



## Wirksame Kommunikation – starkes Quartier?

10. Forschungsseminar Stralsund: Gesunde Kommunen –  
Auf der Suche nach wirksamen Interventionen durch die Sozialpsychiatrie

Prof. Dr. Eva Baumann | Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover  
2. November 2017

# Überblick



- » **Der Ausgangspunkt:**  
Kommunikationsprobleme und problemorientierte Denkmuster
- » **Das Ziel:**  
Perspektivwechsel in Richtung lösungsorientierter Denkmuster
- » **Der Weg:**  
Re-Framing-Strategie
- » **Die Umsetzung:**  
Fundierung, Entwicklung, Implementierung und Evaluation der Kommunikationsstrategie

„Experte“ A sagt X über Z, aber B versteht Y

Z

grüner Apfel  
„in Natur“

A

Stilisierte grüner  
Apfel

X

B

Stilisierte blaue  
Birne

Y

„Experte“ A sieht X, aber B sieht Y

A

B

Blick auf „Gallisches Dorf“  
durch rosarote Brille

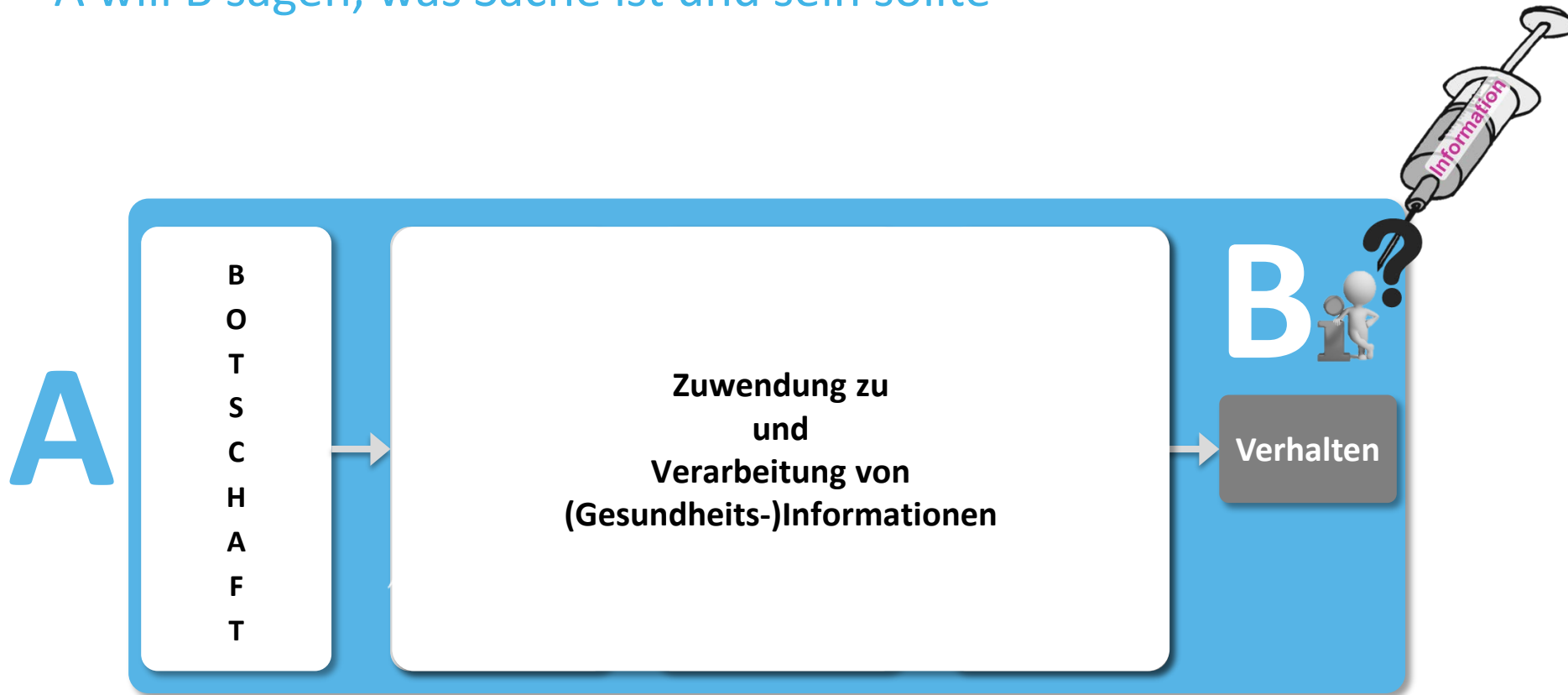
X

≠

Blick auf „Gallisches Dorf“  
„Alles Grau in Grau“

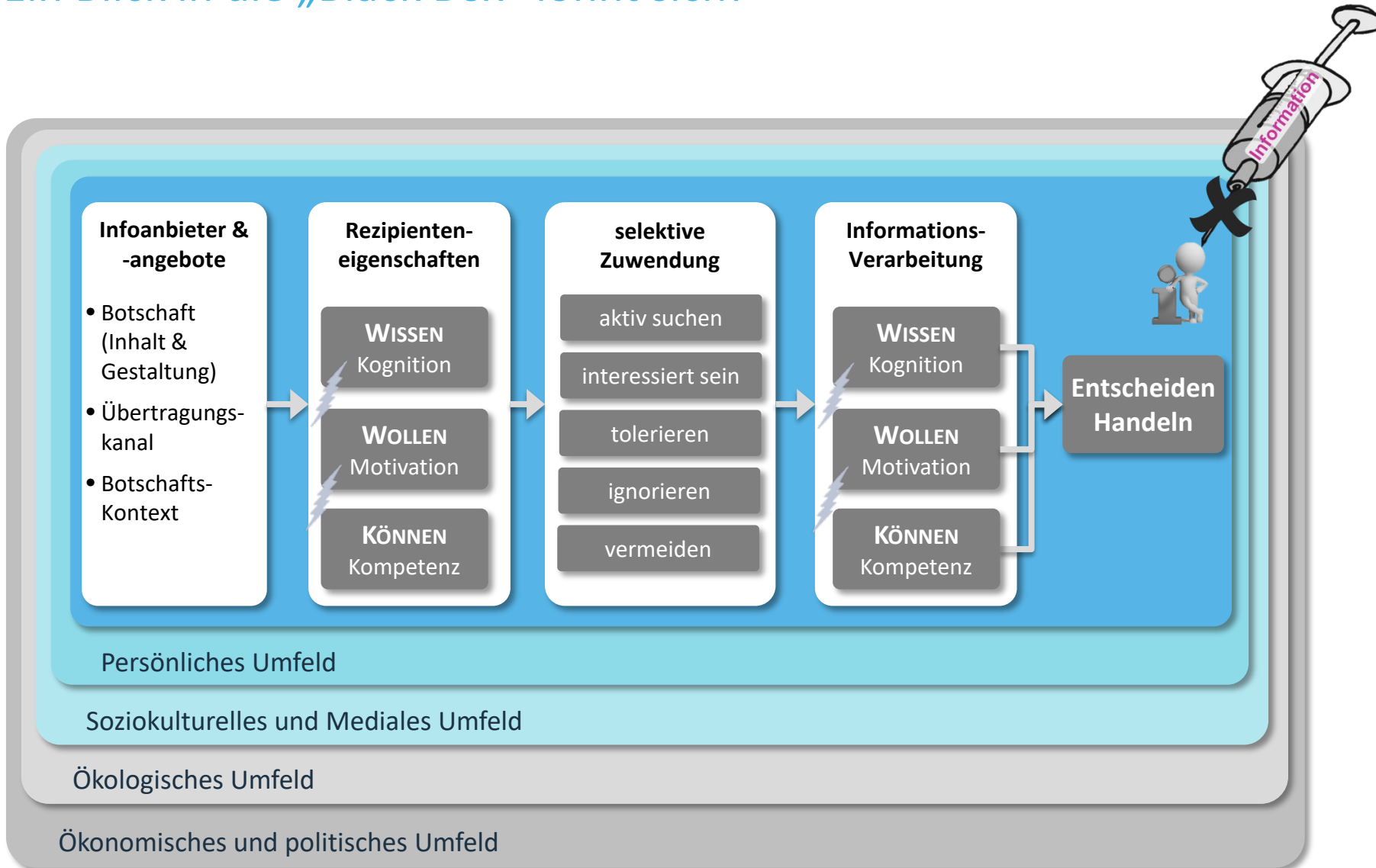
Y

A will B sagen, was Sache ist und sein sollte



(eigene Darstellung)

# Ein Blick in die „Black Box“ lohnt sich!



# Frames als individuelle und kulturelle mentale Modelle

Interpretationsschemata, die ermöglichen, Ereignisse im Lebenskontext zu lokalisieren, zu erkennen, zu benennen, Erfahrungen zu organisieren und Handlungen zu lenken

Strukturierte, relativ stabile  
Vorstellungs- und  
Wissenskomplexe

Wissen über Phänomene  
und Ereignisse

Vereinfachte und verdichtete  
Bewertungen von Personen,  
Situationen und Objekten

konsistenter Sinn- und  
Bewertungshorizont

sozial geteilte / kulturell  
geprägte Vorstellungen

Netz von Assoziationen

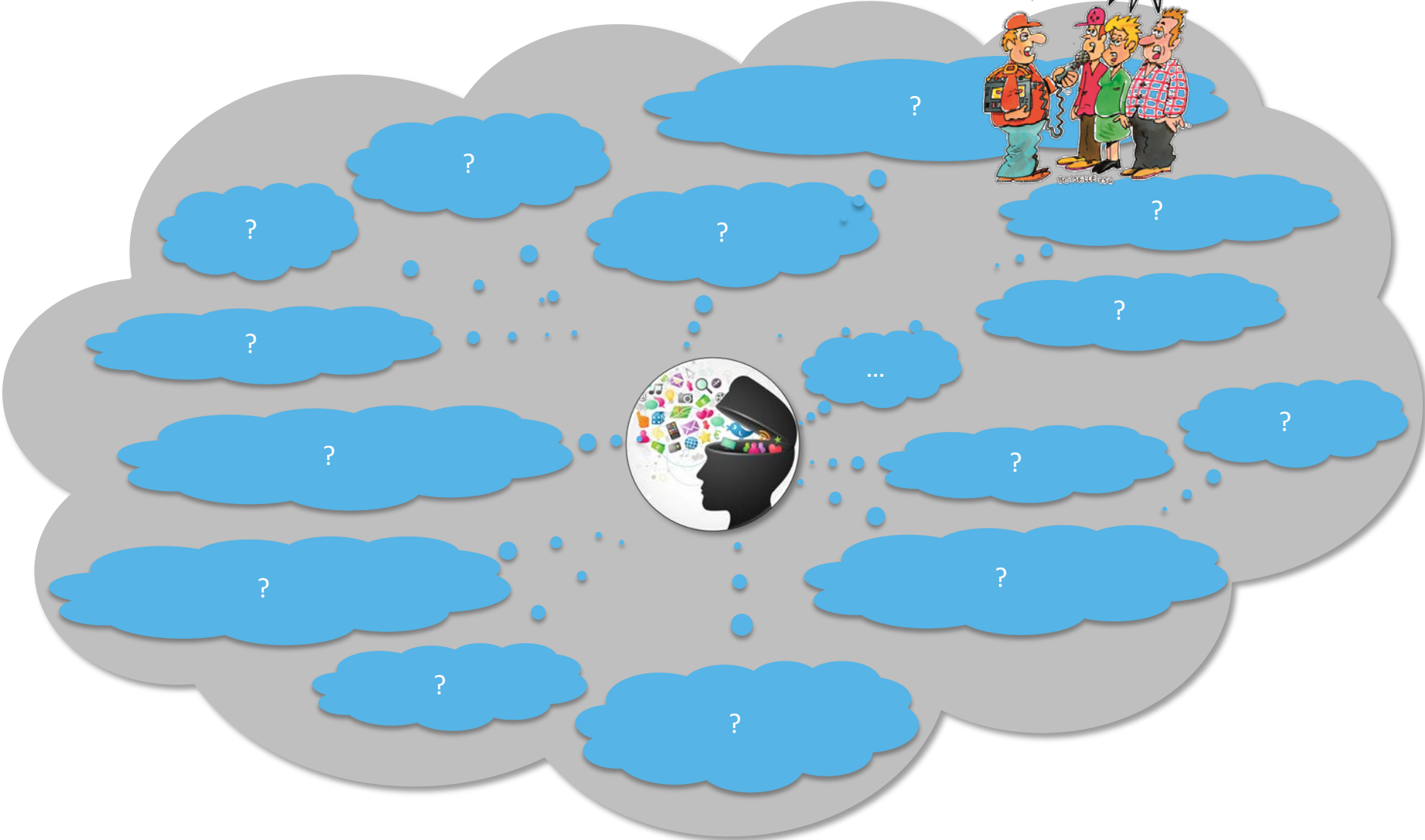


# Mentale Modelle zu psychischer Krankheit?

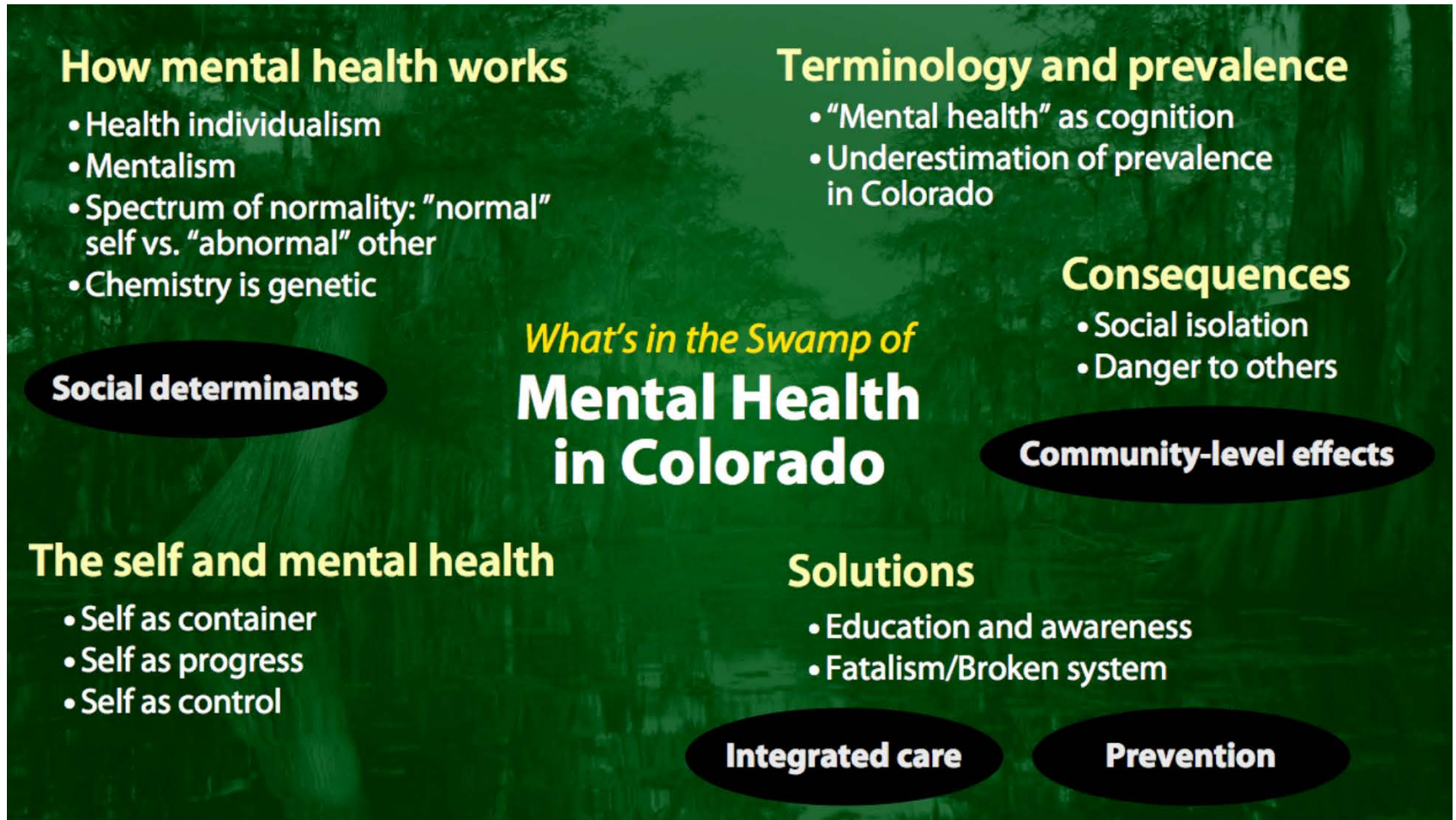




# Mentale Modelle zu psychischer Gesundheit?



# Cultural Models zu psychischer Gesundheit in Colorado



© FrameWorks Institute 2017

[https://www.frameworksinstitute.org/assets/files/mental\\_health/TCHD\\_MentalHealth\\_MTG\\_FINAL.pdf](https://www.frameworksinstitute.org/assets/files/mental_health/TCHD_MentalHealth_MTG_FINAL.pdf)

# Das Ziel: „Salutogenetischer Perspektivwechsel“

dem Denken neue Wege eröffnen

- > **frühzeitig**  
(im Vorfeld der Belastung/Erkrankung)
- > **nah**  
(lokaler, alltags-/ lebensweltlicher Bezug)
- > **ganzheitlich und nachhaltig**  
(universelle Prävention; sozial-ökologischer Ansatz)

vorherrschende  
– **krankheitsorientierte** –  
Denkmuster, Einstellungen und  
kulturell geprägte Vorstellungen

auf seelische Gesundheit  
fokussierte  
– **ressourcenorientierte** –  
Perspektive

# Der Weg: Strategisches Framing

To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote

- > a particular problem definition,  
[determine what a causal agent is doing with what costs and benefits, usually measured in terms of common cultural values]
- > causal interpretation,  
[identify the forces creating the problem]
- > moral evaluation,  
[make moral judgments: evaluate causal agents and their effects]
- > and/or treatment recommendation for the item described.  
[suggest remedies: offer and justify treatments for the problems and predict their likely effects]

(Entman 1993: 52)

# Das Prinzip: „Collective Action Framing“

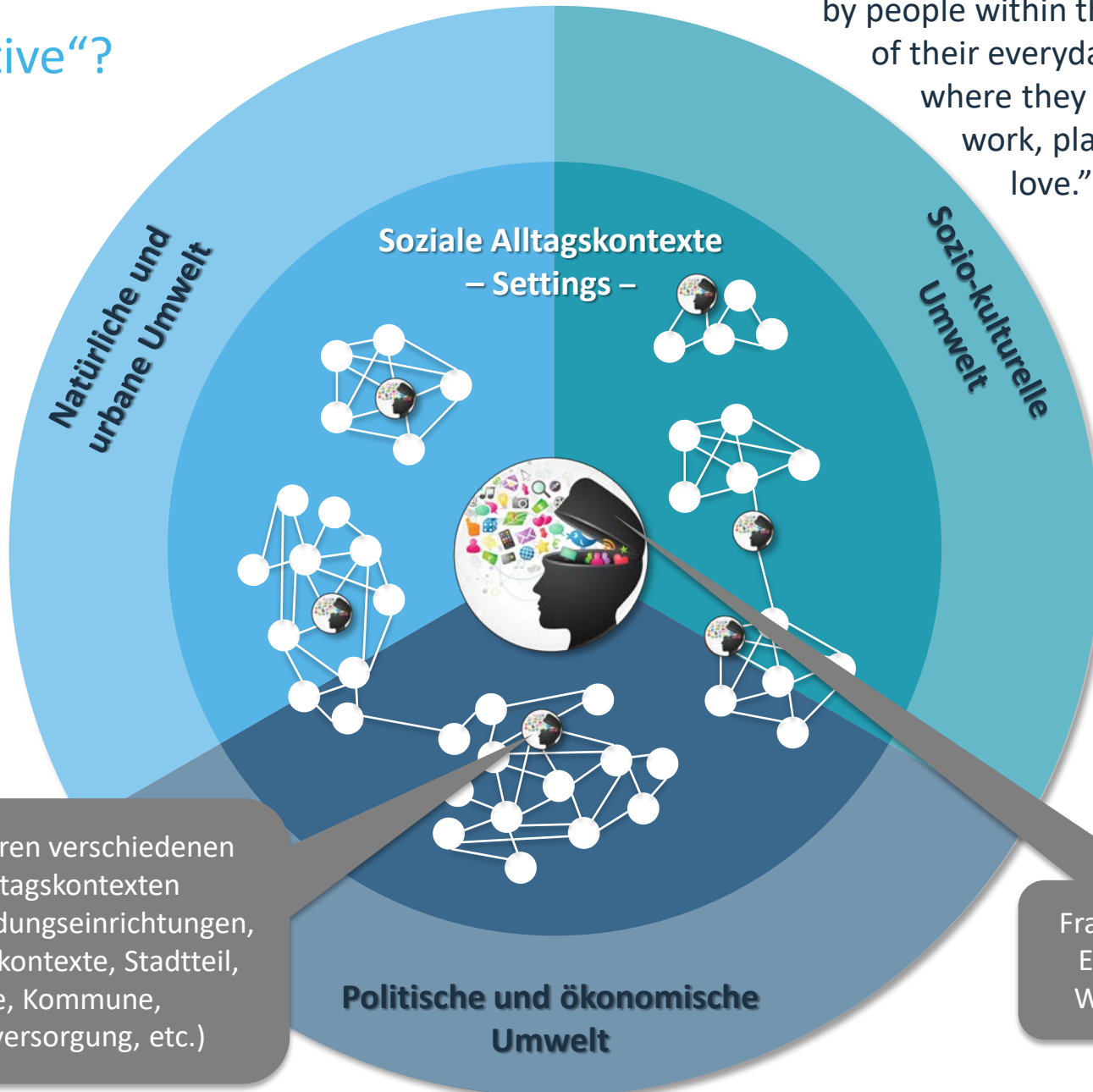


- » Aktivierung **kollektiv** geteilter Deutungsmuster einer sozialen Gruppe  
(„action-oriented sets of beliefs and meanings that inspire and legitimate the activities and campaigns of a social movement organization“ Benford & Snow, 2000, S. 614)
- » potenzielle Anhänger und Unterstützer **mobilisieren**,  
Gegner demobilisieren, die eigene Sicht auf ein Problem darstellen  
und Aktionen in der Öffentlichkeit legitimieren
  - › **partizipativ** (aktive Beteiligung) statt direktiv (Persuasion)
  - › **bottom up** statt top down
  - › keine reine Aggregationen individueller Frames,  
sondern um das Ergebnis **kollektiver Aushandlungsprozesse**

(Benford & Snow, 2000; Gamson, 1995; Entman, Matthes & Pellicano, 2009; Gamson, 1995)

# Warum „collective“?

“Health is created and lived by people within the settings of their everyday life; where they learn, work, play, and love.” (WHO, 1986)



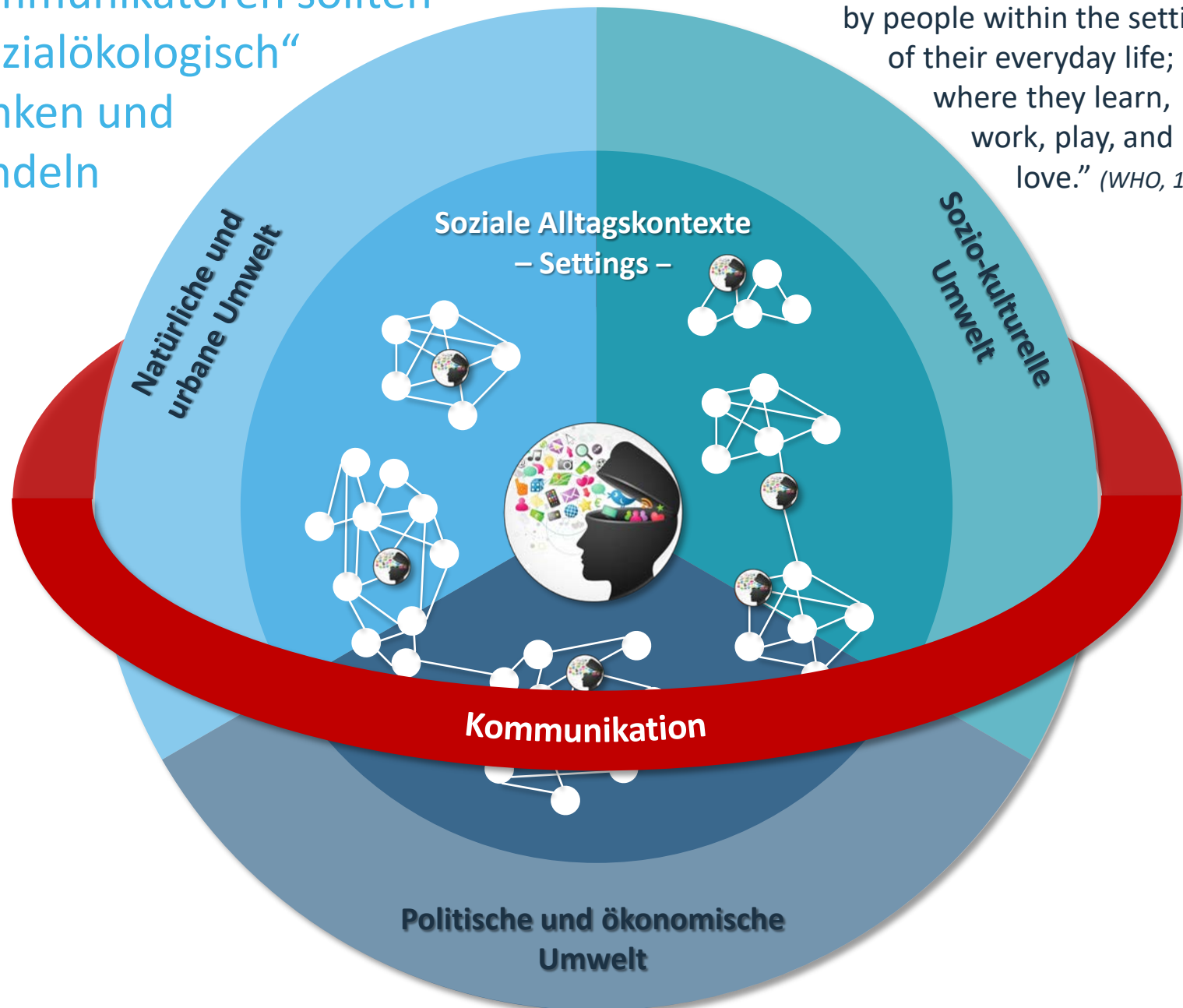
Individuen in ihren verschiedenen sozialen Alltagskontexten (Arbeitsplatz, Bildungseinrichtungen, Familie, Freizeitkontexte, Stadtteil, Gemeinde, Kommune, Gesundheitsversorgung, etc.)

Frames: persönliche Einstellungs- und Wissenskomplexe



Kommunikatoren sollten  
„sozialökologisch“  
denken und  
handeln

“Health is created and lived  
by people within the settings  
of their everyday life;  
where they learn,  
work, play, and  
love.” (WHO, 1986)



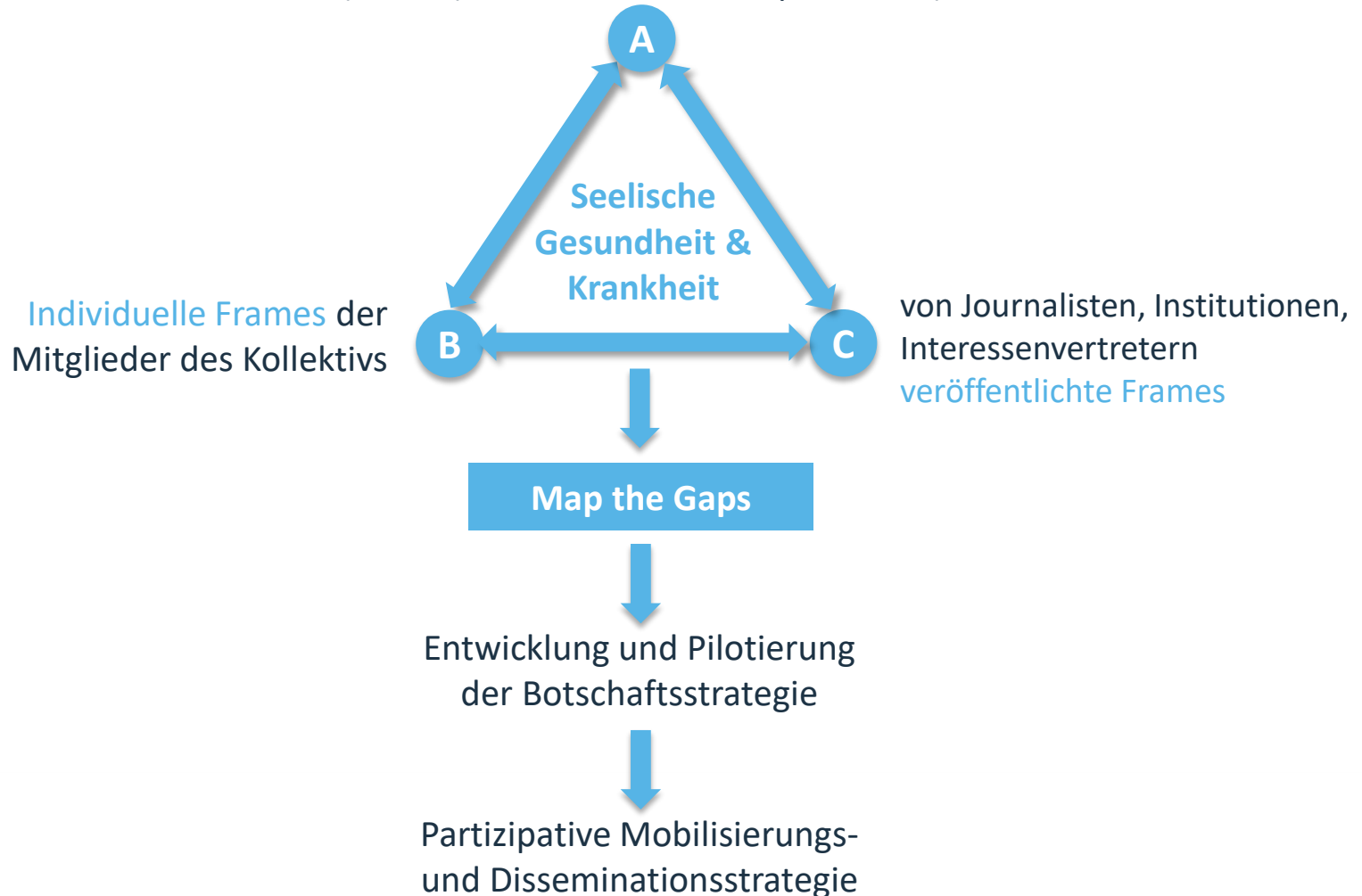
# Die Umsetzung: An verschiedenen Rädern drehen



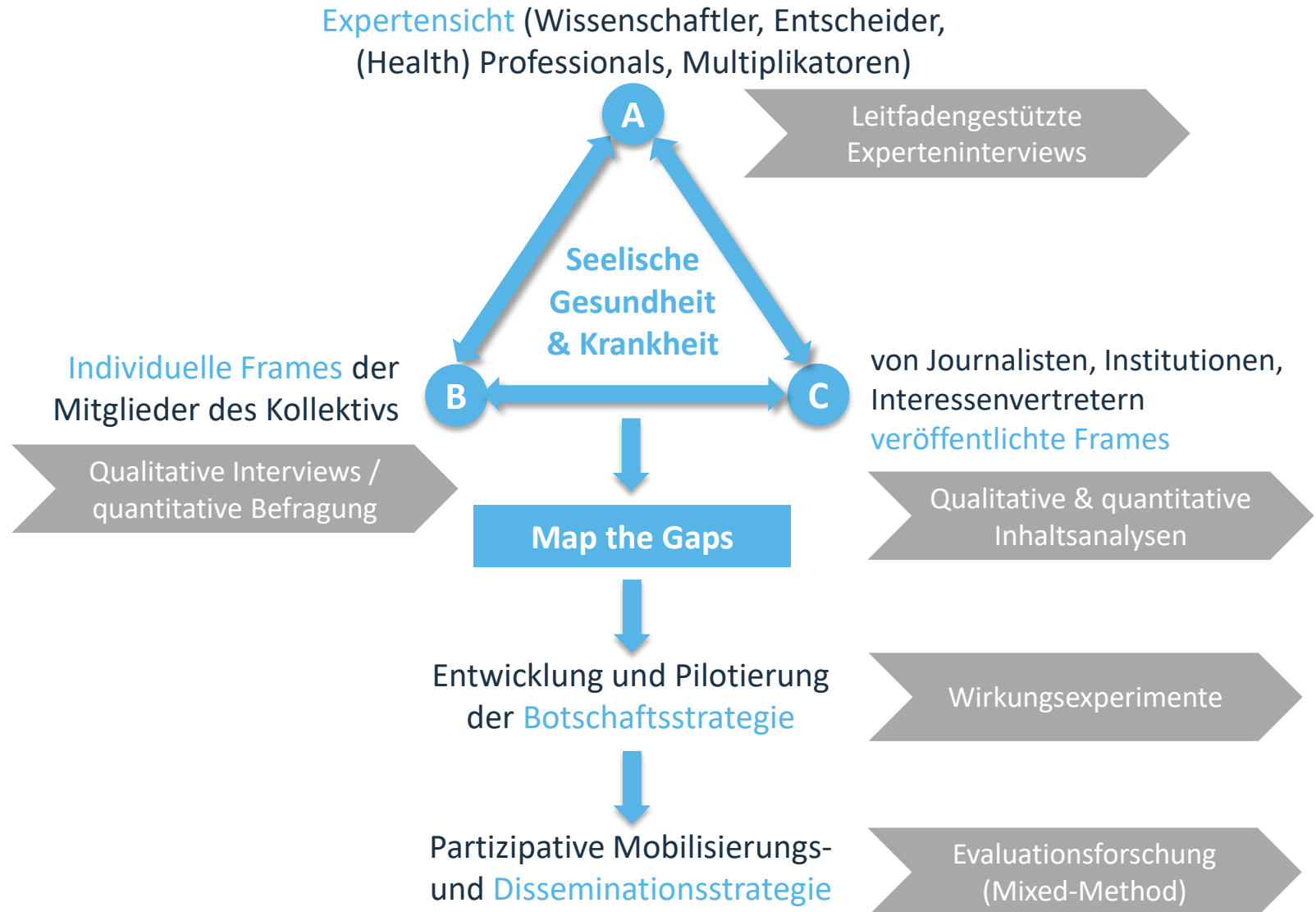


# Die Umsetzung: Mind your steps – map the gaps!

Expertensicht (Wissenschaftler, Entscheider,  
(Health) Professionals, Multiplikatoren)



# Die Umsetzung: Empirisch fundiert!



# Die Perspektive: Social Change



# Übertragbarkeit von Empfehlungen aus Colorado?



- #1 Define mental health and reframe it in positive terms.
- #2 Use values to help people see mental health as a collective issue.
- #3 Avoid crisis messaging.
- #4 Use social math to increase understanding of the scope of the problem.
- #5 Use inclusive, positive language to overcome stigma.
- #6 Tell stories with a wide-angle lens
- #7 Use explanatory chains to generate understanding of the role of environmental factors in threatening and supporting mental health.
- #8 Provide examples across a wide range of treatment options.
- #9 Fight fatalism by explaining solutions.

© FrameWorks Institute 2017

[https://www.frameworksinstitute.org/assets/files/mental\\_health/TCHD\\_MentalHealth\\_MTG\\_FINAL.pdf](https://www.frameworksinstitute.org/assets/files/mental_health/TCHD_MentalHealth_MTG_FINAL.pdf)

IJK[HC]<sup>2</sup>  
Hanover Center for  
Health Communication

Vielen Dank.

eva.baumann@ijk.hmtm-hannover.de  
www.hc-quadrat.de

