

3. Jahrgang, Heft 1, Artikel 3 – April 2007

Wahr ist was wirkt? Inszenierungen und Fakes in der Online-Beratung

Birgit Knatz

Zusammenfassung

In der Online-Beratung Tätige fragen sich häufig, ob die Mail, der Fall, „echt“ oder gefakt ist. Durch den Wegfall der visuellen und auditiven Wahrnehmung ist die Beratung per Mail projektionsfördernd und die Verunsicherung aufseiten der Beratenden größer, sie sind ausschließlich auf ihre innere Resonanz angewiesen. Dies erschwert es, in der Beratungsrolle zu bleiben.

Keywords

Inszenierung, Fake, Online-Beratung, Reflexionsvermögen, Supervision, Online-Kommunikation.

Autorin

- **Birgit Knatz**, Diplom-Sozialarbeiterin
- Leitung der Telefonseelsorge Hagen mit Schwerpunkt Beratung im Internet (seit 1996)
- Geschäftsführerin des Instituts für Online-Beratung:
www.schreiben-tut-der-seele-gut.de
- Trainerin, Ausbildungsleiterin Supervisorin, Online-Coach
- Autorin: Hilfe aus dem Netz, Praxis und Theorie der Beratung per E-Mail, Klett-Cotta 2003
- Fachgesellschaften: Deutsche Gesellschaft für Supervision (DGSv) und Deutsche Gesellschaft für Online-Beratung (DGOB)
- Stellvertretende Vorsitzende der Deutschen Gesellschaft für Online-Beratung,
www.dg-online-beratung.de
- **Kontakt:** Alexanderstr. 25, 44137 Dortmund
www.birgit-knatz.de
post@birgit-knatz.de

0. Vorbemerkung

Was steckt dahinter, wenn ratsuchende MailerInnen mit ihren Themen bei BeraterInnen den Verdacht auslösen, dass ihre Mail gefakt ist, es sich um eine Inszenierung handelt oder dass alles gar nicht stimmt, „Es nicht zu glauben ist“?

1. Begrifflichkeit

Zur Begrifflichkeit unterscheide ich zwischen Inszenierung und Fake. Den Begriff der **Inszenierung** verstehe ich aus dem interpersonalen Ansatz der Psychoanalyse, hier wird die Inszenierung als eine spezifische Art der Beziehungsaufnahme charakterisiert. Sie ist dadurch gekennzeichnet, dass die PatientIn der AnalytikerIn und sich selbst Rollen zuweist, die gemäß einem verdeckten Handlungsplan gespielt werden, den die PatientIn unbewusst dirigiert. Eine Inszenierung findet

dann statt, wenn PatientIn oder AnalytikerIn miteinander in der unbewussten Dynamik der Dyade „gefangen“ sind. In der Psychoanalyse bildet die "Szene" einen wichtigen Schlüssel zum Verstehen. Vereinfacht gesagt präsentiert die PatientIn so lange Varianten des "Symptoms", bis die TherapeutIn es hinreichend verstanden hat. Ohne Inszenieren bliebe therapeutische Kommunikation gerade in der Anfangsphase der Beziehung nach diesem Konzept unmöglich, es geht ums Verstehen und nicht um die Wahrheit.

Der Begriff **Fake** wurde im Zeitalter des Internets „erfunden“. FakerInnen sind Menschen, die faken (fälschen), sie geben sich bewusst als andere Personen aus. Ein Wesensmerkmal der FakerIn ist das gewollte Provozieren, das bewusste Nutzen von mehreren Identitäten im Netz, um zu täuschen oder zu fälschen. Im Gegensatz zur Inszenierung, die oftmals unbewusst passiert, beabsichtigt das Faken die bewusste Manipulation des Gegenübers. So weist gayromeo (www.gayromeo.com), eines der größten deutschsprachigen Internetportale für Kontaktseiten, auf seinen Seiten darauf hin; dass dem Faken unterschiedliche Motive zugrunde liegen wie:

- sich interessanter zu machen,
- virtuellem Rollenspiel zu betreiben,
- zu betrügen und
- sich zu rächen.

Und auch hier verschwimmen, wie so oft im Leben, die Grenzen. Allerdings ist der Spaß am Rollenspiel immer noch einer der Hauptgründe zu faken. Und das Internet bietet sich gerade dazu an, sich in eine „perfekte Traumperson“ zu verwandeln. Im Netz können Menschen sich ein Selbst schaffen, „Ich kann Viele“ sein. An dieser Stelle unterscheide ich deutlich zwischen „Ich bin Viele“ als Krankheitsbild der multiplen Persönlichkeit und „Ich bin Viele“ als Spiel mit den Facetten meines Ichs im Cyberspace:

"Du kannst alles sein, was du willst. Wenn du möchtest, kannst du dich völlig umkrepeln. Du kannst ein anderes Geschlecht annehmen, mehr reden, weniger reden. Egal. Wirklich, du kannst der sein, der du sein möchtest, der zu sein du schaffst. Du brauchst dich nicht darum zu kümmern, in was für Schubladen die Leute dich sonst stecken. Die Art, wie die Mitspieler dich wahrnehmen, kannst du leicht verändern, weil sie nur mitbekommen, was du ihnen zeigst. Sie schauen dir nicht auf den Körper und ziehen Rückschlüsse. Sie hören nicht auf deinen Akzent und ziehen Rückschlüsse. Alles, was sie sehen, sind deine Worte. Und das Ding ist immer da. Vierundzwanzig Stunden am Tag kannst du an die nächste Straßenecke gehen und triffst immer ein paar Leute, die Lust haben, mit dir zu quatschen, wenn du das richtige MUD gefunden hast (so ein MUD Spieler)" (Turkle, 1999, S.).

(Zur Erklärung: MUDs, Multi-User Dungeons (Vielnutzerkerker), sind digitale Treffpunkte, in denen Menschen anonym miteinander interagieren können, und in denen man Rollen spielen kann.)

2. Das Ich im Internet

Das Internet hat sich neben dem Fernsehen, dem Radio und den Printmedien als viertes tagesaktuelles Medium etabliert und hat unser Alltagsleben und unsere Gewohnheiten grundsätzlich verändert. Innerhalb kurzer Zeit ist unsere Gesellschaft online gegangen, was vielschichtige Umgestaltungen in allen Lebensbereichen und Gewohnheiten mit sich gebracht hat und mit sich bringt. Herkömmliche Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen wandeln sich. Das Internet ist zu einem Ort geworden, an dem sich Menschen unterhalten, informieren und darstellen.

- Sie managen ihr Wissen. Mit **Wikipedia** ist eine täglich wachsende Wissensmaschine entstanden, eines der größten und spannendsten Internet-Imperien weltweit. Über eine Million Beiträge enthält allein die englische Fassung, die zweitwichtigste - die deutsche - ist zurzeit mehr als 420000 Artikel stark. Jeden Tag kommen hierzulande 500 neue hinzu. Wikipedia gehört zu den international am häufigsten besuchten Web-Seiten - neben Google, Ebay und Yahoo.
- Sie organisieren ihre Interessen. So wurde das Internet von Beginn an als „Selbsthilfegruppe“ genutzt.
- Sie nutzen das Netz, um virtuelle Freunde zu finden. Mit mehr als 100 Millionen Mitgliedern ist „myspace.com“ z.B. eine der größten Communitys im Netz. Die Internetplattform bietet die kostenlose Möglichkeit, Texte, Fotos, und Videos ins Internet zu stellen und das kinderleicht.

Einer der größten Unterschiede zu den drei anderen Medien (Radio, Fernsehen und Printmedien) liegt in der aktiven Nutzung des Internet. UserInnen sind gleichzeitig auch AkteurInnen, wie es sich u.a. durch die vielen privaten Weblogs darstellt. Weltweit gibt es mehr als zwanzig Millionen Weblogs, allein im deutschsprachigen Raum gibt es über eine halbe Millionen aktive Blogger. Laut der Blogsuchmaschine „Technorati“ wird jede Sekunde ein neues Web-Tagebuch eingerichtet.

„Weblog“, ein Kunstwort aus 'Web' und 'Logbuch', bezeichnet ebenso wie seine Kurzfassung „Blog“ eine Website, die regelmäßig aktualisiert wird. Sie sind Sprachrohr für alle Internetuser, auf solch einer Seite kann jede und jeder beliebige Beiträge veröffentlichen: Privates wie Politisches, Intimes und Irritierendes, Bedeutsames und Banales. Immer mehr steigen von der passiven Mediennutzung in eine aktive Rolle um. Ein Blog verleiht eine eigene Stimme im Internet und hilft, ähnlich wie ein Tagebuch, eigene Gedanken zu ordnen oder auch die eigene Geschichte zu erzählen. Bloggen wird nicht nur genutzt, um eigene Gedanken ins Internet zu stellen, sondern auch um Antworten zu erhalten, Kontakt zu Menschen herzustellen, die ähnlich denken oder die ganz anderer Meinung sind. Im Phänomen Blogging setzt sich dicht fort, was das Internet vor allem auszeichnet: Die "many to many" - Kommunikation, die mit E-Mail begann, die in Foren und Newsgroups, im Chat und im Blogging ihre Fortsetzung findet. Entscheidend ist dabei die Kommunikation zwischen Personen, die sich häufig nicht kennen. Blogs zeichnen sich dadurch aus, dass sie diese Kommunikation öffentlich machen.

2.1. E-Mails lügen nicht

In der Online-Beratung wird häufig unterstellt, dass die Mails der Ratsuchenden Fakes sind und sie gewollt täuschen wollen. Hier hat der amerikanische Forscher Jeff Hancock von der Cornell University in Ithaca (Bundesstaat New York) herausgefunden, dass per E-Mail nur 14 Prozent seiner Probanden Lügen erzählten, im Gespräch von Angesicht zu Angesicht immerhin 27 Prozent und via Telefon flunkerten sogar 37 Prozent der VersuchsteilnehmerInnen. Eine Erklärung, dass gerade in der Mail am wenigsten „gelogen“ wird, erklärt Hancock so, dass die geschriebene Mail ein "Festnageln" der SchreiberIn ermögliche. Gesprochenes hingegen sei eher Schall und Rauch. Auch ermögliche die zeitversetzte Konversation, über die Antwort nachzudenken, eine andere „Ehrlichkeit“. Spontane Notlügen fallen weg.

2.2. Das Charakteristische der Online-Kommunikation

Die sichere Distanz in der Online-Kommunikation, der schriftlichen Kommunikation, schafft oft eine andere, schnellere Form von Nähe, die sich in dieser Bedeutung erst langsam in der persönlichen Beratung herstellt.

Die schriftliche Kommunikation tritt uns als eine zerdehnte Kommunikation entgegen. Sie ist eine Verständigung über Raum und Zeit hinweg. Es wird mit einem abwesenden, vielleicht sogar unbekanntem Gegenüber kommuniziert. Das Produzieren des Textes geschieht in einem eigenen Prozess, der sich über eine gewisse Zeit erstreckt und an dem unterschiedliche Teilhandlungen wie das Planen, das Formulieren, das Niederschreiben, das Überarbeiten und Kontrollieren beteiligt sind. Wer schreibt, kann die Dinge in eine selbstgewählte Ordnung bringen und die Intensität der Beschäftigung selber bestimmen. So gibt es Gedanken, Gefühle und Probleme, die man mag keinem Menschen sagen - aber man will sie auch nicht für sich behalten. Das berührt spezielle Themen und Probleme, die eine besondere Diskretion erfordern, den Betroffenen unangenehm oder die sehr schambesetzt sind. Menschen äußern sich freier, wenn sie kein reales Gegenüber haben. Zudem ist die Angst vor entsprechenden Interventionen geringer, da internetgestützte Beratungskontakte einen geringen Verbindlichkeitsgrad aufweisen. Anders ausgedrückt wahren Ratsuchende via Internet im Schutze der Anonymität in vollem Maße ihre Autonomie und Entscheidungsfreiheit. Was sollte es hier für einen Sinn machen zu faken?

3. Poesie und Wissenschaft

3.1. Erzählungen

Eine Erzählung will etwas bewirken, ein emotionales Anliegen gestalten, das das Gegenüber verstehen und manchmal auch beantworten soll. Das Aufschreiben eigener Probleme, Anliegen oder der eigenen Geschichte, also das „schriftliche Erzählen“, erfüllt laut Dechant verschiedene Funktionen:

- *Vergangenes wird in die Gegenwart geholt.*
- *Nähe wird hergestellt und die ErzählerIn zeigt sich in einer bestimmten Weise. Sie passen sich in der Art des Erzählens und des Erzählinhalts dem Publikum an und entscheiden in einer sozialen Leistung, wem sie was wann wie erzählen.*
- *Erzählen dient dazu, Kontrolle über ein Geschehen zu haben oder zu erlangen und so Angst zu reduzieren oder zu bewältigen.*
- *Die Erzählung kann das Geschehen umarbeiten und eigenen Idealen nähern. - Wer hat nicht schon einmal in einer Erzählung eigene Leistung oder eigenes Leid betont, um Bewunderung oder Mitgefühl zu ernten? (vgl. Dechant, 2005)*

In diesem Sinne sind Online-Beratende Resonanzkörper für die SchreiberInnen. Das emotionale Anliegen des Ratsuchenden und die Erzählung erzeugen eine Wirkung in ihnen. Die Online-BeraterInnen sind dazu eingeladen, sich in die Geschichte der MailerIn einzuweben oder zu verstricken oder es auch zu lassen. In dem Maße, in dem die Verstrickung größer wird, wird die beraterische Freiheit kleiner. Die Mail wird dann als Fake konnotiert, da die Geschichte „doch so gar nicht stimmen kann“. Und so unterliegen Online-BeraterInnen mehr der Versuchung, die Mail als falsch zu entlarven, als sie als Inszenierung zu verstehen und die Szene beraterisch zu deuten.

3.2. Theorieansätze

Aus den vielfältigsten Theorieansätzen der Beratung sind uns Erklärungsmodelle zur Realität und Wahrheit bekannt und vertraut.

3.2.1. Konstruktivismus

So lehrt uns der **Konstruktivismus**, dass jeder Mensch eine eigene Vorstellung der Wirklichkeit, der Realität hat: "Die Information einer Beschreibung hängt von der Fähigkeit eines Beobachters ab, aus dieser Beschreibung Schlussfolgerungen abzuleiten"(v. Foerster, 1985, S. 68).

Anders formuliert: Jede Frau und jeder Mann, jedes Mädchen und jeder Junge haben eine eigene Landkarte, die sie zur Orientierung in der Welt nutzen. So macht es wenig Sinn, in den Kategorien „wahr“ oder „erfunden“, „gut gemeint“ oder „schlecht erdacht“, „echt“ oder „unecht“ in Bezug auf die objektive Welt zu bewerten. Und dennoch wird es gerade in der Online-Beratung immer wieder gemacht.

3.2.2. Kommunikationstheoretische Modelle

Schulz von Thun verdeutlicht in seinem **kommunikationstheoretischen Vier-Ohren-Modell** die verschiedenen Aspekte einer Mitteilung, einer Erzählung. So wirken neben der Sach- und Beziehungsebene der Appelcharakter einer Erzählung und die Selbstoffenbarung ebenso intensiv. Diesem Ansatz folgend kann sich die Online-BeraterIn: „Was teilt mir die SchreiberIn von sich mit?“, „Was will sie oder er erreichen?“.

Neben dem bekannten Vier-Ohren-Modell bietet die Erkenntnis des „Inneren Team“ geradezu eine Ideal-Erklärung zur Selbstoffenbarung, auf beiden Seiten. „Mit dem Modell des Inneren Teams betrachten wir die ‚Innenseite‘ der Kommunikation genauer. Denn ein Miteinander und Gegeneinander finden wir nicht nur zwischen den Menschen, sondern auch innerhalb des Menschen. Meistens haben wir mehrere Seelen in unserer Brust. Wenn wir in uns hineinhorchen, finden wir Lautgebungen dieser Seelen vor: In Form von inneren Stimmen, die sich zu einem bestimmten Vorfall oder Thema zu Wort melden, die sich miteinander selten einig sind und die alles daran setzen, auf unsere Kommunikation und unser Handeln Einfluss zu nehmen. Obwohl ein zerstrittener Haufen in mir überaus lästig und quälend sein und bis zur Verhaltenslähmung führen kann, handelt es sich dennoch nicht um eine seelische Störung, sondern um eine ganz normale menschliche und letztlich auch wünschenswerte ‚innere Pluralität‘ <...> Somit bekommen wir es in der Kommunikation <...> auch mit unserem Inneren Team“ (Schulz von Thun, 1998, S. 46) zu tun.

3.2.3. Biografiearbeit

Auch die Biografiearbeit lehrt uns, dass es **die** Wahrheit nicht gibt. Die Methode des biographischen Arbeitens begleitet und unterstützt den Erinnernden bei der Suche oder Festigung der Identität. Sie bietet die Möglichkeit einer Bilanzierung des bisherigen Lebens und bei Bedarf einer Neudefinition des zukünftigen Lebens. Sie stellt die Person in den Mittelpunkt und ist somit Erinnerungsarbeit. Menschen tauchen in ihre Erinnerungen ein und schreiben ihre erlebten Erfahrungen auf. Aus unserer Erfahrung wissen wir, dass Menschen ihre Biografie immer anders erzählen, dass es auch hier keine objektive Wahrheit gibt. Erlebtes wird auf dem Hintergrund der eigenen Kenntnisse und mit der bewussten und unbewussten Absicht erzählt, eine Wirkung beim Gegenüber zu erzeugen und in der Beratung oft verbunden mit dem Wunsch des Verstehens.

4. Verstehen und Handeln

4.1. Verstehen

Erzählungen in der Mailberatung entsprechen nicht der „objektiven Realität“, jedoch immer der Wirklichkeit, denn sie sind „wahr“ und hinterlassen ihre Wirkung. Vor diesem Hintergrund stellen sich die Fragen:

- Welchen Sinn macht es für die MailerIn zu inszenieren? (Vielleicht ist das Anliegen so schambesetzt, dass es ersteinmal nur über den Weg der Inszenierung geht).
- Was möchte die SchreiberIn in Szene setzen?
- Was soll die BeraterIn verstehen?
- Worum geht es?
- Was ist das Thema der Ratsuchenden?
- Welche Gefühle und Affekte löst die Mail in der BeraterIn aus, so dass diese das Bedürfnis verspürt nachzuprüfen, ob denn das, was geschrieben ist, auch wahr ist?
- Welche Fantasien wecken die ratsuchenden MailerInnen in BeraterInnen, ihnen nicht zu (ver-)trauen?

- Wieso ist es in der Online-Beratung wichtiger als in der face-to-face-oder Telefonberatung, die Ratsuchenden als Fakerin oder Faker zu entlarven?
- Welche Wirkung erzeugt die aufgeschriebene Geschichte und die dahinterstehende Person, BeraterInnen aus ihrer Beratungsrolle zu bringen?
- Wieso ist es für die Beratung von Belang, einer Ratsuchenden oder einem Ratsuchenden einen Fake zu unterstellen und die Mail nicht als Inszenierung zu verstehen?
- Was unterscheidet diese Mail von den anderen?

Eine mögliche Antwort liegt in unseren eigenen Wertvorstellungen, Normen, Moralvorstellungen, Idealen und Weltanschauungen (Landkarten). Sie werden durch die Geschichte der Mail und durch die/den Ratsuchenden in Frage gestellt, vielleicht auch verletzt oder abgewertet. Die eigene, beraterische Schamgrenze wird überschritten. Dies löst häufig Gefühle von Unsicherheit, Abwertung, Ohnmacht, Hilflosigkeit.usw. aus: Die BeraterIn als hilflose HelferIn? Schwer auszuhalten. Eine BeraterIn ohne Macht: Welch eine absurde Vorstellung ;-).

Gerade in der Online-Beratung, die den Zugang für schambesetzte Themen erleichtert, werden BeraterInnen mit ihren eigenen Ängsten, Bedürfnissen, kulturellen und religiösen Prägungen und Moralvorstellungen konfrontiert. In dem Maße, in dem BeraterInnen beginnen, sich (un-)auffällig mehr und mehr mit der Geschichte und deren Wahrheitsgehalt zu beschäftigen, ist es nicht verwunderlich, dass sie aus ihrer Beratungsrolle fallen und die Ratsuchenden aus dem Blick verlieren.

4.2. Handlungsmöglichkeiten

Eine grundlegende Voraussetzung für gelingende Online-Beratung ist das Reflexionsvermögen in Bezug auf die eigene Tätigkeit. Wie in jeder Beratungstätigkeit ist auch in der Online-Beratung Supervision unabdingbar. Sie dient der Verbesserung der Beratungskompetenz, schafft Reflexionsräume und ermöglicht ein Verstehen der Situation, der eigenen Affekte und Gefühle. Supervision hilft, (wieder) in die beraterische Rolle zu finden. Erfolgreiche und kompetente Beratung schließt die Reflexion der eigenen Grenzen ein.

Die Qualität der Online-Beratung wird in der Integration von fachlichem Wissen, einer Medienkompetenz, methodischen Kenntnissen und personaler Entwicklung erkennbar. Fachliches Können zeigt sich in der prinzipiellen Entwicklungsfähigkeit auf all diesen Ebenen. Die Online-Beratung bedient sich eines Computers und fällt technisch unter den Begriff der digitalen Kommunikation. Beim Kommunizieren per Mail oder Chat stehen nicht mehr alle verfügbaren akustischen, visuellen, kinästhetischen und olfaktorischen Sinneswahrnehmungen zur Verfügung. Die Art der analogen Kommunikation ist begrenzt; alleine der Text spricht. Dies bedarf sowohl einer Lese-, Schreib- und Internetkompetenz) und methodisch geleitet, wie auch fachlicher und kollegialer Austausch sind fundamentale Werkzeuge, die diese Entwicklung fördern. Supervision und Fallbesprechung sichern Beziehungsfähigkeit und Belastbarkeit. Sie definieren zugleich Möglichkeiten und Grenzen für die Arbeit im Internet und fördern ihren Erfolg!!

Literatur

Argelander, H. (1992). Das Erstinterview in der Psychotherapie. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Batinic, B. (2000). Internet für Psychologen. Göttingen: Hogrefe.

Bauriedl, T. (1984). Beziehungsanalyse. Frankfurt: Suhrkamp.

Boothe, B. (2001). Erzähldynamik und Psychodynamik, Psychotherapie und Sozialforschung. Zeitschrift für qualitative Forschung. 153-177.

Dechant, F. (2005). Das ist doch kaum zu glauben – Inszenierungen am Telefon. Auf Draht, 60, 32-35.

Dekker, A. (2003). Cybersex und Online-Beziehungen. Vortrag im Rahmen der Ringvorlesung "Sexualität im Wandel" der Universität und ETH Zürich. Verfügbar unter: <http://www.chatten-aber-sicher.de/down/pub5.pdf> [2006-12-29].

Döring, N. (2003). Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hogrefe.

Beziehung als Sprachgeschehen. In P. Frenzel et al., Handbuch der Personenzentrierten Psychotherapie (S. 366-380). Köln: EHP.

Flacke, M. (1994). Verstehen als Konstruktion. Literaturwissenschaft und radikaler Konstruktivismus, Opladen: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Foerster, H. v. (1985). Das Konstruieren einer Wirklichkeit. In P. Watzlawick (Hrsg.), Die erfundene Wirklichkeit. Wie wissen wir, was wir zu wissen glauben. Beiträge zum Konstruktivismus (S. 65-71). München: Piper.

Kast, V. (2006). Mit Worten berühren. Plenarvortrag im Rahmen der 56. Lindauer Psychotherapiewochen. Verfügbar unter: <http://www.lptw.de/cms1/fileadmin/archiv/vortrag/2006/kast.pdf> [2007-01-01].

Knatz, B. (2006). Formen der Patientenberatung. In D. Schaeffer, Schmidt-Kaehler & S. (Hrsg.), Lehrbuch Patientenberatung (S.121-177-201). Bern: Huber

Knatz, B. (2006). Methodische Konzepte der Telefonseelsorge im Internet. In T. Weber (Hrsg.), Handbuch TelefonSeelsorge (S. 141-160). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Knatz, B. (2006). Qualitätsstandards für die Online-Beratung. e-beratungsjournal.net [online], 2 (1), Verfügbar unter: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0106/knatz.pdf [2006-12-29].

Knatz, B. (2005). Inszenierungen im Netz. Auf Draht, 60, 39.

Knatz, B., Dodier, B. (2003). Hilfe aus dem Netz. Theorie und Praxis der Beratung per E-Mail. Stuttgart: Pfeiffer bei Klett-Cotta

Lehmann, K. & Schetsche, M. (2005). Die Google-Gesellschaft. Vom digitalen Wandel des Wissens. Bielefeld: Transcript

Martinez, M., Scheffel, M. (1999). Einführung in die Erzähltheorie. München: Beck

Thomä, H. & Kächele, H. (1985). Lehrbuch der psychoanalytischen Therapie. Band 1 Grundlagen. Berlin: Springer.

Schulz von Thun, F. (1998). Miteinander reden 3 - Das Innere Team und situationgerechte Kommunikation. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt

Schumacher, S. (2005). Wahrheit ist die Erfindung eines Lügners. Auf Draht, 60, 36-38.

Shah, I. Dorst, (1984). Fachzeitschrift der Arbeiterwohlfahrt, 5,18-32.

Stanzel, F.K. (1979). Theorie des Erzählens. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Staiger, E. (1987). Der Briefwechsel zwischen Schiller und Goethe. Frankfurt: Suhrkamp.

Turkle, S. (1999). Leben im Netz. Rheinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Van Well, F. (2000). Psychologische Beratung im Internet. Bergisch Gladbach: Edwin Ferger Verlag.

Watzlawick, P. (1981). Die erfundene Wirklichkeit. München: Piper.

Watzlawick, P. (1978). Wie wirklich ist die Wirklichkeit. München: Pfeifer.

Weiß, L. & Schwarz, S. (2001). Gesund geschrieben. Briefwechsel einer Klientin und einer Psychologin per E-M@il. Krefeld: Selbstverlag.

Yalom, Irvin D. (1998). Die rote Couch. München: btb/Goldmann.

Yalom, I. (2005). Die Schopenhauer-Kur. München: btb Verlag.

www.schulz-von-thun.de/mod-innteam.html, [2006-12-31]

www.univie.ac.at/heinz-von-foerster-archive/index.htm [2006-12-31]

www.wikipedia.de [2006-12-31]

www.blogg.de [2006-12-31]

www.technorati.com [2006-12-31]