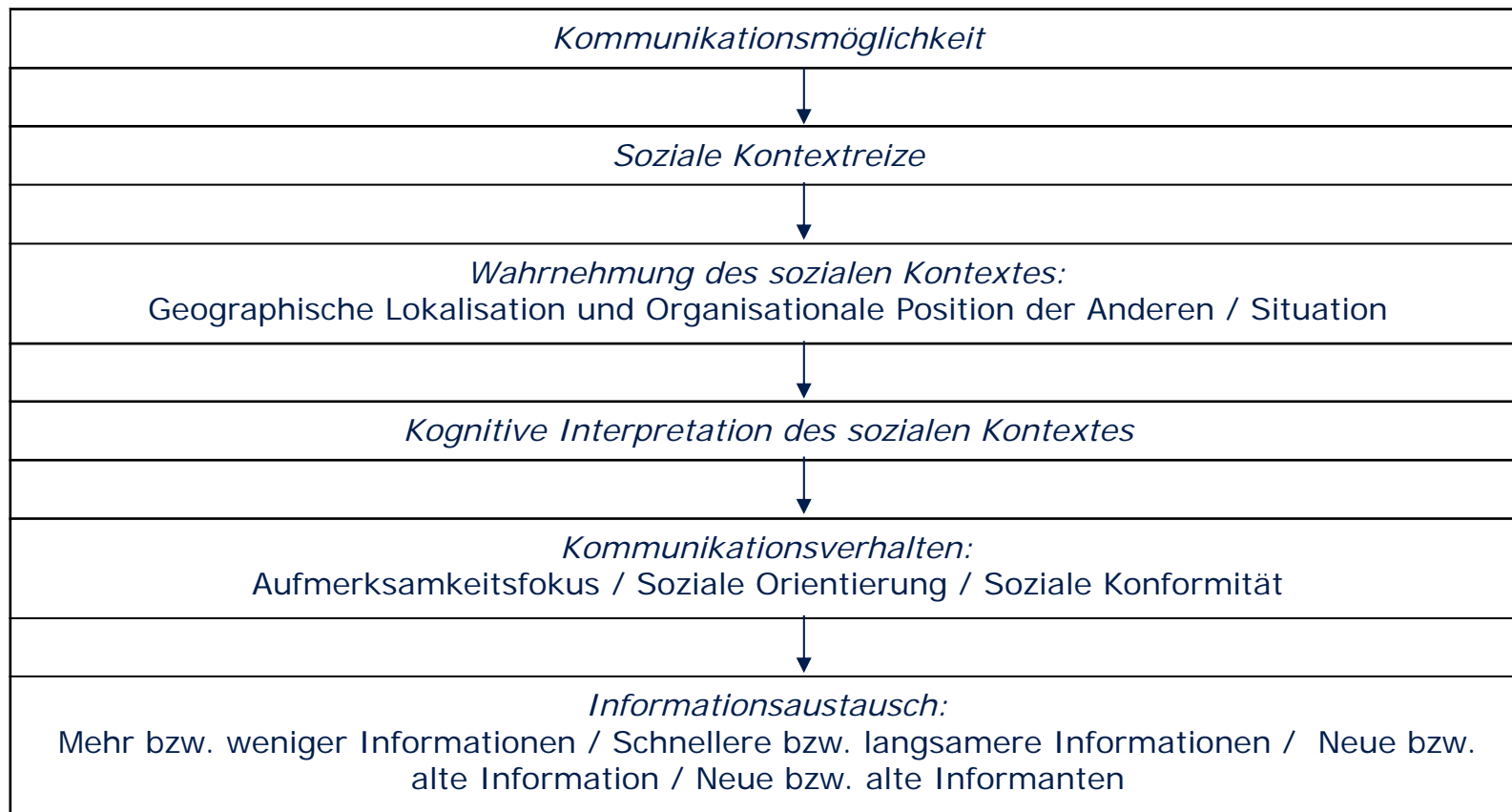
- Own publicity is estimated to be significantly higher in MUD, e-mail and for electronic surveys than the publicity of others.
- Publicity of others is perceived higher than the own publicity for two communication settings, face-to-face communication and IRC, whereas only the result for IRC with  $p = 0.057$  is not significant.
- It shows that in all 1 x 1 communications the own publicity is estimated significantly higher than the publicity of others (the tested MUD was a 1 x 1 setting).
- In all 1 x n (with  $n > 1$ ) communications, e.g. in IRC, the publicity of others is estimated higher than the own publicity.
- Surprisingly, the values for ftf-communication, which was dyadic, show an increased publicity of others.
- Consequently it is retained that under certain circumstances CMC is estimated more open than is the case for 1 x 1 communication.

Cp. Köhler, T. (2016). Visual anonymity in online communication. Consequences for creativity. In: Advances in Intelligent Systems and Computing; Springer.

## **Computervermittelter Kommunikation als Paradigma in Wissenschaftsdisziplinen:**

- Kommunikationswissenschaft
- Soziologie
- Sozialpsychologie
- Integrierte Ansätze

## Social Cues Filtered Out Hypotheses (Sproull/ Kiesler)



Walthers Modell von computervermittelter Kommunikation als Hyperpersonaler Kommunikation (vgl. Walther 1996)

<i>Sender</i>		<i>Kanal</i>		<i>Empfänger</i>
Optimierte Selbstdarstellung		Asynchron und relational		Idealisierte Wahrnehmung
<p><i>Konsequenzen:</i> CVK sollte mit schriftlicher und nicht mit face-to-face-Kommunikation verglichen werden.</p>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuelessness und Asynchronität sollten wegen ihrer wechselseitigen Abhängigkeit gemeinsam betrachtet werden.</li> <li>2. CVK ist nicht prinzipiell stärker impersonal als face-to-face Kommunikation, sondern nur in einigen spezifischen Anwendungen.</li> <li>3. CVK ist meist genauso interpersonal wie face-to-face Kommunikation, insbesondere in langfristigen Interaktionen.</li> <li>4. CVK ist hyperpersonal wenn: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzer besser als in der face-to-face-Kommunikation <i>Ausdrücke kreieren</i> und <i>Beziehungen managen</i> können.</li> <li>• Dies passiert, wenn die Nutzer <i>selbstaufmerksam</i> und <i>physisch getrennt</i> sind sowie über eingeschränkte Kanäle kommunizieren.</li> </ul> </li> </ol>				

**Beispiel für die Wirkung der Kanaleigenschaften des computer-  
vermittelten Kommunikationsprozesses:**

Eine Gruppe von Außendienstmitarbeitern eines Unternehmens hält Kontakt zur Firma und untereinander über computervermittelte Kommunikation (E-Mail, Mailingliste, ftp-Server). Face-to-face-Kontakte zwischen den Mitarbeitern sind selten. Folgende Konsequenzen dieser Kommunikationsform werden durch kommunikationswissenschaftliche Modelle thematisiert: Die Mitarbeiter haben nur wenig Wissen übereinander, über ihre Stimmungen und Meinungen. Die soziale Präsenz der Mitarbeiter ist verringert. Diese wird durch die Autorität des Senders (z.B. des Vorgesetzten) und die Zahl der Empfänger (z.B. in Form anderer Mitarbeiter) und deren Reaktionen gesteuert. Der soziale Einfluss eines einzelnen Mitarbeiters wird generell geringer. Die sozialen Beziehungen der Mitarbeiter werden fraktional, d.h. auf wenige Kernbestandteile begrenzt (z.B. das technische Wissen im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit). Gleichzeitig kommt es zu einer hyperpersonalen Kommunikation, die sich z.B. in einer erleichterten Kontaktaufnahme äußert.

In ihrer Summe lassen die soziologischen Ansätze drei Ableitungen zu:

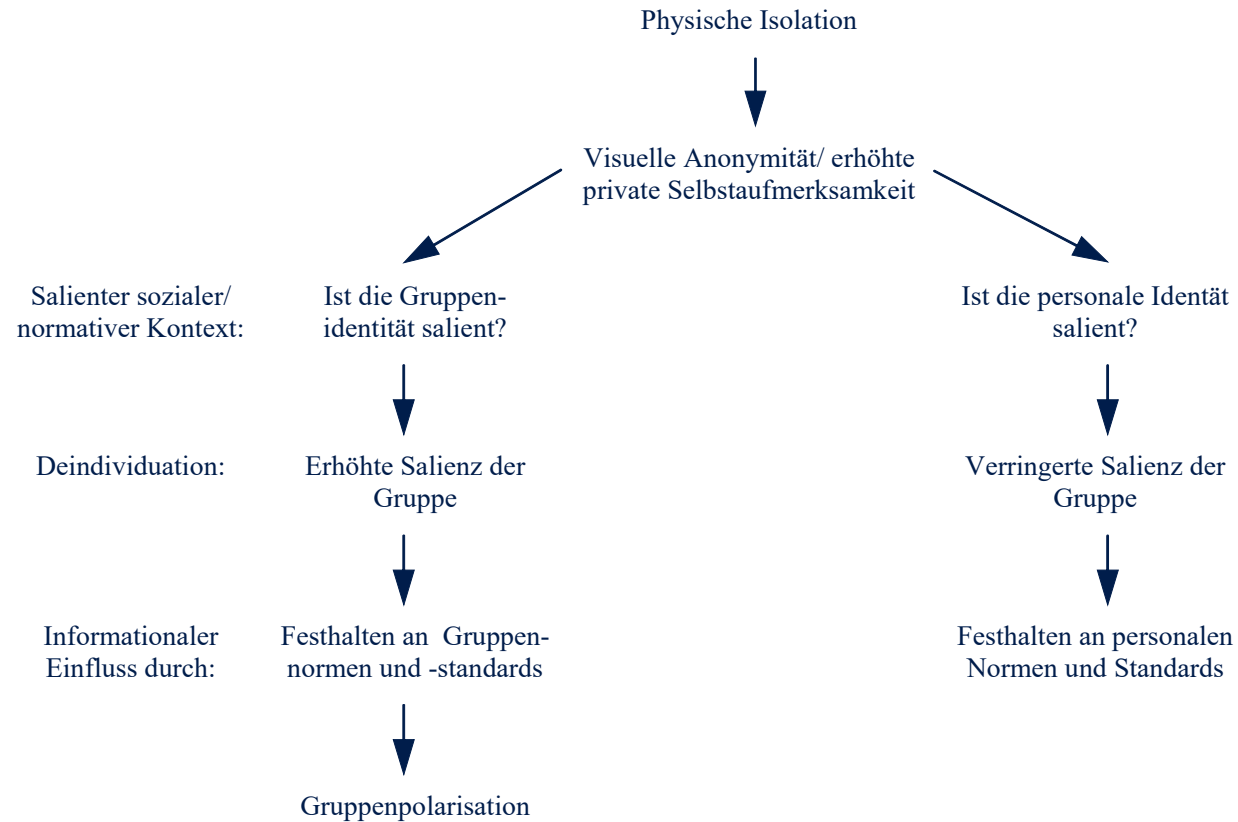
1. Unter den Bedingungen interpersonaler computer-vermittelter Kommunikation kann Identität spielerisch-kreativ konstruiert werden.
2. Virtuelle Identitäten bzw. Identitäten in virtuellen Räumen (vgl. Pateau 1997) sind reale Identitäten – oder, um mit Gergen zu sprechen – multiphrenen Aspekte einer Person in verschiedenen sozialen Kontexten (vgl. 1991).
3. Identitätsspiele und die Bildung verschiedener, so genannter virtueller Identitäten, sind Prozesse sozialer Natur. Dieser Prozesscharakter wiederum impliziert Merkmale wie Dynamik und Geschichtlichkeit.

### **Beispiel für die oben genannten Wirkungen auf den computervermittelten Kommunikationsprozess:**

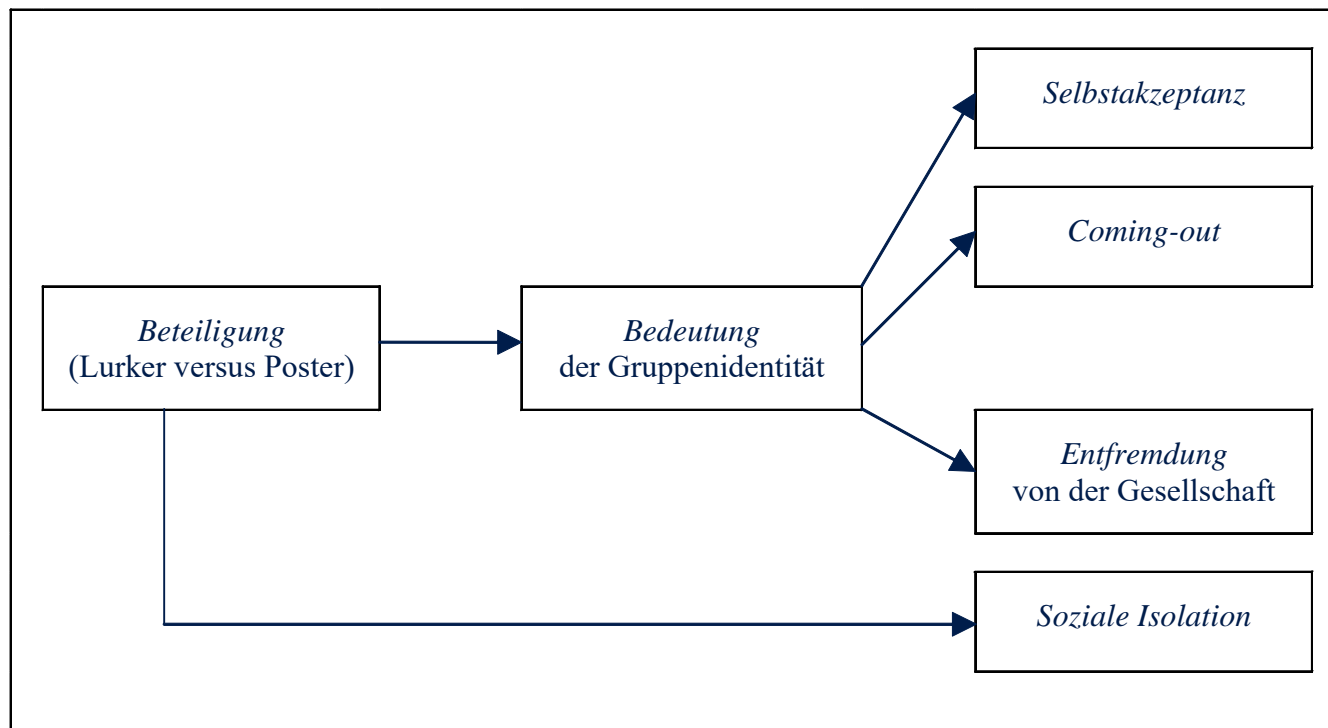
Eine Gruppe von Außendienstmitarbeitern eines Unternehmens hält Kontakt zur Firma und untereinander über computervermittelte Kommunikation (E-Mail, Mailingliste, ftp-Server). Face-to-face Kontakte zwischen den Mitarbeitern sind selten. Folgende Konsequenzen dieser Kommunikationsform werden durch soziologische Modelle thematisiert: Wenn die Außendienstmitarbeiter die Möglichkeit haben, in ihrem Firmennetz ohne Sanktionen mit ihrer Identität zu experimentieren, werden sie dies versuchen. Das passiert insbesondere dann, wenn ihre wahre Identität geschützt ist, d. h. die anderen Mitarbeiter sie nicht persönlich kennen oder aber keine Zuordnung zu ihrer wahren Identität vornehmen können. So wird sich z. B. einer der männlichen Mitarbeiter als Frau ausgeben, eine Mitarbeiterin wird typischerweise versuchen, eine virtuelle Körperlichkeit aufzubauen. Andere werden mit einer Vielzahl unterschiedlicher Identitäten gleichzeitig experimentieren. Im Kontext der virtuellen Gemeinschaft der Außendienstmitarbeiter wird sich allmählich eine weitgehend eigenständige Unternehmenskultur herausbilden, die aber bei face-to-face-Treffen nicht übernommen werden muss.

*Schritte des  
Deindividuationsprozesses*

*Herausbildung der Gruppenpolarisation*



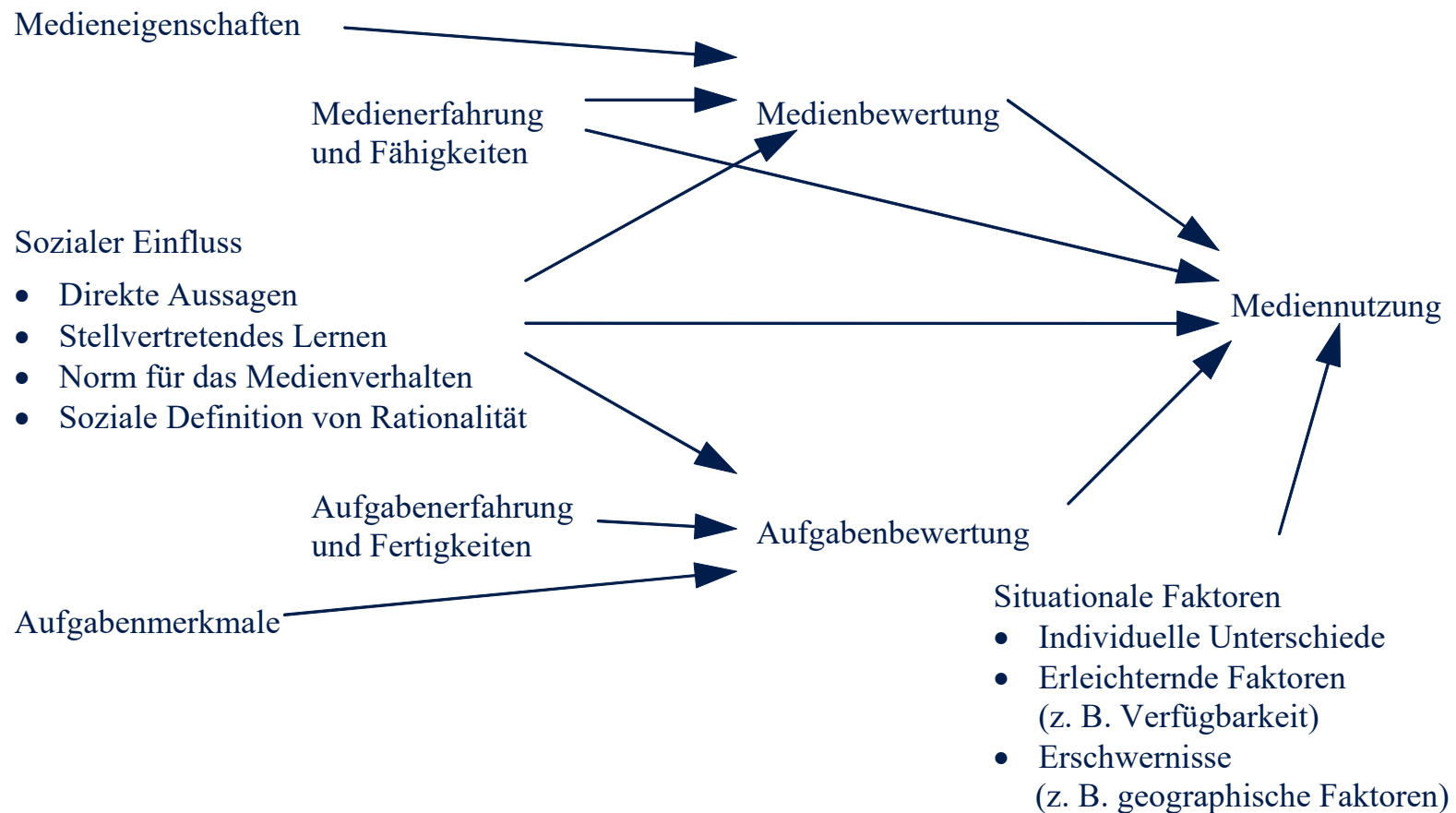
## Prozessmodell der identity de-marginalisation nach McKenna und Bargh (1998)



**Beispiel für psychosoziale Wirkungen des computervermittelten Kommunikationsprozesses:**

Eine Gruppe von Außendienstmitarbeitern eines Unternehmens hält Kontakt zur Firma und untereinander über computervermittelte Kommunikation (E-Mail, Mailingliste, ftp-Server). Face-to-face Kontakte zwischen den Mitarbeitern sind selten. Folgende Konsequenzen dieser Kommunikationsform werden durch sozialpsychologische Modelle thematisiert: Wenn die Gruppe der Außendienstmitarbeiter salient ist, agieren die Mitarbeiter verstärkt als Mitglieder dieser und polarisieren sich gegenüber der Umwelt, z.B. hinsichtlich der für die anderen Mitarbeiter der Firma verbindlichen Normen. Insofern die Gruppe der Außendienstmitarbeiter stabil bleibt, führt die gemeinsam erlebte Gruppengeschichte zu einem eher robusten Gleichgewicht in der Gruppenentwicklung, d. h. interindividuell verbindlichen Verhaltensmustern (z.B. zu stabilen Regeln für Frage und Antwort oder für Fachliches versus Privates). Diese Regeln würden sich ohne eine gemeinsame Gruppengeschichte nicht ausbilden. Die Beteiligung in der Gruppe der Außendienstmitarbeiter ist gleichmäßiger als unter den Mitarbeitern der Firma, welche face-to-face zusammenarbeiten. Eine Zunahme unerwünschten Verhaltens in der Gruppe der Außendienstmitarbeiter ist nicht besonders wahrscheinlich.

Sozialer Einflusses in der computervermittelten Kommunikation  
(Abb. nach Schmitz & Fulk, 1990)



### **Beispiel für weitere Wirkungen des computervermittelten Kommunikationsprozesses:**

Eine Gruppe von Außendienstmitarbeitern eines Unternehmens hält Kontakt zur Firma und untereinander über computervermittelte Kommunikation (E-Mail, Mailingliste, ftp-Server). Face-to-face-Kontakte zwischen den Mitarbeitern sind selten. Folgende Konsequenzen dieser Kommunikationsform werden durch Modelle mit Disziplinübergreifendem Charakter thematisiert: Die Mitarbeiter entscheiden sich für die Wahl bestimmter Kanäle (E-Mail versus Mailingliste, Telefon oder Fax) in Abhängigkeit von ihrer individuellen Bewertung der Medien und der Arbeitsaufgabe sowie auf Grundlage situationaler Faktoren. Das an den Tag gelegte Kommunikationsverhalten (beispielsweise sachorientiert versus weitschweifig oder freundlich versus bestimmend) ist abhängig von der Einstellung zum Medium, der antizipierten Antwortbereitschaft der anderen Mitarbeiter und der angezielten Bedürfnisbefriedigung der Mitarbeiter (z.B. der dringenden Lösung eines technischen Problems versus einer heimlichen Intrige gegen den Geschäftsführer). Letztlich wird sich mit der sozialen Nutzung computervermittelter Kommunikation durch die Außendienstmitarbeiter allmählich ein standardisierter Gebrauch herausbilden.

Primärer Fokus: Eigenschaften bestimmter computervermittelter Kommunikationskanäle.

- Beschränkung von sozialstrukturellen Faktoren durch spezielle Kanaleigenschaften.
- Wirksam werden hauptsächlich individuelle, intrapsychische Faktoren.
- Die Kommunikanten haben z.B. verbesserte Möglichkeiten, sich vorteilhaft zu präsentieren und nehmen dies auch so wahr.

Autoren: Short, Williams & Christie; Daft & Lengel;  
Sproull & Kiesler; Walther; Takala & Garlander;  
Kawalek.

Primärer Fokus: Analyse von Vergemeinschaftungsprozessen in „virtuellen Räumen“.

- Soziales Verhalten in stärkerem Maße selbstbezogen.
- Konstruktionen des Selbst vielfältiger und weniger konsistent.
- Individuelles Verhalten innerhalb dieses Kontextes weniger sozial erwünscht.
- Zusammenhang mit der CMC-Erfahrung der Nutzer (Mediensozialisation).

Autoren: Turkle; Reid; Curtis; Pateau; Wehner; Helmers; Hoffmann; Batinic, Bosnjak & Breiter; Lyon; de Kerckhove; Lehnhardt.

Fokus: Einstellungs- und Verhaltensänderungen.

- Depersonalisationseffekte.
- Verstärkte Identifikation mit der ingroup abhängig von der Salienz der Gruppe.
- Verstärkte Identifikation mit der ingroup möglicherweise auch abhängig von der Vertrautheit mit der computervermittelten Kommunikation

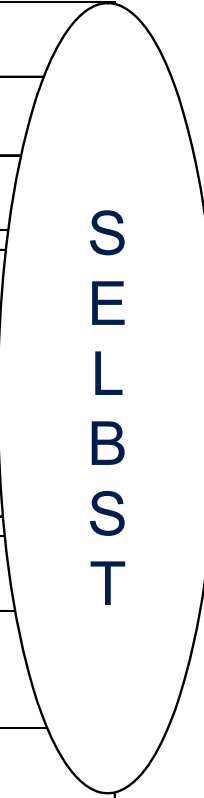
Autoren: Spears, Lea, Lee u.a.; Postmes; Arrow; Taylor & McDonald; McKenna & Bargh.

## Zur Überprüfung Ihres Wissensstandes:

Versuchen Sie, die Frage anhand der 3 vorangehende vorgestellten Forschungsperspektiven zu beantworten:

**FRAGE:** Ist die CVK-Nutzung personal oder sozial begründet?

## Personale oder soziale Fundierung?

Sozialisatorischer Effekt	Faktoren:	Vertrautheit & Erfahrung mit der CVK	
	Wirkungen:	Veränderung der Selbstaufmerksamkeit Veränderung des Impression Management	
	Zeitraum:	langfristig	
Psychosozialer Effekt	Faktoren:	Individuelle versus gemeinschaftliche CVK-Nutzung	
	Wirkungen:	Erhöhter Selbstbezug Positivere Bewertung der ingroup Positivere Bewertung sozialer Beziehungen	
	Zeitraum:	kurzfristig	
Medieneffekt	Faktoren:	Kanaleigenschaften von CVK	
	Wirkungen:	Erhöhte Offenheit und Intimität Zufriedenheit mit der Kommunikation Positive Bewertung der Qualität der Kommunikation	
	Zeitraum:	kurzfristig	

- Arrow, H. (1997). Stability, bistability and instability in small group influence patterns. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 1.
- Batinic, Bernad (Hrsg.) (1999). *Internet für Psychologen*, 2. erweiterte Auflage. Hogrefe: Göttingen.
- Batinic, Bernad & Bosnjak, Michael & Breiter, Andreas (1997). Der "Internetler" - Empirische Ergebnisse zum Nutzungsverhalten. in: Gräf, Lorenz und Krajewski, Markus, 1997, *Soziologie des Internet*, S. 196 – 215. Frankfurt/Main: Campus Verlag.
- Cathcart, R. & Gumpert, G. (1986). The person-computer interaction: A unique source. In G. Gumpert & R. Cathcart (Eds.). *Intermedia: Interpersonal Communication in a Media World*, pp. 323-332. New York: Oxford University Press.
- Curtis, P. (1997). Mudding: social phenomena in text-based Virtual Realities. In: Kiesler, S.: *Culture of the Internet*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Daft, R. L. & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural determinants. In: *Management Science*, 5.
- De Kerckhove, D. (1997). Brauchen wir, in einer Realität wie der unseren, noch Fiktionen?. In: Vattimo, G. & Welsch, W.: *Medien-Welten. Wirklichkeiten*. München: Fink.
- Döring, N. (1996). Führen Computernetze in die Vereinsamung?. In: *Gruppendynamik*, 3.
- Durand, D.; Weitzel et al (1989). Computer analysis of sensory predicate use in written and oral communication. In: *Psychological Reports*, 2.
- Funkhouser, G. R. & Shaw, E. F. (1991). How synthetic experience shapes social reality. In: *Journal of Communication*, 2.
- Helmers, S. (1994). Internet im Auge einer Ethnographin. In: *WZB-Papers*, 102.
- Hoffmann, U. (1996). "Request for comments": Das Internet und seine Gemeinde. In: Kubicek, H., Klumpp, D., Müller, G., Neumann, K. H., Raubold, E. & Rossnagel, A.: *Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft*. Heidelberg: Decker.
- Kawalek, J. (1997). *Unterricht am Bildschirm*; Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Kiesler, S. & Sproull, L. (1987). *Computing and change on campus*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Köhler, T. (2003). *Selbst im Netz? Die Konstruktion des Selbst unter den Bedingungen computervermittelter Kommunikation*. Opladen, Westdeutscher Verlag.
- Köhler, T. (2016). Visual anonymity in online communication. Consequences for creativity. In: Skulimowski, A.M.J. & Kacprzyk, J. (Eds.): *Knowledge, Information and Creativity Support Systems; Series: Advances in Intelligent Systems and Computing*, Vol. 364., Springer, New York.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T. & Scherlis, W. (1998). Internet Paradox. A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?. In: *American Psychologist*, 9.
- Lehnhardt, M. (1996). Identität im Netz: Das Reden von der "Multiplen Persönlichkeit". In: Rost, M.: *Die Netz-Revolution: Auf dem Weg in die Weltgesellschaft*. Frankfurt am Main: Eichborn.
- Lievrouw, L. A.; Bucy, E. et al (1999). *Current Research in New Media: An Overview of Communication and Technology*. In: Gudykunst, W.: *Communication Yearbook 24*; Newbury Park: SAGE.
- Lyon, D. (1997). Soziale Beziehungen im Cyberspace. Kontroversen über computervermittelte Beziehungen. In: Vattimo, G. & Welsch, W. (1997). *Medien-Welten. Wirklichkeiten*. München: Fink.
- McKenna, K. & Bargh, J. (1998). Coming out in the age of Internet: Identity "Demarginalization" through virtual group participation. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 3.

- Pateau, M. (1997). Sozialität in virtuellen Räumen?; In: Becker B. & Pateau, M.: Virtualisierung des Sozialen. Frankfurt am Main: Campus.
- Postmes, T. (1997). Social influence in computer-mediated groups. Enschede: Print Partners Ipskamp.
- Reid, E. (1995). Virtual Worlds: Culture and Imagination. In: Jones, S. G.: Cybersociety. London: Sage.
- Rice, R. & Love, G. (1987). Electronic emotion. In: Communication Research, 2.
- Rice, R.; Grant, A. et al (1990). Individual and network influences on the adoption and perceived outcomes of electronic messaging. In: Social Networks, 12.
- Rheingold, H. (1994). Virtuelle Gemeinschaft. Bonn: Addison Wesley.
- Schmitz, K. & Ehrenforth, A. (1996). Projekt D. Erlangen: unveröffentlichte Handanweisung der Universität Erlangen-Nürnberg.
- Schmitz, J. & Fulk, J. (1991). Organizational Colleagues, Media Richness, and Electronic Mail. In: Communication Research, 4.
- Short, J., Williams, E. & Christie, B. (1976). The social psychology of telecommu-nications. Chichester: Wiley.
- Schweiger, W. & Brosius, H. B. (1997). Internet und Sprache - Zusammenhänge zwischen online-Nutzung und individuellem Schreibstil. In: Beck, K. & Vowe, G. Computernetze - ein Medium öffentlicher Kommunikation?; Berlin: Spiess.
- Spears, R. & Lea, M. (1994). Panacea or panopticum?. In: Communication Research, 4.
- Sproull, L. & Kiesler, S. (1991). Connections: New ways of working in the networked organization. London: MIT Press.
- Sproull, L.; Zubrow, D. et al (1986). Cultural socialisation to computing in college. In: Computers in Human Behavior, 4.
- Solomon, R. J. (1988). Vanishing electronic boundaries: virtual networking and the loss of sovereignty and control. In: Telescience: Scientific communication in the information age. Special issue of the Annals of the American Academy of Political and Social Science. Newbury Park: SAGE.
- Takala, W. & Garlander, M. (1997). Interpersonality on the Net. Dublin: Paper presented on the 5th European Congress of Psychology.
- Taylor, J. & MacDonald, J. (1997). The impact of computer-group interaction on group decision making, communication and inter-personal perception. Bournemouth: unpublished paper.
- Turkle, S. (1995). Life on the Screen. New York: Simon and Schuster.
- Vallee, J., Johansen, R. & Spangler, K. (1990). The computer conference: an altered state of communication. In: Devereaux Ferguson, S. & Ferguson S.: Organizational communication. New Brunswick: Transaction Books.
- Walther, J. B. (1993). Impression development in computer-mediated interaction. In: Western Journal of Communication, 4.
- Wehner, J. (1997). Medien als Kommunikationspartner - Zur Entstehung elektronischer Schriftlichkeit im Internet. In: Gräf, L. & Krajewski, M.: Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk. Frankfurt am Main: Campus.

**Das war's für heute.**

**Fragen?**

**Die Vorlesung zum Nachlesen:**  
<http://bildungsportal.sachsen.de>