

seele@internet – Chancen, Risiken, Notwendigkeiten von internetgestützten Beratungsformen¹⁾

Gerald Kral

Zusammenfassung

In diesem Beitrag wird zunächst die Bedeutung des Internet als „psychologischer Raum“ aufgezeigt und die Anwendungsmöglichkeiten internetbasierter Kommunikation im Gesundheitsbereich sowie deren Bedeutung für Betroffene werden herausgearbeitet. Ausgehend davon wird der Bedarf nach internetbasierten Formen von psychologischer Beratung mit seinen wichtigsten Implikationen – Beratungs- und Anwendungsformen, mögliche Zielgruppen, rechtliche Implikationen und zukünftige Aufgaben – diskutiert.

Schlagwörter

E-Health – virtuelle Selbsthilfegruppen – Online-Beratung – Qualitätskriterien

Abstract

The article discusses the meaning of the internet as ‘psychological space’ and the different possibilities how to use internetbased communication in the field of health, as well as their meaning for affected people. Coming from there, the need for internetbased forms of counseling is being discussed, which includes different forms of counseling and its appliance, possible target groups, judicial implications, and future assignments.

Key words

E-Health – online self-help-groups – online counseling – criteria of quality

1. Einleitung

Der Titel dieses Artikels – seele@internet – soll zum Ausdruck bringen, dass „das Internet“ – der „Cyberspace“ auch als „psychologischer Raum“ oder virtueller Ort zu verstehen ist. Dies ist auch daran erkennbar, dass im Zusammenhang mit dem Internet häufig räumliche Metaphern verwendet werden („Cyber-Space“, „Chat-Räume“, „wo bist du gerade?“). In diesem psychologischen Raum manifestiert

sich sehr viel von menschlichen Interessen, Gefühlen, Bedürfnissen, Ängsten usw. Suler (1999) beschreibt, dass Computer und Internet von den UserInnen häufig als Erweiterung des eigenen Selbst empfunden werden und der Cyberspace als „Übergangsraum“ zwischen dem eigenen Selbst und Objekten der Außenwelt, der zum Teil dem eigenen Selbst und zum Teil den Objekten zuzuordnen ist. Aus diesem Grund bietet der Cyberspace viel Raum für Übertragungsreaktionen im psychoanalytischen Sinn, zur Regression (Holland 1996), zur Projektion und auch zum Experimentieren mit der eigenen Identität (siehe dazu ausführlich Turkle 1998). Suler zitiert einen Internet-User mit den Worten: „Everywhere I go on the internet, I keep running into... ME!“.

Was die Menschen, oder zumindest den grossen Anteil der Internet-UserInnen aktuell beschäftigt, sozusagen eine Art Landkarte der Inhalte, die momentan im „kollektiven Bewusstsein“ der Internet-Community vorherrschen, kann u.a. durch die in Internet-Suchmaschinen eingegebenen Begriffe abgebildet werden. Die populäre Suchmaschine Google veröffentlicht unter dem Titel „Zeitgeist“ Teile der daraus resultierenden Statistiken. Für Deutschland sah das im Jahr 2003 beispielsweise folgendermaßen aus:

Tab. 1: Populäre Suchbegriffe 2003. Quelle: www.google.com

Germany – Popular Queries 2003	
1.	Yu-gi-oh
2.	Jeanette Biedermann
3.	Paris Hilton
4.	BMW
5.	Stiftung Warentest
6.	Findet Nemo
7.	Deutsche Bahn
8.	Antivir
9.	Nikolaus
10.	Robbie Williams

Ein wichtiger und ständig wachsender Sektor im Internet sind Angebote im Gesundheitsbereich. Die Möglichkeit zur