

10. Fachforum Onlineberatung, Nürnberg 18./19. September 2017

Workshop: Medialer Wandel in der Onlineberatung

Stefan Kühne

Mail, Chat, Foren – die letzten zwanzig Jahre waren von diesen Medien geprägt. Aber sind diese Medien für Onlineberatung noch aktuell? In Social Media und Instant Messaging Apps kommunizieren die Menschen derzeit vor allem in digitalen Kanälen, in denen Onlineberatung wenig präsent ist. „Virtual Reality“ und „Artificial Intelligence“ stehen zudem in den Startlöchern und suchen sich ihren Platz in Beratung und Therapie. Arbeiten wir noch mit den richtigen Medien? Brauchen wir neue Medien? Wie kann cross-mediales Arbeiten gelingen? Wir blicken voraus!

Themen, die im Workshop diskutiert wurden

- 1) Mail & Chat verschmelzen zu einem gemeinsamen Medium (Messenger-Effekt, Stream). Die Unterscheidung zwischen asynchron und synchron wird damit unschärfer. Beispiel: Beratungsplattform Instahelp.
- 2) Berater_innen brauchen Fachwissen zu Digitalen Lebenswelten. In dem Moment, in dem Themen der Digitalen Lebenswelten auch in der Beratung Thema werden (z.B. Partnerbörsen, Datingportale, Cybermobbing, Spielsucht), brauchen Berater_innen auch Fachwissen zu diesen Lebenswelten. Das bedeutet nicht, dass Berater_innen überall präsent und aktiv dabei sein müssen, um anschlussfähig zu sein, ist ein Grundwissen zu Digitalen Lebenswelten allerdings Voraussetzung.
- 3) Sind Messenger-Apps wirklich attraktiv für Ratsuchende? Werden sie „eine weitere App“ nutzen? Einerseits erscheint es parktisch und richtig, datensicher per Messenger beraten werden zu können. Andererseits: Was, wenn die Beratungsapp auf dem Handy gefunden wird („warum brauchst Du eine Beratung?“) oder wenn diese App nicht durch einen Code geschützt ist und der Beratungsverlauf nach dem Entsperren des Smartphones komplett einsichtig ist?
- 4) Automatisierte Prozesse und künstliche Intelligenz werden zunehmen und die Rolle der Berater_innen verändern. Hier braucht es eine kritische und reflektierte Haltung der Berater_innen: Wo kann Automatisierung hilfreich eingesetzt werden, wo weniger und wo nicht (Stichwort: Screening)?
- 5) Es gibt aktuelle Forschung zu (teil-)automatisierten Interventionen, die vielversprechend ist (z.B. Deprexis, Depressionscoach).
- 6) Jeder neue Kommunikationskanal braucht Ressourcen (technisch, persönlich). Und jeder neue Kommunikationskanal hat die Eigenschaft, auch für die Seite der Ratsuchenden offen zu sein. Ein whatsApp-Broadcast dient z.B. dazu, Informationen an viele Teilnehmer_innen auszusenden, diese können dann auf diese Nachricht wieder antworten, z.B. mit einer Frage oder dem Versuch der Kontaktaufnahme.

Literaturtipps & Links

Onlineberatung und -therapie

Eichenberg, C. & Kühne, S. (2014). *Einführung Onlineberatung und -therapie. Grundlagen, Interventionen und Effekte der Internetnutzung*. Ernst Reinhardt.

Justen-Horsten, A. & Paschen, H. (2016). *Online-Interventionen in Therapie und Beratung. Ein Praxisleitfaden*. Beltz.

Suler, John R. (2016): *Psychology of the Digital Age. Humans become electric*. Cambridge University Press.

Weitz, Philippa (2014). *Psychotherapy 2.0. Where Psychotherapy and Technology meet*. Karnac Books.

Weiterführende Links

Das gallische Dorf, oder: Digitale Kompetenz in der Sozialen Arbeit

<https://ideequadrat.org/digitale-kompetenz-soziale-arbeit/>

Übersicht „Start Ups“ / eMental Health

<https://www.deutsche-startups.de/tag/e-health/>

Forschungsprojekt iCare - Technologie zur Förderung psychischer Gesundheit integrieren

<https://www.icare-online.eu/de/>

www.e-beratungsjournal.net - Fachzeitschrift für Onlineberatung und computervermittelte Kommunikation.

Kontakt

Stefan Kühne, MSc

Workshops, Training & Konzeptentwicklung

Onlineberatung & -therapie, Onlinekommunikation, Social Media

www.stefankuehne.net / www.e-beratungsjournal.net

stefan.kuehne@wienextra.at / office@stefankuehne.net

www.jugendinfowien.at

