



WIE SPRECHENDE MEDIZIN DAS STIGMA  
PSYCHISCHER ERKRANKUNGEN AUFHEBEN KANN

# DIE BEDEUTUNG DES STORYTELLINGS FÜR DAS FRAMING DER KLINISCHEN PSYCHIATRIE

# **Die Bedeutung des Storytellings für das Framing der klinischen Psychiatrie**

**Wie sprechende Medizin das Stigma  
psychischer Erkrankungen  
aufheben kann**

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

**Impressum:**

Copyright © Studylab 2020

Ein Imprint der GRIN Publishing GmbH, München

Druck und Bindung: Books on Demand GmbH, Norderstedt, Germany

Coverbild: GRIN Publishing GmbH | Freepik.com | Flaticon.com | ei8htz

## Abstract

Die Prävalenz psychischer Störungen und Erkrankungen erlaubt das paradoxe Postulat, dass es „normal“ ist, psychisch krank zu sein. Nichtsdestotrotz werden Betroffene aufgrund ihres Aufenthaltes in einer psychiatrischen Klinik oder Station noch immer als „verrückt“ etikettiert. Mit dem Ziel, als Kommunikationsmanager einen geringfügigen Beitrag zur Entstigmatisierung von Menschen mit psychischen Erkrankungen leisten zu wollen, erörtert diese Arbeit den Stellenwert des Storytellings für das Framing der klinischen Psychiatrie. Die Divergenz der Untersuchungsgegenstände ist Abbild des Forschungsdesiderats, dessen sich anhand einer Literaturstudie angenommen wird. In dieser Abhandlung wird die Wirkung rahmender Geschichten in und über die klinische Psychiatrie aufgezeigt und die Erkenntnis gewonnen, dass das Storytelling starken Einfluss auf die Kooperation der Stakeholder und die Handlungsfähigkeit der klinischen Psychiatrie haben kann. Gleichzeitig wird das Resümee gezogen, dass aus Kliniken kaum rahmende Geschichten erzählt werden. Diese Feststellung führt zur Auseinandersetzung mit der Frage, wie die klinische Psychiatrie das Storytelling für ihr öffentliches Framing gestalten könnte. Ihre Beantwortung dürfte sich insbesondere für Kommunikationsbeauftragte als interessante Aufgabe erweisen.

The prevalence of mental disorders and illnesses permits the paradoxical postulate that it is “normal” to be mentally ill. Nevertheless, people are still labeled as “insane” due to their stays in a psychiatric hospital or ward. With the aim of making a minor contribution to the destigmatization of people with mental illnesses as a communication manager, this paper discusses the importance of storytelling for the framing of clinical psychiatry. The divergence of the objects under investigation is a reflection of the research desideratum which will be addressed on the basis of a literature study. In this treatise, the impact of framing stories in and about clinical psychiatry is shown, and the knowledge is gained that storytelling can have a strong influence on the cooperation of stakeholders and the ability of clinical psychiatry to act. At the same time, the conclusion is drawn that hardly any framing stories are told from clinics themselves. This observation leads to a discussion of the question, of how clinical psychiatry could design the storytelling for its public framing. Its reply should prove an interesting task, particularly for communication officers.

„Worte und Bilder bestimmen unser Denken.  
Manchmal geben sie Hoffnung.  
Entscheidend ist, dass sie uns helfen zu lernen.  
Was wir zu lernen haben, ist so schwer und doch so einfach und klar:  
Es ist normal, verschieden zu sein.“

(Richard von Weizsäcker)

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abstract</b> .....	<b>III</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>VII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>VIII</b>
<b>Hinweis auf die geschlechtsneutrale Schreibweise</b> .....	<b>IX</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Zielsetzung und Erkenntnisinteresse der Arbeit .....	2
1.2 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit.....	2
<b>2 Die Entwicklung und Steuerung von Corporate Messages</b> .....	<b>4</b>
2.1 Erläuterung grundlegender Begriffe .....	4
2.2 Das Themenmanagement der Unternehmenskommunikation als korporatives Agenda-Setting .....	7
2.3 Strategien zur Vermittlung von Corporate Messages.....	8
<b>3 Framing</b> .....	<b>10</b>
3.1 Begriffliche Annäherung: Frame und Framing.....	10
3.2 Multidisziplinäre Ursprünge der Framing-Forschung.....	15
3.3 Framing im medialen Kommunikationsprozess: Frame-Arten.....	19
3.4 Framing als Technik des Themenmanagements .....	20
3.5 Zur Differenzierung von Framing und Agenda-Setting: ein Exkurs .....	22
3.6 Zusammenfassung .....	25
<b>4 Storytelling</b> .....	<b>27</b>
4.1 Begriffliche Annäherung und Abgrenzung: Geschichte, Erzählung, Narration.....	28
4.2 Definition: (strategisches) Storytelling .....	30
4.3 Wesentliche Bestandteile einer gelungenen Geschichte.....	33

4.4 Wirkungsmechanismen von Geschichten .....	39
4.5 Storytelling als Persuasionstechnik der Unternehmenskommunikation .....	43
4.6 Zusammenfassung.....	44
<b>5 Die klinische Psychiatrie als stakeholderorientierte Organisation .....</b>	<b>47</b>
5.1 Definition: die (klinische) Psychiatrie .....	47
5.2 Zum Begriff des Stakeholders: Ursprünge, Definitionen und Abgrenzung .....	50
5.3 Das Stakeholdermanagement der klinischen Psychiatrie.....	51
<b>6 Zur Bedeutung des Storytellings für das Framing der klinischen Psychiatrie: ein Zwischenfazit.....</b>	<b>56</b>
6.1 Die Entwicklung und Steuerung von Corporate Messages.....	56
6.2 Zur Kausalität von Framing und Storytelling .....	57
6.3 Die Relevanz des stakeholderorientierten Instrumenteneinsatzes für die klinische Psychiatrie.....	58
<b>7 Die klinische Psychiatrie: eine sprechende Medizin .....</b>	<b>60</b>
7.1 Über die heilsame Kraft des ärztlichen Wortes .....	60
7.2 Begriffliche Annäherung: sprechende Medizin .....	62
7.3 Die sprechende Medizin für das Framing der psychiatrischen Behandlung .....	63
<b>8 Geschichtswelten der klinischen Psychiatrie.....</b>	<b>67</b>
8.1 Rahmende Geschichten in der klinischen Psychiatrie.....	67
8.2 Rahmende Geschichten über die klinische Psychiatrie .....	69
8.3 Rahmende Geschichten aus der klinischen Psychiatrie.....	72
<b>9 Die Umdeutung der klinischen Psychiatrie: ein Fazit .....</b>	<b>75</b>
9.1 Die Bestandteile einer Psychiatriegeschichte: der Versuch eines Entwurfs.....	75
9.2 Reframing.....	83
<b>10 Kritische Reflexion.....</b>	<b>87</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>91</b>

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: First- und Second-Level-Agenda-Setting.....	22
Abbildung 2: Geschichte, Narration und Erzählung.....	29

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
BApK	Bundesverband der Angehörigen psychisch Kranker
bzw.	beziehungsweise
DGPPN	Deutsche Gesellschaft für Psychiatrie und Psychotherapie, Psychosomatik und Nervenheilkunde
dt.	deutsch
ebd.	ebenda
et al.	et alii
f.	folgende (Seite)
ff.	fortfolgende (Seite)
Hg.	Herausgeber (Singular)
Hgg.	Herausgeber (Plural)
i. O.	im Original
od.	oder
o. J.	ohne Jahr
PR	Public Relations
S.	Seite
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
zit. n.	zitiert nach

## **Hinweis auf die geschlechtsneutrale Schreibweise**

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Arbeit die männliche Sprachform bei personenbezogenen Substantiven und Pronomen verwendet. Die Angaben beziehen sich jedoch auf alle Geschlechter, sodass die Verwendung der männlichen Sprachform keine Benachteiligung der anderen Geschlechter impliziert und im Sinne der sprachlichen Vereinfachung als geschlechtsneutral zu verstehen ist.



## 1 Einleitung

Die Stigmatisierung von Menschen mit psychischen Erkrankungen ist ein fortwährendes Problem unserer Gesellschaft. Aller Aufklärung zum Trotz werden Erkrankte im Alltag noch immer stark diskriminiert: „Es sind letzten Endes Ängste, oft irrationale Ängste, die die Stigmatisierung aufrechterhalten, und Irrationalität ist durch Aufklärung und Wissensvermehrung nicht aufzuheben“ (Finzen 2000, S. 41). Das Wissenschaftliche Projekt eröffnet den Blick auf einen korporativen Akteur, der als Inbegriff des gesellschaftlichen Übels ebenso geächtet ist wie das Gros der Erkrankten: die klinische Psychiatrie.

In diesem Jahrhundert tragen die Medienvielfalt und die Menge an verfügbaren Informationen zu einem Höchstmaß an Meinungsbildungsprozessen bei, weshalb eine Vielzahl angsteinflößender Schauergeschichten über die klinische Psychiatrie kursiert: Sie ist die „Klapse“, aus der ein Entkommen nicht möglich scheint, in der die „Irren“ entmündigt werden und den bizarren Behandlungsmethoden sadistischer Psychiater zum Opfer fallen. Wenngleich solche Vorstellungen weit vom dem, was wir Realität nennen mögen, entfernt sind, rahmen sie die Außenwahrnehmung psychiatrischer Kliniken und Stationen. Existenzgefährdende Empörungswellen in den Massenmedien befeuern das ihnen anhaftende Stigma und zwingen Kliniken zur glaubhaften Vermittlung sozialer Verantwortung. Selten zuvor war ihr Legitimationsbedürfnis so hoch, das Risiko misslungener Kommunikation so groß (vgl. Eder/Schmidt 2019, S. 9 f.; Mast 2019, S. XIII; Zerfaß/Piwinger 2014, S. V).

Die strategische Kommunikation ist für die Handlungsfähigkeit der klinischen Psychiatrie essenziell. Nur ein offener und transparenter Dialog, der an die Befindlichkeiten der Stakeholder anknüpft, kann für diese interessant genug sein, um sich mit der gesellschaftlichen Funktion der klinischen Psychiatrie auseinanderzusetzen und in öffentlichen Diskursen ihren Stellenwert zu erörtern.

Während die sensationsheischende Gesellschaft alles daran setzt, möglichst überzeugend von besorgniserregenden Geschehnissen in „der“ Psychiatrie zu berichten, ist diese in der Öffentlichkeit alles andere als überzeugend. Obgleich viele (psychiatrische) Kliniken Sprache als wichtiges Therapeutikum für den Heilungsprozess Betroffener anerkennen und versuchen, mittels verbaler Kommunikation eine positivere Selbstwahrnehmung der Erkrankten herbeizuführen, kommunizieren sie „nach außen“ überwiegend durch Sprachlosigkeit und schüren damit ihre negative Fremdwahrnehmung.