

Die Kommunikationsbedürfnisse berufstätiger Mediennutzer

Eine Studie zur Übertragbarkeit des Uses-and-Gratifications Approach auf die webbasierte Individual- und Gruppenkommunikation

von
Ann-Kathrin Müller

Erstauflage

Diplomica Verlag 2014

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de
ISBN 978 3 95820 065 4

Leseprobe

Textprobe:

Kapitel 2.1, Mediennutzungsumfeld Beruf:

Laut des Instituts für Demoskopie Allensbach sind 63,6 % der Deutschen berufstätig, wobei dies auch Personen in der Ausbildung beinhaltet (vgl. Institut für Demoskopie Allensbach 2013: 209). Bei einer Einwohnerzahl von 80,5 Millionen am Jahresende 2012 (vgl. Destatis 2013) führen damit in Deutschland 51,2 Millionen Menschen eine Erwerbstätigkeit aus. Wobei Erwerbsarbeit die 'monetarisierte marktvermittelte Tätigkeit' (Becke 2010: 129) ist, welche im Rahmen der ökonomischen Aktivitäten im Spektrum menschlicher Tätigkeiten steht. Sie wird im Folgenden auch mit der Bezeichnung Beruf tituliert.

Funktionen der Erwerbstätigkeit:

Diese berufliche Tätigkeit hat neben den Funktionen der materiellen Existenz- und sozialen Sicherung den Zweck der sozialen Integration und 'erfüllt mehrere psychosoziale Funktionen' (Becke 2010: 131). Becke (2010: 131) zufolge sind diese Alltagsstrukturierung, soziale Erfahrung jenseits des privaten Umfeldes, Realisierung arbeitsbezogener Ziele und Förderung der Identitätsbildung und Handlungskompetenz. Soziale Anerkennung kommt Berufstätigen hier durch die eigene Leistung und die Kooperation mit Anderen zuteil. Eine ähnliche Kategorisierung wird von Semmer und Udris (1993: 134) aus der psychologischen Perspektive vorgenommen. Die von den Autoren definierten fünf psychosozialen Funktionen der Erwerbsarbeit werden interpretiert als Bereiche der individuellen Bedürfnisse des Erwerbstätigen und damit auch als Motive seiner beruflichen Tätigkeit.

Aktivität und Kompetenz wirken in einem Zusammenspiel. Das Erledigen von Aufgaben wird als Aktivität empfunden, bei der neue Fähigkeiten und Kenntnisse erlernt werden und damit neue Qualifikationen entwickelt werden. Hierbei wird ein Gefühl von Handlungskompetenz erlebt. Zeitstrukturierung geht von der Erwerbstätigkeit insofern aus, als dass sie die Lebens- und Alltagsplanung maßgeblich steuert. Außerdem gibt sie eine Ordnung zur Orientierung. Abzulesen ist dies beispielsweise an alltäglichen Begrifflichkeiten wie Freizeit und Urlaub.

Kooperation und Kontakt entstehen in der Zusammenarbeit mit anderen Personen. Besonders in Zeiten, in denen in der Arbeitswelt das Zusammenwirken aller Beteiligten immer stärker betont wird, entstehen viele Projekte nur noch in Zusammenarbeit. Dies bildet ein soziales Kontaktfeld und schult die kooperativen Fähigkeiten. Das soziale Handeln (vgl. Weber 1990: 16) findet mit Stakeholdern des Unternehmens statt. Als solches die Anspruchsgruppen eines Unternehmens bezeichnet, welche ein Interesse an dem Verlauf der unternehmerischen Tätigkeiten haben und somit in irgendeiner Kommunikationsform zu dem Unternehmen stehen (vgl. Nothaf 2013: 325 f.). Soziale Anerkennung erfährt der Erwerbstätige durch seine eigene Leistung und die Kooperation mit Anderen. Dadurch bekommt er das Gefühl seinen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten. Persönliche Identität vermittelt die Erwerbsarbeit dem Berufstätigen durch die Berufsrolle, die Arbeitsaufgaben und die Erfahrung die geleitete Arbeit zu beherrschen. Sie ist 'wesentliche

Grundlage für die Entwicklung von Identität und Selbstwertgefühl'(vgl. Ulich 2011: 496).

Online-Kommunikation im Beruf:

Die beruflichen Bedürfnisse des Erwerbstägigen können im Optimalfall von den Funktionen der Erwerbsarbeit abgedeckt werden. Mit der steigenden Relevanz der computervermittelten Individual- und Gruppenkommunikation läuft die Gratifikation der beruflichen Bedürfnisse immer häufiger digital ab. Mediale Kommunikationsformen sind aus der heutigen Berufskommunikation überhaupt nicht mehr wegzudenken, so nutzen laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2012 90,7 % der befragten Berufstätigen mindestens einmal wöchentlich das Internet (vgl. Eimeren/ Frees 2012: 363).

Ein Großteil der Arbeitszeit wird mit der Nutzung von Computertechnologien verwendet, so verbringen Mitarbeiter damit durchschnittliche sechs von acht Stunden (vgl. Jäckel 2008: 128). Im Rahmen der von Jäckel und Weiber 2005 veröffentlichten Studie wurden Angestellte in fünf Großunternehmen zu den E-Business-Transformationsprozessen befragt. Einen eklatanten Unterschied macht die berufliche Position aus: Führungskräfte halten sich im Durchschnitt zwei Stunden am Tag weniger mit CvK auf (vgl. ebd.).

Im beruflichen Alltag bestehen vielfältige Beziehungen zu verschiedensten Personengruppen. Kontakt besteht zu Mitarbeitern höherer, gleicher und tieferer Hierarchie sowie zu Kunden, Lieferanten und allerlei anderen Menschen. Für diesen stehen verschiedenste Formen der CvK zur Verfügung.

Der betriebliche Einsatz der Informations- und Kommunikationstechnik unterliegt verschiedenen Wandlungsprozessen, die sich gegenseitig bedingen. Die Digitalisierung und damit computertechnische Informatisierung beeinflussen die Art und Weise der Nutzung. Sie führen gleichzeitig zu der informationstechnischen Formalisierung und Informalisierung (vgl. Schulz-Schaeffer/ Funken 2008: 12 ff).

In Folge der Medienkonvergenz (vgl. Schweiger 2007: 41 f) kann ein spezifisches technisches Medium nicht mehr nur noch der öffentlichen, der privaten oder der beruflichen Kommunikation zugeordnet werden (vgl. Krotz 2007: 179). Vielmehr müssen die Grenzen anhand der Anwendungskontexte gezogen werden. Die folgende Übersicht zählt technische Online-Medien der beruflichen CvK auf.