

4. Jahrgang, Heft 1, Artikel 8 – April 2008

Medienkompetenz in der Online-Beratung: Erfahrungen aus der Ausbildung von E-BeraterInnen

Sandra Gerö

Zusammenfassung

In Seminaren, die den Erwerb von Online-Beratungskompetenz zum Ziel haben, liegt ein Schwerpunkt in der Vermittlung des Umgangs mit jenen Medien, die bei der Beratung im Internet zur Anwendung kommen (Medienkompetenz). Aus der Sicht der Trainerin stimmt dieses Angebot sehr gut mit den Erwartungen der SeminarteilnehmerInnen überein. In den bisherigen Seminaren wurde nicht nach einer neuen Beratungsmethode, sondern – je nach Berufsgruppe und Arbeitsfeld sowie Zielgruppe - nach der bestmöglichen Umsetzung der bereits vorhandenen Kenntnisse und Fertigkeiten der BeraterInnen gesucht; diese sollen um die Facette der computergestützten textbasierten Kommunikation, wie sie derzeit in der Online-Beratung am weitesten verbreitet ist, bereichert werden. Die zu erwerbende Medienkompetenz wird daher mittels theoretischer und praktischer Auseinandersetzung mit dem technischen Hintergrund einerseits und den Spezifika der Textverwendung und speziellen Aspekten der Online-Kommunikation andererseits vermittelt.

Keywords

Online-Beratung, E-Beratung, E-Training, Online-Beratungsausbildung, Medienkompetenz, Online Beratungskompetenz, Moodle

Autorin

- **Mag^a. Sandra Gerö**
- Psychologin, (E-)Trainerin
- Klinische und Gesundheitspsychologin in freier Praxis
- Referentin im Lehrgang [online.beratung] (Institut für Freizeitpädagogik, Wien) (Module „Online Kommunikation“, „Ressourcen & Management“) und im Seminar „Frauenspezifische Online-Beratung“ (in Kooperation mit dem Verein „Frauen beraten Frauen“, Wien).
- **Kontakt:** +43 (0)1 / 328 77 21
sandra@geroe.com
www.geroe.com

1. Einleitung

„Jugendarbeiter sind die schlimmsten Seminarteilnehmer“, sagte einmal ein Kollege, „weil sie das Verhalten ihrer Zielgruppe annehmen.“

In Seminaren zur Online-Kommunikation sind aber, so scheint es, gerade die den Jugendlichen zugeschriebenen Verhaltensweisen gefragt: Neugier, Ausprobieren, sich an der Peer-Gruppe orientieren, Identitätssuche und Probehandeln helfen, angehende E-BeraterInnen auf psychosoziale Beratung mittels E-Mail, Chat oder in Foren vorzubereiten.

Seit 2005 halte ich Seminare mit dem Ziel, BeraterInnen aus dem psychosozialen Bereich „ins Netz zu holen“. Eine besondere Herausforderung dabei ist die Heterogenität dieser Gruppen hinsichtlich ihrer Vorkenntnisse im Bereich der Online-Kommunikation. Nach ihren Erwartungen befragt, listen die TeilnehmerInnen zu Seminarbeginn vor allem verschiedene Informationen auf, deren Gewinn der Seminarbesuch bringen soll. Da viele zu dem Zeitpunkt bereits Online-Beratung anbieten bzw. zumindest erste Überlegungen in Richtung einer Konzeption angestellt haben, gehe ich davon aus, dass die genannten Erwartungen etwas darüber aussagen, was den BeraterInnen in diesem Arbeitsbereich noch an Kompetenz und damit Sicherheit fehlt. Teilweise drücken die Erwartungen auch Skepsis gegenüber dem „Medium Internet“ [1] aus.

2. Erwartungen von SeminarteilnehmerInnen

Der erwartete Informationsgewinn durch das Seminar wird von manchen TeilnehmerInnen breit definiert, z.B. wird ein allgemeines Kennenlernen der Möglichkeiten von Online-Beratung gewünscht. Manche wiederum formulieren ihre Erwartungen als klare Frage, z.B. zu den Rahmenbedingungen oder dem Einsatz von Sprache bzw. Text. Einige sehr spezielle Fragen deuteten auch immer wieder auf bereits fortgeschrittene Auseinandersetzung mit konkreten Erfahrungen in der Praxis hin: Dazu gehörten z.B. Fragen nach der empfohlenen Länge einer Antwort-E-Mail oder Zuständigkeiten bei Anfragen aus dem Ausland.

Besonders häufig wird die Erwartung geäußert, die „Grenzen der Onlineberatung“ kennen zu lernen. Damit soll gemeint sein, in welchem Moment die Grenze seriöser Beratung überschritten zu werden droht und man verantwortungsbewusst und auch sinnvollerweise auf ein anderes Medium „umsteigen“ sollte. BeraterInnen brauchen aus ihrem Berufsethos heraus die Sicherheit, zu wissen, unter welchen Bedingungen die virtuelle Beratung nicht (mehr) ausreicht, der/dem Ratsuchenden optimal zu helfen, und zu einem persönlichen Besuch einer Beratungsstelle und einem F2F-Gespräch [2] geraten werden sollte. Unsicherheiten gibt es z.B. auch, ob man Ratsuchende in so einem Fall einfach anrufen kann (vorausgesetzt natürlich, die Nummer ist bekannt).

3. Erleben von Unsicherheit vs. Kompetenz

Im Allgemeinen, wenn von „Grenzen einer Beratungsmethode“ gesprochen wird, denkt man an Einschränkungen und wünscht sich eher, diese überwinden zu können. Im beschriebenen Fall interpretiere ich aber den Wunsch nach Auslotung von Grenzen, den Wunsch nach sicherem Terrain, nach rechtlicher und inhaltlicher Gewissheit, richtig und im Sinne des „State of the Art“ zu agieren. D.h. die Kenntnis der Grenzen einer Methode vervollständigt die Kompetenz ihrer Anwendung, ist also als Teil der zu erwerbenden Online-Beratungskompetenz und der darin enthaltenen Medienkompetenz zu betrachten.

Diese Kompetenz kann nicht innerhalb weniger Tage erworben werden, da sie sich aus den theoretischen Kenntnissen über die Möglichkeiten des Mediums, sowie aus der begleitenden praktischen Auseinandersetzung mit diesem Medium zusammensetzt. Letztenendes kann m.E. nur in der Praxis und im häufigen

Umgang mit textvermittelter Kommunikation die von vielen gewünschte persönliche Sicherheit in diesem Bereich gewonnen werden.

Interessanterweise werden viele der Gefühle, die KlientInnen/Ratsuchende im Internet erleben, von SeminarteilnehmerInnen in dem Moment erfahrbar, in dem es „an die Tasten“ geht, d.h. direkt im und am Medium gearbeitet werden soll: Unsicherheit und Ungewissheit in Bezug auf die Kommunikation in virtuellen Räumen werden dann spürbar.

Solche Unsicherheiten in der Begegnung mit nicht Face-to-Face anwesenden bzw. auch unbekannt Personen erleben ja auch die eigenen KlientInnen in ähnlicher Weise. Dieses Bewusstsein kann für angehende BeraterInnen in der Reflexion durchaus lehrreich sein. Hier bietet sich die Analogie des Betretens eines unbekanntes Gebäudes an: Wie finde ich die Beratungsstelle, ohne mich zu verlaufen, wie sieht es dort aus, wer erwartet mich, und wie komme ich wieder heraus, wenn es mir nicht gefällt? (Nur, dass es in einem realen Gebäude keine Knöpfe gibt, auf die ich vielleicht versehentlich trete, und die mich plötzlich nach draußen oder überhaupt in eine andere Stadt befördern.)

Somit ist bereits eine Ausrichtung der Seminarinhalte gegeben: Angehende BeraterInnen sollen auf ihren virtuellen Erkundungsgängen auch alle für Ratsuchende offenen Wege betreten, möglichst viel ausprobieren, auf alle Knöpfe drücken, ggf. um Hilfe bitten, einander unterstützen, und wenn es sein muss, sogar „das Internet löschen“ [3], um es dann wieder herzustellen und am Ende zu entdecken, dass ihre Sicherheit im Umgang mit dem Medium gerade auch durch das „Fehler machen“ bzw. Herausfinden aus unklaren Situationen gestiegen ist.

Bei einigen TeilnehmerInnen der Seminare ist anfangs eine abwartende Haltung spürbar, je nach persönlichem Zugang: Diese BeraterInnen möchten sich auch ein Stück weit überzeugen lassen, dass Beratung über das Internet möglich ist und Sinn macht. Und diese Frage stellen sich ja auch die zukünftigen KlientInnen im Netz: Ist Hilfe über dieses Medium möglich?

Die Antwort ist: Ja, unter bestimmten Bedingungen, so wie bei jeder Art von Beratung und Hilfe. Das richtige Setting und klare Rahmenbedingungen sind notwendig.

4. Relevante Seminarinhalte: Medienkompetenz für E-BeraterInnen

Mindestens drei Bereiche sind für die BeraterInnen im Internet und damit als Seminarinhalte – explizit oder implizit - relevant:

- 4.1. **Technik:** Medienvermittelte Kommunikation kommt nicht ohne Technik aus, wie benutzerInnenfreundlich diese auch sein mag, und eine gewisse Fehleranfälligkeit ist immer gegeben. Wie funktionieren also die diversen Tools und Anwendungen und wie gehe ich mit Problemen um?

- 4.2. **Besonderheiten der textvermittelten Kommunikation:** Wie können die Bedürfnisse der Person auf der anderen Seite der „Leitung“ korrekt wahrgenommen werden und wie kann ich Interventionen rein textbasiert setzen? Sprechen wir überhaupt die gleiche Sprache?
- 4.3. **Spezielle Phänomene der Kommunikation im Internet:** Synchron und asynchrone Dialoge, die Dynamik in der Kommunikation, die u.a. von der Anzahl der involvierten TeilnehmerInnen abhängig ist (oder was bedeutet „1:1“, „1:Viele“, „Viele:Viele“); weiters der Umgang mit Anonymität und Pseudonymität [4].

Die für online-basierte Beratung notwendige Medienkompetenz muss mindestens diese drei Hauptthemen abdecken. Als Trainerin habe ich in diesem Zusammenhang die Erfahrung gemacht, dass BeraterInnen den (erlebten, nicht immer objektivierbaren!) Kompetenzmangel in einem dieser Bereiche u.U. als Überforderung bzw. als Abwertung der eigenen beraterischen Fähigkeiten empfinden können. In solchen Momenten ist es wichtig, den SeminarteilnehmerInnen, die ja teilweise jahrzehntelange Beratungserfahrung besitzen, noch deutlicher zu vermitteln, dass hier neue Fertigkeiten und nicht Beratungskompetenzen per se gelehrt werden. Im Gegenteil: für die Befähigung zur Online-Beratung muss vorausgesetzt werden, dass man die notwendige Qualifikation für eine Beratungstätigkeit IRL [5] besitzt.

Vorhandene Beratungskompetenzen können also eine Erschütterung erleben, z.B. wenn selbstständig tätige BeraterInnen technische Probleme in der Beratungssituation nicht alleine beheben können: Je höher die Abhängigkeit von anderen (Fach-)personen, desto mehr Kompetenz scheint den Beratenden selbst verloren zu gehen. Daher ist das praktische Üben und Meistern der gängigen Probleme, die in der Nutzung von Internet-Anwendungen ganz allgemein auftreten können, von großer Bedeutung für die SeminarteilnehmerInnen. Je mehr Fehler(meldungen) sie sich dabei gestatten, desto wertvoller wird der Praxisteil für die ganze Gruppe. Durch gemeinsame Problembhebung wird nicht nur die eigene technische Kompetenz erweitert, sondern auch die Fertigkeit geübt, zukünftigen KlientInnen in ähnlichen Situationen zu Hilfe zu kommen.

Da die für alle psychosozialen Beratungen notwendige Empathie eine Wahrnehmung des Gegenüber erfordert, stellen im persönlichen F2F-Setting die Sinnesorgane der BeraterInnen ein wichtiges Instrumentarium sowie die reflektierte Wahrnehmung und Rückmeldung des Wahrgenommenen eine Kernkompetenz dar. Was aber kann in der textbasierten Kommunikation wahrgenommen werden, was das Gegenüber nicht bewusst hingeschrieben hat? Welche Information brauche ich darüber hinaus und wie bekomme ich sie? Wie werden Emotionen und nonverbale Inhalte in geschriebene Zeichen umgesetzt? Und was, wenn die mir übermittelten angegebenen Daten (Geschlecht, Alter,...) nicht stimmen?

Schnell kann im offenen Raum des Internets auch so etwas wie eine paranoid angehauchte Fantasie entstehen, ein Gefühl, dass „etwas nicht stimmt“, mit Gedanken, die soweit gehen können wie „Testet mich hier gerade jemand ab, meine Chefin, die Konkurrenz,...?“ Die Hintergründe dieses manchmal

auftretenden Eindrucks zu reflektieren, erhöht ebenfalls die subjektive Sicherheit der BeraterInnen.

Weiters ist es unerlässlich, auf die diversen Sprachcodes, Abkürzungen, Neologismen, also die Bandbreite der Textverwendung im Dienste der internetbasierten Kommunikation einzugehen. Dabei ist das Ziel nicht, alle Sprachspiele und Schreibweisen der diversen Netzsubkulturen selbst zu beherrschen, denn für die allgemeine Beratungsarbeit genügt es vollkommen, einfach deren Vorhandensein zu kennen und zu verstehen. Als BeraterIn authentisch bleiben, heißt dann auch, die passende und auch ans Medium angepasste Sprache zu finden.

Medienkompetenz und damit Beratungssicherheit wird auch erworben im Umgang mit dem Zeitfaktor bzw. der erlebten Zeitverschiebung, die je nach Medium unterschiedlich behagen mag: die Langsamkeit des Zweier-Chats, der schnelle Textfluss eines vollen Chatraumes, die Asynchronizität einer um 3 Uhr morgens geschriebenen und erst Stunden später in der Bürozeit gelesenen E-Mail. In der praktischen Anwendung kann ausgelotet werden, für welche Beratungsinhalte sich welche Struktur am besten eignet. Die Kompetenz der passenden Medienwahl kann somit nur durch persönliche Erfahrung dieser Kommunikationsformen erworben werden.

Und schließlich bedarf es der Auseinandersetzung mit der (scheinbaren) Grenzenlosigkeit und Anonymität im Internet: Welche Gefahren und welche Chancen für die Beratung bergen diese, und was bringen virtuelle „Schwellen“ wie Registrierung, Anmeldung, erforderliche Dateneingabe der BenutzerInnen usw.? Dass man in der Internetnutzung weniger anonym ist, als gemeinhin angenommen, ist ebenfalls eine für die Beratung hilfreiche Hintergrundinformation.

5. Praxisteil des Seminars

Für die länger dauernde praktische Arbeit im virtuellen Raum eignen sich passwortgeschützte Bereiche wie z.B. die E-Learning-Plattform Moodle [6], auf der kollaboratives Zusammenarbeiten unterstützt wird. Nach einer gemeinsamen Einstiegsphase kann die gesamte Gruppen-Kommunikation für einige Zeit auf die (nur für TeilnehmerInnen offene) Plattform im Netz verlegt werden.

Je nach Dauer des Seminars ist aber auch eine andere Form der gemeinsamen Begegnung im virtuellen Raum möglich, wobei die gemeinsame Anwesenheit (z.B. in einem Computer-Schulungsraum) eine andere Dynamik birgt als das Zusammenarbeiten Einzelner von diversen Arbeits- und Wohnorten aus.

In Foren, beim Chatten, E-Mailen und/oder Instant Messaging im Rahmen des Seminars profitieren die TeilnehmerInnen besonders auch von eigener Aktivität und informellen Online-„Küchengesprächen“, die hier auch ihren Platz finden.

In den geschlossenen Foren und Chats können und sollen unterschiedlichste Diskussionen geführt werden, aber auch das Erleben der Dynamik von

Pseudonymität ist möglich und zeigt z.B., wie sich fleißige Arbeitsgruppen in undisziplinierte Teenager-Gangs verwandeln können.

6. Beratungs - Praxis

Teilweise besteht der konkrete Wunsch der TeilnehmerInnen aber auch darin, die bereits ausgeübte Tätigkeit der Online-Beratung (meistens in Form von E-Mail-Beratung) zu reflektieren, theoretisch anzureichern bzw. die eigenen Strategien zu verbessern.

Diese angewandte Beratungskompetenz kann anhand praktischer Beispiele geübt werden, „auf dem Trockenen“, d.h. in Form von ausgedruckten Texten, die einzeln oder in Kleingruppen am Papier bearbeitet werden, oder gleich digital, vor dem Bildschirm sitzend, wie es dann in der Praxis ja auch der Fall ist.

Bewährt hat es sich dabei, mehrere Eindrücke auf die Beratungsantwort zu sammeln, indem TeilnehmerInnen sich gegenseitig Feedback geben, optimalerweise ebenso in einer der Praxis ähnlichen Situation, d.h. per PC.

In diesem Zusammenhang bietet es sich an, Formen der Intervision und Supervision zu thematisieren und eventuell gleich zu initiieren, z.B. in Form einer Mailingliste für ExpertInnen (wie es sie in einer offenen und einrichtungsübergreifenden Form in Wien schon gibt [7]), einer fortführenden Intervisionsgruppe für alle AbsolventInnen eines Seminars oder als Supervisionsgruppe.

Ein Aspekt dieser fachlichen Vernetzungen kann bzw. sollte optimalerweise sein, die Kommunikation (welche Form auch immer gewählt wurde) überwiegend online zu halten, um damit automatisch weitere Erfahrungen im Medium zu ermöglichen.

7. Skepsis ist erlaubt

Um auf die SkeptikerInnen unter den SeminarteilnehmerInnen zurückzukommen: Angehende Online-BeraterInnen sitzen ja oftmals genau aus dem Grund in einem Seminar, weil Vorgaben von Vorgesetzten oder Projektinhalte eine E-Beratung vorschreiben, und erfahrene BeraterInnen plötzlich vor die Aufgabe stellen, sich mit einer neuen Beratungsart anfreunden zu müssen. Dies ist nicht immer willkommen: Gerade wenn man privat und beruflich wenig mit dem Internet arbeitet, ist es nahe liegend, dass man sich Kommunikation in dieser Form nur eingeschränkt vorstellen kann.

An dieser Stelle sei angemerkt, dass ich nicht davon ausgehe, Beratung per Internet sei ohne Einschränkungen für alle Beratungsstellen oder alle BeraterInnen zu empfehlen. Für Menschen, die sich mit dem PC absolut nicht anfreunden und/oder keine große Begeisterung fürs Schreiben im Allgemeinen aufbringen können, sind die derzeitigen Methoden der Onlineberatung – computervermittelt und textbasiert – wahrscheinlich nicht zu empfehlen.

Diese Situation hat dann zwei Seiten: Während die technikkritische Einstellung, die zu einer selteneren Nutzung von Computern führt, Argumenten zugänglich ist und hinterfragt werden kann und sollte, ist eine Vorliebe für das Medium „Text“ sehr individuell und kann gerade in handlungsorientierten Beratungssituationen (wie z.B. bestimmten sozialarbeiterischen Feldern) als unnötige Verzögerung des Beratungsergebnisses erlebt werden.

Beratungsstellen, die von Förderungen abhängig sind und bestimmte Auflagen erfüllen müssen, sehen sich jedoch manchmal mit der Notwendigkeit konfrontiert, auch diese Form der Beratung anzubieten, obwohl die dort beschäftigten BeraterInnen weder eine Ausbildung zu noch Interesse an dieser neuen Beratungsform haben. In diesem Fall ist das Suchen nach Argumenten „gegen“ die Online-Beratung ein möglicher Weg, die Geldgeber davon zu überzeugen, dass es so nicht funktionieren kann.

8. Fazit

Insgesamt gilt es, die angehenden Online-BeraterInnen zu stützen und zu unterstützen, neue (Medien-)Kompetenzen zu entwickeln bzw. vorhandene Kenntnisse auch deutlich spürbar zu machen, um so die Sicherheit in der Beratung zu erhöhen.

Die bereits erworbenen und in F2F-Beratung erprobten Beratungsfertigkeiten werden bereichert: Jedes neue Medium erfordert ein neues Adjustieren der Wahrnehmung, ein Einstellen auf neue Signale. Man lernt mit dem (Hilfs-)mittel der Online-Kommunikation virtuelle Räume zu erleben, mit einem neuen Gefährt eine unbekannte Gegend zu erkunden bzw. mit der Krücke zu gehen – welche Metapher einem besser gefällt. Dies gelingt am besten in der praktischen Umsetzung.

So können TeilnehmerInnen von Seminaren zur Online-Kommunikation durch die Vermittlung theoretischer und praktischer Inhalte Schritt für Schritt „von Null auf Eins kommen“, wie eine Seminarteilnehmerin es ausdrückte: Eine passende Analogie für computergestützte Methoden.

Anmerkungen:

[1] Der Einfachheit halber beziehe ich mich auf das „Medium Internet“, wobei aber nicht vergessen werden soll, dass das Internet selbst nur Träger verschiedener Medien ist, z.B. des wiederum multimedialen World Wide Web, das alle über den Webbrowser zugängliche Beratungsformen ermöglicht.

[2] F2F: „Face-to-Face“ – Begegnung „von Angesicht zu Angesicht“, bezieht sich meist auf persönliche Beratung ohne Zwischenschaltung von Medien.

[3] In Anspielung an erschrockene Ausrufe von TeilnehmerInnen, die auf dem Bildschirm plötzlich etwas Unerwartetes erblicken bzw. gar nichts mehr: „Hilfe, ich habe das Internet gelöscht!“

[4] Pseudonymität bedeutet das Verwenden von Pseudonymen statt des realen Namens. Dies bedeutet nicht zwangsläufig, dass man anonym ist, z.B. kann bei der Registrierung auf einer Plattform im Web vorgesehen sein, dass man den vollen Namen angibt und zusätzlich ein Pseudonym wählt, das öffentlich angezeigt wird, während der Name nur den PlattformbetreiberInnen bekannt ist.

[5] IRL gehört zu den geläufigen Akronymen und bedeutet in etwa „außerhalb des Internets“ (In Real Life). Weitere Internet-spezifische Abkürzungen werden z.B. auf <http://acronyms.thefreedictionary.com/> erklärt.

[6] Siehe auch <http://moodle.org/>

[7] Die „Mailingliste für Online-ExpertInnen“ ist hervorgegangen aus den Vernetzungen anlässlich der [F1] - Fachtagung zu Jugendforen, eMail-Beratung und Online-Kommunikation vom 27.9.02 (<http://www.netbridge.at/specials/fachtagung/>)

Literaturverzeichnis:

Bader, J. (2002). Schriftlichkeit und Mündlichkeit in der Chat-Kommunikation. Networx [online], (27), Verfügbar unter: <http://www.mediensprache.net/networx/networx-29.pdf> [27.03.2008].

Bente, G., Krämer & N., Peterson, A. (Hrsg.).(2002). Virtuelle Realitäten. Göttingen: Hogrefe.

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

Dürscheid, Ch. (2004). Netzsprache - ein neuer Mythos. In: Beißwenger M. & Hoffmann L. & Storrer A. (Hrsg.), Themenheft der Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie (OBST 68), 141-157.

Renner, K.-H. & Schütz, A. & Machilek, F. (Hrsg.). (2005). Internet und Persönlichkeit. Differentiell-psychologische Aspekte der Internetnutzung. Göttingen: Hogrefe.

Soldo, Marijana (2000). Kommunikationstheorie und Internet. Networx [online], (15), Verfügbar unter: <http://www.mediensprache.net/networx/networx-15.pdf> [27.03.2008].