

## Zentrale Ergebnisse des Forschungsprojekts

# „Wie elektronische Kurzmitteilungen digitale Kommunikation beeinflussen. Eine empirische Analyse kommunikationssoziologischer Fragestellungen in der privaten und beruflichen Kommunikation“

Prof. Dr. Alfred-Joachim Hermanni / Prof. Dr. Frederik Orнау

Saarbrücken, 2018



Die Verwendung von Veröffentlichungen oder Teile davon der folgenden empirischen Ergebnisse sind als solche zu kennzeichnen. Im Allgemeinen verwenden Sie bitte folgende Quellenangabe:

Quelle: Hermanni, A.-J. / Orнау, F.

*Wie elektronische Kurzmitteilungen digitale Kommunikation beeinflussen. Eine empirische Analyse kommunikationssoziologischer Fragestellungen in der privaten und beruflichen Kommunikation, Saarbrücken, 2018. ISBN-Nummer: 978-620-2-32282-9, Südwestdeutscher Verlag für Hochschulzeitschriften*

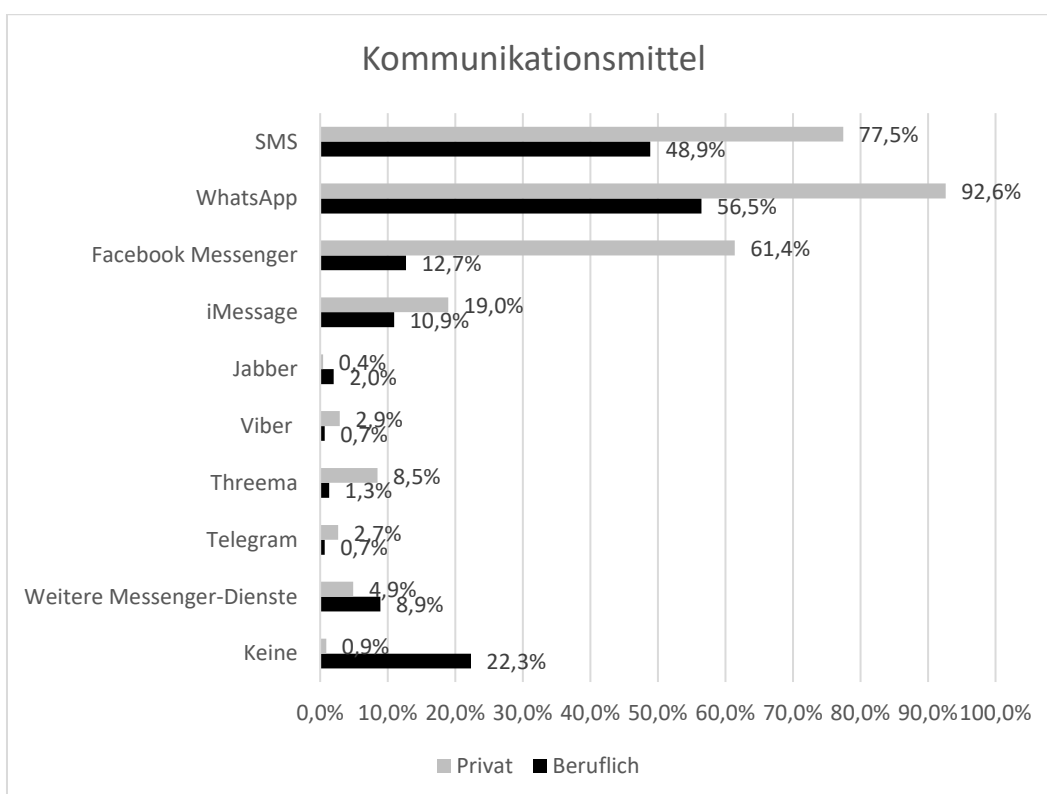
## Deskriptive Auswertung

Insgesamt lagen zum Ende der Erhebungsperiode  $N = 448$  vollständig ausgefüllte Fragebögen vor. Die Beendigungsquote lag bei 57.4 %, so dass kritisch zu erwähnen ist, dass 42.6 % der Probanden die Befragung abgebrochen haben. Die meisten Abbrüche wurden auf der ersten Seite des Fragebogens festgestellt. Die durchschnittliche Bearbeitungsdauer des Fragebogens lag bei 21 Minuten.

Die Stichprobe setzt sich aus  $n = 320$  (71.4 %) Frauen und  $n = 128$  Männern (28.6 %) im Alter von 15 bis 71 Jahren (*arithmetisches Mittel* = 30 [Jahre], *Standardabweichung* = 11,2 [Jahre]) zusammen, mit den unterschiedlichsten akademischen Hintergründen. So haben etwa 63.4 % ( $n = 284$ ) der Befragten die Schule mit dem Abitur abgeschlossen, 22.1 % ( $n = 99$ ) mit dem Fachabitur, 12.1 % ( $n = 54$ ) mit mittlerer Reife und 2.0 % ( $n = 9$ ) mit einem Hauptschulabschluss. 0.4 % ( $n = 2$ ) gaben an, keinen Schulabschluss zu haben. 36.4 % ( $n = 163$ ) haben eine abgeschlossene Ausbildung, 10.0 % ( $n = 45$ ) einen Meisterbrief oder eine Fachschule besucht und weitere 47.8 % ( $n = 214$ ) ein Hochschulstudium absolviert, 1.8 % ( $n = 8$ ) erwarben einen Dokortitel. 4.0 % ( $n = 18$ ) der Teilnehmer gaben an, keine berufliche Qualifikation zu besitzen. 92.9 % der ( $n = 416$ ) Teilnehmer waren zum Zeitpunkt des Pretests erwerbstätig, 74.8 % ( $n = 335$ ) in einem Angestelltenverhältnis, 4.2 % ( $n = 19$ ) als Facharbeiter und 12.1 % ( $n = 54$ ) freiberuflich oder selbständig. 1.8 % ( $n = 8$ ) gaben an Rentner und 7.1 % ( $n = 32$ ) arbeitssuchend bzw. nicht berufstätig zu sein. Zum Zeitpunkt der Befragung befanden sich 47.3 % ( $n = 212$ ) der Teilnehmer in einer Partnerschaft, 26.8 % ( $n = 120$ ) waren verheiratet, 21.2 % ( $n = 95$ ) gaben an Single zu sein und weitere 4.7 % ( $n = 21$ ) waren geschieden oder getrennt lebend, davon war eine Person verwitwet. Auf der Suche nach einem neuen Partner waren 13.6 % ( $n = 61$ ), während 86.4 % ( $n = 387$ ) diese Frage verneinten.

Aus der graphischen Darstellung (vgl. Abbildung 8) lässt sich ableiten, dass sowohl SMS Dienste, also auch Messenger Apps, wie WhatsApp eine sehr starke berufliche als auch private Nutzung erfahren. Der Facebook Messenger hingegen wird deutlich stärker im privaten als im beruflichen Umfeld genutzt. Andere aufgeführte Messenger Dienste, wie beispielsweise Jabber oder Threema, werden zwar auch eingesetzt, allerdings nur vereinzelt und zudem überwiegend im privaten Bereich. Besonders fällt auf, dass fast ein Viertel der Befragten keinen der aufgeführten Nachrichtendienste in der beruflichen Kommunikation nutzt. Es drängt sich daher die Vermutung auf, dass besonders im beruflichen Umfeld noch weitere Kommunikationsmittel zum Einsatz kommen müssen.

**Abbildung 1:** Relative Häufigkeiten zur Auswahl von Kommunikationsmittel zur beruflichen und privaten Kommunikation (Mehrfachnennungen möglich)



Insgesamt lässt sich feststellen, dass *Kurzmitteilungen stärker im privaten als im beruflichen Kontext verwendet werden* (vgl. Abbildung 9). Relevant sind sie jedoch in beiden Bereichen und werden durch weitere Kommunikationsmittel und -wege, wie E-Mails, Telefonate oder persönliche Gespräche unterstützt.

**Abbildung 2:** Relative Häufigkeiten der Auswahl zusätzlicher Kommunikationsmittel (außer Kurznachrichten) zur beruflichen und privaten Kommunikation (Mehrfachnennungen möglich)

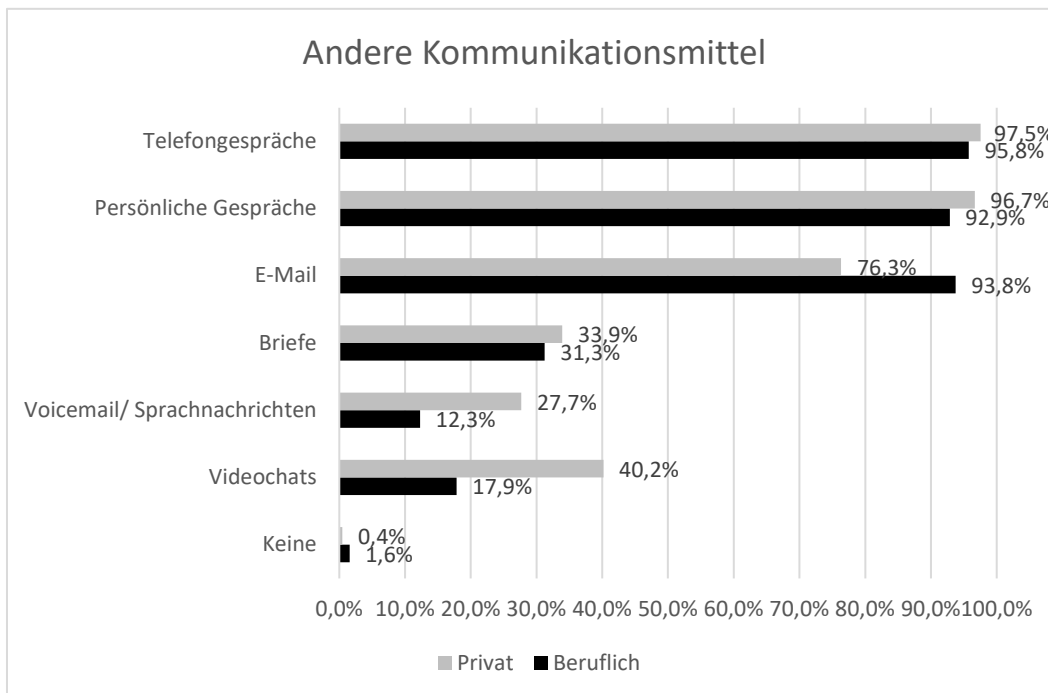
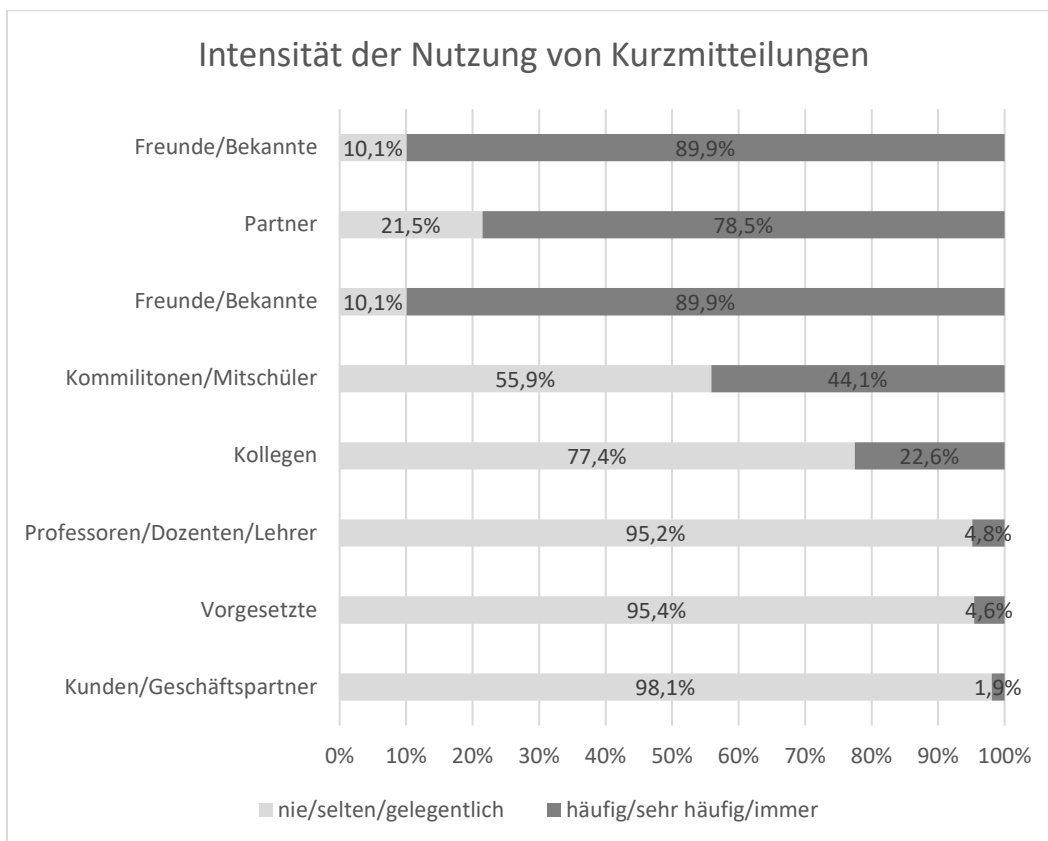


Abbildung 10 verdeutlicht, dass Kurznachrichten überwiegend in der privaten Kommunikation verwendet werden, also mit Partnern, der Familie und mit Freunden. In einigen Bereichen, wie der Kommunikation mit Kollegen handelt es sich um eine Grauzone zwischen beruflichem und privatem Austausch, da hier erfahrungsgemäß Themen aus beiden Bereichen aufgegriffen werden. Ähnlich kann dies bei der Kommunikation mit Mitschülern oder Kommilitonen gesehen werden. *Ein rein beruflicher Austausch via Kurzmitteilung, etwa mit dem Vorgesetzten, ist eher selten anzutreffen und zurzeit (noch) keine gängige Praxis.*

**Abbildung 3:** Relative Häufigkeit der Intensität der Nutzung von Kurzmitteilungen differenziert nach verschiedenen Gruppen von Kommunikationspartnern

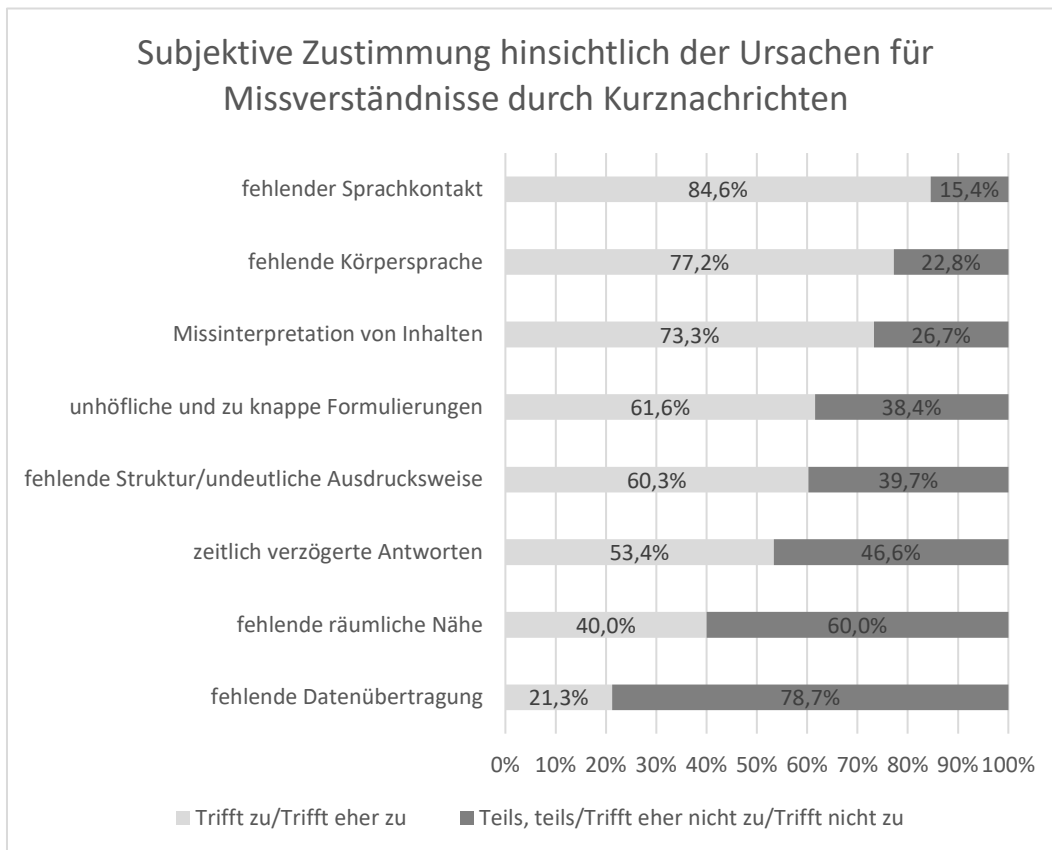


Die Informationen aus Abbildung 11 zeigen, dass 84.6 % ( $n = 378$ ) der Befragten den fehlenden Sprachkontakt als Grund für Missverständnisse in der kurznachrichtenbasierten Kommunikation zustimmen. Dies kann somit als einer der bedeutendsten Hauptgründe für Missverständnisse gesehen werden. Darauf folgt mit 77.2 % ( $n = 346$ ) die fehlende Körpersprache als Ursache für Missverständnisse. An dritter Stelle zu nennen ist mit 73.0 % ( $n = 327$ ) die Missinterpretation von Nachrichteninhalten.

Betrachtet man im Vergleich die Ergebnisse der zusätzlich aufgeführten Ursachen, so scheinen auch diese in der Kommunikation eine Rolle zu spielen - siehe „fehlende Struktur und undeutliche Ausdrucksweise“ mit einer Zustimmung von 60.3 % ( $n = 270$ ) sowie „zeitlich verzögerten Antworten“ mit 53.4 % ( $n = 238$ ). Im Vergleich mit den beiden angenommenen Hauptursachen, liegt hier die Zustimmung jedoch eher im mittleren Bereich, wodurch auch eine mittelstarke Relevanz angenommen werden kann.

Die Aussage „Der Informationsgehalt von Kurzmitteilungen ist im Vergleich zur verbalen Kommunikation beschränkt, weil nonverbale Kommunikationselemente (Gestik, Mimik und Proxemik) nicht zum Einsatz kommen. Dies ist die häufigste Ursache für Missverständnisse in der kurznachrichtenbasierten Kommunikation“ kann also anhand der vorliegenden Untersuchungsergebnisse bestätigt werden. Fehlende nonverbale Kommunikationselemente sowie der fehlende Sprachkontakt sind die Hauptursachen für Missverständnisse in der Kommunikation via Textnachrichten.

**Abbildung 4:** Verteilung der Zustimmung hinsichtlich der Ursachen für Missverständnisse durch Kurznachrichten



Es wird deutlich, dass sowohl Sprachnachrichten als auch Videochat in der hier vorliegenden Stichprobe im privaten Bereich stärker genutzt werden als im beruflichen Umfeld (vgl. Tabelle 14). Zudem scheint die Nutzung einer Videofunktion insgesamt weiter verbreitet als die Verwendung von Sprachnachrichten. Schaut man auf die Nutzungszahlen von Kurznachrichten in der Kommunikation, so wird deutlich, dass die textbasierte Kommunikation die beiden anderen Kommunikationsformen aussticht, obwohl über die Hälfte der Befragten der Meinung ist, dass die Nutzung von Voicemail und Videochat Missverständnissen vorbeugen kann. Die Aussage „Audio- und Videonachrichten kommen gegenüber Kurzmittenlungen (Textnachrichten) nur in Einzelfällen zum Einsatz, obwohl durch die audiovisuelle Wahrnehmung zusätzlich emotionale Eindrücke vermittelt werden und so Missverständnissen vorgebeugt wird“ kann somit bestätigt werden.

**Tabelle 1:** Nutzung von Voicemail & Videochat (Mehrfachnennungen möglich)

	<b>Berufliche Nutzung</b>	<b>Private Nutzung</b>
Voicemail	12.3 % (n = 55)	27.7 % (n = 124)
Videochat	17.9 % (n = 80)	40.2 % (n = 180)
Kurznachrichten	81.9 % (n = 367)	98.9 % (n = 443)



Um die Annahme, dass die Verwendung von Abkürzungen und Sonderzeichen bzw. Emoticons zu Verständnisproblemen bei älteren Menschen führt, zu überprüfen, wurde zunächst das durchschnittliche Alter in der Stichprobe berechnet. Das Durchschnittsalter liegt in diesem Fall bei 30 Jahren. Teilt man die Stichprobe in „jung“ und „alt“ so zählen die Personen zwischen 15 und 30 Jahren, zu den „Jungen“ und Personen im Alter von 31 bis 71 Jahren zu den „Alten“. Vergleicht man die beiden Gruppen bezüglich ihrer Verständnisschwierigkeiten, mittels Kreuztabelle, so erhält man folgendes Ergebnis:

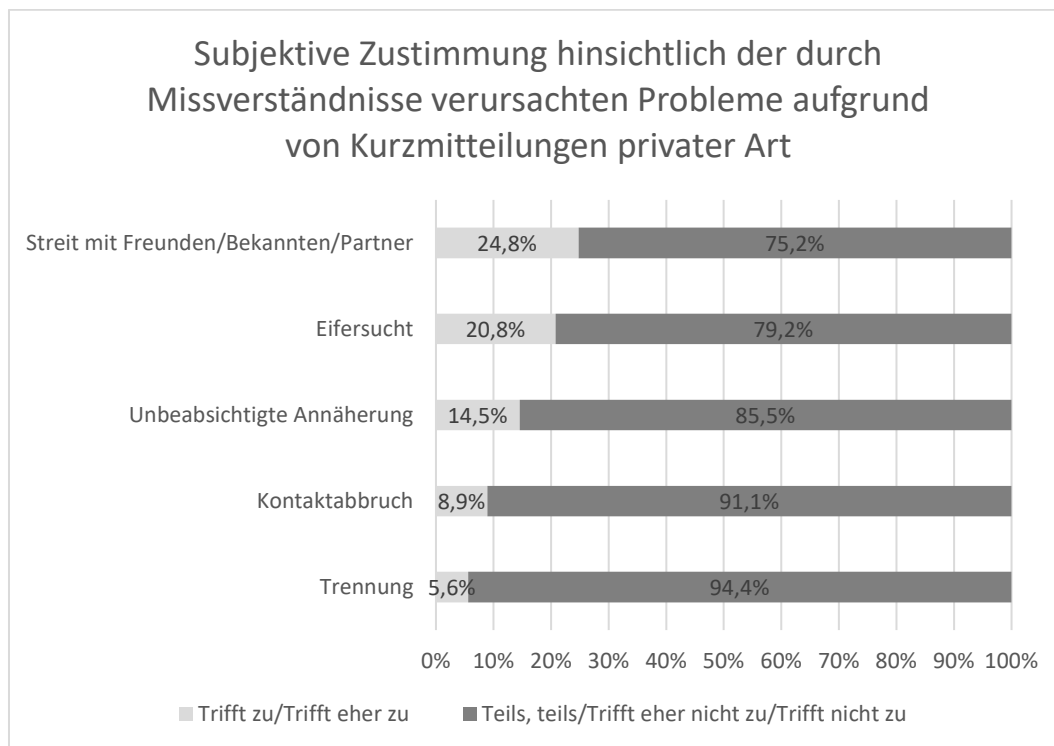
**Tabelle 2:** Kreuztabelle Alter und Interpretationsschwierigkeiten in der Gesamtstichprobe

	<b>Gruppe „Alt“ (31 – 71 Jahre)</b>	<b>Gruppe „Jung“ (15 – 30 Jahre)</b>	<b>Gesamt</b>
Interpretations- schwierigkeiten	18.0 % (n = 80)	23.4 % (n = 104)	41.3 % (n = 184)
Keine Interpretations- schwierigkeiten	31.7 % (n = 141)	27.0 % (n = 120)	58.7 % (n = 261)
Gesamt	49.7 % (n = 221)	50.3 % (n = 224)	100 % (n = 445)

Aus der Tabelle 15 lässt sich ablesen, dass insgesamt 41.3 % (n = 184) der Befragten angeben, gelegentlich Interpretationsschwierigkeiten von Sonderzeichen und Emoticons in Kurznachrichten zu erleben, während 58.7 % (n = 261) dem widersprechen. Insgesamt treten solche Verständnisprobleme also bei weniger als der Hälfte aller Befragten auf.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass im privaten Bereich häufiger Probleme durch Missverständnisse in Kurzmitteilungen ausgelöst werden als in der beruflichen Kommunikation. *So stimmen 24.8 % (n = 111) Personen zu, wegen einer Kurznachricht schon einmal mit dem Partner, Freunden oder Bekannten gestritten zu haben, 20.8 % (n = 93) berichten von Eifersucht und 5.6 % (n = 25) von einer Trennung.* Weiterhin stimmen 8.9 % (n = 40) zu, dass es durch Kurznachrichten schon einmal zu einem Kontaktabbruch gekommen ist und in 14.5 % (n = 65) zu einer unbeabsichtigten Annäherung.

**Abbildung 5:** Zustimmung hinsichtlich der durch Missverständnisse verursachten Probleme aufgrund von Kurzmitteilungen privater Art



Weitere Forschungsergebnisse entnehmen Sie bitte der Publikation *„Wie elektronische Kurzmitteilungen digitale Kommunikation beeinflussen. Eine empirische Analyse kommunikationssoziologischer Fragestellungen in der privaten und beruflichen Kommunikation“*. Alfred-Joachim Hermanni / Frederik Ornau, Saarbrücken 2018. ISBN-Nummer: 978-620-2-32282-9, Südwestdeutscher Verlag für Hochschulzeitschriften.