

ONLINE-JUGENDBERATUNG

**Eine kommunikationswissenschaftliche Arbeit über
eMail-, Chat- und Foren-Beratung**

DIPLOMARBEIT

zur Erlangung des Magistergrades der Philosophie
an der Fakultät für Sozialwissenschaften der Universität Wien

eingereicht von

Selina Iris ENGLMAYER

Wien, Mai 2005

aus worten können
wege werden ..*

danke für worte
(und mehr & überhaupt)

selina.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	1
2. Herkömmliche Beratung.....	3
2.1 face-to-face-Beratung.....	4
2.1.1 Gestaltung des Beratungsverlaufs.....	5
2.1.2 Beratungsmodelle und theoretische Ansätze.....	7
2.2 Telefonberatung.....	7
2.3 Ratgeberjournalismus.....	10
3. online-Jugendberatung.....	14
3.1 Definition und Formen von online-Jugendberatung.....	14
3.1.1 Beratung per eMail.....	15
3.1.2 Beratung im Chat.....	16
3.1.3 Beratung in online-Foren.....	16
3.2 Entstehung/Entwicklung der online-Jugendberatung.....	18
3.3 Spezifische Beratungsstrategien.....	18
3.3.1 Klient-zentrierter Ansatz von Rogers.....	19
3.3.2 Lösungsorientierter Ansatz von de Shazer.....	23
3.3.3 Das Vier-Folien-Konzept.....	26
3.3.4 SET – Kommunikation als dreiteiliges Kommunikationssystem.....	29
3.3.5 Das Transtheoretische Modell (TTM) und Motivierende Gesprächsführung.....	31
3.3.6 Kommunikationsstile zwischen Persönlichkeits- und Beziehungsdynamik von Schulz von Thun. . .	35
3.3.6.1 Der bedürftig-abhängige Stil.....	35
3.3.6.2 Der helfende Stil.....	37
3.3.6.3 Der selbst-lose Stil.....	38
3.3.6.4 Der aggressiv-entwertende Stil.....	39
3.3.6.5 Der sich beweisende Stil.....	41
3.3.6.6 Der bestimmend-kontrollierende Stil.....	42
3.3.6.7 Der sich distanzierende Stil.....	43
3.3.6.8 Der mitteilungsfreudig-dramatisierende Stil.....	45
3.4 AkteurInnen in der online-Jugendberatung.....	47
3.4.1 Jugendliche.....	48
3.4.1.1 Jugendliche als Rat Suchende	49
3.4.1.2 Jugendliche als Rat Gebende in online-Foren.....	50
3.4.1.3 Peer-BeraterInnen.....	50
3.4.2 Professionelle BeraterInnen.....	51
3.4.3 ModeratorInnen.....	53
3.5 Datenschutz in der online-Beratung.....	54
3.5.1 Sewecom (secure web communication).....	57

3.6 Vor- und Nachteile der online-Jugendberatung.....	58
3.6.1 Vorteile/Positive Aspekte aus Sicht der Rat Suchenden/Jugendlichen.....	58
3.6.2 Vorteile/Positive Aspekte aus Sicht der BeraterInnen.....	59
3.6.3 Nachteile/Negative Aspekte aus Sicht der Rat Suchenden/Jugendlichen.....	59
3.6.4 Nachteile/Negative Aspekte aus Sicht der BeraterInnen.....	60
3.7 Qualitätskriterien und -standards in der online-Beratung.....	60
3.8 Rechtliche Rahmenbedingungen der online-Beratung.....	61
3.8.1 E-Commerce Gesetz (ECG).....	62
3.8.2 Urheberrechtsgesetz (UrhG).....	63
3.8.3 Strafrechtliche Verantwortung in der online-Beratung.....	64
3.8.3.1 Strafrechtliche Verantwortlichkeit für den Suizid eines/einer KlientIn.....	64
3.8.3.2 Strafrechtliche Verantwortlichkeit bei Straftat eines/einer KlientIn.....	65
3.8.3.3 Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht.....	65
3.8.3.4 PsychologInnen, PsychotherapeutInnen und SozialarbeiterInnen im Strafverfahren.....	66
3.8.3.5 Weitere Rechtsgrundlagen für das Vorgehen im Akutfall.....	67
4 Jugendliche und Internet.....	68
4.1 Internetverbreitung und Nutzungsverhalten Jugendlicher.....	68
4.2 Mediennutzung als Sozialisation.....	71
4.3 Soziale Beziehungen und Internet.....	74
5. Kommunikation.....	75
5.1 Definition des Begriffs Kommunikation.....	75
5.2 Klassifikation von Kommunikationstypen.....	78
5.2.1 Eindimensionale Klassifikation.....	78
5.2.2 Mehrdimensionale Klassifikation.....	78
5.2.3 Neue Medien – online-Kommunikation.....	79
5.3 Die Anatomie einer Nachricht.....	80
5.4 Formen der Kommunikation.....	81
5.4.1 Interpersonelle Kommunikation.....	83
5.4.2 Gruppenkommunikation.....	83
6. Computervermittelte Kommunikation.....	83
6.1 Definition des Begriffs der Computervermittelten Kommunikation.....	87
6.2 Asynchrone und synchrone computervermittelte Kommunikation.....	88
6.2.1 Asynchrone computervermittelte Kommunikation.....	89
6.2.1.1 eMail.....	89
6.2.1.2 online-Forum.....	89
6.2.2 Synchrone computervermittelte Kommunikation.....	90
6.2.2.1 Chat.....	91

6.3 Mediencharakteristika	91
6.3.1 Interaktion.....	92
6.3.2 Ort und Zeit (Allgegenwärtigkeit und (zeitliche) Verfügbarkeit).....	92
6.3.3 Anonymität.....	94
6.3.4 Parasprache.....	94
6.3.5 Netiquette, Policy und Flaming.....	97
6.4 Modelle der Computervermittelten Kommunikation	98
6.4.1 Theorien zur Medienwahl.....	99
6.4.1.1 Rationale Medienwahl.....	99
6.4.1.2 Normative Medienwahl.....	101
6.4.1.3 Interpersonale Medienwahl.....	102
6.4.2 Theorien zu Medienmerkmalen.....	103
6.4.2.1 Kanalreduktion.....	104
6.4.2.2 Herausfiltern sozialer Hinweisreize.....	105
6.4.2.3 Digitalisierung.....	106
6.4.3 Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten.....	107
6.4.3.1 Theorie der sozialen Informationsverarbeitung.....	108
6.4.3.2 Simulation und Imagination.....	109
6.4.3.3 Soziale Identität und Deindividuation (SIDE).....	110
6.4.3.4 Netzkultur.....	111
7. Fallbeispiele	112
7.1 eMail-Beratung: ChEck iT! – http://www.checkyourdrugs.at	112
7.2 Chat-Beratung: HelpChat – http://www.kinderschutz-wien.at	116
7.3 Beratung in online-Foren: wienXtra – http://forum.wienXtra.at	121
7.3.1 pinwand.....	123
7.3.2 rat&hilfe.....	125
8. Zusammenfassung	128
9. Anhang	136
9.1 Beispiel Chat Kinderschutzzentrum Wien.....	136
9.2 Beispiel online-Forum rat&hilfe.....	138
10. Literatur	142

1. Einleitung

Seit einiger Zeit verzeichnen online-Beratungsangebote für Jugendliche einen großen Zuwachs, sowohl in der Anzahl der Angebote als auch in ihrer Nutzungsfrequenz. Von Fachleuten werden beispielsweise die Niederschwelligkeit der Angebote im Internet, geringe Barrieren für sozial ängstliche oder behinderte Menschen, gute Zugangsmöglichkeiten zu einem großen, kostengünstigen und vielfältigen Angebot sowie die Möglichkeit, anonym zu bleiben, als ausschlaggebende Gründe für diesen Boom genannt. Zudem stellt das Internet gerade für Jugendliche ein wichtiges, nahezu selbstverständliches Kommunikationsmedium dar. Sie nutzen das Internet zur alltäglichen Informations-Beschaffung, zur Kommunikation oder auf der schnellen und einfachen Suche nach Rat und Hilfe. Beratungseinrichtungen und Institutionen der Jugend- und Sozialarbeit stehen damit vor gänzlich neuen Herausforderungen, mit aktuellen Angeboten im Internet auf die Bedürfnisse der jungen UserInnen adäquat zu reagieren.

Die meisten online-Beratungsangebote werden von Jugendlichen sehr gut genutzt. Vor dieser neuen Aufgabe stehen viel BeraterInnen oft mit Unsicherheit und nicht ausreichender Ausbildung sowie adäquater Qualifikation hinsichtlich der Möglichkeiten, Chancen und Grenzen der online-Beratung. Es stellt sich die Frage, wie kompetente, qualitativ hochwertige Arbeit mit und für Jugendliche im Internet aussehen kann. Oft tauchen auch Unsicherheiten hinsichtlich der rechtlichen Situation von online-Beratungsinstitutionen und BeraterInnen auf: Wie gilt es, mit „heiklen“ Themen wie Suizid, sexuellem, körperlichem sowie seelischem Missbrauch oder Drogenkonsum umzugehen? Lassen sich Modelle der face-to-face- oder Telefon-Beratung auf Beratung im Internet übertragen? Einige Beratungseinrichtungen erstellen eigene Richtlinien und Leitfäden, nach welchen sie beraten und transferieren herkömmliche Beratungsmodelle auf die online-Beratung, bzw. stimmen diese auf die online-Beratung ab. Dass eine theoretisch und praktisch fundierte Auseinandersetzung mit dem Thema der online-Jugendberatung sehr relevant ist, ist nur allzu verständlich: Die Rat Suchenden, die sich an eine online-Beratungsstelle wenden, bringen bestimmte Bedürfnisse, Erwartungen und Vorstellungen mit (ein), denen die BeraterInnen gerecht werden sollten. Die BeraterInnen tragen folglich eine sehr hohe Verantwortung gegenüber den Rat suchenden Jugendlichen.

In meiner Arbeit setze ich mich, ausgehend von der Kommunikationswissenschaft, mit diesen Fragen, den Voraussetzungen, Möglichkeiten und weiteren relevanten Fragen für die online-Jugendberatung auseinander. Gegenstand meiner Diplomarbeit sind eMail-, Chat- und Foren-Beratung österreichischer AnbieterInnen, nicht jedoch Angebote von

online-Psychotherapien oder dergleichen.

In Kapitel 2 „Herkömmliche Beratung“ beschäftige ich mich mit den herkömmlichen Formen von (Jugend-)Beratung: Der face-to-face- und Telefonberatung sowie mit dem Ratgeberjournalismus. Hier gilt es, sich mit der jeweiligen Beratungssituation, den Unterschieden und Ähnlichkeiten im Beratungs-Setting und den jeweiligen Möglichkeiten auseinander zu setzen. Ebenso soll nach Möglichkeiten des Transfers von herkömmlichen Beratungsmethoden auf die online-Beratung gesucht werden.

In Kapitel 3 „online-Jugendberatung“ geht es um Definition und Entwicklung der online-Beratung. Ein wichtiger Teil dieses Kapitels wird auch die Auseinandersetzung mit den Formen der online-Beratung sein. Des weiteren sollen spezifische Beratungsstrategien, -modelle und -methoden aus Theorie und Praxis thematisiert werden, außerdem werde ich mich mit den AkteurlInnen und Rollen in der online-Jugendberatung, den Vor- und Nachteilen der online-Beratung sowie Qualitätskriterien und -standards und rechtlichen Rahmenbedingungen dieser ziemlich neuen Beratungsform auseinander setzen.

Im vierten Kapitel „Jugendliche und Internet“ werde ich mich mit dem Internet-Nutzungsverhalten Jugendlicher beschäftigen. Auch die Themen Mediennutzung, Sozialisation sowie soziale Beziehungen im Internet werden in diesem Teil meiner Arbeit behandelt.

Kapitel 5 „Kommunikation“ beschäftigt sich mit dem Begriff und den Formen der menschlichen Kommunikation. Es handelt des weiteren von verschiedenen Kommunikationstypen sowie von Individual- und Gruppenkommunikation, da diese beiden Kommunikationsformen besonders für die online-Kommunikation relevant sind und daraus Folgerungen für online-Kommunikation gezogen werden können.

Um online-Kommunikation, bzw. um „Computervermittelte Kommunikation“ geht es in Kapitel 6. Zuerst gilt es, den Begriff der computervermittelten Kommunikation zu definieren. In der Folge wird eine Einteilung der online-Beratungstypen eMail, Chat und online-Foren in synchrone und asynchrone computervermittelte Kommunikationsformen vorgenommen. Schließlich werde ich auf die Spezifika und Mediencharakteristika (z.B. Interaktion, Anonymität, das Verhältnis von Zeit und Ort) unter besonderer Berücksichtigung der online-Jugendberatung eingehen. In diesem Kapitel werden auch Modelle der computervermittelten Kommunikation vorgestellt, da diese für die Möglichkeiten der online-Beratung eine große Relevanz haben.

Abschließend stelle ich in Kapitel 7 je ein Fallbeispiel der eMail-, Chat- und Foren-Beratung vor. Dabei wird es sich vorrangig um eine Reflexion des vorangegangenen theoretischen Teils meiner Arbeit auf die praktische online-Jugendberatung handeln.

2. Herkömmliche Beratung

In einer Beratungssituation begegnen sich zwei Menschen, einE RatsuchendeR und einE BeraterIn. Die beiden Menschen können sich in ihrem Temperament, ihrer Herkunft, ihrem Urteilen und Handeln, ihren Normen und Wertvorstellungen, sozialen Rollen und Anpassungsverhalten und in vielen anderen Dingen unterscheiden oder einander auch (sehr) ähnlich sein. „Selbst wenn wir annehmen, dass sich das Ziel ‚helfen und beraten wollen‘ des einen mit dem Ziel ‚Hilfe und Rat suchen‘ des anderen ergänzen, können noch genügend Hindernisse auf dem Weg zu diesem Ziel liegen.“¹ Eine herkömmliche Beratungssituation ist geprägt von BeraterIn und dem/der Rat Suchenden mit deren Gemeinsamkeiten und Unterschieden.

Ein wichtiger Faktor in Beratungssituationen ist die Problemdefinition. Ein Problem besteht aus drei Komponenten: „einem unerwünschtem Anfangszustand, einem erwünschten, aber noch nicht erreichten Endzustand und einer Barriere, welche die Transformation vom Anfangs- in den Endzustand verhindert.“² Eine Problemdefinition ist nun das Wissen, über eine Abweichung von dem gewünschten Zustand. Und sie ist mit Wertungen verbunden: Ein Zustand wird als negativ, der andere als positiv und wünschenswert definiert. Eine Problemlösung ist das typisierte Wissen über Operatoren, welche es ermöglichen, die Barriere zu überwinden und den gewünschten Endzustand zu erreichen. Der Faktor Problemdefinition ist in allen Beratungssituationen relevant: Das heißt in der face-to-face- sowie der telefonischen Beratung, im Ratgeberjournalismus sowie selbstverständlich auch in der online-Beratung.³

Neben oben genannten möglichen Unterschieden bzw. Ähnlichkeiten zwischen BeraterInnen und Rat Suchenden kommen verschiedene Einflussfaktoren, die den Beratungsprozess stören können, hinzu. Dazu zählen beispielsweise unterschiedliche Motive und Ziele der an der Beratung beteiligten Personen, Ängste und Unsicherheiten, sprachliche Hindernisse, mangelndes Vertrauen, mangelnde Kompetenz oder unterschiedliche moralische Vorstellungen. Diese möglichen Störfaktoren können zu einer unterschiedlichen Wahrnehmung der jeweils anderen am Beratungsprozess beteiligten Person und des

¹ Bachmair, Sabine e.a.: Beraten will gelernt sein. Ein praktisches Lehrbuch für Anfänger und Fortgeschrittene. Psychologie Verlags Union. München. 1989. 4. Auflage. S. 16.

² Hömberg, Walter / Neuberger, Christoph: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätter Materialien zum Journalistik 3. o.V. Eichstätt. 1995. S. 10.

³ vgl. ebd. S. 10.

Beratungsprozesses führen.

Außerdem stellt die Beratungssituation oftmals keine Ausgeglichenen dar. Der/die Rat Suchende sollte sich dem/der ihm/ihr zu Beginn meist völlig unbekanntem BeraterIn öffnen und eigene Schwächen sowie Fehler zugeben und ihm/ihr Vertrauen entgegen bringen. Auf der anderen Seite befindet sich der/die zumindest formal kompetente BeraterIn, der/die mit Abstand zu den Rat Suchenden und deren Problemen das in ihn/sie gesetzte Vertrauen nicht missbrauchen darf. Bezogen auf jugendliche Rat Suchende stellt diese Tatsache oftmals ein noch größeres Problem dar. Denken wir beispielsweise an ein SchülerIn-BeratungslehrerIn-Verhältnis. Denn in dieser Beratungssituation ist das Verhältnis zwischen den beiden Personen von Beginn an unausgeglichen, der/die SchülerIn befindet sich in einer gewissen Abhängigkeit zum/zur BeratungslehrerIn. Diese Abhängigkeit wirkt sich zumeist nicht positiv auf Beratungsprozess und -fortschritte aus.⁴

Viele Beratungsmethoden gehen davon aus, dass die BeraterInnen das Problem der Rat Suchenden durchschauen und entscheiden, welche Ziele die Person ansteuern soll. Die BeraterInnen können dem zufolge Ratschläge erteilen, weil sie einen Wissensvorsprung haben und über viele Informationsquellen verfügen. In ihrer ExpertInnenrolle wissen die BeraterInnen, was das Beste für die Rat Suchenden ist. Dem entgegengesetzt ist der klient-zentrierte Ansatz von Rogers, welcher sich darauf konzentriert, den Rat Suchenden zu helfen, ihre Probleme selbstständig zu erkennen und zu lösen und für sich und ihre Problemlösungen Verantwortung zu übernehmen.⁵ Auf das klient-zentrierte Modell gehe ich im Kapitel 3.3.1 näher ein, da es auch in der online-Beratung sehr häufig Anwendung findet und gute Beratungserfolge erzielt.

Mit den Vor- und Nachteilen der herkömmlichen Beratungsmethoden (face-to-face- und Telefonberatung sowie Ratgeberjournalismus) im Vergleich zur online-Beratung beschäftige ich mich im Kapitel 3.6 im Detail.

2.1 face-to-face-Beratung

Für viele Menschen stellt der Besuch einer Beratungsinstitution eine große Hürde dar. Abgesehen von „organisatorischen“ Problemen (z.B. Erreichbarkeit von Beratungsinstitutionen, gerade bei Personen, die im ländlichen Raum wohnen, Finanzierung der Beratung, die Frage, welche Beratung für den/die Rat Suchende/n die geeignete ist, etc.) kommt sehr oft dazu, dass sich die Rat Suchenden eingestehen müssen, dass sie mit ihren Problemen nicht mehr alleine zurecht kommen, dass sie professionelle Hilfe be-

⁴ vgl. Bachmair, Sabine e.a.: Beraten will gelernt sein. Ein praktisches Lehrbuch für Anfänger und Fortgeschrittene. Psychologie Verlags Union. München. 1989. 4. Auflage. S. 16-17.

⁵ vgl. ebd. S. 21.

nötigen. In dieser Situation muss der/die Rat Suchende von der/dem BeraterIn aufgefangen werden, der/die Rat Suchende benötigt Ermutigung und eine Atmosphäre der Sicherheit.⁶

2.1.1 Gestaltung des Beratungsverlaufs

Ausgehend von Rogers⁷ möchte ich im Folgenden die wesentliche Elemente des „idealen“ Beratungsverlaufs einer nicht-direktiven face-to-face-Beratung vorstellen. Rogers selbst weist darauf hin, dass die Strukturierung eines derart subtilen Prozesses auch anders erfolgen hätte können. Aber als Ganzes ist die von ihm beschriebene Therapie ein methodischer, folgerichtiger Prozess, welcher in seinen allgemeinen Umrissen zum Teil sogar vorhersehbar ist.

- Der/die KlientIn will Hilfe: Als einer der bedeutendsten Schritte einer Beratung oder einer Therapie ist der Schritt eines/einer KlientIn, eine Beratungsinstitution aufzusuchen, weil er/sie Hilfe erhalten möchte. Die Hilfe suchende Person begeht damit eine höchst verantwortliche Handlung. Wenn der/die KlientIn die Verantwortung für sein/ihr Kommen akzeptiert, diese also nicht an andere Personen (z.B. Eltern, LehrerInnen) abgibt, dann akzeptiert er/sie auch die Verantwortung für die Arbeit an seinen Problemen.
- Die Situation ist definiert: Die Beratungssituation ist meist recht klar definiert. Dem Großteil der KlientInnen ist meist von Anfang an die Tatsache bewusst, dass der/die BeraterIn keine Patentlösungen bereit hält, sondern dass die Beratungssituation für die Rat Suchenden die Möglichkeit darstellt, mit professioneller Hilfe Lösungen für ihre Probleme zu erarbeiten. Die Grundidee, dass die KlientInnen die Freiheit haben, sich die Lösungen, die sie brauchen, zu erarbeiten, muss bei vielen KlientInnen immer wieder betont werden.
- Die Ermutigung zum freien Ausdruck: Der/die BeraterIn ermutigt die KlientInnen zum freien Ausdruck von Gefühlen (wie Angst, Wut, Sorge, Schuld, Feinseligkeit etc.) im Zusammenhang mit dem Problem. Zum einen wird dies durch eine interessierte und aufnahmebereite Einstellung des/der BeraterIn erreicht, zum anderen durch gute Interviewtechniken. Den Rat Suchenden soll dazu vermittelt werden, dass die Beratungseinheit allein ihnen zur Verfügung steht und dass sie nach ihren Wünschen genutzt werden kann.
- Der/die BeraterIn akzeptiert und klärt: Der/die BeraterIn erkennt und akzeptiert die

⁶ vgl. ebd. S. 26.

⁷ vgl. Rogers, Carl R.: Die nicht-direktive Beratung. Counseling and Psychotherapy. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1985. S 38ff.

negativen Gefühle der KlientInnen. Dies ist kein einfacher Prozess, denn der/die BeraterIn darf nicht auf den Inhalt dessen, was die Person sagt, reagieren, sondern soll die unterschwelligeren Gefühle aufgreifen und diese meist verbal klären. Dies schafft eine Atmosphäre für den/die Klienten/in, in der er/sie erkennen kann, dass er/sie negative Gefühle hat und diese leichter und mitunter noch verstärkter zum Ausdruck bringen kann. Dies wiederum ermöglicht, dass die Person diese Gefühle als Teil ihrer selbst akzeptieren kann, statt sie beispielsweise hinter Abwehrmechanismen zu verbergen.

- Der stufenweise fortschreitende Ausdruck positiver Gefühle: Sind die negativen Gefühle des/der KlientIn erschöpfend ausgedrückt, folgen ihnen anfangs schwach und zögerlich positive Impulse, die das „Wachsen der Persönlichkeit“ fördern. Je heftiger und negativer die Gefühle ausgedrückt wurden, desto sicherer folgt der Ausdruck positiver Gefühle, der Liebe, sozialer Impulse oder des grundlegenden Selbstrespekts.
- Das Erkennen positiver Impulse: Ebenso wie die negativen Gefühle erkennt und anerkennt der/die BeraterIn die positiven Gefühle und Ausdrücke der KlientInnen. Weder Beifall noch Lob sollen in dieser Situation ausgesprochen werden, weil moralische Werte nicht in die Therapie mit eingehen. Auf diese Art und Weise hat die Rat suchende Person die Möglichkeit, sich so zu verstehen, wie sie ist. Einsicht und Selbstverstehen treten oft spontan hervor.
- Die Entwicklung von Einsicht: Das Verstehen und Akzeptieren des Ich, des Selbst, ist ein weiterer wichtiger Schritt im gesamten Beratungsprozess. Dieses Einsehen stellt die Basis dar, von welcher aus das Individuum zu neuen Integrationsebenen gehen kann.
- Die Klärung der zur Wahl stehenden Möglichkeiten: Gleichzeitig zu diesem Prozess der Einsicht findet ein Prozess der Klärung möglicher Handlungsabläufe, möglicher Entscheidungen statt. Diese Schritte laufen in der Beratung weder getrennt voneinander, noch in einer strengen Reihenfolge ab. Häufig findet dieser Prozess der Klärung der Möglichkeiten mit einer etwas hoffnungslosen Einstellung statt. Die Rolle des/der TherapeutIn liegt auch hier nicht darin, Ratschläge oder Anweisungen zu geben. Viel mehr sollen die verschiedenen Optionen geklärt und Angst und Mutlosigkeit anerkannt werden.
- Positive Handlungen: In der Folge kommt die Initiation kleiner, aber höchst bedeutsamer positiver Handlungen. Die neuen unternommenen Handlungen nach der Einsicht sind meist bewundernswert der Situation angemessen.
- Wachsende Einsicht: Sobald der/die KlientIn ein größeres Maß an Einsicht erlangt und einige positive Handlungen ausprobiert hat, sind die weiteren Aspekte Elemente des

Wachsens. Das Individuum gewinnt zunehmend Einblick in seine Handlungen.

- Gesteigerte Unabhängigkeit: Der/die KlientIn setzt immer mehr positive Handlungen, hat weniger Angst vor Entscheidungen und mehr Vertrauen in selbst gelenkte Handlungen. KlientIn und BeraterIn arbeiten in dieser Phase auf eine neue Art und Weise zusammen, es werden in Gesprächen Handlungen betrachtet, die am Anfang der Beratung Angst, Aggression, Frustration etc. ausgelöst haben.
- Das nachlassende Hilfsbedürfnis: Bei dem/der KlientIn nimmt das Bedürfnis nach Hilfe ab und er/sie erkennt auch, dass die therapeutische Beziehung zu Ende gehen muss. Wie zu Beginn der Beziehung wird der/die KlientIn weder zum Abschluss noch zur Aufrechterhaltung der Beratung gedrängt.

2.1.2 Beratungsmodelle und theoretische Ansätze

Bachmair e.a. thematisieren „Verhaltenseigenschaften“ von guten BeraterInnen:

- „Emotionale Wärme, Akzeptieren und Achten des Klienten (Akzeptanz)
- Einführendes Verstehen (Empathie)
- Echtheit im Verhalten des Beraters (Kongruenz)⁸

Genau diese Variablen, die sich in der empirischen Forschung als wichtig für den Erfolg von Beratungsgesprächen und Gesprächstherapien erwiesen haben, sind auch in der online-Beratung von besonderer Bedeutung für die Beziehung zwischen BeraterIn und KlientIn und tragen sehr zu einem positiven Beratungsverlauf und -erfolg bei. Aufgrund dessen gehe ich im Detail auf Akzeptanz, Empathie und Kongruenz im Kapitel 3.3.1 ein.

2.2 Telefonberatung

1953 wurde der erste „Notruf für Suizidgefährdete“ in London gegründet, und damit also die erste telefonische Beratung in Europa. Die Idee, eine Beratung per Telefon zu bieten, breitete sich rasch über den europäischen Raum aus. Seit 1967 gibt es die Telefonseelsorge in Wien, getragen von der evangelischen und katholischen Kirche. Die Zahlen der AnruferInnen steigen kontinuierlich: 1971 erreichten die Telefonseelsorge Wien 700 Anrufe, im Jahr 2000 waren es 33.000. Die großteils ehrenamtlichen MitarbeiterInnen der Telefonseelsorge Österreich sind rund um die Uhr erreichbar und die Anrufe sind kostenlos, die Verfügbarkeit ist also sehr hoch.⁹ Neben der Telefonseelsorge gibt es in Österreich selbstverständlich noch weitere Angebote an telefonischer Beratung. Diese

⁸ Bachmair, Sabine e.a.: Beraten will gelernt sein. Ein praktisches Lehrbuch für Anfänger und Fortgeschrittene. Psychologie Verlags Union. München. 1989. 4. Auflage. S. 29.

⁹ <http://www.telefonseelsorge.at/wien/gw.htm>. 27.01.05.

sind zum Teil regional begrenzt und es gibt viele Einrichtungen, die entweder für spezielle Zielgruppen (z.B. Rat auf Draht für Kinder, das Wiener Mädchentelefon, Frauennotruf Wien etc.) oder zu bestimmten Themengebieten (z.B. SozialRuf Wien, Wiener Mieterberatung, Gesundheitstelefon etc.) telefonische Beratung anbieten.¹⁰

Bezüglich der Grundsätze von Telefonberatungs-Einrichtungen stütze ich mich auf die Grundsätze der Telefonseelsorge Wien bzw. Österreich.¹¹ Anmerken möchte ich, dass andere Einrichtungen in ihren Grundsätzen und Motiven selbstverständlich davon abweichen (können).

- Anonymität: Die AnruferInnen müssen ihren Namen bei einem Anruf nicht nennen, es ist auch keine Telefonnummer am Display der BeraterInnen ersichtlich. Im Jahr 2002 gaben 37,5% der AnruferInnen bei der Telefonseelsorge Österreich freiwillig und ohne diesbezügliche Aufforderungen ihren Namen bekannt.¹² Ebenso haben die BeraterInnen das Recht, anonym zu bleiben.
- Vertraulichkeit: Alle BeraterInnen stehen, unabhängig von ihrer Ausbildung, unter Schweigepflicht. Es ist ihnen also nicht gestattet, außerhalb der Telefonseelsorge darüber zu sprechen, wer angerufen hat oder worüber gesprochen wurde.
- Erreichbarkeit: Die Telefonseelsorge ist 24 Stunden erreichbar, auch an Wochenenden und Feiertagen. An dieser Stelle muss jedoch angemerkt werden, dass es vielen AnbieterInnen aus finanziellen und/oder personellen Gründen nicht möglich ist, einen 24-Stunden-Dienst anzubieten. Daher geht es in erster Linie darum, die „Öffnungszeiten“ ausreichend zu kommunizieren und diese auch verlässlich einzuhalten.
- Ideologiefreiheit: In diesem Grundsatz geht es darum, dass weder auf AnruferInnen noch auf MitarbeiterInnen ideologischer, politischer, religiöser oder kultureller Druck ausgeübt werden darf.
- Ziel: Das „Ziel aller Bemühungen ist die Hilfe zur Selbsthilfe.“¹³

Kinder und Jugendliche nutzen telefonische Beratung in den letzten Jahren vermehrt, die Anrufe sind stark angestiegen. So haben im Jahr 2003 allein in Wien 14.395 Kinder und Jugendliche bei der Telefonseelsorge angerufen. 90% der Anrufe sind Scherz- oder Testanrufe, welche zum Großteil von 10- bis 14-Jährigen getätigt werden. Teilweise steckt

¹⁰ Alle Informationen zu den Wiener Telefonberatungsangeboten auf <http://www.wien.gv.at>, Informationen zu Rat auf Draht unter <http://confetti.orf.at/rataufdraht>. 27.01.05.

¹¹ vgl. <http://www.telefonseelsorge.at/wien/wsugw.htm>. 27.01.05.

¹² vgl. ebd.

¹³ <http://www.telefonseelsorge.at/wien/wsugw.htm>. 27.01.05.

dahinter Langeweile, bzw. Kinder und Jugendlichen machen sich einen Spaß aus Scherzanrufen. Auf der anderen Seite stellt ein Testanruf oftmals wirklich einen Test dar, „ob der oder die erwachsene BeraterIn wirklich vertrauenswürdig ist und man ihr oder ihm auch mit einem echten Problem kommen kann.“¹⁴ Dieses Phänomen des Abtestens der BeraterInnen gibt es auch in der online-Beratung. Das heißt, nicht selten beschreiben die Rat Suchenden in der online-Beratung ein „kleineres“ Problem und testen so ab, wie der/die BeraterIn darauf reagiert und ob man sich versteht bzw. verstanden fühlt. Erst dann wird oft das eigentliche, zumeist viel gravierendere Problem zum Thema gemacht. Die Gesprächsthemen in der telefonischen Beratung bei Kindern und Jugendlichen sind folgende (nach Häufigkeit, der bei der Telefonseelsorge Österreich besprochenen Themen, gereiht): Partnersuche und Liebeskummer, Probleme in der Familie, Sexualität, Homosexualität, Schwangerschaft, Probleme mit FreundInnen, Gewalt und Missbrauch sowie Schule und Beruf. Prinzipiell rufen mehr Mädchen und junge Frauen als Burschen und junge Männer bei der Telefonseelsorge an.¹⁵

Face-to-face-Beratung stellt Beratung über einen mehr oder weniger langen Zeitraum dar, ist also auf Kontinuität angelegt. Bei der Telefonberatung gestaltet sich dies ein wenig anders: Im Jahr 2002 waren 30,3% der Anrufe Erstkontakte, 30,1% Mehrfachkontakte, bei 39,6% war die Anzahl der Kontakte unbekannt. Wir haben es hier also mit einem im Vergleich zur face-to-face-Beratung relativ geringen Anteil an Mehrfachkontakten zu tun, oftmals bleibt es in der Telefonberatung bei einem einzelnen Gespräch zu einem Thema.¹⁶ Hinzu kommt, dass die meisten Gespräche erstaunlich kurz andauern: Bei der Telefonseelsorge Deutschland dauerten 48% der Gespräche im Jahr 2002 bis zu 5 Minuten.¹⁷ Bei der Telefonberatung ist daher vermutlich besonders relevant, Beratungsmodelle der Kurzzeittherapie anzuwenden bzw. Krisenintervention zu betreiben sowie auf geeignete Beratungsstellen zu verweisen. Eine längerfristige, telefonische Beratung gestaltet sich schwierig, da es aus organisatorischen Gründen nahezu unmöglich scheint, bei jedem Anruf denselben/dieselbe BeraterIn zu erreichen. Und eine kontinuierliche Beratung wäre wohl nur dann möglich. Andernfalls müssten die Rat Suchenden bei jedem Anruf von Neuem ihr Problem schildern und die BeraterInnen wissen in dieser Situation nicht, was der/die vorhergehende BeraterIn bereits geraten hat bzw. welche Hilfestellungen bereits geleistet wurden. Eine solche Situation wäre wohl für die Rat Suchenden und BeraterInnen nicht zufrieden stellend.

Was bereits an dieser Stelle recht deutlich wird, ist, dass sich face-to-face- und

¹⁴ <http://www.telefonseelsorge.at/wien/stki.htm>. 27.01.05.

¹⁵ vgl. ebd.

¹⁶ <http://www.telefonseelsorge.at/datenFakten.html>. 27.01.05.

¹⁷ http://www.telefonseelsorge.de/hintergrund/statistik_telefon.htm. 27.01.05.

telefonische Beratung keinesfalls gegenseitig verdrängen. Es kommt vielmehr dazu, dass beide Beratungsformen für unterschiedliche Probleme und für unterschiedliche Zielgruppen besonders gut einsetzbar/anwendbar sind und jede Beratungsform spezifische Vor- und Nachteile aufweist.

2.3 Ratgeberjournalismus

Bei der face-to-face- und telefonischen Beratung übernehmen professionell ausgebildete BeraterInnen und TherapeutInnen die RatgeberInnen-Funktion. Beim Ratgeberjournalismus verhält sich dies bis zu einem gewissen Grad anders: Hömberg thematisiert die Ratgeberfunktion der JournalistInnen, die diese neben anderen Funktionen wie beispielsweise Information, Unterhaltung oder Kritik und Kontrolle, innehaben. Die Ratgebenden sind also zusätzlich zu ihrer fachspezifischen Qualifikation (z.B. PsychotherapeutIn, SozialarbeiterIn, Lebens- und SozialberaterIn, ÄrztIn, JuristIn, TheologIn etc.) auch JournalistInnen, die LeserInnen-Fragen beantworten.

„Immer häufiger enthalten Tageszeitungen spezielle Seiten, Teile oder Beilagen, die ausdrücklich als ‚Ratgeber‘ deklariert sind.“¹⁸ Stärker noch als Tageszeitungen widmen sich Monats- oder Wochenzeitschriften dem Orientierungsbedürfnis ihrer LeserInnen. Nahezu alle Frauen-, Familien-, Männer- und Jugendzeitschriften „verfügen über einschlägige Sparten und/oder FachredakteurInnen, deren Themenfeld teilweise recht allgemein (‚Körper und Seele‘), teilweise sehr speziell abgegrenzt ist. Darüber hinaus greift eine beträchtliche Zahl von Special-Interest-Zeitschriften Problembereiche auf, die große Bevölkerungskreise (wie Gesundheit oder Erziehung) oder besondere Zielgruppen betreffen [...]“¹⁹ Ein sehr bekanntes Beispiel im Jugendbereich ist die Zeitschrift „Bravo“, welche bereits seit Oktober 1969 Ratgeberjournalismus betreibt. „Dr. Jochen Sommer beantwortete bei ‚Was dich bewegt...‘ [...] Leserbriefe zu Freundschaft, Liebe und Sexualität.“²⁰ Dr. Sommer war Leiter einer Kölner Jugendberatungsstelle und arbeitete unter diesem Synonym, weil es 1969 nicht als seriös galt, als Psychotherapeut für eine Jugendzeitschrift LeserInnen zu beraten. Bereits 1973 wurde das Team erweitert, heute besteht „Dr. Sommer und sein Team“ aus acht BeraterInnen mit verschiedenen Ausbildungen und Qualifikationen. Der Ratgeberjournalismus findet zudem nicht mehr nur in der Print-Ausgabe von Bravo, sondern auch auf <http://www.bravo.de> – online – statt.²¹

Wie lässt sich Ratgeberjournalismus nun definieren? „Der Ratgeberjournalismus hat sich

¹⁸ Hömberg, Walter / Neuberger, Christoph: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätter Materialien zum Journalistik 3. o.V. Eichstätt. 1995. S. 5.

¹⁹ ebd. S. 5f.

²⁰ <http://www.bravo.de/sid05-aaa-y7kuYSPYcX/bravo/DrSommer/DasTeam/Dr.-Sommer-History.html>. 27.01.05.

²¹ vgl. <http://www.bravo.de/sid05-aaa-y7kuVSPVcX/bravo/DrSommer/DasTeam/Members>. 27.01.05.

nicht auf einen bestimmten Fachbereich spezialisiert, wie die meisten anderen Sparten des Journalismus, sondern gibt Hilfestellungen in medizinischen, psychologischen, ökonomischen, juristischen Fragen ebenso wie in Berufs-, Haushalts-, Freizeit-, Partnerschafts-, Erziehungs- und Glaubensfragen.²²

Besonderes Kennzeichen ist die Erfüllung einer Funktion. Hömberg definiert die Beratungsfunktion des Ratgeberjournalismus an Hand von fünf Merkmalen: Vermittlung von Wissen zur Bearbeitung von Problemen, Relevanz für ein Massenpublikum, Wissen um Laien als RezipientInnen, Spezialisierung auf individuell bestimm- und lösbare Probleme sowie die Erfüllung einer Verstehensfunktion.²³

In der Folge möchte ich auf diese Merkmale näher eingehen, da sie auch für die online-Beratung relevant sind, da diese in einigen Formen, besonders in online-Foren, ebenso wie der Ratgeberjournalismus öffentlich passiert.

- Vermittlung von Wissen zur Bearbeitung von Problemen: Ausgehend davon, dass RezipientInnen von Ratgeberjournalismus dieses Angebot nicht ausschließlich nutzen, um sich zu unterhalten, sondern dass sie die Informationen primär für etwas gebrauchen wollen, könnte man Ratgeberjournalismus als Vermittlung von Wissen zur Bearbeitung von Problemen definieren. An dieser Stelle sei auf das Thema der Problemdefinition verwiesen. Denn der Ratgeberjournalismus kann genau diesen Bereich betreffend, Kenntnisse für das Erkennen von Problemen vermitteln und Ratschläge für ihre Beseitigung geben. Dies ist auch bei RezipientInnen des Ratgeberjournalismus möglich, bei denen kein dezidierter Anlass zur Wissensvermittlung d.h. keine aktuelle Betroffenheit durch ein Problem, vorliegt.
- Relevanz für ein Massenpublikum: Laut Hömberg wird nicht jedes Problem vom Ratgeberjournalismus aufgegriffen, da die Themen für ein Massenpublikum relevant sein müssen. Bezüglich der Auswahl der Themen, die behandelt werden, gibt es zwei Punkte, die Ausschlag gebend sind: Entweder ist das Problem (bereits) sehr weit verbreitet, also aus diesem Gesichtspunkt relevant. Oder es handelt sich um ein Problem, welches ein großes Risiko mit sich bringt. Damit ist gemeint, dass mögliche Folgen bei Nicht-Aufgreifen sehr groß sind, dass man sich aus diesem Grund damit befasst. Aber grundsätzlich gilt, dass nicht das Außergewöhnliche oder Spektakuläre, sondern das Alltägliche, Nahe und oftmals Banale Thema des Ratgeberjournalismus ist.
- Wissen um Laien als RezipientInnen: Medien, die eine sehr hohe Reichweite haben,

²² Hömberg, Walter / Neuberger, Christoph: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätter Materialien zum Journalistik 3. o.V. Eichstätt. 1995. S. 7.

²³ vgl. ebd. S. 10ff.

befassen sich vorwiegend mit Problemen, mit denen RezipientInnen als Laien konfrontiert sind. Beispielsweise in der Verwendung von Fremdwörtern oder Fachausdrücken muss auf diesen Umstand Rücksicht genommen werden, die Sprache muss an die Voraussetzungen der RezipientInnen als Laien bezüglich der Themen, angepasst werden. Das heißt, dass wissenschaftliche Kommunikation oder berufliche Erörterungen vorrangig in Fachmedien zu finden sind und nicht in der Masse der großen Frauen-, Männer- oder Jugendzeitschriften.

- Spezialisierung auf individuell bestimm- und lösbare Probleme: Eine zwar nicht zentrale, aber doch relevante Funktion des Ratgeberjournalismus ist, dass er RezipientInnen Hinweise gibt, wie sie eigene Probleme erkennen können und wie es ihnen möglich wird, diese zu bewältigen bzw. zu lösen. Das heißt, dass der Ratgeberjournalismus zu individuellen Problemlösungen verhelfen kann, sozusagen Hilfe zur Selbsthilfe bietet.
- Erfüllung einer Verstehensfunktion: Ein weiteres wichtiges Merkmal des Ratgeberjournalismus ist, dass er Problemdefinition und Problemlösung ausdrücklich kennzeichnet. So bleibt den RezipientInnen nicht selbst überlassen, was sie in der jeweiligen Situation als Schaden oder Nutzen bzw. positiv oder negativ definieren, wie dies z.B. im Nachrichtenjournalismus der Fall ist. Zudem nimmt der/die RatgeberjournalistIn die Perspektive der RezipientInnen ein und fragt, was sie positiv oder negativ berührt und beschäftigt. Dazu ist die Fähigkeit zur Empathie wohl eine zentrale Eigenschaft von RatgeberjournalistInnen. Die Wichtigkeit der Fähigkeit zur Empathie ist ebenso wie im Ratgeberjournalismus auch in den weiteren Beratungsformen von großer Relevanz, wie in dieser Arbeit noch thematisiert wird. Damit erfüllt der Ratgeberjournalismus eine Verstehensfunktion, d.h. er vermittelt nicht nur Informationen, sondern gibt ihnen auch Sinn, setzt sie in Beziehung zu einer Wirklichkeit und macht sie (auf diesem Weg) nachvollziehbar und erlebbar.

Hömberg definiert auch Vorzüge und Mängel des Ratgeberjournalismus. Diese Vor- und Nachteile unterscheiden sich zum Teil nicht wirklich von jenen der online-Beratung, was grundsätzlich auch nicht erstaunen sollte. Denn online-Beratung und Ratgeberjournalismus teilen einige Merkmale bzw. relevante Faktoren: Die Schriftlichkeit der Beratungssituation ist beiden Beratungsformen gemein, ebenso die Anonymität der Rat Suchenden wie auch die räumliche und zeitliche Entfernung von BeraterInnen und Rat Suchenden.

Konkret zu Mängeln des Ratgeberjournalismus führt Hömberg an, dass aufgrund der räumlichen Trennung nur eine Ferndiagnose der Probleme möglich wäre und dass die

Lösungsvorschläge der Einzigartigkeit des Falles nicht gerecht würden. Außerdem gibt es im Ratgeberjournalismus keine Garantie auf Hilfe, da die Medien nur Probleme aufgreifen, die sie für relevant halten. Außerdem handelt es sich beim Ratgeberjournalismus um einen einmaligen Kontakt zwischen Rat Suchenden und Rat Gebenden und es kann zu keiner Erfolgskontrolle kommen, wie dies in einer face-to-face-Beratung möglich ist. Hömberg führt außerdem an, dass es JournalistInnen manchmal an ExpertInnenwissen mangle und die Ratschläge in diesem Fall mangelhaft wären. An dieser Stelle möchte ich nochmals darauf hinweisen, dass RatgeberjournalistInnen in der Regel sowohl JournalistInnen als auch fachliche ExpertInnen sein sollten, um eine qualitativ hochwertige Beratung zu garantieren. Im letzten Punkt bezüglich der Mängel geht es darum, dass Ratgeberjournalismus nicht selten in den Verdacht gerät, versteckte Werbung für bestimmte Produkte zu sein, wenn er zum Kauf bestimmter Produkte zur Problemlösung auffordert. Auf der anderen Seite ist eine Beratung über Massenmedien eine anonyme, kostengünstige bzw. -freie, relativ schnell verfügbare Hilfe ohne Verpflichtungen für die Rat Suchenden. Daher ist die Hemmschwelle niedriger als beim Besuch einer Beratungsstelle. „Der Ratgeberjournalismus schärft langfristig das Problembewusstsein und verbessert die Problemlösungskompetenz.“²⁴ Wenn der Ratgeberjournalismus auch auf Beratungsinstitutionen verweist, finden Rat Suchende zukünftig leichter Zugang zu beratenden Einrichtungen, wenn sie Hilfe benötigen.²⁵

Es gibt folgende vier Konzepte des Ratgeberjournalismus:

- Problemdefinition und Problemlösung von dem/der JournalistIn (ExpertIn): Der/die JournalistIn wählt ein Problem aus, beschreibt dieses und vermittelt Lösungsmöglichkeiten.
- Problemdefinition von RezipientInnen (Betroffenen) und Problemlösung von dem/der JournalistIn (ExpertIn): Die Betroffenen bitten (mittels Leserbrief) um Rat und einE ExpertIn erteilt Hilfe und macht Lösungsvorschläge.
- Problemdefinition von dem/der JournalistIn und Problemlösung von RezipientInnen (Betroffenen): In diesem Fall geben einE JournalistIn bzw. eine Redaktion ein Problem vor und fordern die RezipientInnen auf, Erfahrungsberichte im Umgang mit diesem Problem abzugeben. RezipientInnen treten so quasi als „Experten des Alltags“²⁶ auf.
- Problemdefinition und Problemlösung von den RezipientInnen (Betroffenen): In diesem Fall werden Rat Suchende von RezipientInnen, die ein ähnliches bzw. vergleichbares Problem bereits gelöst haben, unterstützt. Die Aufgabe der Jour-

²⁴ ebd. S. 14.

²⁵ vgl. ebd. S. 13f.

²⁶ ebd. S. 38ff.

nalistInnen ist bei diesem Konzept, dass die RezipientInnen zueinander finden. In dieses Konzept fällt aber auch die Schilderung eines Problems und seiner Lösung durch ein und dieselbe Person. Allerdings fällt letzteres wohl weniger in den Bereich der Beratung als in den von Schicksalsbeschreibungen oder Erfahrungsberichten.²⁷

3. online-Jugendberatung

3.1 Definition und Formen von online-Jugendberatung

In der online-Beratung werden generell dieselben Ziele wie in herkömmlicher Beratung verfolgt. Wesentliche Merkmale wurden bereits in Kapitel 2 besprochen, trotzdem möchte ich hier eine kurze, bei der Vielfalt der unterschiedlichsten Beratungsdefinitionen bestimmt nicht vollständige, Auflistung wesentlicher Merkmale von Beratungssituationen wiedergeben:

- Beratung als soziale Interaktion
- Prozesshaftigkeit
- komplexe Interaktion und Kommunikation zwischen BeraterInnen und Rat Suchenden
- Zielgerichtetheit
- Problemlösung bzw. Problemorientiertheit²⁸

Jede Beratung hat ihren spezifischen Verlauf. Online-Beratungen verlaufen oftmals anders als face-to-face-Beratungen, vom Grundprinzip her aber doch ähnlich, wenn der Beratungsprozess nicht unterbrochen bzw. abgebrochen (Dies geschieht in der online-Beratung im Grunde ausschließlich durch die Rat Suchenden, die des öfteren aus verschiedenen Gründen eine Beratung abbrechen.) wird. Diese Beratungs-Phasen habe ich bereits im Kapitel 2.1 in ähnlicher Form beschrieben, möchte sie aber an dieser Stelle nochmals zusammenfassend darstellen:

- Phase der Orientierung, Problemanalyse, Diagnose
- Phase der Erarbeitung von Problemlösungsmöglichkeiten und einer Prognose
- Phase der Problemlösung, Behandlung und Evaluation

Die Tätigkeiten, die BeraterInnen durchführen, werden als Wahrnehmen, Teilhaben oder Ordnen beschrieben, aber auch als reflektiertes, Problem lösendes Handeln. Dies trifft auf

²⁷ vgl. ebd. S. 18ff.

²⁸ vgl. Them, Andreas: Beratung im Internet. Möglichkeiten lösungsorientierter eMail-Beratung. Diplomarbeit. Otto-Friedrich-Universität Bamberg. o.J. S. 9.

herkömmliche Beratung ebenso wie auf die online-Beratung zu.²⁹

Zum Thema Interaktion und Kommunikation ist zu sagen, dass diese face-to-face und am Telefon anders verlaufen als online. Auf die Theorien der online-Kommunikation gehe ich in Kapitel 6.4 im Detail ein.

Online-Beratung (für Jugendliche) gibt es in drei Formen: Per eMail, Chat und in online-Foren. Es gibt in allen drei Bereichen ein recht großes Angebot in Österreich sowie international. Diese Angebote sind teilweise speziell auf die Zielgruppe Jugendliche abgestimmt (z.B. <http://forum.wienXtra.at> – Jugendforum mit drei unterschiedlichen Themen-Bereichen, <http://www.kinderschutz-wien.at> – Chatangebot für Jugendliche, <http://www.checkyourdrugs.at> – Drogenberatung per eMail für Jugendliche und junge Erwachsene, <http://www.rbx.at> – online-Beratung für Jugendliche etc.), der andere Teil nennt keine bestimmte altersbezogene Zielgruppe (z.B. <http://www.drogenhilfe.at>, <http://www.telefonseelsorge.at>).

Die Formen der online-Beratung lassen sich in asynchrone und synchrone Formen der Computervermittelten Kommunikation einteilen, welche ich in Kapitel 6.2 ausführlich behandle.

In der Folge möchte ich die Formen der online-Beratung darstellen.

3.1.1 Beratung per eMail

Es gibt prinzipiell drei Formen der eMail-Beratung. Bei der ersten Form schreiben die Rat Suchenden von ihrer eigenen eMail-Adresse aus ein eMail an die Adresse der Beratungseinrichtung und erhalten an ihre eigene Adresse das Antwort-Mail zurück. Bei der zweiten Form füllen die Rat Suchenden ein Formular auf der Beratungs-Einrichtungs-Site aus. Verpflichtend müssen sie hierbei ihre eMail-Adresse, an welche sie dann die Antwort erhalten, und ihr Problem in dem online-Formular angeben. Einige Einrichtungen möchten zusätzlich, dass Alter, Geschlecht oder Wohnort, d.h. soziodemografische Daten der Jugendlichen, in das Formular eingetragen werden. Die dritte und wohl sicherste und auch komfortabelste Form der eMail-Beratung ist die webbasierte. Hier legen die KlientInnen unter Angabe eines Nicknames und eines Passworts einen Account auf der Website der Beratungseinrichtung an. Die eMail-Adresse kann meist freiwillig zur Verständigung über eine eingelangte Antwort, angegeben werden. In diesen Account eingeloggt, geben die Rat Suchenden nun ihre Anfrage ein und schicken sie quasi ab. EinE BeraterIn antwortet im selben Account, nur KlientIn und BeraterIn haben Zugang

²⁹ vgl. ebd. S. 10.

dazu. Ein großer Vorteil der webbasierten eMail-Beratung ist, dass der Datenschutz maximiert ist, sowohl von Seiten der BeraterIn, als auch von Seiten der Rat Suchenden. So kann beispielsweise niemand die eMails abrufen, ohne das Passwort zu kennen. Außerdem verläuft der Beratungsprozess sehr strukturiert ab, weil alle eMails von beiden an der Beratung Beteiligten jederzeit und sehr übersichtlich (nach)gelesen werden können. Allerdings ist diese Methode wohl für Beratungseinrichtungen die technisch und finanziell aufwändigste. Aber in Hinblick auf die Professionalität und Datensicherheit ist die webbasierte eMail-Beratung die wohl empfehlenswerteste.

3.1.2 Beratung im Chat

Auch bei der Beratung im Chat gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, wie diese abläuft: Einerseits gibt es Chats, welche zu bestimmten Zeiten „geöffnet“ haben. Das heißt, zu diesen Zeiten sind BeraterInnen im Chat und die Rat Suchenden können sich ebenso einloggen. In einem „Empfangsraum“ befinden sich alle UserInnen und chatten miteinander, anschließend besteht die Möglichkeit, dass die Rat Suchenden von einem/einer BeraterIn in einen eigenen Raum eingeladen werden, in dem dann ein persönliches Beratungsgespräch stattfindet. Andere Chat-TeilnehmerInnen haben keinen Zugang zu diesen Räumen, in denen beraten wird. Andererseits, und dies stellt die häufigere Variante des Beratungs-Chats dar, werden Chat-Termine vergeben. Rat Suchende können sich meist auf der Site der Beratungs-Institutionen einen Termin aussuchen und reservieren. Mit dem anschließend erhaltenen Passwort kann sich der/die Rat Suchende zum erhaltenen Termin einloggen und mit dem/der BeraterIn chatten, solche Chat-Termine dauern in der Regel 60 Minuten. Diese Zeitspanne ist für eine Chat-Beratung relativ kurz. Man muss bedenken, dass schriftliche Kommunikation mehr Zeit in Anspruch nimmt als verbale. Das heißt, in 60 Minuten Chat kann in der Regel viel weniger „besprochen“ werden als in 60 Minuten face-to-face-Gespräch.

Ein weiteres Problem stellt bei dieser Form der Chat-Beratung oft die Terminknappheit dar. In einigen Einrichtungen stehen freie Termine oft erst nach einem Zeitraum von etwa vier Wochen zur Verfügung. Und gerade bei Jugendlichen ist eine Spanne von vier Wochen sehr lang und oft mit vielen Veränderungen der aktuellen Situation verbunden.

3.1.3 Beratung in online-Foren

Es gibt zwei Arten von online-Foren: offene und geschlossene Foren. Bei offenen Foren kann jedeR UserIn sein, jedeR kann posten, Fragen stellen, antworten und lesen. „Die Auswahl eines Nicknames ist willkürlich, was dazu führt, dass jeder jeder sein kann.“³⁰

³⁰ Kühne, Stefan / Mattern, Klaudia: eModeration: Rollen zwischen Beratung und Community. S. 77. In: u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag.

Das heißt, dass jedeR UserIn bei jedem Beitrag, den er/sie postet, einen anderen, neuen Nick benutzen kann. Es ist aber auch möglich, dass heute ein/eine bestimmteR UserIn unter dem Nickname „Apfel“ postet und am nächsten Tag eine andere Person den Nick „Apfel“ benützt. Diese Möglichkeiten bringen mitunter mit sich, dass Diskussionen beträchtlich erschwert werden, es zu Verwechslungen kommt und dies wiederum zu Verwirrung bzw. zu Verärgerung der UserInnen führt. Ein Vorteil eines offenen online-Forems ist, dass jedeR Rat Suchende problemlos posten kann. Es handelt sich also um einen sehr niederschweligen, anonymen Zugang zu Rat und Hilfe. Gerade wenn es sich um ein Problem handelt, mit welchem der/die Rat Suchende Schwierigkeiten hat, an die Öffentlichkeit zu treten, kann ein offenes Forum sehr vorteilhaft sein.

Bei geschlossenen online-Foren ist eine Registrierung nötig. Hierbei gibt es verschiedene Abstufungen bzw. Varianten. Bei manchen geschlossenen Foren ist es möglich, ohne Registrierung zu lesen, Beiträge können aber nur von registrierten UserInnen gepostet werden. Bei anderen Foren wiederum ist eine Registrierung auch für das Mitlesen nötig. Dies ist vorrangig bei online-Foren zu sehr sensiblen Themen wie sexueller Missbrauch, Essstörungen oder Gewalt der Fall. Nicht nur in Bezug auf die Möglichkeiten, die (nicht) registrierte UserInnen haben, gibt es Unterschiede, auch die Registrierungen gestalten sich bei verschiedenen Foren unterschiedlich.³¹ Auf <http://forum.wienXtra.at>, meinem Fallbeispiel, verläuft die Registrierung sehr einfach und schnell ab. Es gilt lediglich, einen Nickname und ein Passwort einzugeben, eine eMail-Adresse kann freiwillig angegeben werden und dient ausschließlich dazu, sich das Passwort bei Vergessen mailen zu lassen. Außerdem können UserInnen auch ohne Registrierung mit dem Nickname „Gast“ posten. Auf die Registrierungsfunktion der wienXtra-Foren und ihre Vor- und Nachteile und Möglichkeiten werde ich in Kapitel 7.3 im Detail eingehen. Registrierungsfunktionen können aber auch viel komplizierter und hochschwelliger funktionieren: In sehr vielen Foren ist die Angabe einer gültigen eMail-Adresse verpflichtend, die UserInnen bekommen an ihre eMail-Adresse ein Passwort oder einen Link zur Freischaltung ihres Accounts geschickt. In manchen Fällen muss sogar die Handynummer angegeben werden, an die das Passwort per SMS geschickt wird (z.B. für die Foren auf <http://www.orf.at>). Diese Möglichkeit stellt aber in der Beratung eine sehr große Hürde für die Rat Suchenden dar – selbst wenn Datenmissbrauch ausgeschlossen wird –, da sie durch Angabe ihrer persönlichen Daten ihre Anonymität (teilweise) verlieren und folglich möglicherweise nicht mehr so offen über ihre Probleme schreiben, als wären sie ganz anonym.

Bei der Entscheidung für ein offenes oder geschlossenes Forum und die Art der

Wien. 2003. S. 70-78.

³¹ vgl. ebd. S. 77.

Registrierungsfunktion, sind einige Faktoren abzuwägen. Es gilt zu überlegen, wie viel Anonymität den UserInnen geboten werden sollte und wie viele Informationen die Beratungseinrichtung über sie haben möchte bzw. für die Beratung benötigt. Selbstverständlich muss der Datenschutz gewährleistet sein (siehe Kapitel 3.5).

3.2 Entstehung/Entwicklung der online-Jugendberatung

An dieser Stelle möchte ich einen kurzen Überblick über die Entwicklung der online-Beratung geben. In den 1980er Jahren entstanden in den USA die ersten online-Selbsthilfegruppen, 1986 wurde als „einer der frühesten bekannten organisierten psychologischen Hilfsdienste für Jugendliche [...] ‚Ask Uncle Ezra‘, ein Gratisdienst für StudentInnen an der Cornwall Universität in Ithaka, New York“³² ins Leben gerufen. In Europa gab es die erste online-Beratung in Großbritannien: Seit 1992 bietet der Hilfsdienst für Suizidberatung „The Samaritans“³³ seine Dienste in der eMail-Beratung anonym und kostenlos an. Begonnen haben „The Samaritans“ eMail-Beratung als kleines Pilotprojekt, heute erhalten sie landesweit ca. 300 eMails pro Tag.³⁴

Eine der ersten online-Beratungen im deutschsprachigen Raum bot die Telefonseelsorge Deutschland an, 1996 startete ihre eMail-Beratung. Ebenso 1996 starteten einige Pro Familia Verbände Deutschlands über die Portale <http://www.profa.de> und <http://www.sextra.de> eine Beratung per eMail. Im Zeitraum von 2000 bis 2002 stieg die Zahl der online-Beratungsangebote im deutschsprachigen Raum stark an, so dass es nicht einfach ist, konkrete Zahlen zu nennen und einen umfassenden Überblick über die Entwicklung der online-Beratungsangebote zu geben.³⁵

3.3 Spezifische Beratungsstrategien

Im folgenden Teil meiner Arbeit möchte ich spezifische Beratungsstrategien für die online-Beratung vorstellen. Diese sind zum einen Ansätze, die auch in der herkömmlichen Beratung Einsatz finden, zum anderen speziell auf die online-Beratung abgestimmte, sehr praxisbezogene Beratungs-Modelle. Zu ersteren zählen der „Klient-zentrierte Ansatz“ von Rogers und der „Lösungsorientierte Ansatz“ von de Shazer. Von den praxisbezogenen Modellen gehe ich im Detail auf das „SET – Kommunikation als dreiteiliges Kommunikationssystem-Modell“ und das „Vier-Folien-Konzept“ sowie das „Trans-

³² Zimmermann, Lisa: Globale Virtualität. Mail-, Chat- und Foren-Beratung im internationalen Vergleich. S. 26. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 26-39.

³³ <http://www.samaritans.org.uk>. 30.01.05.

³⁴ vgl. http://www.samaritans.org/know/about_history_now.shtm#. 30.01.05.

³⁵ vgl. Zimmermann, Lisa: Globale Virtualität. Mail-, Chat- und Foren-Beratung im internationalen Vergleich. S. 29. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 26-39.

theoretische Modell (TTM) und Motivierende Gesprächsführung“ ein. Relevant im Zusammenhang mit spezifischen Beratungsstrategien sind aber auch die Kommunikationsstile und Persönlichkeitstheorien von Schulz von Thun, welche ich in der Folge behandle.

3.3.1 Klient-zentrierter Ansatz von Rogers

Der amerikanische Psychologe Rogers hat mit seinem klient-zentrierten Ansatz deutlich die allgemeinen Grundlagen hilfreicher menschlicher Beziehungen formuliert. Der Ansatz zur klient-zentrierten Beratung besteht in der Technik, dass der/die BeraterIn die Rat Suchenden lehrt, die geistige und emotionale Haltung anzunehmen, die sie befähigt, die eigenen Probleme selbst zu lösen. Das eigentliche Ziel des/der BeraterIn ist die Entwicklung einer neuen Einstellung und eines neuen Verhaltens bei den KlientInnen, die er/sie berät. Rogers klient-zentrierter Ansatz zählt zu den nicht-direktiven Beratungsmodellen. Bei direktiven Beratungsmodellen stehen jene Interview-Techniken im Vordergrund, welche das Gespräch kontrollieren und die KlientInnen auf ein von dem/der BeraterIn bestimmtes Ziel hinführen. Die nicht-direktive Beratung legt hingegen großen Wert auf Techniken, die bewirken, dass die KlientInnen sich ihrer Einstellungen und Gefühle bewusster werden und im Folgenden an Einsicht und Selbstverständnis gewinnen. Das Gesprächsthema in der nicht-direktiven Beratung wird zwar von dem/der TherapeutIn gewählt, die Entwicklung des Gesprächs wird aber dem/der KlientIn überlassen.³⁶ „Der nicht-direktive Ansatz legt großen Wert auf das Recht jedes Individuums, psychisch und physisch unabhängig zu bleiben und seine psychische Integrität zu erhalten.“³⁷ Es liegt auf der Hand, dass der nicht-direktive Beratungsansatz den Gegebenheiten der online-Beratung um ein Vielfaches besser entspricht als direkte Ansätze. Die Rat Suchenden bestimmen selbst, wie viele Informationen sie über sich, ihr Problem, ihre Umwelt etc. preisgeben möchten, bestimmen den Beratungsverlauf und dessen Frequenz und erhalten durch die Niederschwelligkeit der Beratungsangebote sehr leicht ihre Unabhängigkeit aufrecht. „Unter ‚klientenkonzentriertes Konzept‘ soll nicht allein das therapeutische Vorgehenskonzept verstanden werden, sondern auch ansatzweise die Persönlichkeitstheorie.“³⁸ In der klientenzentrierten Theorie wird Persönlichkeit als Resultat einer dynamischen Auseinandersetzung des individuellen Selbstkonzeptes und den sich stetig verändernden Erfahrungen, Impulsen, Gefühlen, Beziehungen etc. des Menschen definiert. Der Mensch lebt dementsprechend nicht in einer objektiven Welt,

³⁶ vgl. Rogers, Carl R.: Die nicht-direktive Beratung. Counseling and Psychotherapy. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1985. S 115f.

³⁷ ebd. S 119.

³⁸ Sandler, Klaus: Einige Gesichtspunkte zur Abgrenzung des klientenzentrierten Konzepts zu anderen psychotherapeutischen Konzepten und zur Beratungssituation. S. 44. In: Gesellschaft für wissenschaftliche Gesprächstherapie (Hg.): Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1983. S. 42-54.

sondern in unmittelbarer, direkter Begegnung mit einer Welt, wie er sie wahrnimmt. In Auseinandersetzung mit seiner Umwelt bildet sich das Selbstkonzept eines Menschen, welches ein gelerntes System erfahrener Wahrnehmungen mit verhaltens-relevanten, wertenden und kognitiv-affektiven Qualitäten darstellt.³⁹

In seinem Standardwerk „Die klient-bezogene Gesprächstherapie“ formuliert Rogers auch eine Theorie der Persönlichkeit und des Verhaltens. Er bildet 19 Thesen zur Persönlichkeitstheorie, die sich wie folgt zusammenfassen lassen.

- Jeder Mensch lebt in einer sich permanent verändernden Welt, deren Mittelpunkt er selbst ist. Diese individuelle Welt wird von niemandem ganz erfasst werden können, ebenso wenig sind alle Erfahrungen jederzeit bewusst verfügbar. Die Bedingungen zu schaffen, dass alle Erfahrungen dem Individuum ins Bewusstsein gelangen, ist unter anderem Aufgabe der Therapie.
- Der Organismus reagiert auf die Umwelt, wie er sie erfährt und wahrnimmt. Diese wahrgenommene Umwelt ist für das Individuum immer (subjektive, selektiv wahrgenommene) „Realität“.
- Am besten versteht man das Verhalten eines Individuums aus seinem persönlichen Bezugsrahmen heraus. Der/die TherapeutIn muss sich auf die subjektive Wirklichkeit des/der Rat Suchenden konzentrieren. Dies setzt Empathie voraus und verhindert, dass den KlientInnen der eigene subjektive Bezugsrahmen des/der TherapeutIn aufgezwungen wird.
- Die meisten Verhaltensweisen eines Menschen stimmen mit dem Selbst überein. Das Selbstkonzept ist ein wesentlicher Bestandteil von Rogers klient-zentriertem theoretischen Ansatz. Es ist das Bild, das das Individuum von sich selbst hat, zusammen mit der Wertung dieses Bildes. Es zeigte sich, dass jeder Verhaltensänderung immer eine Änderung der Einstellung zu sich selbst voraus geht.
- Frühe Kindheitsentwicklungen und ursprüngliche Entfremdung des Menschen: Ein Kleinkind besitzt eine „angeborene Aktualisierungstendenz“, die der Selbstverwirklichung dient und wertet neue Erfahrungen danach, ob sie sich positiv oder negativ auf diese Tendenz auswirken. Das Selbst-Konzept entwickelt sich in der Kindheit aus gemachten Erfahrungen, die ihm sein Selbst bewusst werden lassen. Des Weiteren entwickelt ein Kind aus der Erfahrung, geliebt oder ungeliebt zu sein, ein Bedürfnis nach positiver Wertschätzung. Mit der Zeit lernt das Kind die Bedingungen, die die Bedürfnisse nach Geliebt-Werden und Selbstachtung befriedigen, zu unterscheiden. Auf diese Weise entsteht ein sekundäres Regulationssystem des Verhaltens. Ein Konflikt ergibt sich dann, wenn sich angeborene und gelernte Bewer-

³⁹vgl. ebd. S 44f.

tungssequenzen widersprechen. Im klient-zentrierten Ansatz nimmt diese Nicht-übereinstimmung zwischen Selbst und Erfahrung eine zentrale Rolle ein.

- Bedrohung und Verteidigung: Das eigentliche Wesen der Bedrohung besteht darin, dass dem/der KlientIn Erfahrungen, die dem Selbst-Konzept nicht entsprechen, bewusst werden und damit seine/ihre Selbstachtung verringern. Angst und Spannung entstehen als Antwort auf die Diskrepanz zwischen Selbst-Konzept und bewusst gewordener Erfahrung. Daraus resultiert ein drohendes Zerschneiden des Selbst-Konzepts. Als Verteidigung und zur Erhaltung des gelernten Selbst-Konzepts reagiert der Mensch häufig mit Leugnung dieser Erfahrungen oder mit falscher Aufnahme eben dieser.
- Verhaltens- und Erlebensänderung: Um Angst und Verteidigungshaltung zu ändern, muss das Selbst-Konzept mit aktuellen Erfahrungen kongruent werden. Da sich das Individuum gegen diese Veränderungen wehrt, scheint der Weg über Bedingungen zu führen, in denen weder Angst noch Verteidigung herrschen. Daraus entwickelte Rogers denn klient-zentrierten Therapie-Ansatz, welcher schrittweise wieder Assimilierung zwischen Selbst und Erfahrung herstellen soll.⁴⁰

Der Grundgedanke Rogers bei seinem klient-zentrierten Ansatz ist eine „eindeutig strukturierte, permissive therapeutische Beziehung, die frei von dirigistischtherapeutischen Interventionen ist und es dem Klienten ermöglicht, in einem solchen Ausmaß zu dem Verständnis seiner selbst zu gelangen, das ihn befähigt, selbständig konstruktive Schritte zur Lösung seiner Probleme zu unternehmen.“⁴¹ Ziel der Therapie bzw. Beratung ist es folglich, einen nicht-autoritären, angst- und wertfreien Raum für die Rat Suchenden zu schaffen, in dem sich der/die TherapeutIn nicht direktiv verhält, das heißt keine Handlungsanweisungen erteilt, aber am Schicksal der KlientInnen teilnimmt. Die grundsätzliche Fähigkeit und die Entscheidungen zur Lösung von Lebensproblemen liegt bei den Rat Suchenden selbst. Eine subtile, bewusst vorgenommene Manipulation der KlientInnen durch die BeraterInnen und TherapeutInnen hält Rogers für nicht vereinbar mit seiner behavioristisch-lerntheoretischen Sichtweise des Menschen.

Im Besonderen auf die eMail-Beratung eingehend, beschäftigen sich Knatz und Dodier⁴² mit dem klient-zentrierten Ansatz von Rogers, weil sich u.a. dieses Modell in der eMail-

⁴⁰ vgl. Wild, Agnes: Die Persönlichkeitstheorie von Rogers und die Ziele des psychotherapeutischen Handelns. S. 66ff. In: Gesellschaft für wissenschaftliche Gesprächstherapie (Hg.): Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1983. S 61-71.

⁴¹ Pavel, Falk-Giselher: Die Entwicklung der klientenzentrierten Psychotherapie in den USA von 1942-1973. S. 27f. In: Gesellschaft für wissenschaftliche Gesprächstherapie (Hg.): Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1983. S 25-41.

⁴² Knatz, Birgit / Dodier, Bernard: Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per eMail. Pfeiffer bei Klett-Cotta Verlag. Stuttgart. 2003. S 132f.

Beratung der TelefonSeelsorgeDeutschland⁴³ gut bewährt hat. Knatz und Dodier greifen folgende drei Grundhaltungen, Verhaltensweisen oder innere Einstellungen, die BeraterInnen einnehmen sollten, um die Entwicklung der Rat Suchenden zu fördern, heraus:

- Kongruenz: Kongruenz, Echtheit bzw. Unverfälschtheit besagen, dass sich der/die BeraterIn über das, was er/sie erlebt oder empfindet bewusst wird und dass er/sie diese Gefühle auch den KlientInnen mitteilen kann, wenn es angemessen ist. Rogers bezeichnet Kongruenz auch als mitmenschliches, authentisches Reagieren des/der TherapeutIn im Gespräch mit den KlientInnen. Eine wichtige Voraussetzung für Kongruenz ist die Möglichkeit zur Wahrnehmung der Mitteilungen der KlientInnen, sowie die Fähigkeit, etwas von der Welt der Rat Suchenden zu begreifen und mit ihnen darüber zu kommunizieren.
- Wertschätzung und Akzeptanz: Der/die TherapeutIn bringt den KlientInnen eine wertschätzende, anerkennende, akzeptierende, achtende Haltung entgegen, die nicht an Bedingungen geknüpft ist. Da der/die BeraterIn dem Problem des/der Rat Suchenden als AußenstehendeR zunächst distanziert gegenüber steht, fällt es ihm/ihr wohl leichter, die Aussagen des/der Rat Suchenden zu akzeptieren und zu achten. Emotionale Wärme und das Gefühl, anerkannt zu werden, nehmen den Rat Suchenden Spannungs- und Angstgefühle und erleichtern es ihm/ihr, sich dem/der BeraterIn zu öffnen. Die KlientInnen können sich selbst auf diesem Weg auch besser achten und akzeptieren, was sie in der Folge zu sozialen Kontakten und zwischenmenschlichen Beziehungen ermutigt.⁴⁴
- Empathie: Der dritte förderliche Aspekt einer guten BeraterIn-KlientIn-Beziehung ist die Empathie, das einfühlsame Verstehen. Das heißt, dass der/die BeraterIn genau die Gefühle und persönlichen Bedeutungen spürt, die der/die KlientIn fühlt und dass er/sie dieses Verstehen dem/der KlientIn mitteilt. Empathie richtet sich sowohl an die Rat Suchenden in ihrer gesamten Persönlichkeit als auch an ihr Erleben, ihre Sichtweisen, ihre eigenen Schwierigkeiten und ihre Fähigkeiten und Blockaden, die in dem Problem bzw. dessen Bearbeitung zum Ausdruck kommen.⁴⁵ Rogers bezeichnet dies als einführendes Verständnis für die Erlebens- und Verhaltenswelt der KlientInnen und hält eine möglichst präzise Verbalisierung ihrer emotionalen Erlebnisinhalte für sehr relevant.⁴⁶

Mit diesen drei inneren Einstellungen und deren „Anwendung“ durch eineN BeraterIn wer-

⁴³ <http://www.telefonseelsorge.de>. 21.11.04.

⁴⁴ vgl. Bachmair, Sabine e.a.: Beraten will gelernt sein. Ein praktisches Lehrbuch für Anfänger und Fortgeschrittene. Psychologie Verlags Union. München. 1989. 4. Auflage. S. 30.

⁴⁵ vgl. Knatz, Birgit / Dodier, Bernard: Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per eMail. Pfeiffer bei Klett-Cotta Verlag. Stuttgart. 2003. S 132f.

⁴⁶ vgl. Pavel, Falk-Giselher: Die Entwicklung der klientenzentrierten Psychotherapie in den USA von 1942-1973. S. 32f. In: Gesellschaft für wissenschaftliche Gesprächstherapie (Hg.): Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1983. S 25-41.

den die Selbstheilungskräfte und die Eigenverantwortung der KlientInnen verstärkt. Die klientenzentrierte Haltung schafft die Basis für einen vertrauensvollen, konstruktiven Beratungsprozess und ermutigt die KlientInnen, aktiv nach Lösungswegen und Handlungsstrategien zu suchen und diese auch, mit ermutigender Unterstützung der BeraterInnen, umzusetzen. Knatz und Dodier erkennen an, dass Kongruenz und Empathie im schriftlichen Beratungsprozess lesend aufzunehmen und schreibend umzusetzen wohl die Hauptschwierigkeit ist. „Wenn wir uns jedoch zunächst als Modell für die verbale Mitteilung die ‚schriftliche Aussage‘ denken und für die nonverbale das ‚zwischen den Zeilen‘ Gesagte, könnte sich damit ein Weg abzeichnen.“⁴⁷ Es gilt für die BeraterInnen, sich der Bedeutung dessen bewusst zu werden und diese drei Grundhaltungen anzuwenden.

3.3.2 Lösungsorientierter Ansatz von de Shazer

Der zweite theoretische Ansatz, welcher in der online-Beratung häufig Anwendung findet, ist der Ansatz der lösungsorientierten Kurzzeittherapie, den de Shazer entwickelte. „Lösungsorientierte Kurztherapie bedeutet: Die Lösung steht im Brennpunkt. Die Erklärung eines Problems ist primär nicht notwendig. Die Lösung beinhaltet die Erklärung. Sonst wäre sie keine Lösung. Unser Ansatz richtet sein Augenmerk auf die Gegenwart, auf das Hier und Jetzt.“⁴⁸ Es ist notwendig, Kurztherapie anders zu definieren, als nur im Hinblick auf eine zeitliche Begrenzung. Da das Modell auf einer kurzen Zeitspanne (in der face-to-face-Beratung sechs bis zehn Sitzungen) basiert, muss es darauf aufbauen und nicht auf einer unbegrenzten Anzahl an Kontakten zwischen TherapeutIn und KlientIn. „Interessanterweise zeigt die Forschung, die die traditionelle Psychotherapie mit Kurzzeittherapie vergleicht, dass Kurzzeittherapie mindestens so effektiv ist wie Langzeittherapie.“⁴⁹ Dies ist auch in der online-Beratung von großer Wichtigkeit, denn der Kontakt kann von dem/der KlientIn jederzeit abgebrochen werden. Mit dem Wissen um diesen Umstand wird der/die BeraterIn den bestehenden Kontakt so gut wie möglich nutzen und versuchen, das Problem mit dem/der KlientIn innerhalb eines kurzen Zeitraums effektiv zu lösen.

Die lösungsorientierte Kurztherapie baut auf Konzepten systemtheoretischer Wissenschaft auf. Diese ermöglichen es, „komplexe Phänomene, die menschliches Leben und Zusammenleben charakterisieren, komplexitätsgerecht aufzufassen und eine passende Methodik zu ihrer Behandlung zu entwickeln. Nach systemischem Verständnis ist der

⁴⁷ Knatz, Birgit / Dodier, Bernard: Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per eMail. Pfeiffer bei Klett-Cotta Verlag. Stuttgart. 2003. S 134.

⁴⁸ ebd. S 135.

⁴⁹ de Shazer, Steve: Die Lösungsorientierte Kurztherapie. Eine neuer Akzent in der Psychotherapie. S. 60. In: Hesse, Joachim (Hg.): Systemisch-lösungsorientierte Kurztherapie. Vandenhoeck&Ruprecht. Göttingen. 1997. S. 55-74.

Mensch immer zugleich als biologisches und soziales Wesen zu betrachten.“⁵⁰ Um die Rat suchende Person und ihre Probleme angemessen verstehen zu können, stehen in einer systemischen Beratung oder Therapie einerseits biologische und psychische Eigenschaften und andererseits soziale Bedingungen der Person im Mittelpunkt der Betrachtung. Psychische Krankheiten werden in systemischen Konzepten als Störung der System-Umweltanpassung, individuelle Symptome als Ergebnis von krankheits-erzeugenden und -aufrechterhaltenden Beziehungsmustern in Zusammenhang zu wichtigen Bezugspersonen definiert. In der face-to-face-Beratung werden diese Personen oftmals in den Beratungs- bzw. Therapieprozess einbezogen. Aber – und dies ist im besonderen auch für die online-Beratung relevant – es stehen auch geeignete Methoden einer systemischen Einzel- oder Paartherapie zur Verfügung.⁵¹ In der online-Beratung werden primär die Methoden der systemischen Einzel- und Paarberatung angewandt. Denn ein online-Beratungsprozess unter Einbeziehung der im Kontext wichtigen Personen erscheint schwierig.

Der/die Therapeutin hat in der systemisch-lösungsorientierten Kurzzeittherapie die Aufgabe, entsprechende Erwartungen und Hoffnungen in seinen KlientInnen zu wecken. Er/sie muss nicht notwendigerweise über die Vergangenheit der Rat Suchenden oder ihre Lebensprobleme Bescheid wissen.

„Kurzzeittherapeuten [sind] nicht interessiert an dem Ursprung des Problems, ihn irgendwo hypothetisch in der Vergangenheit und deshalb möglicherweise doch nicht zu ergründen. Sie sind normalerweise an der persönlichen Geschichte nicht interessiert, oder an Einsichten oder an Katharsis oder der Familiendynamik. Anstatt sich irgend etwas vorzustellen, was innerhalb der Klienten stattfindet, haben die Kurzzeittherapeuten die Idee, [...] dass die Art der Probleme, die Klienten mit in die Therapie bringen, sich in erster Linie als Schwierigkeit im zwischenmenschlichen Bereich, zwischen ihr und anderen Menschen manifestieren – anstatt als reine Probleme innerhalb der Person.“⁵²

Die Aufgabe der BeraterInnen lautet außerdem, ähnlich wie in Rogers klient-zentriertem Ansatz, die Aufmerksamkeit der Rat Suchenden darauf zu lenken, dass sie selbst die Fähigkeit besitzen, ihr Problem zu lösen. Mittels kooperativer Beziehungsgestaltung, aktiver Hilfe und Zuversicht werden Ressourcen der KlientInnen aktiviert, welche eine Problemlösung ermöglichen.⁵³ Die einzige Schwierigkeit besteht wohl darin, dass die KlientInnen noch nicht wissen, dass sie bereits das Wissen, wie ihr Problem zu lösen ist,

⁵⁰ <http://www.dgsf.org/themen/was-heisst-systemisch>. 28. 12. 2004.

⁵¹ vgl. ebd.

⁵² de Shazer, Steve: Die Lösungsorientierte Kurztherapie. Eine neuer Akzent in der Psychotherapie. S. 61. In: Hesse, Joachim (Hg.): Systemisch-lösungsorientierte Kurztherapie. Vandenhoeck&Ruprecht. Göttingen. 1997. S. 55-74.

⁵³ vgl. ebd. S. 17.

besitzen. Eine Möglichkeit, damit umzugehen, besteht darin, dass die KlientInnen das Bild einer erfreulicheren Zukunft entwerfen, das sich dann in der Gegenwart breit machen kann. Ist eine derartige „realistische“ Vision erstmal entworfen, dann entwickeln die KlientInnen meist recht schnell Formen der Lösung ihrer Probleme oder Schwierigkeiten.⁵⁴

Die Aufgabe der Kurztherapie besteht außerdem nicht darin, „das Problem zu lösen, sondern vielmehr herauszufinden, was die Klienten anstelle des Problems möchten, wenn das Problem verschwunden ist, und dann den Klienten dabei zu helfen, diese Ziele zu erreichen.“⁵⁵ Eine Möglichkeit, dies herauszufinden stellt die so genannte Wunderfrage dar: Der/die TherapeutIn fragt den/die KlientIn, woran er/sie erkennen würde, dass sein/ihr Problem durch ein Wunder verschwunden ist. Woran würde der/die KlientIn merken, dass das Wunder stattgefunden hat? Die Wunderfrage ist eine Möglichkeit, herauszufinden, woran der/die KlientIn erkennt, dass das Problem gelöst ist, auch wenn dies ein hoher Anspruch ist. Aber es gilt zu bedenken, dass alle Hinweise auf das gelöste Problem innerhalb der Erfahrung der KlientInnen liegen; So wissen sie, wie sie dies machen können. Die Wunderfrage kann auch in der online-Beratung sehr gut und erfolgreich Anwendung finden.

Beratung oder Therapie können „also manchmal stattfinden, ohne dass man weiß, was das Problem ist oder was genau die Lösung ist.“⁵⁶

De Shazers Ansatz basiert unter anderem auf dem Prinzip der KundInnen-Orientierung. Das heißt, dass das Angebot auf die Nachfrage der Rat Suchenden abgestimmt ist. „In diesem Sinn wird Therapie als ein kooperatives Lösungssystem verstanden.“⁵⁷ Professionelle Interventionen richten sich nicht nach objektiver Bedürftigkeit, sondern jeweils nach dem subjektiven Bedarf des/der KlientIn. „Kundenorientierung bedeutet nicht kürzer, schneller, billiger, sondern dem Klienten so viel Zeit zu geben und zu lassen, wie er braucht. Die Kürze der Therapie ist ein Effekt des Ansatzes und nicht das Ziel.“⁵⁸ Auf diesem Weg, mit langsamer Vorgehensweise, entsteht eine stabilere Basis, auf welcher Lösungen gebaut werden können.

De Shazer betont vor allem, dass die Lösungsvorstellungen der KlientInnen ernst zu nehmen sind. Aus diesem Grund hat er die Rat Suchenden in folgende drei Kategorien eingeteilt:

⁵⁴ vgl. de Shazer, Steve: Wege der erfolgreichen Kurztherapie. Klett-Cotta Verlag. Stuttgart. 4. Auflage. 1992. S. 13.

⁵⁵ de Shazer, Steve: Die lösungsorientierte Kurztherapie. Eine neuer Akzent in der Psychotherapie. S. 71. In: Hesse, Joachim (Hg.): Systemisch-lösungsorientierte Kurztherapie. Vandenhoeck&Ruprecht. Göttingen. 1997. S. 55-74.

⁵⁶ ebd. S. 71.

⁵⁷ Hesse, Joachim: Aspekte systemisch-lösungsorientierter Kurztherapie. S. 10. In: Hesse, Joachim (Hg.): Systemisch-lösungsorientierte Kurztherapie. Vandenhoeck&Ruprecht. Göttingen. 1997. S. 10-15.

⁵⁸ ebd. S. 14.

- BesucherIn (visitor): In diese Kategorie fallen KlientInnen, die oftmals nicht freiwillig kommen, welche keine Veränderungserwartung mitbringen, daher gibt es bei BesucherInnen auch keinen Veränderungsauftrag. In diesem Fall liegt die Aufgabe der BeraterInnen darin, „nur“ Komplimente zu machen und die bisherigen Lösungen positiv zu werten.
- KlagendeR (complainer): Als Klagende bezeichnet de Shazer jene KlientInnen, die Lösungen für ihre Probleme vorrangig von anderen erwarten. In der Beratung oder Therapie werden vorrangig Verhaltensbeobachtungs- und Denkaufgaben gestellt.
- KundIn (customer): Personen, die eine Klage haben und darüber hinaus auch die Vorstellung und Bereitschaft mitbringen, selbst aktiv daran zu arbeiten, werden als KundInnen bezeichnet. Sie bekommen neben Beobachtungs- auch verhaltensrelevante Aufgaben.⁵⁹ Gerade für diese Gruppe an Rat Suchenden ist der lösungsorientierte Ansatz der Kurztherapie sehr geeignet. Denn diese Menschen kommen zur Beratung, weil sie ihre Situation verändern wollen und werden in Kooperation mit dem/der TherapeutIn Veränderungen erzielen können.

„Lösungen entdeckt man durch einen Dreh der Blickrichtung, in dem man:

- sich von einer Problemsicht löst und auf Zielperspektiven schaut (z.B. durch die Frage: ‚Wo möchten Sie in ihrem Leben hin und dafür auch die Verantwortung tragen?‘)
- sich an die Geschichte(n) der Ausnahmen seiner Probleme erinnert, sie wiederholt und ausbaut, um sich auf die Ausnahmemuster zu konzentrieren
- Probleme als Fähigkeit betrachtet [...]
- Probleme dekonstruiert und zum Beispiel fragt: ‚Woran merken Sie, dass sie das Problem X haben?‘⁶⁰

Hesse betont, dass Lösungen weit über Ziele hinaus gehen, da KlientInnen Ziele zwar erreichen können, Lösungen müssen hingegen aber gelebt werden.⁶¹

3.3.3 Das Vier-Folien-Konzept

Das Vier-Folien-Konzept ist ein in der Praxis (v.a. in der eMail-Beratung) erprobter Vorschlag, welcher zeigt, wie online-Beratung funktionieren kann. Dieses Konzept soll folglich nicht als strenge, unbedingt einzuhaltende Richtlinie verstanden werden, sondern vielmehr der Orientierung und als Hilfestellung für die Praxis in der eMail- und online-Foren-Beratung dienen. Gerade bei der Beantwortung von Erst-Anfrage-eMails ist dieses Konzept besonders geeignet, es kann aber auch im weiteren Beratungsverlauf immer wieder als Hilfestellung herangezogen werden.

⁵⁹ vgl. Knatz, Birgit / Dodier, Bernard: Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per eMail. Pfeiffer bei Klett-Cotta Verlag. Stuttgart. 2003. S 136f.

⁶⁰ Hesse, Joachim: Aspekte systemisch-lösungsorientierter Kurztherapie. S. 11. In: Hesse, Joachim (Hg.): Systemisch-lösungsorientierte Kurztherapie. Vandenhoeck&Ruprecht. Göttingen. 1997. S. 10-15.

⁶¹ vgl. ebd. S. 13.

Ein Ziel in der online-Beratung ist es, Kontakt zu den Rat Suchenden aufzunehmen und eine erste Annäherung an diese zu formulieren. Die BeraterInnen sollten die Probleme und/oder Ansuchen der Rat Suchenden benennen und zugleich offen für neuere Schwerpunktsetzungen in der Beratung sein. Außerdem laden BeraterInnen meist ein, noch weitere eMails schreiben zu können. Öfteres Schreiben ist nicht in allen Fällen nötig, da das Schreiben an sich bereits als selbstreflexiver Prozess fungiert.

Nun möchte ich näher auf das Vier-Folien-Modell eingehen, welches Knatz und Dodier vorstellen.⁶² Es gibt vier Folien, vier „Themen“, unter welchem die Anfrage jeweils gelesen werden kann: Der eigene Resonanzboden der BeraterInnen, Thema der Anfrage und psychosozialer Hintergrund sowie Diagnose und Interventionsmöglichkeiten.

1. Folie – Der eigene Resonanzboden

- Was ist das erste Gefühl, das ich beim Lesen verspüre?
- Welche Bilder und Fantasien sind beim Lesen der Anfrage in mir entstanden?
- Halte ich das Problem für lösbar, auch per eMail oder Forum, oder möchte ich es an eineN KollegIn weiterleiten?
- Kann ich mir vorstellen, mit dem/der Rat Suchenden in eine Beziehung zu treten?
- Was würde ich dem/der Rat Suchenden spontan wünschen?

2. Folie – Das Thema und der psychosoziale Hintergrund

- Was ist das Thema der eMail? (Unterstreichen der Schlüsselworte)
- Bekomme ich ein Bild von dem sozialen Kontext, in dem sich der/die Rat Suchende befindet?
- Bekomme ich genügend für mich oder das Problem relevante Fakten? (z.B. Alter, Geschlecht, Familienstand, Wohnsituation etc.)
- Wo sehe ich Stärken und Schwächen des/der Rat Suchenden?

3. Folie – Diagnose

- Was ist das Thema des/der Rat Suchenden?
- Was sind die Fragen oder Wünsche an mich als BeraterIn?
- Ist mir das Ziel des/der Rat Suchenden klar?
- Was sind meine Hypothesen?
- Welche Fragen stellen sich mir als BeraterIn noch?

⁶² vgl. Knatz, Birgit / Dodier, Bernard: Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per eMail. Pfeiffer bei Klett-Cotta Verlag. Stuttgart. 2003. S 142ff.

4. Folie – Intervention

- Einleitung der Antwort:
 - Anrede: Wenn möglich an den Stil des/der Rat Suchenden anpassen. (z.B. „Sehr geehrte Frau...“ oder „Hallo Tanja“ oder „Lieber Georg“)
 - Einleitung: Vorstellen der eigenen Person und der Beratungseinrichtung (z.B. „Deine Anfrage ist bei uns in der ... angekommen. Mein Name ist..., ich antworte dir gerne.“)
 - Auf generelle Fragen des/der Rat Suchenden eingehen (z.B. „Unser Kontakt ist selbstverständlich vertraulich.“ oder „Ihre Anonymität ist im Rahmen der Standards im Internet gewährleistet.“)
 - Positive Wertschätzung ausdrücken: Lob und Anerkennung ausdrücken, dass sich der/die Rat Suchende mit seinem/ihrer Problem an die Beratungseinrichtung gewandt hat. Gleichzeitig sollte geschrieben werden, dass der/die BeraterIn es gut findet, dass er/sie sich mit seinem/ihrer Problem auseinandersetzt und eine Problemlösung anstrebt. (z.B. „Ich finde es toll, dass du den Mut gefunden hast, mir zu schreiben. Wie ich in deinem eMail lesen kann, ist dir dies nicht leicht gefallen...“)
- Feedback:
 - Mitteilen, was der/die BeraterIn sachlich und emotional verstanden hat.
 - Mitteilen, was der/die BeraterIn nicht verstanden hat, welche Fragen ungeklärt blieben.
 - Vermutungen und Hypothesen in Fragen kleiden. (z.B. „Könnte es möglich sein, dass...“ oder „Ich vermute mal, dass... Liege ich damit richtig?“)
 - Problemlösungswege aufzeigen und begründen, Alternativen dem/der Rat Suchenden offen lassen.
 - Nachfragen, ob dieser vorgestellte Weg für den/die Rat Suchenden gangbar ist.
 - Einen Wunsch an den/die Rat Suchendenn formulieren. (z.B. „Ich wünsche dir, dass du es schaffst, mit deinem Freund über das Thema zu sprechen.“)
 - Angebot und Grenzen deutlich machen (z.B. „Ich bin sehr gerne bereit, mit dir zusammenzuarbeiten, wie du bezüglich deiner Freundin zu einer Entscheidung kommen kannst.“ „Was ich nicht leisten kann, ist ...“)
- Abschluss
- Einladung zu einer Antwort
- Mitteilung der technischen und praktischen Modalitäten der Beratung (z.B. Antwortfrequenz, Antwortadresse etc.)
- Verabschiedung

Knatz und Dodier verdeutlichen die Vorgehensweise beim Vier-Folien-Konzept an drei Beispiel-eMails sehr gut.⁶³ Sie schlagen BeraterInnen vor, sich das Anfrage-eMail auszudrucken, in Ruhe zu lesen, sich Schlüsselbegriffe anzustreichen und Anmerkungen gleich im Text vorzunehmen. Anschließend gilt es, die Fragestellungen der vier Folien zu beantworten und sich mit Hilfe dieser zu überlegen, wie die Antwort „ausschauen“ soll, welche Inhalte transportiert werden und welche Hilfestellungen gegeben werden sollen/können etc.

3.3.4 SET – Kommunikation als dreiteiliges Kommunikationssystem

In der eMail-Beratung der TelefonSeelsorge Deutschland hat sich gezeigt, dass sich das SET-Kommunikationsmodell besonders in der Begleitung von Menschen mit psychischen Erkrankungen, insbesondere Borderlinestörungen, als Kommunikationsmodell gut eignet.⁶⁴

Das Borderline-Syndrom ist eine

„[1] Relativ überdauernde Beeinträchtigung des Selbstbildes, der Stimmung und zwischenmenschlicher Beziehungen, die sich in beruflichen und/oder privaten Lebensbereichen nachteilig auswirken. Das B. umfasst Unsicherheiten, Schwierigkeiten der Orientierung an langfristigen Leistungs- und Zielvorstellungen, Schwankungen zwischen Überbewertung und Abwertung, erhöhte Reizbarkeit und Aggressivität im Wechsel mit Angstmanifestationen und – in Extremfällen – Selbstmorddrohungen. [...] [2] Bezeichnung für eine Symptomatik, die den Umgang zwischen einer (latenten oder schizophränen) Psychose und einer umfassenden neurotischen Störung des Erlebens und Verhaltens manifestiert.“⁶⁵

Der Begriff Borderline-Störung wird in klassischen Psychiatrie-Lehrbüchern oft nur am Rande erwähnt. Charakteristisch für dieses Krankheitsbild ist vor allem die im normalen Leben intakte, nicht auffällige Fassade, die in dem Moment zusammenbricht, wo höhere Anforderungen an die Betroffenen gestellt werden. Dies können beispielsweise Prüfungen, eine Trennung oder ein Berufs- oder Schulwechsel sein, welche plötzlich zu einer existentiellen Bedrohung werden. In der Folge entwickeln BorderlinerInnen destruktive, antisoziale Verhaltensweisen oder eine psychotische, häufig schizophrenieähnliche Symptomatik. Gerade nach einer Trennung oder einem Schulwechsel folgen oft ein Gefühl von innerer Leere, lange Zeiten der Einsamkeit, Depressionen, zwanghafte Handlungen (beispielsweise selbstverletzendes Verhalten (SVV), Drogenkonsum, Diebstahl etc.) oder auch wahnähnliche Phasen. Oft leiden Borderline-Betroffene auch unter großen Verlassenheitsängsten, haben Angst davor, sich abzugrenzen oder

⁶³ siehe ebd. S 145-176.

⁶⁴ vgl. Knatz, Birgit: Handout „SET – Kommunikation als dreiteiliges Kommunikationssystem. 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 3 / Beratungsmodelle. 12. Juli 2004.

⁶⁵ Fröhlich, Werner D.: Wörterbuch zur Psychologie. Deutscher Taschenbuch Verlag. München. Juni 1994. 20. Auflage. S. 100.

„Nein“ zu sagen.⁶⁶ Gerade bei Jugendlichen treten Borderline-Störungen in der heutigen Zeit häufig auf und stellen daher in der online-Beratung auch ein wichtiges Thema dar.

In der Auseinandersetzung mit destruktivem Verhalten, in Situationen, in welchen wichtige Entscheidungen getroffen werden oder in anderen Krisensituationen sollte die Interaktion mit psychisch erkrankten Personen folgende drei Komponenten des SET-Beratungsmodelles beinhalten:

„S	Support	Unterstützung
E	Empathie	Mitgefühl, aber nicht Mitleid (!)
T	Truth	Aufrichtigkeit und Wahrheit ⁶⁷

Unterstützung ist eine persönliche Stellungnahme, die Sorge ausdrückt. Ein Beispiel für eine derartige Aussage ist „Ich mache mir ernsthafte Gedanken um dich!“. Die Betonung liegt hierbei auf den persönlichen Gefühlen und Empfindungen der BeraterIn und ist im wesentlichen das persönliche Bekenntnis, helfen zu wollen.

Mit dem E-Teil dieses Modells versucht der/die BeraterIn, die chaotischen Gefühle z.B. der Borderline-Persönlichkeit anzuerkennen. Dies kann mit Aussagen wie diesen geschehen: „Für mich ist es mutig, weil...“, „Ich weiß gar nicht, wie schlimm das für dich sein muss.“ oder „Du musst dich echt schrecklich fühlen.“ Wichtig ist hierbei, dass Mitgefühl (Empathie) nicht zu Mitleid (z.B. „Du tust mir sehr leid.“) wird, weil sich der/die Rat Suchende dadurch möglicherweise herablassend behandelt fühlt und auf den/die BeraterIn wütend wird. „Das Mitgefühl sollte zudem neutral ausgedrückt werden und mit möglichst wenig Bezugnahme auf die eigenen Gefühle. Die Betonung liegt hier auf der schmerzlichen Erfahrung der Betroffenen, nicht auf der der Sprechenden.“⁶⁸

Die T-Aussage, welche die Wahrheit oder die Realität repräsentiert, betont, dass der/die Rat Suchende für sein/ihr Leben verantwortlich ist und dass die Hilfeversuche anderer ihm/ihr diese Eigenverantwortung nicht abnehmen können. Dieser Teil des SET-Modells zeigt durch die Wahrheits-Aussagen den Rat Suchenden auf, dass ein Problem vorhanden ist bzw. kann den/die BetroffeneN damit konfrontieren. Diese Aussagen beziehen sich auch auf die praktische Frage, wie man zu einer Lösung kommen kann. Charakteristische Wahrheitsäußerungen sollen sachlich und neutral geäußert werden, sie sollten jedoch so formuliert bzw. ausgesprochen werden, dass keine Schuldzuweisung an

⁶⁶ vgl. <http://www.infoline.at/borderline-stoerung/allgemein.htm>. 21. November 2004.

⁶⁷ Knatz, Birgit / Dodier, Bernard: Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per eMail. Pfeiffer bei Klett-Cotta Verlag, Stuttgart. 2003. S 181.

⁶⁸ Knatz, Birgit: Handout „SET – Kommunikation als dreiteiliges Kommunikationssystem. 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 3 / Beratungsmodelle. 12. Juli 2004.

den/die Rat SuchendeN erfolgt oder eine Strafe ausgesprochen wird. „Der Wahrheits-Teil des SET-Systems ist für die Borderline-Persönlichkeit der wichtigste und zugleich schwierigste, da ein großer Teil seiner Welt realistische Konsequenzen ausschließt oder zurückweist.“⁶⁹

3.3.5 Das Transtheoretische Modell (TTM) und Motivierende Gesprächsführung

In der online-Drogenberatung findet unter anderem das Transtheoretische Modell der Verhaltensänderung in Verbindung mit dem Konzept der Motivierenden Gesprächsführung Anwendung. Als Zielgruppe werden Jugendliche und junge Erwachsene vorrangig aus der Techno- und Partyszene definiert. Hierbei handelt es sich um eine Gruppe, die, verglichen mit anderen jugendkulturellen Szenen, einen wesentlich höheren Drogenkonsum aufweist und zudem das klassische Angebot der Drogenberatung nur selten in Anspruch nimmt. Das Internet wird jedoch in dieser Zielgruppe häufig als Kommunikationsmittel und -ort genutzt, um sich unter anderem über Partys und Lifestyle auszutauschen. Daher ist der Ansatzpunkt, gerade für diese Gruppe online-Beratung anzubieten, nur allzu verständlich.

Im Rahmen von <http://www.partyack.de>⁷⁰ wurde ein Beratungskonzept entwickelt, welches nach eigener Definition

- „die Bedürfnisse der Jugendlichen nach Auseinandersetzung mit dem eigenen Drogenkonsum fördert,
- ihnen hilft, das Pro&Contra von Drogenkonsum einschätzbar zu machen,
- Unterstützung beim Finden eigener Veränderungswege bietet.“⁷¹

Ziel dieses Beratungskonzeptes ist es, die Bereitschaft bzw. Motivation zur Verhaltensveränderung beim Suchtmittelkonsum zu stärken. Als Grundlage zur Einschätzung der Motivationsgrundlage wird das Transtheoretische Modell der Verhaltensänderung herangezogen, woraus die Grundlagen der Beratungsmethoden von <http://www.partyack.de> (und anderen Projekten) entnommen wurden.

Im Rahmen des TTM wird davon ausgegangen, dass eine Veränderung kein einmaliges Ereignis ist, sondern sie vielmehr als einen Prozess, der sich in fünf verschiedene Stufen oder Phasen einteilen lässt, darstellt:

⁶⁹ Knatz, Birgit / Dodier, Bernard: Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per eMail. Pfeiffer bei Klett-Cotta Verlag. Stuttgart. 2003. S 182.

⁷⁰ <http://www.partyack.de> ist ein Internet-Projekt der Drogenhilfe Köln e.V. Fachstelle für Suchtprävention, mit welchem sowohl Jugendliche und junge Erwachsene aus der Techno- und Partyszene erreicht werden, als auch MultiplikatorInnen, LehrerInnen, SozialarbeiterInnen sowie Eltern, Bezugspersonen und Angehörige. Im Rahmen dieser Website wird Online-Beratung per eMail angeboten.

⁷¹ Wischnewski, Ralf: Motivierende Gesprächsführung im Internet – neue Drogen, neues Medium, neue Möglichkeiten? S. 45. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 44-53.

- 1. Phase der Absichtslosigkeit: Der/die Betroffene hat noch kein Problembewusstsein und ebenfalls keine Motivation, etwas an seinem/ihrer Verhalten zu ändern.
- 2. Phase der Absichtsbildung: Der/die Betroffene beschäftigt sich erstmals mit dem Gedanken, ob das, was er/sie tut, richtig ist. Eine Veränderung wird erwogen, wobei der/die Betroffene in dieser Phase starken Ambivalenzen und Schwankungen unterliegt: Vor- und Nachteile werden erwogen, Vorsätze werden gefasst und meist schnell wieder verworfen. In dieser Phase verweilen die Betroffenen meist sehr lange, viele schreiben in diesem Zeitraum ihr erstes eMail an eine Beratungseinrichtung. „In der Beratung soll dem Jugendlichen geholfen werden, einen eigenen Standpunkt zu finden und zu klären, ob und wie eine Veränderung aus eigenem Antrieb angegangen werden kann.“⁷² Wie dies genau ablaufen kann, werde ich in der Folge thematisieren.
- 3. Phase der Vorbereitung: In dieser Phase werden erste konkrete Schritte geplant. Mit Hilfe des/der BeraterIn können realistische, einhaltbare und akzeptable Veränderungsschritte gesetzt werden. Er geht primär darum, Vereinbarungen zu treffen und eigene Kontrollmechanismen zu finden.
- 4. Aktionsphase: Die getroffenen Vereinbarungen werden ausprobiert. Die Jugendlichen können sich auch in dieser Phase Unterstützung durch die online-BeraterInnen holen und die neue Situation, Erfolge, Probleme etc. thematisieren.
- 5. Phase der Aufrechterhaltung: In dieser Phase geht es darum, die erzielten Erfolge zu wiederholen und zu normalisieren.

Veränderung ist ein fließender, oftmals langer Prozess, welcher jederzeit, in jeder Phase von einem Rückfall in die vorige Stufe unterbrochen werden kann. „Der Rückfall ist daher eher die Regel als die Ausnahme.“⁷³

Als besonders relevant erachtet Wischnewski, dass der/die BeraterIn in der richtigen Situation die richtige Intervention setzt. Das heißt, der/die BeraterIn muss sich darüber im Klaren sein, in welcher Phase des TTM sich der/die Rat Suchende befindet. In vielen Fällen ist dies gar nicht so einfach, wie es hier klingen mag. Die erste Antwort des/der BeraterIn ist in den meisten Fällen Ausschlag gebend dafür, ob eine Beratung über mehrere eMails zustande kommt. Der/die Rat Suchende muss sich im ersten Antwort-eMail ernst genommen, verstanden und akzeptiert fühlen und mit den richtigen Interventionen zum richtigen Zeitpunkt versorgt werden.⁷⁴

⁷² Kohel, Sonja: Beratung per Mausclick. eMail-Beratung für Jugendliche – Ein neuer Weg in der Sozialarbeit. Diplomarbeit. Bundesakademie für Sozialarbeit. Münchendorf. 2003. S. 58-59.

⁷³ Wischnewski, Ralf: Motivierende Gesprächsführung im Internet – neue Drogen, neues Medium, neue Möglichkeiten? S. 48. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 44-53.

⁷⁴ vlg. Wischnewski, Ralf: Motivierende Gesprächsführung im Internet – neue Drogen, neues Medium, neue Möglichkeiten? S. 48. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 44-53.

Sobald sich der/die BeraterIn darüber im klaren ist, in welcher Phase der Verhaltensänderung sich der/die Rat Suchende befindet, benötigt sie einen dazupassenden Beratungsstil und passende Beratungsmethoden. Hierzu bietet sich beispielsweise das Modell der Motivierenden Gesprächsführung (Motivational Interviewing) an. Dieses Modell eignet sich insbesondere zur Kurzberatung und begründet sich auf den Erfahrungen, dass oftmals viele kurze Beratungssequenzen in unterschiedlichen Situationen und zu verschiedenen Zeitpunkten mehr bewirken, als wenige, intensive und lange Beratungseinheiten. Das Konzept der Motivierenden Gesprächsführung eignet sich sowohl besonders gut für die eMail-Beratung als auch für Beratung in online-Foren, da in den eMails oftmals nur kurze Momentaufnahmen oder Ideen abgeschickt werden und es des öfteren mehrere Kontakte zwischen Rat Suchenden und BeraterInnen bedarf, bevor der benötigte Informationsstand gegeben ist.⁷⁵

Die Grundprinzipien der Motivierenden Gesprächsführung sind folgende:

- Empathie
- Aufdeckung von Diskrepanzen und Ambivalenzen
- Vermeidung von Beweisführung
- Widerstand integrieren, nicht fördern
- Stärkung des Glaubens an die eigenen Fähigkeiten⁷⁶

Beim Modell der Motivierenden Gesprächsführung ist die grundsätzliche Haltung der BeraterInnen sehr relevant, da diese, und der Beratungsstil den Erfolg der Interaktion maßgeblich beeinflussen. Folgend die wichtigsten Punkte bezüglich Beratungshaltung und -stil:

- Rat Suchende nicht konfrontieren, sondern begleiten
- Klare Rückmeldungen geben
- Pro und Contra bearbeiten
- Hindernisse entfernen
- Alternativen aufzeigen
- Ziele mit den Rat Suchenden klären und weitere Schritte formulieren⁷⁷

Mit dem ersten Punkt wird klar, dass die Motivierende Gesprächsführung auf Selbstverantwortung und Selbstmotivation der Rat Suchenden setzt, was Ausschlaggebend für einen länger andauernden Beratungsverlauf ist. Denn gerade bei der Ziel-

⁷⁵ vgl. ebd. S. 49.

⁷⁶ vgl. Kohel, Sonja: Beratung per Mausclick. eMail-Beratung für Jugendliche – Ein neuer Weg in der Sozialarbeit. Diplomarbeit. Bundesakademie für Sozialarbeit. München. 2003. S. 60.

⁷⁷ vgl. Wischniewski, Ralf: Motivierende Gesprächsführung im Internet – neue Drogen, neues Medium, neue Möglichkeiten? S. 49. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 44-53.

gruppe, die oben bereits definiert wurde, erzeugt Konfrontation Widerstand bei den KlientInnen und blockiert bzw. beendet den Beratungsprozess von Seiten der Rat Suchenden.

Wischnewski thematisiert in der Folge Bezug nehmend auf das Transtheoretische Modell der Verhaltensveränderung mögliche Interventionen:

- 1. Phase der Absichtslosigkeit: In dieser Phase sind, wie bereits thematisiert, kein Problembewusstsein und kein Interesse an einer Veränderung vorhanden. Mögliche Interventionen können sein: Informationen, Rückmeldung und Feedback geben, Suche nach emotionalen Bezügen, Aufweisen von Widersprüchen zwischen Handeln und Denken, aktives Zuhören, Aufbau von Selbstvertrauen etc.
- 2. Phase der Absichtsbildung: Zu diesem Zeitpunkt setzen sich die KlientInnen mit dem Problemverhalten auseinander, es werden aber keine konkreten Pläne gefasst und die Ambivalenz ist sehr stark. Mögliche Interventionen können sein: Vorschlag an die Rat Suchenden, Pros und Contras beispielsweise des Drogenkonsums herauszuarbeiten, Stimmungsschwankungen und Ambivalenz zulassen, Anstöße in Richtung Verhaltensveränderung geben etc.
- 3. Phase der Vorbereitung: Diese Phase ist von einer hohen Motivation zur Verhaltensveränderung geprägt, das Treffen einer Entscheidung steht bevor. Mögliche Interventionen können sein: Suche nach akzeptablen und realistischen Veränderungsschritten, Treffen von Vereinbarungen, Erarbeiten eigener Kontrollmechanismen, Aufzeigen von Alternativen etc.
- 4. Aktionsphase: Mit einem hohen Maß an Entschlossenheit und Engagement wird die Veränderung konkret in Angriff genommen. In dieser Phase herrscht allerdings ein hohes Risiko für Rückfälle. Mögliche Interventionen können sein: Stärkung von Selbstvertrauen, sichtbare Veränderungsschritte aufzeigen, Einrichten regelmäßiger Kontakte, Erfolge und situative Versuchungen thematisieren etc.⁷⁸

Diese Interventionsmöglichkeiten lassen sich in der online-Beratung sehr gut realisieren, wie auch die guten Rückmeldungen der KlientInnen von <http://www.partyack.de> zeigen. Auch die Kontakte in der Beratung werden unter Anwendung der Motivierenden Gesprächsführung in Verbindung mit dem Transtheoretischen Modell der Verhaltensänderung deutlich länger, Einmal-Kontakte sinken kontinuierlich zugunsten eines intensiveren, länger andauernden Beratungsprozesses. Außerdem betont Wischnewski, dass dieses Beratungskonzept auch auf andere, nicht suchtspezifische Arbeitsbereiche übertragbar ist.⁷⁹

⁷⁸ vlg. ebd. S. 51f.

⁷⁹ vlg. ebd. S. 53.

3.3.6 Kommunikationsstile zwischen Persönlichkeits- und Beziehungsdynamik von Schulz von Thun

Schulz von Thun unterscheidet acht Kommunikationsstile, die die Art und Weise beschreiben, mit Menschen in Kontakt zu treten, zu kommunizieren und Beziehungen zu gestalten.⁸⁰ Mit jedem Stil verbunden ist der Ausdruck bestimmter, innerer Verfassungen: Diese stellen eine Mischung aus Gefühlen, Bedürfnissen, Absichten oder Stimmungen dar, die jegliche Kontakte mit anderen Personen durchdringt. Diese Stile schließen einander nicht aus; Vielmehr finden sich in nahezu jedem Menschen Elemente jedes einzelnen Stils. Oft treten die unterschiedlichen Stile abhängig von bestimmten Situationen oder KommunikationspartnerInnen hervor. Schulz von Thun betont, dass es nicht darum geht, „eine Typologie menschlicher Persönlichkeiten zu entwerfen, sondern eine Typologie menschlicher Kommunikationsstile, welche mit bestimmten Persönlichkeitsanteilen als verbunden angenommen werden.“⁸¹

In der online-Jugendberatung ist es vielfach für die BeraterInnen hilfreich, wenn sie über diese acht Kommunikations- bzw. Beziehungsstile Bescheid wissen. Wenn die BeraterInnen den Stil der Rat Suchenden erkennen, fällt es ihnen vielfach leichter, ihre (seelischen) Hintergründe zu erkennen und ihr persönliches Erleben nachzuempfinden. Außerdem beleuchtet Schulz von Thun die acht Kommunikationsstile aus dem systematischen Blickwinkel und beschreibt die Richtungen der Persönlichkeitsentwicklung. An dieser Stelle geht es um Beratung, Aufgabenstellungen und neue Einstellungen, die zur Problemlösung beitragen können etc. Auf diese werde ich bei jedem Kommunikationsstil eingehen, da sie für die Beratung besonders relevant erscheinen und auch in der online-Beratung gut Anwendung finden können.

3.3.6.1 Der bedürftig-abhängige Stil

Dieser Kommunikationsstil zielt darauf ab, sich selbst als überfordert und hilflos darzustellen und dem Gegenüber das Gefühl zu geben, es müsse helfen, entscheiden und die Verantwortung übernehmen. Diese Message geht vom Bedürftig-Abhängigen nicht nur verbal (dringliche Forderungen und Aufforderungen), sondern auch nonverbal (Körperhaltung, Blicke, Gestik, Mimik etc.) aus. Die Grundbotschaft dieses Stiles lässt sich wie folgt darstellen:

- Selbstkundgabe der Hilfsbedürftigkeit (z.B. „Alleine schaffe ich es nicht.“)
- Beziehungsbotschaft „Du bist stark und kompetent!“. Durch diese Botschaft fühlt sich der/die EmpfängerIn angesprochen, er/sie fühlt sich fähig und (vom Bedürftig-

⁸⁰ vgl. Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander Reden 2. Stile Werte und Persönlichkeitsentwicklung. rororo Sachbuch. Hamburg. 1989. S 61f.

⁸¹ ebd. S 103.

Abhängigen) gebraucht.

- Direkte und verdeckte Appelle: Hierzu zählen alle Arten von Forderungen an das Gegenüber. Verbal sind dies z.B. „Lass mich bloß nicht allein!“. Zeigen verbale Appelle nicht die erwünschte Wirkung, greifen bedürftig-abhängige Menschen oft auf unausgesprochene Vorwürfe (wie z.B. „Aha, in der Not hat man keine Freunde.“) zurück, welche im Normalfall sofort ihre Wirkung zeigen.

Erstaunlich ist, dass Bedürftig-Abhängige meist kaum oder keine Energie in die Lösung ihrer eigenen Probleme aufwenden können, aber jede Menge Kraft aufzubringen im Stande sind, um andere zu beeinflussen, bzw. auf Mitmenschen großen emotionalen Druck auszuüben.

Als seelisches Axiom führt Schulz von Thun Folgendes an: „Ich bin schwach und hilflos – allein bin ich dem Leben nicht gewachsen!“⁸² Diese seelischen Axiome werden im Erwachsenenalter nicht mehr überprüft und ebenso nicht in Sprache gefasst. Vielmehr stecken sie im Innern der Person und beeinflussen ihre Handlungen, Strategien und Bewältigungsmuster. Aus individualpsychologischer Sicht tritt der bevorzugte Kommunikationsstil eines Menschen als Resultat seiner persönlichen Entwicklungsgeschichte (Kindheit und Jugendalter) zu Tage und ist demzufolge eine Angelegenheit des Charakters. Dies trifft zwar zu, aus einem systemischen Blickwinkel kommen jedoch noch weitere sehr relevante Faktoren hinzu.

Schulz von Thun betont diesbezüglich, dass der bedürftig-abhängige Stil seine Erklärung nicht nur in der Vergangenheit des Einzelnen findet, sondern auch in aktuellen, gegenwärtigen Beziehungsdynamiken z.B. eines Paares, einer Familie oder einer Gruppe. Es werden zwei verschiedene Teufelskreise, also negative Beziehungsverläufe, in welche der Bedürftig-Abhängige verstrickt sein kann, skizziert.

Im ersten Fall treffen zwei Menschen aufeinander, „beide stark und schwach zugleich, aber mit unterschiedlicher Angstverteilung im Hinblick auf diese beiden Seiten. [...] Der eine zeigt die Stärke als kontaktzugewandte Seite, seine Schwäche bleibt im Hintergrund. Der andere bringt die Schwäche, Bedürftigkeit und Abhängigkeit in den Kontakt – seine Stärke bleibt kontaktabgewandt.“⁸³ Es bildet sich aus dieser Konstellation ein ewiger Kreislauf zwischen Bedürftig-Abhängigem und HelferIn (siehe 3.3.6.2 Der helfende Stil).

Im zweiten Fall grenzt sich der/die PartnerIn vom Bedürftig-Abhängigen deutlich ab und verwehrt ihm Fürsorglichkeit und Unterstützung. Letzterer verhält sich entsprechend und fordert massiv Hilfe. Der/die sich distanzierende PartnerIn (siehe 3.3.6.7 Der sich distanzierende Stil) fühlt sich dadurch belästigt und verweigert in der Folge jegliche Unter-

⁸² ebd. S 62.

⁸³ ebd. S 67.

stützung. Der Schrei nach Hilfe wird auf diesem Weg immer lauter.

In der Beratung – und das funktioniert auch in der online-Beratung – können Autonomie und Selbstverantwortung bei Menschen mit einem bedürftig-abhängigen Stil gefördert werden. Auf kommunikativer Ebene neigen Bedürftig-Abhängige zu Passiv-Konstruktionen und zur Betonung der Fremdbestimmung. BeraterInnen können nun anleiten, eine verantwortliche Sprache zu benützen. So werden KlientInnen dazu aufgefordert, Sätze anders zu formulieren. Beispielsweise sollen sie probeweise statt „Ich kann nicht...“ einmal „Ich will nicht...“ verwenden. Oder statt „Ich muss...“ könnte „Ich entscheide mich für...“ gesagt/geschrieben werden. Entscheidend dabei ist nicht, dass die veränderte Formulierung vielleicht besser zutrifft, sondern vielmehr, dass sie beim Sprechen ein verändertes Gefühl und eine anderes Bewusstsein aufkommen lässt. Ein weiterer wichtiger Schritt für den bedürftig-abhängigen Menschen ist, seinen Stil, um Hilfe zu bitten zu ändern. „Und zwar:

- spezifisch statt global,
- aktiv regieführend statt sich passiv überlassend,
- offen und deutlich statt verdeckt und zwischen den Zeilen.“⁸⁴

Auf diesem Weg bekommt die Person zwar Hilfe, sie trägt aber dafür selbst die Verantwortung und überträgt diese nicht anderen. Auch der/die PartnerIn kann den/die HilfesuchendeN immer wieder in die Rolle des/der aktiven RegisseurIn zurück verweisen (z.B. mit der Frage: „Was genau erwartest du jetzt von mir?“) und ihm seine Selbstständigkeit und Eigenverantwortlichkeit zurückgeben.

3.3.6.2 Der helfende Stil

Der helfende Stil ist dem eben beschriebenen bedürftig-abhängigem Kommunikationsstil genau entgegengesetzt. HelferInnen sind geduldige ZuhörerInnen, RatgeberInnen und setzen sich für andere ein – sie ziehen Bedürftig-Abhängige förmlich an. Die Grundbotschaft, das seelische Axiom, des helfenden Stils lautet nach Schulz von Thun: „Für mich ist es eine Katastrophe, schwach (ratlos, traurig, verzweifelt) und bedürftig zu sein!“⁸⁵ Psychologisch kann der helfende Stil daraus resultieren, dass sich der Mensch als Kind in Momenten intensiver Bedürftigkeit nach Nähe, Zärtlichkeit oder Schutz allein gelassen oder abgelehnt fühlte. Als Konsequenz aus diesem Schmerz hat sich oftmals der Versuch, die mit Schmerz verknüpften Gefühle von Bedürftigkeit und Schwäche nie mehr aufkommen zu lassen, entwickelt. So werden im Umgang mit anderen Menschen oft nur Aspekte wie Stärke, Güte und Hilfsbereitschaft eingebracht, HelferInnen „geben sich sehr

⁸⁴ ebd. S 74.

⁸⁵ ebd. S 77.

früh schon stark, vernünftig, tüchtig, selbständig und verantwortungsbewusst.“⁸⁶ Dies sind Eigenschaften, die einerseits einen guten Menschen ausmachen, andererseits zu Anerkennung führen.

In der Interaktion zwischen einem Menschen mit helfendem Kommunikationsstil und einem anderen Menschen (meist handelt es sich hierbei um eine bedürftig-abhängige Person) kommt es zu einem Kreis von Fürsorge und Dankbarkeit. Relevanter ist aber doch „ein viel weniger bewusster Innenkreis von Enttäuschung und Kränkung, von Aggression und Sabotage. Der Schützling fühlt neben der Erleichterung, die ihm der Helfer verschafft, immer auch eine Kränkung über seine eigene Bedürftigkeit. [...] Plötzlich sind alle Ratschläge untauglich („Ja, aber...“), sind alle Hilfsmaßnahmen noch nicht ausreichend gewesen [...], wofür er den Helfer nun verantwortlich macht.“⁸⁷

Für Personen mit helfendem Kommunikationsstil stellt die in Anspruchnahme einer Beratung bereits einen großen Schritt auf der Verhaltensebene dar. Damit übertreten sie eine Grenze, werden sich ihrer eigenen Bedürftigkeit und Schwäche bewusst, bitten um Hilfe und übernehmen eine andere Rolle. Der/die BeraterIn kann gemeinsam mit dem/der Rat Suchenden daran arbeiten, sich von anderen Menschen abzugrenzen, nicht zu stark mit ihnen mitzuleiden. Es gilt, eine Balance zwischen Anteilnahme und Abgrenzung zu erarbeiten.

3.3.6.3 Der selbst-lose Stil

Der selbst-lose Stil ist dem Helfenden recht ähnlich. Die Grundhaltung besteht darin, für andere da zu sein, ihre Nöte und Bedürfnisse zu spüren und sich in ihren Dienst zu stellen. Allerdings steht der Selbst-Lose nicht über dem/der Hilfe Suchenden, sondern er/sie bietet seine/ihre Hilfe „von unten“ an. Es ist eine deutliche Unterwürfigkeit sowie das Gefühl der eigenen Schwäche, Rat- und Hilflosigkeit festzustellen. Personen mit selbstlosem Kommunikationsstil erachten sich selbst als unwichtig und definieren ihren eigenen Wert über ihren Einsatz für andere. Dieses sich über andere Definieren ist einerseits Ausdruck eines fehlenden Selbstgefühls, andererseits ein Mittel, die Angst vor der Selbstwerdung zu unterdrücken. Vermutlich wurde in der frühkindlichen Entwicklung jeder Ansatz einer Entwicklung eines Eigen-Sinns unterdrückt, das Kind hat sich in der Folge in die Umgebung eingefügt und angepasst. Der aufopfernde Einsatz für andere wurde in der Folge zum einzigen Weg, zu (geringer) Anerkennung zu kommen. Typisch für selbst-lose Menschen ist, dass sie (mitunter aufgrund von Trennungsängsten) konfliktscheu sind und Aggressionen aus dem Weg gehen.

Auch bei diesem Kommunikations-Typ kann es in der Interaktion mit einem/einer Part-

⁸⁶ ebd. S 78.

⁸⁷ ebd. S 83.

nerIn zu einem negativen Kreislauf kommen: Es ist möglich, dass sich der/die PartnerIn, welcheR die Botschaft, die er/sie von dem/der Selbst-Losen empfängt, anfangs wahrscheinlich reizvoll und schmeichelnd empfindet, im Laufe der Zeit von der permanenten Selbstentwertung „genervt“ fühlt. Das Verhalten des/der Selbst-Losen wird durch die folgende Abneigung und Distanz noch stärker und unterwürfiger, was bei dem/der PartnerIn Gefühle der Schuld, Wut oder Verachtung hervorruft.

In der Beratung kann versucht werden, die selbstlose Aufopferung dieses Kommunikationsstils abzubauen und den betroffenen Personen zu Selbst(be)achtung und Selbstbewusstsein zu verhelfen. Des weiteren gilt es, aus Selbstverleugnung Selbstbehauptung zu „machen“. Denn nur mit einem gewissen Maß an Selbstbehauptung kann es in der Interaktion zwischen zwei Menschen zur Umsetzung der eigenen Interessen kommen. Der/die Selbst-Lose muss daher (beispielsweise in einem Training zur sozialen Behauptung) lernen, das Wort „Ich“ zu verwenden, „vor allem in Verbindung mit

- Ich möchte (nicht)
- Ich will (nicht)
- Ich verlange.“⁸⁸

Das zweite wichtige Wort, dass der/die Selbst-Lose lernen muss ist „Nein“. Es ist sicher nicht leicht, Menschen einen Wunsch oder eine Bitte abzuschlagen, aber Menschen können lernen, „Nein“ zu sagen. Allerdings ist das kein einfacher Prozess, sondern vielmehr mit einem tieferen Wandel und Übung des „neuen“ Verhaltens verbunden. Des weiteren kann in der Beratung die „harmonisierende Fried-höflichkeit“⁸⁹ in Richtung Konfrontation, Fähigkeit zum Konflikt und zum richtigen Streiten abgebaut werden.

3.3.6.4 Der aggressiv-entwertende Stil

Dieser Stil ist gewissermaßen das Gegenstück zum selbst-losen Stil. Aggressiv-entwertende Menschen neigen dazu, ihrem Gegenüber „von oben herab“ das Fehlerhafte, Schändliche und Erbärmliche seiner/ihrer Person auf eine herablassende, feindselige Art und Weise aufzuzeigen. Die Grundpose dieses Kommunikationsstils ist herabsetzend und/oder beschuldigend. Von außen sieht diese Kommunikation also hart und aggressiv aus, im Inneren des Menschen tut sich allerdings eine überaus verzweifelte und verletzte Seite auf. Diese resultiert oft aus Minderwertigkeitsgefühlen, welche die Person gnadenlos mit verschiedenen „Techniken“ zu verbergen sucht. Eine dieser Techniken ist beispielsweise die Oberhandtechnik. Die Person ist aus Angst vor Unterlegenheit immer darauf bedacht, die Oberhand zu behalten. Dies kann beispielsweise durch Ironie

⁸⁸ ebd. S 109.

⁸⁹ ebd. S 113.

oder Fragen erfolgen, so ist wenig Selbstkundgabe im Gespräch erforderlich. Eine weitere Möglichkeit ist der „Ebenenwechsel“: Wird das Gegenüber beispielsweise auf inhaltlicher Ebene unbequem, wird sofort z.B. zur körpersprachlichen Ebene gewechselt. Außerdem zählen auch Unterbrechungen von GesprächspartnerInnen, mangelnder Blickkontakt zum Gegenüber oder resonanzloses Übergehen von Gesprächsbeiträgen zu Techniken des Oberhandbehaltens. Schultz von Thun führt noch weitere Möglichkeiten des Oberhandbehaltens auf.⁹⁰

Aus dem systematischen Blickwinkel betrachtet gibt es Situationen, in welchen der aggressiv-entwertende Kommunikationsstil vorherrschend ist. Es gibt Personen, die es entweder mit sich geschehen lassen und komplementär auf aggressiv-entwertende KommunikationspartnerInnen reagieren (komplementärer Kreislauf, vgl. Kapitel 3.3.6.3 Der selbst-lose Stil) oder/und Personen, die mitspielen und genau auf dieselbe Weise reagieren (symmetrischer Kreislauf). Bei letzterem Kreislauf kommt es in der Regel zur Eskalation der Gewalt, und jedeR KommunikationspartnerIn sieht den/die andereN als AggressorIn und sich selbst als den/die, der/die sich nicht alles gefallen lassen kann und sich dementsprechend wehrt. Bevor man nach Alternativen zu bzw. Wegen aus diesem symmetrischen Kreislauf sucht, ist es wichtig, dass die Betroffenen erkennen, in welchem Kreislauf sie sich befinden.

Zuerst geht es in der Persönlichkeitsentwicklung folglich um eine Konfrontation und Erforschung seiner Selbst. Es geht darum, den analysierenden, kritisierenden, diagnostizierenden oder anklagenden Blick, der gewöhnlich auf andere geworfen wird, auf sich selbst zu werfen. Dies ist oft nicht einfach, da in diesem Prozess die Gefühle (z.B. Traurigkeit, Sehnsucht nach Nähe und Rührung etc.), die nicht in das harte Selbstkonzept einer aggressiv-entwertenden Person passen, hochkommen können/werden. Dabei kann einE BeraterIn der Person zur Seite stehen und Hilfestellungen sowie Anleitungen geben. Ein weiterer Punkt bei diesem Kommunikationsstil ist, dass die Ausdrucksweise verändert werden sollte: Es gilt, eine Balance aus einem herablassenden, groben Ton und Takt herzustellen, bzw. diese beiden Ausdruckformen situationsgerecht zu gewichten und miteinander zu vereinbaren.

3.3.6.5 Der sich beweisende Stil

Auch bei diesem Kommunikationsstil geht es um die Sorge um den eigenen Wert. Allerdings wird dieser nicht durch Herabsetzung anderer (siehe 3.3.6.4 Der aggressiv-entwertende Stil) betont, sondern durch die Grundbotschaft „Ich bin ohne Fehl und Tadel!“⁹¹ Menschen mit diesem Kommunikationsstil stehen unter ständigem Druck, sich zu

⁹⁰ Siehe: ebd. S 113f.

⁹¹ ebd. S 153.

beweisen und beherrschen zahlreiche Imponier- und Fassadentechniken, die im Dienste dieser Grundbotschaft stehen. Der/die GesprächspartnerIn hört in Variationen immer wieder Aussagen wie „Sieh her, wo ich überall als wichtige Person gefragt bin“ oder „Schau, was ich schon alles geschafft habe.“ Als seelisches Axiom nennt Schulz von Thun „Ich bin selbst nicht (liebens)wert – nur in dem Maße, wie ich ‚gut‘ bin, verdiene ich Liebe und Anerkennung.“⁹²

Aus dem systemischen Blickwinkel entsteht ein symmetrischer Kreislauf, in einer Gruppe von Menschen, die alle hohe Ansprüche an sich stellen. In dieser Konstellation entsteht ein starkes Konkurrenzverhältnis, in welchem alle Beteiligten unter Beweisnot stehen, sich selbst zu profilieren und ihre Kompetenzen unter Beweis zu stellen. In diesem Kreislauf gilt es, ein Bewusstsein über die bestehende Situation zu erlangen und in der Folge eine Balance zwischen Konkurrenz- und Kooperationsfähigkeit, also ein Bestehen im Miteinander, zu erarbeiten.

„Ein komplementärer Teufelskreis kann dadurch entstehen, dass sich der/die Beweisende, indem er/sie wiederholt und nachdrücklich Anerkennung von seinen/ihren Mitmenschen fordert, die gegenteilige emotionale Wirkung erzeugt: eine unwirsche Verdrossenheit, wieder und wieder diese ‚Bestätigungsarbeit‘ leisten zu müssen.“⁹³

In der zwischenmenschlichen Kommunikation kann der/die sich Beweisende lernen, sich auch von anderen Seiten zu zeigen. Er/sie muss lernen, auch die negativen Seiten seiner/ihrer Persönlichkeit wahr- und anzunehmen und damit aufhören, diese als verächtlich darzustellen. Vielfach reagieren Mitmenschen auf diesen „Wandel“ mit Gefühl und Sympathie, was den sich beweisenden Menschen in seiner Auseinandersetzung mit sich selbst be-stärken kann. Ziel der Persönlichkeitsentwicklung ist also, das Imponiergehabe und die Fassade der Perfektion zugunsten des Bekenntnisses zu eigenen Mängeln und Schwächen abzulegen.

In der Beratung kann ebenso dazu aufgefordert werden, mit kleinen Übungen zu beginnen. So können Aussagen wie „Das weiß ich im Moment nicht.“ oder „Ich bin jetzt leider nicht mehr konzentriert genug.“ zum Ersten eine ungewohnte Erleichterung für den/die sich BeweisendeN bedeuten und zum Zweiten werden sie meist von den Menschen im Umfeld äußerst positiv und herzlich aufgenommen. Weitere Sätze, die eine sich beweisende Person wohl noch nie gesagt hat, sind beispielsweise „Ich habe dazu jetzt keine Lust.“ oder „Ich bin deprimiert und weiß selbst nicht warum.“ Diese Sätze sind sehr wichtig, um zu einer Persönlichkeitsveränderung zu gelangen; Die Betroffenen sollten sich Gedanken machen, in welchen Situationen diese Sätze zutreffend gewesen wären und versuchen, sie in Zukunft in den entsprechenden Situationen zu verwenden.

⁹² ebd. S 155.

⁹³ ebd. S 160.

3.3.6.6 Der bestimmend-kontrollierende Stil

Menschen mit bestimmend-kontrollierendem Kommunikationsstil streben danach, alle Dinge und Personen kontrollieren bzw. lenken zu können, so dass nichts einen anderen Fortgang nehmen kann. Durch diese Angst vor Chaos und Kontrollverlust verläuft das Leben von Bestimmend-Kontrollierenden in allen Bereichen sehr zwanghaft, organisiert und in starrer, pedantischer Regelmäßigkeit. Die Grundbotschaft dieses Stils ist „Ich weiß, was richtig und gut ist.“ Daraus resultierend ist die Beziehungsbotschaft folgende: „Du kannst es nicht richtig, du weißt es nicht recht – wenn man dich dir selbst überlassen würde, dann kann es nicht gut ausgehen!“⁹⁴ Diese Appell-Botschaft wird nicht wie beim aggressiv-entwertenden Stil herablassend vermittelt, sondern es geht vielmehr darum, die Mitmenschen zu verändern, zu formen und zu kontrollieren.

Das seelische Axiom könnte lauten: „Ich bin voll von chaotischen, sündhaften, unvernünftigen Impulsen – nur wenn ich mich an strenge Regeln halte, kann ich mich in der Gewalt haben und ein anständiger Mensch bleiben.“⁹⁵ Dieses Verhalten, sich selbst unter Kontrolle haben zu müssen, überträgt der/die Bestimmend-Kontrollierende mit all den Appellen, Verhaltensregeln, Dogmen etc. auch auf seine Mitwelt.

In einer Beziehung mit einem Menschen, bei dem die bestimmende Strömung dominiert, entsteht meist entweder ein Gefühl der Erleichterung oder der Empörung. Je nach Reaktion auf dieses Verhalten, entstehen in der Kommunikation zwei verschiedene Kreisläufe:

Tritt das Gefühl der Erleichterung ein, bietet der/die Bestimmend-Kontrollierende dem Mitmenschen durch sein Verhalten einen gewissen Halt, Sicherheit und Orientierung. Es bildet sich, wie Schulz von Thun es darstellt, ein (Muster-)SchülerIn-LehrerIn/LeiterIn-Verhältnis aus. Der/die (Muster-)SchülerIn ist erleichtert, von Verantwortung über Entscheidungen, Verhalten etc. befreit zu sein und verhält sich dementsprechend, ist aber von dem/der LehrerIn abhängig. Der/die LehrerIn fühlt sich durch diese Verhalten mächtig, zuständig und maßgebend und sendet ebensolche Signale sowie setzt entsprechende Handlungen.

Wenn bei dem/der KommunikationspartnerIn jedoch die Empörung Oberhand gewinnt, entsteht ein anderer Kreislauf. Ein typisches Beispiel dieses Kreislaufs ist die Beziehung zwischen strengen Eltern und ihren rebellierenden Kindern meist im Jugendalter. Die Eltern geben ihren Kindern Anweisungen, strikte Verbote oder drohen ihnen. Die Jugendlichen fühlen sich dadurch unterdrückt, bevormundet, missachtet oder entmündigt und reagieren meist mit Missachtung der Anweisungen, Verachtung der Eltern und Geheimnissen über ihre Lebensführung vor den Eltern. Die Eltern wiederum fühlen sich

⁹⁴ ebd. S 172.

⁹⁵ ebd. S 175.

durch dieses Verhalten vermehrt besorgt aber auch unwichtig, überfordert und von ihren Kindern nicht anerkannt und reagieren darauf wiederum mit strengeren Regeln, Anweisungen und dem Ausspielen der elterlichen Macht.

Eine Möglichkeit für bestimmend-kontrollierende Personen aus diesen Kreisläufen „auszubrechen“ ist, die nicht-direktive Gesprächsführung nach Rogers zu erlernen. Auf diesem Weg ist es möglich, von einer strengen Reglementierung zu Nicht-Direktivität, dem Wachsen-lassen anderer Persönlichkeiten und zu Flexibilität und Improvisation in Prozessen und Abläufen zu kommen. Außerdem ist es möglich, sich statt zwanghafter Überkontrolliertheit Offenheit gegenüber Innenerfahrungen und sich selbst zuzulassen. Auf den nicht-direktiven Ansatz bin ich bereits ausführlich in meiner Arbeit eingegangen. (siehe Kapitel 3.3.1)

3.3.6.7 Der sich distanzierende Stil

Wenn eine Person von der sich distanzierenden Strömung erfasst ist, dürfen ihr keine Menschen zu nahe kommen. Diese förmliche und unpersönliche Art zu kommunizieren betrifft sowohl die rein räumliche, körperliche als auch die seelische Nähe zu anderen Menschen. Die Grundbotschaft des sich distanzierenden Kommunikationsstils („Komm mir nicht zu nahe!“) hat eine starke Ausprägung auf der Sach-Seite und eine schwache auf der Beziehungsseite. Der allgegenwärtige Appell „Komm mir nicht zu nahe!“ ist sehr stark ausgeprägt. Eine distanzierte Sprache, welche sich durch Substantivierungen, Generalisierungen und Abstraktionen auszeichnet, wahrt aber nicht nur den Abstand zu anderen, sondern auch zu sich selbst, zu seinen eigenen Gefühlen. Das seelische Axiom zu diesem Kommunikationsstil lautet: „Wenn ich mich öffne und jemand ganz an mich heranlasse, begeben mich in große Gefahr: Ich könnte in eine solche Abhängigkeit geraten, dass ich jeder Verletzung preisgegeben bin und mich selbst in der Gefangenschaft der Verschmelzung verliere.“⁹⁶

Zwei typische Interaktions-Kreisläufe sind beim sich distanzierenden Kommunikationsstil zu unterscheiden: Der eine, der den/die sich DistanzierendeN immer mehr vom Mitmenschen abrücken lässt, der andere, der eine nicht selten dramatische Dynamik von Distanz und Nähe in Gang setzt. In solchen Kreisläufen – gerade in der Verbalisierung derer – ist es immer schwierig zu beurteilen, welche Art oder Reaktion weitere Reaktionen auslöst. Es fällt schwer, einen Anfangspunkt zu finden.

Viele Menschen fühlen sich arrogant behandelt und zurückgewiesen, wenn der/die sich Distanzierende sehr viel Abstand hält und ihn/sie zum Teil auf eine verletzende Art abweist und sich abgrenzt, das heißt, auf diesem Weg nach Außen demonstriert, dass

⁹⁶ ebd. S 196.

er/sie den/die andereN nicht braucht und sehr gut alleine klar kommt. Eine Gruppe der Menschen, die in diese Situation kommen, wenden sich in der Folge äußerlich von der/dem sich Distanzierenden ab, während sie sich innerlich meist sehr wohl mit dieser Person beschäftigen und beispielsweise danach fragen, warum dieser Mensch so wenig von sich selbst zeigt. Die andere Gruppe reagiert auf die reservierte Art der sich Distanzierenden komplementär zum zuvor beschriebenen Verhalten des sich Zurückziehens. Nach der Devise „Jetzt erst recht!“ gehen diese Personen auf „Eroberungskurs“ und wollen erreichen, dass sich der sich distanzierende Mensch öffnet und sich ihnen anvertraut etc.

Schulz von Thun geht im Folgenden auf den „klassischen“, dynamischen und manchmal dramatischen Kreislauf von Nähe und Distanz in einer Beziehung näher ein und gibt Empfehlungen an den Nähe- sowie an den/die Distanz-PartnerIn ab.⁹⁷ Diese Thematik ist durchaus interessant, aber im Rahmen dieses Überblicks über verschiedene Kommunikationsstile zu weitläufig.

Nun komme ich zur Richtung der Persönlichkeitsentwicklung von sich distanzierenden Personen. Ein wichtiger Punkt hierin ist, Klarheit in der Rollenbeziehung und authentische Begegnungen von Mensch zu Mensch zu schaffen. In gewissen Situationen, vor allem in der Geschäfts- und Berufswelt erweist sich die Fähigkeit, zwischenmenschliche Distanz zu wahren, als Vorteil, um die Klarheit verschiedener beruflicher Interessen zu wahren und sich nicht in zwischenmenschliche Verwicklungen zu begeben. Allerdings ist es möglich, dass ein großer, emotionaler Konflikt entsteht, wenn der/die sich Distanzierende in diesem Umfeld einmal an einer empfindlichen Stelle getroffen wird, da er/sie oft nicht geübt ist, mit Gefühlen umzugehen. „In der Regel aber steht er über den Dingen und bewahrt auch in schwierigen Situationen einen kühlen Kopf.“⁹⁸

Um unbefangener, kontaktbereit und ohne reservierte Zurückhaltung auf andere Menschen – sowohl im Berufs- als auch im Privatleben – zugehen zu können und um diese meist sozialisationsbedingten Verhaltensweisen abbauen zu können, ist es wichtig, Stätten bzw. „Räume“ der Begegnung zu schaffen, in welchen Barrieren des zwischenmenschlichen Nahkontaktes therapeutisch bearbeitet werden können. Als Ziel dieses Prozesses sollen alle Abstufungen zwischen Nähe und Distanz erhalten bleiben bzw. geschaffen/erarbeitet werden.

Bezüglich der Entwicklungsmöglichkeiten von Personen mit sich distanzierendem Kommunikationsstil erkennt Schulz von Thun einen Nachholbedarf auf der Selbstkundgebungs- und Beziehungsseite. Auf der anderen Seite stehen Sachinhalt und Appell, welche diese Personen gut beherrschen. Zu Beginn gilt es, in sich hineinzuhorchen und

⁹⁷ siehe: ebd. S 201-214.

⁹⁸ ebd. S 215.

ohne zu große Scheu das auszudrücken, was in einem vorgeht (Ich-Botschaften) und sich auf diesem Weg den Mitmenschen zu öffnen. Selbstverständlich ist dies kein einfacher Prozess, da oftmals gelernt werden muss, seine Emotionen in Sprache zu fassen. Hier kann einE BeraterIn helfen, die „Sprache der Nähe“⁹⁹ kennen zu lernen sowie auszuprobieren und unterstützen und bekräftigen, dass alles, was von sich selbst preisgegeben wird, völlig in Ordnung ist und nicht, wie es Distanzierende häufig empfinden, eine Schmach darstellt.

Außerdem kann in einem Beratungsprozess eine empathische und diagnostische Empfangsweise von Mitteilungen erlernt werden. Hierbei geht es darum, nicht nur seine eigenen Emotionen – wie oben beschrieben – auszudrücken, sondern auch die Äußerungen anderer einfühlsam und empathisch zu empfangen. Diese Empfangsweise zeichnet sich dadurch aus, dass ein Bemühen, die subjektive Erlebensweise anderer zu erspüren und nachzuvollziehen, besteht. Eine damit verbundene Identifikation schafft, vorausgesetzt ist die Bereitschaft, sich auf andere Menschen einzulassen, viel zwischenmenschliche Nähe. Dieses empathische Eingehen auf seine/ihre Mitmenschen ist ein wichtiges Entwicklungsziel für sich Distanzierende.

Selbsterfahrungs- oder Therapiegruppen können sich distanzierenden Personen helfen, ihre Entwicklungsziele zu erreichen. Allerdings besteht von ihrer Seite her oftmals eine große Skepsis diesen Gruppen gegenüber. Sie haben oft die Befürchtung, die laut Schulz von Thun oft nicht ganz unberechtigt ist¹⁰⁰, dass die LeiterInnen solcher Gruppen die TeilnehmerInnen überfordern, sie wegen ihrer Distanziertheit und „Kopflastigkeit“ belächelt werden etc. Die LeiterInnen sind also gefordert, auf die heterogene Gruppe einzugehen, keinen Druck auszuüben und es allen TeilnehmerInnen zu ermöglichen, sich auf die Beratung einzulassen. Diese Herangehensweise kann wohl auch auf die online-Beratung angewandt werden.

3.3.6.8 Der mitteilungsfreudig-dramatisierende Stil

Das Gegenteil des sich distanzierenden Stils ist der mitteilungsfreudig-dramatisierende Kommunikationsstil. Menschen, deren Persönlichkeit von diesem Stil geprägt ist, stehen gern im Mittelpunkt, unterhalten die anderen und wirken sehr lebendig, spontan und erlebnisintensiv. Die kommunikative Grundbotschaft liegt – unabhängig vom Inhalt der Botschaft – auf der Selbstkundgabe, dem starken Hang zur Selbstdarstellung : „Hört her, so bin ich!“. Die Beziehungsbotschaft hat einen doppelten Boden: Einerseits wird dem/der GesprächspartnerIn signalisiert, wie wichtig er/sie ist. Andererseits spürt dieseR auch nach einiger Zeit, dass er/sie im Grunde nur Resonanzboden für die Botschaften des/der

⁹⁹ ebd. S 219.

¹⁰⁰ vlg. ebd. S 225.

Mitteilungsfreudig-Dramatisierenden ist, dass er/sie zwar intensiv angesprochen wird, aber nicht wirklich er/sie gemeint, sondern eigentlich austauschbar ist. Das seelische Axiom zu diesem Stil lautet: „Ich bin unwichtig. Wie mir wirklich zumute ist, interessiert niemanden. Nur wenn ich mich geschickt oder mit starken Mitteln in den Vordergrund spiele, werde ich beachtet.“¹⁰¹

Aus dem systematischen Blickwinkel agieren mitteilungsfreudig-dramatisierende Personen meist in zwei verschiedenen Kreisläufen: Oft sind es eher kontrollierte, gehemmte PartnerInnen, die den/die Mitteilungsfreudig-DramatisierendeN bewundern und sich gerne an diese Menschen binden. Lebendigkeit, Spontaneität und neue Erlebnisse sind primär die Charaktereigenschaften, die ruhige, gehemmte Menschen faszinieren und die sie sich in Beziehungen mit Mitteilungsfreudig-Dramatisierenden wünschen. Dieser komplementäre Kreislauf läuft in der Regel recht harmonisch ab. Allerdings kann sich dieser erste Kreislauf auch verändern: Im Laufe der Zeit wird mitunter das Dramatische auch langweilig, die Reduzierung des/der Mitteilungsfreudig-DramatisierendeN auf den/die UnterhalterIn lassen den/die andereN ungeduldig und enttäuscht werden, „Faszination und ‚Genervtheit‘ liegen plötzlich eng beieinander.“¹⁰² Wird dem dramatisierend-mitteilungsfreudigen Menschen nun die Aufmerksamkeit und Bewunderung verweigert, rührt man an dessen Axiom, der/die Betroffene fühlt sich ungeliebt und unbeachtet. Als Konsequenz spielt er/sie sich noch mehr in den Mittelpunkt, was meist zur Folge hat, dass sich der/die PartnerIn noch stärker abwendet und die Beachtung verweigert.

Mitteilungsfreudig-dramatisierende Menschen sollten lernen, dass die Qualität eines zwischenmenschlichen Kontakts nicht mit der Menge des Geredeten steigt. Neben der selbstbezogenen Redseligkeit, die diese Personen sehr gut beherrschen, ist für ein qualitätvolles Gespräch auch Zurückhaltung und „Schweigseligkeit“ nötig. Ein erster Schritt in diese Richtung kann darin bestehen, Gesprächspausen einmal bewusst auszuhalten, statt wie gewohnt die Schweigepausen mit einer Bemerkung zu füllen. Zu Schweigen fällt wahrscheinlich nicht leicht und kann dem/der Mitteilungsfreudig-Dramatisierenden auch unangenehm und peinlich sein. Dem Versuch, Innezuhalten, sollte eine Auseinandersetzung mit den Motiven, keine Schweigepausen aushalten zu können, folgen. Dieses kann laut Schulz von Thun verschiedene Ursachen haben.¹⁰³

Ein weiterer Entwicklungsschritt für Menschen mit mitteilungsfreudig-dramatisierendem Kommunikationsstil ist es, zu erlernen, dialogisch partnerInnenbezogen zu kommunizieren und nicht ausschließlich monologisch selbstbezogen. In diesen Bereich gibt es zahlreiche Beratungsangebote bzw. -möglichkeiten. Ein Beispiel ist die Methode des

¹⁰¹ ebd. S 231.

¹⁰² ebd. S 237.

¹⁰³ siehe: ebd. S 240f.

„aktiven Zuhörens“, bei welcher es darum geht, die innere Einstellung zu ändern und nicht „nur“ die Gesprächstechnik zu ändern. Bezüglich der inneren Einstellung geht es darum, dass die mitteilungsfreudig-dramatisierende Person innerlich aktiv zuhört und das Gesagte wirklich an sich herankommen lässt, ohne gleich äußerlich darauf zu reagieren. Ziel dessen ist eine tiefere Kontaktebene, die zuzulassen dem/der Mitteilungsfreudig-Dramatisierenden schwer fallen mag.

3.4 AkteurInnen in der online-Jugendberatung

Eine beratende, nicht-direktive Beziehung stellt eine Art der sozialen Bindung dar, die sich von jeglichen anderen sozialen Bindungen unterscheidet. Die KlientInnen haben bis zum Zeitpunkt des Beratungs-Beginns vermutlich noch keine ähnliche Beziehung erfahren. Häufig wird anfangs von Seiten der Rat Suchenden ausprobiert und experimentiert, in welche Richtung die Beziehung gehen kann und wie die Situation gehandhabt werden soll. Es gibt aber auch TherapeutInnen, die absichtlich oder versehentlich eine typische Rolle einer für die KlientInnen alltäglichen Beziehung übernehmen (z.B. Elternteil, FreundIn, LehrerIn). Laut Rogers ist dies allerdings für eine optimale Psychotherapie (und Beratung) nicht typisch.

Es existieren mindestens vier Merkmale, die eine hilfreiche beratende Atmosphäre kennzeichnen:

- Wärme und Empfänglichkeit: Auf Seiten des/der BeraterIn machen Wärme, Empfänglichkeit und Interesse eine Verbindung möglich, die sich im Beratungsverlauf zu einer tieferen emotionellen Beziehung wandelt. Aus Perspektive des/der BeraterIn ist dies jedoch eine definitiv kontrollierte Beziehung, eine Beziehung mit fest umrissenen Grenzen. „Sie drückt sich in echtem Interesse an dem Klienten und in der Tatsache aus, dass der Berater ihn als Person akzeptiert.“¹⁰⁴ JedeR gute BeraterIn ist bis zu einem gewissen Grad selbst emotionell in die Probleme seiner KlientInnen verwickelt. Diese Tatsache sollte dem/der BeraterIn einerseits bewusst sein, andererseits muss dieser Tatbestand zum Nutzen der KlientInnen streng begrenzt bleiben.
- Gewähren lassen oder Gestatten: In Bezug auf die Gefühle der Rat Suchenden sind Gewähren lassen und Gestatten von großer Bedeutung. Wie bereits erwähnt, fehlt durch das Akzeptieren der Gefühle der KlientInnen jede moralische oder beurteilende Einstellung von Seiten des/der BeraterIn. Dies ist ein wichtiger Bestandteil, um den KlientInnen eine angstfreie Artikulation ihrer Gefühle zu ermöglichen bzw. sie dazu zu

¹⁰⁴ siehe Rogers, Carl R.: Die nicht-direktive Beratung. Counseling and Psychotherapy. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1985. S 120f.

- ermutigen, alle bisher verbotenen Impulse, unausgesprochenen Einstellungen, erschwerenden Probleme etc. in die Beratungssituation einzubringen.
- Grenzen: Der Ausdruck von Gefühlen im Beratungsgespräch ist völlig frei. Den Handlungen im therapeutischen Interview sind hingegen „definitive Grenzen gesetzt, um ihm eine Struktur zu verleihen, die der Klient dazu verwenden kann, Einsicht in sich selbst zu gewinnen.“¹⁰⁵ So ist es den KlientInnen beispielsweise erlaubt, ihren Gefühlen freien Lauf zu lassen, nicht jedoch durch das Umsetzen ihrer Impulse anderen zu schaden. Ebenso gibt es zeitliche Begrenzungen der einzelnen Beratungseinheiten, die unbedingt eingehalten werden sollen, um den Beratungsprozess zu strukturieren, woraus der/die KlientIn weitaus mehr Nutzen ziehen wird.
 - Fehlen von Druck und Zwang: An dieser Stelle sei nochmals erwähnt, dass es in einem nicht-direktiven Beratungsprozess als BeraterIn nicht förderlich ist, die eigenen Wünsche, Vorstellungen und Reaktionen einzubringen, den KlientInnen Ratschläge zu geben oder sie unter Druck zu setzen. Vielmehr bildet Akzeptanz eine positive Basis für das Wachsen und die Persönlichkeitsentwicklung sowie für bewusstes Wählen und Entscheiden und selbst gelenkte Integration.

Um nochmals auf die Beziehung zwischen BeraterIn und KlientIn zurückzukommen: Wenn der/die BeraterIn einen wert-, moral- und angstfreien Raum schafft, ermöglicht er/sie dem/der Rat Suchenden eine völlig neue Erfahrung im zwischenmenschlichen Bereich. Er/sie benötigt z.B. keine Rechtfertigung für sein/ihr Verhalten, wie das fast immer bei anderen Bezugspersonen (Eltern, FreundInnen, LehrerInnen etc.) der Fall ist. Daher ist es wohl sehr positiv, wenn der/die BeraterIn nicht eine Rolle, die der/die KlientIn aus einer alltäglichen, möglicherweise autoritativen Beziehung kennt, übernimmt. Denn nur so lernt der/die Rat Suchende die für ihn/sie vermutlich völlig neue Beratungs-Atmosphäre kennen und kann davon in seiner Entwicklung und Problemlösung profitieren.¹⁰⁶

3.4.1 Jugendliche

In der eMail- und Chat-Beratung treten Jugendliche prinzipiell als Rat Suchende auf. Eine Besonderheit stellen die Peer-BeraterInnen dar, auf welche ich in der Folge eingehen werde. In online-Foren sind Jugendliche in der Regel Rat Suchende und Beratende, oftmals beides in einer Person.

¹⁰⁵ ebd.S 86.

¹⁰⁶ vgl. ebd. S 83f.

3.4.1.1 Jugendliche als Rat Suchende

Das Internet bietet Jugendlichen eine weitere Möglichkeit, sich Gehör zu verschaffen und sich jemandem mitteilen zu können. Dies funktioniert im Internet ohne jemandem face-to-face gegenüberzutreten zu müssen oder die Personen, die die gesendeten Nachrichten lesen und auch beantworten, zu kennen. Probleme und wichtige Fragen können jederzeit niedergeschrieben und verschickt bzw. gepostet werden. Natürlich sind damit auch Erwartungen an die BeraterInnen (und in online-Foren auch an die anderen Jugendlichen bzw. Community-Mitglieder) verknüpft. Die Rat Gebenden sollen jederzeit verfügbar sein, in möglichst vielen Lebenssituationen und -bereichen ExpertInnen sein, d.h. in quasi jedem Bereich über Kompetenzen verfügen und immer einen Ratschlag parat zu haben. Eine schriftliche Problemformulierung dient bei sehr vielen jugendlichen Rat Suchenden zum einen dazu, sich der eigenen Situation und Schwierigkeiten bewusst zu werden, die Ausgangslage zu ordnen. Zum anderen streben sie durch ihre Anfrage an eine online-Beratungsinstitution auch eine Lösung ihres Problems an und treten nicht selten den BeraterInnen (und auch beratenden Jugendlichen) mit sehr großen Erwartungen hinsichtlich einer schnellen Problemlösung gegenüber. Was Jugendlichen als Rat Suchenden besonders wichtig ist, ist dass sie ernst genommen werden. Außerdem wünschen sich Jugendliche BeraterInnen, die offen sind und souverän z.B. mit peinlichen Themen umgehen, die zwischen den Zeilen lesen können und Gefühle ansprechen. Wichtig erscheint auch, dass BeraterInnen Alternativen aufzeigen und positive Ressourcen der Jugendlichen erkennen und ihnen zu größeren Handlungskompetenzen verhelfen.¹⁰⁷ „Fühlt sich die anfragende Person bei der ersten Antwort verstanden, ernst genommen, akzeptiert und mit den richtigen Informationen versorgt, dann ist die Chance eine Kommunikation über mehrere eMails aufrecht zu erhalten, recht groß.“¹⁰⁸ Die Faktoren, die hier für die eMail-Beratung beschrieben werden, treffen selbstverständlich auch für Beratung im Chat und in online-Foren zu. Fühlen sich Rat Suchende in online-Foren nicht verstanden oder nicht ernst genommen, was in diesem Fall häufiger die Antworten von anderen Jugendlichen als die der professionellen BeraterInnen betrifft, kommt es nicht selten zu Flaming, d.h. (weiteren) Beschimpfungen, Beleidigungen, Kränkungen etc. (siehe Kapitel 6.3.5). An dieser Stelle sei der Hinweis angebracht, dass das Gefühl nicht verstanden bzw. ernst genommen zu werden, aus verschiedenen Gründen entstehen kann und auch nicht immer aus einer „anbiedernden“ oder gar „schlechten“ Antwort von BeraterInnen bzw. Rat gebenden Jugendlichen resultiert. Soweit zu den An-

¹⁰⁷ vgl. Kohel, Sonja: Beratung per Mausclick. eMail-Beratung für Jugendliche – Ein neuer Weg in der Sozialarbeit. Diplomarbeit. Bundesakademie für Sozialarbeit. Münchendorf. 2003. S. 62.

¹⁰⁸ Wischnewski, Ralf: Motivierende Gesprächsführung im Internet – neue Drogen, neues Medium, neue Möglichkeiten? S. 47. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 44-53.

forderungen bzw. Wünschen von Jugendlichen an die BeraterInnen. Zu den Anforderungen an die BeraterInnen aus professioneller bzw. psychologischer oder therapeutischer Sicht komme ich in Kapitel 3.4.2.

3.4.1.2 Jugendliche als Rat Gebende in online-Foren

Wie bereits besprochen, besteht in online-Foren die Möglichkeit, dass Jugendliche anderen Jugendlichen Ratschläge erteilen, ihnen helfen etc. Ein Vorteil dabei ist, dass Rat gebende Jugendliche auch an Wochenenden, in der Nacht, also quasi zu jeder Tages- und Nachtzeit in Foren anwesend sind und posten. Natürlich gibt es Zeiten, an denen mehr Jugendliche und Zeitspannen, an denen weniger UserInnen online sind. Aber sie sind in Summe deutlich häufiger online, als dies die professionellen BeraterInnen einer Forum-Betreiber-Institution sein können. Daher können sich die Rat Suchenden sozusagen darauf verlassen, innerhalb kurzer Zeit Antworten auf ihre Fragen oder Problemschilderungen zu erhalten. Außerdem gibt es auch Fragen, die Jugendliche authentischer, aus unmittelbarer Erfahrung oder, selbstverständlich themenabhängig, mitunter sogar besser beantworten können als ein BeraterInnen-Team. Als Beispiele seien hier Fragen nach persönlichen Erfahrungen in einer bestimmten Schule oder nach Geschenkideen für die beste Freundin genannt.

Was selbstverständlich von den Forums-BetreiberInnen bedacht werden muss ist, dass Rat gebende Jugendliche nicht immer richtige oder hilfreiche Antworten geben (können). Für diesen Fall ist es empfehlenswert, Szenarien zu entwickeln, die in diesen Fällen angewandt werden. Dies können Aktionen wie möglichst schnelle Richtigstellung der falschen Antworten oder Informationen sein oder auch das Löschen von einzelnen Beiträgen. Alle Maßnahmen, die gesetzt werden, sollten in der Policy vermerkt sein.

3.4.1.3 Peer-BeraterInnen

Bereits oben wurde angesprochen, dass Jugendliche mit bestimmten Fragen, Problemen und Sorgen von Gleichaltrigen mitunter besser umgehen können als erwachsene BeraterInnen. Im Fall der Peer-Beratung handelt es sich um Jugendliche, die für ihre Aufgabe als BeraterIn speziell geschult und ausgebildet werden und welchen eine professionelle BeraterIn zur Seite steht. Peer-Beratung ist ein Modell, eine pädagogische Arbeitsmethode, nach dem Grundsatz „Gleiche informieren Gleiche“. Die Stärke dieser Methodik liegt darin, dass Menschen aus dem gleichen oder einem ähnlichen Lebenszusammenhang die gleiche Sprache verwenden, die täglichen Probleme und Sorgen ähnlich gelagert sind.¹⁰⁹ Das Verständnis für die jeweilige Situation ist meist höher.

¹⁰⁹ vgl. <http://www.aids.at/index.php?id=33>. 30.01.05.

Eine weitere Definition besagt:

„Eine Peer Group ist eine Gruppe von (gleichaltrigen) Personen, die gleiche Werte innerhalb desselben sozialen Systems leben. Peer Group Education stellt dabei einen pädagogischen Zugang zu Peer Gruppen dar, der aus Training, Begleitung und Unterstützung besteht und den Peer Leadern Strukturen, Ressourcen und Know-how zur Verfügung stellt. Dieser besteht u.a. aus einer klar strukturierten Ausbildung sowie einer ebenfalls definierten Aufgabe/Rolle der Peer Leader.“¹¹⁰

Peer Education wird schon seit einigen Jahren in verschiedensten Lebensbereichen von Jugendlichen eingesetzt. Vor allem an Schulen und in Jugendzentren wird diese Modell in verschiedenen Bereichen angewandt. Die Themen in der face-to-face-Peer Education sind breit gestreut, sie reichen von HIV und AIDS über Aufklärung, Drogen und Sucht bis zum Thema Konflikte und Rassismus.¹¹¹ Seit einiger Zeit gibt es in Österreich auch ein erstes Projekt, welches telefonische Peer-Beratung anbietet. „time4friends“ ist eine Aktion des Österreichischen Jugendrotkreuzes, geboten wird kostenlose, telefonische Peer-Beratung, täglich von 18 bis 22 Uhr.¹¹²

Peer-Education funktioniert, wie man an Praxis-Beispielen erkennt, ebenso in der online-Beratung. (Fach-)Informationen, Tipps, Ratschläge und Angebote von jugendlichen BeraterInnen werden bei den jugendlichen Rat Suchenden sehr gut angenommen. Die Stärken der Peer Education finden sich folglich auch in der online-Beratung.

Da einige Themen und Probleme sehr belastend sein können, sollte es bei Peer-Beratungs-Angeboten, wie in der online-Beratung generell, Supervision und Intervision geben. Dies dient dazu, um im Team oder alleine mit SupervisorInnen die Themen zu besprechen und aufarbeiten zu können.

3.4.2 Professionelle BeraterInnen

In Bezug auf die professionellen BeraterInnen ist die online-Beratungsstelle selbst relevant. Das heißt, die Ausbildungen und Qualifikationen der BeraterInnen sind in vielen Fällen von den Themen und Fachgebieten, zu denen beraten wird sowie von der Zielgruppe abhängig. In vielen größeren Beratungsstellen gibt es ein „multiprofessionelles Fachteam aus Fachbereichen wie Sozialpädagogik, Pädagogik, Psychologie, Recht, Seelsorge, Schule, Medizin etc.“¹¹³ Es besteht für Beratungs-Einrichtungen aber auch die Möglichkeit, ExpertInnen heranzuziehen. Dies kann notwendig sein, wenn ein Thema die

¹¹⁰ <http://www.bmsg.gv.at/cms/site/detail.htm?channel=CH0267&doc=CMS1056442602778>. 30.01.05.

¹¹¹ Einen guten Überblick über Projekte im Bereich Peer Education bietet folgende Site: <http://www.peer-group.info>. 30.01.05.

¹¹² siehe: <http://www.time4friends.at>. 30.01.05.

¹¹³ Berg, Katja / Smolinski, Maik: kids.hotline.de – Konzepte und Strategien. S. 80. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 79-81.

Aufgaben z.B. des Forums übersteigt oder der/die ModeratorIn bzw. BeraterIn sich damit überfordert fühlt und/oder zu diesem Thema keine Kompetenz hat.¹¹⁴

Für „allgemeine“ Beratungsstellen (wie das Fallbeispiel <http://forum.wienXtra.at>) verlangt die online-Beratung neben der Professionalität im psychosozialen Bereich und den üblichen Beratungskompetenzen (denen der herkömmlichen Beratung entsprechend) auch medientechnische Kenntnisse und das Wissen über Kommunikationsabläufe im Internet. Es gilt ebenso, rechtliche Aspekte und Fragen der Datensicherheit abzuklären.

Bei der herkömmlichen Beratung, insbesondere der face-to-face-Beratung fällt eine Abgrenzung leichter, da bei der online-Kommunikation Hemmschwellen herabgesetzt werden und die Grenzen dadurch verschwimmen. Daher sind die online-BeraterInnen öfter gefordert, Grenzen zu setzen.

Weiters erfordert die online-Beratung große Textkompetenzen und sprachliches Geschick der BeraterInnen. Im Vergleich zu einer verbalen Kommunikation erfordert die schriftliche Beratung höhere Klarheit und Verständlichkeit im Text. Das heißt, Antworten, die geschrieben werden, sollten klar formuliert und gut strukturiert sein. Die BeraterInnen benötigen dazu eine hohe Sprachflexibilität, da sie sich auch an der Sprache und dem Eindruck der jeweiligen Rat suchenden Person orientieren müssen. Denn der/die Rat Suchende muss das Geschriebene so verstehen, wie es der/die BeraterIn gemeint hat, damit eine online-Beratung erfolgreich ablaufen kann.

Online-Beratung erfordert, aufgrund der Schnelligkeit des Mediums Internet, oft eine rasche Arbeitsweise und gut recherchierte Informationen. Das Lesen und Verfassen einer eMail ist – besonders am Anfang – zeitintensiv, arbeitsaufwändig und benötigt volle Konzentration. Allerdings setzen sich die meisten Beratungseinrichtungen Fristen, wann eingehende eMails oder Foren-Postings bearbeitet werden. Beim Großteil der Fälle bewegt sich diese Zeitspanne zwischen 24 und 48 Stunden. Zu bedenken sind Wochenenden und Feiertage, an welchen die BeraterInnen möglicherweise keine Anfragen beantworten (können). Hier gilt es, die Rat Suchenden ganz klar über die zeitlichen Regelungen der Antwort-eMails zu informieren, damit sich diese darauf einstellen können und wissen, wann sie mit einer Antwort rechnen können.

Online-BeraterInnen stehen des weiteren vor der Anforderung, dass sie die Zielgruppe, die sie beraten, gut kennen. Dies ist allerdings ein Punkt, den auch BeraterInnen in herkömmlichen Beratungsinstitutionen erfüllen sollen.¹¹⁵

Seit dem Frühjahr 2004 gibt es die erste Ausbildung für online-BeraterInnen in Österreich.

¹¹⁴ vgl. Kühne, Stefan / Mattern, Klaudia: eModeration: Rollen zwischen Beratung und Community. S. 77. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 70-78.

¹¹⁵ Kohel, Sonja: Beratung per Mausclick. eMail-Beratung für Jugendliche – Ein neuer Weg in der Sozialarbeit. Diplomarbeit. Bundesakademie für Sozialarbeit. Münchendorf. 2003. S. 64ff.

Das wienXtra-institut für freizeitpädagogik¹¹⁶ bietet in Kooperation mit der MA13-Landesjugendreferat, netbridge und dem Fonds Soziales Wien den Lehrgang [online.beratung] an, der erste Lehrgang schloss im Dezember 2004 ab. In dieser berufsbegleitenden Weiterbildung, die sich an Personen, die bereits in der online-Beratung tätig sind oder planen, online-Beratung anzubieten, richtet, umfasst alle für die Praxis relevanten Inhalte, welche von ReferentInnen aus dem deutschsprachigen Raum (Österreich, Deutschland und der Schweiz) vermittelt werden.

3.4.3 ModeratorInnen

ModeratorInnen in online-Foren sollten nach außen als solche erkennbar sein. Bei einigen Beispielen werden sie namentlich genannt, bei anderen arbeiten sie unter ihrem Nickname. Einige Forums-BetreiberInnen stellen auch Fotos der ModeratorInnen mit kurzen Infos über sie als Personen online. Auf jeden Fall sollten die Aufgaben der ModeratorInnen möglichst genau beschrieben werden, ebenso wie die damit verbundenen rechtlichen Möglichkeiten.

Das Tätigkeitsfeld der ModeratorInnen kann folgende Elemente beinhalten:

- Lesen: Der/die ModeratorIn muss stets wissen, was im online-Forum geschrieben und diskutiert wird.
- Reagieren: Dies kann einerseits in Form von Fragen und Antworten geschehen, hier kann einE ModeratorIn auch die Doppelrolle ModeratorIn-ExpertIn innehaben. Andererseits sind ModeratorInnen auch verantwortlich für den Diskussionsablauf, d.h. sie müssen gegebenenfalls vermitteln, motivieren und auch schlichten oder sanktionieren (in Form von Verwarnungen, Löschen von Postings, Sperren von UserInnen etc.).

Wichtig für die Rolle der ModeratorInnen ist, dass ihre Antworten und Postings professionell sind, d.h. dass sie selbst nicht die Policy übertreten, oder andere UserInnen verstören, beleidigen etc. Dies ist bei emotional berührenden oder aufregenden Diskussionsbeiträgen nicht immer leicht. In diesen Situationen gilt generell „FwvdT“ – Finger weg von der Tastatur“. Das heißt, gegebenenfalls Abstand gewinnen, Test-Antworten verfassen, wenn möglich andere Personen den eigenen Text lesen und beurteilen lassen und/oder den eigenen Text nach einiger Zeit erneut lesen und dann erst posten bzw. abschicken. Diese Vorgehensweise dient dazu, Text- und Kontextkompetenz zu entwickeln und professionell zu agieren.¹¹⁷

„Je nach Forum kann es sinnvoll sein, auf Offline-Kontaktmöglichkeiten hinzuweisen

¹¹⁶ siehe <http://www.ifp.at>. 30.01.05.

¹¹⁷ vgl. Kühne, Stefan / Mattern, Klaudia: eModeration: Rollen zwischen Beratung und Community. S. 76. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 70-78.

(persönliches Gespräch, telefonisch), bzw. darauf hinzuweisen, wie der/die ModeratorIn auch per eMail (und damit für andere nicht sichtbar) zu erreichen ist.¹¹⁸

3.5 Datenschutz in der online-Beratung

Die Frage der Vertraulichkeit und des Datenschutzes der Kommunikation im Internet wurde lange Zeit vernachlässigt, sogar in Organisationen und Berufsgruppen, die gesetzlich zur Verschwiegenheit verpflichtet sind. Fragen der Vertraulichkeit und Anonymität sind auch in der online-Beratung von großer Relevanz. In vielen Fällen, gerade bei intimen, persönlichen Anliegen, ist es von Rat Suchenden dringend erwünscht, eine anonyme, vertrauliche Beratung in Anspruch zu nehmen. Gerade weil in Beratungsanfragen private Angelegenheiten thematisiert werden, ist dem Datenschutz gerade von Seiten der Beratungsinstitutionen besondere Aufmerksamkeit zu widmen. Auch bei einer Archivierung (digital oder in Form eines herkömmlichen Archivs) der Kontakte ist an mögliche Probleme des Datenschutzes zu denken. Für die Rat Suchenden stellt die Anonymisierung ihrer Anfrage häufig einen Vorteil bzw. Schutz dar, für die BeraterInnen ist dies nicht immer der Fall. Es kann nämlich schwierig sein, ein Anliegen ausreichend zu beantworten, wenn keine oder nur sehr wenige Informationen über die Rat suchende Person vorhanden sind. An dieser Stelle möchte ich auf die Modelle der Computervermittelten Kommunikation (Kapitel 6.4) verweisen, die unter anderem die fehlenden Informationen und Sinnesmodalitäten thematisieren. Auf diese gehe ich auch in Kapitel 3.6 (Vor- und Nachteile der online-Jugendberatung) ein.

Bei Sicherheitskonzepten im Internet definiert Wenzel folgende nötige Gestaltungs- und Ausgleichsprozesse:

- "Das Balancieren zwischen Abgrenzung und Austausch von Informations- und Kommunikationsprozessen.
- Das geregelte Öffnen und Schließen von Grenzen.
- Das bewusste Gestalten von öffentlichen und privaten virtuellen Räumen.¹¹⁹

Im Internet ist es möglich, Daten vertraulicher und sicherer zu versenden, als dies bei Briefverkehr oder Telefon möglich ist. So können Briefe abgefangen und Telefongespräche technisch abgehört werden, ebenso wie face-to-face-Beratungsgespräche. Die technischen Möglichkeiten der sicheren online-Kommunikation sind vorhanden, allerdings zeigt sich in der Praxis, dass sensible Daten noch immer auf unsicheren Über-

¹¹⁸ ebd. S. 76.

¹¹⁹ Wenzel, Joachim: Vertraulichkeit und Anonymität im Internet. Problematik von Datensicherheit und Datenschutz mit Lösungsansätzen. S 60. In: Etzendorfer, Elmar / Fiedler, Goerg / Witte, Michael (Hg.): Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten. Vandenhoeck & Ruprecht. Göttingen. 2003. S. 56-70.

tragungsarten übermittelt werden. Hierzu ist es nötig, sicherer Protokolle zu verwenden und die MitarbeiterInnen der Beratungseinrichtungen zu Fragen der Sicherheit zu schulen. Selbst wenn es die absolute Sicherheit weder im Internet noch in anderen Kommunikationsmedien gibt, sollte doch in vertraulichen Bereichen, zu denen Beratung und Seelsorge zweifellos zählen, ein Höchstmaß an Vertraulichkeit und Sicherheit angestrebt werden.¹²⁰

Laut Döring stellen sich beim eMail-Verkehr vier Datenschutzprobleme:

- Vertraulichkeit (Schutz der Nachricht vor Einsichtnahme durch Unbefugte)
- Integrität der Botschaft (Schutz der eMail-Nachricht vor Veränderung während der Übertragung)
- Authentifizierung des Absenders (Schutz einer eMail vor Veränderung der Absenderadresse)
- Unbeobachtetheit (Schutz der Kommunikationsumstände)¹²¹

Wenzel definiert ebenso zentrale Dimensionen von Sicherheit, welche sich mit den oben behandelten teilweise überschneiden. Diese Dimensionen müssen bei der Gewährleistung eines hohen Sicherheitsstandards beachtet werden:

- Verbindlichkeit: Darunter versteht man den Nachweis, dass die Datenübertragung bzw. ein bestimmter Prozess stattgefunden hat. Dies ist beispielsweise relevant für eCommerce oder die Erteilung verbindlicher Aufträge oder Zusagen. Aber besonders auch in der eMail-Beratung ist es wichtig zu wissen, dass die gesendete Nachricht (sowohl von Seiten der BeraterInnen als auch der Rat Suchenden) wirklich bei dem/der EmpfängerIn angekommen ist. Im Beratungsprozess kann es hier nämlich leicht zu Missverständnissen kommen.
- Vertraulichkeit: Vertrauliche Daten müssen vertraulich bleiben. Im Internet als öffentlicher Raum bedeutet dies, dass Inhalte einer eMail nur AbsenderIn und EmpfängerIn bekannt sind. Dies kann durch Verschlüsselung der Botschaft (Kryptografie) ermöglicht werden. Da aber Verschlüsselungssoftware im deutsch-sprachigen Raum (noch) nicht sehr weit verbreitet ist und Verschlüsselung oft als kompliziert oder auch überflüssig erachtet wird, bzw. die Gefahr der Datenschutzverletzung unterschätzt wird, kommen Verschlüsselungs-Programme nur äußerst selten zur Anwendung. eMails fallen außerdem unter das Briefgeheimnis, die Informationen dürfen von keiner an der Kommunikation beteiligten Personen an Dritte weitergegeben werden.

¹²⁰ vgl. ebd. S. 60f.

¹²¹ vgl. Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 1999. S. 40.

- Authentizität/Anonymität: Die Authentizität der kommunizierenden Personen muss in der online-Beratung gewährleistet sein. Sowohl Rat SuchendeR als auch BeraterIn sollten in der online-Beratung den/die AbsenderIn eindeutig identifizieren können. Technisch ist dies beispielsweise durch beigefügte digitale Signaturen oder Zertifikate auf der Website möglich. Allerdings besteht von vielen Rat Suchenden der Wunsch nach Anonymität. In diesem Fall muss wohl auf die eindeutigen Identifikations-Merkmale auf Seiten der Rat Suchenden verzichtet werden. Um den Ansprüchen nach Authentizität gerecht zu werden, nützen viele Beratungseinrichtungen eine asymmetrische Lösung: Die Einrichtung selbst muss als bestimmte Einrichtung sicher identifizierbar sein. Die Rat Suchenden sollen anonym sein können. Anonymität und Authentizität stellen in der online-Beratung einen gegenläufigen Prozess dar.
- Integrität: Integrität beinhaltet, dass eine Mitteilung auf dem Übertragungsweg nicht verändert wurde. Der/die EmpfängerIn muss sofort feststellen können, ob die Nachricht auf dem Übertragungsweg manipuliert oder verändert wurde. Denn gerade im Beratungsprozess ist es von großer Relevanz, dass es zu keinen inhaltlichen Manipulationen durch Dritte kommt. Wenn eine eMail mit Veränderungen bei dem/der EmpfängerIn ankommt, ist es möglich, dass der/die BeraterIn dies nicht mitbekommt. Auf diesem Weg kann es zu einer massiven Störung des Kommunikations- bzw. Beratungsprozesses kommen. Die Integrität wäre durch digital signierte eMails zu sichern. Allerdings stellt das möglicherweise wiederum ein Hemmnis auf Seiten der Rat suchenden Personen dar.¹²²

Zu diesen vier Dimensionen kommen Folgende hinzu:

- Technische Sicherheit: Die technische Sicherheit ist eine Frage des Providers, welcher mitunter wenig Sicherheitsbewusstsein hat. An dieser Stelle müssen daher von Seiten der online-Beratungs-Institution Sicherheitsmaßnahmen eingefordert bzw. gesetzt werden.
- Sicherheitskompetenzen der MitarbeiterInnen: Die online-BeraterInnen müssen auf die erforderlichen Sicherheitsvorkehrungen und -bestimmungen hingewiesen werden und in Sicherheitssysteme eingeschult werden. Nur so kann die Sicherheit eines guten technischen Sicherheitskonzepts auch in der Praxis garantiert werden.
- Einbindung in Organisationen: Online-Beratungsinstitutionen sollten Sicherheitsstandards entwickeln, welche fix in Organisation und Abläufe eingebunden sind. Nach diesen Standards muss die online-Beratung durch alle MitarbeiterInnen erfolgen.¹²³

¹²² vgl. Wenzel, Joachim: Vertraulichkeit und Anonymität im Internet. Problematik von Datensicherheit und Datenschutz mit Lösungsansätzen. S 63-64. In: Etzendorfer, Elmar / Fiedler, Goerg / Witte, Michael (Hg.): Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten. Vandenhoeck & Ruprecht. Göttingen. 2003. S. 56-70.

¹²³ vgl. Wenzel, Joachim: Skriptum 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 5 / Technische Voraussetzungen für Online-Beratung. 3. Oktober 2004. S 3.

Wie bereits teilweise angesprochen gibt es (technische) Möglichkeiten, die Sicherheit in der online-Kommunikation zu gewährleisten. Diese seien an dieser Stelle zusammengefasst:

- „Verschlüsselung
- Bestätigung [Anm. Bestätigung, dass die eMails zwischen BeraterIn und KlientIn angekommen sind]
- Authentifizierung und Anonymer Zugang
- Signatur
- Infrastruktur (Provider/PC)
- Weiterbildung, Intranet, Mailingliste
- Verbindliche Strukturen¹²⁴

3.5.1 Sewecom (secure web communication)

Als Beispiel eines umfassenden Sicherheitssystems möchte ich jenes der TelefonSeelsorge in Deutschland¹²⁵ vorstellen: Für die TelefonSeelsorge haben Themen wie Vertraulichkeit und Anonymität höchste Priorität. In dieser Beratungseinrichtung schien es nur vertretbar, online-Beratung anzubieten, wenn es Sicherheitsstandards gibt, die die online-Kommunikation vergleichbar sicher wie die Telefonberatung machen. Dabei war es für die Verantwortlichen der TelefonSeelsorge von großer Relevanz, eine anwenderInnen-freundliche Kommunikationstechnologie in der eMail- und Chat-Beratung anzubieten, die gleichzeitig den hohen Sicherheitsanforderungen gerecht wird.¹²⁶ Bei den online-Angeboten der deutschen TelefonSeelsorge wurde das erste umfassende Sicherheitskonzept einer Beratungseinrichtung nach dem sewecom-Standard (secure web communication) verwirklicht. „Bei einem Sicherheitskonzept nach dem sewecom-Standard handelt es sich um ein umfassendes Gesamtkonzept, das alle beteiligten Personen und technischen Komponenten umfasst.“¹²⁷ Denn nur wenn alle relevanten Bereiche in das Konzept eingebunden sind, kann auch ein hohes Maß an Sicherheit geboten werden.

Den hohen Sicherheitsanforderungen entspricht das webbasierte System der eMail-Beratung der Einrichtung. Dabei wird auf das Versenden von eMails verzichtet. Die Rat Suchenden legen sich am Beratungs-Server der TelefonSeelsorge mit Nickname und Passwort (und optional einer eMail-Adresse) einen Account an, der ihnen Zugriff zu ihrem eigenen Beratungsverlauf bietet. Wird die Verbindung mit dem Rechner der TelefonSeelsorge aufgebaut, befindet sie sich automatisch auf einem gesicherten Verschlüsselungsmodus (<https://www.telefonseelsorge.org>). Die Rat Suchenden müssen dazu über keinerlei technische Kenntnisse verfügen. Die freiwillig angegebene eMail-

¹²⁴ ebd. S 3.

¹²⁵ <http://www.telefonseelsorge.de>

¹²⁶ vgl. Wenzel, Joachim: Vertraulichkeit und Anonymität im Internet. Problematik von Datensicherheit und Datenschutz mit Lösungsansätzen. S 56f. In: Etzendorfer, Elmar / Fiedler, Goerg / Witte, Michael (Hg.): Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten. Vandenhoeck & Ruprecht. Göttingen. 2003. S. 56-70.

¹²⁷ ebd. S. 56f.

Adresse wird lediglich dazu genutzt, die BesitzerInnen des jeweiligen Accounts über eine eingetroffene Antwort zu informieren. Dieses webbasierte System weist also hinsichtlich der Sicherheit und Anonymität große Vorteile auf: Alle Daten über den Beratungsverlauf liegen ausschließlich am Server der Beratungseinrichtung, es haben nur BeraterIn und Rat SuchendeR (mit Nickname und Passwort) Zugang zu diesem und die Anonymität der Rat Suchenden wird weitestgehend gewahrt, weil nicht – beispielsweise über die eMail-Adresse (Name, Anbieter, eMail-Adresse der Eltern etc.) – mehr Informationen gefunden werden können. Außerdem ist auch von Seiten der BeraterInnen der gesamte Beratungsverlauf (auch im Sinne eines Archivs) ausschließlich über dasselbe System mit Nick und Passwort einsehbar. Ein Nachteil für die BeraterInnen beim webbasierten eMail-Beratungssystem ist allerdings, dass nicht sichtbar ist, zu welcher Uhrzeit das eMail abgeschickt wurde, was manchmal für eine Beantwortung hilfreich sein kann.

3.6 Vor- und Nachteile der online-Jugendberatung

3.6.1 Vorteile/Positive Aspekte aus Sicht der Rat Suchenden/Jugendlichen

- Niederschwelligkeit der Angebote (abhängig von den Registrierungs- bzw. Anmeldungsmodalitäten)
- Geringere Barrieren bei sozialer Angst
- Wesentlich größere Auswahl an Beratungsangeboten, auch Angebote aus dem Ausland können in Anspruch genommen werden.
- Menschen bzw. Jugendliche nutzen die Angebote,, die normalerweise keine Beratungsstelle aufsuchen oder Telefonberatung in Anspruch nehmen würden.
- Möglichkeit, die Anfragen genau auszuformulieren (bei Beratung im Chat nicht möglich)
- Menschen neigen dazu, sich dem Computer, wesentlich leichter anzuvertrauen als einem richtigen, menschlichen Gegenüber.
- Anonymität
- Möglichkeit der Ungebundenheit an Zeit und Ort (Bei Beratung im Chat ist die zeitliche Ungebundenheit meist nicht gegeben, da entweder fixe Chat-Termine per Anmeldung vergeben werden oder die Chats nur zu bestimmten „Öffnungszeiten“ zur Verfügung stehen. Außerdem müssen BeraterIn und Rat SuchendeR zur selben Zeit online sein.)
- Auftretende Gefühle und Probleme können jederzeit ausgedrückt bzw. aufgeschrieben werden (primär bei Beratung in online-Foren und per eMail).
- Kommunikation verläuft vorurteilsfrei (beispielsweise Geschlecht, soziale Situation, Behinderung etc.) (vgl. Kapitel 6.4.2.2)

- Größeres Kontrollerleben der KlientInnen als bei herkömmlichen Beratungsformen
- Durch Schriftlichkeit und Aufzeichnung des Beratungsprozesses ist ein größerer Überblick über den Beratungsverlauf und dessen Qualität gegeben. (Bei Beratung im Chat meist nicht gegeben, da Beratungs-Chats in der Regel nicht mitgeloggt, d.h. Aufgezeichnet, werden.)

3.6.2 Vorteile/Positive Aspekte aus Sicht der BeraterInnen

- Vielfach werden Personen erreicht, die aus verschiedenen Motiven (sozialer Angst, Behinderung, örtliche Situation etc.) keine Beratungsstelle aufsuchen oder keine Telefonberatung in Anspruch nehmen würden.
- Möglichkeit, sich für die Antworten mehr Zeit zu nehmen und diese genau auszuformulieren (bei Beratung im Chat nicht möglich)
- Durch Schriftlichkeit und Aufzeichnung des Beratungsprozesses ist ein größerer Überblick über den Beratungsverlauf und dessen Qualität gegeben. (Bei Beratung im Chat meist nicht gegeben, da Beratungs-Chats in der Regel nicht mitgeloggt werden.)
- Möglichkeit der Ungebundenheit an Zeit und Ort (Hier ist anzumerken, dass fixe MitarbeiterInnen von Beratungseinrichtungen möglicherweise an bestimmte Arbeitszeiten und -orte gebunden sind.)
- Kommunikation verläuft vorurteilsfrei (beispielsweise Geschlecht, soziale Situation, Behinderung etc.) (vgl. Kapitel 6.4.2.2)

3.6.3 Nachteile/Negative Aspekte aus Sicht der Rat Suchenden/Jugendlichen

- Technische Ausrüstung und Grundverständnis sind Voraussetzung
- Kommunikation im Internet ist störungsanfälliger, es kann z.B. zu einem plötzlichen Verbindungsabbruch kommen. (Gerade bei Beratungsangeboten im Chat ist dies oftmals sehr problematisch.)
- Schwierigkeiten beim Aufbau einer Beziehung zwischen Rat Suchenden und BeraterInnen, häufig bleibt es beim einmaligen Kontakt.
- Die Professionalität und Seriösität der AnbieterInnen ist (vielfach) nicht zu kontrollieren.
- Nonverbale Reize fehlen (vgl. Kapitel 6.4.3.1)
- Vertraulichkeit bzw. Datenunsicherheit auch auf Seiten der Rat Suchenden
- Missverständnisse treten in der computervermittelten Kommunikation häufiger auf als in der face-to-face-Kommunikation.
- Anonymität erleichtert asoziales und beleidigendes Verhalten, so genanntes Flaming (vgl. Kapitel 6.3.5) (Dies ist vor allem in der Beratung in einem Gruppenchat und in

online-Foren relevant.)

- Kulturelle Unterschiede: Die Beteiligten können nicht erkennen, welchem Kulturkreis der/die andere angehört und folglich kann es passieren, dass die Rat Suchenden keine adäquate Hilfe erhalten.

3.6.4 Nachteile/Negative Aspekte aus Sicht der BeraterInnen

- Technische Ausrüstung und Grundverständnis sind Voraussetzung.
- Kommunikation im Internet ist störungsanfälliger, es kann z.B. zu einem plötzlichen Verbindungsabbruch kommen. (Gerade bei Beratungsangeboten im Chat ist dies oftmals sehr problematisch.)
- Schwierigkeiten beim Aufbau einer Beziehung zwischen Rat Suchenden und BeraterInnen, oft bleibt es beim einmaligen Kontakt.
- Kulturelle Unterschiede: Die Beteiligten können nicht erkennen, welchem Kulturkreis der/die andere angehört und erfahren so nicht, ob sie adäquate Hilfe geben können.
- Diagnostik und Erkennen des Problems übers Internet sind oftmals schwierig und mitunter auch abhängig davon, wie viele Informationen die Rat Suchenden geben, wie groß ihre Medienkompetenz (vgl. Kapitel 6.4.3.1) ist und wie gut sie sich schriftlich ausdrücken können.
- Einschreiten in Krisensituationen (Selbst- und Fremdgefährdung) ist beschränkt bzw. teilweise nicht eindeutig gesetzlich geregelt. (vgl. Kapitel 3.8)

3.7 Qualitätskriterien und -standards in der online-Beratung

Gerade bei der Vielzahl an online-Beratungsangeboten ist es für Rat Suchende nicht immer leicht, das passende Angebot zu finden. Ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl eines Angebotes stellen Qualitätskriterien dar.

Hierbei geht es um die Glaubwürdigkeit der Angebote, um Methoden der Qualitätssicherung, die Archivierung und Dokumentation der Beratungsprozesse und um qualifizierte, professionelle BeraterInnen.

- Glaubwürdigkeit der Angebote: Bei Websites gibt es verschiedene Einflussfaktoren bei der Zuschreibung von Glaubwürdigkeit: Quellenkompetenz (d.h. Titel, Beruf, Erfahrung der BeraterInnen), Zertifikate, Gütesiegel und Logos als Zeichen der Vertrauenswürdigkeit, Hinweise auf Aktualität, eine professionelle Präsentation sowie ebensolches Design der Site, Transparenz und Übersichtlichkeit sowie die Erfüllung der versprochenen Leistungen. Die UserInnen gelangen durch diese Einflussfaktoren

unter anderem zu Interesse und Motivation, einem Vertrauensvorschuss, persönlicher Relevanz und Vorwissen und Erfahrung über die Einrichtung.

- Methoden der Qualitätssicherung: Hierzu zählen u.a. die Standardisierung der Abläufe, individuelle Beantwortung der Anfragen, Verlässlichkeit (z.B. Einhaltung der angegebenen Beantwortungs-Zeiträume), Datenschutz, das Ernstnehmen der Anfragen und Zuschriften sowie die Archivierung, Dokumentation und Reporting der Anfragen. Gerade die Archivierung, sei sie digital oder auf Papier, ist bei Beratungsprozessen ein Thema, welchem große Aufmerksamkeit entgegengebracht werden sollte. Eine gute Möglichkeit diesbezüglich ist, dass die Beratungseinrichtungen ein individuelles Kategorisierungssystem entwickeln, nach welchem die Anfragen und Antworten vertraulich und geschützt abgelegt werden. Zum Reporting zählt, Statistiken über die Anfragen zu führen. Enthalten sein sollen, je nach Verfügbarkeit, soziodemografische Daten der Rat Suchenden, Themen und die Reaktionszeit der BeraterInnen.¹²⁸
- Qualifizierte, professionelle BeraterInnen: An dieser Stelle möchte ich nur kurz auf Anforderungen an die Fähigkeiten von online-BeraterInnen eingehen, da diese in der Arbeit bereits an anderer Stelle besprochen wurden und werden. Daher findet sich an dieser Stelle eine unkommentierte Aufzählung von relevanten, wichtigen BeraterInnen-Fähigkeiten und Eigenschaften: Kommunikationsfähigkeit, Fachwissen, notwendige Distanz, perfekte Rechtschreibung und Formulierung (d.h. hohe Textkompetenz), Empathie, Sensibilität, Flexibilität, emotionale Selbstwahrnehmung und -kontrolle, Kritikfähigkeit, Belastbarkeit, Urteilsfähigkeit und Beherrschung der erforderlichen Kommunikationstechniken.¹²⁹

3.8 Rechtliche Rahmenbedingungen der online-Beratung

Bezogen auf die rechtliche Situation in der online-Beratung ist eine Unterscheidung von Individual- und öffentlicher Kommunikation zu treffen. Für alle UserInnen potentiell zugängliche Information (z.B. Homepage) zählt eindeutig zur öffentlichen Kommunikation. Bei der eMail-Kommunikation ist die Zuordnung nicht so einfach. Kommunizieren zwei Personen miteinander per eMail zählt dies zur Individual-Kommunikation, da der Zugang zur Kommunikation beschränkt ist. Handelt es sich aber beispielsweise um einen Newsletter, ist eine Einteilung abhängig vom EmpfängerInnenkreis: Wird dieser nicht mehr von dem/der AbsenderIn bestimmt bzw. umfasst dieser mehrere Personen, ist dies, Bezug

¹²⁸ vgl. Röth, Astrid: Handout 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 7 / Methoden der Qualitätssicherung. 11.12.04. S. 1ff.

¹²⁹ vgl. ebd. S. 17.

nehmend auf die rechtlichen Rahmenbedingungen, wohl zur öffentlichen Kommunikation zu zählen. Allerdings ist dies nicht zu verallgemeinern, sondern im Einzelfall zu prüfen. Für die online-Beratung gibt es derzeit in Österreich aus juristischer Sicht „weder einheitliche Rechtsmeinungen noch Judikaturen.“¹³⁰ Die Schwierigkeiten bestehen in der online-Beratung für SozialarbeiterInnen, PsychologInnen oder PsychotherapeutInnen darin, dass berufsspezifische Richtlinien mit dem E-Commerce Gesetz (ECG), Telekommunikationsgesetz (TKG), dem Urheberrechtsgesetz (UrhG) und dem Strafgesetzbuch (StGB) ineinandergreifen. Diese Thematik wird im Folgenden behandelt.

3.8.1 E-Commerce Gesetz (ECG)

Das E-Commerce Gesetz findet bei Diensten der Informationsgesellschaft Anwendung. Diese werden elektronisch und auf Distanz angeboten. Der/die EmpfängerIn bestimmt den Erhalt dieses Dienstes, es kommt also auf die Initiative des/der EmpfängerIn an. Außerdem handelt es sich bei Diensten der Informationsgesellschaft in der Regel um kommerzielle Dienste (gegen Entgelt). „Das E-Commerce Gesetz gilt für DiensteanbieterInnen, das sind „Unternehmen, die elektronisch im Fernabsatz auf individuellen Abruf in der Regel gegen Entgelt Dienste der Informationsgesellschaft anbieten.“¹³¹ Darunter sind die Websites jeglicher kommerzieller Unternehmen zu verstehen, nicht nur kostenpflichtige Websites oder solche mit online-Shops, online-Werbung und dergleichen. Es reicht beispielsweise aus, wenn die Websites drittfinanziert (z.B. durch Bannerwerbung) sind, um in das E-Commerce Gesetz zu fallen.

Jede/r E-Commerce DiensteanbieterIn ist gemäß der Anbieteridentifizierung (§5 Abs. 1 ECG) verpflichtet, auf der Website seine/ihre reale Identität leicht zugänglich bekannt zu geben. Hierzu werden folgende Informationen verlangt:

- „Name oder Firma, ‚reale Identität‘
- Geografische Adresse
- Kontaktdaten: Mail/Telefon/Fax
- Kammerzugehörigkeit
- Soweit vorhanden:
- berufsrechtliche Vorschriften und Zugang zu diesen
- Firmenbuchnummer und -gericht, Aufsichtsbehörde
- UID-Nummer
- wko.at Firmen A-Z“¹³²

Besonders relevant für die online-Beratung (vor allem für Foren-BetreiberInnen) sind die

¹³⁰ Schmölzer, Gabriele: Die Stellung von PsychologInnen, PsychotherapeutInnen und SozialarbeiterInnen als Online-BeraterInnen aus strafrechtlicher und strafprozessualer Sicht. S. 68. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 64-68.

¹³¹ Laga, Gerhard: Rechtliche Aspekte der Online-Beratung. S. 62. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 62-64.

¹³² Laga, Gerhard: Skriptum 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 4 / Rechtliche Voraussetzungen für Online-Beratung. 2. Oktober 2004. S 2.

Haftungserleichterungen für alle Dienste-AnbieterInnen (in Kommerzielle Kommunikation (Werbung) §6 ECG). Gemäß diesen Haftungserleichterungen kommt es zu einem Ausschluss der Verantwortlichkeit unter bestimmten Umständen beispielsweise bei Hyperlinks oder bei der Speicherung fremder Inhalte (Hosting) beispielsweise in Gästebüchern oder Foren. Hier angesprochen sind unter anderem Inhalte von Websites, die die UserInnen oder kommerzielle AnbieterInnen erstellt haben. Der Provider hat diesbezüglich keine Überwachungspflicht.¹³³ Die Haftungserleichterungen bezüglich des Hostings (selbiges gilt auch bei Hyperlinks) besteht „solange man keine Kenntnis von rechtswidriger Information in diesen Inhalten erlangt hat“.¹³⁴

3.8.2 Urheberrechtsgesetz (UrhG)

Mit dem Urheberrechtsgesetz sind „alle ‚eigentümlichen geistigen Schöpfungen z.B. Texte, Computerprogramme, Bilder, Melodien, Grafiken, Animationen oder Filme gegen bestimmte Nutzungsarten z.B. Wiedergabe im Internet‘“¹³⁵ geschützt. Zur Veröffentlichung einer eigentümlichen geistigen Schöpfung im Internet, welche als „neue“ Nutzungsart gilt, muss vom/von der UrheberIn das Recht dazu gesondert eingeräumt werden. Das Urheberrecht beinhaltet folgende Werkkategorien:

- Literatur (§2) (Sprachwerke einschließlich Computerprogramme, Bühnenwerke, Werke wissenschaftlicher Art)
- Bildende Kunst (§3) (Lichtbildkunst, Bauwerke, Kunstgewerbe)
- Filmkunst (§4), Bearbeitungen (§5), Sammelwerke (§6)
- Datenbanken (§76c) bzw. Datenbankwerke (§40f)¹³⁶

„Im Urheberrecht sind folgende Nutzungsarten berücksichtigt: Vervielfältigungsrecht, Verbreitungsrecht, Senderecht, Vortrags-, Aufführungs- und Vorführrecht (d.h. Recht auf öffentliche Wiedergabe, Internet-Wiedergabe und Bearbeitungsrecht.)“¹³⁷

Wichtig im Urheberrechtsgesetz ist, dass das Werk bereits bei der Entstehung geschützt ist. Der Schutz entsteht durch die Schöpfung, ein gesonderter Copyright-Vermerk erhöht den Schutz nicht.

Ausgenommen vom Vervielfältigungsrecht sind Vervielfältigungen „zum eigenen Gebrauch (nur Reprographie) ... auch juristischer Personen und öffentlicher Organisationen, zum privaten Gebrauch (elektronisch und print) und [...] Vervielfältigung nur zum privaten

¹³³ vgl. ebd. S 2f.

¹³⁴ Laga, Gerhard: Rechtliche Aspekte der Online-Beratung. S. 63. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 62-64.

¹³⁵ Laga, Gerhard: Skriptum 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 4 / Rechtliche Voraussetzungen für Online-Beratung. 2. Oktober 2004. S 3.

¹³⁶ vgl. ebd. S 4.

¹³⁷ Laga, Gerhard: Rechtliche Aspekte der Online-Beratung. S. 64. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 62-64.

Gebrauch ohne direkte oder indirekte kommerzielle Ziele.¹³⁸

Als rechtliche Konsequenzen ergeben sich bei einem Verstoß gegen das Urheberrechtsgesetz:

- „Unterlassungsanspruch (auch im Wege einer einstweiligen Verfügung)
- Beseitigung [Anm. der Folgen]
- Urteilsveröffentlichung
- Zahlung
- Strafrechtliche Konsequenzen bei Vorsatz und gewerblicher Verletzung¹³⁹

Die Relevanz des Urheberrechtsgesetzes für die online-Beratung entsteht vorrangig in online-Foren, wenn UserInnen beispielsweise Fotos oder Texte, welche dem Urheberrecht unterliegen, online stellen.

3.8.3 Strafrechtliche Verantwortung in der online-Beratung

In diesem Kapitel möchte ich mich, orientiert an Gabriele Schmölzer¹⁴⁰, auf folgende Themengebiete konzentrieren:

- Strafrechtliche Verantwortlichkeit für den Suizid eines/einer KlientIn
- Strafrechtliche Verantwortlichkeit bei Straftat eines/einer KlientIn
- Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht von PsychologInnen, PsychotherapeutInnen und SozialarbeiterInnen sowie PsychologInnen, PsychotherapeutInnen und SozialarbeiterInnen im Strafverfahren
- Weitere Rechtsgrundlagen für das Vorgehen im Akutfall

3.8.3.1 Strafrechtliche Verantwortlichkeit für den Suizid eines/einer KlientIn

Eine strafrechtliche Verantwortlichkeit für den Suizid eines/einer Rat Suchenden kann gegeben sein bei:

- Mitwirkung am Selbstmord (§78 StGB): Dies muss vorsätzlich, durch psychische Unterstützung oder durch Unterlassen an KlientInnen mit natürlichem Einsichts- und Urteilsvermögen. Unterlassen trifft zu bei Garantenstellung der BeraterInnen (bei individueller Betreuung), wenn die Erfolgsabwendung realistisch bzw. möglich gewesen wäre und wenn der Suizid mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit abwendbar gewesen wäre. Bezüglich Mitwirkung am Selbstmord ist für online-Berater-

¹³⁸ Laga, Gerhard: Skriptum 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 4 / Rechtliche Voraussetzungen für Online-Beratung. 2. Oktober 2004. S 6.

¹³⁹ ebd. S 7.

¹⁴⁰ vgl. Schmölzer, Gabriele: Skriptum 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 4 / Rechtliche Voraussetzungen für Online-Beratung. 2. Oktober 2004. Sowie Schmölzer, Gabriele: Die Stellung von PsychologInnen, PsychotherapeutInnen und SozialarbeiterInnen als Online-BeraterInnen aus strafrechtlicher und strafprozessualer Sicht. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 64-68.

Innen Strafbarkeit möglich, aber unwahrscheinlich.

- Fahrlässige Tötung (§80 StGB): Bei sorgfaltswidrigem Verhalten in Bezug auf erkennbar suizidgefährdete Rat Suchende und realistischer Erfolgsabwendbarkeit oder der Möglichkeit dazu. Eine strafrechtliche Verantwortlichkeit nach §80 StGB ist nur für nicht eigenverantwortliche SelbstmörderInnen möglich. Online-BeraterInnen müssen sich folglich nur in Ausnahmefällen dafür verantwortlich zeigen.
- Unterlassung der Hilfeleistung (§95 StGB): Dies trifft zu bei einem konkret bevorstehenden Suizid als Unglücksfall (wenn der/die SuizidentIn nicht eigenverantwortlich handelt), bei faktischer Möglichkeit der Beistandsleistung und bei vorsätzlichem Unterlassen der Hilfeleistung. Da besonders die faktischen Möglichkeiten in der online-Beratung relativ gering sind, ist Strafbarkeit zwar möglich, aber eher unwahrscheinlich.

Generell ist es für online-Beratung sehr wichtig, Fakten, Einschätzungen, Daten etc. sofort zu dokumentieren, wenn eine Gefährdung einer Person erkennbar ist.

3.8.3.2 Strafrechtliche Verantwortlichkeit bei Straftat eines/einer KlientIn

Eine strafrechtliche Verantwortlichkeit bei Straftat eines/einer Rat Suchenden kann gegeben sein bei Unterlassung der Verhinderung einer mit Strafe bedrohten Handlung (§286 StGB): Dies trifft zu bei Verhinderung einer gerichtlich strafbaren Handlung mit einer Strafdrohung von mehr als einem Jahr Freiheitsstrafe. Die Tat muss unmittelbar bevorstehen und (später) zu begehen versucht werden/worden sein. Außerdem muss eine reale Handlungsmöglichkeit des Verhinderns gegeben sein und der Vorsatz auf das Unterlassen der Tatverhinderung muss gegeben sein. Für online-BeraterInnen ist Strafbarkeit möglich, aber äußerst unwahrscheinlich.

3.8.3.3 Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht

In der online-Beratung arbeiten Personen, die unterschiedlichen Berufsständen (gemäß ihrer Ausbildung) entsprechen. Daher ist in der Folge die Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht für die einzelnen Berufsgruppen gesondert zu behandeln.

- Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht von PsychologInnen und PsychotherapeutInnen: Gemäß den gesetzlichen Grundlagen (§14 PG, §15 PthG) haben klinische PsychologInnen und GesundheitspsychologInnen die Verpflichtung zur Verschwiegenheit über alle ihnen in Ausübung ihres Berufes anvertrauten oder bekannt gewordenen Geheimnisse. Sie dürfen nur an KlientInnen und gesetzliche VertreterInnen Auskünfte über die Behandlung geben. Vom Gesetz her gibt es keine Durchbrechung oder

Entbindungsmöglichkeit dieser Verschwiegenheitsverpflichtung, PsychologInnen und PsychotherapeutInnen unterliegen diesen gesetzlichen Grundlagen zufolge auch keiner Anzeigepflicht. Aber es gibt folgende Möglichkeiten, die Verschwiegenheitspflicht zu durchbrechen: Bei Entbindung durch den/die KlientIn (wobei diese umstritten ist) und bei übergesetzlich gerechtfertigtem Notstand (höhere Individualrechtsgüter wie beispielsweise der Schutz des Lebens). Außerdem besteht eine Meldepflicht (gegenüber Jugendwohlfahrtsträgern) z.B. bei Misshandlung oder sexuellem Missbrauch Minderjähriger. Bei Gefährdung des Wohles Minderjähriger besteht ein Mitteilungsrecht an Jugendwohlfahrtsträger.

- Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht von SozialarbeiterInnen: Folgende Pflichten sind funktionsbezogen anzuwenden, sie können auch für PsychologInnen und PsychotherapeutInnen in entsprechenden Dienstverhältnissen angewandt werden: Von der Amtsverschwiegenheit (Art 20 Abs 3 B-VG) können SozialarbeiterInnen durch die Dienststelle entbunden werden. Hierbei kommt es aber auch auf das Dienstverhältnis der SozialarbeiterInnen an, weil die gesetzliche Lage für Beamte, Vertragsbedienstete und sonstige Organe unterschiedlich ist. Anzeigepflicht (§84 Abs 1 StPO) besteht für Behörden und öffentliche Dienststellen, Officialdelikte im gesetzlichen Wirkungsbereich betreffend. Davon ausgenommen sind aber Tätigkeiten, die eines persönlichen Vertrauensverhältnisses (z.B. Jugendämter, Sozial-, Familien- und Suchtberatungsstellen) bedürfen. Eine unbefugte Geheimnisoffenbarung stellt eine Verletzung des Amtsgeheimnisses (§310 StGB) dar. Allerdings nur bei Eignung, bestimmte öffentliche bzw. berechtigt private Interessen zu verletzen. Bei gleichzeitiger Verletzung des Berufsgeheimnisses (§121 StGB) zieht die unbefugte Geheimnisoffenbarung vor.
- Verschwiegenheits- und Anzeigepflicht von Lebens- und SozialberaterInnen: Lebens- und SozialberaterInnen unterliegen der Verschwiegenheitspflicht (§119 Abs 4 GewO) für die ihnen anvertrauten Angelegenheiten. Durch den Auftraggeber (KlientInnen) können sie davon entbunden werden. Auskunftspflicht haben Lebens- und SozialberaterInnen gegenüber ihren KlientInnen und deren gesetzlichen VertreterInnen.

3.8.3.4 PsychologInnen, PsychotherapeutInnen und SozialarbeiterInnen im Strafverfahren

- Zeugnisenstschlagungsrecht (§152 Abs 1 Z 5 StPO): Dieses gilt für PsychiaterInnen, PsychologInnen, PsychotherapeutInnen, BewährungshelferInnen, eingetragene MediatorInnen nach dem Zivilrechts-Mediations-Gesetz und MitarbeiterInnen anerkannter Einrichtungen zur psychosozialen Betreuung und Beratung und betrifft alles, was ihnen im Rahmen dieser Tätigkeit bekannt geworden ist. Nach der Belehrung

darüber muss ein ausdrücklicher Verzicht auf die Aussage gemacht werden, ansonsten ist diese nichtig. Das Zeugnisentschlagungsrecht entspricht dem Verschwiegenheitsgebot der §14 PG und §15 PthG. Daraus folgt für PsychologInnen und PsychotherapeutInnen die Pflicht zur Aussageverweigerung im Strafverfahren, um die Verschwiegenheitspflicht nicht zu durchbrechen. Eine Entbindung hat keinen Einfluss auf das Entschlagungsrecht.

- Zeugnisbefreiung (§151 Abs 1 Z 2 StPO): Diese betrifft Staatsbeamte und deren Amtsgeheimnisse. Eine Vernehmung ist daher nichtig, sofern keine Entbindung durch die Dienstbehörde erfolgte.

3.8.3.5 Weitere Rechtsgrundlagen für das Vorgehen im Akutfall

Relevant für online-BeraterInnen ist es ebenso, zu wissen, welche Vorgehen im Akutfall (Beispielsweise Verhinderung von Suizid oder Straftat eines/einer KlientIn) nötig sind. Die Sicherheitsbehörden haben folgende Aufgaben:

- Erste allgemeine Hilfeleistungspflicht (§19 SPG)
- Fahndung wegen Suizidverdacht bzw. wegen besonderer Gefährdung des Lebens oder der Gesundheit anderer (§24 Abs 1 Z 2 oder Z 3 SPG)
- Auskunftspflicht von BetreiberInnen öffentlicher Telekommunikationsdienste (§53 Abs 3a SPG)
- Bei besonderer Eigen- oder Fremdlebengefährdung ärztliche Vorführung bzw. Krankenhaus für Psychiatrie (§46 SPG/§9 UbG)

Besonders relevant ist in Akutfall der §98 des Telekommunikationsgesetzes 2003 (TKG 2003): Auskünfte an Betreiber von Notrufdiensten. Demgemäß sind Betreiber (Provider) verpflichtet, Betreibern von Notrufdiensten Auskünfte über Stamm- und Standortdaten zu erteilen, wenn nur dadurch ein Notfall abgewehrt werden kann. Notrufdienste sind Einrichtungen, die sich mit der Abwehr unmittelbarer Gefahren für Leib, Leben, Gesundheit und Eigentum von Menschen befassen. In Österreich gibt es keine vollständige Auflistung aller Notrufdienste, dazu zu zählen sind aber sicher Feuerwehr, Rettung, Polizei, Rat auf Draht, Telefonseelsorge etc. Der Notrufdienst hat im Fall eines Auskunftsbegehrens die Pflicht, eine Dokumentation innerhalb von 24 Stunden dem Betreiber nachzureichen und trägt die Verantwortung für die rechtliche Zulässigkeit des Auskunftsbegehrens. Mit ersterem soll gewährleistet werden, dass die Notrufdienste schnell und unbürokratisch zu den nötigen Informationen (Stamm- und Standortdaten) kommen.

4 Jugendliche und Internet

Die heutige Jugend- und Jungerwachsenengeneration ist vom frühen Kindesalter an mit einem großen medialen Angebotsspektrum konfrontiert. Dementsprechend souverän und mit großer Selbstverständlichkeit gehen sie mit Medien um. Die Jugendlichen stellen aus dem breiten, ihnen zugänglichen Medienangebot einen an den eigenen Bedürfnissen orientierten, individuellen Medienmix zusammen. In diesem Medienmix finden die klassischen Massenmedien Radio und TV ebenso Platz wie interessens-spezifische Zielgruppenmedien und das Internet.¹⁴¹ Letzteres ist für Jugendliche besonders attraktiv, da es neben den herkömmlichen Funktionen der Medien, nämlich Unterhaltung, Information und parasoziale Kommunikation, Merkmale aufweist, die das Internet von anderen Medien abhebt: Jugendliche können ihre eigenen Ansprüche und Ideen im Internet aktiv einbringen und umsetzen. Sie können, anders als bei den herkömmlichen Medien, im Internet partizipieren und mit Gleichgesinnten eine Öffentlichkeit herstellen, was bei herkömmlichen Medien nur mit sehr hohem persönlichen Engagement möglich ist. Das Medium Internet wird zu einer Plattform, sich selbst in der Öffentlichkeit zu präsentieren und mit ihr zu kommunizieren.¹⁴²

4.1 Internetverbreitung und Nutzungsverhalten Jugendlicher

Jugendliche verbringen im Vergleich zu Erwachsenen recht viel Zeit im Internet. Laut ARD/ZDF-online-Studie 2003 nutzen 92,1% der 14- bis 19-Jährigen gelegentlich das Internet, 87,0% tun dies regelmäßig, das heißt mindestens ein Mal im Monat.¹⁴³ An dieser flächendeckenden Verbreitung des Internet haben, in Deutschland wie in Österreich, auch die Schulen maßgeblichen Anteil. Aufgrund schulischer Interventionen ist das Internet seit den 90er Jahren nicht mehr vornehmlich Medium der höher Gebildeten. Auch die in den letzten Jahren stark gestiegene Internetverbreitung in Privathaushalten trägt zu einer breiteren Verteilung des Internet in allen Bildungsschichten bei.

In Österreich besitzen 47% der 14- bis 19-jährigen männlichen Jugendlichen einen eigenen Computer, bei den weiblichen Jugendlichen beträgt der Anteil 33%.¹⁴⁴ Mädchen sind folglich in der privaten Computernutzung deutlich stärker auf den Computer der

¹⁴¹ vgl. Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (Hg.): 4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich. Teil A: Jugendradar 2003. Kurzfassung. erstellt von: SPECTRA Marktforschungsges.m.b.H. und jugendkultur.at – Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung. S. 7f.

¹⁴² vgl. Einerem, Birgit von: Internetnutzung von Jugendlichen. S. 67. In: Media Perspektiven 2/2003, S. 67-75.

¹⁴³ vgl. Einerem, Birgit von / Gerhard, Heinz / Frees, Beate: Internetverbreitung in Deutschland: Unerwartet hoher Zuwachs. S 338. In: Media Perspektiven 8/2003, S. 338-358.

¹⁴⁴ vgl. „Ego-Generation“ mit Herz sucht gute Freunde und Geld. In: Der Standard. 31. Oktober/1./2. November 2003. S. 2.

Eltern oder der Geschwister angewiesen als Burschen. Auch im Bereich des Erwerbs von Anwendungskompetenzen existieren nach wie vor geschlechtsspezifische Unterschiede: So erlernen weibliche Jugendliche und junge Frauen den Umgang mit dem Computer vorrangig in der Schule. Bei den Burschen und jungen Männern spielt im Erwerb von Computerkenntnissen neben der Schule auch das Selbststudium und die Interaktion mit computerinteressierten Freunden eine Rolle.¹⁴⁵ Obwohl die weiblichen Jugendlichen aufholen, ist die Zahl der IntensivnutzerInnen, die täglich online gehen, bei den Burschen und jungen Männern deutlich höher als bei den Mädchen und jungen Frauen.¹⁴⁶

Wie bereits erwähnt, erstellen sich Jugendliche und junge Erwachsene einen nach ihren persönlichen Bedürfnissen ausgerichteten Medienmix. Neue, technisch vermittelte Kommunikationsformen werden immer stärker in die Alltagskommunikation integriert. So sind Handy, Computer und Internet zu einem vergleichsweise unspektakulären Teil des jugendlichen Alltags geworden. Unabhängig vom Zweck der Kommunikation, Informations- und Kommunikationstechnologien bilden im kommunikativen Repertoire Jugendlicher ein zentrales Standbein. Gemäß dem „4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich“ sind SMS, eMail und Chat die bei österreichischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen am meisten verbreiteten Formen technisch vermittelter Kommunikation. In Bezug auf das Thema dieser Arbeit ergab die Studie, dass unter anderem Beiträge in Internet-Foren nicht nur weniger bekannt sind, sie werden auch nur von einer Minderheit der österreichischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen ins persönliche Kommunikationsrepertoire integriert.¹⁴⁷ Im Unterschied dazu ergab die ARD/ZDF-online-Studie 2002, dass der zwischenmenschliche Austausch über Foren, eMails und Chats für Jugendliche besonders wichtig sei.¹⁴⁸

Vier Funktionen bzw. Dimensionen können eine Mediennutzung bedingen: Eine Dimension der Information, eine Unterhaltungsdimension, eine soziale bzw. parasoziale Funktion sowie eine habituelle, alltagsstrukturierende Dimension.¹⁴⁹ Im Bereich der Information zeichnen sich in Deutschland deutliche Verschiebungen zugunsten des Internet ab. Die Tageszeitung und das Fernsehen verlieren diesbezüglich im Wettbewerb mit dem Angebot im Internet am stärksten. Das Internet profiliert sich in der Gesamtbevölkerung verstärkt als Informationsmedium. Auch für jugendliche Internet-UserInnen ist die Dimension der Information von großer Bedeutung. Sie interessieren sich vorrangig

¹⁴⁵ vgl. Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (Hg.): 4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich. Teil A: Jugendradar 2003. Kurzfassung. erstellt von: SPECTRA Marktforschungsges.m.b.H. und jugendkultur.at – Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung. S. 7f.

¹⁴⁶ vgl. Ebd. S. 10.

¹⁴⁷ vgl. ebd. S. 9.

¹⁴⁸ vgl. Einerem, Birgit von: Internetnutzung Jugendlicher. S. 69. In: Media Perspektiven 2/2003. S. 67-75.

¹⁴⁹ vgl. Oehmichen, Ekkehardt / Schröter, Christian: Funktionswandel der Massenmedien durch das Internet? S. 374. In: Media Perspektiven 8/2003. S. 374-384.

für aktuelle Nachrichten sowie für Infos über PC und Software.¹⁵⁰ In erster Linie stellt das Internet für die 14- bis 19-Jährigen aber ein Kommunikationsmedium dar. Es zeigt sich, dass Jugendliche aktiver, kommunikativer und weniger nutzwertorientiert mit dem Internet umgehen als ältere NutzerInnen. Eine neue, beliebte Qualität des Internet stellt die vernetzte Kommunikation in Gruppen dar, wie sie zu speziellen, oft von den Jugendlichen selbst vorgegebenen Themenbereichen in Foren, Chaträumen oder Newsgroups stattfindet. Zum einen ist bei diesen Kommunikationsangeboten ein kollektiver Meinungs- und Informationsaustausch möglich. Zum anderen zeigt sich aber auch eine neue spielerische Dimension der Gruppenkommunikation im Internet. Unter Wahrung der Anonymität oder nach Wahl eines Nicknames bzw. Pseudonyms können die UserInnen eine virtuelle, mitunter fiktive, alters- bzw. geschlechtsneutrale Identität annehmen und so jenseits festgelegter Rollen, die sonst face-to-face-Situationen bestimmen, kommunizieren.¹⁵¹

Das neue Medium stellt außerdem gleichermaßen für weibliche wie männliche Jugendliche ein stark „erlebnisorientiertes Freizeitmedium mit attraktiven Unterhaltungsangeboten“¹⁵² dar. Besonders beliebt ist das Internet bei Jugendlichen als Medium zur Kommunikation mit Gleichaltrigen und stellt damit das Bedürfnis nach Gruppenzugehörigkeit dar. Diesem Bedürfnis entsprechen vor allem die Interaktionsangebote wie Chats, Gesprächsforen oder Communitys.¹⁵³ Das Internet entwickelte in den letzten Jahren also auch ein Unterhaltungsprofil, denn es macht offensichtlich Spaß, sich mit diesem neuen Medium zu beschäftigen.¹⁵⁴

An dieser Stelle ist aber zu betonen, dass das Internet keineswegs ein Medium ist, das sich als Träger von Funktionsübernahmen anderer Medien versteht. Vielmehr sprengen die Eigenschaften des Internet die strukturellen Grenzen der klassischen Medien. Das Internet bietet seinen UserInnen mehr Vielfalt und eine höhere Verfügbarkeit als die klassischen Massenmedien, ist kein lineares Medium und ermöglicht zudem eine zeit- und ortsunabhängige Nutzung.¹⁵⁵

Das Internet ist für den Großteil der österreichischen Jugendlichen als „Werkzeug des Alltags“ nicht mehr wegzudenken. Nicht nur in der Schule, beim Studium oder am Arbeitsplatz verzeichnet das Internet seit Mitte der 90er Jahre einen großen Bedeutungsanstieg. Vor allem im privaten Nutzungs-Bereich sind die jährlichen Zuwachsraten enorm. Das Internet wird von den jungen ÖsterreicherInnen sowohl als Unterhaltungs- als auch als Informationsmedium geschätzt und stellt einen wichtigen Freizeit-

¹⁵⁰ vgl. Einerem, Birgit von: Internetnutzung Jugendlicher. S. 70. In: Media Perspektiven 2/2003. S. 67-75.

¹⁵¹ vgl. Oehmichen, Ekkehardt / Schröter, Christian: Funktionswandel der Massenmedien durch das Internet? S. 383. In: Media Perspektiven 8/2003. S. 374-384.

¹⁵² Einerem, Birgit von: Internetnutzung Jugendlicher. S. 71. In: Media Perspektiven 2/2003. S. 67-75.

¹⁵³ vgl. Breunig, Christian: Onlineangebote für Jugendliche. S. 50. In: Media Perspektiven 2/2003. S. 50-66.

¹⁵⁴ vgl. Oehmichen, Ekkehardt / Schröter, Christian: Funktionswandel der Massenmedien durch das Internet? S. 376. In: Media Perspektiven 8/2003. S. 374-384.

¹⁵⁵ vgl. ebd. S. 384.

faktor dar. Internetnutzung bedeutet für regelmäßige Internet-UserInnen, die mindestens mehrmals pro Woche online gehen, Information und zugleich Spaß sowie Entspannung. Generell wird der Spaß- und Unterhaltungsfaktor von den jüngeren UserInnen (14- bis 19-Jährige) deutlich höher bewertet als von älteren UserInnen. Das Internet ist zum fixen Bestandteil der Lebenswelten junger Menschen geworden.

Die unterhaltungsorientierte Internetnutzung ist mit der unterhaltungsorientierten Nutzung anderer Massenmedien, wie etwa dem Fernsehen, nicht zu vergleichen. Das Internet ist nämlich kein „Lean-back-Medium“, wie das Fernsehen, bei dem man sich bequem zurücklehnen und passiv konsumieren kann. Das Internet ist vielmehr ein „Lean-forward-Medium“, das Aktivität von seinen NutzerInnen fordert. Spaß und Entspannung sind in Bezug auf der Internet also aktiv besetzt.¹⁵⁶

Es finden sich in der Literatur aber auch Stimmen gegen die Behauptung, dass die Interaktivität im Internet aktive und kompetente MediennutzerInnen hervorbringt. So stellen Baacke, Ferchhoff und Vollbrecht fest, dass auch das Gegenteil zu beobachten ist: „Die meisten Internet-Neulinge machen die Erfahrung, dass das zweifellos faszinierende Internet [...] vor allem Zeitkillerqualitäten besitzt, denn beim Herunterladen von Datenangeboten sind häufig Bit um Bit zur Passivität im Datenstau verdammt.“¹⁵⁷ Dazu ist anzumerken, dass die technischen Möglichkeiten stetig und sehr rasch ausgebaut werden und beispielsweise die Download-Geschwindigkeit permanent erhöht wird.

4.2 Mediennutzung als Sozialisation

Mediensozialisation bedeutet zweierlei: „Zum einen den Erwerb der mit den Kommunikationsmedien verbundenen Regeln im jeweiligen sozialen Kontext, eine Situation mit den Medien also, aber auch eine Sozialisation durch die Medien, indem man sich deren – nicht nur technischen – Anforderungen unterwirft.“¹⁵⁸

Medien sind heute selbstverständlicher Bestandteil der Lebenswelt von Jugendlichen. „Die Lebenswelt ist für einen Menschen oder eine Gruppe (etwa: Familie, Schulklasse, ArbeitskollegInnen, Gleichaltrigengruppen) konstituierte reale Umwelt von Erfahrungen und Handlungsmöglichkeiten. Sie ist der Lebensraum, in dem sich Erziehung und

¹⁵⁶ vgl. Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (Hg.): 4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich. Teil A: Jugendradar 2003. Kurzfassung. erstellt von: SPECTRA Marktforschungsges.m.b.H. und jugendkultur.at – Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung. S. S. 10.

¹⁵⁷ Baacke, Dieter / Ferchhoff, Wilfried / Vollbrecht, Ralf: Kinder und Jugendliche in medialen Welten und Netzen. S. 34. In: Fritz, Jürgen / Fehr, Wolfgang (Hg.): Computerspiele. Forschung, Theorie, Praxis. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn. 1997. S.31-57.

¹⁵⁸ Höflich, Joachim R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution "elektronische Gemeinschaften". Westdeutscher Verlag. Opladen. 1996. S. 209.

Sozialisation abspielen.“¹⁵⁹ Diese Lebenswelt bestimmt, umfasst und gestaltet somit alle Kommunikation des Menschen.

Der Ausdruck Medienwelt bezeichnet den unterschiedlichen Kommunikationsalltag und die lebensweltlichen Bindungen, die ihn gestalten. Die Massenmedien durchdringen unser Leben heute derart, dass die Medien an der Gestaltung unserer Lebenswelt direkt, unverfälscht mitwirken. Diese Mitwirkenden werden von Kindern und Jugendlichen, die damit aufwachsen, auch so erfahren.¹⁶⁰

Die häufig getroffene Differenzierung zwischen realer Welt und Medienwelt existiert für Jugendliche nicht mehr, da, wie oben angesprochen, Medien Teil ihrer realen Welt sind.¹⁶¹ Viele der Jugendlichen wachsen spielerisch in die digitale Welt hinein. Sie sehen das Internet weniger als Gebrauchs-, sondern vielmehr als Erlebnismedium mit großem Spaßfaktor.¹⁶² Motive, sich dem Internet zuzuwenden, liegen vor allem im sozialen Umfeld und im Zeitgeist. „Kinder und Jugendliche kommen heute stärker als das Gros der Erwachsenen in ihrer schulischen und privaten Umgebung mit Computer- und Internetanwendungen in Berührung, zum Beispiel über Computerspiele, Chats und Foren, sodass die regelmäßige Beschäftigung mit dem Internet nur noch einen kleinen Schritt in ihrer Internetsozialisation darstellt.“¹⁶³ Die multimediale Vernetzung von Radio, Fernsehen und Internet ist für Jugendliche und junge Erwachsene bereits heute selbstverständlicher, fixer Bestandteil ihres Medienalltags. Das hat auch zur Folge, dass das Internet in jugendlichen Lebenswelten einen größeren Stellenwert einnimmt als im Alltag von Erwachsenen.¹⁶⁴

In der Sozialisation entwickelt sich eine Wahrnehmung, die zu den Realitätskonstruktionen der Gesellschaft passt. Im Rahmen dieser Konstruktion hat die Lebenswelt des Menschen bzw. der Jugendlichen eine zentrale Bedeutung. „Die Lebenswelt ist für den Menschen der fassliche und d.h. geordnete Wirklichkeitsbereich, an dem er in unausweichlicher, regelmäßiger Wiederkehr teilnimmt, den er als schlicht gegeben vorfindet und als fraglos erlebt.“¹⁶⁵ Die Lebenswelt, gegliedert in ein Netz von Welten und Subwelten, welche sich vielfach überschneiden oder überlagern, bildet den Rahmen für eine „sinnvolle“ Ordnung von Wahrnehmungen und Handlungen. Zu diesen Welten, welche eng mit der realen Welt verwoben sind, zählen neben virtueller Welt und medialer

¹⁵⁹ Baacke, Dieter / Ferchhoff, Wilfried / Vollbrecht, Ralf: Kinder und Jugendliche in medialen Welten und Netzen. S. 35. In: Fritz, Jürgen / Fehr, Wolfgang (Hg.): Computerspiele. Forschung, Theorie, Praxis. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn. 1997. S.31-57.

¹⁶⁰ vgl. Baacke, Dieter / Ferchhoff, Wilfried / Vollbrecht, Ralf: Kinder und Jugendliche in medialen Welten und Netzen. S. 35. In: Fritz, Jürgen / Fehr, Wolfgang (Hg.): Computerspiele. Forschung, Theorie, Praxis. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn. 1997. S.31-57.

¹⁶¹ vgl. Einerem, Birgit von: Internetnutzung Jugendlicher. S. 67. In: Media Perspektiven 2/2003. S. 67-75.

¹⁶² vgl. ebd. S. 68.

¹⁶³ ebd. S. 68.

¹⁶⁴ vgl.ebd. S. 75.

¹⁶⁵ Fritz, Jürgen: Lebenswelt und Wirklichkeit. S. 15. In: Fritz, Jürgen / Fehr, Wolfgang (Hg.): Handbuch Medien. Computerspiele. Theorie, Forschung, Praxis. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn. 1997. S.13-30.

Welt auch die Traumwelt, die mentale Welt sowie die Spielwelt. Die mediale Welt ist ein Bereich, welcher sich eng mit anderen Welten als Teil der Lebenswelt konstituiert hat. Sie entfaltet Wirklichkeit, indem sie ein neues Ordnungsgefüge für spezifische Wahrnehmungsprozesse hervorbringt. Medien können durch ihr Vorhandensein Verhaltensänderungen und gesellschaftliche Veränderungen hervorrufen, jedoch im Rahmen eines Prozesses gegenseitiger Wechselwirkung von bestehenden gesellschaftlichen Strukturen und der Wahrnehmungsmuster der Menschen. Außerdem zeigen Untersuchungen, dass Verhaltensweisen, die in der elektronischen Welt eingeübt werden, zunehmend das Alltagsverhalten beeinflussen. Eine zentrale Frage der Forschung zum Thema Mediensozialisation ist die, inwieweit die mediale Welt Einfluss auf die Wahrnehmungsstrukturen und -prozesse in Bezug auf die reale Welt hat. In der medienkritischen Diskussion geht es im letzten Jahrzehnt vor allem um folgende Annahmen:

- Die Mediennutzung führt bei Kindern und Jugendlichen dazu, dass Unterschiede zwischen Tatsache und Fiktion nicht mehr ausgebildet werden können.
- Die Mediennutzung führt bei jungen Menschen zu einem verzerrten Bild der realen Welt.
- Die Mediennutzung bewirkt, dass die Erfahrung der realen Welt entscheidend vermindert wird.¹⁶⁶

Über eine gezielte Auswahl und den Konsum bereitgestellter Medien können die RezipientInnen bestimmte Gefühle hervorrufen und emotionale Bedürfnisse befriedigen. Mit Hilfe von bestimmten Identifikationsfiguren für bestimmte Gefühlsaspekte haben einzelne Menschen und Gruppen die Möglichkeit, emotionale Selbstfindungsprozesse in die Wege zu leiten. Einige Untersuchungsergebnisse deuten darauf hin, dass von den RezipientInnen deutliche Verwebungen zwischen realer und medialer Welt hergestellt werden: Das in der Vorstellungswelt Gewünschte wird aus den Medienangeboten ausgewählt.¹⁶⁷

Virtuelle Welten sind Welten, die vom Computer erzeugt werden. In diesen virtuellen Welten wird den RezipientInnen die Möglichkeit geboten, vielfältigste Rollen und Funktionen wahrzunehmen, die ihnen in der realen Welt oftmals verschlossen sind. Ein entscheidender Unterschied zur realen Welt liegt, wie bereits erwähnt, in der aktiven Teilnahme, die es den NutzerInnen ermöglicht, die mediale Welt zu gestalten oder zu verändern. Zudem bietet die virtuelle Welt die Möglichkeit, anonym zu handeln oder auch Name und Identität zu wechseln. Eine reale Identität verschwindet hinter virtuellen Persönlichkeiten, die in einem zwar geschützten Raum, die Möglichkeit des Andersseins bieten aber authentische Begegnungen mit anderen (mitunter) ausschließen. Fritz merkt

¹⁶⁶ ebd. S. 22.

¹⁶⁷ vlg. ebd. S. 23.

an, dass die Verminderung des face-to-face-Kontaktes zu Menschen der realen Welt einen Verlust an Essentialität nach sich ziehen könnte.

4.3 Soziale Beziehungen und Internet

Zwischen zwei oder mehreren Personen entsteht eine soziale Beziehung, wenn sie wiederholt miteinander kommunizieren, also mehrfach zeitversetzt oder zeitgleich interagieren. Nach Döring¹⁶⁸ lassen sich soziale Beziehungen grob in formale und persönliche Beziehungen einteilen, wobei die persönlichen noch in schwache und starke Bindungen zu differenzieren sind. Formale Beziehungen binden Menschen in Funktionssysteme ein, die dazu dienen, gesellschaftliche Aufgaben zu erfüllen, wobei es meist um den Tausch von Leistungen und Gütern geht. Interaktionsstrukturen sind in formalen Beziehungen durch formale Vorgaben reglementiert, oft auch durch Abhängigkeits- oder Hierarchie-Verhältnisse vorstrukturiert. Weiters steht meist die sachliche Bewältigung von Aufgaben im Vordergrund. Die an der Kommunikation beteiligten Personen nehmen meist weitgehend formalisierte Rollen ein (z.B. Käufer oder Verkäufer).

Im Gegensatz zu formalen Beziehungen haben persönliche Beziehungen mehr Freiheitsgrade. Über persönliche Beziehungen werden Personen in soziale Systeme eingegliedert bzw. eingebunden. Die Beziehungsebene spielt in persönlichen Beziehungen eine große Rolle: Gegenseitige Wertschätzung, Vertrauen, Sympathie etc. stehen oft über der Sachebene. Persönliche Beziehungen sind für subjektives Wohlbefinden, Gesundheit und Persönlichkeitsentwicklung unverzichtbar. Bei persönlichen Beziehungen unterscheidet man starke und schwache Bindungen. Starke Bindungen zeichnen sich durch starke Emotionalität und Intimität aus, berücksichtigen eine große Zahl an gemeinsamen Interessen und Aktivitäten und weisen einen hohen Zeitaufwand sowie dauerhaftes und stabiles Engagement auf. Die Personen, mit welchen starke Bindungen eingegangen werden, sind einander meist in soziografischer Hinsicht ähnlich bzw. werden nach Ähnlichkeit ausgewählt (Homophilie-Prinzip). Schwache Bindungen weisen hingegen weniger Intimität und Emotionalität auf. Sie spezialisieren sich oft auf einige gemeinsame Interessen oder Aktivitäten, benötigen in Summe aber weniger Zeitaufwand und nur temporäres Engagement. Dem geringeren Verpflichtungscharakter stehen meist auch geringere Erträge und weniger Beständigkeit entgegen. Gegenüber Personen, zu denen wir schwache Bindungen haben, präsentieren wir uns meist nur in wenigen, ausgewählten Identitäten.¹⁶⁹

¹⁶⁸ vgl. Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 1999. S. 315ff.

¹⁶⁹ vgl. ebd. S. 315ff.

5. Kommunikation

5.1 Definition des Begriffs Kommunikation

Der Begriff Kommunikation ist längst ein Bestandteil der Alltagssprache, er bezeichnet Mitteilungen zwischen Menschen, die Tatsache, dass Menschen mit Hilfe von Sprache, Mimik, Gestik, Schrift, Bild oder Ton Botschaften vermitteln. Diese können nun face-to-face aber auch über papierene oder elektronische Übertragungs- und Speichertechniken transportiert werden.¹⁷⁰ Interpersonale Kommunikation setzt mindestens einen PartnerIn voraus und stellt damit eine Form der sozialen Interaktion dar. Der Sinn dieser Interaktion lässt sich recht allgemein als Bedeutungsvermittlung zwischen Menschen darstellen bzw. verstehen.¹⁷¹

In der Literatur finden sich viele Definitionen des Begriffs Kommunikation, ich stütze mich in meiner Arbeit vorrangig auf die publizistik- und kommunikationswissenschaftlichen Ausführungen von Burkart.¹⁷² Er definiert Kommunikation als soziales Verhalten, als soziale Interaktion, als vermittelnden Prozess und explizit menschliche Kommunikation als soziales Handeln und symbolisch vermittelte Interaktion. In der Folge gehe ich überblicksmäßig auf die einzelnen Klärungen des Begriffs Kommunikation ein.

- Kommunikation als soziales Verhalten: Unter sozialem Verhalten wird der Umstand verstanden, dass sich Menschen im Hinblick aufeinander verhalten. Sozial stellt Kommunikation also eine Reaktion auf eine Verhaltensweise eines Menschen dar und beeinflusst wiederum die Verhaltensweisen anderer Personen. Gemeint sind mit sozialem Verhalten folglich Verhaltensabläufe, in deren Rahmen Menschen miteinander (oder auch gegeneinander) agieren, interagieren. Wichtig in dieser Hinsicht ist die Tatsache, dass menschliches Verhalten aufeinander bezogen ist. „Werden nun im Rahmen solcher sozialer Verhaltensweisen auch Bedeutungen vermittelt, dann besitzen diese Verhaltensweisen auch kommunikativen Charakter.“¹⁷³ Burkart geht davon aus, dass es Personen möglich ist, Kommunikation absichtlich aufzunehmen als auch diese abubrechen. Menschliches Verhalten kann diesbezüglich bewusst und zielgerichtet erfolgen, ein Mensch kann sich folglich nicht nur verhalten, sondern er handelt (auch) intentional und zielgerichtet. „Ein Mensch handelt [...] dann ‚sozial‘,

¹⁷⁰ vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau Verlag. Wien. Köln. Weimar. 2002. 4. Auflage. S. 16.

¹⁷¹ vgl. Burkart, Roland: Kommunikationstheorien. S. 170. In: Bentele, Günter / Brosius, Hans-Bernd / Jarren, Ottfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2003. S. 169-192.

¹⁷² siehe Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau Verlag. Wien. Köln. Weimar. 2002. 4. Auflage.

¹⁷³ ebd. S. 21.

wenn er – und sei es auch nur gedanklich – das Vorhandensein (bzw. die Verhaltensweisen) von (mindestens noch einem) anderen Menschen in sein Handeln miteinbezieht.“¹⁷⁴

- Kommunikation als soziale Interaktion: Kommunikation wird als Prozess der Bedeutungsvermittlung beschrieben, damit ist bereits gesagt, dass es sich bei Kommunikation um ein Geschehen handelt. Kommunikation ist keinesfalls etwas Statisches, sondern vielmehr ein dynamischer Vorgang, der zwischen mindestens zwei Menschen abläuft. Unter sozialer Interaktion wird ein wechselseitiges Geschehen zwischen zwei oder mehreren Menschen verstanden. Dieses beginnt mit einer Kontaktaufnahme und führt zu weiteren Aktionen zwischen den am Kommunikationsprozess beteiligten Personen. Dieses „doppelseitige Geschehen ist das zentrale Bedeutsame an jedem Interaktionsprozess“¹⁷⁵. Es geht, wie bereits erwähnt, um eine gegenseitige Beeinflussung bzw. Einwirkungen auf alle bzw. aller am Kommunikationsprozess beteiligten Individuen. Burkart betont, dass wechselseitig aufeinander ausgerichtetes Kommunikationsverhalten allein nicht immer ausreicht, dass sich Kommunikation auch de facto ereignet. So kann es sein, dass zwischen zwei Individuen keine Kommunikation stattfindet, weil beispielsweise ein KommunikationspartnerIn eine Sprache benützt, die der/die andere nicht versteht. Konstantes Ziel des Verständigungsprozesses stellt also die Verständigung dar, die Intention aller KommunikationspartnerInnen ist die der Mitteilung.¹⁷⁶
- Kommunikation als vermittelnden Prozess:

„Schon in der Bestimmung von Kommunikation als Prozess der Bedeutungsvermittlung zwischen Lebewesen ist implizit darauf hingewiesen, dass Kommunikation bzw. kommunikatives Handeln stets einer Instanz bedarf, über die das zwischen den Kommunikationspartnern Geschehene abläuft. Als eigentlicher Träger der jeweiligen Mitteilung ist eine derartige Vermittlungsinstanz – fachspezifisch formuliert: ein Medium – unbedingter Bestandteil eines jeden Kommunikationsprozesses. Das Medium ist das Ausdrucksmittel der kommunikativen Aktivität; [...] erst mit seiner Hilfe wird es überhaupt möglich, dass Bedeutungen ‚mit(einander)geteilt‘ werden können.“¹⁷⁷

Burkart unterscheidet nach dem Medienforscher Pross primäre, sekundäre und tertiäre Medien.¹⁷⁸ Zu ersteren zählen Medien des menschlichen Elementarkontakts wie verbale (Stimme) und nonverbale (z.B. Mimik, Gestik) Vermittlungsinstanzen. Zu zweiten Medien zählt Pross all jene Medien, die auf Seite der SenderInnen ein Gerät erfordern, aber nicht auf der Seite der EmpfängerInnen. Dazu zählen beispielsweise

¹⁷⁴ ebd. S. 24.

¹⁷⁵ ebd. S. 31.

¹⁷⁶ vgl. ebd. S. 30ff.

¹⁷⁷ Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau Verlag. Wien. Köln. Weimar. 2002. 4. Auflage. S. 35.

¹⁷⁸ vgl. dazu ebenso: Maletzke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick: Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden. 1998. S. 53f.

Brief, Flugblatt, Buch oder Zeitung. Zu den tertiären Medien zählen jene, die technische Sender und ebensolche Empfänger benötigen, damit Kommunikation stattfinden kann. Das heißt, dass zum Zustandekommen von Kommunikation auf beiden Seiten – SenderInnen und EmpfängerInnen – technische Geräte vorhanden sein müssen. Dazu zählen z.B. Telefon, Funkanlagen und auch die elektronischen Massenmedien wie Rundfunk, TV, Film und selbstverständlich auch Computer. Die jüngeren technischen Entwicklungen haben zur Folge, dass Medien immer weniger über die Eigenschaften bestimmter Geräte definiert werden können. Eine Definition erfolgt vielmehr über die beispielsweise mit dem Computer verbundenen Kommunikationsdienste, welche immer häufiger im Rahmen von computerbasierten Vernetzungen (z.B. Internet) erfolgen. Dazu zählen Dienste wie eMail, Chat, ICQ etc. Für diese Kommunikationsdienste haben sich die Bezeichnungen Quartäre oder Digitale Medien oder online-Medien eingebürgert. Auf Besonderheiten dieser online-Medien (große Interaktionsmöglichkeiten, Flexibilität etc.) wird im Rahmen dieser Arbeit an anderer Stelle noch ausführlich eingegangen.¹⁷⁹

- Menschliche Kommunikation als soziales Handeln: Grundlegend für diese Ausführung zum Begriff Kommunikation ist das Verständnis von Kommunikation als sozialem Verstehen (siehe oben). Burkart hebt insbesondere den intentionalen Charakter sozialen bzw. kommunikativen Handelns hervor. Diesbezüglich können eine allgemeine und eine spezielle Intention differenziert werden. Die allgemeine Intention kommunikativen Handelns stellt das Motiv, eine bestimmte Nachricht zu übermitteln, dar. Es geht dem/der Handelnden um eine Verständigung mit einem/einer KommunikationspartnerIn als EmpfängerIn der Botschaft. Das Ziel des kommunikativen Handelns stellt die Verständigung dar. Die spezielle Intention bezieht sich darauf, dass der Mensch eine kommunikative Handlung aus einem bestimmten, konkreten Interesse heraus setzt, Ziel ist die Interessen-Realisierung.¹⁸⁰
- Menschliche Kommunikation als symbolisch vermittelte Interaktion: Mit dem Begriff „symbolisch“ kann einerseits eine „bestimmte Möglichkeit des Gebrauchs medialer Ausdrucksformen durch den Menschen“¹⁸¹ verstanden werden, andererseits ist aber auch eine bestimmte Art eines Zeichens angesprochen. Symbole sind Zeichen, welche etwas (z.B. einen Zustand oder einen Gegenstand) repräsentieren, bzw. eine Vertreterfunktion erfüllen. „Das bedeutet, dass sie anstelle des jeweiligen Gegenstandes, Zustandes von Dingen oder Ereignissen auftreten und im Bewusstsein Anschauungen, Vorstellungen und Gedanken hervorzurufen imstande sind, die

¹⁷⁹ vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau Verlag. Wien. Köln. Weimar. 2002. 4. Auflage. S. 36ff.

¹⁸⁰ vgl. ebd. S. 25ff.

¹⁸¹ ebd. S. 46.

normalerweise nur jener Gegenstand, jener Zustand von Dingen oder jenes Ereignis selbst hervorruft.“¹⁸² In Bezug zur menschlichen Kommunikation liegt die Relevanz von Symbolen darin, dass alle KommunikationspartnerInnen das in der jeweiligen Kommunikationssituation benützte Symbol kennen und auf dieselbe Art und Weise verstehen müssen, damit es zu einer problemlosen, fehlerfreien Kommunikation kommt. In Bezug auf die online-Beratung ist das auch relevant, gerade wenn man an die Verwendung der Parasprache (z.B. Emoticons, Akronyme, sprachliche Vereinfachungen) denkt. Das „Verstehen meint [...] die Fähigkeit, einem Zeichen bestimmte Gedanken, Anschauungen, Vorstellungen usw. in Form von Bedeutungsinhalten zuordnen zu können.“¹⁸³

Zwei KommunikationspartnerInnen treten durch ihr wechselseitig aufeinander ausgerichtetes kommunikatives Handeln, d.h. über Symbole vermittelt, in Beziehung. Hierzu sind eben ein gemeinsam zur Verfügung stehendes Medium und eine (möglichst große) Schnittmenge von Bedeutungsvorräten nötig. Während einer symbolisch vermittelten Interaktion werden in der Regel Bedeutungs- und Vorstellungsinhalte bei beiden bzw. allen KommunikationspartnerInnen aktualisiert und erweitert. Zu beachten ist auch, dass selbst ein identischer Zeichen- bzw. Symbolvorrat zweier Menschen niemals einen identischen Bedeutungsvorrat bedeutet.¹⁸⁴

5.2 Klassifikation von Kommunikationstypen

Es gibt vielfältigste Formen der Kommunikation. Diese Vielfalt hat in der Kommunikationswissenschaft zu Klassifikationen geführt, die Kommunikationsphänomene aufgrund je anderer Aspekte zu gruppieren versuchen. Auf diese Klassifikationen möchte ich im Folgenden überblicksmäßig eingehen.

5.2.1 Eindimensionale Klassifikation

Kommunikationsphänomene werden nach den unterschiedlichen TeilnehmerInnen an Kommunikationsprozessen eingeteilt. So können einzelne oder viele Menschen, Maschinen oder Systeme an Kommunikation teilnehmen. Aus der Kombination dieser TeilnehmerInnen ergeben sich unterschiedlichste Formen der Kommunikation.

5.2.2 Mehrdimensionale Klassifikation

Eine weite Verbreitung hat ein Schema von Maletzke gefunden, welches Kommuni-

¹⁸² ebd. S. 49.

¹⁸³ ebd. S. 51.

¹⁸⁴ vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau Verlag, Wien. Köln. Weimar. 2002. 4. Auflage. S. 46ff.

kationsformen mehrdimensional klassifiziert. Maletzke bezieht in sein Modell verschiedene Aspekte der Kommunikation, nämlich Unterschiede im Medium, Wechselseitigkeit, Öffentlichkeit und Präsenz des Publikums ein. Aus der Kombination dieser vier polaren Dimensionen (siehe Tabelle unten) entstehen 16 mögliche Kommunikationsformen, von der intrapersonalen und interpersonellen Kommunikation bis zur Massenkommunikation.¹⁸⁵

direkt personal	gegenseitig symmetrisch	privat	Präsenzpublikum
indirekt durch technische Medien vermittelt	einseitig asymmetrisch	öffentlich	disperses Publikum nach Zeit und Ort

Modell der mehrdimensionalen Kommunikation von Maletzke.

5.2.3 Neue Medien – online-Kommunikation

Neue Medien wie das Internet führen seit Anfang der 1990er Jahre zu einer Medien-Internationalisierung, einer beschleunigten Medienproduktion, einer quantitativen Vergrößerung des Medienangebots und zu einer stärker zielgruppenorientierten Kommunikation. Mit neuen Möglichkeiten für Feedback und Interaktion im Internet beginnen sich die Grenzen zwischen personaler, Gruppen- und Massenkommunikation zu verwischen. Diese Aufweichung der Grenzen zwischen Massen- und Individualkommunikation bringt eine Veränderung der traditionellen Massenkommunikation mit sich.¹⁸⁶

Diese Tendenzen legen eine Erweiterung des Schemas der mehrdimensionalen Klassifikation von Maletzke nahe. Neue Klassifikationskriterien könnten demnach sein:

- Anzahl der KommunikationspartnerInnen (viele/wenige)
- Art der Kommunikationsebenen (interpersonal/kleine Gruppe/große Gruppe/ Massenpublikum)
- Möglichkeiten für Feedback(klein/groß)
- „Lebhaftigkeit“ (klein/groß)
- Involvement der KommunikationsteilnehmerInnen (klein/groß).¹⁸⁷

¹⁸⁵ vgl. , Heinz: Was ist (Massen-)Kommunikation? Grundbegriffe und Modelle. S. 32f. In: Jarren, Otfried / Bonfadelli, Heinz (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. UTB-Verlag. Bern, Stuttgart, Wien. 2001. S. 19-45.

¹⁸⁶ vgl. Höflich, Joachim R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution "elektronische Gemeinschaften". Westdeutscher Verlag. Opladen. 1996. S. 12f.

¹⁸⁷ vgl. Bonfadelli, Heinz: Was ist (Massen-)Kommunikation? Grundbegriffe und Modelle. S. 34. In: Jarren, Otfried / Bonfadelli, Heinz (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. UTB-Verlag. Bern, Stuttgart, Wien. 2001. S. 17-45.

5.3 Die Anatomie einer Nachricht

Eine Nachricht enthält vier Grundbotschaften: Sachinhalt, Selbstoffenbarung, Beziehungsaspekt und Appell. Dieses psychologische Modell der zwischenmenschlichen Kommunikation hat in der face-to-face-Kommunikation ebenso wie in der online-Kommunikation bzw. -Beratung eine große Relevanz.

- Sachinhalt: Hierbei geht es um den sachlichen Inhalt einer Botschaft, darum, worüber der/die SenderIn einer Nachricht informieren möchte.
- Selbstoffenbarung: Was gibt der/die SenderIn der Nachricht von sich selbst preis? Dazu zählen sowohl eine freiwillige, beabsichtigte Selbstdarstellung als auch eine unfreiwillige Selbstenthüllung der Person des/der SenderIn der Nachricht.
- Beziehungsaspekt: Im Beziehungsaspekt vermittelt der/die SenderIn was er/sie vom Gegenüber hält bzw. wie die an der Kommunikation beteiligten Personen zueinander stehen. Oft zeigt sich dies in der gewählten Formulierung, im Tonfall oder in anderen nonverbalen Signalen. In der schriftlichen Kommunikation wird der Beziehungsaspekt ebenso über Formulierungen, die Ausdrucksweise und weitere schriftliche Besonderheiten vermittelt. „Allgemein gesprochen: Eine Nachricht senden heißt auch immer, zu dem Angesprochenen eine bestimmte Art von Beziehung auszudrücken.“¹⁸⁸
- Appell: Hier geht es darum, wozu der/die SenderIn veranlassen möchte, welchen Einfluss er/sie auf den/die EmpfängerIn nehmen möchte. Die Einflussnahme kann entweder offen oder versteckt, also manipulativ, erfolgen.¹⁸⁹

In Beratungssituationen gilt es für die BeraterInnen, sich mit den vier Grundbotschaften bzw. Aspekten der Nachrichten, die sie enthalten, zu beschäftigen. Dies kann das Verstehen der Nachricht von Rat Suchenden erleichtern und so zu einer hilfreichen Antwort führen. Dieses Vorgehen kann dabei helfen, zu klären, welche Inhalte der/die Rat Suchende vermittelt, was und wieviel er/sie von sich selbst und seinem/ihrer Problem offenbart, wie sie den/die BeraterIn als Person, als Mensch und in seiner/ihrer Funktion als BeraterIn sieht, welche Hilfeleistungen der/die Rat Suchende erwartet bzw. sich von dem/der BeraterIn wünscht etc.

Selbstverständlich ist dies nicht immer einfach, es ist bekannt, dass „das gesendete und das empfangene Botschaftsgeflecht erheblich verschieden sein kann.“¹⁹⁰ Botschaften können explizit (d.h. ausdrücklich) formuliert sein, aber sie können in der Nachricht auch implizit enthalten sein. Das heißt, dass die Botschaft, ohne dass es direkt gesagt wird, die

¹⁸⁸ Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander Reden 1. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. rororo Sachbuch. Hamburg, 2005. 41. Auflage. S. 28.

¹⁸⁹ vgl. ebd. S. 26ff.

¹⁹⁰ ebd. S. 31.

Botschaft in der Nachricht steckt oder auch „hineingelegt“ werden kann.¹⁹¹

Schulz von Thun stellt die Seite der EmpfängerInnen, welche für diese Arbeit und im Zusammenhang mit der online-Beratung besonders relevant ist, mit dem Modell des „vierrohrigen Empfängers“ dar. Folgende vier Fragen sollte sich einE EmpfängerIn von Nachrichten stellen:

- „Was ist das für einer? Was ist mit ihm?
- Wie ist der Sachverhalt zu verstehen?
- Wie redet der eigentlich von mir? Wen glaubt er vor sich zu haben?
- Was soll ich tun, denken, fühlen aufgrund seiner Mitteilung?“¹⁹²

Abhängig davon, welche Frage in der zwischenmenschlichen Kommunikation gerade dominiert, nimmt die Kommunikation ihren Verlauf.¹⁹³ BeraterInnen haben in der schriftlichen Beratung, wenn keine unmittelbare, synchrone Antwort erfolgen muss (z.B. eMail, online-Forum), allerdings Zeit, alle vier Fragen gleichermaßen zu beantworten, sich damit ausgewogen auseinander zu setzen. Das ist sicherlich ein Vorteil in der schriftlichen, asynchronen Kommunikation (in Beratungssituationen).

Eine Chance in Bezug auf das Thema der Beratung ist das „Selbstoffenbarungs-Ohr“¹⁹⁴ des/der EmpfängerIn. Wichtig ist hier das aktive Zuhören, das Bemühen, sich in die Gefühls- und Gedankenwelt des/der SenderIn bzw. des/der Rat Suchenden hineinzuversetzen und sich nicht-wertend einzufühlen. Es geht – kurz skizziert – darum, dass die BeraterInnen neben dem Sachaspekt der Nachricht vor allem den Selbstoffenbarungs-Aspekt beachten und diesen in der Folge den Rat Suchenden rückmelden. Dies hat zur Folge, dass diese ihr Verhalten, ihre Gefühle und Einstellungen vor sich haben und sich weiters vertiefend damit auseinander setzen können.¹⁹⁵

5.4 Formen der Kommunikation

„Die bekannte Frage, ob es sich bei der OK [Anm. online-Kommunikation] und ihren Modi also um Massen- oder Individualkommunikation handle [...] lässt sich immer seltener eindeutig beantworten, auch einzelne Anwendungen erlauben zumeist sowohl eine eher massenhafte wie eine eher individuelle Adressierung [...].“¹⁹⁶ In Bezug auf die online-Beratung fällt die computervermittelte Kommunikation wohl eher in den Bereich der

¹⁹¹ vgl. ebd. S. 33.

¹⁹² ebd. S. 45.

¹⁹³ vgl. ebd.S. 44f.

¹⁹⁴ ebd. S. 57.

¹⁹⁵ vgl. ebd. S. 57f.

¹⁹⁶ Rössler, Patrick: Online-Kommunikation. S 505. In: Bentele, Günter / Brosius, Hans-Bernd / Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2003. S. 504-522.

interpersonellen sowie der Gruppenkommunikation, da die Menge der an der Kommunikation beteiligten Personen mehr oder weniger begrenzt ist: So nehmen an der Beratung per eMail zwei Personen teil (einE BeraterIn und einE RatsuchendeR), an der Beratung per Chat je nach Form ebenso zwei Menschen oder ein kleinerer Personenkreis. Bei online-Foren steht der Zugang aus organisatorischen und technischen Gesichtspunkten jeder Person offen. In der Praxis zeigt sich allerdings, dass auch die Community von online-Foren nicht derart groß ist, dass die Beratung in online-Foren zur Massenkommunikation zu zählen wäre. Aufgrund dieser Tatsachen beschränke ich mich in den folgenden Erläuterungen zu den Formen von Kommunikation ausschließlich auf interpersonelle und Gruppenkommunikation.

Bentele und Beck betonen 1994, dass die möglichen Reaktionen der KommunikationspartnerInnen, d.h. ein Feedback, in Kommunikationsmodellen berücksichtigt werden müssen. Dies geschieht in einigen Modellen nämlich nicht, obwohl „erst die Rückmeldung des Empfängers an den Sender, dass das Signal empfangen und verstanden worden sei, [...] aus dem linearen unidirektionalen Prozess einen zyklischen (kreisförmigen) bidirektionalen Austausch- bzw. Transaktionsprozess“¹⁹⁷ mache. Daher differenzieren Bentele und Beck vier verschiedene Kommunikationskonstellationen und darauf bezogene Kommunikationsmodelle:

- Keine Kommunikation: Der/die SenderIn gibt Information ab, das Signal wird bei dem/der EmpfängerIn jedoch nicht aufgenommen. Dies kann, wie zum Teil bereits erwähnt, unterschiedliche Gründe haben (z.B. kein Interesse an der Information auf der EmpfängerIn-Seite, unterschiedliche Zeichensysteme von SenderIn und EmpfängerIn, verschiedene Sprachen, Codierungen, welche von dem/der EmpfängerIn nicht decodiert werden können etc.).
- Man kann nicht nicht kommunizieren: Selbst wenn der/die SenderIn mit seinem/ihrer Verhalten keine Kommunikation intendiert, kommt es zu Kommunikation. Selbst Schweigen kann von dem/der InteraktionspartnerIn als Kommunikation bzw. Information interpretiert werden.
- Information gleich Kommunikation: Der/die SenderIn gibt Information intentional ab und dieses Signal wird von dem/der EmpfängerIn zumindest minimal verstanden. Auch wenn dies nicht der Definition von Bentele und Beck entspricht, zählt dies in manchen Kommunikationsmodellen bereits als Kommunikation.
- Kommunikation als zweiseitiger Informationsaustausch: In diesem Fall gibt der/die SenderIn intentional Information ab, das Signal wird auf EmpfängerInnen-Seite

¹⁹⁷ vgl. Bonfadelli, Heinz: Was ist (Massen-)Kommunikation? Grundbegriffe und Modelle. S. 30. In: Jarren, Ottfried / Bonfadelli, Heinz (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. UTB-Verlag. Bern, Stuttgart, Wien. 2001. S. 19-45.

aufgenommen und verstanden. Der/die EmpfängerIn reagiert in der Folge auf das Signal, er/sie gibt Information an den/die SenderIn retour. DieseR versteht diese Rückkoppelung als Feedback, ob seine „gesendete“ Information auch richtig verstanden wurde.¹⁹⁸

5.4.1 Interpersonelle Kommunikation

Nach dem Schema der mehrdimensionalen Klassifikation der Kommunikation nach Maletzke ist interpersonelle Kommunikation direkt oder indirekt, symmetrisch und privat. Sie kann entweder an einem einheitlichen Ort und zur selben Zeit, also synchron, ablaufen, als auch zeitlich und örtlich unabhängig statt finden.¹⁹⁹ In der online-Beratung taucht interpersonelle Kommunikation sowohl in der eMail- als auch in der Chat-Beratung auf. Diese zeichnet sich durch folgende Klassifikationen aus: indirekt, symmetrisch und privat. Bei der Chatberatung ist es nötig, dass die Kommunikation zu einem bestimmten Zeitpunkt abläuft, die beiden KommunikationsteilnehmerInnen befinden sich aber an unterschiedlichen Orten. Bei der eMail-Beratung sind die TeilnehmerInnen an der Kommunikation unabhängig von Ort und Zeit, da es sich um eine asynchrone Kommunikationsform handelt.

5.4.2 Gruppenkommunikation

Nach dem Schema von Maletzke zeichnet sich Gruppenkommunikation durch folgende Klassifikationsmerkmale aus: direkt oder indirekt, symmetrisch, öffentlich oder privat, Präsenzpublikum oder nach Zeit und Ort disperses Publikum. Das Publikum ist, im Gegensatz zur Massenkommunikation allerdings eingeschränkt, d.h. es gibt eine geringere Anzahl an TeilnehmerInnen an der Kommunikation. Bezüglich der online-Beratung stellen vorrangig online-Foren, gelegentlich auch Beratungs-Gruppen-Chats, Gruppenkommunikation dar. Das heißt, die Kommunikation ist indirekt, symmetrisch, öffentlich und mit einem nach Zeit und Ort dispersen Publikum.²⁰⁰

6. Computervermittelte Kommunikation

Mit der elektrischen Telegrafie und der Erfindung des Telefons wurde Kommunikation in dem Sinne technisiert, dass elektronische Medien hinzukommen, die es ermöglichen, große Räume in immer kürzerer Zeit zu überbrücken. Die Erweiterungen der Telekommunikation betreffen einerseits das Telefon (vom Funk- bis zum Bildtelefon), anderer-

¹⁹⁸ ebd. S. 31f.

¹⁹⁹ vgl. ebd. S. 32f.

²⁰⁰ vgl. ebd.

seits im besonderen auch die Formen interaktiver Computernutzung. „Eröffnen neue Kommunikationstechnologien Möglichkeiten, die Bindung der Kommunikation an die Zeit durch gespeicherte, asynchrone Kommunikation zu lockern oder gar zu lösen, so deuten Weiterentwicklungen der Telekommunikation gar hin auf ein neues Verhältnis von Kommunikation, Ort und Zeit.“²⁰¹ Ein weiterer grundlegender Unterschied zwischen face-to-face-Situationen und medial vermittelter Kommunikation besteht darin, dass nur im ersten Fall ein gemeinsamer materieller Wahrnehmungs- und Handlungsraum vorliegt. Soziale Interaktion im Sinne unmittelbar aufeinander bezogenen gegenständlichen Handelns ist also in medial vermittelten Kommunikationssituationen nicht möglich. Sehr wohl besteht aber die Möglichkeit der Interaktion auf die rezipierten (Text-)Botschaften.²⁰² Auf diese beiden Merkmale technischer, computervermittelter Kommunikation – das Verhältnis zwischen Kommunikation, Ort und Zeit sowie die Möglichkeit der Interaktion – wird an anderer Stelle noch ausführlicher einzugehen sein.

Interpersonale Kommunikation wird verstanden als „regelgeleitetes, bedeutungsvolles und gleichwohl in umfassende Handlungskontexte eingebundenes situatives Geschehen. Im Vordergrund steht hierbei die intersubjektive Grundlage interpersonaler Kommunikation, die nachgerade durch eine Bezugnahme auf gemeinsame Regeln begründet ist.“²⁰³ Die Kommunikation unterliegt folglich Regeln, die den Kommunikationsprozess strukturieren und stellt kein rein zufälliges Geschehen dar. Computervermittelte, interpersonale Kommunikation umfasst Beziehungen zwischen FreundInnen, Bekannten, KollegInnen aber auch gänzlich Fremden. Bei der online-Beratung kommt es in erster Linie zu Kommunikation zwischen einander Fremden. Gerade hier ist offenkundig, dass die kommunikativen Kontakte – insbesondere für die Rat Suchenden – oft von Unsicherheiten und Unabwägbarkeiten begleitet sind. Gegenseitiges Verstehen ist folglich nicht immer garantiert. Trotz bestehender Ungewissheiten ist kommunikatives Handeln durch Regeln bestimmt, woraus sich gemeinsame, intersubjektive Bezüge in der Handlungssituation ergeben. Regeln implizieren Handlungs-Möglichkeiten und zeigen an, welches Verhalten unter welchen Umständen verbindlich, bevorzugt oder verboten ist. Standardisierte Regeln erleichtern die Orientierung eines Handelnden, ermöglichen koordiniertes Handeln, schreiben Verhalten vor und sichern den Fortgang der Interaktion. Werden Regeln (bewusst oder unwissentlich) nicht befolgt, kommt es zu Sanktionen. Diese

²⁰¹ Höflich, Joachim R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution "elektronische Gemeinschaften". Westdeutscher Verlag. Opladen. 1996. S. 13.

²⁰² vgl. Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 1999. S. 91f.

²⁰³ Höflich, Joachim R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronische Gemeinschaften“. Westdeutscher Verlag. Opladen. 1996. S. 25.

Sanktionen können einerseits von der Person, die direkt vom Regelbruch betroffen ist, oder einer Sanktionsinstanz erfolgen. Andererseits ist es aber auch möglich, dass der/die RegelbrecherIn selbst Sanktionen vollzieht, um damit den negativen Eingriffen anderer zuvorzukommen.²⁰⁴ Höflich definiert im Hinblick auf die Handlungssituation sieben Funktionen von Regeln:

- Regulation des Verhaltens (Regeln für Handlungen)
- Intertretation des Verhaltens
- Bewertung des Verhaltens (Sowohl die Handlungen als auch die Handelnden selbst sind diesen Bewertungen ausgesetzt.)
- Rechtfertigung des Verhaltens (um z.B. ein unerwartetes Verhalten zu erklären)
- Korrektur des Verhaltens
- Verhaltensvoraussage (Regeln stehen für die Erwartbarkeit situationsbezogenen Handelns)
- Erklärung des Verhaltens²⁰⁵

Regeln werden im Prozess der Sozialisation angeeignet, nicht selten kommt es zu sozialisations- und erfahrungsbedingten individuellen Unterschieden. Als Bestandteil des Wissensvorrates, werden Regeln als selbstverständlich genommen und angewandt.²⁰⁶ Individuen werden durch direkte Kontakte in ihrem konkreten sozialen Umfeld beeinflusst und eignen sich dabei Normen und Regeln der Mediennutzung an. Soziale Einflüsse ergeben sich allerdings nicht nur aus direkter, face-to-face-Kommunikation, sondern ebenso durch Kontakte, die über das jeweilige Kommunikationsmedium erst hergestellt werden. Auf diesem Weg kann es in computervermittelter Kommunikation durchaus zu anderen Regeln als in direkten, unvermittelten Kommunikationssituationen kommen. Dabei können sich durch den Einsatz von Kommunikationstechnologien Beziehungsstrukturen ausbilden, die vorher nicht bestanden haben und einen Informationsaustausch über das bisherige Interaktionsgefüge hinaus ermöglichen.²⁰⁷ Aufgrund medienbedingter Restriktionen kann der Beziehungsverlauf bei technisch vermittelter Kommunikation, im Vergleich zu face-to-face-Situationen, anders verlaufen oder sich zeitlich verzögern. „Mit der Entwicklung technisch vermittelter interpersonaler Beziehungen korrespondiert, dass der Gebrauch von Kommunikationstechnologien nicht ein für allemal festgelegt ist.“²⁰⁸ So können Gebrauchsweisen im Zeitablauf verändert oder neu erfunden werden, denn auch

²⁰⁴ vgl. ebd. S. 37f.

²⁰⁵ vgl. ebd. S. 41f.

²⁰⁶ vgl. ebd. S. 31.

²⁰⁷ vgl. ebd. S. 176.

²⁰⁸ ebd. S. 179.

die Ausformung und Stabilisierung medienbezogener Kommunikationsregeln benötigen Zeit. Gebrauchsweisen lassen sich temporär festigen, sind aber nie ein für allemal festgelegt. Sie werden immer wieder neu „erfunden“ (Reinvention).²⁰⁹

Soziale Einflüsse führen also im Idealfall zu konvergierenden, gemeinsamen Regeln. Konvergenz kann als Ergebnis kommunikativer Prozesse, bei denen unterschiedliche symbolische Welten zusammentreffen und sich schließlich überlappen, verstanden werden.

In kommunikativen Routinesituationen kommt es in der Regelanwendung kaum zu Problemen oder (unbewussten) Regelverletzungen. Eine wichtige Voraussetzung für eine „funktionierende“, interpersonale oder Gruppen-Kommunikation, eine Kommunikation mit gegenseitigem Verstehen, ist, dass sich alle Beteiligten an denselben Regeln orientieren. In diesem Fall ist die Chance einer Verständigung erhöht, während es bei Regelverletzung als Sanktion zu Abbruch der kommunikativen Beziehung oder deren Erschwerung kommen kann. Die „Homogenität eines Regelsystems“²¹⁰ bezieht sich also darauf, wie stark die an der Kommunikation Beteiligten hinsichtlich ihres Regelgebrauchs übereinstimmen. Die Konvergenz von Regeln erlaubt folglich ein besseres Verständnis der anderen KommunikationspartnerInnen. Regeln haben aber auch dahingehend Bedeutung, dass sie als Markierung einer Gruppenzugehörigkeit fungieren.

Man darf nun aber nicht davon ausgehen, dass Regeln permanent gleich bleiben und quasi automatisiert angewandt werden können. Vielmehr bieten handlungsleitende Regeln Spielräume zur Interpretation, werden situativ aktualisiert und kontextbezogen gehandhabt. Neue Kommunikationstechnologien ermöglichen eine Erweiterung der Kommunikation in räumlicher und zeitlicher Hinsicht. Der Unmittelbarkeit und der nonverbalen Kommunikation in der interpersonalen Kommunikation werden vielfach große Bedeutung zugemessen. Bei der technisch vermittelten interpersonalen Kommunikation wären somit immer große Kommunikationsbarrieren mitzudenken. Vielfach wird davon ausgegangen, dass es sich dabei stets um technisch behinderte Kommunikation handelt. Auf die Qualitäten der technisch vermittelten interpersonalen Kommunikation – Restriktionen sowie Möglichkeiten – werde ich noch eingehen. In diesem Zusammenhang technisch vermittelter Kommunikation sollten auch die Massenmedien, vor allem Radio und Fernsehen, genannt werden. Allerdings richten sich diese Medien, wie bereits besprochen, an ein disperses Publikum und stellen folglich keine Medien der Individual- und Gruppenkommunikation dar. Massenmedien bieten zwar Themen, die Inhalte der interpersonalen Kommunikation darstellen, ermöglichen bisher aber allenfalls eingeschränkte, medienvermittelte Rückbezüge. Nach dem Schema der mehrdimensionalen

²⁰⁹ vgl. ebd. S. 204.

²¹⁰ ebd. S. 55.

Kommunikation von Maletzke handelt es sich bei den Massenmedien Radio und Fernsehen um vermittelte, asymmetrische Kommunikation mit keinen oder nur geringen Möglichkeiten für ein Feedback durch die RezipientInnen. Die (verhältnismäßig) neuen Kommunikationstechnologien zeichnen sich sowohl durch Qualitäten der interpersonalen Kommunikation als auch durch Merkmale der traditionellen Massenkommunikation aus. So ist beispielsweise die Anzahl der potentiellen KommunikatorInnen und RezipientInnen nicht begrenzt, die Kommunikationsangebote sind oftmals öffentlich, das heißt potentiell jeder Person zugänglich.

Auf einen notwendigen Regelungsbedarf im Falle neuer Technologien wird bei den meisten online-Angeboten (Chats, Foren etc.) mit der Veröffentlichung einer Netiquette bzw. einer Policy reagiert. Auf diese gehe ich im Kapitel 3.3.5 näher ein.

6.1 Definition des Begriffs der Computervermittelten Kommunikation

Unter computervermittelter Kommunikation (CvK) ist „eine nach technischen Kriterien abgrenzbare Form der medial vermittelten Telekommunikation zu verstehen, bei der vernetzte Computer als Kommunikationsmedien fungieren.“²¹¹ Wenn allerdings alle Kommunikations-Szenarien, bei denen Menschen Nachrichten über vernetzte Computer austauschen, unter CvK fallen, wird deutlich, dass es sich hierbei um einen sehr weiten Begriff handelt. Auffällig ist außerdem, dass sich CvK nicht nur rein technisch von anderen Formen medialer Telekommunikation abhebt, sondern auch psychologisch. So wird bei der computervermittelten Kommunikation rein textbasiert kommuniziert. Im Internet existieren zwar auch audiovisuelle Kommunikationsmöglichkeiten, wie die Internet-Telefonie oder Internet-Videokonferenzen, diese spielen im Vergleich zur textbasierten Internet-Kommunikation allerdings eine sehr untergeordnete Rolle, sowohl im täglichen Gebrauch als auch in der online-Beratung. Aus diesem Grund hat es sich in der Literatur durchgesetzt, den Begriff der computervermittelten Kommunikation im engeren Sinne vorerst nur auf computervermittelte Textkommunikation zu beziehen.²¹²

Höflich merkt an, dass Kommunikationstechnologien dann zu Medien werden, wenn eine bestehende organisatorische Infrastruktur und etablierte Gewohnheiten besteht. Diese machen Technologien erst zu Medien interpersonalen Kommunikation.²¹³

Über eMail, Chat oder online-Foren findet ein von einer face-to-face-Situation deutlich abweichender interpersonaler Austausch statt, der in der Literatur oft als computer-

²¹¹ Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 1999. S. 34.

²¹² vgl. ebd. S. 34f.

²¹³ vgl. Höflich, Joachim R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution "elektronische Gemeinschaften". Westdeutscher Verlag. Opladen. 1996. S. 17.

vermittelte Kommunikation (CvK) oder als Computer-Mediated-Communication (CMC) bezeichnet wird. Was ist nun unter CvK genau zu verstehen? Bei der face-to-face-Gesprächssituation, die häufig als natürliche Grundform menschlicher Kommunikation bezeichnet wird, befinden sich zwei oder mehrere Personen zur selben Zeit am selben Ort (körperliche Kopräsenz) und tauschen verbal und nonverbal Botschaften aus. Im Zuge dieses Austausches ist es nötig, alle Botschaften zu rezipieren, diese zu interpretieren und darauf zu reagieren. Potentiell werden alle Sinnesmodalitäten (sehen, hören, riechen, schmecken und fühlen) in die Rezeption, Produktion und Interpretation von Botschaften einbezogen. Eine von einem Großteil dieser Sinnesmodalitäten befreite Kommunikation ist unter Verwendung von Kommunikationsmedien (Telefon, eMail, Telefax etc.) möglich. So ist bei einigen Medien die körperliche Kopräsenz nicht mehr nötig, räumlich entfernte Personen können miteinander in Kontakt treten. Ebenso müssen sie in einigen Fällen nicht mehr zur selben Zeit kommunizieren. Hierbei sind zwei Formen der computervermittelten Kommunikation zu unterscheiden: die asynchrone und synchrone CvK (siehe Kapitel 6.2).

Einen recht guten Überblick über die Unterschiede zwischen On- und Offline-Kommunikation bietet folgende Auflistung von Eidenbenz:²¹⁴

online, Internet:

Dort und Dann
 Körperlos
 screen-to-screen
 Anonym
 Abgrenzung einfach
 Projektionen aufgrund weniger Informationen
 Idealtypische Identifikation
 Wahrnehmung begrenzt
 Sinnarm, meist nur optisch

offline, Real:

Hier und Jetzt
 Körperlich
 face-to-face
 Persönlich
 Grenze schwieriger
 Komplexe Fremdwahrnehmung
 Realistischere Selbstwahrnehmung
 Wahrnehmung komplex
 Sinnlich, alle Sinne

6.2 Asynchrone und synchrone computervermittelte Kommunikation

Kommunikative Internet-Dienste lassen sich in asynchrone (zeitversetzte) und synchrone (zeitgleiche) Dienste einteilen. Eine Unterscheidung zwischen zeitversetzer und zeitgleicher medial vermittelter Kommunikation ist grundsätzlich nicht neu. Man denke hier beispielsweise an das Telefon als Form der synchronen medial vermittelten Kommunikation und an das Verfassen von Nachrichten als Szenario der asynchronen, mittels Telefax übertragenen Kommunikation.

²¹⁴ vgl. Eidenbenz, Franz: Psychologische Aspekte der online-Kommunikation. S 20. In wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 18-25.

6.2.1 Asynchrone computervermittelte Kommunikation

Bei zeitversetzter Kommunikation werden die Nachrichten aufgezeichnet oder aufgeschrieben und mit zeitlicher Verzögerung an den/die EmpfängerIn übermittelt oder für ihn/sie zum Abruf bereitgehalten. Beispiele für die medial, nicht computervermittelte asynchrone Kommunikation sind Brief, Telefax oder eine Nachricht auf dem Anrufbeantworter. Das wichtigste Beispiel der asynchronen computervermittelten Kommunikation stellt der eMail-Dienst dar. Ebenso werden in der Literatur online-Foren der asynchronen computervermittelten Kommunikation zugeordnet. Diesen beiden Diensten (eMail, Foren) ist gemeinsam, dass die Botschaften aufgezeichnet werden und auch später noch abrufbar sind. Es ist folglich eine Nachvollziehbarkeit von Kommunikationssträngen und Lösungsstrategien gegeben. Dies ist eine völlig neue Beratungssituation für die (online-)BeraterInnen, da in der face-to-face-Beratung die Kommunikation nicht aufgezeichnet wird und somit auch für Außenstehende nachvollziehbar ist.

6.2.1.1 eMail

Per eMail können (im Normalfall zwei) Personen miteinander Botschaften, die zeitversetzt bei der anderen Person ankommen, austauschen. Weitere asynchrone Kommunikationsszenarien stellen u.a. Mailinglisten und Newsgroups dar. Bei ersteren handelt es sich um eMail-basierte Diskussionsgruppen, die eine größere, überschaubare Personengruppe erreichen. An Newsgroups hingegen können sich mehrere tausend Personen schreibend und lesend beteiligen. In dieser Arbeit wird die eMail-Kommunikation als Beispiel für die asynchrone computervermittelte Kommunikation herangezogen. Aus diesem Grund wird hier nicht weiter auf Mailinglisten, Newsgroups und dergleichen eingegangen.

Mit dem eMail-Dienst können Personen untereinander Textbotschaften, aber auch Bilder oder Audio- und Videodateien, austauschen. eMails sind schneller und kostengünstiger zu versenden als herkömmliche Briefe, außerdem liegen die Daten digital vor und können sehr einfach weiterverarbeitet oder verwaltet werden.

6.2.1.2 online-Forum

Kommunikationsforen bieten nicht nur Einzelpersonen oder kleinen Gruppen die Möglichkeit, sich zeitgleich auszutauschen, die Anzahl der potentiellen SenderInnen und EmpfängerInnen ist nicht begrenzt. Die Textbotschaften können von allen BenutzerInnen nahezu zeitgleich produziert, rezipiert und beantwortet werden. Trotz der Möglichkeit einer beinahe synchronen Kommunikation werden online-Foren zu den asynchronen online-Kommunikations-Tools gezählt, da die Botschaften aufgezeichnet werden und auch nach langer Zeit noch gelesen (und beantwortet) werden können. Höflich spricht in diesem

Zusammenhang von partizipativen oder interaktiven Massenkommunikationssystemen. Diese zeichnen sich durch eine „many-to-many“-Kommunikation aus, es handelt sich also um eine Kommunikationsform, bei welcher beliebig viele SenderInnen Botschaften an eben solche EmpfängerInnen senden.²¹⁵ Auf diesem Weg löst sich die Trennung von KommunikatorIn und RezipientIn auf, denn jede/r TeilnehmerIn kann sowohl KommunikatorIn als auch RezipientIn sein.

Auch wenn es, wie bereits erwähnt, in den meisten Foren die Möglichkeit gibt, synchron, also Chat-ähnlich zu kommunizieren, wird hier darauf hingewiesen, dass die Möglichkeit der synchronen Kommunikation nicht in allen angebotenen Foren geboten wird. Denn einige ForenbetreiberInnen überprüfen oder redigieren die Texteingaben, bevor sie diese online stellen.

Gerade in online-Foren gibt es sehr viele ROPs (Read Only Participants), also Personen, welche die Fragen, Antworten und Diskussionen, nur lesen und nicht selbst posten. Auch in Chats (siehe Kapitel 6.2.2), nicht allerdings in Chat-Privaträumen, gibt es die Möglichkeit, nur mitzulesen. Allerdings wird diese nicht so häufig genutzt wie in Foren, da die UserInnen in Chaträumen eingeloggt sein müssen und auf der Liste der BesucherInnen im Chat aufscheinen. In Foren haben ROPs hingegen die Möglichkeit, „unbemerkt“ mitzulesen, die Diskussionen mitzuverfolgen und möglicherweise aus Fragen und Antworten selbst Hilfe zu erhalten.

6.2.2 Synchrone computervermittelte Kommunikation

Bei der synchronen computervermittelten Kommunikation können Personen „textbasiert kommunizieren und interagieren, wobei die Texteingaben unmittelbar (das heißt mit äußerst geringer übertragungsbedingter Verzögerung) auf dem Monitor der anderen Person angezeigt werden, so dass sofortiges Reagieren aufeinander möglich bzw. nötig ist.“²¹⁶ Die KommunikationspartnerInnen stehen in einer wechselseitigen Verbindung und sind zur gleichen Zeit aktiv, wenn auch nicht am selben Ort (vgl. face-to-face-Situationen). Außerdem ist die Kommunikation zu einem späteren Zeitpunkt in der Regel nicht wieder aufrufbar, wie dies bei den asynchronen online-Tools der Fall ist. Manche Chat-BetreiberInnen loggen allerdings die Kommunikation im Chat mit, diese ist in der Folge auch weiterhin für die BeraterInnen zugänglich, aber keinesfalls öffentlich, wie dies in Foren der Fall ist.

Es gibt synchrone Kommunikations-Szenarien, bei denen sowohl zwei Personen als auch

²¹⁵ vgl. Höflich, Joachim R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronische Gemeinschaften. Westdeutscher Verlag. Opladen. 1996. S. 13f.

²¹⁶ Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 1999. S. 91.

Personengruppen miteinander kommunizieren können. Zu den synchronen Kommunikations-Tools zählen Chats, Instant Messaging Systeme (z.B. ICQ), Konferenzsysteme, Web-cam (chatbegleitend, Videochat...) etc.

6.2.2.1 Chat

Chat-Räume stellen die wohl häufigste Form der synchronen online-Kommunikation dar. Dabei können Gruppen oder auch Einzelpersonen (in so genannten privaten Chat-Räumen) synchron textbasiert Dialoge bzw. Gespräche führen.

Wichtig für die synchrone online-Kommunikation ist, dass die Kommunikations-TeilnehmerInnen nicht nur passiv rezipieren, indem sie das Geschehen mitverfolgen, sondern selbst auch Textbeiträge produzieren. Es hängt folglich sehr vom eigenen Engagement ab, wie sehr man sich in einem Chat zu Hause fühlt. Eine „kontinuierliche Teilnahme bietet einerseits diverse Gratifikationen (z.B. Gefühl der Vertrautheit, Möglichkeit zur sozialen Unterstützung, Erweiterung des sozialen Netzwerkes), birgt andererseits aber auch neue Risiken (z.B. Verwicklung in Konflikte und Streitigkeiten).“²¹⁷

6.3 Mediencharakteristika

Bei vermittelter Kommunikation ist die Tatsache, dass ein technisches Medium verwendet wird, nicht zentral. Vielmehr geht es darum, die Einstellung der Beteiligten zum jeweiligen Medium zu berücksichtigen. „Unter der Prämisse der Reziprozität kommt hier also zum Ausdruck, dass ein technisches Kommunikationsmedium unter gewissen Bedingungen – und zwar dann, wenn es ‚erlebnismäßig‘ zurücktritt – zu einem psychologisch neutralen Vehikel bei der Übermittlung von Botschaften werden kann, ja möglicherweise sogar werden muss.“²¹⁸ Anders formuliert: Erst medienbedingte Kommunikationsgrenzen machen die Verwendung eines technischen Mediums in der jeweiligen Situation bewusst. Diese Kommunikationsgrenzen könnten etwa die Verwendung des falschen Mediums oder eine falsche Benützung des jeweiligen Mediums sein. Damit eine vermittelte, interpersonale Kommunikation funktioniert, kommt es darauf an, dass die beteiligten Personen in der Wahl des Mediums übereinstimmen und so vorgehen, als ob sie sich in einer face-to-face-Situation befinden und die Tatsache der mediatisierten Kommunikation nicht thematisieren oder problematisieren. Ein wesentlicher Faktor bei vermittelter, interpersonaler Kommunikation ist also die Voraussetzung der Mediennutzung. Zusammenfassend ist davon auszugehen, dass einerseits faktisch ein Medium benutzt wird und

²¹⁷ ebd. S. 113.

²¹⁸ Höflich, Joachim R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronische Gemeinschaften“. Westdeutscher Verlag, Opladen. 1996. S. 59.

dass davon auch der Kommunikationsprozess betroffen ist. Andererseits geht es in medienvermittelten Kommunikationssituationen um die persönliche, subjektive Einstellung der NutzerInnen. „Medien werden [...] durch die soziale und kulturelle Rahmung des Kommunikationsprozesses zu ‚bedeutungsvollen‘ Objekten im Kontext der interpersonalen Kommunikation.“²¹⁹

6.3.1 Interaktion

Als wesentliches Kennzeichen computervermittelter Kommunikation wird die Möglichkeit zur Interaktion hervorgehoben. Das interaktive Potential unterscheidet – wie bereits erwähnt – neue Kommunikationstechnologien von traditionellen Massenmedien, wie Radio oder Fernsehen, die durch Einseitigkeit und eingeschränkte Rückkoppelungsmöglichkeiten gekennzeichnet sind. „Erst der Computer ermöglicht dem Nutzer wirklichen Eingriff in das Informationsgeschehen.“²²⁰ Eine stärkere Individualisierung und die Möglichkeit für ein systemimmanentes Feedback werden als Qualitäten neuer Medien unterstrichen. Folgt man Höflich, ist festzustellen, dass die Spezifikation von Interaktivität als Medieneigenschaft allein nicht genügt. Ebenso sind nämlich die jeweiligen NutzerInnen, die Art und Weise der Nutzung und der situative Nutzungskontext mit zu berücksichtigen.²²¹ Das Internet bietet, anders als traditionelle Massenmedien, die Möglichkeit, die SenderInnen- oder RezipientInnenrolle frei zu wählen und die Rolle zu wechseln. Der/die UserIn entscheidet, ob er/sie das „Produktionsmedium“ oder das „Konsummedium“ Internet wählt. Dieser Rollenwechsel, als Wechsel innerhalb eines Mediums, eröffnet den NutzerInnen neue Möglichkeiten der Selbstdarstellung.²²²

Von interaktiver Kommunikation, im Gegensatz zu quasi-interaktiver und nicht-interaktiver Kommunikation, kann gesprochen werden, wenn nicht nur auf die unmittelbar vorhergehende Botschaft, sondern auf noch weiter davor liegende Botschaften eingegangen wird und damit ein gemeinsamer Situationshorizont eröffnet wird. Nicht-interaktive Kommunikation oder Zwei-Wege-Kommunikation ist durch einen bilateralen Fluss von Botschaften gekennzeichnet, es findet kein Rollentausch zwischen SenderIn und EmpfängerIn statt. Bei quasi-interaktiver Kommunikation werden die Rollen getauscht, es wird allerdings nur auf die jeweils unmittelbar vorhergehende Botschaft Bezug genommen bzw. reagiert. Daraus ergibt sich, dass nicht jede Kommunikationssituation interaktiv ist, bzw. dass unterschiedliche Qualitäten an Interaktivität zu unterscheiden sind. Höflich

²¹⁹ ebd. S. 60.

²²⁰ Fasching, Thomas: Internet und Pädagogik. Kommunikation, Bildung und Lernen im Netz. KoPäd Verlag. München. 1997. S. 60.

²²¹ vgl. Höflich, Joachim R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronische Gemeinschaften“. Westdeutscher Verlag. Opladen. 1996. S. 62.

²²² vgl. Fasching, Thomas: Internet und Pädagogik. Kommunikation, Bildung und Lernen im Netz. KoPäd Verlag. München. 1997. S. 59.

schlägt in diesem Zusammenhang vor, von „interaktionsermöglichenden Medien“, anstatt von interaktiven Medien zu sprechen.²²³

Die Nutzung von interaktionsermöglichenden Medien unterscheidet sich auch darin von traditionellen Massenmedien, da eine medienbezogene Befriedigung kommunikativer Bedürfnisse ohne elektronische Partizipation anderer Personen ausgeschlossen ist. Ebenso ist die Art und Weise der Nutzung von anderen abhängig.

6.3.2 Ort und Zeit (Allgegenwärtigkeit und (zeitliche) Verfügbarkeit)

Eine weitere technische Eigenschaft der unterschiedlichen internetbasierten Kommunikationsmedien ist die Aufhebung der örtlichen (und zeitlichen) Gebundenheit der Kommunikation. Die Überwindung von Raum trifft sowohl auf die Kommunikation per eMail, Chat oder in online-Foren zu, die zeitliche Gebundenheit ist bei synchronen, internetbasierten Medien nach wie vor vorhanden. In dieser Arbeit trifft dies konkret auf die Chat-Beratung zu, bei welcher die KommunikationsteilnehmerInnen zur selben Zeit „anwesend“ sein müssen.

Online findet Kommunikation an verschiedenen Orten in verschiedenen Räumen statt.²²⁴ In diesen Orten im virtuellen Raum bilden sich sehr schnell intensive, soziale Beziehungen, „da die UserInnen aus ihrer oftmals abgeschiedenen Lebenswelt heraustreten und somit Orte erobern, die anderen Regeln und Gesetzen folgen [...]“²²⁵

Online-Medien stellen einen Rahmen für das Entstehen sozialer Beziehungen und Formen her. „Solche ‚virtuellen‘ Räume überwinden damit zweierlei: die Eigenschaft des Raumes, nicht vermehrbar zu sein und erzeugen einen Ort, an dem soziale Prozesse möglich werden und der hinsichtlich seiner Erreichbarkeit für alle Akteure die gleiche Entfernung besitzt.“²²⁶

6.3.3 Anonymität

Die realen Namen, Geschlecht oder Identitätsmerkmale der TeilnehmerInnen können nach Belieben verschleiert werden. Die Anonymität der computervermittelten Kommunikation mobilisiert die Experimentierlust bei der Konstruktion von Identitäten. Wer

²²³ vgl. Höflich, Joachim R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution "elektronische Gemeinschaften". Westdeutscher Verlag. Opladen. 1996. S. 64.

²²⁴ vgl. Stegbauer, Christian: Internetbasierte Gruppenkommunikation. S. 19f. In: Thimm, Caja (Hg.): Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden. 2000. S. 18-38.

²²⁵ Benke, Karlheinz: Das „Ich“ in der Online-Beratung. Chancen, Risiken, Formen und ...: Fünf Thesen. Unveröffentlichte Abschlussarbeit für den 1. Lehrgang [online.beratung] im wienXtra-institut für freizeitpädagogik. ifp. Wien. 2004. S. 11.

²²⁶ Stegbauer, Christian: Internetbasierte Gruppenkommunikation. S. 20. In: Thimm, Caja (Hg.): Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden. 2000. S. 18-38.

sich virtuellen Beziehungen aussetzt, hat zu beachten, dass die Wirklichkeit, die wirklich scheint, nicht wirklich sein muss. Die wirkliche Wirklichkeit der Kommunikation bleibt anonym. Das Thema der Anonymität wird – wohl auch aufgrund seiner Besonderheit, Vielfältigkeit und Wichtigkeit in der online-Kommunikation – in meiner Arbeit auch in anderen Kapiteln kontextbezogen, konkret auf die online-Beratung bezogen, behandelt.

6.3.4 Parasprache

Bei einer Parasprache handelt es sich um einen Bestandteil gesprochener, geschriebener oder elektronischer Kommunikation. Die übermittelten Inhalte werden durch parasprachliche Elemente ergänzt und mit Hinweisen versehen, die über das hinausgehen, was linguistisch oder grammatikalisch gesehen zur Bedeutungsvermittlung nötig wäre.

Wie bereits thematisiert, fehlt in der computervermittelten Kommunikation ein Großteil der Sinnesmodalitäten, nämlich die Möglichkeit, den/die KommunikationspartnerIn und seine/ihre Mimik und Gestik zu sehen und seine/ihre Stimme zu hören. In der Rezeption fallen auch der Geschmacks-, Geruchs- und der Tastsinn weg. Diese Sinnesmodalitäten spielen allerdings für die Kommunikation emotionaler Botschaften und die Vermittlung von interpersonaler Nähe eine wichtige Rolle. Daher haben sich in der textbasierten Netzkommunikation einige neuartige, expressive Ausdrucksmittel entwickelt: Nicknames, Emoticons, Akronyme, Aktions- und Soundwörter. Sie werden gezielt und selektiv eingesetzt, und stets bewusst und explizit. Diese Ausdrucksmittel unterscheiden sich von unbewussten Gesten in face-to-face-Gesprächssituationen, außerdem sind sie immer gleich reproduzierbar.

„Menschen sind sich in sozialen Interaktionen den Erfordernissen der Kommunikationssituation offensichtlich sehr genau bewusst und treffen dementsprechend ihre sprachliche Wahl.“²²⁷ Genau wie man sich in face-to-face-Situationen bewusst gewisser sprachlicher Mittel bedient, kommt der Einsatz der schriftlichen Ausdrucksmittel wie Emoticons bewusst zustande. Natürlich konzentriert sich in der online-Kommunikation die Ausdrucksweise auf die Schriftlichkeit und somit auch auf eine bewusste Verwendung dieser Parasprache. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass bei face-to-face-Situationen die zumeist unbewusst gesendete wie empfangene nonverbale Kommunikation auch eine bedeutende Rolle spielt.

Die „elektronische Parasprache hat einen eigenen Charakter, der sie sowohl von einer sprachlichen als auch schriftlichen Parasprache unterscheidet und aufgrund dessen zwischen diesen beiden anzusiedeln ist.“²²⁸ Eine wesentliche Aufgabe dieser elektroni-

²²⁷ Forgas, Joseph P: Soziale Interaktion in Gruppen. Eine Einführung in die Sozialpsychologie. Beltz, Psychologie Verlags Union. Weinheim.3. Auflage. 1995. S. 121.

²²⁸ Höflich, Joachim R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronische Gemeinschaften“. Westdeutscher Verlag. Opladen. 1996. S.

schen Parasprache besteht darin, mögliche Missverständnisse zu vermeiden. Sie dient ebenso dazu, aktuelle, unmittelbare Stimmungslagen und die Beziehung zwischen den KommunikationspartnerInnen auszudrücken, die in einer face-to-face-Situation meist nonverbal (d.h. extralinguistisch z.B. über Mimik, Gestik, Stimmlage, Lautstärke oder verschiedene Formen von Lautäußerungen) vermittelt würden. Anders als diese nonverbalen Codes entzieht sich die Parasprache computervermittelter Kommunikation einer Spontanität und wird genormt angewandt. Parasprachliche Codes haben besondere Bedeutung im Zusammenhang mit emotionalen, expressiven Botschaften, sie beziehen sich also meist darauf, wie etwas und nicht was gesagt wird.

Als markantes Beispiel eines parasprachlichen Codes der computervermittelten Kommunikation sind Emoticons zu sehen. Unter Emoticons (emotional icons) versteht man Gesichtssikonen, die meist aus Interpunktionszeichen gebildet werden und Emotionen ausdrücken. Das wohl bekannteste Emoticon ist das lachende Gesicht, der Smiley. Um 90 Grad nach rechts gedreht, stellt der Doppelpunkt die Augen, der Bindestrich die Nase und die Klammer den Mund dar.

: -)	Standard-Smiley, Fröhlichkeit, Spaß, gute Laune
: -(Traurigkeit, unglücklich
; -)	Augenzwinkern, Ironie, vorige Aussage nicht so ernst nehmen
: -P	Zunge zeigen
: -))	sehr fröhlich, Verstärkung der Fröhlichkeit ²²⁹

In den letzten Jahren sind unzählige, verschiedene Emoticons entstanden, von denen jedoch in der Praxis nur verhältnismäßig wenige zur Anwendung kommen. Häufig sind jedoch Verstärkungen, beispielsweise der Freude oder des Lachens, zu finden, welche durch mehrere Klammern ausgedrückt werden. So lassen sich Smileys in ihrer Intensität verändern. Der Mund ist bei diesen Gesichtssikonen das zentrale Ausdrucksmittel, die Nase ist oft irrelevant und wird mitunter auch weggelassen. „Die Verwendung von Emoticons kann nicht nur die Decodierung von Botschaften erleichtern, sondern unterstreicht auch den informellen Charakter einer Kommunikation.“²³⁰

Gerade beim synchronen, textbasierten Austausch kommt es zur Verwendung von Akronymen. Ein Akronym, auch Initialwort genannt, stellt ein Kurzwort dar, welches aus zusammengerückten Anfangsbuchstaben gebildet wird. Kreiert werden diese Akronyme

89.

²²⁹ vgl. ebd. S. 90f.

²³⁰ Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 1999. S. 42.

um Zeit in der synchronen Kommunikation, v.a. beim Chat, zu sparen. Einige gängige Akronyme, die aber auch ebenso in der eMail-Kommunikation angewandt werden, sind: lol (laughing out loud), lg (liebe grüße), btw (by the way), irl (in real life), hdl (hab dich lieb) oder asap (as soon as possible). Zu den Akronymen zählen auch lautmalerische Abkürzungen wie cu (see you) oder „gute n8“ (gute Nacht).

Um Gefühle in der textbasierten Kommunikation ausdrücken zu können, kommen neben Emoticons und Akronymen auch Aktionswörter (*lach*, *freu*, *lächel* etc.) und Soundwörter (*grrr*, *pff*) zum Einsatz. Sie werden, wie in den Beispielen bereits ersichtlich, oft zwischen zwei Sternchen geschrieben. Häufig finden auch Aktionsbeschreibungen („Action Description“) Verwendung: Dabei werden die eigenen, selbst bezogenen Handlungen, Reaktionen oder Gedanken oft auch in der dritten Person beschrieben (*lieb.hab*, *verwirrt.bin* etc.).

Die Verwendung, Verbreitung und detaillierte Bedeutung der Emoticons und Akronyme ist gruppen- und zusammenhangabhängig, und sie unterstützen vor allem die Beziehungsebene der online-Kommunikation.²³¹

Mag die Unterscheidung zwischen textbasiertem „Sprechen“ und textbasiertem „Handeln“ auf den ersten Blick auch künstlich oder irrelevant erscheinen, so hat sie in der Kommunikationspraxis doch weitreichende Folgen. „So kommen in Kommentierungen und Beschreibungen des eigenen Verhaltens in der dritten Person häufig Inhalte zur Sprache, die sonst kaum verbalisiert werden, zudem findet eine gegenüber Alltagssituationen ungewohnte Form der sozialen Konstruktion von Handlungen und Körpern statt.“²³² Laut Döring ist diese verbale Explizierung als genuin neuer Modus der Selbstpräsentation, und nicht als Kompensation vermeintlicher Defizite, zu verstehen.

Vorrangig in der synchronen online-Kommunikation (Chat, online-Foren) kommt es zum Einsatz von Nicknames. Die UserInnen versuchen, „über den gewählten Nick, den Eindruck, den sie bei anderen erwecken, gezielt zu beeinflussen.“²³³ Die Nicknames können verschiedenen Kategorien zugeordnet werden. So können die Nicks selbstbezogene Informationen (Ort, Alter, Persönlichkeit oder Aussehen) enthalten, der Fantasie oder verschiedenen Themengebieten (Computer, Flora, Fauna etc.) entstammen oder den eigenen Namen oder Spitznamen enthalten. Des weiteren verwenden UserInnen auch Namen aus Literatur, Film, Musik oder Namen von Prominenten als ihre Nicknames. Die Geschlechts-Zugehörigkeit kann nun bewusst hervorgehoben aber auch verschleiert werden.²³⁴ Nicknames dienen einerseits der Identitätskonstruktion. Dies

²³¹ Weitere Emoticons, Akronyme etc. sind beispielsweise auf <http://www.stoekert.org/usenet/spezial.htm> zu finden. (Stand: 17. 05. 2004)

²³² Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 1999. S. 101.

²³³ ebd. S. 97.

²³⁴ vgl. ebd. S. 97f.

geschieht beispielsweise in einem online-Forum, in welchem sich die UserInnen eine eigene, virtuelle und mitunter aussagekräftige Identität zulegen. Andererseits, was ersteres ergänzt, kann durch die Wahl von Nicknames die Anonymität in der online-Kommunikation bewahrt werden.

Neben Nicknames, Emoticons und Akronymen kommt es in der online-Kommunikation oft zu sprachlichen Vereinfachungen, wie durchgehender Kleinschreibung, verknäpften Sätzen, Verzicht auf Interpunktionszeichen, wodurch Texte mitunter auch komplexer werden. Die RezipientInnen müssen nicht selten die genaue Bedeutung aus dem Kontext schließen, wie das auch bei gesprochener Sprache der Fall ist. Die geschriebene Sprache der Netzkommunikation nimmt Elemente der Mündlichkeit auf. „Diese sprechsprachliche Konzeption der computervermittelten Kommunikation ist wohl nicht nur der Ökonomie geschuldet (schnelles Tippen auf der Tastatur), sondern steigert symbolisch auch die SprecherInnen-HörerInnen-Nähe.“²³⁵

Sprache wird als Kommunikationssystem geformt und beeinflusst von der Kultur, in der sie gesprochen wird. Diese Tatsache lässt sich auch auf die online-Kommunikation transferieren. Sobald Menschen miteinander kommunizieren, entwickeln sie ihre besonderen Sprachcodes. Die zuvor beschriebenen Ausformungen einer Parasprache sind wohl zu diesen Sprachcodes zu zählen. Ein gemeinsame, sozialer Handlungsraum, die Umgebung, fördert die Herausbildung eines solchen „Gruppenjargons“. Über diese eigene „Sprache“ definieren sich soziale Gruppen. Wie dies auch in face-to-face-Gruppen der Fall ist, ist es auch bei online-Communitys für Außenstehende, die dieser Gruppensprache nicht mächtig sind, oft schwierig, sich in die Gruppe zu integrieren. Ein bestimmter Sprachgebrauch, bzw. bestimmte schriftliche Ausdrucksformen dienen folglich auch dazu, die soziale Identität einer Gruppe zu definieren bzw. zu festigen. Der Erwerb des gemeinsamen Gruppenjargons, d.h. Aneignung des Gebrauchs der Parasprache ist einer der wichtigsten Schritte auf dem Weg zum angemessen sozialisierten Gruppenmitglied.²³⁶ Oft ist des weiteren gerade die Bedeutung von Akronymen für Außenstehende nicht verständlich. „Der eigene Sprachcode dient nicht nur der Kommunikationserleichterung innerhalb der Gruppe, sondern hat [...] noch bedeutsame andere Konsequenzen; so festigt und etabliert er zum Beispiel die soziale Identität einer Gruppe.“²³⁷

6.3.5 Netiquette, Policy und Flaming

In der Einleitung zu Kapitel 6 habe ich über den Gebrauch bzw. die Notwendigkeit von

²³⁵ ebd. S. 42.

²³⁶ vgl. Forgas, Joseph P: Soziale Interaktion in Gruppen. Eine Einführung in die Sozialpsychologie. Beltz, Psychologie Verlags Union. Weinheim.3. Auflage. 1995. S. 117f.

²³⁷ ebd. S. 120.

Regeln in der Kommunikation geschrieben. Die Regeln technisch vermittelter Kommunikation sind nicht immer bewusst oder selbstverständlich. Dadurch kommt es online oftmals zu einer ungehemmteren Kommunikation, die sich über die Regeln aus der face-to-face-Kommunikation hinwegsetzt. Manche UserInnen nützen ihre Anonymität im Internet auch für Beschimpfungen und dergleichen aus. Der Forderung oder Notwendigkeit einer Medienetikette kommen die BetreiberInnen von online-Angeboten meist mit der Veröffentlichung von Netiquetten und/oder Policys nach. Eine Netiquette bzw. Policy „bezieht sich meist ganz allgemein auf die soziale Dimension des Gebrauchs von Kommunikationstechnologien.“²³⁸ Darin sind sowohl technische als auch prozedurale Regeln der Mediennutzung enthalten. Es werden Regeln festgehalten, welche die Nutzung des online-Tools festlegen, mögliche, nicht-legitime oder verbotene Ausdrucksmöglichkeiten aufzeigen etc. um Flaming und illegale Äußerungen zu vermeiden.

Flaming, ein Begriff aus der Hacker-Sprache, bezeichnet einen rauen, unhöflichen, feindseligen Umgangston, Beschimpfungen, Beleidigungen, Flüche und dergleichen. Dies ist auf eine defizitäre Grundlage zurückzuführen, das heißt, dass die gemeinsamen Regeln entweder noch nicht ausgebildet oder nicht erlernt sind. Aber es ist in der Praxis auch durchaus so, dass sich manche UserInnen sehr bewusst und absichtlich des Flamings bedienen, beispielsweise aus einem Gefühl des Falsch-Verstanden-Werdens oder aus Missverständnissen heraus. Außerdem kommt es in virtuellen Räumen zu Flaming, weil die Anonymität der Kommunikationssituation die Selbstentgrenzung fördert. Dazu kommt auch, dass die CvK oft ein spontanes und hoch emotionales Verhalten beim Einbringen oder Verteidigen eigener Einträge erfordert bzw. provoziert. Scham- und Taktgefühle scheinen bei virtuellen Kontakten weniger ausgeprägt zu sein, Aufmerksamkeit und Höflichkeit werden oftmals ausgeblendet.

6.4 Modelle der Computervermittelten Kommunikation

Eben behandelte neue Internet-Dienste und Anwendungen heben sich von der herkömmlichen Individual- und Gruppenkommunikation ab. Laut Döring lassen sich die Theorien zur computervermittelten Kommunikation in drei Gruppen einteilen: Theorien zur Medienwahl, Theorien zu Medienmerkmalen und Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten. Die in der Folge dargestellten Theorien stehen mehr in einem Ergänzungs- als in einem Konkurrenzverhältnis, da sie den Untersuchungsgegenstand aus verschiedenen Perspektiven beleuchten. Es ist weiters zu beachten, dass sich diese Theorien vor allem auf textbasierte online-Kommunikation beziehen. Das ist allerdings, wie bereits

²³⁸ Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 1999. S. 88.

erwähnt, kein gravierender Mangel, da online-Beratung ohnehin zur Zeit fast ausschließlich textbasiert passiert.²³⁹

6.4.1 Theorien zur Medienwahl

Diese Theorien betrachten den Aspekt, dass bei gegebenem Kommunikationsanlass mit der Entscheidung für das Internet als Kommunikationsmedium immer die Entscheidung gegen ein anderes Medium wie Telefon oder Brief sowie gegen das face-to-face-Gespräch einhergeht. Diese Entscheidung geht nicht immer bewusst und rational vor sich, vielmehr greifen Menschen auf persönliche Gewohnheiten zurück oder mediale Alternativen kommen ihnen in diesem Moment gar nicht in den Sinn. Die in der Folge betrachteten Kommunikationsmodelle beziehen sich vorrangig auf bewusste Medien-Entscheidungen, Entscheidungen, die aufgrund rationaler Motiven, sozialer Normen oder interpersonaler Abstimmungen getroffen werden.

6.4.1.1 Rationale Medienwahl

Ausgangspunkt des Modells der rationalen Medienwahl ist, dass Menschen mit beruflichen und privaten Kommunikationsaufgaben konfrontiert sind, die sowohl auf sachlich-inhaltlicher als auch auf sozio-emotionaler Ebene unterschiedliche Grade an Anspruch und Relevanz aufweisen. Gleichzeitig stehen unterschiedliche Telekommunikationsmedien zur Verfügung, die sich in vor allem in „social presence“ (persönliche Nähe, Lebendigkeit etc.) und „media richness“ (Höhe des Komplexitätsgrades der vom Medium vermittelten Information) unterscheiden. Eine rationale Medienwahl wird immer dann getroffen, wenn man in einer bestimmten Kommunikationssituation das Medium wählt, welches den sozialen und sachlichen Anforderungen an die Kommunikationsaufgabe am besten gerecht wird.²⁴⁰ Es ist hinsichtlich des Praxisbezuges des Modells der rationalen Medienwahl wünschenswert, dass jeder Person ein möglichst breites Medienangebot, aus welchem gewählt werden kann, zur Verfügung steht. Die KommunikationsteilnehmerInnen sollen immer wieder ihr gewohnheitsmäßiges Kommunikationsverhalten und ihre Medienwahl hinterfragen. Im Zuge dessen sollte überprüft werden, ob die subjektiven und objektiven Medien-Merkmale und die aktuelle Kommunikationsaufgabe bestmöglich übereinstimmen.

Weiters geht das Modell der rationalen Medienwahl davon aus, dass die interpersonale Kommunikation bei medialer Vermittlung aus subjektiver Sicht verarmt. Diese Verarmung der Kommunikation wird an folgenden Faktoren festgemacht:

- Soziale Präsenz: Diese ist umso stärker ausgeprägt, je persönlicher, sensibler oder

²³⁹ vgl. ebd. S. 128f.

²⁴⁰ vgl. ebd. S. 131.

geselliger der Kontakt empfunden wird. Hierbei handelt es sich folglich nicht um ein objektives Medienmerkmal, sondern um einen subjektiven Eindruck bei der Mediennutzung.

- Mediale Reichhaltigkeit: Diese ist umso größer, je besser ein Medium den Umgang mit Ambiguität und die Bearbeitung mehrdeutiger Botschaften unterstützt. Gerade in Situationen, wo nicht klar ist, welche die relevanten Ausgangsinformationen sind und wie man sie bewerten soll, ist eine hohe mediale Reichhaltigkeit nötig.
- Backchannel-Feedback: Dieses ist umso aussagekräftiger, je mehr implizite und explizite Möglichkeiten bestehen, dass sich die KommunikationspartnerInnen wechselseitig ihr Verständnis der aktuellen Situation rückmelden. „Diese Feedback-Möglichkeiten (z.B. wechselseitige Sichtbarkeit, Hörbarkeit oder Kopräsenz) erleichtern den Aufbau einer gemeinsamen Wissensbasis als Verständigungsgrundlage (grounding).“²⁴¹

Viele Theorien der sozialen Präsenz, der medialen Reichhaltigkeit und des Backchannel-Feedbacks setzen voraus, dass Menschen interpersonelle Kommunikationsmedien gemäß dieser Kriterien beurteilen und dabei subjektive Medienhierarchien (Rangreihen) bilden, an deren Spitze stets die sich durch ein Maximum an persönlicher Nähe auszeichnende face-to-face-Kommunikation steht.

Döring weist darauf hin, dass die Konzepte „soziale Präsenz“ und „mediale Reichhaltigkeit“ kontextbezogen, das heißt stark abhängig von manchen Nutzungskontexten, sind. Daher sollten in diesen Konzepten jeweils kontextbezogene Aussagen über die Eignung von Medien für spezifische Kommunikationsaufgaben getroffen werden. Neben oben genannten Entscheidungskriterien nennt Döring die Faktoren Kosten und Zeit, die ebenso auf die Medienwahl Einfluss haben (können).

An dieser Stelle sei auf den Uses-and-Gratifications-Ansatz (Nutzenansatz) verwiesen: Dieser geht davon aus, dass „Menschen Medien ganz bewusst und souverän in bestimmter Weise auswählen und gebrauchen, um dabei ihre Bedürfnisse zu befriedigen.“²⁴² Dieser Ansatz ist dem des Wirkungsansatzes, welcher von der Vorstellung, dass Massenmedien mit ihren Inhalten sozusagen als Reiz-Reaktions-Mechanismus einwirken, entgegengestellt. Bezugnehmend auf Massenmedien haben sich drei Nutzenskategorien gebildet: Information, Unterhaltung und soziale Identität. Letztere Funktion umfasst sowohl interpersonale Kontakte (z.B. Agenda setting durch Massenmedien), sozialen Vergleich und soziale Kategorisierung (z.B. Bestärkung der eigenen Meinung durch Inhalte der Medien, Identifikation mit medial repräsentierten sozialen

²⁴¹ ebd. S. 132.

²⁴² ebd. S. 138.

Gruppen) sowie parasoziale Interaktion (z.B. Identifikation, emotionale Bindung an MedienakteurInnen). Für Individualmedien (insbesondere Telefon) lassen sich zwei weitere primäre Gratifikationsfaktoren unterscheiden: Instrumentalität (funktionale, aufgabenbezogene Kontakte wie beispielsweise Informationen einholen, Termine absprechen etc.) und Soziabilität (expressive, sozio-emotionale Kontakte wie Verbindung zu Familie und FreundInnen halten, plaudern oder Langeweile und Einsamkeit vertreiben). Zusammengenommen lassen sie sowohl die drei Massenmedien- als auch die zwei Individualmedien-Gratifikationen durch Internet-Nutzung, abhängig vom jeweiligen Dienst (z.B. eMail, Mailinglisten, Chat, Websites etc.), erlangen. Das Internet bietet aber noch zusätzliche spezifische Gratifikationen: Die UserInnen können sich beispielsweise vor einer potenziell sehr großen Öffentlichkeit präsentieren, nicht nur bestehende Kontakte pflegen, sondern auch zahlreiche und auf verschiedenen Wegen neue Bekannt- und Freundschaften schließen. Außerdem ist zu beachten, dass das Internet viele Gratifikationen in komfortabler Weise kombinierbar macht. So kann z.B. die Teilnahme an einer Mailingliste unterhaltsam, informativ und identitätsbestätigend sein und bestehende Kontakte erhalten und neue entstehen lassen.

Solange Kommunikationsaufgaben und Kommunikationsmedien jeweils passend aufeinander abgestimmt sind, sind gemäß der Theorie der rationalen Medienwahl keine negativen Auswirkungen bei der Nutzung neuer Medien im Allgemeinen und in der computervermittelten Kommunikation im Speziellen zu erwarten.²⁴³ Döring sieht in dieser Hinsicht sogar positive Aspekte der CvK. So können beispielsweise Kontakte über online-Dienste leichter aufgenommen und aufrecht erhalten werden, die eigene kommunikative Reichweite wird stark vergrößert und es können einzelne Personen, kleinere und größere, offene und geschlossene Gruppen ziemlich einfach angesprochen werden.

Als Kritik am Modell der rationalen Medienwahl bringt Döring an, dass dieses soziale Handeln als individualisiert und zweckrational darstellt und Irrationalität, soziale Normen und interpersonale Abstimmungen in Medienwahl-Entscheidungen nicht thematisiert.

6.4.1.2 Normative Medienwahl

Im Gegensatz zum Modell der rationalen Medienwahl geht dieses Modell davon aus, dass die Medienwahl vorrangig abhängig von Bedienungskompetenz und sozialen Normen gestaltet wird. „Die Theorie der normativen Medienwahl beschreibt Medienbewertungen (z.B. Nützlichkeitszuschreibungen) nicht als Funktionen von Medienmerkmalen (Nutzungskosten, involvierte Sinneskanäle etc.), sondern auch und vor allem als soziale Konstruktionen, die durch soziale Bewertungen geprägt sind [...]“²⁴⁴ Kulturelle Standards,

²⁴³ vlg. ebd. S. 142.

²⁴⁴ ebd. S. 143.

Haltungen neuer, moderner Netzgruppen, organisatorische Vereinbarungen etc. regulieren, wie Individuen das Internet einschätzen und ob sie sich für die Nutzung desselben entscheiden.

„So plausibel es ist, Medienbeurteilungen (auch) als soziale Konstruktionen zu erklären, so einleuchtend erscheint es, nicht von unidirektionalen Wirkrichtungen, sondern von komplexen Wechselwirkungen auszugehen, in die auch Zeitgeist und Mode sowie strategische Interventionen (z.B. Akzeptanzforschung) eingreifen.“²⁴⁵ So kann es bei der Nutzung eines bestimmten Mediums, welche beispielsweise nur aus Prestige Gründen oder zum Aufbau eines Images erfolgt, auch beim Modell der normativen Medienwahl zu Kommunikationsstörungen kommen.

Aber nicht nur die Frage ob das Internet genutzt wird, sondern auch die Art und Weise der Nutzung sind Ergebnis sozialer Entscheidungs- und Aneignungsprozesse. Solche Aneignungsprozesse unterliegen besonders in Gruppen oder Organisationen ebenfalls sozialer Normierung und Strukturierung. Technik- bzw. Mediengebrauch wird weder durch äußere Strukturen vorgegeben, noch durch eigene rationale oder irrationale Entscheidungen völlig frei bestimmt. Vielmehr kommt es zu einer wechselseitigen Beeinflussung und Anpassung der Technik an das soziale Handeln und umgekehrt. Davon ausgehend, relativiert das Modell der normativen Medienwahl die oft analytische Trennung zwischen UserIn und Medium bzw. zwischen sozialen und technischen Systemen, da MediennutzerInnen durch ihre Medienwahlen und -aneignungsprozesse die Medien selbst modifizieren bzw. entsprechende Aneignungen veranlassen bzw. auslösen können. Als Kritik formuliert Döring, dass das Modell der normativen Medienwahl eine sinnvolle Ergänzung zur Theorie der rationalen Medienwahl ist, also „eigenständig“ nicht wirklich bestehen kann.²⁴⁶ Diese beiden Modelle ergänzen sich folglich sehr gut, denn Medienutzung ist nicht ausschließlich auf individueller Medienkompetenz, sondern ist auch an einer Kommunikations- und Mediennutzungskultur in den jeweiligen NutzerInnen-Gruppen (oder in Organisationen) orientiert.

6.4.1.3 Interpersonale Medienwahl

Das Modell der interpersonalen Medienwahl geht davon aus, dass Entscheidungen für oder gegen ein Medium vor allem auf das konkrete Gegenüber abgestimmt sein müssen. Das Gegenüber kann sich beispielsweise den individuellen Medienpräferenzen des/der anderen entziehen (beispielsweise seine/ihre eMails nicht regelmäßig lesen) oder umgekehrt dem/der anderen eine bestimmte Medienwahl quasi aufdrängen. Der Erfolg der medialen Kommunikation ist folglich auch von einer Übereinstimmung der

²⁴⁵ ebd. S. 145.

²⁴⁶ vgl. ebd. S. 146.

Medienpräferenzen beider KommunikationspartnerInnen abhängig. Dieses Modell bezieht sich ausschließlich auf die medial vermittelte Individualkommunikation, bezieht also keine größeren sozialen Einheiten und deren wechselseitige Beeinflussung in seine Überlegungen mit ein.

Der Theorie der interpersonalen Medienwahl entsprechend, geht es vor allem darum, sich bei der Medienwahl auf den/die KommunikationspartnerIn zu konzentrieren. Hier spielen besonders Themen wie Erreichbarkeit und Zuverlässigkeit einer Antwort bzw. Reaktion durch das Gegenüber eine wichtige Rolle. Bei der Wahl eines Mediums sollten daher stets die Faktoren der Verfügbarkeit, Medienwissen, Medieneinstellungen, Bedürfnisbefriedigung und auch das Verhalten des/der EmpfängerIn berücksichtigt werden. Im Idealfall findet eine Koordination des Mediennutzungsverhaltens beider KommunikationspartnerInnen statt.

In diesem Modell werden aber nicht nur mögliche Koordinationsprobleme akzentuiert, sondern auch der Symbol- und Zeichencharakter von Medienwahlen. Medien sind nicht nur Träger von Codes, sondern gleichzeitig Meta-Codes. Entscheidend ist somit nicht nur, welche Inhalte vermittelt werden, was gesagt wird, sondern wie, also durch welches Medium, Inhalte und Nachrichten übermittelt werden. „Vermutlich hängt es wesentlich von der spezifischen Medienaffinität des/der EmpfängerIn sowie vom Kommunikationsanlass ab, welche Metabotschaft mit einer bestimmten interpersonalen Medienwahl verknüpft wird.“²⁴⁷

Laut Döring ist das „Modell der interpersonalen Medienwahl [...] eine sinnvolle Ergänzung der Modelle der rationalen und normativen Medienwahl.“²⁴⁸ Hier wird deutlich, was bereits in der Einleitung zu den Theorien der CvK erwähnt wurde, dass die verschiedenen Theorien viel mehr in einem gegenseitigen Ergänzungs- als in einem Konkurrenzverhältnis stehen.

6.4.2 Theorien zu Medienmerkmalen

Diese Gruppe der Medientheorien beschäftigt sich mit der Frage, von welchen spezifischen Medienmerkmalen der Kommunikationsprozess in welcher Weise (besonders) beeinflusst wird, nachdem bereits die Medienwahl getroffen wurde. Theorien zu Medienmerkmalen gehen darauf ein, dass es bei online-Kommunikation typischerweise zu einer Kanalreduktion und dem Herausfiltern sozialer Hinweise kommt und dass die Digitalisierung der Kommunikationsabläufe die Verständigungsmöglichkeiten verändert.

²⁴⁷ ebd. S. 148.

²⁴⁸ ebd. S. 148.

6.4.2.1 Kanalreduktion

Diese Theorie geht davon aus, dass bei textbasierter, computervermittelter Kommunikation aufgrund der fehlenden Kopräsenz der KommunikationspartnerInnen der Großteil der Sinnesmodalitäten im interpersonalen Zusammenhang ausgeschlossen ist. An dieser Stelle ist ein Verweis auf die oben besprochene Parasprache sinnvoll, da das Fehlen der nonverbalen Kommunikationsebene (mit Einschränkungen) durch Emoticons, Aktionswörter etc. kompensiert werden kann.

„Die im Vergleich zur Face-to-Face- bzw. Body-to-Body-Situation drastische Kanalreduktion auf der physikalischen Reizebene gehe auf psycho-sozialer Ebene mit einer Verarmung der Kommunikation, mit einer Reduktion gemeinsamer Handlungsmöglichkeiten und verfügbarer Zeichensysteme einher [...]: Ent-Sinnlichung, Ent-Emotionalisierung, Ent-Kontextualisierung und sogar Ent-Menschlichung sind Stichworte, die den defizitären Charakter textbasierter bzw. kanalreduzierter Telekommunikation kennzeichnen sollen.“²⁴⁹

Hinzu kommen auch noch Ent-Räumlichung und Ent-Zeitlichung, worauf ich in meiner Arbeit bereits eingegangen bin. Zusammenfassend wird diese „Entleerung der Kommunikation“²⁵⁰ als Ent-Wirklichung bezeichnet.

Bereits aus diesem Ansatz des Kanalreduktionsmodells ist ein zivilisations- und technikkritischer Impetus sehr gut ersichtlich. Jede Form der technisch vermittelten Individualkommunikation wird im Vergleich zur face-to-face-Kommunikation a priori als defizitär und tendenziell destruktiv gesehen. Hier ist anzumerken, dass netzintern durchaus auch Gefahren der Kommunikationsverarmung gesehen werden. So findet man in Netiquetten oftmals den Hinweis, dass sich die UserInnen stets vor Augen halten sollen, dass hinter den Textbeiträgen Menschen stehen. Außerdem können derartige Erfahrungen von Entfremdung und Distanz durch das Steigern von Medienkompetenz und das Ermöglichen positiver Nutzungserfahrungen vermindert oder abgebaut werden.

Döring erwähnt, dass weder in Experimenten noch theoretisch Klarheit darüber geschaffen werden konnte, warum textbasierte Kommunikation nicht zur Kommunikation von Gefühlen, zur Herstellung von Intimität oder zur Erzeugung sinnlicher Eindrücke geeignet sein sollte.

Es stellt sich die Frage, wie es CvK ermöglichen kann, Raum, Zeit und Materie verschwinden zu lassen bzw. sogar aufzuheben. Döring meint, dass es plausibel erscheint, dass sich das Verhältnis der UserInnen zu diesen Dimensionen verändert, dass es beispielsweise zu neuen Formen der Rekombination von Zeit- und Raumstrukturen kommt. In vielen online-Foren oder Chats ist festzustellen, dass sich die TeilnehmerInnen untereinander als lokal verwurzelte Personen, die sich dieser lokalen Bindung sehr gut

²⁴⁹ ebd. S. 149.

²⁵⁰ ebd. S. 149.

bewusst sind, sehen.²⁵¹

„Insgesamt krankt das technikdeterminierte Kanalreduktions-Modell daran, dass die Face-to-Face-Situation idealisiert wird, man rhetorisch mit Bedrohungsszenarien arbeitet, unterschiedliche Kommunikationsanlässe und -bedürfnisse nicht differenziert werden und Metaphern Phänomenologie ersetzen sollen.“²⁵² Die Fähigkeiten zur entsprechenden Medienwahl und einem kompetenten medialen Kommunikationsverhalten von NutzerInnen wird in diesem Modell negiert. Mit einem adäquaten Kommunikationsverhalten ist es aber durchaus möglich, computervermittelte Kommunikation mit ihren spezifischen Merkmalen sinnvoll und sozial verträglich in die sonstigen Kommunikationsprozesse der UserInnen einzubinden.

Es ist aber zu sagen, dass Erfahrungen von Distanz und Entfremdung in der alltäglichen CvK durchaus auftreten, wie sie das Kanalreduktionsmodell nennt. Döring ist der Meinung, dass es in diesem Zusammenhang oftmals zu sich selbst erfüllenden Prophezeiungen kommt, weil die generelle Einstellung online-Medien gegenüber negativ ist. Es ist in der Praxis folglich darauf zu achten, ob bzw. welche individuellen Vorbehalte und Befürchtungen die NutzerInnen haben. Bei einer negativen Einstellung gegenüber online-Medien können im Rahmen von spezifischen Angeboten die Medienkompetenz gesteigert und positive Nutzungserfahrungen ermöglicht werden. Außerdem ist es wohl sinnvoll, die Chancen und Grenzen von medial vermittelter Kommunikation zu beachten, ein Recht auf Nicht-Erreichbarkeit zu respektieren sowie nicht-mediale Kommunikationssituationen ebenso zu fördern.²⁵³

6.4.2.2 Herausfiltern sozialer Hinweisreize

Filter-Modelle greifen die Grundidee des Kanalreduktionsmodells auf: Sie gehen davon aus, dass es bei textbasierter, computervermittelter Kommunikation zu einer Reduktion der Informationen über das Gegenüber kommt. Bei diesem Modell „Herausfiltern sozialer Hinweise“ werden vorrangig die fehlenden Informationen über den sozio-demografischen Hintergrund des Gegenübers thematisiert. Es geht also nicht primär um eine Ent-Wirklichung wie beim Kanalreduktionsmodell, sondern vielmehr um eine Ent-Kontextualisierung. Faktoren bzw. Hintergrundinformationen wie Alter, Geschlecht, Aussehen, Bildung, Status oder Vermögen werden in face-to-face-Situationen primär nonverbal vermittelt und haben Einfluss darauf, wie man eine Person auf den ersten Blick einschätzt. „In einer rein textvermittelten Kommunikationssituation, in der sogar völlige Anonymität bzw. Pseudoanonymität möglich ist, tritt hinsichtlich sozialer Hintergrund-

²⁵¹ vgl. ebd. S. 150f.

²⁵² ebd. S. 153.

²⁵³ vgl. ebd. S. 154.

variablen ein Nivellierungseffekt ein: Weder die imposante Gestalt, noch die laute Stimme, der Altersvorsprung oder die elegante Kleidung schaffen in CvK-Szenarien einen Kommunikationsvorteil.²⁵⁴ Diese Nivellierung baut laut dem Filter-Modell soziale Hemmungen, Privilegien, Hürden oder Kontrollen ab. Dieser „enthemmende Effekt“²⁵⁵ kann sowohl verstärkte Offenheit, Ehrlichkeit, Partizipation oder Gleichwertigkeit auslösen, aber auch normverletzendes und antisoziales Verhalten und verstärkte Feindlichkeit können durch das Fehlen dieser sozialen Grundvariablen begünstigt werden. Die positiven Effekte haben in der online-Beratung zur Folge, dass Jugendliche (und selbstverständlich auch Erwachsene) eher bereit sind, persönliche Informationen zu geben, intime Probleme zu thematisieren und zu besprechen etc., es kommt also zu einem hohen Grad an Selbstoffenbarung, was sich auf jeden Fall positiv auf die Beratungssituation auswirkt bzw. auswirken kann. Gerade in der eMail-Beratung oder in online-Foren bzw. online-Selbsthilfe-Foren ist zu beobachten, dass die mediale Anonymität es den Rat Suchenden leichter macht, heikle oder intime Themen sehr schnell anzusprechen. Der fehlende Blickkontakt und das alleinige Verfassen von Nachrichten begünstigen eine schonungslose Selbstoffenbarung, peinliche Erlebnisse werden nicht so gefürchtet wie in der face-to-face-Beratung und die Angst vor einer negativen Bewertung der eigenen Probleme ist nicht so groß wie im direkten Kontakt.²⁵⁶

Dem Filter-Modell zufolge hat computervermittelte Kommunikation spezifische Vor- und Nachteile, ist somit im Vergleich zur face-to-face-Kommunikation nicht allgemein als defizitär zu bezeichnen. Es gilt vielmehr zu prüfen, inwieweit und welche netzexternen sozialen Hierarchien in die online-Kommunikation übertragen werden und ob oder inwieweit neue Status-Differenzen erst bei der CvK entstehen (beispielsweise Spaltung der KommunikationsteilnehmerInnen durch unterschiedliche Schreibkompetenzen etc.).

Ein weiterer Punkt ist, dass das Filter-Modell prinzipiell von einer online-Kommunikation zwischen einander Unbekannten ausgeht. Es lässt also unberücksichtigt, dass Personen, die online kommunizieren, auch Medienwechsel vornehmen und sich mitunter auch face-to-face kennen (lernen). In diesen Konstellationen sind sozio-demografische Daten auch in der online-Kommunikation nämlich nicht (völlig) ausgeblendet.

6.4.2.3 Digitalisierung

Das Digitalisierungs-Modell konzentriert sich, im Unterschied zum Kanalreduktionsmodell und dem Filter-Modell, auf das technische Datenformat, welches in umfassender Weise ermöglicht, Informationen über weite Strecken, mit großer Geschwindigkeit und kosten-

²⁵⁴ ebd. S. 154f.

²⁵⁵ ebd. S. 155.

²⁵⁶ vlg. ebd. S. 157.

günstig zu verbreiten, zu archivieren, zu verknüpfen etc. Der TeilnehmerInnenkreis kann beliebig erweitert werden, sodass Grenzen zwischen Individual-, Gruppen- und Massenkommunikation verwischen. Dieses Modell geht auf die Möglichkeiten und auch die Gefahren der Digitalisierung der Kommunikation ein. Zu den Vorteilen zählen beispielsweise, dass die Transportgeschwindigkeit erhöht ist, der TeilnehmerInnenkreis ein größerer sein kann oder dass die Kommunikation automatisch dokumentiert und analysiert werden kann. Daraus folgt, dass durch erweiterte Kommunikationsnetze ein umfassender Informationsaustausch, soziale Unterstützung und Integration stattfinden können, was in der Alltagskommunikation eine Entlastung bedeutet. Allerdings kann es durch diese erweiterten und „schnellen“ Kommunikationsnetze auch zu Überlastungen und Fehlnutzungen kommen, etwa weil die Erwartungen an die Reaktionsgeschwindigkeit der KommunikationsteilnehmerInnen unterschiedlich sind oder weil die EmpfängerInnen oft nicht klar wissen, wie die adressierte Öffentlichkeit beschaffen ist.²⁵⁷

Für die online-Beratung ist die Tatsache, dass alle Daten automatisch digital verarbeitet, gespeichert und archiviert werden können, von besonderer Bedeutung. Wichtige Themen sind nicht nur der Datenschutz (siehe Kapitel 3.5) sondern auch Kontrollmöglichkeiten bzw. möglicher Kontrollverlust über die Kommunikationsabläufe sowie ein möglicher Missbrauch von persönlichen Informationen über die Rat Suchenden. Für die Praxis der online-Beratung (insbesondere die eMail- und Chat-Beratung) heißt das, dass vorrangig die Beratungsinstitutionen den Umgang mit digitalen Daten juristisch, technisch sowie sozial-normativ zu regeln haben.

Döring kritisiert, dass bislang eine systematische Zusammenstellung der Merkmale sowie der Vor- und Nachteile des digitalen Datenformats für die an der Kommunikation Beteiligten fehlt, ebenso sind soziale Implikationen der Digitalisierung noch nicht vollständig beschrieben.²⁵⁸

6.4.3 Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten

Diese Gruppe der Theorien der computervermittelten Kommunikation konzentrieren sich darauf, wie die UserInnen während des Kommunikationsvorgangs agieren. Dazu zählen die Theorie der sozialen Informationsverarbeitung, Simulation und Imagination, das Modell der sozialen Identität und Deindividuation (SIDE-Modell) und die Theorie über Netzkultur.

²⁵⁷ vlg. ebd. S. 158.

²⁵⁸ vlg. ebd. S. 160.

6.4.3.1 Theorie der sozialen Informationsverarbeitung

Die Theorie der sozialen Informationsverarbeitung

„unterstellt keine technisch bedingte Kommunikationsveränderung, der Menschen entweder generell ausgesetzt sind [...] oder durch vernünftige Medienwahlen ausweichen können [...], sofern sie nicht durch den sozialen Druck und die Mediengewohnheiten daran gehindert werden [...], sondern behauptet, dass es erst gar nicht zu medienbedingter Kommunikationsverarmung kommen muss.“²⁵⁹

Menschen stimmen ihr Nutzungsverhalten in der Weise auf die technischen Medien-Eigenschaften ab, dass mediale Einschränkungen aktiv kompensiert werden und sie demgemäß neue soziale Fertigkeiten in der Textproduktion und Interpretation entwickeln, die es ihnen ermöglichen, eine befriedigende Kommunikation zu realisieren. Aus dieser Sicht stellt das Internet einen neuen sozialen Handlungsraum dar. Die UserInnen müssen die entsprechende individuelle und kollektive Medienkompetenz erlernen, um Missverständnisse und Nicht-Verstehen des/der KommunikationspartnerIn zu verhindern. Über eine aktive Kompensation medialer Defizite kommt es teilweise sogar zu einer Verbesserung der Kommunikationsqualität.

Gemäß der Theorie der sozialen Informationsverarbeitung werden beim Fehlen nonverbaler Information nicht die Beziehungsebene der Kommunikation ausgeblendet, Emotionalität reduziert oder soziale Hintergründe herausgefiltert. Diese Informationen werden auf andere Weise ausgedrückt, etwa durch Textzeichen, Emoticons und Ähnliches. „Schriftliche Kommunikation ist durch solche Ausdrucksmittel weit davon entfernt, emotionslos zu wirken.“²⁶⁰

Im Gegensatz zu manch anderer, bereits besprochener Theorie der computervermittelten Kommunikation „ist aus Sicht der Theorie der sozialen Informationsverarbeitung das Internet ein neuer sozialer Handlungsraum, in dem Menschen auf kreative Weise Gefühle ausdrücken, Beziehungen realisieren und soziale Fertigkeiten erlernen, ohne dass dadurch automatisch Kommunikationsstörungen und Beziehungsarmut resultieren müssen.“²⁶¹ Abgesehen von netzspezifischen Sprach- bzw. Ausdrucksmitteln ist davon auszugehen, dass in der online-Kommunikation Dinge, die in face-to-face-Situationen oftmals unausgesprochen bleiben, häufiger ausdrücklich genannt werden, egal ob es sich beispielsweise um Gefühlslagen oder Merkmale des eigenen Erscheinungsbildes handelt. Kommunikationsstörungen sind folglich nur dann wahrscheinlich,

- „wenn Personen die netzspezifischen Ausdrucksmittel nicht beherrschen (Kompetenz),
- wenn sie sich nicht die Mühe machen, sie einzusetzen um auf verbalem Wege ausführliche Erklärungen abzugeben (Motivation),
- wenn sie durch soziale Normen (z.B. Zwang zur Sachlichkeit) davon abgehalten

²⁵⁹ ebd. S. 161.

²⁶⁰ ebd. S. 162.

²⁶¹ ebd. S. 163.

- werden, netzspezifische expressive Aussagen oder Gesten zu verwenden, wenn nicht genügend Zeit zur Verfügung steht, um eine lebendige Kommunikationsatmosphäre auf der Basis getippter Botschaften entstehen zu lassen.“²⁶²

6.4.3.2 Simulation und Imagination

Während das Filter-Modell davon ausgeht, dass die UserInnen einander durch den Filtereffekt vor allem der sozio-demografischen Daten gleichberechtigter gegenüberstehen, geht es in dieser Theorie darum, dass durch die alleinige Nutzung des Textkanals Informationen, die die NutzerInnen von bzw. über sich weitergeben, stark von den Offline-Realitäten abweichen. Als Simulationen können sich Selbstdarstellungen und als Imagination können sich Personenwahrnehmungen im Netz grundlegend von den face-to-face-Eindrücken der entsprechenden Personen unterscheiden. Dabei ist aber auch anzumerken, dass es ebenso in der face-to-face-Kommunikation zu Täuschungen und Projektionen kommt.

Die Beschränkung auf den Textkanal ermöglicht den Menschen eine unvergleichbar große Kontrolle über die (persönlichen) Informationen, die sie von sich Preis geben wollen. Diese Kontrolle erlaubt nicht nur, wie von der Theorie der sozialen Informationsverarbeitung beschrieben, medial bedingte Informationslücken zu schließen, sondern ebenso Identitäten und Lebenszusammenhänge in beinahe beliebiger Art und Weise zu konstruieren bzw. zu simulieren.²⁶³ Das stellt in der online-Beratung vielfach auch eine Schwierigkeit dar: Wenn beispielsweise Informationen über Alter, Aussehen, Geschlecht etc. nicht überprüft werden können oder gar fehlen. Zwar spielen Menschen in face-to-face-Situationen auch Rollen und stimmen ihre Aussagen und Selbstdarstellungen auf das Gegenüber ab, allerdings bleibt die Person körperlich stets Dieselbe und identifizierbar. Bei der CvK kann hingegen als online-Identität bzw. mit virtuellen Körpern agiert werden, diese Identitäten können oftmals nicht einmal mit der Person, die sie „in real life“ ist, in Verbindung gebracht werden.

„Die Dialektik dieser Situation besteht darin, dass Freiheitsgrade in der Gestaltung der eigenen Selbstdarstellung einerseits einen Kontrollgewinn bedeuten, dass man aber gleichzeitig den Simulationen anderer Netznutzer ausgesetzt ist und damit vielleicht verletzbarer und täuschbarer wird (Kontrollverlust). Dies gilt zumindest in solchen Situationen, in denen es relevant ist, ob die im Netz dargestellte Identität des Gegenübers ähnliche Eigenschaften und Gewohnheiten hat, wie sie die am Computer sitzende Person im sonstigen („wirklichen“) Leben hat.“²⁶⁴

Bei der Personenwahrnehmung im Internet setzen die fehlenden Informationen einen kognitiven Konstruktionsprozess in Gang, der in großem Maße von Imagination bzw.

²⁶² ebd. S. 163.

²⁶³ vgl. ebd. S. 167.

²⁶⁴ ebd. S. 167f.

Projektion geprägt ist. Je nach Kontext und aktueller Motivation entsteht ein positives Bild der Person, welches den individuellen Wünschen und Vorlieben entspricht. Aber es entstehen auch negative Bilder eines Gegenübers, die häufig von Vorurteilen oder persönlichen Aversionen geprägt sind. Durch eine aktive Imagination, welche durch bewusste oder unbewusste Informationsfilterung und -ergänzung auf Seiten des/der RezipientIn geprägt ist, entsteht mit der Reduktion der Sinneskanäle oftmals eher eine Steigerung als eine Verarmung des Empfindens.²⁶⁵

6.4.3.3 Soziale Identität und Deindividuation (SIDE)

Das Modell der sozialen Identität und Deindividuation widerspricht der Vorstellung, dass Anonymität im Internet zu einem temporären Identitätsverlust (d.h. dass man sich nicht mehr bewusst ist, wer man ist) und somit zu normverletzenden Verhalten führe, welches der Person im Grunde fremd sei. Das eher nutzerInnenzentrierte SIDE-Modell geht von der gerade im Bewusstsein aktivierten wichtigen Identität der einzelnen UserInnen aus. Ist bei den NutzerInnen eine soziale bzw. kollektive Identität salient, so nehmen sich diese Personen im Internet vorrangig als Mitglieder einer bestimmten Gruppe wahr. Wenn jedoch eine individuelle bzw. personale Identität vorherrschend ist, sind sich diese UserInnen ihrer individuellen Besonderheiten bewusst und grenzen sich daher auch in ihrer Individualität von den anderen Gruppenmitgliedern ab. Deindividuation im Internet hat in beiden „Fällen“ einen identitätsverstärkenden Effekt:

„Soziale Identitäten werden durch Anonymität (man sieht oder kennt die anderen Gruppenmitglieder nicht, kann ihr Gesicht nicht erkennen, ist räumlich von ihnen isoliert etc.) deswegen verstärkt, weil die individuellen Besonderheiten der anderen Gruppenmitglieder nicht erkennbar sind und die Gruppe so also illusorisch homogen wahrgenommen wird (die Gruppenmitgliedschaft ist das dominante gemeinsame Merkmal).“²⁶⁶

Aber auch bei Vorhandensein von personalen Identitäten tritt ein identitätsverstärkender Effekt auf: „Denn die mangelnde Kenntnis über die Attribute der anderen Person verhindert die Wahrnehmung gemeinsamer Merkmale und die Aktivierung konkurrierender sozialer bzw. kollektiver Identitäten: Man nimmt sich als von den anderen anonymen Ingroup-Mitgliedern distinktiv wahr und orientiert sich an den individuellen Standards und Werten.“²⁶⁷ Ein solches standardorientiertes Verhalten ist in anonymisierten Kommunikationssituationen deshalb funktional, weil die individuellen Eigenschaften der Beteiligten, auf die man sich andernfalls einstellen bzw. an welchen man sich orientieren könnte, fehlen.

²⁶⁵ vgl. ebd. S. 169.

²⁶⁶ ebd. S. 174.

²⁶⁷ ebd. S. 175.

Hier ist wiederum darauf hinzuweisen, dass das SIDE-Modell nicht berücksichtigt, dass online-Kommunikation nicht pauschal durch Anonymität oder Deindividuation gekennzeichnet sein muss, denn es kommunizieren auch Personen medial miteinander, die sich persönlich kennen oder solche, die schon über einen längeren Zeitraum hinweg miteinander medial kommunizieren und somit relativ viel voneinander wissen. Daher müsste für eine Übertragung des SIDE-Modells auf Internet-Nutzung der jeweilige Deindividualisierungsgrad ebenso bestimmt werden, wie die Salienz unterschiedlicher Identitäten der an der Kommunikation teilnehmenden Personen. Unerforscht ist bislang auch, ob bzw. wie sich im Zuge eines online-Kommunikationsprozesses soziale/kollektive und personale/individuelle Identitäten verändern bzw. ob sie stabil bleiben.²⁶⁸

6.4.3.4 Netzkultur

Es lässt sich beobachten, dass sich in verschiedenen Computernetzen bzw. online-Communities jeweils spezifische TeilnehmerInnen-Populationen herausbilden, die in charakteristischer Weise soziale Kommunikationsnetze teilen, eigene Regeln, Gewohnheiten, Gesetze oder Rituale und künstlerische Ausdrucksformen etablieren. Diese Netze lassen sich als „Kulturräume“ begreifen.²⁶⁹

Das Netzkultur-Modell orientiert sich in seiner Arbeit vorrangig an den qualitativen Methoden der Dokumentenanalyse, Feldbeobachtung und Feldbefragung. Döring beschreibt die zentralen Differenzierungen des Netzkultur-Konzeptes, welche sich in den letzten Jahren verstärkt entwickelt haben: Es sind dies Popular Cyberculture, Cyberculture Studies und Critical Cyberculture Studies.²⁷⁰

Das Netzkultur-Modell lenkt die Aufmerksamkeit darauf, dass Besonderheiten der CvK ebenfalls durch das geteilte Wissen, durch Traditionen und soziale Normen und Werte, der in einer Community agierenden Personen beeinflusst sind. Döring gibt jedoch zu bedenken, dass die Gefahr bestehe, dass „man sich auf außergewöhnliche Merkmale der Netzkommunikation konzentriert und diese zum Anlass nimmt, normativ eine vermeintlich homogene und vom sonstigen Alltag abgelöste Netzkultur bzw. Netzkultur zu postulieren.“²⁷¹ Außerdem ist zu beobachten, dass neue NetznutzerInnen die Traditionen der Netzkultur nur bedingt kennen bzw. übernehmen. In der Praxis ist davon auszugehen, dass das Kommunikationsverhalten einer Person davon abhängt, ob oder wie sehr sie sich mit der Netzkultur identifiziert.

²⁶⁸ vgl. ebd. S. 178.

²⁶⁹ vgl. ebd. S. 178.

²⁷⁰ siehe ebd. S. 178f.

²⁷¹ ebd. S. 181.

7. Fallbeispiele

7.1 eMail-Beratung: ChEck iT! – <http://www.checkyourdrugs.at>

ChEck iT! ist eine sekundärpräventive, wissenschaftliche Einrichtung und eine Co-Produktion des Vereins Wiener Sozialprojekte (VWS)²⁷², des Klinischen Institutes für medizinische und chemische Labordiagnostik (AKH) und des Fonds Soziales Wien (FSW)²⁷³ und wurde 1997 gegründet. ChEck iT! richtet sich vorrangig an Jugendliche und junge Erwachsene, die fallweise oder regelmäßig Party- oder Freizeitdrogen konsumieren.²⁷⁴

„Die Zielgruppe umfasst ProbierkonsumentInnen, GelegenheitskonsumentInnen, Dauer/GewohnheitskonsumentInnen. Neben KonsumentInnen psychoaktiver Substanzen richtet sich das Angebot an folgende Anspruchsgruppen: NichtkonsumentInnen, die am Thema psychoaktive Substanzen interessiert sind, FreundInnen und Angehörige von DrogenkonsumentInnen, MultiplikatorInnen (im Bereich der Sucht- und Jugendhilfe Tätige, LehrerInnen, Peergroup).“²⁷⁵

Folgende Ziele verfolgt ChEck iT!:

- Vermeidung problematischer bzw. bedenklicher Konsummuster sowie die Förderung von risikobewusstem Verhalten
- Frühzeitige Verhinderung von kurz-, mittel- und langfristigen Gesundheitsschäden
- Warnung vor dem Konsum gesundheitlich besonders bedenklicher und unerwarteter Substanzen
- Kontaktaufbau und -vertiefung mit der über herkömmliche Angebote schwer erreichbaren Zielgruppe

Außerdem beschäftigen sich die ChEck iT!-MitarbeiterInnen mit der wissenschaftlichen Dokumentation von Substanzenanalysen und der Durchführung von Studien zur Gewinnung von Daten zur frühzeitigen Erkennung neuer Substanz- und Konsumtrends sowie zur Gewinnung detaillierter, aktueller Informationen über die KonsumentInnen psychoaktiver Substanzen. Auf diesem Weg kann eine schnelle, fundierte und pragmatische Weiterentwicklung der Maßnahmen der Einrichtung auf Basis der wissenschaftlichen Erkenntnisse erfolgen.²⁷⁶

²⁷² siehe: <http://www.vws.or.at>. 01.02.05.

²⁷³ siehe: <http://www.fsw.at>. 01.02.05.

²⁷⁴ vgl. <http://www.checkyourdrugs.at/data/news/index.html>. 01.02.05.

²⁷⁵ ebd.

²⁷⁶ vgl. <http://www.checkyourdrugs.at/data/news/index.html>. 01.02.05.

Von Beginn an bietet ChEck iT! bei großen Raves, in Clubs und auf großen Events objektive Information über Wirkung und Gefahren vom Konsum von psychoaktiven Substanzen an. Neben persönlicher, individueller Beratung und der Beantwortung von Fragen gibt es Broschüren und Booklets mit Informationen über Wirkungen und Gefahren psychoaktiver Substanzen. Zusätzlich wird bei großen Events in Wien (v.a. bei Techno-Veranstaltungen) Drugchecking angeboten: Das ChEck iT!-ChemikerInnen-Team analysiert vor Ort illegale Substanzen auf ihre chemische Zusammensetzung. Damit kann dem Konsum gesundheitlich besonders bedenklicher bzw. tödlicher Substanzen vorgebeugt werden. Außerdem bekommt das Team durch die Analysen einen guten Überblick über die aktuelle Marktsituation und Trends. Die Analyse der Substanzen wird für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen anonym und kostenlos durchgeführt. Auf der Website von ChEck iT! gibt es ebenfalls umfassende, wissenschaftlich korrekte Informationen über Wirkung und Gefahren vom Konsum psychoaktiver Substanzen, Gesundheitstipps, Verweise auf Info- und Beratungsstellen und Therapieeinrichtungen, die rechtliche Situation bezüglich des Konsums von Party- und Freizeitdrogen etc. Außerdem stehen jeweils aktuelle Informationen und Termine online.²⁷⁷

Seit Sommer 2000 bietet ChEck iT! kostenlos und anonym eMail-Beratung an. Zu dieser Zeit wurde die eMail-Beratung über eine Eingabemaske auf der Website angeboten. Dazu konnten freiwillige Angaben zu Name, Geschlecht, Alter etc. gemacht werden, verpflichtend war die Angabe der eMail-Adresse, an welche die Anfrage-Antwort des ChEck iT!-Beratungs-Teams geschickt wurde. Im Dezember 2004 wurde dieses Beratungssystem von einem webbasierten Beratungssystem abgelöst. Damit kann den Rat Suchenden nun höchste Sicherheit und Anonymität garantiert werden.²⁷⁸ Wie webbasierte Systeme/Software funktionieren, wurde in dieser Arbeit bereits erläutert.

Durchschnittlich hat ChEck iT! 250 bis 300 Zugriffe pro Tag auf die Site <http://www.checkyourdrugs.at>. Im Jahr 2004 gab es insgesamt 228 Anfragen über die Eingabemaske auf der Website. Von diesen 228 eMails handelte es sich bei 48 um Folge-eMails. 49% der Rat Suchenden sind Frauen, 37% Männer. 14% der KlientInnen gaben ihr Geschlecht nicht an. Derzeit ist eine ChEck iT!-MitarbeiterIn für den Bereich der eMail-Beratung zuständig. Diese bespricht die Beratungsanfragen aber regelmäßig mit einer Kollegin.

Die Frage, ob es durch die Umstellung auf das webbasierte Beratungssystem Änderungen in der Beratungsfrequenz bzw. den Anfragen gab, kann nicht beantwortet werden.

²⁷⁷ vgl. ebd.

²⁷⁸ vgl. <http://www.checkyourdrugs.at> – ONLINE BERATUNG, linke Spalte. 01.02.05.

Derzeit (Februar 2005) besteht für Rat Suchende nämlich auch noch zusätzlich die Möglichkeit, über das Formular auf der Website Anfragen zu senden. Die KlientInnen können also selbst wählen, wie sie ihre Anfrage an das ChEck iT!-Team richten.

Bezüglich der Archivierung der eMail-Anfragen, bevor das webbasierte System eingeführt wurde, ist zu sagen, dass Beratungsanfragen im Mailprogramm bleiben und ausgedruckt in einem Handordner verwaltet werden. Zur Evaluation der eMail-Beratung hat ChEck iT! ein von ihnen speziell entwickeltes Dokumentationssystem auf Excel-Basis.²⁷⁹

Die Ziele der eMail-Beratung werden wie folgt definiert:

- „Neue oder andere Sichtweisen vermitteln
- Sichtweisen und Lösungsansätze gegebenenfalls bestätigen
- Problembewusstsein schaffen
- Handlungsoptionen darlegen
- Empfehlung einer anderen Einrichtung oder eines anderen Settings“²⁸⁰

„Der Verein Wiener Sozialprojekte hat im Jahr 2002 unter Mitarbeit des DIALOG²⁸¹ einen ‚Leitfaden für die Beantwortung von eMail-Anfragen‘ erstellt, der an dieser Stelle überblicksartig vorgestellt wird.“²⁸²

Zuerst geht es hierin um die Klassifikation von eMail-Anfragen: So werden Anfragen nach ihrem Anliegen in Informations- und Unterstützungs-eMails geteilt. Bei ersteren möchte der/die Rat Suchende über etwas informiert werden. Bei zweiteren sieht die Person ein Problem und sagt bzw. vermittelt, dass sie Hilfe braucht, äußert also den Wunsch nach Beratung.²⁸³

In dem Leitfaden werden auch allgemeine Richtlinien für die eMail-Beratung formuliert:

- Ungeachtet des Inhalts ist jede Anfrage ernst zu nehmen. Daher beantworten die BeraterInnen jedes erhaltene eMail.
- Eine Beantwortung erfolgt so schnell als möglich, innerhalb von 24 Stunden bis zum Zeitraum von maximal einer Woche, auch abhängig von der Dringlichkeit der Anfrage.
- Jede Anfrage ist individuell zu beantworten, es wird nicht auf so genannte Textbausteine oder vorgefertigte Antworten zurückgegriffen, da jede Anfrage einzigartig ist. Der Gebrauch von Textbausteinen hat sich in der Praxis zudem bzw. wohl

²⁷⁹ Alle Daten und Informationen von Susanne Weissenböck. Sie ist bei ChEck iT! für die eMail-Beratung verantwortlich. eMail, 16.02.05.

²⁸⁰ Kohel, Sonja: Beratung per Mausklick. eMail-Beratung für Jugendliche – Ein neuer Weg in der Sozialarbeit. Diplomarbeit. Bundesakademie für Sozialarbeit. Münchendorf. 2003. S. 84.

²⁸¹ siehe: <http://www.dialog-on.at>. 01.02.05.

²⁸² Ivan, Irene / Weissenböck, Susanne: Kriterien und Qualitätsmerkmale einer virtuellen Informations- und Beratungsstelle. S. 85. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 83-87.

²⁸³ vgl. ebd. S. 85.

- aufgrund der Einzigartigkeit und Vielfältigkeit der Anfragen, als unbrauchbar erwiesen.
- Ein Austausch mit KollegInnen ermöglicht neue Blickwinkel auf die Anfrage und vermeidet so eine einseitige Sichtweise der Situation der Rat Suchenden.
 - Den KlientInnen wird in jedem eMail die Fortführung des eMail-Kontakts angeboten, da viele Rat Suchende (vorerst) keine face-to-face-Beratung in Anspruch nehmen (wollen), aber eine Beratung in vielen Fällen gewünscht wird.
 - Aufgrund der Strukturen des Vereins Wiener Sozialprojekte bietet es sich an, gegebenenfalls interne (oder auch externe) ExpertInnen zur Beratung hinzuzuziehen, um eine höchst professionelle Beratung zu garantieren.

Der Leitfaden, nach dem das ChEck iT!-Team arbeitet, beinhaltet auch einige Hinweise zur Vorgangsweise bei der Beantwortung von eMail-Anfragen. Diese beinhalten, ähnlich dem Vier-Folien-Konzept (vgl. Kapitel 3.3.3), eine persönliche Resonanz der BeraterInnen auf das eMail und eine Abklärung der Erwartungen der KlientInnen.²⁸⁴

ChEck iT! beantwortet alle eMails nach folgender Strukturierung:

- Begrüßung: Diese richtet sich nach dem Stil und der Sprache der Rat Suchenden. Außerdem gilt es, den Nickname des/der KlientIn in der Anrede zu übernehmen.
- Einleitung: Um einen guten Einstieg in die nicht selten schwierigen und/oder heiklen Thematiken zu schaffen, werden in der Einleitung Empfindungen bestätigt und Anteilnahme gezeigt. Hier bietet es sich auch an, den/die Rat SuchendeN positiv zu bestätigen, dass er/sie sich an die eMail-Beratung von ChEck iT! gewandt hat, ein Problem, das er/sie nicht alleine lösen kann, erkannt hat und dessen Lösung in einer Beratung anstrebt.
- Hauptteil: In diesem Teil des Antwort-eMails werden die Fragen der KlientInnen aufgegriffen und die jeweilige Problematik erörtert. Dies kann entweder eine Spiegelung der Situation, oder je nach Anfrage, das Nachfragen bei Unklarheiten oder die Schilderung des persönlichen Eindrucks sein. Relevant ist, keine voreiligen Schlüsse zu ziehen oder Vermutungen als Tatsachen anzunehmen. Durch gezielte Fragen sollen des weiteren eine Reflexion des/der KlientIn angeregt und eine Sensibilisierung auf bestimmte Themen erreicht werden. Beratungsziel stellt des weiteren dar, dass es zur Schaffung eines Problembewusstseins kommt und andere, neue Sichtweisen vermittelt werden. Außerdem werden bereits vorhandene Lösungsansätze bestätigt und Handlungsoptionen aufgezeigt.
- Schluss: An dieser Stelle wird, je nach Notwendigkeit, auf andere Beratungsstellen oder -einrichtungen verwiesen, bzw. werden die KlientInnen zu anderen Institutionen

²⁸⁴ vgl. ebd. S. 86.

weitervermittelt. Anschließend lädt der/die BeraterIn, entweder durch die direkte Aufforderung oder eine offene Frage, ein, die Beratung per eMail fortzusetzen.

7.2 Chat-Beratung: HelpChat – <http://www.kinderschutz-wien.at>

Das Kinderschutzzentrum Wien²⁸⁵ ist eine Beratungsstelle, die sich mit allen Formen von Gewalt gegen Kinder und Jugendliche beschäftigt. Da Gewalt gegen Kinder und Jugendliche zum größten Teil im familiennahen Umfeld passiert, ist die Hemmschwelle, Hilfe zu holen, oft sehr hoch. Die Grundidee des Kinderschutzzentrums ist daher, außerhalb von „offiziellen“ Stellen wie Polizei oder Jugendamt Hilfe und Beratung anzubieten. Die Einrichtung bietet kostenlos, rasch und unbürokratisch Hilfe in aktuellen Krisen und langfristig Unterstützung in Form von Beratung und Psychotherapie an. Die Beratung erfolgt vorrangig face-to-face, aber auch telefonisch und im Chat. Die Beratung des Kinderschutzzentrums Wien soll für alle Menschen zugänglich und vor allem unabhängig von ihren finanziellen Möglichkeiten sein.²⁸⁶

Seit Mai 2001 bietet das Kinderschutzzentrum Wien neben der face-to-face-Beratung auch eine Beratung im Chat an. Von Beginn an wurde online-Beratung in Form eines Einzelchats angeboten, da das Thema Gewalt gegen Kinder und Jugendliche – den MitarbeiterInnen zufolge – diese Intimität zwischen Rat Suchenden und BeraterIn erfordert. Daher würde ein öffentlicher Chat wenig Sinn machen, da jedeR andere UserIn mitlesen und sich einmischen könnte, was gerade bei realen Problemen zum Thema Gewalt gefährlich ist. In der Praxis erwies sich die Einzelchat-Situation für viele Rat Suchende als hochschwierig. Viele Jugendliche waren nämlich gewohnt, dass sie in einem Chat öffentlich, meist unverbindlich und oberflächlich kommunizieren. Daher trug es bei vielen Jugendlichen zur Verängstigung bzw. Verunsicherung bei, dass nur einE BeraterIn im HelpChat ist, oft klickten sie sich sofort aus dem Chat. An dieser Stelle ist zu sagen, dass der HelpChat zu Beginn zu bestimmten Zeiten geöffnet war. Es konnte jeweils nur eine Rat suchende Person in den Chat. Solange diese mit der BeraterIn im Chat war, lasen andere UserInnen, die in den Chat wollten, dass zur Zeit keinE BeraterIn zur Verfügung steht. Dies ist der Nachteil der Seriösität.²⁸⁷ Mittlerweile wird der HelpChat so gehandhabt, dass sich Jugendliche mit den BeraterInnen per eMail oder Telefon einen Chat-Termin vereinbaren können. Dies garantiert, dass alle Rat Suchenden Beratung bekommen, wann sie diese brauchen. Bezüglich der Einzelchat-Situationen im Kinder-

²⁸⁵ <http://www.kinderschutz-wien.at>. 31.03.05.

²⁸⁶ <http://www.kinderschutz-wien.at/?etxsid=f112f2cd427d2bbf324a457ce9449ade&pid=563&etxsid=f112f2cd427d2bbf324a457ce9449ade>. 31.03.05.

²⁸⁷ vgl. Eich, Holger: PrivatChat – Entdeckung der Langsamkeit. In: Schriftenreihe des Kinderschutzzentrums Wien. Jahresbericht 2001. Band 10. o.V. Wien. 2001. S. 2.

schutzzentrum ist noch zu sagen, dass jene „gerade für die adressierten Personen, die Schwierigkeiten mit dem Knüpfen und Aufrechterhalten von Beziehungen haben, tatsächlich bedrohlich sind, oft auch eine sexuelle Konnotation besitzen. Dies führt dazu, dass die Tendenz zu flüchten, sehr groß ist – und wiederum ermöglicht das Medium es, sehr leicht, unerkannt und folgenlos ‚auszusteigen‘.“²⁸⁸ Da nun aber Einzelchats nur nach vorheriger Vereinbarung durchgeführt werden (die nächsten Termine werden auf der Website angekündigt, es können aber auch andere Termine vereinbart werden) und nicht mehr zu fixen Terminen einE BeraterIn im Chat ist und Rat Suchende ohne Voranmeldung beraten werden können, ist den Rat Suchenden von Beginn an bewusst, dass sie allein mit dem/der BeraterIn chatten, die Verunsicherung diesbezüglich wird folglich verringert. Zudem nützen die BeraterInnen die ersten Minuten des Chats zur Bindung. „Es gilt also, die Flucht tendenz, wenn man sie wahrnimmt, ernst zu nehmen und anzusprechen. Dies führt mitunter dazu, dass die KlientInnen sich trotz der Zweisamkeit ‚zu Hause‘ fühlen und lange Chats führen und vor allem wiederkommen.“²⁸⁹

Im Kinderschutzzentrum Wien führen drei PsychologInnen bzw. PsychotherapeutInnen (eine weibliche, zwei männliche) Chat-Beratungen durch. Die BeraterInnen werden auf der Website des Kinderschutzzentrums mit Vor- und Nachname, ihrem Geburtsjahr, Foto sowie einem kurzen Lebenslauf vorgestellt, was Seriosität vermittelt und auch Sicherheit oder Vertrauen bei den UserInnen schaffen kann. Die Jugendlichen, die das Chat-Angebot in Anspruch nehmen, sind zwischen 13 und 18 Jahren alt und zum Großteil weiblich.

Im Folgenden möchte ich auf die Erfahrungen eingehen, die das Beratungsteam des Kinderschutzzentrums im Laufe der beinahe vier Jahre, in denen sie Chat-Beratung anbieten, gemacht haben. Zuerst geht es um den Unterschied zwischen der telefonischen und der online-Beratung. Den BeraterInnen war von Beginn an klar, dass sich die Probleme, die sich bei der telefonischen Beratung stellen in der Chat-Beratung potenzieren können. Ein Problem bei der Telefonberatung ist beispielsweise die Tatsache, dass man als BeraterIn in massiven Krisensituationen nicht direkt intervenieren kann. Außerdem ist anfangs unklar, ob ein Anruf ernst gemeint ist oder nicht. Weiters hat der/die BeraterIn keine Kontrollmöglichkeit über den Abbruch des Gesprächs, d.h. die KlientInnen können jederzeit den Hörer auflegen, dies hinterlässt die BeraterInnen oft in einer sehr unangenehmen, ungewissen Situation. Diese Punkte gelten alle für die telefonische Beratung ebenso wie für die Chat-Beratung. Zusätzlich kommen bei der

²⁸⁸ ebd. S. 5.

²⁸⁹ ebd. S. 5.

Chat-Beratung noch folgende Aspekte hinzu: Die BeraterInnen haben keinerlei Informationen über die Identität der KlientInnen. Am Telefon haben sie zumindest die Gewissheit, ob es sich um eine weibliche oder eine männliche Person handelt, auch das Alter kann man anhand der Stimme in etwa schätzen. Online gibt es nur Merkmale der Verbalisierung, die vorsichtige Schlüsse auf das Geschlecht oder das Alter der Rat Suchenden zulassen. Wie in dieser Arbeit bereits thematisiert, sind in der schriftlichen Kommunikation im Chat keine paralingualen Informationen (Stimm Lage, Weinen, Stöhnen, Lachen etc.), welche Informationen über die Stimmung der Rat Suchenden bzw. die Authentizität derselben geben können, vorhanden. Außerdem erkennt man im Chat nicht, ob die Kommunikation bewusst oder unabsichtlich beendet wurde. Ein Telefonat wird von Rat Suchenden bewusst durch Auflegen des Hörers beendet. Beim Chat kann eine Beendigung aber einerseits bewusst oder durch technische Faktoren (z.B. Störungen der Verbindung bei KlientIn oder BeraterIn) unterbrochen werden. Natürlich kann beim Handy auch der Akku ausfallen, was aber zumeist nicht so unangekündigt geschieht, wie ein Verbindungsabbruch beim Chat.²⁹⁰

Eine weitere wichtige Erfahrung für das Beratungsteam des Kinderschutzzentrums war, dass ein Beratungschat ein sehr langsames, beinahe meditatives Tempo entwickelt. Dies ist besonders dann erstaunlich, wenn man sich gewöhnliche, offene Chats vor Augen hält, die, vor allem aufgrund der vielen, parallel geführten Gespräche, sehr schnell und unüberschaubar wirken. Aber auch die Tatsache, dass in Chats vor allem kurze Sätze und Phrasen in hoher Geschwindigkeit geschrieben werden, trägt zum Gefühl einer schnellen Kommunikation bei. Die Langsamkeit erreicht ein HelpChat beim Kinderschutzzentrum aber nicht nur durch die Tatsache, dass es sich um einen Einzelchat handelt, sondern auch dadurch, dass sehr viel Zeit benötigt wird, um Dinge zu schildern und zu klären. Schwärzler schätzt, dass die Themen, die in einem Chat innerhalb einer Stunde besprochen werden, in der face-to-face-Beratung nur etwa 20 Minuten in Anspruch nehmen.²⁹¹ Dies kann auch sehr gut nachvollzogen werden, wenn man das Chat-Protokoll des Chats im Anhang (9.2. Beispiel Chat Kinderschutzzentrum Wien) liest. Die Beratung bzw. Kommunikation im Chat erweist sich also als langwierig, ein Vorteil der Langsamkeit ist aber, dass der/die BeraterIn mehr Zeit zum Nachdenken hat und auch während des Chats Dinge recherchieren kann, was in der face-to-face- sowie der Telefonberatung keinesfalls möglich ist. Eich schildert seine Erfahrungen diesbezüglich wie folgt:

„Ich hatte stets das Gefühl, viel Zeit zu haben, auf das zu reagieren, was ich lese. Zum Beispiel darüber nachzudenken, ob das, was auf dem Monitor zu lesen war, eher auf einer inhaltlichen oder einer Beziehungsebene zu verstehen und also zu beantworten ist. [...] Diese Langsamkeit bewirkte aber mitunter auch eine sehr schnelle Tiefe, d.h.

²⁹⁰ vgl. ebd. S. 3f.

²⁹¹ vgl. Persönliches Gespräch mit Philipp Schwärzler, Berater im Kinderschutzzentrum Wien. 22.03.05.

die Möglichkeit des Erkennens der Kommunikationsmechanismen führte dazu, dass man rasch in Ebenen gelangte, die im direkten Gespräch so schnell nicht erreicht worden wären.²⁹²

Die Beratung per Chat kann eine Therapie nicht ersetzen und hat auch nicht wirklich viel damit zu tun.²⁹³ Per Chat können insbesondere Informationen relativ einfach vermittelt werden. Für Schwärzler stellt der Chat primär eine Erstanlauf- bzw. Infostelle dar, komplexe Probleme können im Chat hingegen nicht behandelt werden. Auch die Schilderung von emotionalen, schambesetzten Themen erscheint schwierig. Dies resultiert einerseits aus der bereits thematisierten Langsamkeit des Chats, andererseits fehlen im Chat – im Vergleich zur face-to-face-Beratung bzw. -therapie – wesentliche Elemente der Beziehungs- und Übertragungssituation bzw. müssen diese imaginiert werden. Allerdings ist gerade der Chat für beziehungsängstliche Personen und Menschen mit schwierigen Persönlichkeitsstrukturen ideal, im positiven wie im negativen Sinne. Im negativen Sinne insofern, als dass gerade Personen mit schwierigen Persönlichkeitsstrukturen die online-Beratung intensiv nutzen und sie manchmal missbrauchen. Allerdings dient der Chat bei Menschen mit sozialen Ängsten dazu, Hemmungen abzulegen, mit dem/der BeraterIn eine Beziehung, welche aber eine andere Qualität als face-to-face-Beziehungen aufweisen, aufzubauen und in der Folge eine Beratungsstelle aufzusuchen. Es geht im HelpChat des Kinderschutzzentrums vorrangig darum, Kontakt zur Beratungseinrichtung zu schaffen, überhaupt zu reden und von Seiten der BeraterInnen, Angebote zu machen und die Rat Suchenden ins Kinderschutzzentrum einzuladen bzw. in geeignete Beratungseinrichtungen zu verweisen. Allerdings suchen wenige Jugendliche das Kinderschutzzentrum persönlich auf, auch wenn im Chat ein Termin vereinbart wurde. Dies liegt mitunter auch an der Zielgruppe, welche zumeist hoch komplexe Probleme hat, verbunden mit großen Schwierigkeiten, Bindungen und Beziehungen einzugehen und eine hohe Hemmschwelle hat, Hilfe zu suchen, etc.²⁹⁴

Die Chat-Beratung stellt die BeraterInnen vor neue Herausforderungen hinsichtlich der Kontrolle über den Beratungsverlauf. Aus der face-to-face-Beratung sind die BeraterInnen gewohnt, dass sie den Überblick bewahren, wissen, wo es lang geht. In der Chat-Beratung haben aber die KlientInnen die Kontrolle über den Beratungsverlauf bzw. -prozess. Nicht nur, dass diese entscheiden, ob sie die Beratung beenden, sie entscheiden auch, was sie schreiben, was sie von sich selbst preisgeben und was nicht. Bei der Chat-Beratung handelt es sich folglich um eine völlig andere Gesprächssituation als in der face-to-face-Beratung, wie in dieser Arbeit bereits thematisiert wurde. Ein Vorteil aus

²⁹² Eich, Holger: PrivatChat – Entdeckung der Langsamkeit. In: Schriftenreihe des Kinderschutzzentrums Wien. Jahresbericht 2001. Band 10. o.V. Wien. 2001. S. 6.

²⁹³ vgl. ebd. S. 7.

²⁹⁴ vgl. Persönliches Gespräch mit Philipp Schwärzler, Berater im Kinderschutzzentrum Wien. 22.03.05.

diesem neuen Setting ist aber, dass automatisch ein Protokoll der Kommunikation vorliegt. Außerdem gibt es, wie bereits in diesem Kapitel erwähnt, genügend Zeit für überlegte Antworten bzw. für ein reflektiertes Vorgehen.²⁹⁵

Die Themen im HelpChat sind recht breit gefächert:

„Einige interessieren sich dafür, welche Angebote es im KISZ [Anm. Kinderschutzzentrum] gibt, welche Ausbildungen die MitarbeiterInnen haben. [...] Eine andere Gruppe kommt mit klar abgegrenzten Fragen: ‚Ich bin in meinen Cousin verliebt – dürfen wir heiraten?‘. Es gibt auch KlientInnen, welche offensichtlich in dieser Chat-Beratung erstmals Hilfe suchen. Sie haben konkrete Probleme, es fällt ihnen jedoch häufig schwer, darüber zu sprechen. Es ist meist ein längerer Prozess, bis sie ihre Lebensumstände und die Misshandlungserfahrungen genauer beschreiben können.“²⁹⁶

Letzteres ist im Beispiel des Beratungschats gut ersichtlich. Der Berater fragt die Rat Suchende carina, ob sie was loswerden möchte. Sie antwortet, dass sie nicht wisse, wie. Dazu kommt auch noch ihre Angst, dass ihre Eltern etwas von dem Vorgefallenen erfahren. Zu diesem Thema versichert der Berater der KlientIn auch im Chat, dass das Chat-Gespräch vertraulich ist und keine andere Person davon erfährt. Außerdem wird der Berater keine Maßnahmen setzen, die die Klientin nicht möchte. Dies ist eine wichtige Vorgehensweise, um eine Vertrauensbasis zwischen KlientIn und BeraterIn zu schaffen. Es gibt auch noch eine vierte Gruppe an KlientInnen, die den Chat des Kinderschutzzentrums nützen: Dies sind Personen, denen es vorrangig um Kontakt, Zuwendung und Aufmerksamkeit geht.²⁹⁷

Auch wenn das Chat-Angebot des Kinderschutzzentrums Wien in den letzten Monaten nicht sehr stark frequentiert wurde, ist es der Einrichtung ein großes Anliegen, die Chat-Beratung weiterhin anzubieten. Wie bereits erwähnt, nicht als Therapieangebot oder -ersatz, sondern vielmehr als Möglichkeit zum Erstkontakt und zur Beratung bezüglich einer face-to-face-Therapie, anderer Beratungseinrichtungen etc. Wichtig ist den BeraterInnen im Chat Ängste und Widerstände vor realen Hilfsangeboten ansprechbar zu machen, diese zu verstehen und abzubauen. Ab einem gewissen Zeitpunkt in der online-Beratung wird nur mehr eine face-to-face-Beratung in der Einrichtung bzw. anderen empfohlenen Institutionen angeboten, da die Möglichkeiten der Chat-Beratung langfristig als nicht ausreichend angesehen werden.

Es gelingt den BeraterInnen auch bei einigen KlientInnen, sie zu ermutigen, nach dem

²⁹⁵ vgl. Schwärzler, Philipp: HelpChat – Möglichkeiten und Grenzen. S. 9. In: Schriftenreihe des Kinderschutzzentrums Wien. Jahresbericht 2003. Band 12. o.V. Wien. 2001. S. 7-10.

²⁹⁶ ebd. S. 7.

²⁹⁷ vgl. ebd. S. 7.

ersten Kontakt im Chat das Kinderschutzzentrum aufzusuchen.²⁹⁸

7.3 Beratung in online-Foren: wienXtra – <http://forum.wienXtra.at>

wienXtra²⁹⁹ ist ein Verein der außerschulischen Kinder- und Jugendarbeit in Wien. Für die Stadt Wien und in Zusammenarbeit mit der MA13-Landesjugendreferat veranstaltet und koordiniert wienXtra Aktionen, Veranstaltungen und (Weiterbildungs-)Angebote für Kinder, deren Bezugspersonen, Jugendliche und für MultiplikatorInnen. Die Struktur des Vereins betreffend ist zu sagen, dass es acht verschiedene Einrichtungen im Bereich Kind und Familie sowie Jugend gibt. Für die Zielgruppe Jugendliche gibt es folgende Einrichtungen: wienXtra-jugendinfo, wienXtra-jugendinwien mit dem Musik-Projekt soundbase, wienXtra-medienzentrum und das Kinder- und Jugendkino wienXtra-cinemagic.³⁰⁰ Auf der Website <http://forum.wienXtra.at> gibt es seit Juni 2001 drei online-Foren: pinwand, rat&hilfe sowie soundbase, ein Forum für die junge Wiener Musikszene. Letzteres werde ich in meiner Arbeit nicht besprechen, da es im Forum vorrangig um einen Info- und Erfahrungsaustausch unter MusikerInnen und dem Suchen und Bieten von Instrumenten, Musikunterricht, Songbooks etc. geht und im Grunde keine Beratung stattfindet. „Die wienXtra-Foren sind offene, aktuelle Diskussionsplattformen zum Lesen und Posten, Fragen und Antworten.“³⁰¹ Jugendliche können rund um die Uhr ihre Anliegen posten und mit anderen Forums-UserInnen über Themen diskutieren, die ihnen am Herzen liegen.³⁰²

Alle drei Foren sind von der äußeren Form her so genannte Gästebuchforen. Das heißt, alle Threads werden auf Übersichtsseiten angezeigt. Auf diesen können Titel und AbsenderIn (Nickname) des Beitrages sowie die Anzahl der gegebenen Antworten und Uhrzeit und Datum der letzten verfassten Antwort eingesehen werden. In dieser Ansicht können UserInnen neue Beiträge verfassen. Klickt man nun einen Thread an, erscheint die Nachricht, gleich darunter stehen die Antworten mit Angabe des Nicknames und der Uhrzeit der Beantwortung. In diesem Bereich können Antworten zur Nachricht gegeben werden. Diese Foren sind also verhältnismäßig einfach gestaltet, zeichnen sich daher auch durch eine hohe BenutzerInnenfreundlichkeit, leichte Bedienung und Übersichtlichkeit aus. Das Forum war bis Ende Juni 2004 ein offenes Forum, jedeR UserIn konnte ohne Registrierung oder Angabe von persönlichen Daten Beiträge verfassen. Dies bot den Vorteil, dass eine größtmögliche Niederschwelligkeit gegeben war und Schwellen-

²⁹⁸ vgl. ebd. S. 10.

²⁹⁹ <http://www.wienXtra.at>. 10.02.05.

³⁰⁰ vgl. <http://www.wienxtra.at/wienxtra/wir.asp>. 10.02.05.

³⁰¹ <http://www.wienxtra.at/forum/policy-pinwand.asp?f=1>. 10.02.05

³⁰² vgl. ebd.

ängste besonders bei heiklen, persönlichen Themen minimiert wurden. Allerdings kam es seit dem Frühjahr 2004 zu Situationen, welche die ForumsbetreiberInnen dazu bewegten, ab Juli 2004 eine Registrierungsfunktion einzuführen. Es kam nämlich sehr häufig vor, dass UserInnen bewusst unter den Nicknames von StammuserInnen posteten, was natürlich zu massiven Problemen, Verwirrung und Verärgerung führte. Insbesondere die StammuserInnen hatten unter ihrem Nickname im Laufe der Zeit ihre eigene Identität im Forum aufgebaut, diese wurde nun von anderen UserInnen untergraben, indem diese die Nicks verwendeten („grabbing“). Außerdem kam es in diesem Zeitraum zu einem sehr großen Aufkommen an Postings, welche sehr deutlich als Scherz- bzw. Fakepostings³⁰³ zu erkennen waren.

In den Foren gab es zu dieser Zeit auch Diskussionen über die Entwicklung und die aktuellen Probleme des Forums sowie über Vor- und Nachteile einer Registrierung. An dieser Stelle möchte ich einige Meinungen von Forums-TeilnehmerInnen anführen, weil aus ihnen die Bedenken der UserInnen bezüglich einer Registrierung gut hervorgehen, allen voran der Verlust der Anonymität.

- „ich wollt nur einmal sagen, dass ich gegen die registrierung bin, weil es auch ohne einigermaßen funktioniert und es doch immer wieder sachen gibt, die man eigentlich nur anonym fragen will [...]
- ich habe zwar nicht mitbekommen, ob das forum etwa umgewandelt werden soll mit registrierung und so, aber sobald man registriert ist, kann man doch nichtmehr anonym schreiben. viele leute schreiben hier die anonym bleiben wollen und vorallem glaube ich dass viele interessante diskussionen und beiträge nur entstehen, weil man eben mal so schnell ohne anmeldung selbst schreiben kann, und mit langwieriger anmeldung würden vielleicht einige leute hier nichtmehr schreiben. [...]
- ich fände nick registrierung ok, aber eine ganz simple, wo man absolut keine info angeben muss... (also auch keine e-mail) nur passwort und nick...“³⁰⁴

Als Form der Registrierung wurde die der Nickname-Registrierung gewählt, welche auch von den UserInnen favorisiert wurde. Die Forums-TeilnehmerInnen haben seit Juli 2004 die Möglichkeit, ihren Nick (oder mehrere Nicknames) unter Angabe eines Passwortes zu registrieren. Eine eMail-Adresse kann freiwillig angegeben werden, sie wird ausschließlich dazu genutzt, um den UserInnen das Passwort zu schicken, wenn sie dieses vergessen haben. UserInnen, die keinen Nickname registrieren (wollen), können ausschließlich als „Gast“ posten. Für die StammuserInnen gab es eine so genannte Vor-Registrierung, sie konnten ihre Nicknames bereits bevor online-Stellung der Registrierungsfunktion registrieren, damit nicht beim Start ihre Nicks von anderen UserInnen schneller registriert wurden. Im Großen und Ganzen hat dies gut funktioniert, wie erwartet gab es zwar in der

³⁰³ Eine Diskussion der UserInnen zu den Scherz- bzw. Fakpostings ist hier nachzulesen: <http://www.wienextra.at/forum/message.asp?f=2&m=69101&p=6&a=1>. 10.02.05.

³⁰⁴ <http://www.wienextra.at/forum/message.asp?f=2&m=77484&p=8&a=1>. 10.02.05.

ersten Woche nach online-Stellung der Registrierungsfunktion ein reges Ausprobieren und Kennenlernen der neuen Funktionen, eine Suchfunktion wurde zum selben Zeitpunkt ebenfalls eingeführt, etc. Nach etwa einem halben Jahr ist festzustellen, dass sich auch StammuserInnen sehr häufig nicht mehr einloggen, sondern viel häufiger ihren Nickname nur direkt in den Thread schreiben, sie posten also als „Gast“. Dies erschwert die Übersichtlichkeit und das Handling der Foren zeitweise sehr, an einem Relaunch (z.B. an der Möglichkeit, dauerhaft mit seinem Nick eingeloggt zu bleiben, auch wenn man in der Zwischenzeit andere Websites besucht, was den Aufwand sich Einzuloggen erheblich verringert) wird im Februar 2005 gearbeitet.

7.3.1 pinwand

Die pinwand³⁰⁵ ist ein online-Forum, in welchem die UserInnen ihre Erlebnisse, Gedanken, Meinungen, Probleme und Ideen öffentlich posten. „Ob freudeschreiend oder tiefbetrückt, ob in Form eines Gedichtes, loser Gedanken oder einer Kurzgeschichte“³⁰⁶, im Forum pinwand können sich die Jugendlichen alle Dinge von der Seele schreiben. Und die UserInnen können natürlich auf die Texte der anderen Jugendlichen reagieren, antworten, darüber diskutieren und weiterhelfen. Ziel dieses Forums, einer Aktion von wienXtra-jugendlinien, ist es, Jugendlichen eine öffentliche Plattform zu geben, um Meinungen, Erfahrungen, Gedanken und Probleme ohne thematische Einschränkung zu publizieren. Auch die Form der Beiträge bleibt zur Gänze den ForumsteilnehmerInnen überlassen. Im Unterschied zu der davor bereits in Printform existierenden pinwand (Sonderseiten mit authentischen Jugendtexten in der monatlichen Broschüre wienXtra-jugendlinien) gibt es in der Online-Version keine Vorauswahl der Beiträge durch ein Redaktionsteam.

In der Policy der pinwand³⁰⁷ wird kurz auf die Möglichkeiten und Ideen dieses Forums eingegangen. Mögliche Themen werden explizit angesprochen: „Stress mit den Eltern, ganz wunderbare und weniger schöne Erlebnisse, Ausdruck von Gefühlen für jemanden, Gedanken über Drogen, Bulimie und andere Probleme, Antworten auf die Frage aller Fragen – was tun wir hier eigentlich...“³⁰⁸ Von Beginn an wurde das Forum zur Offenlegung sehr persönlicher, intimer Gedanken und Probleme genutzt. Die in den Postings angesprochenen Themen reichen von erster Liebe, Freundschaft und Problemen mit den Eltern über Drogen, Essstörungen, Missbrauch und Gewalt bis hin zu selbstverletzendem Verhalten (SVV) und akuten Selbstmordgedanken.

Die pinwand wird von einer Moderatorin betreut, sie moderiert unter dem Nickname

³⁰⁵ siehe: <http://www.wienextra.at/forum/forum.asp?f=1>. 10.02.05.

³⁰⁶ ebd.

³⁰⁷ siehe: <http://www.wienextra.at/forum/policy-pinwand.asp?f=1>. 10.02.05.

³⁰⁸ ebd.

„crane“. Speziell in Bezug auf das Umgehen und Reagieren bei extrem problem-behafteten Texten (z.b. bei konkreten Selbstmordankündigungen) ist die Sozialarbeiterin mit psychologischer Zusatzausbildung oft sehr gefordert. Die Tätigkeiten der Moderatorin umfassen unter anderem das tägliche Mitlesen aller geposteten Beiträge, das Eingreifen in Form von konstruktiven Einwüfen und im Bedarfsfall das Löschen einzelner Postings, wenn diese gegen die Policy verstoßen.

Was neben der persönlichen Offenheit der ForumsteilnehmerInnen, die jedenfalls durch die Anonymität begünstigt ist, zu beobachten ist, ist die übergroße Hilfsbereitschaft und Solidarität anderer UserInnen in Reaktionen auf die Texte bzw. Postings. Außerdem bleibt kaum ein Eintrag unbeantwortet, was diese Verhaltensbeobachtung unterstreicht.

Im Zeitraum Juni 2001 bis Februar 2005 wurden in der pinwand etwa 6.200 Threads eröffnet. Allein im Jahr 2004 wurden über 730.355 Forum-Impressionen (Seitenaufrufe) bzw. 137.190 Forum-Sitzungen (längerer Verbleib auf der Forum-Seite) gezählt. Die Sitzungen konnten im Vergleich zum Jahr 2003 beinahe verdoppelt werden.³⁰⁹ Abgesehen von den beeindruckenden Inhalten zeigen diese Zahlen deutlich, dass der Bedarf an einem online-Forum wie der pinwand bei Jugendlichen sehr groß ist.

An dieser Stelle möchte ich näher auf die Community und ihre Besonderheiten eingehen. Aus welchen UserInnen-Typen setzt sich die pinwand-Community zusammen? Es gibt in etwa 40 StammuserInnen, die selbst eine hohe Zahl an Initialbeiträgen setzen und auch regelmäßig auf Postings anderer UserInnen reagieren. Daneben gibt es eine schwer einschätzbare Zahl an seltener aktiv werdenden UserInnen. Über einen längeren Zeitraum hinweg ist gut zu beobachten, wie sich viele neue UserInnen langsam in die bestehende Community integrieren und akzeptierter Teil der Community werden. Es gibt aber auch eine nicht zu unterschätzende Zahl an UserInnen, die das Forum nur über einen sehr kurzen Zeitraum hinweg nutzen. Nicht zu vergessen ist die Gruppe der ROPs, welche nur mitlesen, selbst aber keine Beiträge verfassen. Im Forum pinwand bewegen sich, das ist aus vielen Beiträgen herauszulesen, viele Jugendliche, mit ähnlichen Erfahrungen, Ansichten und Problemen. Das Bildungsniveau ist bei den meisten StammuserInnen recht hoch, so gibt es viele GymnasiastInnen und StudentInnen in der Community. Flaming ist in der pinwand nur selten Thema, die meisten TeilnehmerInnen agieren recht reflektiert und sprachgewandt, so dass Missverständnisse und aufkommende Konflikte meist rasch aus der Welt geschafft werden.

Besonders spannend ist, dass die pinwand-Community seit etwa zwei Jahren wöchentlich

³⁰⁹ Alle Daten und Informationen von Sonja Kohlreiter. Sie ist bei wienXtra für die Website verantwortlich. eMail, 14.02.05.

Forumstreffen, den so genannten Donnerstagstreff, veranstaltet. Dazu kommen jeweils drei bis 20 UserInnen. Der Community ist es gelungen, Kontakte, die sie online hergestellt haben, auch offline weiterzuführen. Gelungene Kommunikation und das Zustandekommen von positiven Beziehungen im Forum führen also auch zum Wunsch nach Kontakten im realen Leben. Meist stehen bei den Treffen nicht, wie es in der pinwand der Fall ist, Literatur und Texte im Vordergrund, meist dienen die Zusammenkünfte dem Kennenlernen und formlosen Gesprächen. Der Großteil der (Stamm-)UserInnen zeichnet sich durch ein großes parasoziales Verhalten aus. Es lassen sich hohe Anteilnahme und Hilfsbereitschaft beobachten, die möglicherweise darauf zurückzuführen sind, dass Probleme sehr fokussiert sichtbar werden und viel offener, als dies meist in face-to-face-Beziehungen passiert, präsentiert werden. Viele UserInnen lassen den VerfasserInnen der Postings Kommentare zukommen, seien dies aufmunternde Worte, Mitgefühl sowie die Schilderung der eigenen Betroffenheit (z.B. dass etwas ähnliches selbst erlebt wurde bzw. wird) sein, oder auch die Schilderung des großen Eindrucks, welchen ein Text hinterlassen hat. An dieser Stelle wird sehr gut deutlich, dass die anderen UserInnen, angelehnt an den Peer-Beratungs-Ansatz, aus ihren eigenen Lebenswelten heraus andere Forums-TeilnehmerInnen in unterschiedlichen Formen unterstützen. Sie möchten anderen Jugendlichen ihre Erfahrungen und Kraft aus einer gelungenen Bewältigung eigener Krisen zur Verfügung stellen.

Die Themen in der pinwand sind sehr breit gefächert. Dem Großteil der Beiträge ist aber gemeinsam, dass es sich zumeist um eher jugendspezifische Themen wie Identitätssuche, Sinn des Lebens, Suizid oder Sucht und Suchtverhalten (z.B. Drogenkonsum, Essstörungen, Selbstverletzendes Verhalten) handelt.

7.3.2 rat&hilfe

Das rat&hilfe-Forum wird vom Beratungs-Team der wienXtra-jugendinfo betreut und moderiert. Es bietet UserInnen die Möglichkeit, zu unterschiedlichen Themen ihre Fragen zu stellen oder anderen Jugendlichen mit ihren Antworten weiterzuhelfen. Wurde eine Frage vom rat&hilfe-Team beantwortet, erkennen die UserInnen diese an einem blauen Icon mit Rufzeichen. So ist gewährleistet, dass die Antworten der ModeratorInnen und BeraterInnen stets klar erkenntlich sind und es kann diesbezüglich zu keinen Missverständnissen kommen. Außerdem wird, ebenso wie in der pinwand, darauf Wert gelegt, dass keine Werbung gepostet wird, da die wienXtra-Foren keine Werbeplattformen darstellen. Wenn trotz Hinweis in der Policy Werbung gepostet wird, wird diese gelöscht.³¹⁰

³¹⁰ vgl. <http://www.wienextra.at/forum/policy-rat.asp?f=2>. 17.03.05.

Im Zeitraum Juni 2001 bis März 2005 wurden in der pinwand etwa 8.800 Threads eröffnet. Allein im Jahr 2004 wurden über 1.113.749 Forum-Seitenansichten (jede geöffnete Seite) bzw. 284.006 Forum-Sitzungen (längerer Verbleib auf der Forum-Seite) gezählt. Die Sitzungen konnten im Vergleich zum Jahr 2003 in etwa verfünffacht werden.³¹¹

Die Themen, Fragen, Anliegen und Probleme des rat&hilfe-Forums sind sehr weit gestreut. Angefangen von Sozialem und Gesundheit, Arbeit, Ferialjobs, Praktika und Bildung über Sport, Events und Veranstaltungen bis zu Engagement, Kreativität und Können. Einen sehr wichtigen Teil nimmt auch der Themenkomplex rund um Liebe, Freundschaft, Beziehung, Sexualität, Verhütung und körperliche Entwicklung ein. Die UserInnen stellen auch viele Fragen zu Themen, die ihren Alltag betreffen (z.B. Haarfarben finden, Einkaufstipps sowie Umtauschmöglichkeiten von gekauften Waren, Gratis-SMS-Versendung übers Internet oder Geschenktipps).

Das rat&hilfe-Team hat die Aufgabe, die UserInnen zu beraten und ihnen bei ihren Problemen zu helfen. Außerdem muss es dafür sorgen, dass die Policy eingehalten wird und gegebenenfalls auch Postings oder ganze Threads löschen. Aus diesem Grund liest das Team jedes einzelne Posting durch. Bei einem nicht geringen Teil der Anfragen ist eine Antwort des Beratungs-Teams nicht (mehr) erforderlich, da die anderen Forums-UserInnen bereits ausreichend und umfassend geantwortet haben oder es sich um einen Diskussions- bzw. Meinungs-austausch-Thread unter Jugendlichen handelt. Wenn das Team antwortet, kann ein Großteil der Anfragen im online-Forum in einem oder zwei Postings durch das Team beantwortet werden. In den meisten Fällen gibt das Beratungs-team Antworten auf konkrete Fragen oder Hilfestellungen und Tipps für den Umgang mit der aktuellen Situation der Rat Suchenden. Da es in einem öffentlichen online-Forum in der Regel nicht möglich ist, eine Beratung über einen längeren Zeitraum durchzuführen, ist es auch häufig so, dass das Beratungs-Team geeignete Anlauf- und Beratungsstellen für die Rat Suchenden postet und ihnen Mut macht, diese aufzusuchen.

Auch im rat&hilfe-Forum fällt das große Engagement der UserInnen auf, andere bei ihren Problemen, Fragen und Anliegen zu unterstützen sowie ihnen Tipps zu geben. Dies ist auch bei dem Beispiel, welches ich ausgewählt habe, deutlich zu merken. In dem Beispiel-Thread³¹² in Anhang 9.2 (Beispiel online-Forum rat&hilfe) „Bitte weckt mich auf aus diesem alptraum“ schildert die Rat Suchende ihre großen Probleme mit ihrer Mutter bzw. ihrer Familie und ihr selbstverletzendes Verhalten (Ritzen) sowie Selbstmordgedanken. Die Rat Suchende erhält innerhalb kurzer Zeit Antworten von

³¹¹ Alle Daten und Informationen von Sonja Kohlreiter. Sie ist bei wienXtra für die Website verantwortlich. eMail, 14.02.05.

³¹² <http://www.wienextra.at/forum/message.asp?f=2&m=133317&p=20>. 14.02.05.

Jugendlichen, welche die Situation und ihre Gefühle nachvollziehen bzw. verstehen können und dies auch schreiben. Außerdem geben sie ihr Tipps, wie sie mit ihrer belastenden Situation umgehen kann sowie Kontaktdaten zum Sozialpsychologischen Notdienst. Die Rat Suchende reagiert ziemlich schnell auf diese Postings, bedankt sich für die aufbauenden Worte, schreibt, dass sie froh ist, dass es dieses Forum mit so netten Leuten gibt etc. Die Rat Suchende hat ihr erstes Posting um ca. 22 Uhr verfasst. Hier wird eine Qualität der online-Beratung in Foren sehr deutlich: Probleme, Anliegen und Fragen können rund um die Uhr formuliert und gepostet werden, ebenso können zu jeder Zeit Antworten und Hilfestellungen gegeben werden, was auch, wie an diesem Beispiel deutlich wird, passiert. Der Vorteil eines offenen Beratungsforums ist auch, dass eben auch außerhalb der Arbeitszeiten der BeraterInnen von jugendlichen UserInnen beraten, geantwortet und geholfen wird.

Um zu diesem Beispiel zurückzukommen: Bernd vom rat&hilfe-Team antwortet am nächsten Nachmittag auf das Posting, als schon einige weitere Antworten von UserInnen hinzugekommen sind. Der Berater schreibt, dass er einige zusätzliche Gedanken zur Anfrage hat, die er der Rat Suchenden nicht vorenthalten möchte. Er ermutigt sie, zu einer Beratungsstelle zu gehen, weil sie dort wohl die beste Hilfe für ihre Probleme erhalten wird.

Zusammenfassend zu diesem Beispiel-Thread lässt sich sagen, dass die jugendlichen UserInnen der Rat Suchenden Verständnis und Mitgefühl entgegenbringen, welches ihr, wie sie schreibt, gut tut und sie aufbaut. Einige Jugendliche schildern auch ihre persönlichen Erfahrungen im Umgang mit sehr ähnlichen Problemen, welche sie gelöst haben. Außerdem geben sie der Rat Suchenden Tipps und motivieren sie, eine Beratungsstelle aufzusuchen bzw. professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen. Bernd vom rat&hilfe-Team der wienXtra-jugendinfo bringt der Rat suchenden Jugendlichen ebenso Empathie und Verständnis für ihre schwierige familiäre Situation entgegen. Er merkt auch positiv an, dass sie den Mut aufgebracht hat, sich an das Forum zu wenden bzw. sich über dieses Hilfe zu holen. Außerdem ermutigt er sie sehr engagiert und verständnisvoll, sich an eine professionelle Beratungsstelle zu wenden.

Bezüglich der Anfrage- sowie Antwort-Postings der Jugendlichen sei an dieser Stelle auf die „Sprache“ der UserInnen bzw. auf sprachliche Vereinfachungen (siehe Kapitel 6.3.4) verwiesen: Einige schreiben fast durchgehend klein und verzichten auf Interpunktionszeichen, worunter die Lesbarkeit teilweise leidet. Eine weitere Besonderheit der online-Kommunikation Jugendlicher ist in diesem Thread auch sehr gut zu erkennen: Einige von ihnen schreiben ihre Texte im Dialekt, bauen also Elemente der Mündlichkeit in ihre Postings ein. Diese parasprachlichen Elemente dienen vorrangig dazu, soziale Nähe

herzustellen und die Beziehungsebene in der online-Kommunikation verstärkt einzu-beziehen. Dies scheint gerade bei sehr intimen, heiklen oder persönlichen Themen relevant. Wichtig zu thematisieren erscheint an dieser Stelle auch, dass das rat&hilfe-Team seine Antworten durchgehend in Groß- und Kleinschreibung verfasst, nicht im Dialekt schreibt etc. Emoticons verwenden die BeraterInnen aber auch. Dieses Vorgehen erscheint durchaus logisch, da die BeraterInnen auf diesem Weg ihre Kompetenz und Professionalität unterstreichen und mehr Vertrauen bei den Rat Suchenden schaffen können.

8. Zusammenfassung

In meiner Arbeit setzte ich mich zu Beginn mit herkömmlicher Beratung, dies sind face-to-face- und telefonische Beratung sowie Ratgeberjournalismus auseinander. Als wichtige Gemeinsamkeit in Hinblick auf online-Beratung können die Verhaltenseigenschaften der BeraterInnen bezeichnet werden: emotionale Wärme, Akzeptanz der KlientInnen, Empathie (einführendes, mitfühlendes Verstehen) und Kongruenz im Verhalten der BeraterInnen erweisen sich in allen Beratungsszenarien als elementare Grundvoraussetzungen von Seiten der BeraterInnen für einen positiven Beratungsverlauf und den Erfolg desselben. Auch die Merkmale der online-Beratung sind denen der herkömmlichen Beratung sehr ähnlich. So zeichnen sich Beratungsszenarien durch ihre Prozesshaftigkeit, eine komplexe Interaktion zwischen Rat Suchenden und BeraterInnen aus und sind zielgerichtet und problemorientiert, d.h. eine Problemlösung wird angestrebt. Im Allgemeinen wird Beratung als soziale Interaktion angesehen. Teilweise decken sich die Funktionen des Ratgeberjournalismus auch mit den „Aufgaben“ der online-Beratung, insbesondere der Beratung in online-Foren, da die Beratung in Foren ebenso öffentlich durchgeführt wird. Ebenso gibt es einige Parallelen dieser beiden Beratungsformen (Ratgeberjournalismus und online-Beratung) sowohl relevante Merkmale (Schriftlichkeit der Beratung, räumliche und zeitliche Entfernung von Rat Suchenden und BeraterInnen, Anonymität der Rat Suchenden etc.) als auch die Vorteile (z.B. rasch verfügbare, kostengünstige Hilfe, Niederschwelligkeit) und Nachteile (z.B. aufgrund der räumlichen Trennung besteht nur die Möglichkeit einer Ferndiagnose der Probleme, welche diesen möglicherweise nicht gerecht wird, einmaliger Kontakt zwischen Rat Suchenden und Gebenden, keine Möglichkeit der Erfolgskontrolle) betreffend.

Online-Beratung (für Jugendliche) gibt es in drei Formen: Per eMail, Chat und in online-Foren. Des weiteren wurde in der Arbeit die Beratungsformen in synchrone und

asynchrone Formen der computervermittelten Kommunikation unterteilt. Zu den synchronen, also zeitgleichen Formen zählt die Kommunikation im Chat, zu den asynchronen, den zeitversetzten Formen zählen Beratung per eMail und in online-Foren.

Im Folgenden folgte eine Auseinandersetzung mit spezifische Beratungsstrategien für die online-Beratung. Diese Ansätze finden zum Teil auch in der herkömmlichen Beratung Einsatz, ein Transfer von Methoden der face-to-face- bzw. Telefonberatung auf die online-Beratung ist also teilweise möglich. Zu diesen Beratungsstrategien zählen der „Klient-zentrierte Ansatz“ von Rogers und der „Lösungsorientierte Ansatz“ von de Shazer. Der Grundgedanke Rogers bei seinem klientenzentrierten Ansatz ist eine eindeutig strukturierte, nicht-direktive therapeutische Beziehung, die es den KlientInnen ermöglicht, zu einem Verständnis ihrer selbst zu gelangen, welches sie befähigt, selbständig konstruktive Schritte zur Lösung ihrer Probleme zu unternehmen. Dies spielt in der online-Beratung eine große Rolle, da die Rat Suchenden Hilfe zur Selbsthilfe erhalten sollen und mit diesem Beratungsansatz werden ganz klar die Selbstheilungskräfte und die Eigenverantwortung der KlientInnen gestärkt werden. Auch bei Rogers werden die Grundhaltungen der BeraterInnen (Kongruenz, Echtheit bzw. Unverfälschtheit, Wertschätzung und Empathie) als sehr relevant thematisiert. Die lösungsorientierte Kurzzeittherapie von de Shazer stellt ebenfalls einen wichtigen Beratungsansatz für die online-Beratung dar. Sie baut auf Konzepten systemtheoretischer Wissenschaft auf. Bei systemischer Beratung stehen einerseits biologische und psychische Eigenschaften und andererseits soziale Bedingungen der Person im Mittelpunkt der Betrachtung. Bei der lösungsorientierten Kurzzeittherapie stellt allein die Problemlösung das Ziel der Beratung dar. Die Erklärung eines Problems ist primär nicht notwendig, da die Lösung die Erklärung beinhaltet. Die Handlungen der BeraterInnen konzentrieren sich also ganz auf den gegenwärtigen Zustand, auf das hier und jetzt. Dies ist gerade in der online-Beratung von großer Wichtigkeit, denn der Kontakt kann von den Rat Suchenden jederzeit abgebrochen werden. Mit dem Wissen um diesen Umstand werden die BeraterInnen den bestehenden Kontakt so gut wie möglich nutzen und versuchen, die Probleme mit den KlientInnen innerhalb eines kurzen Zeitraums effektiv zu lösen. Die Aufgabe der Kurztherapie besteht also darin, herauszufinden, was die KlientInnen anstelle des Problems möchten und in der Folge darin, den KlientInnen dabei zu helfen, diese Ziele zu erreichen.

Außerdem wurden in meiner Arbeit online-Beratungsmodelle mit einem starken Praxisbezug vorgestellt: das „Vier-Folien-Konzept“, „SET – Kommunikation als dreiteiliges Kommunikationssystem-Modell“ sowie das „Transtheoretische Modell (TTM) und Motivierende Gesprächsführung“. Das „Vier-Folien-Konzept“ ist ein v.a. in der eMail-

Beratung erprobter Vorschlag, welcher zeigt, wie online-Beratung funktionieren kann. Dieses Konzept dient der Orientierung und als Hilfestellung für die Praxis in der eMail- und online-Foren-Beratung. Dieses Konzept gliedert sich in vier „Themen“, unter welchem die Anfrage jeweils gelesen werden kann: Eigener Resonanzboden der BeraterInnen, Thema der Anfrage und psychosozialer Hintergrund sowie Diagnose und Interventionsmöglichkeiten. Das „SET-Kommunikationsmodell“, welches sich in der Praxis vorrangig in der Begleitung von Menschen mit psychischen Erkrankungen als sehr gut erwiesen hat, baut auf drei Grundsäulen auf: Support (Unterstützung), Empathie (Mitgefühl, aber nicht Mitleid) und Truth (Aufrichtigkeit). Wiederum ist die praktische Frage, wie die Rat Suchenden gemeinsam mit dem/der BeraterIn zu einer Problemlösung kommen können, zentral. Das „Transtheoretische Modell (TTM) und Motivierende Gesprächsführung“ wurden in der Praxis vor allem in der Arbeit mit jugendlichen DrogenkonsumentInnen erprobt, lässt sich aber auch auf andere Beratungsbereiche übertragen. Das transtheoretische Modell der Verhaltensänderung und die dazu passenden Beratungsmethoden (unter Anwendung der motivierenden Gesprächsführung) fördern bei den Jugendlichen eine Auseinandersetzung mit dem eigenen Drogenkonsum bzw. ihrem Verhalten, unterstützen sie beim Finden eigener Lösungswege und stärken ihre Motivation einer eigenverantwortlichen Verhaltensänderung.

Als für die online-Beratung sehr relevant stellten sich auch die acht Kommunikationsstile und Persönlichkeitstheorien von Schulz von Thun heraus. Es ist nämlich für online-BeraterInnen hilfreich, wenn sie über diese Kommunikations- bzw. Beziehungsstile Bescheid wissen, da es ihnen dann vielfach leichter fällt, die (seelischen) Hintergründe der Rat Suchenden zu erkennen und ihr persönliches Erleben nachzuempfinden. Folglich kann die Beratung dadurch optimiert und sehr zielgerichtet erfolgen.

In diesem Teil der Arbeit wird deutlich, dass es möglich ist, nicht-direktive oder systemische Modelle aus der herkömmlichen Beratung auf die online-Beratung zu transferieren und an die jeweiligen Bedürfnisse anzupassen. Ebenso existieren auch Modelle, die für die online-Beratung spezifisch entwickelt wurden und in der Praxis bereits erfolgreich angewandt werden.

AkteurInnen in der online-Jugendberatung sind Jugendliche (sowohl als Rat Suchende als auch als Rat Gebende), BeraterInnen und ModeratorInnen. Jugendliche als Rat Suchende haben bestimmte Erwartungen und Wünsche an die BeraterInnen (und in online-Foren auch an die anderen Jugendlichen bzw. Community-Mitglieder). Außerdem können sie, und das ist ein großer Vorteil in der online-Beratung im Vergleich zu herkömmlichen Beratungsformen, ihre Probleme und Anfragen jederzeit niederschreiben und ver-

schicken bzw. posten. In online-Foren treten Jugendliche auch als Rat Gebende auf. Sie können Fragen von Jugendlichen mitunter authentischer, aus unmittelbarer Erfahrung oder, selbstverständlich themenabhängig, mitunter sogar besser beantworten als ein BeraterInnen-Team. Eine wichtige Gruppe von Jugendlichen als Rat Gebende stellen Peer-BeraterInnen dar. Dabei handelt es sich um Jugendliche, die für ihre Aufgabe als BeraterInnen speziell geschult und ausgebildet werden und welchen eine professionelle BeraterIn zur Seite steht. Peer-Beratung ist eine pädagogische Arbeitsmethode, nach dem Grundsatz „Gleiche informieren Gleiche“. Die Stärke dieser Methodik liegt darin, dass Menschen aus dem gleichen oder einem ähnlichen Lebenszusammenhang die gleiche Sprache verwenden, die täglichen Probleme und Sorgen ähnlich gelagert sind. In der Folge ist das Verständnis für die jeweilige Situation und die Lebensumstände höher. Bei professionellen BeraterInnen sind die nötigen Ausbildungen und Qualifikationen in vielen Fällen von den Themen und Fachgebieten, zu denen beraten wird, sowie von der Zielgruppe abhängig. Wichtige Eigenschaften der BeraterInnen stellen die üblichen Beratungskompetenzen, Professionalität im psychosozialen Bereich, medientechnische Kenntnisse und das Wissen über Kommunikationsabläufe im Internet dar. Besonders wichtig in der online-Beratung sind zusätzlich große Textkompetenzen und sprachliches Geschick. Zu den AkteurInnen der online-Jugendberatung zählen auch ModeratorInnen. Die Anforderungen hinsichtlich Qualifikation und Ausbildung sind denen der professionellen BeraterInnen sehr ähnlich. Ihre Aufgaben liegen in online-Foren im Lesen der Beiträge und Anfragen sowie im Reagieren (fragen, antworten, schlichten etc.).

Fragen zum Datenschutz sind in der online-Beratung von großer Relevanz. Dazu zählen die Themen Verbindlichkeit, Vertraulichkeit, Authentizität bzw. Anonymität, Integrität, technische Sicherheit, Sicherheitskompetenzen der MitarbeiterInnen sowie Archivierung der Beratungsverläufe. Diesen sollte von Seiten der Beratungsinstitutionen große Aufmerksamkeit geschenkt werden. Dazu, sowie zu Qualitätskriterien und -standards habe ich in meiner Arbeit auch einige Möglichkeiten vorgestellt. Ebenso beschäftigte ich mich mit den rechtlichen Rahmenbedingungen von online-Beratung. In diesem Bereich sind das E-Commerce Gesetz (ECG), das Telekommunikationsgesetz (TKG), das Urheberrechtsgesetz (UrhG) sowie das Strafgesetzbuch (StGB) wichtig. Es fand auch eine Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Berufsgruppen, welche online-Beratung durchführen, sowie mit möglichen rechtlichen Konsequenzen der online-Beratung für die BeraterInnen statt. Thema war außerdem die Vorgehensweise im Akutfall, z.B bei Suizidankündigung.

In der Folge setzte ich mich mit dem Thema Jugendliche und Internet bzw. dem Internet-Nutzungsverhalten Jugendlicher auseinander. Jugendliche und junge Erwachsene erstellen einen an ihren persönlichen Bedürfnissen ausgerichteten Medienmix. Dazu zählen alle verfügbaren Print- und elektronischen Medien wie Zeitung, Radio, Fernsehen, Telefon bzw. Handy, Internet, eMail etc. Relevant in dieser Hinsicht ist, dass neue, technisch vermittelte Kommunikationsformen (z.B. Handy, Computer und Internet) immer stärker in die Alltagskommunikation integriert werden. Für Jugendliche zwischen 14 und 19 Jahren stellt das Internet zum einen ein Kommunikationsmedium, mit welchem ein kollektiver Meinungs- und Informationsaustausch möglich ist, dar. Die Kommunikation im Internet passiert vorrangig mit Gleichaltrigen und stellt damit das Bedürfnis nach Gruppenzugehörigkeit dar. Diesem Bedürfnis entsprechen vor allem die Interaktionsangebote wie Chats, Gesprächs- und Diskussionsforen oder online-Communitys. Zum anderen zeigte sich, dass gerade eine neue, spielerische Dimension der Gruppenkommunikation das Internet für Jugendliche zu einem attraktiven Medium macht. Unter Wahrung der Anonymität oder nach Wahl eines Nicknames bzw. Pseudonyms können Jugendliche im Internet eine virtuelle, mitunter fiktive, alters- bzw. geschlechtsneutrale Identität annehmen und so jenseits festgelegter Rollen, die sonst face-to-face-Situationen bestimmen, kommunizieren. Das heißt, das Internet stellt für die Jugend- und Jungewachsenengeneration ein stark erlebnisorientiertes Freizeitmedium mit einem spannendem Unterhaltungsangebot dar.

Besonders wichtig scheint es, an dieser Stelle nochmals zu erwähnen, dass sich das Internet in den letzten Jahren zum fixen Bestandteil der Lebenswelten junger Menschen entwickelt hat. An dieser Entwicklung haben einerseits Schulen und andererseits eine stark gestiegene Internetverbreitung in Privathaushalten, maßgeblichen Anteil.

Sowohl in der face-to-face- als auch in der computervermittelten Kommunikation entwickeln sich unterschiedliche Beziehungsformen zwischen den KommunikationsteilnehmerInnen. Einerseits bilden sich formale Beziehungen, welche Menschen in Funktionssysteme einbinden und gesellschaftliche Aufgaben erfüllen, aus. Andererseits gibt es persönliche Beziehungen, welche in der online-Beratung eine wichtigere Rolle spielen als formale Beziehungen. Über persönliche Beziehungen werden Personen in soziale Systeme eingebunden. Starke persönliche Beziehungen zeichnen sich durch große Emotionalität und Intimität aus, berücksichtigen eine große Zahl an gemeinsamen Interessen, Meinungen und Aktivitäten und weisen ein dauerhaftes und stabiles Engagement auf. Schwache persönliche Bindungen weisen hingegen weniger Intimität und Emotionalität auf. In der computervermittelten Kommunikation (z.B. in online-Foren, Chats) gibt

es sowohl starke als auch schwache Beziehungen zwischen den KommunikationsteilnehmerInnen. In der online-Beratung ist es wohl nötig, Beziehungen mit einem hohen Intimitäts- sowie Emotionalitätsgrad, vor allem auf Seiten der Rat Suchenden aufzubauen.

Burkart definiert Kommunikation als soziales Verhalten, soziale Interaktion, vermittelnden Prozess und menschliche Kommunikation als soziales Handeln sowie als symbolisch vermittelte Interaktion. Zwei (oder mehrere) KommunikationspartnerInnen treten durch ihr aufeinander ausgerichtetes Handeln, d.h. über Symbole vermittelt, in Beziehung. Nötig sind hierzu ein gemeinsam zur Verfügung stehendes Medium sowie eine möglichst große Schnittmenge an Bedeutungsvorräten. Dies meint, dass zum Verstehen die Fähigkeit, einem Zeichen bestimmte Anschauungen, Gedanken, Vorstellungen etc. in Form von Bedeutungsinhalten zuzuordnen, vorhanden sein muss. In Bezug auf die online-Beratung erscheint es wichtig, zu betonen, dass Kommunikation ein wechselseitig aufeinander ausgerichtetes, soziales Verhalten darstellt, dessen Ziel die Verständigung, die Mitteilung an den oder die KommunikationspartnerInnen ist, was gegenseitiges Verstehen zur Folge hat bzw. haben sollte.

Für online-BeraterInnen sind die vier Grundbotschaften, welche eine Nachricht enthält, von Bedeutung: Sachinhalt, Selbstoffenbarung, Beziehungsaspekt und Appell. In Beratungssituationen gilt es für die BeraterInnen, sich mit diesen vier Grundbotschaften bzw. Aspekten der Nachrichten, die sie enthalten, zu beschäftigen. Eine Auseinandersetzung damit, erleichtert das Verstehen der Nachricht der Rat Suchenden und führt in den meisten Fällen zu einer hilfreichen Antwort und folglich zum Gefühl, dass sich die Rat Suchenden verstanden fühlen.

Des Weiteren beschäftigte ich mich mit Regeln interpersonaler Kommunikation bzw. mit der Tatsache, dass Kommunikation ein regelgeleitetes, bedeutungsvolles und in umfassende Handlungskontexte eingebundenes situatives Geschehen darstellt. Im Vordergrund steht hierbei die intersubjektive Grundlage interpersonaler Kommunikation, die durch eine Bezugnahme auf gemeinsame Regeln, welche den Kommunikationsprozess strukturieren, begründet ist. Regeln haben u.a. folgende Funktionen: Sie dienen der Regulation, der Interpretation und Bewertung, der Erklärung bzw. der Korrektur des Verhaltens sowie einer Verhaltensvoraussage. Für eine funktionierende Kommunikation ist nun relevant, dass sich alle Beteiligten an denselben Regeln orientieren. Zudem dienen Regeln dazu, Gruppenzugehörigkeit zu markieren. Bestehende, handlungsleitende Regeln bieten den KommunikationsteilnehmerInnen auch Spielräume zur Interpretation,

sie werden situativ aktualisiert und kontextbezogen gehandhabt. Auf einen notwendigen Regelungsbedarf im Falle neuer Technologien wird bei den meisten online-Angeboten (Chats, Foren etc.) mit der Veröffentlichung einer Netiquette bzw. einer Policy reagiert.

In der online-Beratung wird computervermittelt kommuniziert. Bei der computervermittelten Kommunikation (CvK) handelt es sich um rein textbasierte Kommunikation. Eine von einem Großteil der Sinnesmodalitäten befreite Kommunikation ist unter Verwendung von Kommunikationsmedien (Telefon, eMail, Telefax etc.) möglich. So ist bei einigen Medien die körperliche Kopräsenz nicht mehr nötig, räumlich entfernte Personen können miteinander in Kontakt treten. Ebenso müssen sie in einigen Fällen nicht mehr zur selben Zeit kommunizieren. Dies hat Vor- aber auch Nachteile, auf die ich im Detail in meiner Arbeit eingegangen bin. Wichtig erscheint aber zu betonen, dass bei vermittelter Kommunikation die Tatsache, dass ein technisches Medium verwendet wird, nicht zentral ist. Vielmehr erscheint es wichtig, die Einstellung der Beteiligten zum jeweiligen Medium zu berücksichtigen, d.h. es geht um die Voraussetzungen der Mediennutzung sowie um Medienkompetenzen, welche die an der Kommunikation Beteiligten aufweisen.

Die computervermittelte Kommunikation wird, wie bereits erwähnt, in zeitversetzte, asynchrone (z.B. eMail, online-Foren) sowie in zeitgleiche, synchrone Kommunikation (z.B. Chat) eingeteilt. Computervermittelte Kommunikation zeichnet sich durch die Möglichkeit zur Interaktion, die Unabhängigkeit der Kommunikation von Ort und mitunter auch der Zeit, durch weitgehende Anonymität sowie durch die Entwicklung und Verwendung einer Parasprache aus. Auf diese Punkte bin ich im Detail in meiner Arbeit eingegangen, weil sie auch bzw. gerade für die online-Beratung von großer Wichtigkeit, z.B. Beratungsverlauf und -möglichkeiten betreffend, sind.

In der Folge setzte ich mich mit den Theorien zur computervermittelten Kommunikation nach Döring auseinander. Diese Theorien lassen sich in drei Gruppen einteilen: Theorien zur Medienwahl, Theorien zu Medienmerkmalen und Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten. Sie zeichnen sich in ihrer Thematisierung und intensiven Beschäftigung mit der online-Kommunikation vor allem dadurch aus, dass sie nicht in einem Konkurrenzverhältnis sondern vielmehr in einem einander ergänzenden Verhältnis stehen. Dies heißt, dass sie unterschiedliche Aspekte der CvK beleuchten und im Zusammenspiel ein sehr gutes, umfassendes Bild der computervermittelten Kommunikation ergeben.

Abschließend stellte ich in meiner Arbeit drei österreichische Fallbeispiele der online-Beratung für Jugendliche vor. Dabei handelte es sich um eine eMail-Beratungs-

einrichtung (ChEck iT!), einen Beratungschat (Kinderschutzzentrum Wien) sowie ein online-Forum (wienXtra). Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Angebote bei Jugendlichen ganz gut angenommen, d.h. häufig in Anspruch genommen werden und viele positive Ergebnisse aufweisen können. Zu beobachten war außerdem, dass die Beratung bei allen drei Fallbeispielen sehr professionell und auch mit einem theoretisch bzw. fachlich guten Hintergrund durchgeführt wird.

9. Anhang

9.1 Beispiel Chat Kinderschutzzentrum Wien

Quelle: Anonymisiertes Fallbeispiel/Chatprotokoll, erhalten von Philipp Schwärzler, Mitarbeiter und online-Berater im Kinderschutzzentrum Wien. 31.03.05.

Vereinbarter Chat

14:59:55 - *carina betritt den Chat*

15:00:04 - **carina:** hallo

15:01:27 - **berater:** servus carina!

15:01:48 - **carina:** hallo, tut mir leid, wegen dem letzten termin.

15:02:17 - **berater:** kein problem! wir haben auch immer wieder mal technische probleme

15:03:44 - **berater:** was kann ich für dich tun?

15:04:14 - **carina:** im moment geht es mir besch****

15:04:51 - **berater:** magst mir was über die gründe erzählen?

15:05:45 - **carina:** meine eltern sind was schule anbelangt eher streng und in letzter zeit sind meine noten etwas in den keller gesunken

15:06:20 - **carina:** und deswegen gibts oft streit und mein bruder mischt sich dann auch noch ein.

15:06:34 - **berater:** ist dein bruder älter?

15:07:01 - **carina:** ja um 9 jahre

15:07:21 - **berater:** hast noch andere geschwister?

15:07:54 - **carina:** ja noch einen bruder

15:08:27 - **berater:** und wie alt ist der?

15:08:51 - **carina:** 7

15:09:05 - **berater:** also der kleine!

15:09:26 - **carina:** sozusagen ja

15:09:40 - **berater:** in welche klasse gehst du?

15:10:09 - **carina:** in die dritte klasse

15:10:22 - **berater:** wo?

15:10:39 - **berater:** hs? gym?

15:10:43 - **carina:** hauptschule

15:11:00 - **berater:** alles klar

15:12:17 - **berater:** gibt es außer den konflikten wegen der schule noch andere gründe, warum es dir beschissen geht?

15:13:03 - **carina:** vor eineinhalb wochen habe ich im englischtest wieder einen 5 geschrieben und ich traute mich nicht ihn meinen eltern zu zeigen, und so habe ich ihn versteckt. aber mein bruder hat ihn gefunden.

15:13:25 - **berater:** wo hast ihn versteckt?

15:13:47 - **carina:** in meinem zimmer

15:14:03 - **berater:** und dein bruder stierlt bei dir?

15:15:02 - **carina:** er wollte eine dvd holen welche ich im zimmer hatte, aber ich glaube das hat er nur als vorwand gesagt

15:15:16 - **berater:** du vertraust ihm nicht?

15:15:42 - **carina:** nein

15:15:53 - **berater:** wem kannst du denn vertrauen?

15:16:41 - **carina:** einer freundin, wir kennen uns schon seit dem kindergarten

15:16:52 - **carina:** aber wir gehen nicht mehr auf die selbe schule

15:17:04 - **carina:** und da sehen wir uns nicht mehr so oft wie früher

15:17:36 - **berater:** sie fehlt dir!

15:18:11 - **carina:** ja manchmal schon

[....]

15:27:56 - **berater:** hast du eine idee, warum es dir in der schule schwer fällt?

15:28:47 - **carina:** eigentlich fällt es mir ja nicht sooo schwer. aber seit einiger zeit kann ich mich nur schwer konzentrieren und da bleibt beim lernen meistens nicht viel hängen.

15:29:23 - **berater:** versteh - seit wann kannst dich nicht mehr konzentrieren?
15:30:13 - **carina:** schon länger
15:31:18 - **berater:** ...seit einiger zeit...schon länger... lässt sich dass vielleicht genauer eingrenzen?
15:31:58 - **carina:** ungefähr seit eineinhalb jahren
15:33:08 - **berater:** hat also schon im gym begonnen; ich hab jetzt die phantasie, dass im winter 2003 etwas passiert ist...
15:33:56 - **carina:** ja
15:34:25 - **berater:** und darüber hast noch nie mit wem gesprochen?
15:34:49 - **carina:** nein
15:35:10 - **berater:** wie geht es dir jetzt im moment gerade?
15:35:42 - **carina:** nicht so gut.
15:35:55 - **berater:** denk ich mir...
15:36:18 - **berater:** magst was loswerden?
15:37:53 - **carina:** ich weiß nicht wie.
15:39:26 - **berater:** vielleicht ist es für dich noch wichtig, dass ich sage, dass alles was du mir sagst bei mir bleibt, ich nichts tun werde was du nicht willst!
15:40:58 - **carina:** meine eltern dürfen nichts davon wissen.
15:42:19 - **berater:** wie gesagt, ich mach nichts, was du nicht willst! aber was würde denn passieren, wenn deine eltern was erfahren?
15:43:32 - **carina:** dann würden sie den letzten 5 in englisch erfahren und noch ein paar sachen die sie nicht wissen dürfen.
15:44:32 - **berater:** das mit englsch versteh ich, aber was sind die anderen sachen?
15:46:13 - **carina:** es ist eigentlich schon eine alte sache, aber damals habe ich meine eltern drei, viermal ziemlich angelogen, und wenn es etwas gibt wo meine eltern sauer werden dann ist es wenn man sie anlügt.
15:46:55 - **berater:** und bzgl. was hast du sie angelogen?
15:48:22 - **carina:** ich war wo anders als ich hätte sein sollen.
15:48:53 - **berater:** bei wem warst denn?
15:49:51 - **carina:** bei einer freundin
15:50:01 - **carina:** oder besser gesagt ehemaligen freundin
15:50:21 - **berater:** wer war noch da?
15:51:11 - **carina:** ein freund von ihr
15:51:24 - **carina:** aber nicht jedesmal
15:51:48 - **berater:** und mit dem ist im winter 2003 was passiert, sodass du dich dann nicht mehr konzentrieren kannst
15:52:23 - **carina:** ja
15:52:46 - **berater:** weiß dein bruder davon?
15:53:16 - **carina:** ja leider.
15:54:09 - **berater:** und wie geht er damit um? macht er druck auf dich?
15:54:38 - **carina:** mhm
15:55:53 - **berater:** carina, unsere zeit geht für heute dem ende zu - wie sollen wir verbleiben? bist aus wien - magst mal herkommen? sollen wir uns wieder einen chattermin vereinbaren?
15:56:55 - **carina:** können wir wieder einen chattermin ausmachen?
15:57:31 - **berater:** ja klar - ist es für dich ok, wenn wir für heute aufhören?
15:57:46 - **carina:** mhm
15:58:14 - **berater:** terminvorschlag: dienstag 11.3. 16.00
15:59:07 - **carina:** ich weiß es nicht genau ob ich es am dienstag bis um 16 uhr schaffe
15:59:36 - **berater:** montag 17.00?
16:01:10 - **carina:** da muss ich dann um 17.30 meinen bruder abholen, vorausgesetzt meine eltern haben beide dienst aber montag geht sich aus.
16:01:53 - **berater:** 30 minuten sind für chat sehr wenig... donnerstag 16.00?
16:02:15 - **carina:** ja
16:02:44 - **berater:** fein, dann treffen wir uns nächste woche am donnerstag um 16.00!
16:02:55 - **carina:** ok
16:03:06 - **berater:** schönes wochenende!
16:03:11 - **carina:** danke ebenfalls
16:03:25 - **berater:** cu!
16:03:32 - **carina:** cu

9.2 Beispiel online-Forum rat&hilfe

Quelle: <http://www.wienextra.at/forum/message.asp?f=2&m=133317&p=20>. 14.02.05.

nachricht	absenderIn	antworten	datum
Bitte weckt mich auf aus diesem alptraum	Gast	13	09.02.2005 22:01:55

bitte helft mir ich kann nima ich will nima ich will nur noch sterben jeden tag sitz ich daham und weine mir die augen aus!!!!

Ich mach gerade den schein und hab ua viel zum tun schule lehre und so weiter und ich hab keine zeit besser gesagt ned so viel zeit die 3000 kilometer zu fahren und das versteht er mann meiner mutter ned ich kann nima er geht mich an schreit mich an meine mutter behandelt mich wie den letzten haufen scheiße sie ist kalt zu mir hat mich noch nie in den arm genomen mich getröstet wenn ich traurig bin und sie brauche ist sie nicht für mich da sie schreit mich an schaut mich nur finster an und ich halte das nima aus mit meinen vater versteh ich mich nicht und in 10 monaten werde ich 18 ich bin in der hölle gerade mein freund kann mir ein bissal helfen aber ned viel ich bin eh ua oft bei ihm aber wenn ich meine mutter anrufe dan ist es immer ein gekünzeltes gespräch und sie interessiert es ned wie es mir geht danach beginn ich von neu zu heulen ich habe es ihr schon oft gesagt das ich sie brauche als mutter doch sie ist nur kalt zu mir und lasst mich fallen sie können meine freund nicht leiden schimpfen über ihm und lauter solche sachen ich kann nima es ist zu schlimm ich ritze mir den arm auf und denke an selbstmord bitte helft mir ich bin verzweifelt

danke

antworten	absenderIn	datum
Bitte weckt mich auf aus diesem alptraum	Gast	09.02.2005 23:53:35

oh mann..... =(
bei mir ist es zwar nicht ganz so schlimm wie bei dir, aber ich kann dich sehr sehr gut verstehen! kennst du eine person (außer deinem freund) der du wirklich vertraust? wenn ja, dann erzähl ihr alles, dann wirts dir ein bisschen besser gehen... ich weiß wie es bei mir ist, wenn ich jemandem mein herz ausschütten kann!
ich hab dir wahrscheinlich nicht unglaublich viel geholfen, aber ich wollte nur sagen, dass du nicht die einzige person bist, der es so geht!
keep your head on

Bitte weckt mich auf aus diesem alptraum	Gast	10.02.2005 00:02:20
--	------	------------------------

hey!!!
lass bloss den scheiß mit der selbstverstümmelung!!!finger weg davon,dadurch gehts dir doch auch nicht besser!!!
eine freundin von mir war in einer ganz ähnlichen situation,ihre mutter hat sie wie den letzten dreck behandelt und letztlich wurde ihre mutter ihr ggü.auch gewalttätig-die polizei musste einschreiten und seitdem wohnt sie nun in nem heim und bekommt keinerlei finanzielle unterstützung mehr von ihrer mutter!und damals gab ich meiner freundin denselben tipp,den ich dir jetzt gebe, weil ich denke, dass es eine art hilfe ist:

sozial-psychologischer notdienst
9. bezirk wien
fuchsthalergasse 18
mo-fr 20-08 uhr
sa,so,feiertags rund um die uhr

Bitte weckt mich auf aus diesem alptrraum Gast 10.02.2005
11:06:36

wenn du eine lehre machst, musst du trotzdem in die berufsschule, so viel ich weiß. das wird wahrscheinlich gemeint sein.

Bitte weckt mich auf aus diesem alptrraum Gast 10.02.2005
12:29:32

ja genau das ist damit auch gemeint, aber ich halt es einfach nicht mehr aus und ja ich würde gerne dorten hin gehen halt wegen den adressen aber ich habe den mut nicht ich will mir nicht eingestehen das ich so ein problem hab weil ich es nicht wahrhaben will!! Ich weis das hört sich dumm an aber ich gestern auch bei rat und draht angerufen und die haben ma gar ned weiterhelfen können die haben gesagt ich soll meine mutter respektieren weil sie wird mit mir nicht fertig und sie ist ja die arme das find ich oag warum sitz sojemand was jemanden noch mehr runter macht beim telefon um leuten zu helfen. ich weis nima was ich machen soll ich habe versucht mit ihr zu reden ich habe versucht auf sie zuzukommen aber sie will das ich offen mit ihr rede sie will das ich die beziehung zu meinen freund beende erst dan hört das alles auf sie will das ich mit ihr über meine beziehung rede aber was bringts mir auser das sie dan deppat über erm schimpft und das lass i ned auf mir sitzen ich bin schon fast 1 jahr zam und mein freund hat mir in diesen jahr mehr geholfen als irgend jemand anders in meinen leben

ich wollte euch noch danken das ihr mir so liebe sachen einredet

Bitte weckt mich auf aus diesem alptrraum Gast 10.02.2005
13:33:09

Wenn du daheim nimmer aushältst, dann geh zum Wiener wohnen und meld dich bei einer Gemeindewohnung an. Wenn deine Mutter einverstanden ist, darfst auch schon mit 17 ausziehn. Ich kenn das jedenfalls auch alles, und hatte das Glück, dass meine Mutter, genauso froh war wie ich, dass sie mich los war. Mach ihr mal den Vorschlag. Falls du Geldprobleme hast (bist ja in der Lehre) dann schlag das doch mal deinem Freund vor. Natürlich halt nur, wenn ihr euch vorstellen könnt, zusammen zu ziehen. Dann wär das Geldproblem nämlich auch gelöst. Das Verhältnis zu deiner Mutter mußt du jedenfalls akzeptieren, weil falls mal Schluß sein sollte mit deinem Freund, dann wird sie einen anderen Grund finden, dich fertig machen zu können. (War bei mir auch so) Du mußt dir in gewisser Weise selbst helfen können, man kann sich auf die Leute nicht verlassen, wenn man nicht enttäuscht werden will. Jetzt hast du eh schon eine Adresse bekommen, mußt halt stark genug sein, um auch wirklich dorthin zu gehen. Frag doch deinen Freund, ob er dich begleitet, allein bist du eh nicht!!! Und schau, dass dein Leben wieder in die richtige Bahn gerät. Und lass das scheiß ritzen, dadurch kriegst noch mehr Probleme!!!!

Bitte weckt mich auf aus diesem alptrraum rat&hilfe Team 10.02.2005
16:19:15

Liebe Gästin!

Du hast ja von den anderen schon einige Tipps bekommen, die dir wie du schreibst, auch aufgebaut haben. Ich habe den ganzen Thread durchgelesen und einige Gedanken, die ich dir nicht vorenthalten möchte.

So wie du schreibst sind ja einige Dinge passiert die nicht OK sind, bzw. die dich unglücklich machen. Ich möchte dich in meiner Antwort dazu ermutigen, dich nochmals an eine Beratungsstelle zu wenden die für deine Bedürfnisse passen!

Einerseits schreibst du ja, dass du gerne wo hingehen möchtest, und andererseits schreibst du auch, dass du den Mut nicht hast, und dir dein Problem nicht eingestehen willst.

Aus meiner Sicht möchte ich dir sagen, dass du schon den Mut aufgebracht hast, dir Hilfe zu holen. Du hast bei Rat auf Draht angerufen, und du hast ins rat&hilfe forum gepostet, also für mich ersichtlich, dass es dir zwar nicht leicht fällt, aber du sehr wohl den Mut aufbringen kannst dir Hilfe zu holen. Aus Erfahrung weiß ich auch, dass es sehr vielen Menschen schwer fällt über ihre Probleme zu sprechen. Was bei den meisten aber gleich ist, ist die Aussage dass es ihnen danach besser gegangen ist! Also auch wenn es schwer fällt, möchte ich dich zu diesem Schritt ermutigen!

Ich möchte dir hier eine Beratungsstelle nennen an die du dich auch anonym wenden kannst. Ich kenne die MitarbeiterInnen, und kann deshalb sagen dass du dort gut aufgehoben bist. Du kannst dort auch anonym zuerst einmal anrufen oder auch mailen, und wenn du willst, auch zu einer persönlichen Beratungen gehen, ohne dass jemand davon erfährt. Hier geschieht nichts, was du nicht auch willst, die BeraterInnen sind auf deiner Seite und klären mit dir zusammen, wie es weitergehen kann.

Kinderschutz-Zentrum Wien

Telefon.: 526 18 20

Öffnungszeiten:

Mo, Mi und Do 10-12 und 16-18 Uhr, Di und Fr 14-16 Uhr

Ich bin überzeugt du kannst den Mut aufbringen und ich wünsche dir für deinen nächsten Schritt dir alles Gute!

Lieben Gruß, Bernd rat&hilfe team

Bitte weckt mich auf aus diesem
alptraum

Gast

11.02.2005
09:17:33

das ist ua nett von euch..es gibt nur ein kleines problem und das ist mein freund ist leider arbeitslos und verdient keine arbeitslose und ja ich bin lehrling und wohne in NÖ also darf ich mich leider nicht bei wiener wohnen anmelden ich suche eh schon wegen einer wohnung da ich ausziehen darf mein freund aber nicht zu mir ziehen darf von ihnen aus also wenn ich vor 18 ausziehe aber das würden sie eh nicht erfahren..jetzt weis ich nicht wie ich das machen soll das ich das geld so schnell zam bekomme ich habe jeden tag ua bauchweh wenn ich an meine mutter denke und an zuhause ich hatte gestern den ua hunger deswegen hatte mein freund mir was bei der piazzaria bestellt dan hat meine mutter angerufen daraufhin bin ich aufs klo gerant und´musste mich übergeben ich kann nicht mehr ich hatte vor kurzen schon fast einen nerven zusammen bruch ich halte es nicht aus wieso kann sie nicht wie eine normale mutter sein die was mich auch ab und zu mal in den arm nimmt und so wieso habe ich eine mutter was mir nur sagt was für ein trampel ich bin und das ich eh nur alles falsch mach und so sie ist nur kalt wieso kann ich kein normales leben führen ich halt es wirklich nicht mehr aus wieso kann mich keiner aus diesem alptraum aufwecken ich bin so verzweifelt es wird von tag zu tag schlimmer und schlimmer ich weis nicht was ich noch alles machen soll ich habe schon versucht mit ihr zu reden sie lasst mich immer hängen zwingt mich zuhause zu sein ich mein ja gut ich bin noch keine 18 aber ich bin schon 17 und will mein eigenes leben auf die reihe kriegen ich will nicht bevormundet werden oder wie auch immer wieso kann sie mich nicht rausschmeissen das wäre für sie und für mich gut und ich kann dan ein neues leben anfangen niemals geht das 10 monate gut ich denke jeden tag an selbstmord ich will einfach so nicht mehr weiter leben

aber ich danke euch allen von ganzen herzen!!!!

Bitte weckt mich auf aus diesem
alptraum

Gast

11.02.2005
10:26:38

Bitte weckt mich auf aus diesem
alptraum

rat&hilfe Team

11.02.2005
17:02:55

Hallo Gast!

Hier meldet sich Bernd. Ich hab dir ja schon gestern auf dein Posting geantwortet!

Du schreibst es wird von Tag zu Tag schlimmer! Gerade deshalb ist es besonders wichtig, dass du mit jemanden sprichst, der dich in deiner individuellen Situation gut beraten kann! Ich hab dir ja schon gestern die Nummer vom „Kinderschutzzentrum“ gegeben. Wenn der Frust groß ist, ist es besonders wichtig sich einmal alles was belastend ist von der Seele zu reden!

Wie du schreibst, sind es noch 10 Monate bis zu deinem 18er. Und du schreibst ja auch, dass du ausziehen darfst! Wenn dem so ist, sind ja deine Eltern (die Obsorgeberechtigten) auch verpflichtet für deinen Unterhalt auf zu kommen, bis zu deiner Selbsterhaltungsfähigkeit. Du wärst also finanziell abgesichert. Du kannst dich bezüglich ausziehen, auch wenn deine Mutter aus irgendeinem Grund doch nicht mehr einverstanden ist, mit den MitarbeiterInnen der Kinder- und Jugendanwaltschaft NÖ unterhalten. Die können dir sagen welche Schritte gut für dich sind!
Die Kontaktmöglichkeit findest du [hier](#).

Also, ich hoffe du kannst dich aufraffen um dir deinen Frust von der Seele zu reden! Ich bin auch davon überzeugt, dass deine Situation besser werden wird, dass du einen Weg finden wirst wie wieder mehr Freude in deinem Leben Platz hat. Auch wenn es schwer ist, du wirst es schaffen durch zu halten!

Ich wünsche dir alles Gute und schick dir einen lieben Gruß!

Bernd rat&hilfe team

10. Literatur

- **Abraschek**, Michaela: Online-Beratung in der psychosozialen Versorgung. Diplomarbeit. Wien. 2003.
- **Baacke**, Dieter / **Ferchhoff**, Wilfried / **Vollbrecht**, Ralf: Kinder und Jugendliche in medialen Welten und Netzen. In: Fritz, Jürgen / Fehr, Wolfgang (Hg.): Computerspiele. Forschung, Theorie, Praxis. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn. 1997. S.31-57.
- **Bachmair**, Sabine e.a.: Beraten will gelernt sein. Ein praktisches Lehrbuch für Anfänger und Fortgeschrittene. Psychologie Verlags Union. München. 1989. 4. Auflage.
- **Batinic**, Bernard (Hg.): Internet für Psychologen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 2. Auflage. 2000.
- **Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend** (Hg.): Ein Netz für Kinder – Surfen ohne Risiko. Ein praktischer Leitfaden für Eltern und Pädagogen. Eigenverlag. Düsseldorf. 2003.
- **Becker**, Barbara / **Paetau**, Michael (Hg.): Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. Campus Verlag. Frankfurt/Main. 1997.

- **Becker-Beck**, Ulrike: Soziale Interaktion in Gruppen. Westdeutscher Verlag. Opladen. 1997.
- **Benke**, Karlheinz: Das „Ich“ in der Online-Beratung. Chancen, Risiken, Formen und...: Fünf Thesen. Unveröffentlichte Abschlussarbeit für den 1. Lehrgang [online.beratung] im wienXtra-institut für freizeitpädagogik. ifp. Wien. 2004.
- **Bentele**, Günter / **Brosius**, Hans-Bernd / Jarren, Ottfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2003.
- **Bentele**, Günter / **Rühl**, Manfred (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. Ölschläger Verlag. München. 1993.
- **Berg**, Katja / **Smolinski**, Maik: kids.hotline.de – Konzepte und Strategien. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 79-81.
- **Bollmann**, Stefan (Hg.): Kursbuch Neue Medien. Trends in Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kultur. Rowohlt Taschenbuch Verlag. o.O. 1998.
- **Bonfadelli**, Heinz: Was ist (Massen-)Kommunikation? Grundbegriffe und Modelle. In: Jarren, Ottfried / Bonfadelli, Heinz (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. UTB-Verlag. Bern, Stuttgart, Wien. 2001. S. 19-45.
- **Breunig**, Christian: Onlineangebote für Jugendliche. In: Media Perspektiven 2/2003. S. 50-66.
- **Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz** (Hg.): 4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich. Teil A: Jugendradar 2003. Kurzfassung. erstellt von: SPECTRA Marktforschungsges.m.b.H. und jugendkultur.at – Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung.
- **Burkart**, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau Verlag. Wien. Köln. Weimar. 2002. 4. Auflage.
- **Burkart**, Roland: Kommunikationstheorien. In: Bentele, Günter / Brosius, Hans-Bernd / Jarren, Ottfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2003. S. 169-192.
- **Christl**, Frank: Psychologische Beratung im Internet – ein Erfahrungsbericht. In: Batinic, Bernard (Hg.): Internet für Psychologen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 2. Auflage. 2000. S. 549-565.
- **de Shazer**, Steve: Die Lösungsorientierte Kurztherapie. Eine neuer Akzent in der Psychotherapie. In: Hesse, Joachim (Hg.): Systemisch-lösungsorientierte Kurztherapie. Vandenhoeck&Ruprecht. Göttingen. 1997. S. 55-74.

- **de Shazer**, Steve: Das Spiel mit den Unterschieden. Wie therapeutische Lösungen lösen. Carl Auer Verlag. Heidelberg. 1992.
- **de Shazer**, Steve: Wege der erfolgreichen Kurztherapie. Klett-Cobra Verlag. Stuttgart. 4. Auflage. 1992.
- **Döring**, Nicola: Führen Computernetze zur Vereinsamung? Öffentliche Diskussion und empirische Daten. 1996. In: <http://psychologie.fernuni-hagen.de/Psychologie/SOZPSYCH/GD/Artikel/doer1.htm>. 30.06.03.
- **Döring**, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 1999.
- **Döring**, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 2003. 2. Auflage.
- **Döring**, Nicola: Identitäten, soziale Beziehungen und Gemeinschaften im Internet. In: Batinic, Bernard (Hg.): Internet für Psychologen. Hogrefe-Verlag. Göttingen. 2. Auflage. 2000. S. 379-415.
- **Döring**, Nicola: Identität + Internet = Virtuelle Identität? In: forum medienethik. Nr. 2/2000. KoPäd Verlag. München. S 65-75.
- **Eich**, Holger: PrivatChat – Entdeckung der Langsamkeit. In: Schriftenreihe des Kinderschutzzentrums Wien. Jahresbericht 2001. Band 10. o.V. Wien. 2001.
- **Eidenbenz**, Franz: Psychologische Aspekte der online-Kommunikation. In wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 18-25.
- **Einerem**, Birgit von: Internetnutzung von Jugendlichen. In: Media Perspektiven 2/2003, S. 67-75.
- **Einerem**, Birgit von / Gerhard, Heinz / Frees, Beate: Internetverbreitung in Deutschland: Unerwartet hoher Zuwachs. In: Media Perspektiven 8/2003, S. 338-358.
- **Etzendorfer**, Elmar / **Fiedler**, Goerg / Witte, Michael (Hg.): Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten. Vandenhoeck&Ruprecht. Göttingen. 2003.
- **Fasching**, Thomas: Internet und Pädagogik. Kommunikation, Bildung und Lernen im Netz. KoPäd Verlag. München. 1997.
- **Faulstich**, Werner (Hg.): Grundwissen Medien. Wilhelm Fink Verlag. München. 1998. 3. Auflage.
- **Forgas**, Joseph P: Soziale Interaktion in Gruppen. Eine Einführung in die Sozialpsychologie. Beltz, Psychologie Verlags Union. Weinheim.3. Auflage. 1995.

- **Fritz**, Jürgen: Lebenswelt und Wirklichkeit. In: Fritz, Jürgen / Fehr, Wolfgang (Hg.): Handbuch Medien. Computerspiele. Theorie, Forschung, Praxis. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn. 1997. S.13-30.
- **Fröhlich**, Werner D.: Wörterbuch zur Psychologie. Deutscher Taschenbuch Verlag. München. Juni 1994. 20. Auflage.
- **Gräf**, Lorenz / **Krajewski**, Markus (Hg.): Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk. Campus Verlag. Frankfurt/Main. 1997.
- **Hesse**, Joachim: Aspekte systemisch-lösungsorientierter Kurztherapie. In: Hesse, Joachim (Hg.): Systemisch-lösungsorientierte Kurztherapie. Vandenhoeck&Ruprecht. Göttingen. 1997. S. 10-15.
- **Hesse**, Joachim: Der Lösungsorientierte Dialog als Heuristik einer therapie-schulen-übergreifenden Dialogs. In: Hesse, Joachim (Hg.): Systemisch-lösungs-orientierte Kurztherapie. Vandenhoeck&Ruprecht. Göttingen. 1997. S. 15-20.
- **Hinrichs**, Christian: Onlineberatung. Einführung zu einem neu erschlossenen Feld der sozialen Arbeit. RabenStück Verlag für Kinder- und Jugendhilfe. Chemnitz. 2003.
- **Höflich**, Joachim R.: Technisch Vermittelte Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronischer Gemeinschaften“. Westdeutscher Verlag. Opladen. 1996.
- **Hömberg**, Walter / **Neuberger**, Christoph: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätter Materialien zur Journalistik 3. o.V. Eichstätt. 1995.
- **Ivan**, Irene / **Weissenböck**, Susanne: Kriterien und Qualitätsmerkmale einer virtuellen Informations- und Beratungsstelle. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 83-87.
- **Jäckel**, Michael: Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2002. 2. Auflage.
- **Jandl-Jäger**, Elisabeth / **Strobl**, Kathrin / **Czypionka**, Thomas: Psychotherapie im Internet: Österreich. In: Psychotherapie Forum. Springer-Verlag. Wien. Vol. 12. Nr. 3. 2004. S. 156-163.
- **Janssen**, Ludwig (Hg.): Auf der virtuellen Couch – Selbsthilfe, Beratung und Therapie im Internet. Psychiatrie-Verlag. Bonn. 1998.
- **Jarren**, Ottfried / **Bonfadelli**, Heinz (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. UTB-Verlag. Bern, Stuttgart, Wien. 2001.
- **Knatz**, Birgit / **Dodier**, Bernard: Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per eMail. Pfeiffer bei Klett-Cotta Verlag. Stuttgart. 2003.

- **Knatz**, Birgit: Handout „SET – Kommunikation als dreiteiliges Kommunikationssystem. 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 3 / Beratungsmodelle. 12. Juli 2004.
- **Kohel**, Sonja: Beratung per Mausclick. eMail-Beratung für Jugendliche – Ein neuer Weg in der Sozialarbeit. Diplomarbeit. Bundesakademie für Sozialarbeit. München-dorf. 2003.
- **Kriener**, Ulrike: Psychologische Online-Beratung. Personale Merkmale und Erwartungen von KlientInnen im deutschsprachigen Raum. Diplomarbeit. Wien. 2002.
- **Kühne**, Stefan / **Mattern**, Klaudia: eModeration: Rollen zwischen Beratung und Community. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 70-78.
- **Kümmerl**, Alexandra: Kommunikation im Internet. Neue Möglichkeiten für sozial unsichere Kinder und Jugendliche. Dissertation. Wien. 2003.
- **Laga**, Gerhard: Rechtliche Aspekte der Online-Beratung. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 62-64.
- **Laga**, Gerhard: Skriptum 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 4 / Rechtliche Voraussetzungen für Online-Beratung. 2. Oktober 2004.
- **Maletzke**, Gerhard: Massenkommunikationstheorien. Max Niemeyer Verlag. Tübingen. 1988.
- **Maletzke**, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick: Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden. 1998.
- **Münker**, Stefan / **Roesler**, Alexander (Hg.): Mythos Internet. Suhrkamp Verlag. Frankfurt/Main. 1997.
- **Neverla**, Irene (Hg.): Das Netz-Medium. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung. Westdeutscher Verlag. Opladen/ Wiesbaden. 1998.
- **Neverla**, Irene / **Fiedler**, Georg: Suizidforen im Internet. Überblick zum Forschungsstand und weiterführende Perspektiven. In: Medien Kommunikationswissenschaft. 51. Jahrgang 2003/3-4. S. 557-571.
- **N.N.:** „Ego-Generation“ mit Herz sucht gute Freunde und Geld. In: Der Standard. 31. Oktober/1./2. November 2003. S. 2.
- **Oehmichen**, Ekkehardt / **Schröter**, Christian: Funktionswandel der Massenmedien durch das Internet? In: Media Perspektiven 8/2003. S. 374-384.
- **Pavel**, Falk-Giselher: Die Entwicklung der klientenzentrierten Psychotherapie in den USA von 1942-1973. In: Gesellschaft für wissenschaftliche Gesprächstherapie (Hg.):

- Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1983. S 25-41.
- **Rammert**, Werner (Hg.): Computerwelten – Alltagswelten. Wie verändert der Computer die soziale Wirklichkeit? Westdeutscher Verlag. Opladen. 1990.
 - **Rogers**, Carl R.: Die nicht-direktive Beratung. Counseling and Psychotherapy. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1985.
 - **Rössler**, Patrick: Online-Kommunikation. In: Bentele, Günter / Brosius, Hans-Bernd / Jarren, Ottfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2003. S. 504-522.
 - **Roth**, Astrid: Handout 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 7 / Methoden der Qualitätssicherung. 11.12.04.
 - **Roth**, Astrid: Skriptum 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 7 / Methoden der Qualitätssicherung. 11.12.04.
 - **Sandler**, Klaus: Einige Gesichtspunkte zur Abgrenzung des klientenzentrierten Konzepts zu anderen psychotherapeutischen Konzepten und zur Beratungssituation. In: Gesellschaft für wissenschaftliche Gesprächstherapie (Hg.): Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1983. S 42-54
 - **Schulz von Thun**, Friedemann: Miteinander Reden 1. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. rororo Sachbuch. Hamburg. 2005. 41. Auflage.
 - **Schulz von Thun**, Friedemann: Miteinander Reden 2. Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung. rororo Sachbuch. Hamburg. 2004. 24. Auflage.
 - **Schulz von Thun**, Friedemann: Miteinander Reden 3. Das „innere Team“ und situationsgerechte Kommunikation. rororo Sachbuch. Hamburg. 2000.
 - **Schmölzer**, Gabriele: Skriptum 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 4 / Rechtliche Voraussetzungen für Online-Beratung. 2. Oktober 2004.
 - **Schmölzer**, Gabriele: Die Stellung von PsychologInnen, PsychotherapeutInnen und SozialarbeiterInnen als Online-BeraterInnen aus strafrechtlicher und strafprozessualer Sicht. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 64-68.
 - **Schwärzler**, Philipp: HelpChat – Möglichkeiten und Grenzen. In: Schriftenreihe des Kinderschutzzentrums Wien. Jahresbericht 2003. Band 12. o.V. Wien. 2001. S. 7-10.

- **Stegbauer**, Christian: Internetbasierte Gruppenkommunikation. In: Thimm, Caja (Hg.): Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden. 2000. S. 18-38.
- **Them**, Andreas: Beratung im Internet. Möglichkeiten lösungsorientierter eMail-Beratung. Diplomarbeit. Otto-Friedrich-Universität Bamberg. o. J.
- **Thimm**, Caja (Hg.): Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden. 2000.
- **Vitouch**, Peter (Hg.): Psychologie des Internet. Empirische Arbeiten zu Phänomenen der digitalen Kommunikation. WUV-Univ.-Verlag. Wien. 2001.
- **Wenzel**, Joachim: Vertraulichkeit und Anonymität im Internet. Problematik von Datensicherheit und Datenschutz mit Lösungsansätzen. In: Etzendorfer, Elmar / Fiedler, Goerg / Witte, Michael (Hg.): Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten. Vandenhoeck & Ruprecht. Göttingen. 2003. S. 56-70.
- **Wenzel**, Joachim: Skriptum 1. Lehrgang [online.beratung] am wienXtra-institut für freizeitpädagogik. Modul 5 / Technische Voraussetzungen für Online-Beratung. 3. Oktober 2004.
- **Weingarten**, Rüdiger / **Fiehler**, Reinhard (Hg.): Technisierte Kommunikation. Westdeutscher Verlag. Opladen. 1988.
- **wienXtra** u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. (Download: <http://www.netbridge.at/mediathek.html>)
- **Wild**, Agnes: Die Persönlichkeitstheorie von Rogers und die Ziele des psychotherapeutischen Handelns. In: Gesellschaft für wissenschaftliche Gesprächstherapie (Hg.): Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Fischer Taschenbuch Verlag. Frankfurt am Main. 1983. S 61-71.
- **Wischnewski**, Ralf: Motivierende Gesprächsführung im Internet – neue Drogen, neues Medium, neue Möglichkeiten? In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 44-53.
- **Zainzinger**, Claudia Susanne: Kommunikation im Internet. Möglichkeiten und Grenzen klinisch-psychologischer Angebote im Internet. Diplomarbeit. Universität Wien. 2002.
- **Zierau**, Stefan: Klientenzentrierte Gesprächsführung – von Mensch zu Mensch. <http://www.zpp.de/artikel-b.htm>. 14.08.04.
- **Zimmermann**, Lisa: Globale Virtualität. Mail-, Chat- und Foren-Beratung im

internationalen Vergleich. In: wienXtra u.a. (Hg.): Bericht zur [F1] Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation. Eigenverlag. Wien. 2003. S. 26-39.

Websites:

- <http://www.checkyourdrugs.at> 01.02.05.
- <http://www.kinderschutz-wien.at>. 31.03.05.
- <http://forum.wienXtra.at>. 10.02.05.
- <http://www.wienXtra.at>. 10.02.05.
- <http://www.ifp.at>. 30.01.05.
- <http://www.infoline.at/borderline-stoerung/allgemein.htm>. 21.11.04.
- <http://www.aids.at>. 30.01.05.
- <http://www.bmsg.gv.at/cms/site/detail.htm?channel=CH0267&doc=CMS1056442602778>. 30.01.05.
- <http://www.samaritans.org.uk>. 30.01.05.
- <http://www.telefonseelsorge.at>. 27.01.05.
- <http://www.telefonseelsorge.de>. 22.11.04.
- <https://www.telefonseelsorge.org>. 22.11.04.
- <http://www.bravo.de>. 27.01.05.
- <http://www.dgsf.org/themen/was-heisst-systemisch>. 28. 12. 2004.
- <http://www.partyack.de>. 19.07.04.
- <http://www.time4friends.at>. 30.01.05.
- <http://www.peer-group.info>. 30.01.05.
- <http://www.stoekert.org/usenet/spezial.htm>. 12.10.04.
- <http://www.vws.or.at>. 01.02.05.
- <http://www.fsw.at>. 01.02.05.
- <http://www.dialog-on.at>. 01.02.05.
- <http://www.rbx.at>. 21.11.04.
- <http://www.drogenhilfe.at>. 27.01.05.
- <http://www.profa.de>. 12.10.04.
- <http://www.sextra.de>. 12.10.04.
- <http://www.das-beratungsnetz.de>. 26.11.04.