



**Bildungsberatung
in Wien**

Rückblick: 2. Fachkonferenz der Bildungsberatung in Wien

**Bildungs- und Berufsberatung aktiv im Web:
Formate, Methoden, europäische Praxis**

31. Mai 2012 – Hotel Ibis, 1060 Wien

Das virtuelle Ich 2.0 oder Wie viel(e) Ich bin ich im Netz?

Inszenierungen und Möglichkeiten der Selbstdarstellung in der Gegenwart und Zukunft

Karlheinz Benke

„Wir leben gar nicht im Informationszeitalter. Es ist das Kommunikationszeitalter. Menschen interessieren sich nicht für Daten. Menschen interessieren sich für Menschen – zum Beispiel für sich selbst.“
(Glaser, 2007, S.16).

Informationswelt –

Kommunikationswelt – Beratungswelt

Wenn es wahr ist, dass die Welt eine Informationswelt ist, dann ist sie gleichzeitig eine Kommunikationswelt (weil die Informationen kommuniziert werden müssen). Diese Kommunikationswelt sagt jedoch noch nichts über die Qualität der Kommunikation aus (was wiederum ein eigenes Thema wäre).

Wenn es wahr ist, dass die Welt eine Kommunikationswelt ist, dann ist sie gleichzeitig eine Beratungswelt (weil die Kommunikation ja auch verstanden werden muss und die Beratung dabei hilft). Was jedoch auch noch nichts über die Qualität der Beratung aussagt (was auch hier wiederum ein eigenes Thema wäre).

Was feststeht ist offensichtlich, dass wir im Zuge sich mehrender Orientierungslosigkeit

keiten in vielen Bereichen des Lebens gegenwärtig zusehends BeRATungen und Coachings, Therapien und Trainings bedürfen und uns in der Wirrnis von Alltag und Beruf geradewegs nach Halt und Orientierung sehnen, wollen wir unsere Work- (oder auch schon: School-) -Life-Balance aufrechterhalten. Wobei mit wachsendem Bedürfnis nach Hilfestellung und Anlehnung auch ein sehr differenzierter Bedarf nach Beratung sichtbar wird, der sich in einem ebenso breiten wie vielfältigen und tiefen Angebotsspektrum offenbart. In einem Spektrum, das davon zeugt, dass wir ganz eindeutig „im psychotherapeutischen Zeitalter“ leben, zumal wir ja überzeugt davon sind, dass wir Menschen "labil, ichschwach und leicht verwundbar sind“ Misik (2006).

Anlageberatung * Arbeitsmarktberatung * Berufsberatung * Bildungsberatung * Coaching * Drogenberatung * Eheberatung * Ernährungsberatung * Essstörungenberatung * Erziehungsberatung * Familienberatung * Feng-Shui-Beratung * Finanzberatung * Frauenberatung * Genetische Beratung * Haarberatung * IT-Beratung * Jugendberatung * Kriminalitäts- und Straffälligkeitsberatung * Lebensberatung * Männerberatung * MigrantInnenberatung * Organisationsberatung * Paarberatung * Philosophische Beratung * Politikberatung * Psychologische Beratung * Psychosoziale Beratung * Rechtsberatung * SchuldnerInnenberatung * Schulberatung und Schullaufbahnberatung * Schwangerschaftskonfliktberatung * Seelsorge * Sicherheitsberatung * Studienberatung * Suchtberatung * Supervision * Systemische Beratung * Unternehmensberatung * Vermögensberatung * Weiterbildungsberatung

Eigene Recherche

Abbildung 1: [beRATungSwelt]

Die Gesellschaft und das Ich

Das Ich findet sich eingespannt in einer (postmodernen) Gesellschaft wieder, die sich über die Phänomene wie die Beschleunigung der ‚Lebensrhythmen‘ (Virilio) mit einer verbundenen Kurz- und Schnelllebigkeit bis hin zu Erfordernissen von ‚Flexibilität‘ (Sennett) und einem Leben im ‚Hier-und-Jetzt‘ (Anders) definiert. Der Lebensalltag wird turbulent und hochdynamisch, eröffnet dabei allerdings auch neue Handlungsspielräume und produziert gerade somit für das postmoderne Ich bislang ungekannte Unsicherheiten (vgl. Abbildung 2). Und diese Erlebnisse und Leidenschaften, über die sich der postmoderne Mensch über seine Handlungen ausdrückt, müssen, wie der Psychologe Rainer Funk (2005) meint, ja nicht zwangsläufig positiv (für ihn) sein.

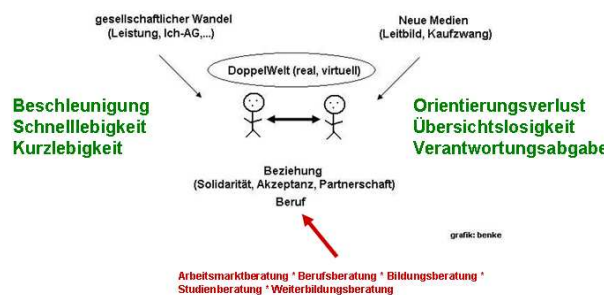


Abbildung 2: Das Ich und die Gesellschaft der Beratungswelt

Genau diese Unsicherheiten skizziert auch Fritz (2005) in seinen ambivalenten Auswirkungen auf das Ich:

„Das Akzeptieren der verschiedenen Elemente meiner Identität und ihr Erleben in unterschiedlichen sozialen Kontexten muss nicht Konfusion, Destabilisierung oder Pathologie bedeuten. Möglicherweise kann eine lockere und akzeptierende Verbindung meiner Teil-Identitäten dazu beitragen, Erschütterungen, Störungen und Beeinträchtigungen in einem bestimmten Lebensbereich besser zu verarbeiten, weil sie nicht die ganze Person betreffen, sondern nur einige Identitäts-Anteile.“

Problematisch an einer multiplen Identität ist nicht die Trennung der verschiedenen Identitätsanteile an sich, sondern die extreme Verminderung von Austausch und Kommunikation dieser Anteile im Bewusstsein der Person. Risse die Kommunikation dieser Teile untereinander vollständig ab, entstünden multiple Persönlichkeiten, deren Teilidentitäten wenig oder nichts voneinander wissen.“

Diese Splittung aber erst würde ernsthafte negative Konsequenzen für das jeweilige Ich und seine Identität nach sich ziehen. Und nicht selten schlittert das Ich angesichts dieser Freisetzung von Möglichkeiten und neuen Wirklichkeiten über solcherlei negative Erlebnisse in eine Krise – und oft sogar von der Suche in die Sucht bzw. in pathologische Krankheitsbilder und Verhaltensmuster. Immer mehr Menschen nämlich fühlen sich in dieser intensivierten und vordergründigen bildhaften Wahrnehmung gleichsam gefangen, nehmen sich bewusste Auszeiten aus dieser „Medien-Tretmühle“ und schalten (auch einmal) ab, um sich nicht unnötig digital zu überladen.

Eine quasi imaginäre Logikkette im oftmals bereits „fraktalen Ich“ (Baudrillard) scheint sich von der individuellen Unzufriedenheit über das sich zeigende Beratungspotenzial bis hin zur Beratung im realen und virtuellen Leben (digitale Beratung, mobile Beratung etc.) zu schließen und lässt das Gefühl permanenter Unsicherheit bei einem gleichzeitig fehlenden „Geführt- Werden“ zu einem beinahe „Rat auf Schritt und Tritt“ werden.

Bildung und Beratung als Antwort

Nicht bloß unter dem Aspekt des Erfordernisses lebenslangen Lernens kommt der Bildung und der Beratung des Ichs eine immer größere Bedeutung zu.

Vollzog sich nämlich Bildungsberatung bis vor wenigen Jahren in ihrem Themenspektrum in Gestalt von persönlicher

Bildungsberatung (einzeln/in Gruppen) bzw. Lern- und Kompetenzberatung noch vorwiegend real (offline, Face-to-Face), so nützen die AnbieterInnen nun vermehrt alle potenziellen Aufenthaltsorte ihrer Zielgruppen – und somit auch sehr gezielt die Virtualität.

Somit präsentiert sich nunmehr aktuell die virtuelle Bildungsberatung (online bzw. digital) zusehends differenzierter in einer Breite von häufig gestellten Fragen (FAQs) über die „klassische“ Foren- oder Chatberatung bis hin zu einer verstärkten Telefon- oder Skypeberatung mit ExpertInnen, die sich über ein virtuelles, individuelles Coaching-Setting vollziehen (vgl. Tomitsch, 2012). Interessant ist diesbezüglich auch, dass vor allem jüngere Zielgruppen die Möglichkeit der SMS-Beratung nutzen und zwar weniger deshalb, weil sie sich Beratung an sich über das Medium SMS wünschen (was ohnehin von AnbieterInnenseite so nicht intendiert ist), sondern damit zunächst einmal ihre Erstanfrage abschicken und so im SMS-Modus an ihren stark durchge-SMS-ten und damit verschrifteten Lebensalltag andocken.

Die Tiefe der Beratungsprozesse selbst variiert dabei von Helpdesk-Infos („Welche Angebote gibt es für mich wo?“) bis hin zum „Digitalen Coaching“ (Benke, 2009b) und vollzieht sich nach wie vor über die oben genannten klassischen Beratungswerkzeuge. Ausgenommen von der virtuellen Beratungswerkzeugkiste bleiben die Web-2.0-Tools Facebook und twitter, die sich qualitativ als völlig unzureichende Beratungsoption erweisen; vor allem angesichts des fehlenden Datenschutzes und der fehlenden Moderations- und Steuerungsmöglichkeit (vgl. Thiery, 2011). Wenngleich deren Mitverwendung wiederum im Medienverbund sehr wohl zu einer verbesserten Webpräsenz der Bildungs- und Beratungsinstitution beiträgt – ja, für Jugendliche (und deren

Verständnis) unabdingbar dazugehört. Denn was es auf Facebook nicht gibt, existiert für sie auch nicht.

Worum es geht: Kompetenzgewinn(ung)

Was braucht es also in Anbetracht des nötigen Kompetenzgewinns, des lebenslangen Lernens und der Bildung für die (Bildungs-)Beratung?

Neben der angesprochenen „Work/School-Life-Balance“ geht es seit den Anfängen des Web nach Edith Dyson und Joseph Weizenbaum in unserer Internetgesellschaft ungebrochen vor allem darum, „richtige Entscheidungen“ zu treffen. Was aber für den Geist eine Fähigkeit einfordert, die gerade in Anbetracht schneller Tagesläufe und einer Art systemischer Be/Gefangenheit Gefahr läuft, mit der lebensweltlichen wie beruflichen Entwicklung immer weniger Schritt halten zu können. Dazu braucht es Unterstützung, Überblick sowie Detailwissen und Rat – real und immer stärker über virtuelle Medien. Nehmen aber Kontur- und Orientierungslosigkeit überhand und fehlt die Zeit, um (sich) zu reflektieren, scheint es gleichsam logisch und auch sehr nachvollziehbar, dass zeitlich begrenzte (Durch)Denk-Leistungen und Perspektivenwechsel etc. zugekauft werden (müssen).

Orientierung und Beratung werden zu notwendigen Begleiterscheinungen unserer sich schnell entwickelnden, hochdynamischen, flexiblen Gesellschaft, wobei es die Aufgabe der BeraterInnen ist, das verschüttete bzw. verdrängte Ursprüngliche zu re-konstruieren; oder das aktuell konstruierte Ich wieder zu dekonstruieren, um es aus neuen Perspektiven heraus wieder zusammenzusetzen.

Das Ich im Netz – das Netz erleben

Wenngleich es gegenwärtig in postmodernen Gesellschaften als Selbstverständlichkeit gilt, über einen privaten Netzzugang zu verfügen und sich im Netz zu bewegen, so ist dennoch auf die nach wie vor existierende digitale Ungleichheit und die

innere Differenzierungsnotwendigkeit hinsichtlich der Web-Nutzung, nämlich: den „DDD-Effekt“ (Benke, 2009c bzw. Abbildung 3), zu verweisen. Ein Modell, das zwei digitale Klüfte (Alter, Budget) beschreibt.

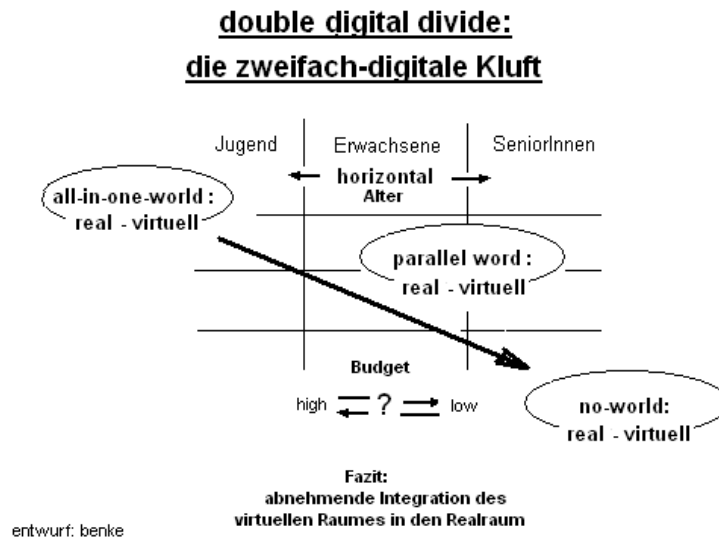


Abbildung 3: Das Ich und die Gesellschaft der Beratungswelt (vgl. Benke 2009c)

Indem nämlich die aktuelle „Generation download“ (Kinder, Jugendliche, junge Erwachsene) keine Nutzungsunterschiede mehr macht, erweisen sich das Ich, das Web und die Realität für sie als Amalgam – gleichsam als eine „Ein-und-alles Welt“ und grenzt sie dadurch von einem Großteil der Erwachsenenwelt ab. Denn gerade ältere Erwachsene erleben die Virtualität noch immer als Parallelwelt – als getrennt zu nutzende Räume (bester Beleg: man schaltet das Handy, das i- oder Smartphone auch einmal ab).

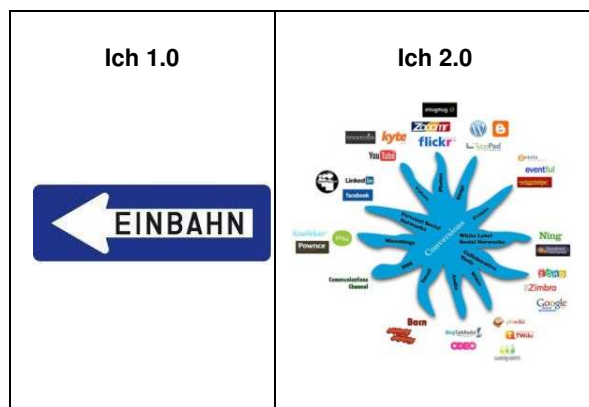
Der zweite digitale Spalt wird sichtbar zwischen den Erwachsenen und den SeniorInnen. Für viele (und vor allem die ältesten) SeniorInnen ist die virtuelle Welt wiederum eine „no-world“ geblieben, wenn auch die Zuwachsraten gerade in der Altersgruppe der „Silver Surfers“ oder „Golden Agers“ ab 55 Jahren aktuell am

höchsten sind. Denn diese Zielgruppe will nicht bloß rasch an Know-how aufholen, sondern verfügt zudem auch über die notwendigen zeitlichen und finanziellen Ressourcen.

Kurios ist allerdings, dass unser Alltagsdenken wie unsere Alltagspraxis paradoxerweise diese DDD-Erkenntnis ignorieren. Wie wäre es sonst zu verstehen, dass viele Maßnahmen, die dem Bürger das Leben erleichtern sollen (Stichwort „e-government“), weiterhin davon entfernt bleiben, dies zu tun; zumal sie ungebrochen von der irrigen Annahme ausgehen, dass alle Bürger – und damit auch Ältere und sozial Schwache – über die Möglichkeit verfügen, sich Anträge downzuloaden und auszudrucken; womit sich allerdings erneut soziale Ungleichheiten aus der Realität in die Virtualität übertragen (vgl. Ottinger, 2008).

Was jedoch Nutzung und Handling des Internet an sich anlangt, so entwickelte sich innerhalb kürzester Zeit bzw. sich selbst fast täglich mit unzähligen neuen Tools aktualisierend das Web 2.0 aus seiner Vorgängerversion 1.0 heraus.

War das Ich 1.0 noch ein unflexibles, von Experten abhängiges, fast ausschließlich auf Konsum gerichtetes 'oneway'-Web-Ich, das sich im Netz selbst zurückhielt und vordergründig den Text als Message (Mails, Homepages) unterstützt, so zeigt sich das Ich 2.0 gänzlich anders: Es ist vernetzt, ist bildorientiert und es produziert mit den neuen Werkzeugen (YouTube, myspace, flickr bzw. Weblogs, Facebook etc.) aktiv Bilder, die seiner eigenen Inszenierung dienen und mittlerweile nahezu mühelos von jedem User selbst umgesetzt werden können.



(Quelle: Internet)

Abbildung 4: Ich 1.0 – Ich 2.0

Doch was macht das Ich 2.0 im Web angesichts dieser endlos scheinenden Nutzungsoptionen?

Es spielt mit dem eigenen Ich, es spielt Online-Spiele, es kommuniziert – und zwar so intensiv, dass man sogar von einer „Ekstase der Kommunikation“ (Baudrillard in Benke, 2007b) sprechen kann, ohne damit jedoch bereits die Qualität dieser Inhalte zu bewerten. Es misst und vergleicht sich und ganz schnell wird aus dem realen Credo „besser“ ein virtuelles „omnipräsenter“. Es googelt, facebookt,

skrypt – kurzum: es sucht! Es versucht sich, besucht andere, ... und nicht selten ist der Schritt von der „Suche“ in die „Sucht“ eine Folgeerscheinung der entgrenzt-enthemmten Nutzung des World Wide Web.

Gibt es aber – und das ist eine nicht unwesentliche Frage für die nächsten Schritte in der Entwicklung der Bildungsberatung – unter den Ichs 2.0 eigentlich eine „klassische“ Zielgruppe? Nein, kann die Antwort darauf nur lauten. Das zu beratende Gegenüber unterliegt kaum mehr einer Altersbegrenzung (denkt man an das lebenslange Lernen) und ist virtuell a priori auch nicht (länger) trennscharf zwischen gesund und er/krank/t auszumachen. Womit sich auch gängige Grenzvorstellungen und zusehends auch ihre Konturen verwischen (wozu vielleicht auch das Suchtpotenzial des Netzes an sich seinen Beitrag leistet, denkt man etwa an die wachsende Zahl von Online-Süchtigen). Gerade dieses Verschwimmen von Grenzen zeigt aber nicht nur die destruktive Seite, sondern kann über seine integrative Wirkung auch Chancen für eine andere Gruppe von Nutzern aufzeigen. Für jene Zielgruppe nämlich, die sprachlich stark benachteiligt ist, wie Menschen mit Hörverlust etwa. Für diese nicht zu unterschätzend große UserInnenzahl gestaltet sich diese textbasierte neue Kommunikations- und Beratungswelt als ein enormer Zugewinn an Handlungsmöglichkeiten (womit auch dem Begriff „barrierefreier Webzugang“ noch zusätzliche Bedeutung zukommt).

Die Ichs 2.0 sind also vor allem auch Menschen, die aufgrund äußerer Umstände (Behinderung bzw. auch zeitliche Einschränkung, räumliche Distanz) keine andere Möglichkeit als diese Form der Beratung haben, die sich lieber schriftlich ausdrücken als verbal (Telefon, face2face, ...) oder gezielt einen Austausch mit

ExpertInnen oder Peergroups (vgl. Benke, 2010) suchen und sich auf diese Art über das bestehende Hilfsangebot informieren wollen. Oder auch nur schlichtweg Personen, deren Umfeld nichts von der eigenen Suche erfahren darf. Es sind – wenn nicht alle so jedenfalls – viele!

Inszenierungstools des Ich 2.0

Nach wie vor vollzieht sich ein großer Teil der Online-Beratung textbasiert und damit scheint ja zunächst auch ein Teil der Kommunikation zu fehlen, scheint zunächst auch Kommunikation per se wenig greifbar.

Doch gerade die so zentralen Aspekte der textbasierten, durch Computer vermittelten Kommunikation (CvK), wie geografische Distanz, fehlender Sichtkontakt und Anonymität, verleiten umgekehrt die UserInnen dazu, ihre sozialen Ängste wie auch Hemmungen zu minimieren und lassen sehr rasch Beziehungen (bspw. in der gewohnten Umgebung von zuhause aus) zu. Für das Beratungssetting wiederum interessant ist aber auch, dass fehlende soziale Hinweisreize pro-soziales wie gleichermaßen anti-soziales Verhalten steigern können und das gerade die „Texte“ der Ratsuchenden „Bilder“ bei den Beratenden auslösen, die große Freiheitsgrade von der Täuschung bis hin zum Rollentausch ermöglichen und dem jeweiligen Gegenüber aufgrund manchmal nur minimaler Informationen (Schreibstil anstelle einer Altersangabe etc.) ein weites Feld für Projektionen und „Erster-Eindruck-Fallen“ eröffnen.

Wie und in welcher Gestalt zeigt sich also dieses Ich 2.0 seinem Gegenüber?

Es zeigt sich als Text, als Bild und als Stimme ebenso wie als nutzende Person und das technische Attribut des Quellcodes. Wobei sich der **Text** selbst bereits im Namen (Realname, Nickname), als Akronym (CU/See you, ...), Soundwort

(*hihi*, *grins*, ...), Formatierung/Spielerei (Maus als <:3)~~, ...) oder auch über die Sprache des Cyberslang (newbie = Neuling, ...) an sich zeigt.

Gerade der Nickname ist auch ein gutes Beispiel dafür, dass es auch im Netz nur wenig Zufälliges gibt. Kann man doch davon ausgehen, dass rund ein Drittel der Nicks in einem Bezug zum Ich (Eigenschaft, Lieblingsworte etc.) der User stehen und eine idealisierte Version ihres Selbst abgeben (vgl. Bechar-Israeli, 1995). Gleichsam ein „Über-Ich“, das auch oftmals dazu dienen soll, Schwächen wie Sozialprestige und Unsicherheiten zu verbergen, geht man nach der Studie der US-Psychologin Nick Yee (vgl. Moorstedt, 2007).

Frequency of Different Types of Nicks.*	N	Percent
Nicknames related to the self: <hydra>, <haddady>, <handone>	25	25.4%
Nicknames related to flora and fauna: <froggy>, <bulip>, <cheviger>	27	10.4%
Technology- or medium-related nicknames: <pentium>, <aixy>	20+0	8.9%
Nicknames which play with language and typography: <whathell>, <BeaUp>	15+5	7.7%
Reference to identity/lack of identity: <id>, <quest>, <unknown>	13+3	6.2%
Names of objects: <cheese>, <BHO>, <w-l>, <big>	9	3.5%
Nicknames ofing famous names: <elvis>, <italian>	7+1	3.1%
Nicknames from literature, TV, films, fairytales, ...: <rainman>	6	2.3%
Nicknames with play on sound: <amman>, <uh-uh>, <nototoo>	5+1	1.9%
Place-related nicknames: <california>, <irish>	5	1.9%
Sex-related nicknames: <sexpot>, <sexee>, <bigtoy>	4+1	1.9%
Provocative nicknames: <chilez>, <chamas>, <fuckjesus>	4	1.5%
Age related nicknames: <oldbear>, <cloudkid>	3+1	1.5%
Relational nicknames: <EKHslave>, <Bfiancee>	3	1.2%
People using their real name	18	6.9%
Nicknames with no specific category	29	11.2%
Total	260+15	105.9%

*Nicknames falling into more than one category are marked separately with a + sign in the second and third columns.

Abbildung 5: Nicks der Ich (Bechar-Israeli, 1995)

Aber auch dem **Bild** des Ichs kommt in Gestalt des Emoticons (emotional icon: ☺, ...), eines Avatars (Bildfigur) oder als Stellvertreter (Alter Ego) des Ichs in Form von privaten Homepages, Weblogs u.a. eine verstärkte Rolle in der Vermittlung zu.

Gerade angesichts des Web 2.0 und einer immer stärkeren Annäherung von Beratungsrealität und -virtualität stellt sich vermutlich schon bald nicht mehr die Shakespeare'sche Frage „2 skype or not 2 skype ...“, sondern wann weitere haptische oder olfaktorische Sinneswahrnehmungen (fühlen, riechen) für die Masse der Online-User nutzbar sein werden.

Das Bild im Sinne einer in Richtung „face2face-gehenden virtuellen Beratung“

(Benke) wird aber nicht bloß eine Frage der technologischen Machbarkeit sein, sondern auch berücksichtigen müssen, inwiefern ein virtueller Händedruck bzw. ein virtueller Geruch überhaupt (bei den Ratsuchenden und -gebenden gleichermaßen) erwünscht ist. Denn bereits jetzt signalisieren die jugendlichen UserInnen sehr klar, dass sie die Anonymität bzw. Pseudonymität ihres virtuellen Daseins sehr wohl als solche schätzen und keinen Wunsch verspüren, mehr (in Gestalt von Bildern oder ähnlichem) von sich her zu geben. Und genau in dieser Haltung sich aber wiederum von den Erwachsenen und älteren Zielgruppen unterscheiden.

Das Beratungs- und Darstellungsspektrum des Ichs 2.0 erfährt mit der Bild- bzw. Film- und Tonooptionen im aktuellen Web eine Erweiterung um das Medium der **Stimme**, wenn man etwa an die Skype- bzw. „digitale Beratung“ (Benke, 2009b) denkt. Handys und Smartphones bzw. mobile Beratungswerkzeuge im Einsatz unterschiedlichster Lern- und Beratungssettings (bspw. Coaching) sind ja vielfach bereits Selbstverständlichkeit geworden, selbst wenn sie von beiden Seiten aus nicht immer als eigenständige Beratungsmedien wahrgenommen werden. Dies mag vielleicht auch etwas damit zu tun haben, wie „selbstverständlich“ sich das Ich als **Person** im Netz verhält, welchen UserInnen-Typ es darstellt bzw. ob es sich bei den „Datenkörpern“ um „digital natives“ (Kinder, Jugendliche) oder „digital immigrants“ (ältere Erwachsene) handelt, die bewusst oder unbewusst die digitalen Kommunikations- und Beratungstools nützen.

Und last but not least sollte in Anbetracht aller Selbstverständlichkeiten doch nicht unerwähnt bleiben, dass – wenngleich sich jede Online-Kommunikation zwischen den Online-Ichs zwar von ‚keyboard-to-keyboard (k2k)‘ oder ‚screen-to-screen

(s2s)‘ vollzieht, diese Beziehung eine menschliche ist – selbst wenn der Standort (des Ichs) über den **Quellcode** des Anschlusses (technisches Attribut von E-Mails, Postings etc.) ortbar ist. Sitzt doch hinter jedem einzelnen Gerät ein Mensch mit seinen Wünschen, Gedanken und Hoffnungen, den es als solchen auch ernst zu nehmen und so verstanden auch zu „be-handeln“ gilt.

Sein oder Schein – Identitäten im Netz

Mit den sich ständig erweiternden technologischen Mitteln versteht es das Ich 2.0 auch immer besser, sich (auf immer einfachere Art und Weise) zu inszenieren. Diese Inszenierung und damit die eigentliche Nutzung des Umgangs mit der eigenen Identität wiederum kann – in Abhängigkeit von positiven oder negativen Zuschreibungen – aus den beiden konträren Blickwinkeln der Selbstmaskierungs- oder Selbsterkundungsthese heraus betrachtet werden.

Basisannahmen	Selbstmaskierungsthese („Scheinidentität“)	Selbsterkundungsthese („Identitätsarbeit“)
Menschenbild („Polarisierung“)	egoistisch, böse, eigennützig bzw. oberflächlich	gegenseitiges Verstehen, fast therapeutischer Einsatz der Online-Kommunikation, (sozial)kritische Reflexion der Netzerfahrung
Netzdienste („Einzelfälle statt Gruppen“)	Aufgreifen spektakulärer Fälle/Skandale	Nutzung der Erfahrungen der User
Nutzungskontext /Bsp.	User im Flirt-Chat	User im Experten-Chat
Quelle: DÖRNING (2000:8ff.) Entwurf: Benke (2007b)		

Abbildung 6: Thesen zur virtuellen Identität

Geht die **Selbstmaskierungsthese**, verstanden als Spiel des Selbst mit entsprechenden Rollenwechseln (Geschlecht, Alter, Ethnie, ...) davon aus, dass die ano- oder pseudonyme Identität egoistisch, böse, eigennützig (im Netz ist jeder „reich & schön“) bzw. oberflächlich ist und daher als rein fiktive bzw. Schein-Identität gilt, die ob ihrer Realitätsferne neben der Selbstidealisierung auch kriminellen Intentionen dienen kann, so plädiert die **Selbsterkundungsthese** dafür, das Ich als Spielplatz der Identitätsarbeit, als „Soziallabor für Experimente“ (Turkle in

Benke, 2009a) zu sehen, das ständig neue Identitäten (re)konstruiert und damit den eigenen authentischen Persönlichkeitsanteilen ein enormes Potenzial zur Selbsterkundung (nämlich losgelöst von einschränkenden sozialen Kontexten) bietet.

Letztere Sichtweise zeigt überdies allen UserInnen – vor allem aber gehandicapten Personen – die „Ermutigungsperspektive des Web“ auf und eröffnet ein Spektrum (sozial)kritischer Reflexion der eigenen Netzerfahrung, eines sich gegenseitigen-Verstehens bis hin zu einer quasi-therapeutischen Nutzung von Online-Kommunikation bzw. Beratung für möglichst viele gesellschaftliche Gruppen.

Wie zeigt sich das Ich 2.0 im Web?

Das Ich 2.0 zeigt sich zunächst einmal – und in der Regel – geschützt in Gestalt der Anonymität oder Pseudonymität über seinen Nickname.

Dieser Schutzmantel ist es vermutlich auch, der es den (rat)suchenden Ichs erleichtert, ihrem Gegenüber (und den Ichs auf Plattformen bzw. in Communities) auch ihre schwache Seite zu „offenbaren“. Genau dadurch kann sich auch die soziale Komponente ausdrücken und das Ich wird vom rein konsumierenden Nutzertyp zum „prosumptiven“, also einem Ich, das (sich) produziert und konsumiert gleichermaßen. (Wenngleich die Verteilung unter denjenigen, die etwas bzw. ein wenig oder gar nichts zur Weiterentwicklung auf Plattformen beitragen, sich über die „90-9-1-Regel“ festmachen lässt: 90 Prozent der UserInnen sind somit Lurker (ROPS/Read

Only Participants) und nur ein Prozent zählt zu den Aktivposten, wie eine Nielsen-Studie (2006) die unterschiedlichen Aktivitäten beschreibt.

Dabei (re)präsentiert sich das Ich als ein selbstexploratives Ich, das seine Handlungsfreiräume uneingeschränkt im Sinne eines „Ganzjahreskarnevals“ (Benke) zu nützen versteht und somit sein Bedürfnis nach einem geschützten Raum zumindest zeitlich nicht länger aufheben muss: Virtuelles trial and error ist rund um die Uhr und das ganz Jahr über möglich. Bemerkenswert dabei ist jedoch, dass diese Option durchaus nicht nur im Eigeninteresse wahrgenommen wird, sondern auch im Namen und Interesse anderer Ratsuchender, denen man auf diese Art und Weise indirekt Unterstützung zuteilwerden lassen will, erfolgen kann. Ganz einfach nämlich, indem man etwa eine Anfrage aus der Perspektive einer Freundin stellt und so in deren Rolle schlüpft, ihre Sichtweise einnimmt und ihr damit unmittelbar zu helfen versucht. Was – last but not least – ja auch noch eine hoch empathische und tief soziale Haltung auf dem Weg zur Hilfefindung ausdrückt.

Was aber ist nun das Besondere am Ich 2.0 und seinem virtuellen Lebensalltag, das eine fachlich differenzierte wie ebenso qualifizierte Herangehensweise über die Online- bzw. digitale Beratung so notwendig macht? Welche Basiserkenntnis zum Ich 2.0 braucht es, will man den Anspruch einer hochqualitativen Beratungsbeziehung auch virtuell einlösen?



Ein wesentlicher und sehr rasch erkennbarer Unterschied zwischen f2f- und Online-Beratung liegt für das Ich darin, dass es **als Text und zudem oft zeitversetzt** (via E-Mail und Foren) die Beratenden erreicht; was wiederum Handlungsspielräume ermöglicht, die es auch zu nützen gilt.



Ein anderer Unterschied zwischen Online- und f2f-Beratung wird erfahrbar über verschiedene **Artikulationsmöglichkeiten des Ichs** (als Bild, Text, Stimme etc.). Anstelle einer direkten konfrontativen Kommunikation bleibt in der Online-Beratung jener **Text** respektive jenes **Bild** oder die **Stimme** als Kommunikationsmedium den Dialogführenden zwischengeschaltet, die es jeweils zu dekonstruieren gilt.



Das Ich in der Online-Beratung meint in erster Linie Identitäten. Diese konstruierten Identitäten der UserInnen ziehen die Aufmerksamkeit von den **Ichs der „anderen“** (Beratende, Co-UserInnen) ab. Auch diese bieten sich für eine Dekonstruktion an.



Das Online-Ich in seinen verschiedenen Facetten findet sich an **unterschiedlichen Orten** – und dies zu unterschiedlichsten Zeiten. Es scheint das Ich fraktal zu sein.



Das Ich als (oft zeitversetzter) Text produziert den **www-Effekt** (Benke, 2007a), nämlich die „**Wahrscheinlichkeit zur veränderten Wahrnehmung der Wirklichkeit**“.

Der www-Effekt, also die Wahrscheinlichkeit zur veränderten Wahrnehmung der Wirklichkeit, beschreibt einen markanten Unterschied von f2f- zu Online-Beratung darin, dass sich „die Wirklichkeit“ für die Ratsuchenden während des Kommunikationsprozesses (senden – empfangen – senden) vor allem bei asynchronen Kommunikationsformen wie E-Mail-Kontakten, Forum-Postings etc. vom Absenden der E-Mails/ Postings bis zum Answererhalt mehrmals geändert haben kann. Was wiederum ein völlig neues Bild von der aktuellen Situation zeichnen lässt. Ja, eine solche Neuzeichnung des Bildes geradezu einfordert.

Ein intensiveres Nachfragen hinsichtlich ‚subjektiver Realität, deren In-Stabilität bzw. In-Aktualität‘ ist dann umso wichtiger bzw. hilfreicher, wenn die Person selbst darüber keine klaren Aussagen macht.



Das virtuelle Ich wird vom „**Nähe-Distanz-Paradoxon**“ (Benke) geprägt, welches im Netz jedem Dialog immanent ist. Dies bedeutet im räumlichen Kontext, dass „geografisch sichere Distanzen“ im weltweiten Netz im Beratungsdialo g bzw. -dreieck dazu verleiten können, über die Öffnung des Ichs eine neue Form von Nähe im Sinne von Vertrautheit wahrzunehmen, die nicht zwingend gegeben sein muss, sondern gegenteilig gerade die Idealisierung von Interpretationen und Projektionen fördert.

Abbildung 7: 6 Thesen zum Ich in der Online Beratung (vgl. Benke, 2007a)

„Sich in der Virtualität zu behaupten,
heißt eine gute Chance zu haben,
sich in der Realität zurechtzufinden.“
(Benke)

Bildungsberatung und das zukünftige Ich

Die reale Welt ist virtueller geworden – und die virtuelle realer. Wie aber zeigt sich das Ich 2.0 seinem beratenden Gegenüber hinter dem Schirm, also s2s?

Es offenbart sich als fragiles Wesen und in seinen Erwartungshaltungen und Wünschen an ein erfülltes bzw. erfolgreiches Leben durchaus erwartungsvoll bzw. zunehmend fordernd und dockt so an den Kreis der virtuellen (Bildungs)Beratung an. Es fordert Hilfestellungen im lebenslangen Lernprozess ebenso ein wie Ausbau und Entwicklung seiner eigenen Entscheidungskompetenz für sich und sein Leben. Und dies in jedem möglichen Moment bzw. an jedem Ort seines Lebens- und Berufsalltags. Womit eben jeder niederschweligen und daher zeitgemäßen Form von Information und Beratung eine besondere (wie wachsende) Bedeutung zukommt. Reale und besonders virtuelle Beratungsformen sind damit auch Antworten auf die pluralen Wirklichkeiten jener Ichs, die in den Prozessen der Beschleunigung, der Kurzlebigkeit immer öfters ein Gefühl von Ohnmacht erleben. Und damit scheinen auch schon die Anforderungen und Erwartungen an AntwortgeberInnen aus dem Spektrum der „pädagogischen Beratung“ (vgl. Giesecke in Benke, 2009b) klar umrissen zu sein:

Eine Bildungsberatung der Zukunft kann sich nicht bloß als individuumsspezifische Lern- bzw. Berufs- und Weiterbildung (selbst)verstehen, die unmittelbar im Beratungsalltag wirkt, sondern muss auch präventive Aspekte ebenso mit umfassen wie jene der Nachsorge (vgl. Kühne & Hintenberger, 2009, S. 15).

Eine erfolgreiche Unterstützung jener Ichs kann sich gerade in Anbetracht der sich vervielfältigenden Möglichkeiten der (gleichzeitigen) Nutzung von face2face-

und virtueller Beratung zeigen, zumal sich beide als Medium zweckbringend ergänzen und bereichern (können). Denn das Ich fordert das **Undundund** (vgl. Benke, 2007b, S.4) von Möglichkeiten ein: Und das ist **niederschwellig** und **virtuell**!

Literatur:

- Bechar-Israeli, Haya (1995). From <Bonehead> TO <cLoNehEAd>: Nicknames, play and Identity on Internet Relay Chat. Journal of Computer Mediated Communication, 1 (2). URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue2/bechar.html>
- Benke, Karlheinz (2010). ... auf Augenhöhe: Rundumblicke zur Peer-Online-Beratung. In: e-beratungsjournal.net. Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation (6.Jg./H.1: 'Online-Beratung mit Kindern und Jugendlichen'). URL: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0110/benke.pdf
- Benke, Karlheinz (2009a). Netz, Online-Kommunikation und Identität. In: Kühne, St., Hintenberger, G.: Handbuch Online-Beratung. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Benke, Karlheinz (2009b). beRATung.digital: Vom Helpdesk zum digitalen Coaching. In: e-beratungsjournal.net - Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation (H.1/5.Jg.: 'Besondere Anwendungsgebiete der Onlineberatung'). URL: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0109/benke.pdf
- Benke, Karlheinz (2009c). Digitale Ungleichheiten – theoretisch ... wie praktisch! Alltagsbetrachtungen zu einer postmodernen, sozialen Herausforderung des 21. Jahrhunderts. In: e-beratungsjournal.net - Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation (H.2/5.Jg.: 'Onlineberatung im internationalen Vergleich'). URL: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0209/benke.pdf
- Benke, Karlheinz (2008a). Beratung im Cyberspace: Virtualität als Lebens(lern)raum. In: Schachtner, Ch., Höber, A., ed.: Learning

- Communities: Der Cyberspace als neuer Lern- und Wissensraum. Frankfurt: Campus, S.191-201.
- Benke, Karlheinz (2008b). Soziales Lernen im Web 2.0, oder: Montessori und das Web? In: [e-beratungsjournal.net](http://www.e-beratungsjournal.net) - Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation (H.1/3.Jg.: ‚Zwischen den Zeilen‘). URL: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0108/benke.pdf
- Benke, Karlheinz (2007a). Online-Beratung und das Ich: Bild Bilder und Abbilder im virtuellen Raum. Duisburg.
- Benke, Karlheinz (2007b). Das Ich im Web 2.0: Vom Spiel zur Inszenierung. In: [e-beratungsjournal.net](http://www.e-beratungsjournal.net) - Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation (H.1/3.Jg.: ‚Inszenierungen‘). URL: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0107/benke.pdf
- Benke, Karlheinz & Schwarz, Harald (2007c). Zur Erschaffung der Virtualität und ihrer Bilder: AugenBlickWinkel. In: [e-beratungsjournal.net](http://www.e-beratungsjournal.net) - Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation (H.2/3.Jg.: ‚Sprachbilder – Bildersprache‘). URL: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0207/benke.pdf
- Benke, Karlheinz (2005). Virtualität als Lebensraum(gefühl): Einsamkeit, Gemeinschaft und Hilfe im virtuellen Raum. In: [e-beratungsjournal.net](http://www.e-beratungsjournal.net) - Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation (H.1/1.Jg.: ‚Felder von Onlineberatung‘. URL: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0105/benke.pdf
- Cooper, Robbie (2007). Alter Ego: Avatars and their creators. London.
- Döring, Nicola (2000). Identität + Internet = Virtuelle Identität? In: Forum Medienethik (Nr. 2), S. 65-75. URL: http://visor.unibe.ch/ws04/medienthemen/docs/doering_identitaet.pdf
- Dyson, Edith (1997). Release 2.0. Die Internet-Gesellschaft. Spielregeln für unsere digitale Zukunft. München.
- Fritz, Jürgen (2005). Ich chatte also bin ich. Virtuelle Spielgemeinschaften zwischen Identitätsarbeit und Internetsucht. URL: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/computerspiele/63682/virtuelle-gemeinschaft?p=all>
- Funk, Rainer (2005). Ich und Wir. Psychoanalyse des postmodernen Menschen. München.
- Glaser, Peter (2007). Das Ende der Kommunikation. In: AT. VENTURE (H. Juni), S.35-39.
- Misik, Robert (2006). Der Weg ins Freie (Der Standard, 9.9.2006). URL: <http://www.misik.at/texte-aus-dem-standard-wien/der-weg-ins-freie.php>
- Moorstedt, Thomas (2007). Ego reloaded. In: Rondo (Beilage - Der Standard, 29.7.), S.8.
- Nielsen, Jakob (2006). Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute. URL: http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html
- O'Reilly, Tim (2005). What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. URL: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html?page=1>
- Ottinger, Gerda (2008). Soziale Ungleichheiten in der Informationsgesellschaft. Das Phänomen der „digitalen Kluft“ und die Bedeutung für die Sozialarbeit. Duisburg.
- Tomitsch, Christian (2012). Implementierung einer Online-Beratung in einer bestehenden Unternehmensberatungseinrichtung. Abschlussarbeit des Lehrgangs [Digitale Beratung]:online beraten (Arge Bildungsmanagement Wien).
- Thiery, Heinz (2011). Beratung auf Facebook und Twitter? Wie virtuelle Beratungsangebote auf die neuen Leitmedien reagieren können. In: [e-beratungsjournal.net](http://www.e-beratungsjournal.net) - Fachzeitschrift für Online-Beratung und computervermittelte Kommunikation (H.2/7.Jg.: ‚Onlineberatung – aktuelle Entwicklungen und Berichte‘). URL: http://www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0211/thiery.pdf
- Turkle, Sherry (1998). Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet. Reinbek.