

Blended Counseling - Hinführung, medientheoretische Einordnung und kritische Würdigung

Kreller, Helmut; Thiery, Heinz

Postprint / Postprint

Arbeitspapier / working paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kreller, H., & Thiery, H. (2021). *Blended Counseling - Hinführung, medientheoretische Einordnung und kritische Würdigung*. Deutschsprachige Gesellschaft für psychosoziale Online-Beratung e.V. (DGOB). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-74195-0>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Basic Digital Peer Publishing-Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:
<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

Terms of use:

This document is made available under a Basic Digital Peer Publishing Licence. For more information see:
<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

„Blended Counseling“ - Hinführung, medientheoretische Einordnung und kritische Würdigung

Vorbemerkung

Dieser Artikel will vernachlässigte mediale Aspekte zum Thema ‚blended counseling‘ (kurz: BC) nachtragen. Ziel ist die Eröffnung eines anderen Blicks auf das, was unter dem Etikett BC publiziert wird. Jedes Beratungssetting zeichnet sich durch eine je spezifische mediale Verfassung aus, deren Merkmale und (Aus-)Wirkungen zum besseren Verständnis und zum transparenten Nachvollzug der Überlegungen benannt werden sollten. Woraus folgt: für alle aktuellen und künftigen Settings sind medientheoretische Aspekte zentral und sollten in den Publikationen hinreichend Berücksichtigung finden.

Um auch Leser*innen, die sich erstmals mit Online-Beratung und BC beschäftigen, den Nachvollzug der hier vorgestellten (durchaus komplexen) Überlegungen zu erleichtern, haben wir in den Fußnoten nicht nur auf die von uns zitierten Autor*innen verwiesen, sondern auch die Zitate vorgestellt, auf die wir unsere Überlegungen beziehen.

Bevor wir definieren, was unter BC zu verstehen ist und wann sich BC ereignet, möchten wir verdeutlichen, welche Konstellationen aus unserer Sicht nicht als BC bezeichnet werden können. Kommt es beispielsweise innerhalb eines face-to-face-Kontakts zum Einsatz von Medien (Bücher, Telefon, Digitalmedien etc.), handelt es sich bei dieser Konstellation nicht um BC, sondern um eine face-to-face-Konstellation mit (tele-)medialer Unterstützung. Wenn das Etikett ‚BC‘ sich nicht auf beliebige Konstellationen beziehen soll (und dadurch alle Unterschiede verwischt), dann muss die Bezeichnung ‚BC‘ hinreichend trennscharf gehandhabt werden, um Unterschiede vorstellen zu können.

Ebenfalls Wert legen wir auf eine trennscharfe Definition von ‚face-to-face‘, ein bildhafter Alias für angesichtige Interaktion. Aus unserer Sicht verbietet es sich, audio-visuelle Kommunikation als eine (erweiterte) Form von face-to-face zu verstehen, weil ein direkter Blickkontakt (Stichwort: eye contact dilemma¹) ebenso wenig möglich ist wie die sinnliche Wahrnehmung dessen, was sich am Aufenthaltsort des entfernten Gegenübers ereignet. Audio-visuelle Kommunikation erlaubt einen face-to-screen-Kontakt, d.h. alles was die Beteiligten sehen und erleben, ereignet sich auf (zweidimensionalen) Bildschirmen an unterschiedlichen Orten. Diese Konstellation erfüllt nicht die Anforderungen, die aus systemtheoretischer Sicht an Interaktion zu stellen sind.

I. Erste Annäherung an das Setting BC

‚Blended counseling‘ (BC) ist ein Beratungssetting unter dem Regime² sich wiederholender Medienbrüche, verursacht durch willentliche Wechsel zwischen interaktiven (angesichtigen) und telemedial vermittelten Phasen der Beratungskommunikation. Anders formuliert: BC präsentiert sich als komplexes Setting, das organisationale Merkmale der Präsenz- und Online-Beratung aufweist, die zu unterschiedlichen Zeitpunkten zum Einsatz kommen, weshalb eine ‚Vermischung‘ jeglicher Art

¹ <http://www.videoberatung.org/eye-contact-dilemma/>.

² Der Begriff ‚Regime‘ meint – in Anlehnung an Michel Foucault – die technikbedingte Einschnürung (Kanalisation) der Kommunikation, indem sie den Gesetzmäßigkeiten und der Kontrolle der angewendeten Technik unterstellt wird (Mersch 2014: 48). Krämer weist auf das Regime der Zeitformen hin, die uns kommunikative Rahmenbedingungen ‚aufzwingen‘, denen wir uns nicht entziehen können (Krämer 1998: 563).

ausgeschlossen ist. Seine Wirkung entfaltet das Setting nicht trotz, sondern wegen der Phasenwechsel, so die übereinstimmende Deutung in den einschlägigen Publikationen. Den Ratsuchenden ist aufgetragen, die unterschiedlichen und unterschiedlich hilfreichen Wirkungen von Interaktion und telemedial vermittelter Kommunikation eigenverantwortlich zu moderieren. Es obliegt ihrer Entscheidung, Widerstände gegen den Medienbruch oder Widersprüche als Folge des Medienbruchs zu thematisieren und zu entscheiden, welchen Effekten sie das größere Lösungspotenzial zusprechen: den Effekten der interaktiven Phasen oder den Effekten der eigenen Imagination während der Online-Phasen. Es geht bei diesen Entscheidungen um nicht weniger als um die Gültigkeit von Zukunftsperspektiven.³

Der Unterscheidung von Interaktion und Kommunikation liegt eine systemtheoretische Sicht zugrunde: Interaktion kommt – quasi automatisch – immer dann zustande, wenn mindestens zwei Beteiligte wahrnehmen, dass sie einander wahrnehmen. Was voraussetzt, dass die Beteiligten sich zur gleichen Zeit im gleichen Raum aufhalten, d.h. füreinander physisch erreichbar sind. Erst dann kann sich jene „*rhythmisch-rhapsodische Synchronisation*“ entfalten, die mündliche (synchrone) Kommunikation auszeichnet.⁴ Bei den Beteiligten entsteht der Eindruck, dasselbe zu erleben.⁵

Sind die Kommunikant*innen räumlich getrennt, bleiben sie in Bezug auf die Merkmale des entfernten Ortes⁶, an dem sich die andere Person gerade aufhält, sowie persönlicher Merkmale auf ihre Imagination angewiesen, und dies unterschiedlich intensiv: während audio-visuelle Kommunikation die an der Kommunikation Beteiligten *telepräsent* ‚erscheinen‘ lässt, ereignet sich schriftliche Kommunikation einsam und selbstbezogen: wer liest oder schreibt, entzieht sich temporär der Kommunikation.⁷

Weil die audio-visuelle Kommunikation durch die Übertragung von Bild und Ton der Interaktion ähnelt, kommt auch bei ihr (wie bei der Interaktion) die Zeit als knappe Ressource ins Spiel: die zur Verfügung stehende Zeit reicht nicht aus, um zu „*vollgültig rationalen Entscheidungen zu kommen*“.⁸ Weil Schrift Sinn konserviert⁹, entschärft schriftliche Kommunikation dieses Zeitproblem. Man kann Texte wiederholend (iterativ) lesen, um besser zu verstehen oder sich von der Re-Lektüre überraschen lassen.¹⁰ Im Unterschied zur Interaktion, an der alle Sinne beteiligt sind (auch wenn nicht alle Sinne zum Verstehen benötigt werden), fokussiert telemedial gerahmte Kommunikation die Beteiligten primär auf die mitgeteilte Information¹¹: es kommt zur Versachlichung der Kommunikation. BC eröffnet ein Setting, bei dem die Beteiligten unterschiedliche (Aus-)Wirkungen unterschiedlicher Raum-Zeit-Verhältnisse auf ein vereinbartes (oder gesetztes) Ziel hin moderieren müssen, und zwar einmal unter Einrechnung der Effekte der sinnlich dichten Interaktion, einmal unter Einrechnung der Effekte telemedial vermittelter Kommunikation, die sich in audio-visuellen oder schriftgestützten Phasen durchaus unterschiedlich einstellen können.

³ „Geltung ist gleichermaßen eine Voraussetzung für Wahrheit wie auch für Falschheit. [...] Denn nur wenn man über dasselbe unterschiedlicher Meinung ist, ist man unterschiedlicher Meinung – und genau das ist die Geltung: das Vorhandensein von etwas, was für mehrere Personen zu verschiedenen Zeiten dasselbe ist“ (Wiesing 2008: 242).

⁴ Luhmann 1984: 223.

⁵ „Es ist dies gemeinsame Erleben einer strukturierten Abfolge, dass Sprechern und Hörern den Eindruck vermittelt, dasselbe zu erleben“ (Luhmann 1998: 255).

⁶ „Ein Raum ist immer schon ein Raum in Räumen, doch die Orientierung in diesen Räumen ist nur möglich aus jeweils einem Raum heraus. [...] Auch die Beobachtung einer Vielfalt von Perspektiven ist nur aus einer Perspektive möglich“ (Baecker 2013: 82).

⁷ „Etwas zu schreiben und zu lesen heißt nicht, in die Kommunikation einzutreten, sondern heißt zuerst einmal, sich der Kommunikation zu entziehen“ (Krämer 2000: 105).

⁸ Luhmann 2009a: 127.

⁹ „Außerdem widerspricht die Stimme [...] der Wiedererkennbarkeit von Sinn. Sie kann nur im Moment des Sprechens gehört werden und verhallt“ (Luhmann 1998: 250).

¹⁰ Esposito 2004: 86.

¹¹ Kreggenfeld 2021: 62.

Mit dem Format BC wird in der Literatur eine crossmediale Kommunikation vorgestellt, die Beratung über unterschiedliche Settings distribuiert, um durch „*richtige Mischung*“¹² unterstellte Nachteile monomedialer Settings auszugleichen. Mit der unglücklichen Wortwahl ‚blended‘ wird eine Grenzauflösung zwischen Interaktion und Telekommunikation suggeriert, die einer medientheoretischen und semantischen Analyse nicht standhält.

II. Zur Semantik des BC

Die nachfolgenden Anmerkungen bestreiten nicht, dass das Etikett ‚blended counseling‘ (zumindest innerhalb der Profession) zutreffende Assoziationen befördert. Dennoch sind Formulierungen, bei BC handele es sich um eine wie auch immer geartete „*Mischform*“¹³, semantisch unangemessen.

Laut Duden bedeutet ‚blended‘ vermischt¹⁴, vermengt oder meliert. Ein ‚blended‘ Whisky besteht aus unterschiedlichen Whiskys, die zum Zweck geschmacklicher Aufwertung oder gleichbleibender Qualität vermischt, d.h. ‚vereinigt‘ werden. Die so entstandene Mischung kann nachträglich weder visuell, olfaktorisch noch gustatorisch entmischt werden.

Unter dem Etikett ‚blended counseling‘ wird ein Ablauf vorgestellt, bei dem sich Präsenzphasen und telemedial vermittelte Kommunikationsphasen abwechseln. Diese Phasen ereignen sich überschneidungsfrei, denn sie schließen sich gegenseitig aus: entweder man interagiert und ist räumlich anwesend, oder man kommuniziert telemedial vermittelt, weil man sich woanders aufhält und die räumliche Entfernung mit Hilfe geeigneter Kommunikationstechnik überbrücken muss. Semantisch zutreffend wäre die Rede vom ‚alternating counseling‘¹⁵ oder ins Deutsche übersetzt: ein Beratungssetting, bei dem sich Offline- und Online-Kontakte abwechseln.

Mit der Umstellung von ‚Beratung‘ auf ‚Kontakte‘ wird zusätzlich der (leicht entstehende) Eindruck vermieden, die Beratungsmethode würde alterniert. Das Wort ‚Kontakt‘ vermittelt auch fachfremden Leser*innen, dass es um die Angabe geht, ob beim vereinbarten Termin interagiert oder telemedial vermittelt kommuniziert wird. Etikettiert man diesen alternierenden Phasenwechsel mit dem Wort ‚Setting‘, kann die Bedeutung des Etiketts ‚blended counseling‘ präziser gefasst werden: ‚blended counseling‘ ist ein Alias für den alternierenden Einsatz zweier sich ausschließender Kontaktformen: Kontakte finden entweder kopräsent oder telepräsent statt, eine wie auch immer geartete Vermischung ist physikalisch unmöglich, entweder man ist anwesend oder abwesend, beides kann nicht zeitgleich der Fall sein.

An dieser Stelle lohnt ein Blick auf die in den Publikationen zur Online-Beratung genutzten Begrifflichkeiten. Konsistente Texte setzen vorgängige Definitionen des vorzustellenden Gegenstandes oder Sachverhaltes voraus, um nachvollziehen zu können, auf Basis welcher Theorien die Begriffe Verwendung finden.¹⁶ Begriffe wie ‚(Beratungs-)Methode‘, ‚(Beratungs-)Technik‘, ‚Format(e)‘, ‚online/offline‘, ‚Internet‘ etc. sind in der Fachliteratur mit unterschiedlichen, teils gegensinnigen Bedeutungen besetzt.

¹² z.B. Hörmann 2020, https://www.blended-counseling.ch/wp-content/uploads/sites/56/2020/06/2018_blended_counseling_SD_ZH_Interview.pdf

¹³ Weiß 2013: 14; Engelhardt & Storch 2013: 9.

¹⁴ Das Verb ‚vermischen‘ ist doppelsinnig, es meint auch ‚durcheinanderbringen‘ oder ‚verwechseln‘.

¹⁵ Bislang bleibt die Reichweite des Etiketts auf den deutschsprachigen Raum beschränkt. Im angelsächsischen Sprachraum bezeichnet das Etikett ein Portfolio unterschiedlicher Formate (Beratung, Supervision, Coaching, exemplarisch Simms 1999), also einen *Gemischtwarenladen* (<http://www.nbagility.com/en/portfolio-view/blended-counseling-and-coaching>). Vereinzelt werden mit diesem Etikett Familientherapien in unterschiedlichen Personenkonstellationen vorgestellt (<https://www.healinggenerationscounseling.com/family-therapy>).

¹⁶ „Aus Gründen der Höflichkeit und auch aus anderen Gründen soll ein Schriftsteller seine Begriffe bestimmen“ (Flusser 1995:7).

III. Phasenkombinationen und zugeordnete mediale Konstellationen

Vorgestellt wird BC als formal-logische Kombination aus vier Startpunkten: zwei interaktive (kopräsente) Startpunkte, zwei Startpunkte online.¹⁷ Aus unserer Sicht ergeben sich lediglich zwei Startpunkte: die (angesichtige) Interaktion (offline) oder telemedial vermittelte Kommunikation (online). Online-Kommunikation wiederum präsentiert sich in zwei Varianten: schriftgestützt oder audio-visuell. Ein aus unserer Sicht vernachlässigter Aspekt, weil sich schriftgestützte Kommunikation anders ereignet als audio-visuelle Kommunikation, da letztere auch Mimik und Gestik präsentiert und über das gesprochene Wort erkennbar sein kann, in welcher emotionalen Verfassung das Gegenüber sich befindet – eine technisch störungsfreie Übertragung vorausgesetzt. Wird dagegen schriftlich kommuniziert, müssen die Beteiligten alle für sie relevanten Aspekte imaginieren. Funktion und Wirkung der Imagination bei schriftgestützter Kommunikation werden im Abschnitt V vorgestellt.

Die aufgezeigten Unterschiede verdeutlichen erneut, warum die Rede von ‚Mischung‘ semantisch und physikalisch irreführend ist: Interaktion und telemedial vermittelte Kommunikation stehen in einem polaren Verhältnis zueinander: man kann nicht gleichzeitig an- und abwesend sein, auch die unterschiedlichen Raum-Zeitverhältnisse sind nicht mischbar: man kann nicht gleichzeitig synchron und asynchron kommunizieren. Vielmehr gilt: Interaktion und telemedial vermittelte Kommunikation können sich – einander ausschließend – lediglich sequentiell, d.h. in einem zeitlichen Nacheinander ereignen.

Die beiden Startvarianten samt der zugehörigen Zeit- und Raumkonstellationen sowie der zur Kommunikation notwendigen Medien können wie folgt ausdifferenziert werden:

Tabelle 1:

	Offline	Online	
	Interaktiv (synchron)	Online asynchron	Online simultan
Beratung startet im	Face-to-face-Setting (alias offline)	telemedial vermittelten Setting (alias online)	telemedial vermittelten Setting (alias online)
Kommuniziert wird	mündlich, unterstützt durch nonverbale Signale (Gestik/Mimik)	schriftgestützt und zeitversetzt	schriftgestützt zeitgleich oder audio-visuell zeitgleich
Wechsel möglich zu	telemedial gerahmtem Setting (und zurück)	Interaktiv gerahmtem Setting (und zurück)	Interaktiv gerahmtem Setting (und zurück)
Zeitform(en)	synchron	asynchron (z.B. Webmail) ¹⁸	simultan (Text-Chat, Video-Chat)
Raumkonstellation	gemeinsamer Handlungs- und Erlebnisraum (Hier und Jetzt / Origo ¹⁹)	eigener Imaginations-,raum‘	virtueller (zweidimensionaler) Kommunikations-,raum‘
Medien	Gesprochene Sprache Nonverbale Signale Paralinguistische Signale (Stimmführung, Stimmlage) Licht und Luft (als Übertragungsmedium)	geschriebene Sprache (ikono-)graphische Zeichen zur Darstellung von Emotionen/Zuständen. Technische Hilfsmittel als Übertragungsmedium (z.B. Brief, elektronische Medien)	gesprochene Sprache nonverbale Signale (Mimik/Gestik) paralinguistische Signale (Stimmführung, Stimmlage). Technische Hilfsmittel als Übertragungsmedium (audio-visuelle Medien)

¹⁷ Exemplarisch Engelhardt & Reindl 2016, Hörmann 2019, die vier Varianten vorstellen.

¹⁸ Die so genannte ‚(Web-)Mailberatung‘ ist ein (irreführender) Alias für eine schriftliche Kommunikation unter Nutzung datenschutzkonformer (Branchen-)Software, der in seiner optischen Präsentation einer eMail-Kommunikation ähnelt.

¹⁹ Hoffmann 2004: 106.

Ausgehend von den beiden Startpunkten ergeben sich die nachfolgend dargestellten Wechselmöglichkeiten:

Tabelle 2:

	Offline	Online
Wechselvariante 1	wechselt in das Online-Setting und verbleibt dort bis zum Ende.	wechselt in das Offline-Setting und verbleibt dort bis zum Ende.
Wechselvariante 2	Wechselt in das Online-Setting und von dort wieder in das Offline-Setting. Der wahlweise Wechsel kann beliebig oft wiederholt werden. Die Dauer der Offline-/Online-Phasen (Anzahl der Kontakte) kann ebenfalls beliebig variieren.	Wechselt in das Offline-Setting und von dort wieder in das Online-Setting. Der wahlweise Wechsel kann beliebig oft wiederholt werden. Die Dauer der Offline-/Online-Phasen (Anzahl der Kontakte) kann ebenfalls beliebig variieren.

Zwecks besserer Nachvollziehbarkeit werden die in der Tabelle genutzten Begrifflichkeiten kurz erläutert:

- a) Unter ‚Settings‘ werden nicht schulmethodische, sondern organisationale Settings verstanden, d.h. die raum-zeitliche Rahmung der Hilfeangebote und die Auswirkungen auf die Gestaltung des Settings durch spezifische organisatorische Vorgaben, Konzepte und Zielvorstellungen der anbietenden Organisation/Institution.
- b) Es ist keineswegs ausreichend, lediglich die beiden Zeitformen synchron und asynchron²⁰ zu unterscheiden. Auf alle chatförmigen Settings (Text-Chat, Video-Chat) trifft die Zeitform der Simultaneität zu. Simultan ereignet sich Kommunikation immer dann, wenn räumlich Abwesende zeitgleich (i.S.v. ‚Echtzeit‘²¹) miteinander kommunizieren.
- c) Interaktion ereignet sich ausschließlich zwischen räumlich Anwesenden, Lesende und Schreibende entziehen sich (temporär) der Interaktion. Textrezeption erzwingt das Mitlaufen der Imagination.²² Wird audio-visuell kommuniziert, entsteht ein virtueller (zweidimensionaler) Kommunikations- ‚raum‘, in den die Beteiligten nicht eintreten können, denn er ist das Produkt einer technischen Simulation.²³ Beteiligte mögen das Geschehen für sich als Tele-Präsenz imaginieren, dennoch bleiben die taktilen, olfaktorischen und gustatorischen Wahrnehmungen ausschließlich auf die Raumverhältnisse beschränkt, in denen man sich je selbst befindet.

Ausgehend von den beiden Startpunkten beschränken sich die Variationsmöglichkeiten auf die in Tabelle 2 vorgestellten Temporalisierungsformen (Phasen), welche nicht mit den üblicherweise vorgestellten Vier-Varianten-Schemata zu verwechseln sind. Nicht zuletzt deshalb, weil die beiden

²⁰ Synchron: zur gleichen Zeit im gleichen Raum, asynchron: Textproduktion und Textrezeption erfolgen bei den räumlich Abwesenden zu unterschiedlichen Zeitpunkten (‚fallen auseinander‘).

²¹ Der Begriff ‚Echtzeit‘ repräsentiert den Zeitversatz, der sich beim Abarbeiten von Algorithmen unweigerlich ergibt, auch wenn er so kurz ist, dass er der menschlichen Wahrnehmung verborgen bleibt.

²² „ ‚Reading‘ a text means converting it to sound, aloud or in the imagination, syllableby-syllable in slow reading or sketchily in the rapid reading common to high-technology cultures.“ (Ong 1988: 8, 143).

²³ « Die hyperreale Repräsentation, die Exaktheit der Kopien, also die perfekte Simulation, lassen selbstverständlich auch eine perfektere Täuschung zu, und im digitalen Sampling oder in der digitalen Fotografie gehören Konstruktion und Simulation von Wirklichkeit nun einmal zu den grundlegenden Operationen“ (Hoffmann 2014: 19), sowie: „Je weiter unser Wissen um sensorische, motorische, und bald auch kognitive und perzeptuelle Simulation voranschreitet, desto mehr werden wir verstehen, dass Realität eine Funktion von Medien ist“ (Kerckhove 1998: 193). Den für Beratung hilfreichen Aspekt der Simulation formuliert Reckwitz: „Im Medium des Computers lernt das Subjekt, beständig Simulationen zu produzieren und mit Simulationen konfrontiert zu werden, die eine Vorläufigkeit und Veränderbarkeit besitzen und verschiedene Versionen durchspielbar machen“ (Reckwitz 2006: 103).

Wechselvarianten 1 insofern Scheinvarianten vorstellen, als nach dem ersten initialen Wechsel keine weiteren Wechsel vorgesehen sind, d.h. Ratsuchenden eine Wahlmöglichkeit vorenthalten wird, sollten sie feststellen, dass das aktuelle Setting aus ihrer Sicht ‚unpassend‘ ist. Bei der Wechselvariante 1 (online zu Beginn, danach dauerhaft offline) könnte auf Seiten der Ratsuchenden der Eindruck entstehen, BC diene lediglich dem Zweck der Umleitung in die Präsenzberatung (i.S. einer Anbahnung der Präsenzberatung). Noch immer gilt einer Mehrzahl von Fachkräften die Präsenzberatung als ‚eigentliche/wahre‘ Beratungskonstellation, allen durch Digitalmedien ausgelösten und längst etablierten Veränderungen der gesellschaftlichen Kommunikation zum Trotz. Unter diesen Vorzeichen wäre die Vorhaltung von BC lediglich eine zeitgeistige Verbeugung vor etablierten Kommunikationsgewohnheiten, die lediglich eine ‚verarmte Kommunikation‘ erlauben und für Beratungszwecke ungeeignet sind.²⁴

Wird BC vorgestellt, ist nicht nur von Medien die Rede (siehe Tabelle 1), sondern auch von Kanälen, wie das folgende Zitat verdeutlicht: „*Blended Counseling zielt auf einen [...] Wechsel zwischen Face-to-Face-Kontakten und virtuellen Kanälen...*“²⁵. Die Lesenden werden im Dunkeln darüber gelassen, welche Bedeutung von ‚Kanal‘ solchen Äußerungen zugrunde liegt.

Exkurs: ‚Kanalmetapher‘

*Im Rahmen ihrer mathematischen Kommunikationstheorie haben Shannon & Weaver 1949 den Begriff des (Übermittlungs-)Kanals eingeführt, vor dessen Verwendung außerhalb der Nachrichtentechnik Shannon frühzeitig gewarnt hat.²⁶ Weaver definiert z.B. Laute als Signale, die vermittels Luft (alias Kanal) zum Empfänger transportiert werden müssen. Shannon definiert den Kanal als Medium zum Zweck des Signaltransports.²⁷ Semantische Aspekte der Kommunikation waren für beide Autoren uninteressant.²⁸ Sozial- und Medienwissenschaften waren gezwungen, die auf Nachrichtentechnik begrenzten Begriffe zu transformieren, was zu zwei gegensätzlichen Auffassungen führte: a) die Gleichsetzung von ‚Kanal‘ mit (Sinnes-)Rezeptoren und b) die Gleichsetzung von ‚Kanal‘ mit (technischen) Übertragungsmedien.²⁹ Das Modell (a) nimmt eine Auftrennung in unterscheidbare Signale (Reize) vor, die bei Sender*in und Empfänger*in passende Organe (Rezeptoren) voraussetzen, denn Rezeptoren arbeiten reizspezifisch.³⁰ So kann das Auge keine akustischen und das Ohr keine optischen Reize verarbeiten. Im Rahmen dieses Modells lässt sich angeben, welche Kanäle mit welchem kommunikativen Setting korrespondieren: so sind bei der Interaktion alle Rezeptoren (Sinne) beteiligt, bei telemedialer Kommunikation lediglich der optische und akustische Sinn (audio-visuelle Kommunikation), bei schriftlicher Kommunikation ausschließlich der optische Sinn. Auf diesem Modell fußen auch die bekannten Überlegungen zur Reichhaltigkeit von Kommunikation, die im Deutschen unter dem (irreführenden) Etikett ‚Kanalreduktion‘³¹ bekannt wurden. Seit dem Erscheinen der media richness theory scheint es für viele Autor*innen ausgemacht, dass Kommunikation nur dann*

²⁴ Exemplarisch: <https://dighuman.org/2017/02/01/verarmt-im-digitalen-zeitalter-unsere-kommunikation/>. Systemtheoretisch gesehen kann sich Kommunikation ereignen (oder nicht), aber nicht verarmen. Zudem gilt, dass nur schriftliche Kommunikation Sinn konservieren und wiedererkennbar fixieren kann (Luhmann 1998: 251).

²⁵ Hörmann 2019: 20. Der Satz steht exemplarisch für eine Fülle theoriefreier Sätze in Publikationen zum Thema, die aus Platzgründen nicht aufgezählt werden können.

²⁶ Antos 2002: 94.

²⁷ Shannon & Weaver 1964: 14, 34.

²⁸ „... the semantic aspects of communication are irrelevant to the engineering aspects.“ (Shannon & Weaver 1964: 8.

²⁹ Wulff 1978: 37.

³⁰ Hensel 1970: 367.

³¹ Während die Autor*innen der media richness theory lediglich von ‚low richness‘ reden (Daft & Lengel 1986: 560), sprechen einige deutsche Autor*innen von ‚verarmter Kommunikation‘, vergl. Misoch 2006: 63 ff.

„reichhaltig“ ist, wenn alle Sinne (zeitgleich) beteiligt sind.³² Bereits am Beispiel eines Präsenzvortrags kann diese Annahme als unzutreffend entkräftet werden: Um das Vorgetragene verstehen zu können, muss das gesprochene Wort störungsfrei zum Ohr der Zuhörenden gelangen können. Die übrigen Sinne bleiben zwar beteiligt, aber für das Verstehen irrelevant. Die diesen Modellen ohnehin inhärente Problematik wurde durch eigenwillige Übersetzungen (z.B. ‚verarmte‘ Kommunikation) zusätzlich verschärft.

Aus medientheoretischer Sicht geläufiger ist die Bedeutung von Kanal als ‚Übertragungsmedium‘ (i.S.v. Datenträger). Weil wir auch bei angesichtiger Interaktion weder körperlich noch mental ‚verschmelzen‘ (können), bedarf es Medien zur Überbrückung der letztverbleibenden räumlichen Distanz³³: die natürlichen Medien Licht und Luft. Für die Datenübertragung zwischen Ein-/Ausgabeapparaten benötigt man technische Kanäle. Technische Übertragungskanäle sind ortlos, was während der Übertragung geschieht, entzieht sich der sinnlichen Erfahrbarkeit. Sinnlich wahrnehmbare Daten (z.B. Musik) müssen folglich vor der Übertragung in ein technisches Format übersetzt (codiert) werden. Auf der Gegenseite erfolgt der umgekehrte Schritt: die Decodierung, d.h. die Rückwandlung der codierten Daten und die Übergabe an einen Apparat (im Falle der Musik an Lautsprecher), dessen Output sinnlich erfahrbar ist.³⁴ Legt man dieses Verständnis von Kanal zugrunde, sind Sätze wie „Blended Counseling zielt auf einen [...] Wechsel zwischen Face-to-Face-Kontakten und virtuellen Kanälen...“³⁵ theoriefrei. Es werden (physikalisch) inkompatible Verhältnisse in eine ‚Wechsel‘-Beziehung gesetzt. Menschen ist es nicht möglich, ‚in‘ einen Kanal zu wechseln. Wäre etwas anderes der Fall, müsste man zudem aufzeigen können, wo im Kanal die Kommunikation stattfindet.³⁶

Beiden Auffassungen liegt die verbindende Erkenntnis zugrunde, dass es medienfreie Kommunikation nicht geben kann, trotz unterschiedlicher Auffassungen zum Thema ‚Medium‘. Auch Interaktion bleibt auf die Mitwirkung der natürlichen Medien Licht und Luft angewiesen mit dem Unterschied, dass das, was sie sicht- und hörbar machen, nicht über Kanäle übertragen werden muss. Wir sind von natürlichen Medien umgeben³⁷, unser Leben ist untrennbar an sie gebunden (im Gegensatz zu den technischen Kanälen).

Beide Auffassungen demonstrieren außerdem die Probleme auf dem Weg zu einer konsentierten Auffassung dessen, was unter Medium zu verstehen ist. Jäger³⁸ schlägt eine Umstellung der Fragestellung vor: Anstatt zu fragen, **was** ein Medium ist, schlägt er vor zu fragen, **wann** etwas ein Medium ist bzw. zum Medium wird. Mit dieser Umstellung wird zweierlei deutlich: Medien lassen sich weder anhand ihrer materialen (Erscheinungs-)Seite noch ihrer Wirkungen oder Funktionen (z.B. als Übermittlung/Bote) eindeutig identifizieren, sondern entziehen sich ihrer Fassbarkeit – das vielleicht markanteste (Beschreibungs-)Merkmal von Medien.^{39 40}

³² „„Im direkten Sinn ergibt sich Gemeinsamkeit schon daraus, dass bei taktile Simulation zweier Partner keine Unterscheidung möglich ist, wer wen berührt und wer berührt wird: der taktile Wahrnehmungskanal ist noch nicht ausdifferenziert im Handeln und Wahrnehmen“ (Merten 1977: 190, Fußnote 107).

³³ „Wo Medien sind, muss eine Distanz gegeben sein“ (Krämer 1998: 559).

³⁴ Ausführlich Thiery 2019: 5 f.

³⁵ Hörmann 2019: 20. Der Satz steht exemplarisch für eine Fülle theoriefreier Sätze in Publikationen zum Thema, die aus Platzgründen nicht aufgezählt werden können.

³⁶ Kommunikation findet dort statt, wo auf Kommunikationsangebote reagiert (respondiert, Faßler 1997: 137) werden kann, also nicht im Internet, sondern an den Orten, an denen sich die Ausgabemedien befinden: hier ist der Einsatzpunkt für Kommunikation.

³⁷ Man könnte auch formulieren: wir leben in und mit den natürlichen Medien.

³⁸ Jäger 2008: 105. Eine weitere Beschreibungsweise steht mit der Medium-Form-Unterscheidung zur Verfügung: Luhmann 1998: 190 ff; Heider 2005.

³⁹ „Der Begriff des Mediums ist äquivok. Offenbar hat er keinen präzisen Referenten. Er verweigert sich seiner Analysierbarkeit. Sein Merkmal ist eine strukturelle Undurchdringlichkeit. ‚Medien‘, was immer der Ausdruck genau besagen will, [...] besitzen die Eigenart, ihre Medialität in dem Maße zu verhüllen, wie diese Effekte produziert. ‚Medien‘ büßen, indem sie etwas zur Erscheinung bringen, ihr eigenes Erscheinen ein. Ihre Anwesenheit hat das Format einer Abwesenheit“ (Mersch 2008: 304). Zur Funktion des Computers als Maschine oder Medium vergl. Esposito 2004. Zur Problematik des Mediums als ‚Bote‘ vergl. Krämer 2008.

⁴⁰ Die daraus resultierenden Unsicherheiten zeigen sich auch in missverständlichen Sätzen wie „...auch die Face-to-Face-Beratung als Medium verstanden wird“. Abgesehen von parapsychologischen Assoziationen gilt, dass face-to-face ein auf (natürliche) Medien angewiesenes Setting ist. Vermutlich sollte die Tatsache vorgestellt werden, dass es medienfreie Kommunikation nicht gibt.

IV. BC - ein passgenaues Angebot für Ratsuchende?

BC wird wegen der Möglichkeit situativer, bedarf- und zielorientierter⁴¹, d.h. flexibler Wechsel als passgenau eingestuft, zumal der Wechsel (vorgeblich) von beiden Seiten initiiert werden kann.⁴² Was sich wie ein grundlegender Paradigmenwechsel in Bezug auf die organisationalen Rahmenbedingungen professioneller Beratung liest, fördert bei kritischer Betrachtung eine Reihe ungelöster Probleme in Bezug auf die Praxis des Wechselns und den damit einhergehenden Medienbrüchen zu Tage.

Formallogisch gilt: der Vorgang ‚Wechseln‘ setzt mindestens eine Alternative voraus. Weiterhin gilt: Je mehr Alternativen, je mehr Wahlmöglichkeiten, desto höher die Wahrscheinlichkeit, etwas Passendes zu finden. Umgekehrt gilt: je beschränkter die Auswahl, je geringer die Wahrscheinlichkeit einer Passung.

Übertragen auf die organisationale Rahmung von Beratungsangeboten ergibt sich die Notwendigkeit, neben dem prototypischen Face-to-face-Setting mindestens ein telemediales Setting vorzuhalten. Von den aktuell möglichen telemedialen Settings (siehe Tabelle 1) wird, abgesehen von den Beratungsportalen der Träger der freien Wohlfahrtspflege, im Regelfall nur eines angeboten – eine auf das absolute Minimum beschränkte Wahlmöglichkeit. Aus Sicht der Ratsuchenden könnte sich Beratung erst dann ‚passgenau‘ anfühlen, wenn alle verfügbaren Online-Settings ausprobiert werden dürften, um eigene Erfahrungen machen zu können, welches Medium (respektive welcher Mitteilungskanal) für welches Anliegen bzw. in welcher emotionalen Verfassung am besten geeignet ist, gute Ergebnisse befördert oder große Zufriedenheit auslöst. Darüber zu urteilen, was hilft oder was gut tut, liegt in der Hoheit der Ratsuchenden, schließlich dient Beratung dazu, die Ratsuchenden ‚glücklich‘ zu machen und nicht die Fachkräfte.

Suchen Ratsuchende aktuell nach Angeboten, die Off- und Online-Phasen durch „personelle Verknüpfungen“⁴³ kombinieren, erweist sich das als schwieriges, zufallsbehaftetes Unterfangen, weil – ökonomisch gesprochen – die Marktdurchdringung des Angebots ‚BC‘ unzureichend ist. Fachkräfte, die auf ihre Website neben der obligatorischen face-to-face-Beratung nur Video-Beratung als Wechselalternative anbieten, eröffnen lediglich eine Minimalalternative. Für Ratsuchende, die ihr Anliegen lieber anonym vortragen oder sich beim Leiden nicht zusehen lassen wollen und dafür auf den Schriftweg angewiesen sind, ist Video-Beratung ohnehin kein passendes Angebot. Kann die anbietende Fachkraft keine qualifizierten Kenntnisse in telemedialer Kommunikation nachweisen (z.B. durch spezielle Fortbildungen), kann kaum von strategischen oder konzeptionellen Entscheidungen gesprochen werden, auch wenn die Protagonist*innen des BC nicht müde werden, diese beiden Attribute möglichst oft zu wiederholen.

Praxisbeispiel: Menschen, die unter Angststörungen leiden, fällt es schwer, vertraute Umgebungen (z.B. die eigene Wohnung) zu verlassen. Dieser Zielgruppe kann auch nicht dadurch geholfen werden, dass die Beratung in die vertraute Umgebung ‚kommt‘ (z.B. als Video-Beratung), weil die Betroffenen sich schnell von anderen beobachtet fühlen. In diesen Fällen bietet sich als einziger Ausweg die (anonyme) schriftgestützte Beratung an.

Während Fachkräfte strategisch entscheiden, bleibt es das Vorrecht der Ratsuchenden, zu taktieren. Taktierende Ratsuchende könnten sich zunächst für die Beratungsaufnahme face-to-face entscheiden, angetrieben von der Absicht, schneller auf die alternativ angebotene Video-Beratung umsteigen zu können, obgleich auf der Homepage zu lesen steht, dass vorerst keine Termine für dieses Beratungssetting vergeben werden können. Neben der häufig unterstellten rationalen Medienwahl muss auch mit eigenwilligen, irrationalen Motiven (Willkür, Bequemlichkeit etc.) gerechnet werden,

⁴¹ Flexibel bedeutet auch: von eingeübten Mustern und Verfahren abweichend.

⁴² Hörmann 2019: 22.

⁴³ Hörmann 2019: 12.

die während der Beratung unaufgeklärt bleiben können. Unverbindlichkeit ist ein ernstzunehmendes, beratungsrelevantes Motiv, sofern Ratsuchende zum Zeitpunkt der Beratungsaufnahme noch unschlüssig sind, ob Beratung überhaupt das passende Mittel (Medium) zur Lösung der eigenen Anliegen darstellt, weshalb man diese Überlegung einem Test zum Zweck der Gewinnung von Gründen für oder gegen Beratung unterzieht. Solche Unwägbarkeiten belasten auch empirische Untersuchungen, die aufklären sollen, welche Erwartungen Ratsuchende an das Setting ‚BC‘ haben.

Eine Webrecherche mit dem Suchwort ‚blended counseling‘ listet aktuell nur an Fachkräfte gerichtete Publikationen. Damit BC – wie propagiert – eine Beratungsform der Zukunft werden kann, müssten Ratsuchende aber davon Kenntnis haben, welche Personen oder Institutionen BC vorhalten – natürlich vor einer Beratungsaufnahme. Wäre wenigstens dies der Fall, wäre das häufig zitierte Attribut ‚konzeptionell‘ (wenigstens) über die Angebotspraxis belegbar. Aktuell aber gilt: BC ist noch weit davon entfernt, Konzept zu sein, es mangelt an Anstrengungen zur Umsetzung. Der behauptete kundenseitige Bedarf an BC müsste folglich zunächst von Seiten der Profession geweckt und das attraktiv Neue⁴⁴ an BC durch seriöses Marketing verdeutlicht werden.

‚Passgenauigkeit‘ bedeutet nicht gleichwertige Möglichkeiten der Einflussnahme. Eine kritische Lektüre fördert die auch bei den Protagonist*innen bestehenden Vorbehalte gegen allzuviel Einfluss der Ratsuchenden auf die Steuerung des Beratungsprozesses zu Tage. *„Die Steuerung des Beratungsprozesses liegt in der Verantwortung der Beraterin bzw. des Beraters. Insofern liegt auch die Verantwortung für die gezielte medienunterstützte Gestaltung des Beratungsprozesses bei ihnen“* (Hörmann 2019: 64). Im Anhang (S. X) findet sich unter der Überschrift *„Wer steuert den Medienwechsel“* folgende Relativierung des Einflusses der Ratsuchenden: *„Im Beratungsverlauf steuert einerseits der Klient bzw. die Klientin, wenn er oder sie über verfügbare digitale Medien den Berater bzw. die Beraterin kontaktiert. Zum anderen steuert vor allem auch die Fachperson, da diese die jeweiligen spezifischen Vor- und Nachteile kommunikativer Settings kennt und deren Nutzen im Beratungsprozess besser einschätzen kann. Insofern ist es letztlich ein Wechselspiel zwischen Klient*innenorientierung und beratungsfachlicher Prozessgestaltung.“*⁴⁵ Ein solchermaßen ‚wachsweich‘ strukturierter Prozess könnte auf Seiten der Ratsuchenden zu einem Wechselbad der Gefühle und Eindrücke führen – mit (streckenweise) unkontrollierbaren Effekten/Wirkungen. Der Begriff ‚Steuerung‘ konnotiert klare und transparente Regelungen von Zuständigkeiten und Rollenverteilungen. Nur unter transparenten Bedingungen kann man sich frei entscheiden, eine Situation zu akzeptieren oder abzulehnen. Sowenig ein Auto von zwei Menschen gleichzeitig (gefahrlos) gesteuert werden kann, kann der Medienwechsel von beiden Seiten gleichberechtigt ausgelöst werden. Liegt die Steuerungshoheit bei der Fachkraft, steht dies im Widerspruch zur beworbenen klientseitigen Passung. Zwar kann die Steuerungshoheit der Fachkraft mit deren fachlicher Kompetenz begründet werden⁴⁶, allerdings kann man dann nicht mehr behaupten, BC sei passgenau, weil (auch) die Ratsuchenden entscheiden dürften, wann ein Setting-Wechsel angezeigt sei. Die fachliche Verunsicherung zum Thema ‚Steuerung‘ präsentiert sich in Formulierungen, die die Wechselentscheidung nicht mehr an Kompetenzen, sondern lediglich an den *„Vorteilen des jeweiligen Kanals“*⁴⁷ festmachen.

Konzeptionell offen ist die Frage, wie BC gegenüber den Zielgruppen beworben werden kann, weil empirische Befunde zur Bedarfslage der Ratsuchenden fehlen (Nutzer*innenperspektive). Ersatzweise kann man auf medientheoretische Erklärungskonzepte zurückgreifen, die die Attraktivität bereits existenter Medien vorstellen. Weil Überlegungen zu Mediendispositiven das hier zu behandelnde Thema übersteigen, werden die für BC relevanten Dispositive in einen Exkurs ausgelagert.

⁴⁴ „... das Neue erregt nicht sui generis (viele nehmen wir gar nicht mehr wahr) sondern dann, wenn es ein Attraktor wird bzw. kommunikativ gemacht wird – economics of persuasion“ (Priddat 2014: 52).

⁴⁵ In die gleiche Richtung zielt die folgende Formulierung: *„Die Planung und Initiierung des Formatwechsels geht vom Therapeuten aus“* (Justen-Horsten/Paschen 2016: 83).

⁴⁶ Schäfer 2010: 290.

⁴⁷ Hörmann 2019: 22.

Exkurs: Mediendispositive als alternative Begründung für Attraktion

Um dem (empirischen) Missstand zu begegnen, dass man aktuell nicht weiß, ob BC für die Ratsuchenden attraktiv sein kann und, wenn ja, warum, kann man auf medientheoretische Erklärungskonzepte umstellen. Mediendispositive erklären die Funktion und Bedeutung von Medien für Individuen und Gesellschaft und führen vor, wie medial Wahrgenommenes bewertet wird, was als ‚normal/natürlich‘ und was als ‚unnormal/unnatürlich‘ gilt. Worin besteht das ‚Normale‘ des BC, warum sollte dieses Setting sowohl der Profession wie den Ratsuchenden attraktiv vorkommen? Ist es tatsächlich der Wechsel zwischen Offline- und Online-Phasen, weil dieses Hin und Her als ‚natürlich‘ wahrgenommen wird? Oder ist es die Zeitersparnis, die bei den Ratsuchenden den Eindruck bestärkt, unter Einsatz von Medien genügend Zeit für ‚zeitraubende‘ Beratungsprozesse aufbringen zu können? Oder ist es der bloße Neuigkeitswert, von dem die Profession hofft, profitieren zu können?⁴⁸

Als Attraktoren kommen das Fernseh-Dispositiv und das Radio-Dispositiv in Frage. Das Fernseh-Dispositiv deshalb, weil das zugehörige Medienverhalten kulturell etabliert ist und Television den Zuschauern zusätzlich Bewegungsfreiheit einräumt: man kann sich vom Bildschirm entfernen, solange der weiterhin hörbare Ton für die Erfassung der Information ausreicht. Hier schließt das Radio-Dispositiv an: Radio vermittelt den Eindruck der Anwesenheit der Stimmen und Töne bei gleichzeitiger Abwesenheit der Sprecherinnen und Sprecher bzw. des Apparats, der die Töne erzeugt oder abspielt. Wer nur hört, muss alle damit in Verbindung stehenden Vorstellungen imaginieren.⁴⁹ BC weist Anteile beider Dispositive auf: wird audio-visuell kommuniziert, greift das Fernseh-Dispositiv, das Radio-Dispositiv, wenn telefoniert wird. In der Aufzählung fehlt ein Text-Dispositiv, dessen Wahrnehmungsorganisation schnell aufgezählt ist: schriftliche Kommunikation nutzt die Möglichkeit des zeitlichen Versatzes (Asynchronizität). Jede*r Beteiligte kann gemäß persönlicher Vorlieben steuern, zu welchem Zeitpunkt bzw. an welcher Stelle der Textproduktion oder -rezeption gestoppt und wie lange pausiert wird. Das Netz stellt außerdem Möglichkeiten nicht-linearer Rezeption in Form von Hyperlinks⁵⁰ zur Verfügung. Der durch Hyperlinks produzierte Medienbruch kann dazu führen, dass der aktuelle Argumentationszusammenhang temporär oder vollständig verlassen wird und ein neues Thema den Dialog ‚beherrscht‘. Medienbrüche bewirken unterschiedliche Effekte und es liegt in der Verantwortung der Beteiligten, die unerwünschten Auswirkungen zu begrenzen und den Dialog innerhalb definierter Grenzen (wer definiert?) zu moderieren. BC erweist sich als Kombinat aus Dispositiven⁵¹ mit zwei gegenläufigen Effekten: zum einen wecken die Kombinationsmöglichkeiten das Interesse der Profession, möglicherweise auch der Zielgruppen, zum anderen erschwert jede Kombination die klare Zuordnung der Effekte der (Beratungs-)Kommunikation und behindert die Ausbildung klarer, handhabbarer, fachlich wie ethisch verantwortbarer Strukturen und Praxisanleitungen.

Aus mediensoziologischer Sicht interessiert, wie Ratsuchende eine Kommunikation unter den Bedingungen wechselnder Raum- und Zeitverhältnisse (Medienbrüche) moderieren. Im kopräsenten Kontakt kommen die Interaktionspartner nicht umhin, sich aufeinander einzustellen (zu synchronisieren) und zu beobachten, ob die Gegenseite sich den eigenen Erwartungen/Intentionen gemäß verhält, damit man weiß, ob man so weitermachen kann oder sich anders verhalten muss. Ratsuchende beobachten aus der Rolle ‚Klient‘⁵², unter Zugrundelegung spezifischer Annahmen: sie unterstellen bestimmte Erwartungen seitens der Fachkräfte an die Rolle ‚Klient‘ und versuchen, sich

⁴⁸ „Denn das Neue erregt nicht sui generis (viele nehmen wir gar nicht wahr) sondern dann, wenn es ein Attraktor wird bzw. kommunikativ gemacht wird – economics of persuasion“ (Priddat 2014: 52).

⁴⁹ Hickethier 2003: 196.

⁵⁰ „Die Abschweifungen und Vervielfältigungen des Hypertext werden im elektronischen Medium so ‚natürlich‘, wie sie im Druck ‚unnatürlich‘ waren“ (Bolter 2010: 46) sowie: „Ein Schlüssel zum Verständnis von Hypertext-Systemen liegt im Begriff der Navigation. [...] Hypermediensysteme sollen den Anwendern helfen, die Fragen zu formulieren, deren Antworten sie sein können“ (Bolz 1993: 210).

⁵¹ Vergl. Thiele 2009: <https://zeitschrift-kulturrevolution.de/vom-mediendispositiv-zum-medialen-kombinat-aus-dispositiven>.

⁵² Zur Kluft zwischen Hilfeleister*in und Hilfeempfänger*in vergl. Eugster 2000; Baecker 1994; Fuchs/Mahler 2000.

erwartungsgemäß zu verhalten. Fachkräften unterstellen Ratsuchende Besserwissen⁵³, denn Besserwissen gilt als *das* Merkmal, mit dem sich Fachkräfte von (helfenden) Laien unterscheiden. Dennoch bleibt BC, als Etikett für flexible und passgenaue Beratungsleistungen, für die strukturelle Asymmetrie zwischen Hilfeleister*in und Hilfeempfänger*in ebenso folgenlos wie das Etikett ‚Augenhöhe‘.⁵⁴ Telemediale Settings anzubieten wäre unter diesen Vorzeichen nicht viel mehr als das Eingeständnis, der Technisierung des Sozialen nichts entgegenzusetzen zu können außer zeitgeistiger Konformität: Online-Settings als Erweiterung wider Willen und bessere Einsicht.

V. Rolle und Einfluss der Imagination

In Abschnitt III wurde darauf hingewiesen, dass es einen erheblichen Unterschied macht, ob vermittelt Schrift oder vermittelt audio-visueller Technik kommuniziert wird. Wir haben kritisiert, dass dieser Unterschied in den publizierten Vier-Varianten-Schemata zu kurz kommt und mit dieser Verkürzung ein Aspekt, der nachfolgend vorgestellt werden soll: die Imagination. Schriftliche Kommunikation ‚erzwingt‘ die Beteiligung der Imagination⁵⁵, weil wir ohne sie das Gelesene nicht vorstellen, d.h. verstehen können.⁵⁶ Flusser weist darauf hin, dass die Imagination das Bewusstsein nicht von der (faktischen) Welt entfremdet, sondern im Gegenteil aus den Texten zurück in die Welt führt.⁵⁷ Auch in Bezug auf die Vermittlung zwischen (Um-)Welt und Individuum übernimmt die Imagination eine vermittelnde und damit mediale Funktion.⁵⁸ Was für das Lesen gilt, gilt logischer Weise auch für das Schreiben: *„Schreiben ist nicht ein Symptom geringer, sondern wuchernder Imagination“*.⁵⁹ Imagination ist jenes Vermögen, das es dem Bewusstsein ermöglicht, Abwesendes ‚vor‘-zustellen. Ohne diese Fähigkeit wäre der Mensch nicht in der Lage, Zukunftsentwürfe zu ‚projizieren‘, d.h. bildhaft in der Gegenwart ‚verfügbar‘ zu machen.⁶⁰ Imagination kann auf bestimmte Vorstellungen durch Bildung neuer Vorstellungen reagieren⁶¹, die uns überraschen können, weil wir sie wegen unserer *„habituellen Determiniertheit“* nicht für möglich gehalten hätten.⁶² Bereits diese wenigen Sätze lassen erahnen, dass die Imagination in der und für die Beratung eine wichtige, vielleicht

⁵³ „Die Vorbehalte gegenüber den Selbstinterpretationen der Alltagswelt sind deutlich zu erkennen; und ohne den Anspruch auf ein ‚Besserwissen‘ oder zumindest ‚Anderswissen‘ könnte die Profession sich auch nicht als Profession behaupten“ (Luhmann 2005: 37).

⁵⁴ Die Rede von Augenhöhe macht nur vor dem Hintergrund der Existenz asymmetrischer Beziehungen Sinn.

⁵⁵ „Die Tatsache, dass die poetische Sprache auf die imaginative Mitarbeit des Rezipienten bei der Konstruktion des Äußerungskontextes angewiesen ist, bedeutet, dass der Sprechakt im Rahmen eines literarischen Werkes seine illokutionäre Kraft verliert, dass dieser Verlust jedoch durch die schöpferische Kraft der Imagination kompensiert wird“ (Wirth 2002: 26)

⁵⁶ „If you cannot imagine someone picking up a glass, you can’t understand the meaning of ‘Someone picking up a glass’“ (Lakoff 1993:19); Reckwitz 2006: 101.

⁵⁷ „Imagination erscheint in unserer Lage nicht mehr als ein Schritt zurück aus der Welt, um sie zu sehen, sondern ein Schritt zurück aus den Texten, also als genau umgekehrte Bewusstseinsbewegung“ (Flusser 2003: 109).

⁵⁸ „Imagination ist eine Fähigkeit, den Abgrund zwischen der unkenntlich gewordenen Welt und dem erkennen wollenden Menschen durch Bilder zu überbrücken, zu vermitteln“ (Flusser 2003: 116).

⁵⁹ Flusser 2003: 128.

⁶⁰ „Das Bild indes entzieht sich solcher Referentialisierbarkeit. Denn es bezeichnet nicht etwas, das schon vorhanden wäre, vielmehr verkörpert es eine Vorstellung dessen, was nicht gegeben bzw. in den gedruckten Seiten des Romans sprachlich nicht manifestiert ist“ (Iser 1984: 21).

⁶¹ Imagination „erzeugt Produkte, die als ideelle Konstruktion von qualitativer Neuheit nicht fiktiv sind, sondern tatsächlich etwas Wirkliches erschaffen“ (Junge 2002: 24).

⁶² In diesem Sinne auch Iser 1984: 289 und 291.

sogar zentrale Rolle spielt, insbesondere eingedenk der Tatsache, dass Imagination und Bewusstsein in eins fallen.⁶³

Grundsätzlich gilt: Imagination kennt keine falschen Produkte, die Ergebnisse der eigenen Imagination können daher nicht enttäuschen, sie können schlimmstenfalls ausbleiben. Das Imaginat dagegen kann enttäuscht werden, wenn es mit (faktischer) Wahrnehmung konfrontiert wird, beispielsweise durch die Wahrnehmung, dass das Gegenüber ‚in echt‘ keineswegs so sympathisch erlebt („wahr“-genommen) wird wie während der Phasen schriftlicher Beratung. In diesem Fall widersprechen sich imaginierte Berater*innenpersönlichkeit und faktische Wahrnehmung. Auf Erwartungsenttäuschungen kann mit zwei funktional äquivalenten Strategien reagiert werden: man kann dazu lernen (wollen) oder sich entscheiden, nichts zu lernen⁶⁴, d.h. die Enttäuschung als Begründung zu nehmen, sich an anderen Möglichkeiten zu orientieren, z.B. eine andere Beratung in Anspruch zu nehmen, die Beratung abzubrechen oder von Beratung gänzlich Abstand zu nehmen. Mit diesen Enttäuschungen muss die Fachkraft umgehen, kann dies jedoch nur, wenn diese von ihr erkannt werden, etwa weil die Ratsuchenden die Enttäuschung explizit thematisieren.

Praxisbeispiel: Eine Fachkraft führt eine Team-Supervision über eine Video-Plattform durch. Nach vier Online-Treffen findet die fünfte Sitzung (wegen gelockerter Corona-Beschränkungen) erstmals kopräsent statt. Der Einstieg in diese Sitzung ist ungewöhnlich verhalten, im Unterschied zu den Online-Kontakten meldet sich kaum jemand zu Wort. Selbst der Versuch, an die vorausgegangenen Ergebnisse der Online-Sitzungen anzuknüpfen, erweist sich als schwierig. Als am Ende der Präsenzveranstaltung eine Teilnehmerin den Wusch äußert, künftig wieder online zu tagen und dies den Zuspruch der Mehrheit der Anwesenden findet, fragt die Fachkraft (irritiert) nach den Gründen. Die Teilnehmenden äußern Sätze wie: „Online waren Sie uns näher“; „Ich hatte in der Videokonferenz mehr Vertrauen zu Ihnen“; „Sie kamen sympathischer rüber“ und ähnliche Sätze. Die Fachkraft muss erkennen, dass das in der Telepräsenz (durch die je eigene Imagination) entstandene Bild durch die Empirie enttäuscht wurde, mit erkennbar negativen Effekten auf die Gruppendynamik. Dieses erste face-to-face-Treffen war eigentlich ein Neubeginn, der eines initialen Joinings bedurft hätte, welches die Fachkraft – von falschen Voraussetzungen ausgehend – unterlassen hatte.

Unter den Bedingungen eines sich fortsetzenden Medienbruchs wird beiden Seiten die Entscheidung zugemutet, eigenverantwortlich zu entscheiden, woran sie sich primär orientieren wollen: an der Imagination oder der (faktischen) Wahrnehmung. Ratsuchenden kann eine aus Sicht der Fachkraft ‚unpassende‘ Orientierung als Fehlentscheidung zugerechnet werden oder als eine Form der Resistenz (non-compliance). Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass in den Veröffentlichungen zum BC der Fachkraft zugemutet wird, diesen Widerstreit ‚konzeptionell‘⁶⁵ zu bearbeiten. Ob Ratsuchende mit den unterschiedlichen Effekten der Gemengelage ‚Off- und Online‘ kompetent und – sich selbst instruierend⁶⁶ – zielgerichtet umgehen können, bleibt der Unsicherheitsfaktor und das

⁶³ „Die Vorstellungskraft ist keine empirische und zusätzliche Fähigkeit des Bewusstseins, sie ist das ganze Bewusstsein, insoweit es seine Freiheit realisiert; jede konkrete und reale Situation des Bewusstseins in der Welt geht mit Imagination schwanger, insofern sie sich immer als ein Überschreiten des Realen darbietet“ (Satre zit. Wiesing 2005: 21).

⁶⁴ Baraldi 1997: 49; Luhmann 2009b: 46, 50.

⁶⁵ Ob unter ‚konzeptionell‘ die schulmethodische Ausrichtung, die Entwicklung einer marktconformen Strategie, die vorgibt, wie BC ‚vermarktet‘ werden kann oder ein ‚Modell‘ (Baecker 2001: 2 f.) zu verstehen, mit der man unter kontrollierten Bedingungen testen möchte, was im Netz funktioniert, bleibt unklar. ‚Konzeptionell‘ ist häufig nicht viel mehr als ein wohlklingendes (Tot-)Schlagwort.

⁶⁶ „Es gibt zwar zahlreiche, kulturell bewährte Möglichkeiten der Korrektur von Irrtümern; und seit Marx und Freud auch Möglichkeiten der Selbstverdächtigung im (schon durch die Massenmedien vermittelten) Wissen, dass man sich durch latente Interessen oder Motive leiten lässt. Die Gesellschaft hält sich für diese Zwecke ‚kritische‘ Intellektuelle und Therapeuten. [...] Zur Auflösung dieses Paradoxes der Konfusion zweiter Welten

unkalkulierbare Risiko einer auf Medienbrüchen basierenden Kommunikation. Konflikthaft kann sich auch der einseitig geforderte Settingwechsel (z.B. online zu offline) auswirken, weil die andere Seite aus guten Gründen der Meinung sein kann, der Wechsel sei just zu diesem Zeitpunkt nicht angezeigt. In den vorliegenden Publikationen zum BC wird nicht thematisiert, *wie* (methodisch, strukturell?) dieses setting-immanente Risiko verantwortlich moderiert werden kann, wenn im Rahmen einer über räumliche Distanzen geführten schriftlichen Kommunikation grundsätzlich nicht sichergestellt werden kann, dass die Fachkraft den hier sich anbahnenden Konflikt überhaupt erkennen kann. Kommt es zu häufigen (und konflikthaften) Phasenwechseln zwischen off- und online, kann sich Beratung beider Seiten als ‚unruhiger‘, diskontinuierlicher Prozess präsentieren, der die Zielerreichung be- oder verhindert. Diskontinuierliche Prozesse sind außerdem mit einer nachteiligen Zeitökonomie⁶⁷ belastet, ein Aspekt, der in der einschlägigen Literatur ebenfalls wenig Beachtung findet.

Wenn gilt, dass Imagination ohne Bezug auf Physik funktioniert, dann zugunsten der Negation der oft als hinderlich empfundenen Härte der Realität.⁶⁸ Imagination agiert non-deterministisch, weil sie im Gegensatz zur Interaktion nicht gezwungen ist, sich an Fakten zu halten. Imaginationsprodukte hervorzubringen, die sich in ihrer Qualität von zufälligen Einfällen unterscheiden, benötigt Zeit, die in der direkten Interaktion selten ausreichend zur Verfügung steht. Zu bedenken ist auch, dass Imaginieren ein nicht-interaktives, einsames und – bis zur Mitteilung – intransparentes Geschehen ist. Erzwungen werden kann es nicht. Imagination stellt sich bevorzugt dann ein, wenn das Bewusstsein vom Druck der Außenwahrnehmung entlastet ist. Welche situativen Momente förderlich sind, um Imagination in Gang zu setzen, weiß jede Person für sich selbst am besten. Situationen, in denen das Gegenüber festlegt, was wann wie lange Thema ist,⁶⁹ erschwert sowohl den Einsatz wie die Nutzung der Imagination als hilfreiche Ressource, denn unter den Bedingungen einer synchronen Kommunikation unterstehen Ratsuchende einem strukturell fremdbestimmten Ablauf.

Ein von den Bedingungen der Physik befreites (Nach-)Denken kann hilfreiche und weitreichende, faktische Begrenzungen übersteigende Ressourcen generieren. Imagination als Element des Lösungsprozesses umfassend zu nutzen, bleibt das Privileg der schriftgestützten Online-Beratung, weil – wie mehrfach betont – Imagination sich beim Lesen unausweichlich einstellt.⁷⁰ Schrift erlaubt die Beobachtung des fixierten Inhalts aus der Distanz (Fremdperspektive) und gestattet – im Rahmen der für das Lesen und Schreiben zur Verfügung stehenden (Bedenk-)Zeit – beliebig viele Umschreibungen und Neufassungen, die – weil unbeobachtet – der Kommunikation verborgen bleiben. Darüber hinaus gilt, dass selbst verwegenste Imaginationen – wegen ihrer Intransparenz – nicht von sozialen Sanktionen bedroht sind.

benötigt man Imagination oder kreative Anregungen, die sich zwar reflexiv auf den erreichten Systemzustand beziehen, aber durch ihn nicht determiniert sind“ (Luhmann 2009: 21).

⁶⁷ Nachteilig ist Zeitökonomie immer dann, wenn das Verhältnis von Organisation und Durchführung von Beratungsprozessen sich in einem Ungleichgewicht zugunsten der Organisation befindet.

⁶⁸ Wiesing 2005: 113.

⁶⁹ Wiesing 2005: 115.

⁷⁰ „Even in writing to a close friend I have to fictionalize a mood for him, to which he is expected to conform. The reader must also fictionalize the writer“ (Ong 1988: 101); und mit Bezug auf die Psyche: „By separating the knower from the known, (Havelock 1963), writing makes possible increasingly articulate introspectivity, opening the psyche as never before not only to the external objective world quite distinct from itself but also to the interior self against whom the objective world is set“ (Ong 1988: 104).

Doch nicht nur Lesen und Schreiben sind auf die Beteiligung der Imagination zwecks Erzeugung neuer ‚Produkte‘ (z.B. Zukunftsentwürfe⁷¹) angewiesen, auch Telefonie und audio-visuelle Kommunikation funktionieren nicht ohne deren Beteiligung. Video-Chats präsentieren in ‚Echt‘-Zeit⁷² ein zweidimensionales Abbild⁷³ einer räumlich entfernten Person, eine Präsentation, die durch den Blick nicht ‚hintergangen‘ werden kann, weil die Veränderung des eigenen Blickwinkels den durch die Kamera aufgezeichneten Bereich unverändert lässt. Sichtbar ist, was die Gegenseite zur Ansicht freigibt. Was wir uns über das Sichtbare hinaus ‚ausmalen‘ oder ‚einbilden‘, sind Imaginate. Wenn Video-Kommunikation als Rückgewinnung ‚verloren‘ gegangener Kanäle vorgestellt wird, wird ausgeblendet, dass die optischen und akustischen Medien dem Bewusstsein die unüberbrückbare räumliche Distanz regelrecht aufdrängen⁷⁴, was nicht verhindert, dass immersive Technik uns eine alternative ‚Wahr‘-Nehmung vorführt: wir fühlen uns ‚in‘ das Geschehen auf dem Bildschirmen versetzt⁷⁵ und blenden (zumindest für den Moment) aus, dass wir es besser wissen. Telepräsenz ist eine technisch hergestellte, artifizielle Präsenz.⁷⁶ Das Neue an computererzeugten Bild- und Tonwelten ist ihre immer perfektere Angleichung an die Leistungen unserer Imagination⁷⁷ und nicht, wie vielfach postuliert, an die sinnliche Komplexität der Interaktion. Aus phänomenologischer Sicht besteht das Neue der ‚Neuen Medien‘ darin, Einbildungskräfte mittels technischer Medien zu initiieren und zu etablieren.⁷⁸ Das Medium ‚Computer‘ erlaubt der Phantasie, wie kein anderes Medium, Fiktionen (i.S.v. wünschenswerte Zukünfte) zu generieren, durchaus auch in der Bedeutung von Fiktion als eines ‚Vorspielens durch Vorstellen‘.

Aus dem bisher Gesagten lassen sich kritische Fragen an den Settingwechsel stellen, die womöglich erst nach Vorliegen belastbarer empirischer Daten beantwortet werden können:

- 1) Die Imaginate der an Online-Kommunikation Beteiligten bleiben zunächst verborgen, d.h. mit ihnen kann nicht unmittelbar ‚gearbeitet‘ werden. Doch auch nach deren Explikation läuft jeder Settingwechsel Gefahr, die (meist) positiven Imaginate nachhaltig zu irritieren und dadurch die Kommunikation zu belasten. Aus diesen Gründen halten wir den Wechsel von Online-Beratung in die Präsenzberatung für mindestens problematisch, wogegen der Wechsel von der

⁷¹ „Das System konfrontiert sich selbst mit einem Überschuss an Möglichkeiten, die es selbst nicht ausrechnen kann. Es entsteht eine unresolvable indeterminacy, also eine selbsterzeugte Ungewissheit, die das System zur Selbstorganisation, zur Orientierung am eigenen Gedächtnis und letztlich zur Imagination zwingt, deren Problemlösungen dem Test einer noch unbekanntem Zukunft ausgesetzt werden“ (Luhmann 2002: 113).

⁷² „Andererseits machen technische Medien eine ‚Telepräsenz‘ möglich, die Bewegung zunehmend obsolet werden lässt, indem sie diese durch die imaginäre Bewegung in ‚Echtzeit‘ operierender Bildmedien ersetzt“ (Schröter 2014: 120).

⁷³ „Das Interface ist definitionsgemäß ein sich dazwischenschiebender, imaginärer Schirm, der an sich selbst keine substantielle oder stumme Materialität besitzt“ (Tholen 2002: 39).

⁷⁴ „Die optischen und akustischen Medien und die mit ihnen sich durchsetzenden analytischen Wahrnehmungsmodelle lenken den Blick einerseits verstärkt auf die Aspekte der deutlichen Trennung, also der technischen Unterbrechung des vormals als natürlich-analogisch betriebenen Wahrnehmungsvorgangs, und andererseits auf die verbesserte Vermittlungsleistung“ (Schröter 2014: 16).

⁷⁵ „Der Betrachter taucht sozusagen in die dargestellte Bildwelt ein und glaubt selbst am Ort der Darstellung zu sein: daher auch der theologische Begriff ‚Immersion‘, der wörtlich das Eintauchen bei einer Taufe bezeichnet“ (Wiesing 2005: 107).

⁷⁶ „Obwohl man auch noch bei der Simulation nur Bilder auf einem Monitor betrachtet, schaut man doch nicht mehr in eine physikfreie Zone. Denn Simulationen sind die artifizielle Präsenz einer Physik“ (Wiesing 2005: 121). Der Hinweis verdeutlicht auch die Nichteinlösbarkeit der Forderung, die telemediale Kommunikation müsse sich (durch technische Innovationen) der Interaktion angleichen. Wie in Abschnitt III dargelegt, stehen Interaktion und technisch vermittelte Kommunikation in einem unaufhebbaren polaren Verhältnis.

⁷⁷ Wiesing 2005: 109.

⁷⁸ Flusser 1988: 5.

Präsenzberatung zur Online-Beratung nach derzeitigen Kenntnissen weniger problematisch zu sein scheint (zu beiden Varianten fehlen jedoch belastbare empirische Erkenntnisse).

Praxisbeispiel: Eine Ratsuchende mit Eheproblemen bespricht ihre Scheidungsgedanken in der face-to-face-Beratung. Etliche Sitzungen später steht ihr Entschluss zur Scheidung fest. Sie bittet die Fachkraft um kurzfristige und bedarfsgerechte Unterstützung während der ‚heißen‘ Phase. Da die Fachkraft kurzfristige face-to-face-Kontakte nicht garantieren kann, bietet sie einen Wechsel in die Online-Beratung an. Wann immer notwendig, kann die Ratsuchende über die datengeschützte Branchensoftware schriftlich Kontakt aufnehmen und bekommt innerhalb der festgelegten Responsezeit eine Antwort. Das Wechselangebot geht von der Fachkraft aus, begründet durch beschränkte Zeitkapazitäten, und kommt den Bedarfen der Ratsuchenden entgegen.

- 2) Online-Beratung befördert eine veränderte Gruppendynamik. Erfahrungsgemäß kann man in face-to-face-Konstellationen davon ausgehen, dass die Teilnehmenden sich aufeinander einstellen („beziehen“), als Folge davon sich die Leitung zurücknehmen kann. In Online-Gruppen bleiben die Teilnehmenden leitungorientiert bzw. leitungsfokussiert. Daran ändern auch die mittlerweile softwareseitig angebotenen informellen Austauschmöglichkeiten nichts (break-out-rooms, „intime“ Gruppenräume, persönliche Chatnachrichten etc.). Alternierende Settingwechsel führen mit ziemlicher Sicherheit zu Reibungen der unterschiedlichen Gruppendynamiken.
- 3) Online-Kontakte können schneller als face-to-face-Kontakte Nähe erzeugen (i.S.v. sich ‚vollständig verstanden fühlen‘ etc.), aber ebenso schnell zur Distanz zum beratenden Gegenüber, eine Distanz, die auch in Aggression umschlagen kann (siehe nachstehendes Praxisbeispiel). Die von Empirie unbehelligten Imaginate bewirken eine Selbstverstärkung.⁷⁹ Unter diesen (fragilen) Bedingungen kann bereits eine bloße Weiterverweisung (z.B. wegen Nichtzuständigkeit oder fehlender Kompetenzen) als Zurückweisung erlebt werden und zu exaltierten Reaktionen der Ratsuchenden führen. Deren Funktion als ‚alternative Ich-Entwürfe‘ kann nur genutzt werden, wenn die Kommunikation weiterhin im Online-Medium geführt, d.h. auf Medienwechsel verzichtet wird.⁸⁰

Praxisbeispiel: Ein Ratsuchender nimmt online Kontakt zu einer Fachkraft auf und beklagt seine Arbeitslosigkeit, sein Trinkverhalten und dass er Geld verspiele. Die Fachkraft vermutet eine Suchterkrankung und fragt (schriftlich) vorsichtig nach. Die Reaktion des Ratsuchenden fällt wie folgt aus: „Wunderbar, wie Sie das sofort erkannt haben und es ansprechen. Sie haben den Nagel auf den Kopf getroffen.“ Er bekennt sich als alkohol- und spielsüchtig. Da der Fachkraft die spezifischen Kenntnisse fehlen, lehnt sie den Auftrag freundlich und – mit Blick auf ihre Gründe – transparent ab und fügt freundlicherweise eine Liste mit Suchtberatungsstellen bei. Nur Stunden später erhält sie eine wütende und beleidigende Antwort. Obwohl der Start gelungen war, müsse er (der Ratsuchende) auf Grund der Antwort feststellen, dass die Fachkraft wohl doch nicht die ‚Richtige‘ sei.

Praxisbeispiel: Es passiert nicht selten, dass Ratsuchende nach einer aus ihrer Sicht gelungenen Beratung den Wunsch äußern, die Fachkraft (nachträglich) face-to-face kennenzulernen. Hier sollte die Fachkraft sorgfältig abwägen, inwieweit ein Eingehen auf diesen Wunsch die gebotene professionelle Distanz beschädigt und darüber hinaus das (positive) Imaginat der/des Ratsuchenden enttäuscht und die evtl. zu einem späteren Zeitpunkt notwendige Wiederaufnahme der Beratung verhindert.

- 4) Gehemmten Menschen fällt es bekanntlich schwerer, sich in Gruppen zu äußern, wenn sie von den Anwesenden direkt beobachtet („gemustert“) werden. Unsere Erfahrungen zeigen, dass Video-

⁷⁹ Kreller 2021: 49 f.

⁸⁰ „Im Cyberspace erlebt sich das telematische Ich als selbstbestimmt und häufig sogar als autonom. [...] Weshalb das telematische Ich selbstbewusst für sich in Anspruch nimmt, täuschen und sich täuschen zu dürfen“ (Thiery 2015: 160).

Konferenzen geeignete Umgebungen darstellen können, um Hemmungen abzubauen bzw. habitualisierte Hemmungen zu überwinden. Förderlich ist, neben den spezifischen Bedingungen in virtuellen Räumen, die bereits erwähnte andere Gruppendynamik von Online-Gruppen.

Praxisbeispiel: *Bewohner*innen eines Wohnprojekts werden, nach vorausgegangenen Face-to-face-Sitzungen, im Rahmen einer Video-Konferenz supervidiert. Thema sind die enttäuschten Erwartungen an das Zusammenleben. Nachdem eine Bewohnerin während der Video-Konferenz sich traut, ihre Gründe für ihre Enttäuschung ausführlich darzustellen und damit die Sitzung dominiert, erfährt sie sehr große Wertschätzung von den übrigen Teilnehmenden, weil „sie sich endlich mal traue, den Mund aufzumachen“. In den vorausgehenden Face-to-face-Treffen war von der Bewohnerin nie mehr zu hören als ihr Name, ihre Enttäuschungen behielt sie stets für sich. Der Settingwechsel von Offline zu Online kann durchaus wünschenswerte (Enthemmungs-)Effekte provozieren.*

VI. Gehört dem BC die Zukunft?

Der in den Konzeptstudien zum BC fokussierte Settingwechsel stellt triviale⁸¹ Aspekte vor, zumal durch die Studien (noch) nicht belegt werden kann, wieso der bloße Settingwechsel dazu beitragen kann, hilfreiche, effektive und nachhaltige Ressourcen zu generieren. Auch greift das Argument der Flexibilisierung der Beratung in Bezug auf die tatsächliche Angebotsstruktur zu kurz, in der Praxis dürften kaum mehr als zwei Wahlmöglichkeiten gleichzeitig angeboten werden. Solange der Fachkraft die Steuerungshoheit über die Settingwechsel zugestanden wird, werden Wahlmöglichkeiten und Passung zu Ungunsten der Ratsuchenden beschnitten, neue Erfahrungen auf Fachkraftseite als Folge von ‚exaltem‘ Verhalten der Ratsuchenden ebenso. Aus unserer Sicht aber ist die medientheoretische Analyse und Darstellung der Folgen des Medienbruchs **die** Leerstelle in den vorliegenden Abhandlungen zum Thema. Hinweise zur Praxis des BC bewegen sich auf dem Niveau prozeduraler Anweisungen⁸², die eine ‚konzeptionell angeleitete‘ Umsetzung bestenfalls suggerieren, während sich die ‚Rezeptur‘ des BC bislang weitestgehend theoriefrei präsentiert. Hinderlich für ein anderes (besseres) Verständnis wirkt auch der Sprachgebrauch durch Nutzung des Attributs ‚(ver)mischen‘, mit dem suggeriert wird, probate Anteile der face-to-face-Beratung in die Online-Beratung ‚retten‘ zu wollen und zu können. Erneut sei daran erinnert, dass die mediale Verfasstheit von Interaktion und telemedial vermittelter Kommunikation in einem unaufhebbaren polaren Verhältnis steht. Überlagern können sich indes die Lerneffekte aus den unterschiedlichen Phasen. Auch bei Überlagerungen dürften Ratsuchende in der Lage sein anzugeben, an welcher Stelle des Prozesses – online oder offline – der rettende Einfall sich eingestellt hat und welchen Einfluss das Setting auf die Generierung hilfreicher Ideen oder Projektionen hatte – weshalb es auch hier nicht zu Vermischungen im sprichwörtlichen Sinne kommt. Ab hier ist der Einsatz der Therapieforschung angezeigt.

Therapieforschung müsste aufzeigen, welche BC-spezifischen und damit von bekannten Techniken unterscheidbare Interventionstechniken hilfreiche und nachhaltige Effekte (z.B. neuartige Ressourcen) erzeugen. Eine darauf ausgerichtete Forschung käme an der Beantwortung der Frage nicht vorbei, welche Rolle die faktische Wahrnehmung und die Imagination bei der Generierung hilfreicher Ressourcen oder Projektionen spielen und wie sich Lerneffekte aus den unterschiedlichen Inspirationsquellen effektsteigernd überlagern lassen.

⁸¹ Vergl. Kühl 2015. Trivialisierungen in der Praxis durch die Praxis sind nachgerade unvermeidlich.

⁸² Etwas weniger wohlwollend könnte man auch von Anweisungen auf dem Niveau von ‚Kochrezepten‘ sprechen.

Gehört dem BC die Zukunft? Wer so fragt, hofft (unbewusst) auf das Verschwinden der als lästig empfundenen Kontingenz.⁸³ Es kann schlecht als rational bezeichnet werden, einerseits den raschen Wandel der Digitaltechnik samt den bekannten Auswirkungen auf die gesamtgesellschaftliche Kommunikation zu betonen und andererseits ein ‚zukunftssicheres‘ Beratungssetting zu propagieren, zwecks Ruhigstellung der Unsicherheiten einer auch für die Beratungszunft ungewissen Zukunft. Niemand kann wissen, welche Settings in Zukunft überhaupt Bestand haben. Unterstellt man Beratungskommunikation Wirksamkeit, erkennt man an, dass man es bei jedem nachfolgenden Kontakt mit einer (mittlerweile) veränderten Realität zu tun hat. Beratung kann nicht „kontingenzfest“⁸⁴ gemacht werden, sie zielt auf eine vorweggenommene und damit prinzipiell ungewisse Zukunft. Beratung funktioniert als Gratwanderung zwischen einem zu wenig und einem zuviel an Kontingenz.⁸⁵

Parallel gilt: Eine nichtkontingente (wohlgeordnete/stabile) Psyche existiert nicht.⁸⁶ Hoffen die Protagonist*innen des BC etwa darauf, mit der Proklamation eines ultimativen Settings die Psyche ‚ruhig‘ stellen zu können, um als Profession nicht an den Folgen der Technisierung des Sozialen verzweifeln zu müssen? Lehrt uns die Medizin aktuell nicht eindrücklich, dass es die Kur ‚eine für alle‘ nicht gibt (und nie gegeben hat)? Vielmehr geht die Entwicklung im Gegenteil dahin, die Kur den einzelnen Patient*innen mit ihren (organischen) Besonderheiten anzupassen. Etwas als ‚Zukunft‘ zu propagieren ist motiviert von der Hoffnung, Unsicherheiten eliminieren zu können, um die eigenen Anstrengungen nicht dem unkalkulierbaren Risiko auszusetzen, nicht von Bestand zu sein. Dabei ist mit dem bisher Erreichten nicht einmal annähernd ausgelotet, welche Möglichkeiten der Hilfeleistung im Cyberspace zukünftig realisiert werden können.

Literatur:

- Antos, G. (2002): Mythen, Metaphern, Modelle. Konzeptualisierung von Kommunikation aus dem Blickwinkel der Angewandten Diskursforschung. In: Brüner, G./Fiehler, R./Kindt, W. (Hrsg.) (2002): Angewandte Diskursforschung, Band 1: Grundlagen und Beispielanalysen. Radolfzell: Verlag für Gesprächsforschung, S. 93-117.
- Baecker, D. (1994): Soziale Hilfe als Funktionssystem der Gesellschaft. In: Zeitschrift für Soziologie, Heft 2/1994, S. 93-110.
- Baecker, D. (2001): Der Klang des Netzes: Kopien für alle. In: Flender, R./Lampson, E. (2001) (Hrsg.): Copyright: Musik im Internet. Berlin: Kadamus., S. 51-72.
- Baecker, D. (2013): Form und Formen der Kommunikation. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Baraldi, C./Corsi, G./Esposito, E. (1997): GLU. Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bolter, J. D. (2010): *Das Internet in der Geschichte der Technologien des Schreibens*. In: Münker, S./Roesler, A. (Hrsg.) (2010): Mythos Internet. 2te Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp., S. 37-55.
- Bolz, N. (1993): Am Ende der Gutenberg-Galaxis. München: Fink.

⁸³ „In moderner Gesellschaft ist alles unvermeidlicherweise unterschiedlichen Blicken unterworfen, ist nichts denkbar, was nicht ständig mit Kontingenz aufgeladen würde“ (Eugster 2000: 33). Und: „Kontingenz ist etwas, was weder notwendig ist noch unmöglich ist; was also so, wie es ist (war, sein wird), sein kann, aber auch anders möglich ist“ (Luhmann 1984: 152).

⁸⁴ Sie [die Sicht der Profession auf die Welt] müsste (zumindest dem Anspruch nach und in wesentlichen Aspekten) kontingenzfest sein“ (Fuchs 2004: 243).

⁸⁵ „Eine Gratwanderung ist damit vorgezeichnet, die zwischen zu wenig Kontingenz und zu viel Kontingenz verläuft. Es bedarf offenbar magisch anmutender Operationen, um den Absturz zur einen oder anderen Seite hin zu vermeiden“ (Fuchs 2004: 246).

⁸⁶ „Übrig lässt er [Freud] uns ein Selbst, das ein Netzwerk aus Kontingenzen statt ein wenigstens potenziell wohl geordnetes System von Vermögen ist“ (Rorty 2012: 66).

- Daft, R. L., Lengel, R. H. (1986), Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design, in: Management Science, 32. Jg., Nr. 5, 1986, S. 554–571, online verfügbar unter: <http://home.business.utah.edu/actme/7410/Daft%20and%20Lengel.pdf>
- Engelhardt, E./Reindl, R. (2016): Blended Counseling – Beratungsform der Zukunft? In: Resonanzen, E-Journal für biopsychosoziale Dialoge in Psychotherapie, Supervision und Beratung. 2/2016. Online abrufbar: http://www.e-beratungsinstitut.de/wordpress/wp-content/uploads/2014/02/Artikel-Blended-Counseling-EE-RR_12-2016.pdf
- Engelhardt, E./Storch, S. (2013): Was ist Onlineberatung? – Versuch einer systematischen begrifflichen Einordnung der Beratung im Internet. In: e-beratungsjournal 9 (2), S. 1-12. Online abrufbar: https://e-beratungsjournal.net/ausgabe_0213/engelhardt_storch.pdf.
- Esposito, E. (2004): Der Computer als Medium und Maschine. In: Bieber, C./Leggewie, C. (Hrsg.) (2004): Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff. Frankfurt am Main: Campus., S. 67-95.
- Eugster, R. (2000): Die Genese des Klienten. Bern: Haupt.
- Faßler, M. (1997): Was ist Kommunikation? München: Fink.
- Flusser, V. (1988): Krise der Linearität, Bern: Benteli.
- Flusser, V. (1995): Gesten. Versuch einer Phänomenologie. Düsseldorf: Fischer.
- Flusser, V. (2003): Kommunikologie. Frankfurt am Main: Fischer.
- Fuchs, P./Mahler, E. (2000): Form und Funktion von Beratung. In: Soziale Systeme 6 ,Heft 2/2000, S. 349-368.
- Fuchs, P. (2004): Die magische Welt der Beratung. In: Schützeichel, R./Brüsemeister, T. (Hrsg.) (2004): Die beratene Gesellschaft. Wiesbaden: Springer VS., S. 239-258.
- Heider, F. (2005): Ding und Medium. Berlin: Kadmos.
- Hensel, H. (1970): Allgemeine Sinnesphysiologie. In: W. D./ Keidl (1970) (Hrsg.): Kurzgefasstes Lehrbuch der Physiologie. Stuttgart: Thieme., S. 361-368.
- Hickethier, K. (2003): Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar: Metzler.
- Hoffmann, L. (2004): Chat und Thema. In: Internetbasierte Kommunikation. OBST: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 68., S. 103-122.
- Hoffmann, S. (2014) Medienbegriff. In: Schröter, J. (Hrsg.) (2014): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart: Metzler., S. 13-20.
- Hörmann, M. et. al. (2019): Face-to-face und mehr – neue Modelle für Mediennutzung in der Beratung. Olten, Online abrufbar: https://www.infodrog.ch/files/content/safezone_de/austauschtreffen-plus/07-hoermann-et-al-face-to-face-und-mehr-schlussbericht-fhnw-2019-01.pdf
- Iser, W. (1984): Der Akt des Lesens. Paderborn: Fink.
- Jäger, L. (2008): Transkriptive Verhältnisse. Zur Logik intra- und intermedialer Bezugnahmen in ästhetischen Diskursen. In: Buschmeier, G. /Konrad, U./Riethmüller, A. (Hrsg.) (2008): Transkription und Fassung in der Musik des 20. Jahrhunderts. Stuttgart: Steiner Verlag., S. 103-134.
- Junge, M. (2002): Individualisierung. Frankfurt am Main: Campus.
- Justen-Horsten, A./Paschen, H. (2016): Online-Interventionen in Therapie und Beratung. Weinheim: Beltz.
- Kerckhove, D. de (1998): Brauchen wir, in einer Wirklichkeit wie der unseren, noch die Fiktion? In: Vattimo, G., /Welsch, W. (Hrsg.) (1998): Medien, Welten, Wirklichkeiten. Paderborn: Fink., S. 187- 200.
- Krämer, S. (1998): Form als Vollzug. In: Siemon, D. (Hrsg.) (1998): Rechtshistorisches Journal 1998/17., S. 558-573.
- Krämer, S. (2000): Subjektivität und neue Medien. In: Sandbothe, M./Marotzki, W. (Hrsg.) (2000): Subjektivität und Öffentlichkeit. Kulturwissenschaftliche Grundlagenprobleme virtueller Welten. Köln: Halem., S. 102-116.
- Krämer, S. (2008): Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Kreggenfeld, U. (2021): Remote Negotiation – Von Kachel zu Kachel. In: managerSeminare, Heft 279, Juni 2021,

S. 61-67.

- Kreller, H. (2021): Du sollst Dir kein Bildnis machen...! Differenz(un)verträglichkeit in der Online-Beratung/Online-Supervision, in: supervision. Zeitschrift für Beraterinnen und Berater, Heft 3.2021: Recht behalten ist auch keine Lösung. Differenzverträglichkeit, Gießen: Psychosozialverlag 2021, S. 45-50.
- Kreller, H. /Thiery, H (2021): Primat der Kopräsenz. Online abrufbar: <https://dg-onlineberatung.de/veroeffentlichungen/>
- Kühl, S. (2015): Die fast unvermeidliche Trivialisierung der Systemtheorie in der Praxis. In: Gruppendynamik und Organisationsberatung, 3/46 (2015), S. 327-339.
- Lakoff, G. (1993): The contemporary theory of metaphor. In: Ortony, A. (Hrsg.) (1993): Metaphor and Thought. New York: Cambridge University Press., S. 202-251.
- Luhmann, N. (1984): Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1998): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (2002): Das Erziehungssystem der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (2005): Die operative Geschlossenheit psychischer und sozialer Systeme. In: (ders.): Soziologische Aufklärung. Band 6: Die Soziologie und der Mensch. Wiesbaden: Springer VS., S. 26-37.
- Luhmann, N. (2009): Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden: Springer VS.
- Luhmann, N. (2009a): Zeit und Handlung – Eine vergessene Theorie. In: Luhmann, N. (2009): Soziologische Aufklärung 3. Soziales System, Gesellschaft , Organisation. Wiesbaden: Springer VS., S. 115-142.
- Luhmann, N. (2009b): Über die Funktion der Negation in sinnkonstituierenden Systemen. In: Luhmann, N. (2009): Soziologische Aufklärung 3. Soziales System, Gesellschaft , Organisation. Wiesbaden: Springer VS., S. 41-57.
- Mersch, D. (2008): Tertium datur. Einleitung in eine negative Medientheorie. In: Münker, S./Roesler, A. (Hrsg.) (2008): Was ist ein Medium? Frankfurt am Main: Suhrkamp., S. 304-321.
- Mersch, D. (2014): Implizite Medientheorien in der Philosophie. In: Schröter, J. (Hrsg.) (2014): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart: Metzler.
- Merten, K. (1977): Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Misoch, S. (2006): Online-Kommunikation. Konstanz: UVK.
- Ong, W.J. (1988): Orality and Literacy. Oxford: Routledge.
- Priddat, B. P. (2014): Homo Dycotos. Netze, Menschen, Märkte. Marburg: Metropolis.
- Reckwitz, A. (2006): Die historische Transformation der Medien und die Geschichte des Subjekts. In: Ziemann, A. (Hrsg.) (2006): Medien der Gesellschaft – Gesellschaft der Medien. Konstanz: UVK., S. 89-107.
- Rorty, R. (2012): Kontingenz, Ironie und Solidarität. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schäfter, C. (2010): Die Beratungsbeziehung in der sozialen Arbeit. Wiesbaden: Springer VS.
- Schröter, J. (2014): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart -Weimar: Metzler.
- Shannon, C./Weaver, W. (1964): The Mathematical Theory of Comunication. 10th Printing. Urbana: University Press.
- Simms, W. (1999): The Native American Indian client: A tale of two cultures. In: Jenkins, Y. (Hrsg.) (1999): Diversity in college settings. Directives for helping professionals. New York: Routledge., S. 21-35.
- Thiele, M. (2009): Vom Mediendispositiv zum medialen Kombinat aus Dispositiven. Online abrufbar: <https://zeitschrift-kulturrevolution.de/vom-mediendispositiv-zum-medialen-kombinat-aus-dispositiven>
- Thiery, H. (2015): Beratungscommunitys. Von der lokalen Beratung und Psychotherapie zur Onlineberatung in der Informationsgesellschaft. Weinheim: Beltz.
- Thiery, H. (2019): Metaphorik der Digitalität. Online abrufbar: <https://dg-onlineberatung.de/veroeffentlichungen/>
- Tholen, G. C. (2002): Die Zäsur der Medien. Kulturphilosophische Konturen. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Weiß, S. (2013): Blended Counseling: Zielorientierte Integration der Off- und Onlineberatung. Hamburg: Diplomica.

Wiesing, L. (2005): Artificielle Präsenz. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Wiesing, L. (2008): Was sind Medien? In: Münker, S./Roesler, A. (Hrsg.) (2008): Was ist ein Medium? Frankfurt am Main: Suhrkamp., S. 235-271.

Wirth, U. (2002): Der Performanzbegriff im Spannungsfeld von Illokution, Iteration und Indexikalität. In: Wirth, U. (Hrsg.) (2002): Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften. Frankfurt am Main: Suhrkamp., S. 9-62.

Wulff, H.J. (1978): Medium und Kanal. In: Zur Terminologie der Semiotik 1, MAKs Publikationen, S. 37-67.,
Online abrufbar: https://macau.uni-kiel.de/servlets/MCRFileNodeServlet/macau_derivate_00000615/2-1.pdf

Zu den Autoren:

Helmut Kreller:

<https://psychosoziale-online-beratung.de/#about>

https://www.xing.com/profile/Helmut_Kreller2

Heinz Thiery:

<https://dg-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2021/07/Vita-Thiery.pdf>