

Heinz Thiery

Von der Telefonseelsorge zur Beratung im Netz

Eröffnungsreferat anlässlich der Fachtagung des JFF am 27.10.2005 in München

(1) Historischer Rückblick: Vom Telefon zum Internet

Die Entwicklung der Telefonie

Die Entwicklung der Kommunikationsmedien – insbesondere hinsichtlich deren Tauglichkeit für die psychosoziale Beratung – ist spannend und aufschlussreich. 1837 erfand Finley Morse die Telegrafie und ermöglichte die Übermittlung von Nachrichten in Lichtgeschwindigkeit, eine Revolution in einer Zeit, in der die flächige Besiedlung Amerikas in vollem Gange war und die gerade entstehenden Städte weit auseinander lagen, verbunden durch ein immer dichteres Eisenbahnnetz. Getrübt war dieser Fortschritt lediglich durch die umständliche Art der Übermittlung der Informationen mittels Morsecode und die Störanfälligkeit des Mediums. Anschläge auf Telegrafmasten waren im „wildem Westen“ an der Tagesordnung, die Kommunikation war nur in eine Richtung und nur über den festgelegten Leitungsweg möglich, eine vernetzte Leitungsstruktur gab es (noch) nicht. Die Technik dieser Tage war ohne Vermittlungsintelligenz, die langsame und nur Kundigen mögliche Codierung und Encodierung der Morsezeichen war ein Hindernis für die Alltagstauglichkeit der Telegrafie, der Wunsch nach Übermittlung menschlicher Sprache setzte den menschlichen Erfindungsgeist in Bewegung.

Der erste Schritt zur Realisierung dieses Wunsches war die Erfindung des Deutschen Philipp Reis im Jahre 1861, der einen Apparat zur Umwandlung der menschlichen Stimme in elektrische Signale erfand: das Telefon. Die Erfindung teilte das Schicksal vieler Erfindungen des Abendlandes, seinen Einsatz fand das Telefon zuerst in den USA, genauer in Boston, wo im Jahre 1877 das erste (bedingt) flächendeckende Telefonnetz installiert war. Das Telefonieren war jedoch alles andere als einfach: freundliche Damen mit vielen Stöpseln und noch mehr Buchsen waren erforderlich, um den Teilnehmer A mit dem Teilnehmer B zu verbinden, die Funktionsweise dieser Technik kann in einschlägigen Filmklassikern bewundert werden. Wiederum erwies sich die Technik als fehleranfällig: die Vermittlungsstellen waren schnell überlastet, Verbindungen wurden versehentlich getrennt oder kamen nicht zustande. Diese Hindernisse wurden mit der Einführung der Selbstwahl beseitigt. Im Jahre 1891 waren die Besitzer neuer Telefonapparate in der Lage, selbst zu wählen - ein wichtiger Schritt zur Individualisierung der technischen Kommunikation. Die Abhängigkeit von der fehleranfälligen Vermittlung entfiel, die Kommunikation war rund um die Uhr und direkt möglich. Komfortabel war die Form des Wählens noch nicht, eine spezielle numerische Tastatur erlaubte nur in sehr umständlicher (und fehleranfälliger) Weise die Anwahl des Gesprächspartners.

Seit der Erfindung der Telegrafie bis zur Ermöglichung der Selbstwahl waren 54 Jahre vergangen – eine für heutige Verhältnisse unvorstellbar lange Zeit. 1923 wurde die Wählscheibe erfunden, eine Revolution in Sachen Bedienkomfort. Weitere 32 Jahre mussten vergehen, bevor die massentaugliche Bedienung der Telefontechnik möglich war. Ab jetzt beschleunigte sich die Entwicklung: 1955 wurde das Mehrfrequenzwahlverfahren von Bell erfunden, drei Jahre später verfügte Deutschland über das erste mobile Telefonnetz, das Telefonate aus den Fernzügen „Berlin-Hamburg“ erlaubte. 1992 wurde das D-Netz eingeführt, das Handy-Zeitalter (und mit ihm das Zeitalter der „öffentlichen Privatheit“) war eingeläutet. Im gleichen Jahr feiert ISDN Premiere, das Zeitalter der digitalen Telefonie beginnt. 1996 macht die Telefonie über das Internet (VOIP) dem modernen ISDN-Telefon Konkurrenz und im Jahr 2000 kann die Deutsche Telekom die nahezu (!) flächendeckende Versorgung mit DSL-Zugängen vermelden.

Die zukünftige Entwicklung bleibt spannend, viele neue Mehrwertdienste wie UTMS werden von den Nutzern bislang nicht oder nur halbherzig akzeptiert, die Markforschungsabteilungen der Telefonprovider haben die für die Verbreitung eines Mediums wichtige „individuelle Passung“ wohl falsch eingeschätzt. Die von den Providern erhoffte Verbreitung neuer Mehrwertdienste scheitert entweder an den hohen Kosten, an technischen Unzulänglichkeiten, dem geringen Angebot oder den nicht vorhandenen (bzw. nicht geweckten) Bedürfnissen der potenziellen Nutzer.

Die Entwicklung der Telefonseelsorge

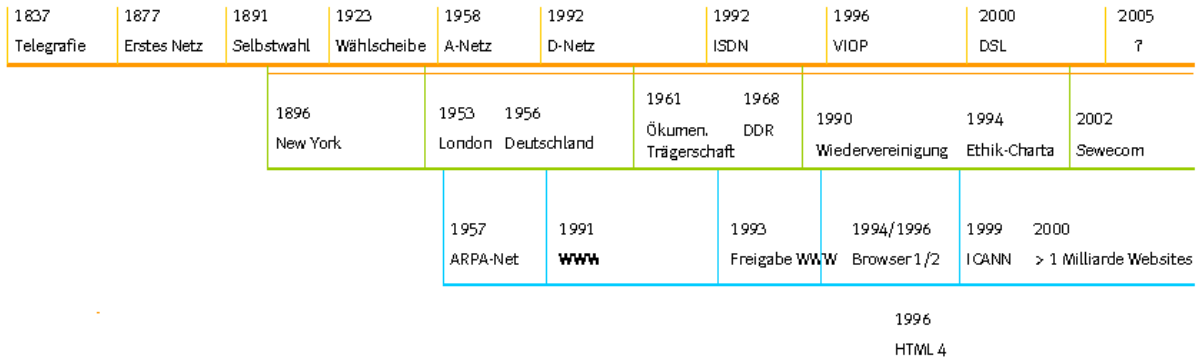
Die Geschichte der Telefonseelsorge findet parallel zur Entwicklung der Telefonie statt. 1896, fünf Jahre nach der Einführung der Selbstwahl (!), ruft der New Yorker Baptistenpfarrer Henry Warren ein Beratungsangebot für Personen ins Leben, die aus demselben scheiden wollten. Das Angebot scheitert letztlich an der noch geringen Verbreitung des Telefons. 57 Jahre später, im Jahr 1953, veröffentlicht der englische Baptistenpfarrer West den folgenden viel zitierten Aufruf in der Times: „Before you commit suicide, ring me up“. Eine für die damalige Zeit erstaunliche Botschaft. Sie war medienkonform, obgleich die noch nicht „erfundene“ Medienwissenschaft nicht beratend zu Seite stehen konnte. Die Botschaft war kurz, beinhaltete die Problemnennung und das Angebot zur direkten und schnellen Kommunikation – zusammen gefasst in einem prägnanten Satz. Der Aufruf war ein Erfolg. Als Pfarrer West aus persönlichen Gründen nicht mehr in der Lage war, das Angebot weiter zu führen, übernahm sein Kollege Chad Varrah die seelsorgerliche Arbeit am Telefon. Das Urmodell aller mediengestützten Beratungsformen war geboren und hat seinen Ursprung in protestantischen Pfarrhäusern diesseits und jenseits des großen Teichs. Bereits drei Jahre später, im Jahr 1956, werden erste Telefonseelsorgedienste in Deutschland gegründet, seit 1961 vorwiegend in ökumenischer Trägerschaft. Auch in der DDR entstehen, zum Missfallen der Obrigkeit, Dienste in Trägerschaft der beiden Kirchen. 1994 verabschiedet der Dachverband IFOTES (International Federation of Telephony Emergency Services) die Ethik-Charta und legt die Grundsätze der mediengestützten Beratung fest, die gleich lautend vom Verband „Samaritans“ übernommen werden. In den Mitgliedsstaaten werden diese Grundsätze auf die regionalen Besonderheiten angepasst und ausdifferenziert. 1997 wurde in Deutschland erstmals eine einheitliche Rufnummer geschaltet, 2002 beteiligt sich die Telefonseelsorge als erste Initiative am Projekt SEWECOM (secure web communications), zur Ermöglichung einer verschlüsselten Kommunikation zwischen Host und Server. Da SEWECOM keine standardisierte Netzressource ist, ist die Art der Verschlüsselung an die Plattform des Anbieters gebunden und der Ratsuchende muss, um verschlüsselt kommunizieren zu können, sich für diesen Anbieter entscheiden.

Die Entwicklung des Internet

1957 öffnet der so genannte „Sputnik-Schock“ der „Great Nation“ schlagartig die Augen für den technologischen Vorsprung der UdSSR. Amerikas Antwort war die Schaffung der ARPA (Advanced Research Projects Agency) mit dem Auftrag, ein Netz zu entwickeln, das im Falle eines lokal begrenzten Atomschlags die Kommunikation der militärischen Headquarters weiterhin sicher stellt. Eine Vernetzung in Form eines Spinnennetzes war das Ergebnis der ehrgeizigen Bemühungen, die netztechnischen Grundlagen eines verteilten Rechnernetzes waren gelegt. Bis zur endgültigen Fertigstellung der Struktur, die uns heute als WWW vertraut ist, sollten 34 Jahre vergehen: 1991 erfolgte die Freigabe des World Wide Web auf den zentralen Rechnern des CERN (European Council for Nuclear Research). Die weitere Entwicklung verläuft mit Siebenmeilenstiefeln: zwei Jahre später präsentiert Netscape die erste Version eines Browsers. Das Tool erlaubt es Computerlaien, das WWW zu durchforsten und in den frei gegebenen Ordnern der Rechner der Dienstleister zu recherchieren. Der „Netscape Navigator“ bekam 1996 ein streitbares Schwesterchen namens „Internet Explorer“ der Firma Microsoft. Im Jahr 2000 registrierte die ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) über 2 Millionen Websites. Inzwischen sind die freien Domains knapp geworden, eine Umstellung der grundlegenden Netzmechanismen ist überfällig, die Informationsfülle übersteigt schon lange das menschliche Fassungsvermögen. Suchmaschinen wurden erfunden und sollen beim Auffinden relevanter Fundstellen helfen, Metasuchmaschinen helfen, die Inhalte des in seiner Grundstruktur chaotischen WWW zu strukturieren. Das Internet vereint alle bisherigen Medien (Schrift, Bild, Sprache) in sich und wird zum Meta-Medium.

Die folgende Grafik gibt einen Überblick über die Entwicklung auf dem Hintergrund eines Zeitstrahls:

Historische Betrachtungen



(2) Das Anforderungsprofil beratungstauglicher Medien

Die Geschichte der Telefonseelsorge lehrt, dass die Nutzung von technischen Kommunikationsmedien erfolgreich auf psychosoziale Anwendungsbereiche ausgedehnt werden kann, wenn folgende Bedingungen erfüllt werden:

- a) das Medium erweist sich als alltagstauglich (leichte Bedienung, Unabhängigkeit von technischen Zwischeninstanzen),
- b) das Medium ist für die beratende, zwischenmenschliche Kommunikation geeignet (d.h., es transportiert die zu besprechenden Probleme in einer für das Gegenüber tauglichen Form),
- c) das Medium ist sozial akzeptiert (d.h. der Besitz oder die Zugänglichkeit ist weder von ökonomischen noch sozialen Bedingungen abhängig) und allgemein verbreitet (Installationsraten > 75% der Bevölkerungszahl),
- d) das Medium kann erfolgreich an die Bedarfe der Zielgruppen „gebunden“ und „individualisiert“ werden.

Die Telefonie erfüllte die genannten Bedingungen bereits Ende der 50er Jahre des vorigen Jahrhunderts, was sich positiv auf die Inanspruchnahme der Telefonseelsorge auswirkte.

Neben der allgemeinen Erreichbarkeit spielt das Vertrauen der Nutzer in den Anbieter eine entscheidende Rolle. Profilierte Anbieter weisen die Grundsätze des medialen Handelns gegenüber den Teilnehmenden aus. Die bereits erwähnte Ethik-Charta verpflichtet alle Anbieter von Telefonseelsorge auf die folgenden Grundsätze:

- a) Anonymität,
- b) Verschwiegenheit,
- c) Erreichbarkeit (24 Stunden am Tag, 7 Tage in der Woche, vielfach als 7/24 abgekürzt),
- d) Offenheit,
- e) Gebührenfreiheit,
- f) Qualifiziertes Beratungspersonal.

Mit der Bekanntgabe dieser Grundsätze waren die heute gültigen Mindeststandards geboren. Stimmige Grundsätze für eine mediengestützte Beratung müssen der Logik des Mediums entsprechen. Die Anonymität konnte durch die telefonische Kommunikation zugesichert werden (das Bildtelefon war zu dieser Zeit nicht verfügbar), weil die Person am anderen Ende der Leitung „verborgen“ blieb. Da keinerlei Namensnennung erfolgt, bleibt das Gegenüber unerkannt. Die in der Telefonseelsorge tätigen Pfarrer bzw. deren Helfer unterliegen dem Beichtgeheimnis. Das Angebot war 24 Stunden täglich besetzt und die Erreichbarkeit des Dienstes nicht an fest gelegte Geschäftszeiten gebunden. Denn der Entschluss, sich vor einer Kurzschlussbehandlung noch jemanden anzuvertrauen, erfolgt bekanntlich selten zu den üblichen Bürozeiten. Der Wegfall einschränkender Bedingungen (z.B. Ausschluss bestimmten Nationalitäten oder Konfessionen) erhöht die Attraktivität

für alle Betroffenen. Die Vorhaltung von qualifiziertem Beratungspersonal signalisiert dem Ratsuchenden, dass sein Anliegen ernst genommen wird und kommt der Reputation des Anbieters zugute. Doch nicht die internen Vorgaben des Anbieters, sondern die Bedürfnisse und Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe bestimmen primär die Vorgehensweisen und die Angebotspalette. Ist der Anbieter bereit, sich medienkonform zu verhalten, werden Menschen erreicht, die selbst in schweren seelischen Notlagen nicht bereit sind, eine ambulante Beratungsstelle aufzusuchen. Die mediengestützte Beratung „verschleiert“ den für viele Menschen schwierigen Kontakt zu Fachkräften. In der Kommunikation über das Medium erlebt sich der Ratsuchende auf gleicher Höhe zu den Professionellen. Der Ratsuchende legt den Zeitpunkt der Kontaktaufnahme, den Gesprächsbeginn und dessen Ende selbst fest, die Inanspruchnahme bleibt ohne soziale und juristische Konsequenzen, um nur die wichtigsten Aspekte zu benennen. Die mediengestützte Beratung ist der Königsweg beim Versuch, psychosoziale Beratung allen Bevölkerungskreisen zugänglich zu machen.

Die Erfolgsgeschichte des Telefons wird wesentlich durch dessen universelle Verwendbarkeit für alle Bereiche der menschlichen Kommunikation bestimmt und erfuhr mit der Einführung der Mobiltelefonie eine nie gekannte Attraktivität. Besonders junge Menschen erliegen dem Reiz der Allgegenwärtigkeit des Mediums, ausgelöst durch einen Mehrwertdienst namens SMS (short message system). Dem unbefangenen Zuschauer will nicht sofort einleuchten, warum sich Kids – anstatt zu telefonieren – massenhaft mittels mühsam einzugebender Textbotschaften unterhalten. Die Einführung neuer Medien geht immer mit einer Einstellungsveränderung der sie benutzenden Gruppen einher, deren Nachhaltigkeit sich proportional zur Verfügbarkeit des Mediums verhält. Die Mobilmachung der Telefonie durch die Einführung des Handy ermöglicht die Kommunikation zu jedem Zeitpunkt, an nahezu jedem Ort und in jedem sozialen Raum. Öffentlicher und privater Raum gehen fließend ineinander über, Privates wird zunehmend in aller Öffentlichkeit verhandelt. Als Beleg seien die ungeniert und lautstark geführten Handygespräche in den Wagen der Deutschen Bundesbahn angeführt. Es entsteht die paradoxe Situation der „öffentlichen Privatheit“. Die Nutzer der Mobiltelefone lassen Fremde an privaten Gesprächen teilhaben, die Aushandlung privater (und teilweise intimer) Details wird nicht mehr davon abhängig gemacht, dass das Gespräch in einer geschützten Umgebung geführt werden kann. Die selbstkritische Bewertung des Gesprochenen unterbleibt, es zählt die schnelle Abarbeitung kommunikativer Routinen und Bedürfnisse. Das Thema bietet viele interessante Aspekte, die hier nicht weiter erörtert werden können. Voreiligen Ableitungen, dies bedeute ein gewaltiges Entwicklungspotenzial bei der künftigen Inanspruchnahme medialer Beratungsformen, muss mit Rücksicht auf folgende Tendenzen widersprochen werden:

- a) Obgleich sich die Trennung von Privatem und Öffentlichem noch weiter relativieren wird, bleibt die Inanspruchnahme psychosozialer Beratung nach wie vor stigmatisiert. Vor allem in ländlichen Regionen mit starker sozialer Kontrolle wird trotz der Bekanntheit der Angebote die Aufnahme einer Beratung wegen der zu befürchtenden sozialen Auswirkungen vermieden.
- b) Es ist derzeit noch ungeklärt, welche Problemlagen bevorzugt über die mediengestützte Beratung vorgetragen werden. Nahe liegend sind alle im Alltag hochgradig stigmatisierenden Verhaltensweisen oder Störungen wie selbstverletzendes Verhalten (SVV), Suizidalität, sexuelle Gewalt, oder multiple Persönlichkeitsstörungen sowie Fragen zur Sexualität. Es darf erwartet werden, dass die Höhe der Inanspruchnahme in einem proportionalen Verhältnis zur Prävalenz der genannten Themen im Alltag steht.

Trotz sinkender Hemmschwellen, Privates in aller Öffentlichkeit auszuplaudern, werden die Vorbehalte gegenüber der ambulanten psychosozialen Beratung weiterhin tradiert, die Inanspruchnahme ist für viele Menschen das Eingeständnis eines persönlichen Versagens. Einen Ausweg aus der Dichotomie von Stigmatisierung und Enttabuisierung bietet die psychosoziale Beratung über das Medium Internet. Die Kommunikation ist an die Schriftsprache gebunden und daher „stumm“, das Mithören (als Mitlesen) kann Fremden gegenüber verwehrt werden. Die Reduktion auf das (stumme) geschriebene Wort ermöglicht Privatheit in einer öffentlich gewordenen Welt. Bei aller Betonung der Vorteile dürfen die Gefahren nicht unerwähnt bleiben, die von der Nutzung des Mediums ausgehen, beginnend beim Datenschutz und der Datensicherheit bis hin zur Abhängigkeit, dazu später mehr.

Bislang fehlen Hinweise auf die wichtigste Eigenschaft, die ein Medium für die Nutzenden attraktiv macht: die „Interaktivität“. Sie ist definiert als eine beschreibbare Menge von Funktionen, die dem Nutzer das Gefühl vermitteln, ein Medium (eine Maschine) verhalte sich nach seinen Bedürfnissen oder sei „intelligent“. Die interaktive Maschine nimmt „Befehle“ entgegen, lässt Unterbrechungen des Ablaufs zu, gibt Rückmeldungen über den aktuellen Status oder über Fehler und benutzt Schrift und/oder Sprache zur Kommunikation. „Der Begriff interaktive Medien beschreibt zunächst eine technische Eigenschaft eines informationsverarbeitenden Systems, nämlich die Fähigkeit des

wahlfreien Zugriffs auf Informationen vor Ort oder über Netze sowie den Austausch von Informationen mit entfernten Personen (andere Lernende, Lehrende, Autoren, Tutoren etc.). Der Begriff der Interaktion bezieht sich damit auf technische Eigenschaften des Systems. Er beschreibt keine Qualität des wechselseitigen ("emphatischen") Agierens und Reagierens zwischen Lerner und System oder Personen" (Kerres, 2001). Interaktive Technik imitiert wichtige Ablaufregeln sozialer Kommunikation und verleiht der mediengestützten Kommunikation ein „menschliches“ Gesicht. Interaktivität kann in drei Ausbaustufen realisiert werden:

- a) Navigatorische (reaktive) Interaktivität – sie erlaubt eine einseitig zielgerichtete Kommunikation mit dem Medium,
- b) Funktionale (individualisierte) Interaktivität – sie erlaubt eine an die Bedürfnisse und Gewohnheiten des Nutzers einstellbare zielgerichtete Kommunikation mit dem Medium,
- c) Adaptive Interaktivität – sie erlaubt kreative Eigenleistungen des Nutzers und des Mediums und kommt der „echten“ Interaktivität am nächsten.

Je höher die Funktionalität des Mediums entwickelt und in der Lage ist, sich optimal an die kommunikativen Bedürfnisse der Zielgruppe anzupassen, je interaktiver und „passender“ wird das Medium empfunden. Bei der menschlichen Interaktion über das Medium tritt die Bedeutung aller drei Formen der Interaktivität in den Hintergrund. Nicht die Interaktivität des Mediums ist von Bedeutung, sondern Anzahl und Art der (technisch) zur Verfügung gestellten Kommunikationskanäle, mit denen die freie und kreative, nicht zwangsweise zielgerichtete Kommunikation zwischen Menschen realisiert wird (vergl. Lanier, 1995). Da den technischen Möglichkeiten heute kaum mehr Grenzen gesetzt sind, liegen Begrenzungen der Teilnahme allenfalls in der ökonomischen Verfügbarkeit oder nicht vorhandenen technischen Ressourcen.

(3) Exkurs: Kanalreduktion

Die Kommunikation mithilfe des Computers ist an Schrift gebunden, konnotierende Elemente wie Gestik und Mimik, Sprachführung und Stimmlage sowie die Aktivierung der übrigen Sinneskanäle entfallen. Die Reduktion auf Text verändert Form und Wirkweise der Kommunikation. Weil die Kommunikationspartner gegenseitig verborgen bleiben, wird es reizvoll, mit einer virtuellen Identität zu agieren (Mimikri), mit der selbst das basale Unterscheidungsmerkmal „Geschlecht“ aufgehoben werden kann. Verräterische Spuren zu einer bekannten Person ergeben sich innerhalb geschlossener Gruppen bestenfalls über individuelle Sprachmuster und -gewohnheiten, sollten diese nicht sorgfältig genug versteckt werden.

Die Kanalreduktion (Döring, 1999; Döring 2003, S.120) ist das prägnante Merkmal der computervermittelten Kommunikation. Die personale Repräsentanz entfällt, die Kommunikation findet zeitversetzt statt. Die für die zwischenmenschliche Begegnung charakteristische Situation einer „Taxierung“ des Gegenübers – unter Zuhilfenahme aller Sinne - entfällt. Den Inhalt begleitende Emotion können nur über den geschriebenen Text (unter Zuhilfenahme grafischer Emoticons) transportiert werden.

In dieser massiv „entleerten“ Situation kommt es zu einer Substitution aufseiten des Empfängers der Nachricht: er imaginiert. Vergleichbar der Lektüre eines Buchs entstehen im Kopf des Empfängers unwillkürlich Bilder, deren Validität nicht aufgeklärt werden kann. Die fehlende personale (physikalische) Repräsentanz wird durch die Imagination unbewusst und zwanghaft ausgeglichen. Medienengestützte Kommunikation wird um diese „Zusatzleistung“ ungewollt ergänzt. Auch wenn die Kopfbilder in der alltäglichen Kommunikation kaum stören, für die psychosoziale Beratung müssen sie problematisiert werden. Es ist nicht Aufgabe der Beratungsfachkraft, fehlende Merkmale der Rat suchenden Person zu imaginieren. Die Antwort soll nur die vorgetragenen Motive und Inhalte der Anfrage reflektieren. Erforderlich ist, die Kanalreduktion als Erweiterung des fachlichen Repertoires zu begreifen, wenn die Vorteile der mediengestützten Beratung umfassend ausgeschöpft werden sollen (Schultze, 2004). Der Wegfall emotional gefärbter Projektionsflächen sorgt für eine radikale Objektivierung und damit „Ent-Störung“ der Beratungsleistung.

Mediengestützte Beratung erfordert wegen der (kommunikations)technischen Besonderheiten eine Neudefinition der „professionellen Distanz“. Der als Mangel erlebte „reduzierte Gehalt“ medial vermittelter Beratungsanfragen wird ohne neu gelernte Distanz durch sachfremdes Verhalten kompensiert. Die Fachkraft begibt sich in Rolle des Dienstleisters und agiert mit übertriebener Empathie oder bedankt sich für die Inanspruchnahme des Dienstes beim Ratsuchenden. Auf der Grundlage dieser reflexartigen Mechanismen kommt es zu einer Umkehrung der Rollen, die Fachkraft begibt sich freiwillig in eine „Down-Position“. Die beschriebenen verbalen Klimmzüge führen zu einer

Mediatisierung der Beratung (mit Anklängen an bekannte Talkshows) ohne professionelle „Nähe-Distanzregulierung“ und riskieren den (Teil)Verlust der Fachlichkeit.

Bleibt der Vorgang der Imagination innerhalb des fachlichen Handelns unaufgeklärt (weil unbewusst), werden die Chancen vertan, die sich aus der emotionsfreien Beratungssituation ergeben, denn die Fachkraft kann sich vorurteilsfrei am vorgetragenen Problem orientieren. Projektiv bedeutet dies, dass unter den Bedingungen einer mediengestützten Beratung die Realisierung von Veränderungen allein beim Ratsuchenden liegt, was einen wichtigen Unterschied zur ambulanten Beratung mit ihren „manipulativen“ Möglichkeiten ausmacht. Aktuell fehlen Untersuchungen zur Wirksamkeit der mediengestützten Beratung im Zusammenhang mit der Aktivierung von Veränderungspotenzialen bei den Ratsuchenden. Auf der Basis der hier skizzierten Wirkverhältnisse wäre es nicht verwunderlich, wenn der mediengestützten Beratung die höhere Wirksamkeit zugeschrieben werden müsste.

Die Sprachkompetenz spielt für die Teilnahme an der CvK eine wichtige, wenn auch nicht die tragende Rolle. Wer jedoch in der Lage ist, seinen Identitätswechsel über einen Wechsel seiner sprachlichen Ausdruckformen zu perfektionieren, kann die sich bietenden Möglichkeiten des „Probierens“ extensiv ausschöpfen und einen tief greifenden Perspektivenwechsel vollziehen (Turkle, 1999, S. 285ff). Ein Beispiel dafür ist das Spiel mit der eigenen Geschlechterrolle. Die Mimikri der eigenen Identität und die aufdeckungsgeschützte Kommunikation sind die beiden Hauptmerkmale und zugleich Attraktoren¹ der medialen Kommunikation.

(4) Gründe für den Medienübergang: der individuelle Mehrwert

Die Beleuchtung der Frage, wie sich der Übergang von der Telefonseelsorge zur Beratung über das Netz vollzieht, zeigt auf einige technikimmanente Nachteile des Mediums Telefons. Ein Telefonat kann nicht in gleicher Weise einseitig beendet werden wie die Verbindung zum Internet, solange gültige Konventionen das Kommunikationsverhalten prägen. An Sprache gebunden bietet das Telefon die Möglichkeit zur Übermittlung der aktuellen Gefühlslage, aber im Umfeld heftiger Emotionen und fehlender Eigenkontrolle kann es zu ungewollten Enttarnungen kommen. Die Mitteilung privater Probleme erfordert eine zuhörfreie Umgebung und das Autoritätsgefälle zwischen Fachkraft und Ratsuchendem bleibt bestehen, der Dialog kann seine „manipulative“ Wirkung entfalten.

Im Gegensatz dazu ist die Kommunikation über das Internet zeitversetzt und die Länge des Gesprächs kann einseitig bestimmt werden. Die Praxis zeigt, dass von dieser Möglichkeit ausgiebig Gebrauch gemacht wird. Das Verwenden von Nicknamen erschwert bzw. verunmöglicht die Re-Identifikation der Teilnehmer. Die Kontaktaufnahme zum Beratungsangebot von jedem Ort aus möglich, an dem ein Internetzugang zur Verfügung steht. Der „unpersönliche“ und nach den (zeitlichen) Bedingungen des Ratsuchenden verlaufende Dialog ebnet das fachliche Gefälle zwischen Fachkraft und Ratsuchendem ein. Die Schwellen, die der Aufnahme einer face-to-face-Beratung entgegen stehen, sinken bzw. entfallen. Die Beratung über das Internet ist die aktuell niedrigschwelligste Form und erreicht dadurch Bevölkerungsteile, die den Gang zur ambulanten Beratung scheuen, aber grundsätzlich bereit sind, sich beraten zu lassen.

Ein weiterer Wirkfaktor ist die Faszination des Mediums Internet. Wegen der Vielfalt seiner Angebotsformen bleibt kaum ein menschliches Interesse unversorgt, weshalb das Medium über einen enormen individuellen Mehrwert verfügt, der die breite Akzeptanz erklärt. Der Begleitumstand, dass das Medium Internet alle bisherigen Kommunikationsformen (Kommunikationskanäle) in sich vereinigt, verleiht dem Internet die Stellung eines Meta-Mediums. Das Internet stellt aktuell die technisch übergreifende Plattform für alle heute bekannten technischen Kommunikationsformen dar.

Individueller Mehrwert

Der individuelle Mehrwert der mediengestützten Beratung liegt in der Möglichkeit, „Probierungen“ zu vollziehen. Die Aneignung einer weiteren Identität, zum Zwecke des Versteckens der mit Problemen behafteten, ist eine solche Probierung. Mit der zweiten Identität kann gefahrlos getestet werden, ob und wie das alternative Verhalten akzeptiert wird und welche persönlichen Vorteile damit verbunden sind. Verborgene Wünsche können sich ebenso „ausleben“ wie sozial

¹ „Allgemein bezeichnet dieser Begriff einen für ein System "attraktiven" dynamischen Zustand, im Sinne eines über die Zeit relativ stabilen Verhaltensmusters.“ In: Schiepek und Strunk, Dynamische Systeme, Heidelberg 1994, S.105ff.

tabuisierte Lebensformen. Identität definiert sich in der medialen Kommunikation als „Kontinuum von Selbsten (Personae)“ (Turkle, 1999, S. 424), der virtuelle Raum eröffnet die Möglichkeit für Probehandlungen, die hinsichtlich möglicher Konsequenzen ebenfalls virtuell bleiben. Das bedeutet nun keineswegs, dass ihnen keine Verbindlichkeit zugebilligt werden darf – die psychischen Auswirkungen von virtuell erlebbaren Emotionen (wie Frustration) dürfen nicht unterschätzt werden, aber die Auswirkungen – insbesondere negative - beschränken sich auf ein Umfeld, dem sich der Nutzer jederzeit entziehen oder durch Schlüpfen in eine weitere Identität erneut stellen kann. Das Medium erlaubt die nahezu grenzenlose Vervielfältigung der Identität zugunsten vieler Personae, die gleichberechtigt innerhalb der gleichen Person existieren und agieren können. Den Fachkräften der mediengestützten Beratung muss diese „Spaltung“ präsent sein, verbunden mit dem Bemühen, die Selbste in eine Kommunikation zueinander zu bringen, um ein problematisches Neben- und Gegeneinander sichtbar zu machen. Noch ist ungeklärt, ob bei Störungsbildern wie dem multiplen Persönlichkeitsyndrom (MPS) das Ausleben dieser Spaltungen kathartische oder triggernde Wirkung hat.

Die virtuelle Realität

Die aktuellen Erkenntnisse provozieren die spannende Frage, ob diese „innere Spaltung“ der Identität von der abendländischen Philosophie übersehen wurde oder ein Produkt der Schaffung virtueller Welten ist? Die Flucht in die virtuelle Realität² kann sozialphilosophisch als „Rückzug“ verstanden werden, um sich aus unübersichtlich gewordenen Anforderungen und Zusammenhängen der realen Welt in überschaubare und selbst gestaltete Welten zurückzuziehen (zum Beispiel www.habbohotel.de). Ziel ist die Konstitution von virtuellen Verhältnissen, auf die der Satz zutrifft: „Das ist meine Welt“. Philosophisch gesehen ist der Rückzug in die virtuelle Welt eine Weltflucht, die die philosophische Doktrin von der apriorischen Weltverbundenheit des Menschen außer Kraft setzt. „Das Ich begreift sich als zur Welt gehörend und kann sich doch nie endgültig in der Welt einrichten“. (Schulz, 1979, S. 9).

Nachhaltigkeit durch Schriftlichkeit

Ein weiterer Vorteil der Beratung über das Internet liegt in der Nachhaltigkeit der schriftlichen Kommunikation. Die Botschaften des geschriebenen Textes können jederzeit nachgelesen, neu interpretiert und in das Handlungsrepertoire eingebaut werden. Mehrmaliges Lesen verändert den Inhalt und die Wirkung des Textes auch aufseiten der Fachkräfte und hilft, den emotionsfreien Gehalt der Mitteilung zu entdecken und auf diesen angemessen zu reagieren. „Angemessenheit“ ist das Ergebnis einer mehrfachen Analyse und „Ent-Emotionalisierung“ des Textes. Dieses Ziel ist im Grundsatz erreicht, wenn es über die Antwort gelingt, dem Verfasser in neutraler Form die Wirkung der in der Anfrage enthaltenen Emotion zurückzukoppeln.

Über mehrere Beratungsetappen geführte Dialoge können aufseiten des Rat suchenden in der Summe aller Einzelaspekte bei den Ratsuchenden völlig neue Perspektiven entstehen lassen, es entsteht ein „Ganzes“, das mehr als die Summe seiner Teile ist (Aristoteles).

Anonymität und Mimikri

Die niedrige Hemmschwelle bei der Inanspruchnahme, die Möglichkeit der Mimikri (Anonymität) und der fehlende Zwang der personalen Repräsentanz sind starke motivationale Faktoren. Während die Maskierung der personalen Identität aufseiten der Ratsuchenden mittels Nicknamen ein allgemeiner Standard der mediengestützten Beratung ist, kann die Verwendung von Nicknamen aufseiten der Fachkräfte diskutiert werden. Einige der im Netz agierende Projekte weisen die beteiligten Fachkräfte mit ihren Realnamen (und Fotos) aus, andere wiederum maskieren die Fachkräfte. Die Entscheidung, wie die Fachkräfte agieren, sollte unter Beachtung der Erkenntnis erfolgen, dass nicht wenige Ratsuchende eine Beratung über das Medium deswegen in Anspruch nehmen, weil sie jegliche Kenntnis über das Gegenüber ausschließen wollen. Jede noch so kleine Preisgabe persönlicher Merkmale – und sei es nur der reale Name – behindert für diese Zielgruppe die unbefangene Kommunikation. Das paradoxe Motiv erklärt sich in dem Wunsch, eine von Menschen geführte Kommunikation aufzunehmen, die unter den Bedingungen der technischen Kommunikation abläuft, was zu einer spürbaren „Entpflichtung“ führt. Die Beweggründe einer solchen Haltung können darin liegen, dass dem Gegenüber die Ausweglosigkeit der eigenen Situation nicht zugemutet werden soll (der andere könnte daran zerbrechen). Oder der Ratsuchende fürchtet, dass persönliche Eigenschaften des Gegenüber an unangenehme Zusammenhänge im RL erinnern (zum Beispiel die

² Der Begriff der „Virtual Reality“ wurde 1991 von Jaron Lanier geprägt, vergl. Howard Rheingold, Virtual Reality, Summit Books 1991

Namensgleichheit mit einer im realen Leben stigmatisierten Person), was zu Hemmungen führen kann.

Stigmata und Tabuisierung

Die Abwesenheit jeglicher personaler Repräsentanz erleichtert nicht nur die Kontaktaufnahme, sie verringert auch die Hemmungen, Dinge zu sagen, die im face-to-face-Kontakt nicht oder nie gesagt würden (Weißhaupt, 2004, S. 579ff.). Die Tabuisierung von Themen, in Verbindung mit der Angst der Ratsuchenden, sich als uninformativ oder ungebildet zu „outen“, verhindern deren Benennung im Real Life. Nur kompetente Sprecher sind in der Lage, durch Sprechakte wie Ironie und Witz aufkommende „Peinlichkeiten“ rechtzeitig zu erkennen und zu umgehen. Die mediengestützte Beratung kommt ohne diese besonderen Kompetenzen aus, die Kommunikationspartner begegnen sich a priori in Augenhöhe. Sie ist das Ergebnis des Zusammenspiels von Anonymität, dem Wegfall sozialer Konventionen und einer Beratungssprache, die bewusst darauf achtet, das Gefälle zwischen Rat suchenden und Fachkräften einzuebnen (Weißhaupt, 2004, S. 584). Selbst wenn unterstellt wird, dass die beratende Zunft den sozialen Status nur „erklärend“ in die eigene Beratungsarbeit einfließen lässt, gelingt es Ratsuchenden nicht immer, die Minderwertigkeitsgefühle zu unterdrücken, die sich im face-to-face-Kontakt einstellen. Die Kanalreduktion bewirkt auch eine Reduktion der als unvoreilhaft erkannten persönlichen Eigenschaften und senkt die hemmenden Faktoren. Im Medium Internet haben sozial privilegierte Personen grundsätzlich die gleichen Ausgangsbedingungen wie weniger privilegierte.

(5) Die Beratungsformen über das Internet

Die Aufzählung der individuellen Vorteile und Freiheiten findet ihr vorläufiges Ende in dem Umstand, dass der Ratsuchende nur zwischen einer eingeschränkten Zahl von Beratungsformen frei wählen kann. Folgende Formen sind innerhalb der verschiedenen Angebote vertreten:

- a) die (webbasierte) Einzelberatung,
- b) die Beratung im Gruppenchat,
- c) die Beratung innerhalb des Forums.

In Abhängigkeit von den vorhandenen technischen und personellen Ressourcen halten nicht alle Anbieter halten alle Formen gleichzeitig vor.

Die Einzelberatung ist die intimste Beratungsform, die Beratung im Forum repräsentiert die öffentlichste. Wegen der in der Regel begrenzten Teilnehmerzahl nimmt der Gruppenchat eine Mittelstellung ein (bke, 2003).

Alle Formen – bis auf den Chat – sind asynchron, das heißt zeitversetzt. Die Antwort erfolgt nicht unmittelbar auf die Frage. Der Chat verlangt zwar die gleichzeitige Anwesenheit aller Teilnehmer, der Dialog verläuft sequenziell und in diesem Sinne zeitversetzt, „Dazwischenreden“ und „Unterbrechen“ oder „paralleles Kommentieren“ sind nicht möglich. Wegen der Art und Weise, wie Computer ein- und ausgehende Informationen verarbeiten, ist eine physikalische Gleichzeitigkeit nicht möglich.

Der Zeitversatz bietet die Chance einer maximalen individuellen Passung. Die Ratsuchenden können die Angebote uneingeschränkt nach individuellen Gewohnheiten oder Lebenslagen benutzen, die ambulante Beratung dagegen ist an Öffnungs- und Sprechzeiten gebunden. Das Internet ist rund um die Uhr zugehörbar, der nach Anbieter unterschiedlich große Zeitversatz zwischen Anfrage und Antwort wird von den Rat suchenden wegen der hohen Passung an die eigene Situation billigend in Kauf genommen und beeinträchtigt nicht die Medienkonformität. Auch der Wechsel zwischen den Beratungsformen bedarf keiner Zustimmung durch eine Fachkraft und ist nicht von der Verfügbarkeit eines weiteren Angebotes vor Ort (im Real Life) abhängig.

Die individuelle Passung lenkt den Blick auf die Frage, ob ein Zusammenhang zwischen den in der schriftbasierten Beratung zur Anwendung kommenden Methoden und den Erfolgen nachweisbar ist? Gelänge es, die zum Einsatz kommenden Methoden in einer Laien gegenüber verständlichen Form transparent zu machen und würde am Ende verglichen, welche der Methoden als jeweils passend bewertet wurden, stünde einer Erweiterung der Therapieforschung nichts im Wege.

(6) Chancen und Risiken der Beratung über das Netz

Eröffnet die Beratung über das Medium Internet eine neue Ära oder gar ein neues Jahrhundert der Beratung (Vossler, 2005)? Das Medium bietet aufgrund seiner eigenen Funktionslogik, seiner maximalen Passung an individuelle Lebenslagen und seiner zunehmenden Verbreitung die Chance zu einer Neubewertung der psychosozialen Beratung, sowohl durch die Ratsuchenden wie durch die im Feld arbeitenden Professionellen. Doch den Chancen stehen immer auch Risiken gegenüber, die es nicht zu vergessen gilt (Beck, 1986).

Datenschutz versus Datensicherheit

Die dem Ratsuchenden zugesicherte Vertraulichkeit hat technische Lücken. Die technischen Grundlagen der Kommunikation zweier Rechner erlaubt die Protokollierung von Merkmalen, die der nutzenden Person zugeordnet werden können. Der Umstand, dass die Bekanntgabe von Namen nur per Anordnung der zuständigen Staatsanwaltschaft möglich ist, relativiert den Sachverhalt auf die reguläre Praxis und verkennt, dass die Zahl der irregulären Praxen hoch und der Komplexität und der vielen Sicherheitslücken der Technik geschuldet ist. Das größte Sicherheitsrisiko bleibt der Nutzer selbst. Empfohlene Sicherheitseinstellungen am Betriebssystem und dem eingesetzten Browser werden ignoriert, die gleiche Person agiert mit identischem Nick und Passwort in mehreren Angeboten und erleichtert den illegalen Gebrauch der Zugangskennungen. Die jeder natürlichen Person zustehende „informationelle Selbstbestimmung“ begrenzt sich an den Unzulänglichkeiten der Technik und der Naivität der Nutzer, die in die vorhandene Technik blind vertrauen. „Grundaussage ist, dass Beratungseinrichtungen die Frage der Sicherheit nicht dem jeweiligen Nutzer überlassen, sondern von vornherein sichere Kommunikationswege zur Verfügung stellen sollten.“ (Landesbeauftragter für Datenschutz Sachsen-Anhalt, 2001). Dieses wünschenswerte Szenario dürfte noch einige Zeit auf sich warten lassen, denn viele Beratungsstellen bieten Beratung via E-Mail an, obgleich bekannt ist, dass diese Form der Nachrichtenübermittlung mitgelesen, gelöscht oder gefälscht werden kann. E-Mailberatung widerspricht den geltenden Datenschutzbestimmungen in eklatanter Weise (bke, 2004), was erstaunlicher Weise nicht dazu führt, dass diese Angebotsform umgehend eingestellt würde. Während das Datengeheimnis in der Ambulanz sorgsam gehütet wird, sinken die Bedenken bei der Beratung über das Medium zugunsten der Platzierung der eigenen Beratungsstelle im Konzert der Mitanbieter.

Die methodischen Grenzen der Beratung über das Netz

Die Beratung über das Medium kommt an ihre methodischen Grenzen, wenn beispielsweise die Durchführung psychometrischer Methoden (Test, motopädische Verfahren etc.) erforderlich ist. Nicht immer gelingt es, den Ratsuchenden zur Inanspruchnahme dieser Leistungen vor Ort zu motivieren, die Beratung über das Medium kann nur aufzeigen, nicht „drängen“. Der über das Medium angekündigte Suizid stellt die Fachkraft vor die schwere Entscheidung, sich ausschließlich gemäß der Nutzungsbedingungen des Angebots zu verhalten und im virtuellen Raum zu verbleiben. Wird die Beziehung des Ratsuchenden zur Fachkraft zum Selbstzweck, werden die Veränderungspotenziale eingeeengt. Zu diesem Zeitpunkt geht es nicht mehr um Veränderungen, sondern darum, durch ständig neue oder als unveränderbar deklarierte Probleme eine Legitimation für die Fortsetzung der Kommunikation mit der Fachkraft zu finden. „Die Beratung über das Medium lebt in der Gefahr, dass die virtuelle Bindung zum Selbstzweck wird und sich zur Konkurrentin der Entwicklungsfähigkeit im Real Life entwickelt“ (Thiery, 2004)

Die Grenzen der Inanspruchnahme

Schwer zu beantworten ist die Frage, ob die Zahl der Inanspruchnahmen von Beratungsangeboten steigt oder auf einem noch unbekanntem Niveau stabil bleiben wird. Neben demografischen Faktoren wie der Zunahme von Trennung und Scheidung (als nachfragesteigernde Tendenz) oder der Rückgang der Geburtenzahlen (als hemmende Tendenz) ist es die geringe Zahl der Internetzugänge in den Privathaushalten, die sich negativ auf die potentielle Inanspruchnahme auswirken dürfte. Auch der Umstand, dass in vielen Familien nur ein PC (kontrollierten) Zugang zum Internet hat, macht diesen für Beratungszwecke nicht eben tauglich, weil die Anonymität der Familienmitglieder nicht gewährleistet ist. Der Wildwuchs der Angebote erschwert die eindeutige Zählung derer, die psychosoziale Angebote über das Medium in Anspruch nehmen. Nicht alle Angebote werten die Zugriffe und Aktivitäten in vergleichbarer Weise aus, weil mit hohen Seitenzugriffszahlen über die mangelhafte Angebotsqualität und die bescheidene Nutzung hinweg getäuscht werden soll. So bleibt die Frage, welcher der angesprochenen Mehrwerte zur vermehrten Inanspruchnahme von Beratungsangeboten führen wird, weiter im Dunkeln. Ein Faktor für die Inanspruchnahme ist die Valenz des Themas. Angebote zum Thema Sexualität verzeichnen sehr hohe Zugriffszahlen. Ein einfacher (und schon deshalb einleuchtender) Erklärungsansatz besteht darin, dass es stets tabuisierte Themen sind, die über das Netz „verhandelt“ werden. Wenn das tabuisierte Thema eine

Vielzahl von Menschen betrifft, hat dies positive Auswirkungen auf die aktive Inanspruchnahme, ist die Prävalenz gering, hat dies abschwächende Wirkungen. Ob diese Logik die tatsächlichen Motive zureichend abbildet, sei dahin gestellt. Hingegen bedarf der Begriff der Tabuisierung einer Erweiterung, wenn es um die Probleme des Zusammenlebens in Familien geht. Familie und Erziehung sind per se kein Tabu, die innerfamiliären Vorgänge werden jedoch nur dann freiwillig öffentlich dargestellt, wenn sie sich positiv im Sinne der geltenden Normen oder der eigenen Erwartungen vollziehen. Negative Tendenzen werden durch Verschweigen „tabuisiert“ – es sei denn, dem Zeitgeist gelingt die Aktivierung eines latenten Exhibitionismus, wie er sich aktuell im Umfeld der TV-Erziehungssoaps zeigt und mit öffentlich zur Schau gestellten Peinlichkeiten nicht geizt.

Zertifizierung

Die noch immer fehlende Zertifizierung macht es Ratsuchenden schwer, die fachlich seriösen Angebote von den unseriösen zu unterscheiden. Ein normierender Standard könnte die prekäre Situation entschärfen, scheitert derzeit jedoch an den Partikularinteressen der Verbände. Die Angst, sich den beschlossenen Vorschriften selbst beugen zu müssen, verhindert ein konzertiertes Vorgehen mit dem Ziel, die mediengestützte Beratung in gleicher Weise zu schützen wie zum Beispiel die Erziehungsberatung vor Ort, die als Leistung des KJHG qualitativen Standards unterliegt.

Labile Persönlichkeiten im Netz

Die Möglichkeit der Vervielfachung des Selbst in virtuell agierende Personae (Turkle, 1999) erfordert die Kompetenz, den Überblick über deren Zweck zu bewahren. Es darf unterstellt werden, dass nur jene Teilnehmer einen persönlichen Gewinn aus ihrem virtuellen (zweiten) Dasein ziehen werden, die über ausreichende psychosoziale Stabilität verfügen. Unproblematisch scheint lediglich die spielerische Verwendung der Mimikri, wobei auch hier Fragezeichen gesetzt werden dürfen. Es kann jederzeit die Distanz zum Spiel verloren gehen und dieses als Realität gesetzt werden. Der Umstand, dass nur wenige bereit sind, ihre Erfahrungen mit der Beratung über das Internet via Feedback aufzuklären, lässt im Unklaren, in welcher Form und wie oft der Transfer der virtuellen Hilfestellungen ins reale Leben gelingt. Nicht unterschätzt werden darf der Umstand, dass das Spielen mit den vielen Seiten der eigenen Persönlichkeit zur Sucht werden kann. Verdrängungsleistungen spielen hierbei eine nicht unwesentliche Rolle. Die Einsicht, dass Änderungen im realen Leben nicht erreichbar sind, bindet die agierenden Personen an die anschiessame und geduldige Virtualität, die auch die größten Lebenslügen klaglos verkräftet und keine Limits für das „Game“ setzt.

Qualifizierte Beratung

Nicht alle Anbieter erkennen die tragende Rolle der Ausbildung und Qualifizierung der beteiligten Fachkräfte. Die Beratung über das Medium ist keine logische Fortsetzung der ambulanten Praxis. Gerade Fachkräfte mit jahrelangem erfolgreichem Background in der ambulanten Beratung können sich mit der Beratung über das Medium schwer tun. Anbieter, die mit feldfernen Ehrenamtlichen arbeiten, können diese Schwierigkeiten vernachlässigen, allerdings stellt sich die Frage, wie feldferne Ehrenamtliche auf schwierige Problemlagen reagieren, deren Bearbeitung nach den allgemein anerkannten Regeln des fachlichen Könnens eine fundierte psychologische Ausbildung voraussetzt (DAKJEF, 2004). Die Augenhöhe zwischen Fachkraft und Ratsuchenden führt dazu, dass letztere schnell bereit sind, die Fachkraft persönlich anzugehen, wenn sie sich unverstanden oder zurückgesetzt fühlen. Besonders Jugendliche neigen dazu, die eigenen Veränderungsleistungen durch Psychostress gegen Dritte zu begleiten. Die Bedeutung der professionellen Distanz ist für die Mitarbeit in der mediengestützten Beratung von besonderer Bedeutung. Wer nicht in der Lage ist, die geforderte Distanz optimal zu regeln, wird erleben dürfen, dass es im Laufe der Beratung zu einer Rollenumkehr kommt. Bei der Austragung von Konflikten stehen die sprachlichen Fähigkeiten der Fachkräfte auf dem (öffentlichen) Prüfstand, spätestens jetzt müssen die internen Unterstützungsstrukturen greifen. Deren Vorhaltung setzt die Arbeit in einem virtuellen Team voraus, ein Aspekt, dem die meisten Projektträger noch wenig Aufmerksamkeit schenken. Fehlt das virtuelle Team, verlagern die Fachkräfte ihren Unterstützungsbedarf in das Team der eigenen Beratungsstelle vor Ort und diskutieren die Inhalte der medialen Beratung mit Fachkräften, die in diesem Feld weder ausgebildet noch erfahren sind.

(7) Fazit und Ausblick

Die mediale Beratung befindet sich, trotz mehrjähriger Praxis, noch immer am Anfang. Sie hat weder Eingang gefunden in die Ausbildung der im Feld arbeitenden Professionellen noch in die Fortbildungscurricula der Fachverbände und Ausbildungseinrichtungen. Die Standards der Ausbildung der eingesetzten Fachkräfte bleiben dem Anbieter überlassen. Gleiches gilt für die Vorhaltung sicherer Kommunikationstechniken, die den Ratsuchenden von eigenen technischen Vorkehrungen entlasten. Die wissenschaftliche Begleitforschung könnte an fehlenden finanziellen Mitteln scheitern, Daten in Form anonymisierten Fallakten stehen allgemein zugänglich nicht zur Verfügung. Auch fehlt es an der Bereitschaft der Anbieter, sich gegenüber Evaluationen transparent zu machen. Wegen des hohen technischen Aufwandes sind Feedbackmöglichkeiten nur bei den renommierten Anbietern zu finden, die Masse der kleinen Anbieter verzichtet auf Selbstaufklärung und Qualitätssicherung. Die Verbände stellen die Verbandsinteressen vor die Installation allgemein anerkannter Standards. Zusammen mit der Zersplitterung der Angebote und Anbieter trägt dies zu einer Entwertung der Beratung über das Medium bei, anstatt die sich bietenden Chancen zu nutzen, werden Chancen und innovatives Potenzial verspielt.

Literatur:

- Beck, Ulrich: Risikogesellschaft, Suhrkamp Verlag 1986
Bke (Bundeskongferenz für Erziehungsberatung): Online-Beratung, Fürth 2003
Bke: Informationen für Erziehungsberatungsstellen 2/04
DAKJEF (Deutscher Arbeitskreis für Jugend- und Familienberatung), Grundsätze fachlichen Handelns in der institutionellen Beratung, http://www.bke.de/docs/download/Grundsaeetze_fachl_Handelns.pdf
Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet, Göttingen 1999
Döring, Nicola: Computervermittelte Kommunikation als therapeutisches Medium, in: R. Ott (Hrsg): Klinische Psychologie und Internet, Hogrefe 2003
Guay, Tim: WEB Publishing Paradigms. April 1995
Kerres, Michael.: Multimediale und telemediale Lernumgebungen, S. 100, Oldenbourg 2001
Landesbeauftragter für den Datenschutz in Sachsen-Anhalt: VI. Tätigkeitsbericht vom 01.04.2001 - 31.03.2003, <http://www.datenschutz.sachsen-anhalt.de/tb/tb6/kap12-5.htm>
Lanier, Jaron: Interaktivität ist ein Witz, in: c't 6/95, S. 68, Heise-Verlag
Schiepek und Strunk, Dynamische Systeme, Heidelberg 1994
Schulz, W.: Philosophie in der veränderten Welt
Schulz, Walter: Ich und Welt, Pfullingen 1979
Schultze, Nils-Günter: Ich wäre nie zu einem Psychologen gegangen, Zeitschrift für Jugendhilfe 11/2004, S. 405
Vossler, Andreas: Das Jahrhundert der Beratung, Zeitschrift für Medienpädagogik 05/2005,
Thiery, Heinz: Online-Beratung, Exkurs zum Studiengang „Soziale Arbeit“ der virtuellen Hochschule Bayerns
Turkle, Sherry: Leben im Netz, Rowohlt 1999
Weißhaupt, Ulrike: Die virtuelle Beratungsstelle: Hilfe für Jugendliche online, in: Praxis der Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie 8/04

Anschrift

Dipl.Päd. Heinz Thiery
Leiter der virtuellen Beratungsstelle der
Bundeskongferenz für Erziehungsberatung (bke)
thiery@bke.de