

Every Person's Life is worth a Graphic-Novel

**Illustrierte Narrationen - Cartoons, Comics und Graphic-Novels als
kreative Medien der Integrativen Gestalttherapie**

Master-Thesis zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Science

im Universitätslehrgang

Psychotherapie

Fachspezifikum Integrative Gestalttherapie

eingereicht von

Mag. Peter Radlingmayr

Department für Psychotherapie und Biopsychosoziale Gesundheit

an der Donau-Universität Krems

Betreuer/in: Mag. Petra Klampfl, MSc.

Wien, 21.2. 2021

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich, Peter Radlingmayr, erkläre hiermit an Eides statt,

1. dass ich meine Master-Thesis selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe,
2. dass ich meine Master-Thesis oder wesentliche Teile daraus bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe,
3. dass ich, falls die Master-Thesis mein Unternehmen oder einen externen Kooperationspartner betrifft, meinen Arbeitgeber über Titel, Form und Inhalt der Master-Thesis unterrichtet und sein Einverständnis eingeholt habe.

DANKSAGUNGEN

Die erfolgreiche Umsetzung eines Forschungsvorhabens findet stets in einem relationalen Feld statt.

In diesem Sinne danke ich Frau Mag.^a Petra Klampfl MSc. für die engagierte Betreuung des Themas, den Interviewpartner*innen für die Zeit und das Bereitstellen ihrer Expertise und meinen Ausbildungskolleg*innen für Austausch und Diskussion. Indirekt hilfreich waren auch Inputs von meinen Supervisor*innen, Frau Dr.ⁱⁿ Christina Gollner und Herrn DDr. Wolfgang Till, sowie von Frau Dr.ⁱⁿ Dorit Warta im Rahmen der Lehrtherapie.

Besonderer Dank gilt meinen Klient*innen, mit denen ich Wesentliches zum Thema im eigenen psychotherapeutischen Arbeiten erlerne und die auch eine Einwilligung für die Nutzung ihrer kreativen Gestaltungen im Rahmen dieser Arbeit gaben.

Großer Dank gebührt auch meiner Familie. Meine liebe Frau gab mir Optimismus, Motivation und Zuspruch und gemeinsam mit unseren beiden Katzen Zeit und Raum für das Gelingen. Meinem Vater und meinem Bruder danke ich für ihr Verständnis mancher gedanklicher Abwesenheit während der Umsetzung. Meine Mutter hätte sich über den Abschluss der Arbeit sehr mit mir gefreut.

ABSTRACT (DEUTSCH)

Hintergrund: Illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels sind kreative Angebote mit großem therapeutischen Potenzial, wofür es Belege in der Literatur gibt. Ziel der Arbeit ist, deren Nutzen, Zielgruppe und Mehrwert zu untersuchen und gestalttherapeutisch zu begründen. Methode: Mittels qualitativem Forschungsdesign wurden die Erfahrung und Einschätzung acht versierter Gestalttherapeut*innen über Expert*Innen-Interviews erhoben und inhaltsanalytisch ausgewertet. Deduktiv bestimmte Kategorien wurden im Auswertungsprozess induktiv erweitert und mittels NVivo strukturiert. Ergebnisse: Die Ergebnisse zeigen den Nutzen illustrierter Narrationen und wie diese eingesetzt werden können. Ihr Mehrwert liegt in der anthropologische Universalität von Geschichten, deren Gestaltbarkeit über Zeit und Raum und im Potenzial zur Strukturierung und Förderung. Es zeigt sich, dass das Potenzial illustrierter Narrationen von Voraussetzungen auf Therapeut*innen-Seite beeinflusst ist. Schlussfolgerung: Cartoons, Comics und Graphic-Novels psychotherapeutisch einzusetzen, setzt weder handwerkliches Geschick, noch ein spezifisches Setting oder die Präsenz eines Gegenübers voraus. Mit einfachsten Gestaltungselementen, Symbolen und Metaphern kann eine therapeutische Wirkung erzielt werden, sofern es persönlichen Bezug, Intuition, Kreativität und Ermutigung auf Therapeut*innen-Seite gibt. Das wenig erforschte Feld illustrierter Narrationen bietet Anknüpfungspunkte für weiterführende Forschung, von der Einzelfallstudie bis zu quantitativen Untersuchungen.

Stichworte (Autorenschlagwörter):

Comic, Cartoon, Graphic-Novel, Illustrierte Narration, Kreative Medien, Kreativität

ABSTRACT (ENGLISCH)

Objectives: Pictorial narratives in cartoon, comic and graphic-novel form are creative offerings with great potential capacity, according to published psychotherapeutic findings. Aim of the study is to explore their usage, target group and benefits from a Gestalt-Therapeutic perspective. **Methods:** Using a qualitative research design with expert-interviews, the experience and estimation of eight accomplished Gestalt therapists were investigated and evaluated through content analysis. Deductive categories were extended with inductive ones and structured with NVivo. **Results:** The outcome shows the usage of pictorial narratives and how they can be deployed. Their benefit lies within the anthropological universalism of stories, which can be framed across time and space and used for structuring and fostering. It becomes apparent that the potential of pictorial narratives is influenced by conditions of the therapist. **Conclusion:** The psychotherapeutic usage of Cartoons, Comics and Graphic-Novels requires neither craftsmanship nor specific settings or the presence of a counterpart. A therapeutic effect can be achieved with simple elements, symbols or metaphors if the therapist bears a relation, intuition, creativity and encouragement. Pictorial narratives are a little explored research topic, which offer links for continuative research, from single case study to quantitative research designs.

Keywords:

Comic, Cartoon, Graphic-Novel, Pictorial Narrative, Creative Media, Creativity

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG UND THEORIE	1
Einführung	1
Problemstellung und Zielsetzung	1
Forschungsfragen	2
Aufbau der Arbeit	2
Theoretischer Hintergrund	3
Grundlegende Konzepte und Definitionen	3
Narration in der Psychotherapie	10
Cartoons, Comics und Graphic-Novels	17
METHODE	27
Dokumentation des Vorverständnisses	27
Erhebungsmethode	28
Expert*innen-Interview und Problemzentriertes Interview	29
Stichprobe	32
Interviewleitfaden	34
Durchführung der Erhebung	35
Auswertungsmethode	36
Qualitative Inhaltsanalyse von Expert*innen-Interviews	36
Entwicklung des Kategoriensystems	38
Auswertungsschritte	40
ERGEBNISSE	41
Phänomenologische Aspekte illustrierter Narrationen	42
Abgrenzung zur Kunsttherapie	43
Symbolcharakter illustrierter Narrationen	43
Setting	45
Erfahrungsdimensionen	48
Beziehungsdimensionen	53

Methoden illustrierter Narrationen	54
Methodische Ansätze - von kreativen Medien zu illustrierten Narrationen	54
Prozesscharakter illustrierter Narrationen	57
Therapeutischer Nutzen illustrierter Narrationen	64
Gefahrenpotenziale illustrierter Narrationen	68
Diagnostisches Potenzial illustrierter Narrationen	69
Voraussetzungen der Klient*innen für den Einsatz illustrierter Narrationen	71
Alter	71
Vertrautheit und Affinität	73
Technische Kompetenz	73
Strukturniveau und Störungsbilder	74
Zielgruppen für illustrierte Narrationen	78
Voraussetzungen der Psychotherapeut*innen für den Einsatz illustrierter Narrationen	80
Stellenwert kreativer Medien	81
Vertrautheit und Affinität zu Cartoons, Comics oder Graphic-Novels	82
Individuelle Ergänzungen	84
DISKUSSION	85
Beantwortung und Diskussion der Forschungsfragen	85
Limitierungen	100
Ausblick	101
Implikationen für die Praxis	102
Fazit - Illustrierte Narrationen als kreative Medien der Integrativen Gestalttherapie	102
LITERATURVERZEICHNIS	105
TABELLENVERZEICHNIS	116
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	117
APPENDIX - INTERVIEWLEITFADEN	I

EINLEITUNG UND THEORIE

1987 publizierte der Gestalttherapeut Ervin Polster „Every Person’s Life is worth a Novel“ und zitiert damit den französischen Schriftsteller Gustave Flaubert (1821-1880). Mit dieser Publikation drückt er nicht nur die Besonderheit eines jeden Lebens aus, sondern richtet die gestalttherapeutische Perspektive auch auf das Potenzial unserer Dramen im Alltag. Mit der Narrativen Wende in den 1980er Jahren treten Geschichten in den Vordergrund der therapeutischen Betrachtung. „Wann immer es um die bedeutungshafte Erfahrung und Bewältigung unserer natürlichen und sozialen Existenz geht, wann immer menschliche Subjektivität und Intentionalität im Spiel sind, sind wir unweigerlich in Erzählungen verstrickt.“ (Brockmeier & Harré, 2005, S. 32) Diese können im therapeutischen Kontext nicht nur thematisiert, neu oder umgeschrieben, sondern auch visualisiert werden, bspw. in Form von Cartoons, Comics oder Graphic-Novels.

EINFÜHRUNG

Im Folgenden werden die Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit skizziert, die Forschungsfragen festgelegt und der Aufbau der Arbeit vorgestellt.

PROBLEMSTELLUNG UND ZIELSETZUNG

Cartoons, Comics und Graphic-Novels psychotherapeutisch einzusetzen, passt zum Selbstverständnis der Gestalttherapie. Es geht um kreative Medien, die das Individuum schöpferisch fordern. Gerade beim Gestaltansatz gibt es ein umfangreiches Repertoire psychotherapeutischer Interventionen, die künstlerische Materialien und Methoden einsetzen (Spagnuolo Lobb und Amendt-Lyon, 2006).

Die Motivation für das Thema basiert auf der Erfahrung jahrzehntelangen Schaffens eigener Cartoons und den daraus intuitiv gewonnenen Einsichten über die Psychologie selbst gestalteter Bilder und Bilderserien. Die Phänomenologie von Cartoons, Comics und Graphic-Novels bietet gute Potenziale für einen psychotherapeutischen Einsatz dieser Medien. Und sie legt einen Schulen-übergreifenden Ansatz nahe, bei dem auch Konzepte der ‚Lösungsorientierten Kurzzeittherapie‘ (De Shazer, 2014), ‚Narrativen Therapie‘ (White 2010), ‚Provokativen Therapie‘ (Farrell & Brandsma, 2005) und dem Forschungsfeld der ‚Positiven Psychologie‘ (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000)

einbezogen werden können. Im Fokus der Arbeit sind jedoch Implikationen für die Gestalttherapie.

Zielsetzung der Masterarbeit ist die Entwicklung konzeptioneller und praxeologischer Ideen für den Einsatz von Cartoons, Comics und Graphic-Novels als kreative narrative Angebote in der Gestalttherapie. Im Rahmen eines qualitativen Forschungsdesigns wird das Expert*innenwissen erfahrener Psychotherapeut*innen dazu empirisch erhoben. Der praxeologische Nutzen wird sowohl im Hinblick auf das Kreieren von Cartoons, Comics und Graphic-Novels, als auch hinsichtlich diagnostischer Möglichkeiten untersucht. Darüber hinaus wird das Verfahren theoretisch kontextualisiert und in Bezug zu bereits bestehenden Ansätzen unterschiedlicher Therapieschulen gesetzt. Auf theoretischer Ebene geht es dabei auch um die Auseinandersetzung mit der ‚Narrativen Wende‘ in der Psychotherapie und deren Bedeutung für die Integrative Gestalttherapie. Persönliche Erfahrungswerte zum Einsatz von Cartoons, Comics und Graphic-Novels als kreative narrative Angebote in der Psychotherapie ergänzen die theoretische und empirische Auseinandersetzung.

FORSCHUNGSFRAGEN

Aus der Zielsetzung der Arbeit wurden folgende sechs Fragestellungen entwickelt:

- 1) Welcher psychotherapeutische Nutzen wird in der Kombination von Schreiben und Zeichnen als illustrierte Narrationen gesehen?
 - 1a) Wie lassen sich illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels gestalttherapeutisch einsetzen?
 - 1b) Für welche Zielgruppen eignen sich illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels?
 - 1c) In welcher Phase einer Psychotherapie können illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels eingesetzt werden?
 - 1d) Bei welchen Störungsbildern können illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels eingesetzt werden?
- 2) Welchen Mehrwert hat die Kombination von Schreiben und Zeichnen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels gegenüber anderen kreativen Techniken?

AUFBAU DER ARBEIT

Das Kapitel ‚Einleitung und Theorie‘ besteht aus zwei Abschnitten. In der Einführung werden die Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit skizziert, die mit dem Thema verbundenen Forschungsfragen vorgestellt und der Aufbau der Arbeit umrissen. Der

zweite Abschnitt beleuchtet den theoretischen Hintergrund. Es werden der konzeptionelle und begriffliche Rahmen der Arbeit sowie die damit verbundenen Definitionen eingeführt und die Bedeutung der ‚Narrativen Wende‘ in der Psychotherapie sowie deren Relevanz für die Gestalttherapie besprochen. Schließlich werden Cartoons, Comics und Graphic-Novels als spezielle Formen illustrierter Narrationen thematisiert. Nach einer phänomenologischen Betrachtung von Cartoons, Comics und Graphic-Novels wird ihr Einsatz als intermediale narrative Angebote besprochen, therapeutischen Ansätze aus der Literatur vorgestellt und Wirkfaktoren sowie diagnostische Implikationen beleuchtet.

Im Kapitel ‚Methode‘ wird das für die Arbeit gewählte qualitative Forschungsdesign vorgestellt, von der Wahl der Methodik über das Sampling bis zur Datenerhebung und Datenauswertung. Im darauf folgenden Kapitel werden die ‚Ergebnisse‘ der empirischen Arbeit strukturiert präsentiert und im abschließenden Kapitel diskutiert.

Die Auseinandersetzung mit den Ergebnissen reicht von praxeologischen Implikationen über mögliche Anwendungsfelder bis hin zu diagnostischen Aspekten. Darüber hinaus werden mögliche Limitierungen der Arbeit reflektiert, persönliche Erfahrungswerte zum psychotherapeutischen Einsatz von Cartoons, Comics und Graphic-Novels eingearbeitet und anhand kreativer Gestaltungen von Klient*innen des Autors illustriert sowie ein Ausblick auf weiterführende Forschungspotenziale des Themas gegeben. Mit dem Fazit werden die wesentliche Erkenntnisse der Arbeit zusammengefasst.

THEORETISCHER HINTERGRUND

Zunächst werden die grundlegenden Konzepte und Begriffe der Arbeit erläutert. Danach wird der Stellenwert von Narrationen in der Psychotherapie besprochen, von der Phänomenologie von Geschichten und Erzählungen bis zu deren therapeutischem Einsatz. Implikationen von Intermedialität und deren Ausprägung in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels bilden schließlich die theoretische Überleitung in den empirischen Teil der Arbeit.

GRUNDLEGENDE KONZEPTE UND DEFINITIONEN

Im Folgenden werden die für diese Arbeit relevanten Konzepte und Definitionen eingeführt. Zunächst wird definiert, was in dieser Arbeit unter ‚Kreativität‘ und ‚Kreative

Medien' verstanden wird. Dann werden Disziplinen differenziert, die mit kreativen Medien arbeiten, und das Konzept der ‚Intermedialität‘ vorgestellt und begrifflich gefasst. Schließlich werden Cartoons, Comics und Graphic-Novels als besondere Form von Intermedialität begrifflich eingeführt und deren Charakteristik als ‚(Bild-) Geschichten‘ festgemacht.

Kreativität und Kreative Medien

Kreatives Gestalten als therapeutische Maßnahme wird seit Beginn des 19. Jahrhunderts in klinischen Settings wie der Psychiatrie oder Rehabilitation angeregt. In den 30er- und 40er-Jahren des 20. Jahrhunderts kam es in den USA zu einer Professionalisierung, die in Europa erst später stattfand (Petzold & Sieper, 1990). In der Gestalttherapie stammen wesentliche Konzepte und Forschungsarbeiten dazu von Hilarion Petzold und Ilse Orth Petzold (Petzold, Orth & Sieper, 2019).

Definition 1: Kreativität

Für die Gestalt-Perspektive ist Kreativität weniger Eigenschaft, Charakterzug oder intrapsychischer Prozess, sondern Ausdruck einer Beziehung zwischen einem Selbst und der Umgebung. Kreativität wird damit vom Inneren einer Person auf deren Beziehungsdynamik mit der Umwelt verlagert (Melnick & March Nevis, 2006) und als „relationaler Prozess“ (Zinker, 2006, S. 160), „Feldphänomen“ (Burley, 2006, S. 95) und „wesentliches Attribut der Kontakterfahrung“ (Sichera, 2006, S. 109) verstanden. Indem Kreativität die „spontane Anpassung des Individuums an seine [bzw. ihre] Umgebung“ charakterisiert, ist sie ein normaler Ausdruck menschlicher Natur“ (Spagnuolo Lobb & Amendt-Lyon, 2006, S. VIII).

Kreativität kann im Kontext von Psychotherapie differenziert verortet werden:

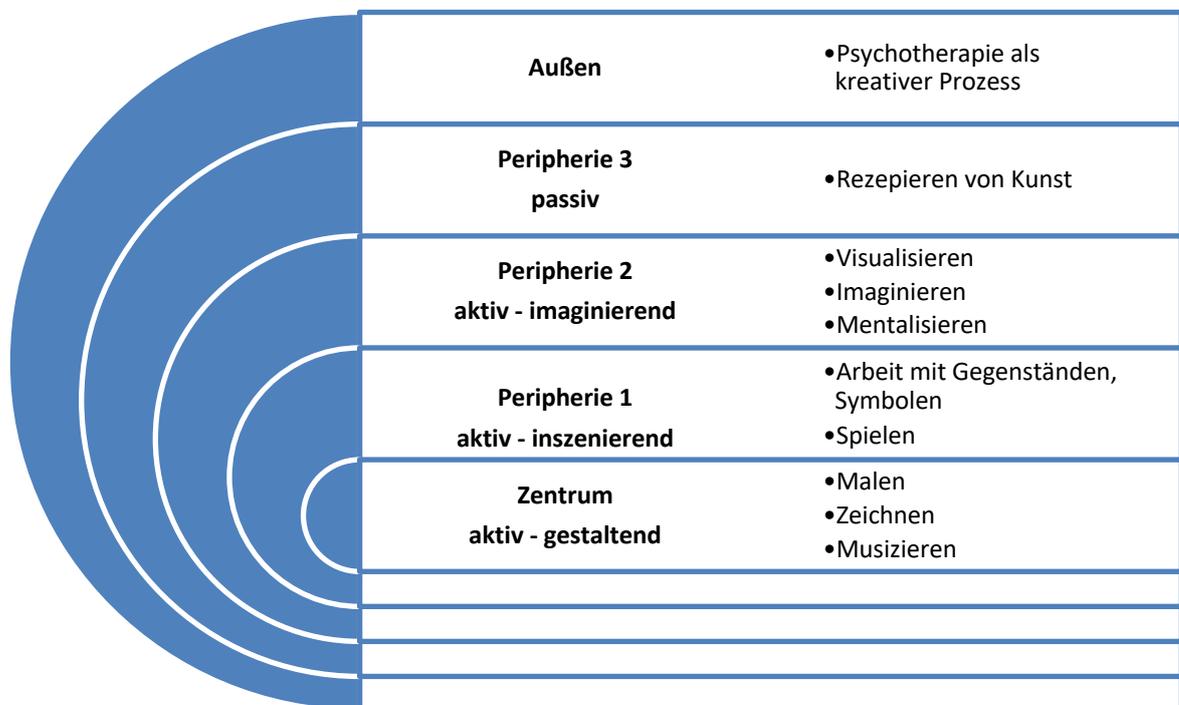
- Kreativität als anthropologische Konstante des Menschen (Orth & Petzold, 2015)
- Psychische Störungen als kreative Anpassungsleistungen (Spagnuolo Lobb & Amendt-Lyon, 2006)
- Psychotherapie bzw. Gestalttherapie als kreativer Prozess (Zinker, 1993)
- Kreative Medien als Interventionen im therapeutischen Prozess (Resch, 2016)

Definition 2: Kreative Medien (bzw. Angebote)

Kreative Medien sind für Hartmann-Kottek (2008) „gestaltende Techniken“ (S. 217), wie Malen bzw. zeichnerischer Ausdruck, Modellieren mit Ton, Kollagetechniken, Puppen- und Maskenarbeit, Textil-Improvisationen, Metall- und Drahtbiegearbeiten oder Bildhauen in Stein. Auch die Arbeit mit Gegenständen (Hochgerner, 2015), Spielen oder szenisches Gestalten können als kreative Angebote im weiteren Sinn gesehen werden. Abbildung 1 strukturiert das Spektrum von Kreativität und kreativer Medien.

Abbildung 1

Kreative Medien in der Psychotherapie (eigene Darstellung)



In dieser Arbeit wird auf kreative Medien und deren Kombination fokussiert, die im „Zentrum“ der Darstellung in Abbildung 1 stehen.

Therapeutisches Arbeiten mit kreativen Medien

Verschiedene therapeutische Disziplinen wie Psychotherapie, Ergotherapie oder Musiktherapie arbeiten mit kreativen Medien. Menzen (2016) differenziert dabei einen kunstpsychologischen, kunstpädagogischen, ergotherapeutischen, heilpädagogischen, kreativ- und gestaltungstherapeutischen sowie tiefenpsychologischen Ansatz.

Kunstpsychotherapie bzw. Psychotherapie mit kreativen Medien können als „Oberbegriffe für die Arbeit mit unterschiedlichen Methoden, Techniken und Medien im Rahmen psychotherapeutischen Handelns“ verstanden werden (Petzold & Sieper, 1990, S. 176). Der Einsatz kreativer Medien in der Psychotherapie ist dabei in unterschiedlichen Traditionen von Bedeutung, von tiefenpsychologischen über humanistische, verhaltenstherapeutische bis hin zu systemisch-konstruktivistischen Schulen.

(Inter-) Mediale Arbeit im psychotherapeutischen Behandlungsprozess fördert den Ausdruck von Konflikten, die Darstellung von Problemen und Erarbeitung von Lösungen (Ort, 2000). Aus gestalttherapeutischer Perspektive dienen kreative Medien dazu, „die Dynamik der „inneren Landschaft“ und ihr Kräftespiel zu externalisieren“, dadurch „einen Abstand“ zu schaffen und „eine strukturierende Orientierungshilfe für das innere Feld“ zu geben (Hartmann-Kottek, 2008, S. 218). Mit dem lustbesetzten Erleben persönlicher Freiheit im Gestalten intensiviert sich die Wahrnehmung selbstgesteuerter Selbstverwirklichung. Kreative Medien bezeugen die Wirkmächtigkeit des eigenen Seins und der eigenen Fähigkeiten. Kreative Medien werden im Such- und Präzisionsprozess der Problemkonstellation eingesetzt, bei der Bestandsaufnahme einer Zwischenbilanz, beim Suchen und Finden einer Lösung, zur Verlaufsdokumentation und bei strukturell schwachen Personen im Sinne einer Selbsterkenntnis (Hartmann-Kottek, 2008). In der Gestalttherapie „wird der kreative Ausdruck als solcher als heilsam betrachtet und gefördert“ (Nausner, 2018, S. 130). Auch wenn beim kreativen Gestalten stets etwas Werkartiges entsteht (Eberhart & Knill, 2010), so ist es nicht Selbstzweck, sondern dient der Selbstbegegnung und Projektion (Hartmann-Kottek, 2008). Kreative Medien wirken dabei als Projektionshilfen, um zum Beispiel mit bewusstseinsfernem Material wieder in Kontakt zu kommen (Nausner, 2018).

Folgende exemplarische Definitionen sollen die Abgrenzung zwischen Psychotherapie und Kunsttherapie verständlicher machen:

Definitionen 3 und 4: Psychotherapie und Gestalttherapie

Gemäß dem Österreichischen Berufsverband für Psychotherapie (ÖBVP) ist **Psychotherapie** „ein wissenschaftlich fundiertes Heilverfahren. Sie geht davon aus, dass Körper und Seele eine Einheit sind. Krankheiten, Symptome oder Leidenszustände sind demnach entweder Ursache oder Ausdruck von seelischem Ungleichgewicht“.

Gestalttherapie im Besonderen ist eine „erlebnisorientierte, psychotherapeutische Behandlungsmethode mit phänomenologischem Zugang“ (Hartmann-Kottek, 2008), bei der Reifung als „kontinuierlicher Wachstumsprozess“ verstanden wird, „in dem eine Umweltabhängigkeit in Selbstständigkeit verwandelt wird“ (Perls, 1990, S. 178). Während im deutschsprachigen Raum mit ‚Integrativer Gestalttherapie‘ die Offenheit des gestalttherapeutischen Ansatzes betont wird (Fuhr & Amendt-Lyon, 2000), bezeichnet ‚Integrative Therapie‘ einen eigenständigen psychotherapeutischen Ansatz „systematischer Methodenintegration und -überschreitung“ (Petzold, 2000, S. 318), der in Theorie und Praxeologie viele Überschneidungen zur Gestalttherapie ausweist.

Definitionen 5 und 6: Kunsttherapie und Poesietherapie

Obwohl ‚Kunsttherapie‘ oft synonym für Psychotherapie mit kreativen Medien verwendet wird (z.B. Trüg & Kersten, 2013), grenzen Petzold und Orth (1990) ‚Kunsttherapie‘ von ‚Kunstpsychotherapie‘ bzw. ‚Psychotherapie mit kreativen Medien‘ ab. Unter Kunsttherapie subsumieren die Autoren die verschiedenen künstlerischen Gestaltungs- und Ausdrucksmöglichkeiten, wie sie in Form von bspw. Musik-, Tanz- oder Poesietherapie aktiviert werden. Der Österreichische Berufsverband für Kunsttherapie (ÖBKZ) definiert **Kunsttherapie** als „Kombination aus therapeutischem Gespräch und Mobilisierung des ganz persönlichen Ausdrucks mit Hilfe kreativer Medien“. Aufgrund des Psychotherapiegesetzes verortet Menzen (2016) die künstlerischen Therapieformen schwerpunktmäßig in den Feldern der sozialen Wiedereingliederungs- und Rehabilitationshilfe.

Eine für die gegenständliche Arbeit wichtige kunsttherapeutische Disziplin ist die Poesietherapie. Heimes (2012) definiert unter **Poesietherapie** „jedes therapeutische und (selbst-) analytische Verfahren [...], das durch Schreiben und Lesen den subjektiven Zustand eines Individuums zu bessern versucht und das (auto-) biographisches, expressives, intuitives, kreatives, therapeutisches, imaginatives, analoges, assoziatives und automatisches Schreiben ebenso umfasst wie die aktive Textrezeption und -verarbeitung“ (S. 18f).

Im Kontext dieser Arbeit steht der psychotherapeutische Einsatz kreativer Medien gegenüber einem kunsttherapeutischer Herangehen im Vordergrund.

Intermedialität

Die Psychotherapie integrierte seit Anbeginn Elemente des Theaters, der Musik oder bildnerischen Kunst, wobei über die letzten Jahrzehnte zunehmend kreative Ausdrucksformen kombiniert oder in Abfolge psychotherapeutisch eingesetzt werden (Schneider-Sommer, 2000).

Definition 7: Intermedialität

Intermedialität entsteht immer dann, wenn spezifische kreative Medien miteinander kombiniert werden. Film oder Theater sind zum Beispiel per se eine Kombination kreativer Medien. Ontogenetisch betrachtet ist Intermedialität eine Voraussetzung für Entwicklungsprozesse, indem eine Vernetzung der Sinne die Reifung fördert (Resch, 2016). Für Knill (1990) resultiert das intermediale Konzept aber auch aus der zunehmenden Erforschung kreativer Medien in der Psychotherapie. Die Begriffe ‚multimedial‘ und ‚intermedial‘ wurden bereits Ende der 1960er-Jahre von Hilarion Petzold und Johanna Sieper geprägt.

Definition 8: Intermedialer Transfer (bzw. Quergang oder Kombination)

Als Intermedialer Transfer oder Quergang wird der unmittelbare Wechsel von einem kreativen Medium zu einem anderen verstanden. Erfahrungen und Ergebnisse eines medialen Prozesses werden dabei in den anderen mit einbezogen (Schneider-Sommer, 2000). So kann bspw. ein bildnerischer Ausdruck in Bewegung umgesetzt werden, deren Erleben dann schriftlich ausgedrückt wird (Resch, 2016). Klient*innen können sich somit in zahlreichen Wahrnehmungs- und Ausdrucksmöglichkeiten erleben und therapeutisch angesprochen werden (Orth, 2000). Intermediale Quergänge setzen für Petzold und Orth (1990) eine Schulung in einem prozessorientierten psychotherapeutischen Verfahren voraus, um die emotionale Verarbeitung und Bearbeitung unbewussten Materials zu handhaben.

In Literatur findet sich eine Fülle an Begrifflichkeiten wie "intermedial", "intermediär", "transmodal", "transmedial", "multimedial", "Transfer", "Quergang" oder "Crossover". Im Rahmen dieser Arbeit wird dem Begriff der „Kombination“ gegenüber den anderen hier vorgestellten Begriffen der Vorzug gegeben.

Cartoon, Comic und Graphic-Novel

Bevor auf die Phänomenologie und therapeutische Relevanz von Cartoons, Comics und Graphic-Novels näher eingegangen wird, geht es zunächst um deren begriffliche Spezifizierung.

Definition 9: Cartoon

Das Online-Oxford Dictionary definiert Cartoon als „a simple drawing showing the features of its subjects in a humorously exaggerated way, especially a satirical one in a newspaper or magazine“. Im Gegensatz zu Comics oder Graphic-Novels steht der humorvolle Aspekt der Darstellung im Vordergrund.

Definition 10: Comic

Das Online-Oxford Dictionary definiert Comics als „a narrative sequence of humorous drawings in a comic, magazine, or newspaper, usually with captions“. In diesem Sinne sind Comics eine Sequenz einzelner Cartoon-Bilder. McCloud (1993) definiert Comics als „zu räumlichen Sequenzen angeordnete, bildliche oder andere Zeichen, die Informationen vermitteln und/oder eine ästhetische Wirkung beim Betrachter erzeugen sollen“ (übersetzt in Palmetshofer, 2019, S. 4). Comics sind mehr als eine Verbindung von Schrift und Bild, sondern als Bildgeschichten „eine eigenständige Form des Erzählens, die ihren eigenen sprachlichen Regeln folgt“ (Palmetshofer, 2019, S. 4). Humor steht hier nicht mehr im Vordergrund.

Definition 11: Graphic-Novel

Das Online-Oxford Dictionary definiert Graphic-Novels als „a novel in comic-strip format“. Rubin (2008) definiert Graphic-Novel als „type of comic book, usually with a lengthy and complex story line similar to those of novels, and often aimed at mature audiences. The term also encompasses comic short story anthologies, and in some cases bound collections of previously published comic books“ (p. xl). Auch bei Graphic-Novels steht Humor nicht im Vordergrund.

(Bild-) Geschichten als Narration

Cartoons, Comics und Graphics-Novels erzählen in der Regel Geschichten. Selbst in einem einzelnen Bild kann eine Geschichte (Lat.: Narration) enthalten sein.

Definition 12: Narration

Für Brockmeier und Harré (2005) ist eine „Erzählung“ bzw. „Geschichte“ eine „Konstruktion, die entsteht, wenn mit Hilfe bestimmter sprachlicher Modelle ein Geschehen derart in einer Handlungssequenz angeordnet wird, dass ein Plot entsteht, der das Geschehen in einer bestimmten Perspektive zu einer bestimmten Synthese zusammenfügt“ (S. 42). Hudson (2008) definiert eine Narration als „representation of events, or a sequel of events, wherein at least one event occurs at a time and is followed by a series of events in chronological order“ (p. 13).

Definition 13: Illustrierte Narrationen

Als ‚Illustrierte Narration‘ wird im Rahmen dieser Arbeit eine Kombination kreativer Medien mit dem Fokus auf die Verbindung von Schreiben und Zeichnen unter Einbeziehung einer Geschichte (Narration) verstanden. Bildgeschichte wird hier synonym verwendet.

NARRATION IN DER PSYCHOTHERAPIE

Zunächst wird auf die Bedeutung von Geschichten und Erzählungen für die Erkenntnisbildung im Leben und deren Verarbeitung in der Psychotherapie eingegangen, bevor Implikationen für die Gestalttherapie abgeleitet werden. Danach werden therapeutische Ansätze des Schreibens vorgestellt und deren Wirkmechanismen zusammengefasst.

Zur Bedeutung von Geschichten und Erzählungen

Menschen leben in Geschichten. Sie strukturieren das menschliche Erleben, reduzieren Komplexität und machen Erfahrungen vermittelbar. Damit ist die narrative Geschichte die natürliche Sprache des Menschen (Eberhart & Knill, 2010). Menschen sind in Geschichten hinein geboren und die sozialen und historischen Kontexte laden stets dazu ein, Geschichten zu erzählen, zu erinnern und zu vergessen (Freedman & Combs, 1996). Narrationen sind nicht Geschichten über das Leben, sondern das Leben der Menschen selbst, wie es bewusst und erfahren wird. Es macht dabei einen großen Unterschied, welche Narrationen einem Menschen verfügbar sind (Freedman & Combs, 1996). Diese basieren auf einem kulturell etablierten Repertoire an Lebenskonstruktionen und darüber hinausreichenden narrativen Imaginationen. So wie ein Mensch nicht nur ein Leben, sondern mehrere - wirkliche und mögliche - lebt, lässt

sich auch sein Leben und die damit verbundenen Erinnerungen nicht in einer Geschichte fassen (Brockmeier & Harré, 2005). Welche Geschichten ein Mensch von sich erzählt, hat dabei Auswirkungen auf sein Leben, indem sie seine Wirklichkeit verändern (Eberhart & Knill, 2010).

Mit der narrativen Wende in den 1980er-Jahren wurden auch in der Psychotherapie vermehrt Geschichten bzw. Erzählungen in den Mittelpunkt der therapeutischen Betrachtung, Auseinandersetzung und Intervention gerückt (Brockmeier & Harré, 2005). Beeinflusst von Gregory Bateson, Jerome Bruner, Clifford Geertz und Michel Foucault bildete sich auf Basis wissenschaftstheoretischer Perspektiven der Kybernetik, interpretierenden Anthropologie und Postmoderne (Brown & Augusta-Scott, 2007) auch ein neues erkenntnistheoretisches Paradigma in der Psychotherapie heraus. Während Wirklichkeitskonstruktionen in der Psychotherapie schon lange reflektiert werden, sind (sozial-) konstruktivistische Ansätze für die narrative Erkenntnisbildung von besonderer Bedeutung.

Using the narrative metaphor leads us to think about people's lives as stories and to work with them to experience their life stories in ways that are meaningful and fulfilling. Using the metaphor of social construction leads us to consider the ways in which every person's social, interpersonal reality has been constructed through interaction with other human beings and human institutions and to focus on the influence of social realities on the meaning of people's lives. (Freedman & Combs, 1996, p. 1)

Menschen zu Regisseur*innen ihres eigenen Lebens zu machen und ihre Geschichten selbst gestalten zu lassen, verfolgte Michael White mit der Entwicklung der Narrativen Therapie (White, 2010). Aus der systemischen Familientherapie entsprungen gründet diese im sozialen Konstruktivismus und der Annahme, dass Menschen über Geschichten ihrem Leben Sinn geben, die aus sozialen - sprachlich, kulturell und historisch geprägten - Diskursen entstehen. Geschichten spiegeln nicht einfach Erfahrungen wider, sondern formen uns, unser Leben und unsere Beziehungen. Sie organisieren und strukturieren Erfahrungen, sie geben ihnen Bedeutung und Sinn (Brown & Augusta-Scott, 2007).

Der psychotherapeutische Prozess spiegelt hier keine objektive Wirklichkeit im Sinne eines Abbildes gegenwärtiger oder vergangener Ereignisse wieder, sondern handelt von Konstruktionen und Co-Konstruktionen zwischen Klient*in und Therapeut*in. So wie sich Wirklichkeit im Alltag über Erzählungen in der Familie oder anderen sozialen Kontexten konstruiert, so wird diese auch in der psychotherapeutischen Begegnung neu erzählt. Alltag und Psychotherapie gemeinsam ist eine meist länger andauernde Beziehung, aus deren Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft sich eine Geschichte konstituiert (Staemmler, 2017).

Implikationen für die Gestalttherapie

Der Konstruktivismus ist für Hartmann-Kottek (2008) eine der wichtigsten Perspektiven der Gestalttherapie, nachdem sich Fritz und Laura Perls bereits in den 1940er-Jahren mit konstruktivistischem Gedankengut auseinandergesetzt haben. Ein konstruktivistischer Ansatz ist auch im Kontaktkreis mit angelegt, indem in der Vorphase der Gestaltbildung die Außenwelt so umkonstruiert wird, dass eine Passung zum Bedürfnis resultiert.

Genau betrachtet kann man nicht von *dem* Konstruktivismus sprechen, sondern muss unterschiedliche konstruktivistische „Erzählungen“, verbunden mit verschiedenen erkenntnistheoretischen Paradigmen, unterscheiden (Radlingmayr, 1994). Ein ‚Radikaler Konstruktivismus‘ nach Maturana (Maturana & Varela, 1987) ist hier erkenntnistheoretisch von einem sozialen Konstruktivismus bzw. Konstruktionismus (Gergen, 2012) abzugrenzen.

Zwischen Gestalttherapie und der konstruktivistisch geprägten Systemischen Therapie gibt es für Hartmann-Kottek (2008) große Überschneidungen in der Haltung, Methodenwahl und Tradition. Beide beziehen sich auf die Gestaltpsychologie und sind an der Beziehung vom Teil und dem Ganzen interessiert. Auch Interventionen finden sich in beiden Ansätzen, wie bspw. die Veränderung des Bezugssystems (Reframing) oder die Reihum-Identifikations-Technik (zirkuläres Fragen). Im Gegensatz zur Systemischen Therapie ist die Gestalttherapie aber auf das gesamthafte Erleben ausgerichtet.

Auch Mortola (1999) sieht eine wichtige Verbindung zwischen gestalttherapeutischer Theorie und Narrativer Theorie als systemisch-konstruktivistischem Ansatz. So setzt er

das Herstellen von Gleichgewicht im Leben zum Phänomen der Gestalt-Formation und Schließung in Bezug. Beiden – Gestalttherapeutischer und Narrativer Theorie – gemeinsam ist ein Prozess aus drei Phasen: Gleichgewicht – Ungleichgewicht – verändertes (neuorganisiertes bzw. neukonstruiertes) Gleichgewicht. Dieser Prozess läuft bei der Gestalt-Formation und Schließung ab, wie auch bei der Erzählung einer Geschichte oder der Sinnfindung menschlicher Erfahrung. Die Sinnfindung erfolgt dann über die Erschaffung einer Narration, im therapeutischen Setting in Form einer Co-Konstruktion (Bruner, 1997).

Hierbei sieht Polster (1989) eine Gemeinsamkeit zwischen Schriftsteller*innen und Therapeut*innen, die mittels dramaturgischer Kniffe ihren Klient*innen die Wunder ihres eigenen Lebensromans bewusst machen und einen wirksamen narrativen Umgang damit ermöglichen können. Schon die Anerkennung, dass das Leben der Klient*innen einzigartig und interessant ist, kann Heilkraft haben (Amendt-Lyon, 2006).

Für Wheeler (2006) ist das Narrativ in der Gestaltterminologie „die Struktur des Grundes, die Organisation der Erfahrung in Geschichten erzählenden Einheiten, welche sich zur Rekombination, zum Hand-Haben und zum Wieder-Aufrufen eignen“ (S. 193). Erzählungen können in Form von Probe-Narrativen, Als-Ob-Szenen, Wünschen oder Befürchtungen in einem imaginären, experimentellen Raum durchgespielt werden.

Therapeutische Ansätze des Schreibens

Ähnlich wie Polster (1989) sehen auch White und Epston „Parallelen zwischen dem Verfassen literarischer Geschichten und der therapeutischen Praxis“ (White, 2010, S. 75). Wirksame Therapie bedeutet für White und Epston Klient*innen zu motivieren die Probleme ihres Lebens so neu zu erzählen, dass Potenziale geweckt werden. So wie nach Bruner (1997) der Leser bei der Konstruktion der Texthandlung mitwirkt und dabei Metaphern des Reisens und Kartierens nutzt, greifen auch Klient*innen auf Landkarten des Reisens zurück. Zwischen der Struktur literarischer Texte und therapeutischen Handelns bestehen Parallelen. So wie Schriftsteller ihre Leser auf Leerstellen lenken und dazu motivieren, diese aufgrund ihrer Erfahrung und Fantasie zu füllen, so entwickeln Therapeut*innen mit ihren Klient*innen auf vergleichbare Weise dichte Narrationen (White, 2010).

Schreiben therapeutisch zu nutzen hat eine lange Tradition. Orth und Petzold (2015) verweisen auf ‚écriture automatique‘ (Automatisches Schreiben) von Pierre Janet (1889) sowie die Schreibexperimente der Surrealisten, wie etwa André Breton. Heimes (2013) sieht Publikationen Sigmund Freuds zum ‚Assoziativen Schreiben‘ als Wendepunkt, da nun nicht mehr die Darstellung von Gefühlen und Erfahrungen, sondern Selbsterkenntnis im Vordergrund stand. Unterholzer (2017) verweist auf das ‚Therapeutische Theater‘, das vom Ferenczi-Schüler Vladimir N. Iljine Anfang des 20. Jahrhunderts begründet wurde, der zugleich auch Lehrer von Hilarion Petzold war.

Der systematische therapeutische Einsatz von Lesen und Schreiben begann in den 1950/60er-Jahren in den USA mit der Etablierung der Schreibtherapie. Eli Greifer gründete die ‚Poemtherapy‘ und den Begriff ‚Poetry Therapy‘; zeitgleich etablierte sich die ‚Bibliotherapy‘, die literarische Text therapeutisch einsetzt. In den 1970/80er-Jahren institutionalisierte sich das Feld über Forscher wie Jack J. Leedy oder Arthur Lerner (Unterholzer, 2017). James W. Pennebaker prägte in den späten 1980er-Jahren ‚Expressives Schreiben‘ als wissenschaftlich-psychologisches und empirisch begründetes breitenwirksames Konzept therapeutischen Schreibens.

Im deutschsprachigem Raum etablierten Ilse Orth und Hilarion Petzold in den 1970er-Jahren die ‚Poesie- und Bibliotherapie‘. Aus der Psychotherapie kommend verstehen Orth und Petzold ihren Zugang sowohl expressiv, interaktiv als auch rezeptiv ausgerichtet. Orth und Petzold (2015) differenzieren als schreibtherapeutische Verfahren der Integrativen Therapie die ‚Integrative Poesie- und Bibliotherapie‘ (IPB), ‚Kreatives Schreiben‘ (IKS) und ‚Integrative Biographiearbeit‘ (IBA). In der Poesietherapie werden Texte von Klient*innen als Botschaften an sich und andere und Ausdruck der Narrationen des eigenen Lebens verstanden. Diese Narrationen wahrnehmen, spüren und auslegen zu lernen, führt zu einem besseren Verständnis von sich und seinem Lebensganzen. Ziel ist auch, unterschiedliche Interpretationsmöglichkeiten der eigenen Geschichte bewusst zu machen (Unterholzer, 2017).

Schreibtherapeutische Ansätze im psychotherapeutischen Rahmen finden sich unter anderem in der Systemischen Therapie (Unterholzer), Narrativen Therapie (White & Epston), Integrativen Therapie (Ort & Petzold) und der Verhaltenstherapie, bspw. im Rahmen der der Cognitive Processing Therapy (CPT) oder Trauma-Focused Cognitive

Behavioral Therapy (TF-CBT) (Cummings, Hayes, Sebastian Saint & Park, 2014). In der Gestalttherapie wird der dichterische Ausdruck auf Therapeut*innen- und Klient*innen-Seite eher seltener genutzt (Hartmann-Kottek, 2008).

Schreibtherapeutische Wirkmechanismen

Schreibtherapeutische Angebote sind etwa Briefe, Manifeste, Abschlussberichte, Erzählungen, Therapietagebücher, Protokolle, Zielformulierungen, Einladungen, Entlassungsbriefe, Vorhersagen, Rücküberweisungen, Referenzschreiben, Briefe für besondere Anlässe, Kurzbriefe, Skizzieren des Einflusses, Historisieren, Erzählende Briefe, Unabhängigkeitserklärungen, Gegendokumente, Deklarationen oder Selbstbeurkundung. Dabei werden Interventionen wie bspw. Reframing, eine zeitliche, räumliche, kausale, interaktive Transformation von Texten, Ausnahmen, zirkuläre Fragen, Rituale, Experimente, Beobachtungsübungen, „als-ob“ Interventionen, Arbeiten mit Metaphern oder Teile-Arbeit eingesetzt (Unterholzer, 2017).

Franzke (1977) benennt folgende Bearbeitungsebenen des Gestaltungsprozesses: Ausdrucksmöglichkeit, Katharsis, Impulsmobilisierung und Konfliktaktualisierung, Einsichtsvermittlung (bis Evidenzerleben, Aha-Erlebnis), Ich-Stützung bzw. Ich-Stärkung, typische Impulsverarbeitung (als Hinweis auf die Persönlichkeitsstruktur), Hinweise auf aktuelles und „genetisches“ psychisches Material, Übertragung bzw. Gegenübertragung, Hinweise auf Symptome bzw. Symptomatik, Prospektive Zeichen. Heimes (2012) weist darüber hinaus auf die Bedeutung der Achtsamkeit für die Schreibtherapie hin. Die Wirksamkeit therapeutischen Schreibens ist in zahlreichen psychologischen und psychotherapeutischen Studien empirisch belegt (z.B. Taylor, Jouriles, Brown & Goforth, 2016; Cummings et al., 2014; Knaevelsrud & Böttche, 2013; Mogk, Otte, Reinhold-Hurley & Kröner-Herwig, 2006; Largo-Marsh & Spates, 2002). Tabelle 1 bildet Wirkfaktoren therapeutischer Schreibinterventionen ab.

Tabelle 1

Wirkfaktoren von Schreibinterventionen (eigene Darstellung, Kategorisierung durch den Autor)

Kategorien	Wirkfaktoren	Autoren
Auslagern	Externalisieren	Pennebaker, 2018; Unterholzer, 2017; White, 2010; White & Epston, 2013
	Materialisieren von Erkenntnissen	Unterholzer, 2017
	Distanzierung	Unterholzer, 2017
	Verankerung	Unterholzer, 2017
	Zeugen- u. Dokumentationswirkung	Unterholzer, 2017
	Sichtbarmachen von Veränderungen	Unterholzer, 2017
Veränderungen und Perspektiven- erweiterung	Promote Change	Cummings et al., 2014
	Andere Perspektiven	Unterholzer, 2017
	Neuentwicklung von Erzähllinien	White, 2010
	Neue Zeiterfahrungen	Bläser, 2016
	Neue Stimmen	Unterholzer, 2017
	Sichtweisen und Perspektiven werden angereichert	Eberhart & Knill, 2010
	Sprache und Kommunikation werden bereichert	Eberhart & Knill, 2010
	Vertiefung von Erkenntnissen	Unterholzer, 2017
	Mehr Detailliertheit und größere Genauigkeit	Unterholzer, 2017
	Neubewerten von Erlebtem	Unterholzer, 2017
	Kognitionsförderung	Unterholzer, 2017
	Scham reduzieren	Unterholzer, 2017
Verbinden	Zugehörigkeit wiederherstellen	White, 2010
	Ambivalenzen managen	Unterholzer, 2017
	Soziale Integration	Heimes, 2012
Disruption	Musterunterbrechung	Unterholzer, 2017
	Infrage stellen	White & Epston, 2013
Regulation	Emotionsregulierung	Heimes, 2012; Unterholzer, 2017
	Selbstregulation	White & Epston, 2013

Kategorien	Wirkfaktoren	Autoren
Selbst-wirksamkeit	Selbstwirksamkeit	Heimes, 2012 Unterholzer, 2017
	Unvermögen, Nichtkönnen und Ressourcenmangel werden positiv verändert	Eberhart & Knill, 2010
	Handlungsfähigkeit wird erweitert	Eberhart & Knill, 2010
	Sein eigener Berater werden	White & Epston, 2013
	Kreative Wirkung	Unterholzer, 2017
	Selbstkonzept und Lebensziele	Unterholzer, 2017
Transzendenz-Erfahrung	Meditative Wirkung	Unterholzer, 2017
	Flow	Orth & Petzold, 2015
	Kohärenzerleben	Unterholzer, 2017

Schreibinterventionen haben sich besonders bei Essstörungen (Schmidt, Bone, Hems, Lessem & Treasure, 2002), Posttraumatischen Belastungsstörungen (Unterholzer, 2017; Knaevelsrud & Böttche, 2013) und bei Burnout bzw. beim Erschöpfungssyndrom (Unterholzer, 2017) bewährt.

Mogk et al. (2006) kommen dagegen in ihrer Metaanalyse zum Schluss, dass „Expressives Schreiben als Intervention zur Gesundheitsförderung bzw. Verhinderung negativer gesundheitlicher Wirkungen belastender Erfahrungen nicht geeignet scheint“ (S. 2). Auch Unterholzer (2017) und Pennebaker (2014) sprechen „unerwünschte Nebenwirkungen“ an.

CARTOONS, COMICS UND GRAPHIC-NOVELS

Anknüpfend an die formulierten Definitionen werden im Folgenden Cartoons, Comics und Graphic-Novels phänomenologisch beleuchtet und danach ihr Potenzial als intermediale narrative Angebote anhand publizierter psychotherapeutischer Ansätze besprochen. Abschließend werden therapeutische Wirkfaktoren und diagnostische Implikationen thematisiert.

Phänomenologische Aspekte von Cartoons, Comics und Graphic-Novels

Geschichten können in ganz unterschiedlichen medialen Formen bzw. Gattungen verpackt sein. Wie in Tabelle 2 dargestellt, sind Geschichten oftmals multimedial gestaltet.

Tabelle 2:

Formen / Gattungen von Geschichten (Systematisierung durch den Autor)

Medien	Formen, Gattungen (beispielhaft)
Text	Anekdote, Fabel, Ballade, Erzählung, Novelle, Roman, Epos, Mythos, Märchen, Sage, Blog, Drehbuch, Storytelling
Text / Bild	Bilderbuch, Comics, Graphic-Novels
Text / Ton	Hörbuch
Text / Bild / Szene	Theaterstück
Text / Bild / Szene / Ton	Musiktheater, Film, TV-Serie
Bild / Szene / Ton / Leib	Computer-Spiele

Bildgeschichten in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels zeichnen sich durch Universalität, Gestalthaftigkeit, ihrem narrativem Charakter, ihrer Symbol- und Metaphernhaftigkeit sowie durch Intermedialität aus.

Der besondere Wert im therapeutischen Einsatz von Cartoons, Comics und Graphic-Novels liegt in ihrer Universalität. Wie in der Einleitung angesprochen, gibt es Bildgeschichten seit Jahrhunderten. Sie sind tief im kulturellen Bewusstsein verankert und es kann von einer weitreichenden Vertrautheit mit ihren Erscheinungsformen und Codes, wie Rahmen, Bilderfolge oder Sprechblasen ausgegangen werden. So bieten Sprechblasen ein Format, in dem Ideen oder Gedanken mittels Kombination von Bild und Text ausgedrückt werden können (Hudson, 2008).

Dabei kommen gestaltpsychologischen Prinzipien wie der Vordergrund/Hintergrund-Thematik eine besondere Bedeutung zu, da das Bildgeschehen immer mit Auswahl und Reduktion zu hat. Die Leerstellen zwischen den Bildern eines Comics oder einer

Graphic-Novel werden von Klient*innen gefüllt und Geschichten damit mitkonstruiert. Einzelne Bilder als Momentaufnahmen mit dazwischenliegendem Spalt zu einem Narrativ zu verbinden ist eine konstruktive Leistung. Der bzw. die Lesende trägt damit erst zum Gelingen des Comics bei. „Text, Bild und Komposition interagieren auf komplexe Weisen miteinander und fordern die sinnvolle Ergänzung der von ihm selbst aufgeworfenen Leerstellen“ (Palmetshofer, 2019, S. 6).

Dieses beteiligt sein in Verbindung mit vereinfachten Darstellungen und Leerstellen bietet großes Identifikationspotenzial (McCloud, 1993; Titze, 2012). „Je abstrakter und damit allgemeiner ein Zeichen bzw. eine Darstellung ist, desto höher der Grad an Identifikationsmöglichkeiten [...] Je reduzierter Bilder sind, desto offener werden sie für projektive Ebenen.“ (Titze, 2012, S. 153)

Die Reduktion auf Wesentliches in einem Rahmen bzw. die Herausarbeitung einer (Handlungs-) Figur vor einem – meist allgemein verständlichen – Hintergrund bilden „Gestaltqualitäten“ wie Figur/Grund, Geschlossenheit oder Prägnanz ab. Gestaltcharakter hat aber auch das spezifische „Vokabular“ von Cartoons, Comics und Graphic-Novels wie Sprechblasen, Bilder, Sound-Wörter, Bewegungslinien oder andere kulturell geprägte Symbole (Palmetshofer, 2019).

Therapeutisch von Interesse ist auch der narrative Charakter, der sich in Cartoons, Comics bzw. Graphic-Novels abbildet. Im Sinne von „Zeitlinien-Bilderserien“ werden Entwicklungsdynamiken darstellbar und „bildhaft zeitliche Abläufe“ strukturiert (Titze, 2012, S. 152). Comics transportieren Narrationen als Diskurse individueller Erfahrung und mentaler Repräsentanzen, die kollektive mentale Repräsentanzen mittransportieren und mitformen. Diese bilden sich nicht nur in den Gestaltungselementen und Codes von Comics ab, sondern auch in therapeutischen Prozessen (Palmetshofer, 2019).

Ein bedeutendes Element von Cartoons, Comics und Graphic-Novels sind Symbole und Metaphern (z.B. sprechende Tiere, Superhelden). Der psychotherapeutische Einsatz von Metaphern reicht bis zu Freud und im besonderen seine ‚Traumdeutung‘ zurück (Saldana, 2008). Für Lakoff und Johnson (2003) liegt die Essenz von Metaphern darin, eine Sache in den Begriffen einer anderen Sache zu verstehen und zu erfahren.

Im Gegensatz zu literarischen Metaphern, deren wichtigstes Ziel die Beschreibung ist, geht es bei der therapeutischen Metapher um Veränderung, Neuinterpretierung und Reframing. Die therapeutische Metapher muss dafür „sowohl die bildhafte Vertrautheit

der literarischen Metapher als auch die beziehungsmäßige Vertrautheit hervorrufen, die auf dem Gefühl einer persönlichen Erfahrung beruht“ (Mills & Crowley, 2011 S. 86). Charaktere, Ereignisse und Umstände einer Geschichte müssen nach Mills & Crowley eine gemeinsame Lebenserfahrung in vertrauter Sprache ansprechen.

Die Schaffung einer gemeinsamen phänomenologischen Wirklichkeit, durch die therapeutische Metaphern ihre Wirkung erzielen, geschieht wie bei Märchen durch folgende Schritte. Zunächst wird ein Konflikt metaphorisch vorgestellt und unbewusste Prozesse bzw. Lernsituationen in Held*innen oder Helfer*innen personifiziert. Wie bei Bildungsromanen des 19./20. Jahrhunderts sehen sich Protagonist*innen bedrohlichen Herausforderungen oder unüberwindbar erscheinenden Schwierigkeiten gegenüber stehen (Brockmeier & Harré, 2005). Nach Einführung einer metaphorischen Krise resultiert aus der Held*innenreise ein Gefühl der Identifikation mit einzelnen Protagonist*innen, die zelebriert werden kann (Mills & Crowley, 2011).

So können bekannte Comic-Figuren, Archetypen oder Superheld*innen als Ausdruck von Ressourcen und Selbstanteilen therapeutisch genutzt werden, gerade bei Kindern (Mills & Cowley, 2011). Eine Auseinandersetzung mit inneren (Super-) Held*innen entspricht der Auseinandersetzung mit dem eigenen Selbstwert, als Ausdruck der Selbstfürsorge. Superheld*innen können dabei helfen die eigene Hilflosigkeit im Sinne von „als ob“-Phänomenen zu kompensieren, was mit zu ihrer Popularität beitragen dürfte. Verschiedenste Typologien von Superheld*innen können dabei für bestimmte Kräfte stehen, die man erlangen möchte. Analog dazu können Fabelwesen, Heilige, Engeln oder Religionsstifter als Metaphern für benötigte Ressourcen verstanden werden (Gräf, 2013).

Aber auch Schriftsteller*innen und Charaktere aus Filmen können für einen Menschen wichtig sein (White 2010), was die „Cinematheapy“ aufgreift (Rubin, 2008). Das therapeutische Potenzial von Symbolen und Metaphern entspringt auch aus der Fähigkeit von Menschen, Verbindungen („Synthetizität“) herzustellen (Hrouza, 2017). Im Sinne der Symboltheorie von Susanne Langer sind alle menschlichen Interaktionen mit sich und der Umwelt - körperlich-sinnliches Wahrnehmen, Fantasieren, Träumen, logisches Denken und Sprechen - gleichrangige Zugänge zur Realität. „Damit werden Wahrnehmungs-, Handlungs- und Erlebnisakte [...] einem Denk- und Sprechakt gleichwertig gesetzt und therapeutisch nutzbar.“ (Hochgerner, 2015, S. 11)

Als kreative therapeutische Angebote sind Cartoons, Comics und Graphic-Novels durch Intermedialität geprägt. Sie nutzen zumeist Sprache und Bild (Titze, 2012) und erweitern damit die Potenziale therapeutischer Ansätze des Schreiben. Sie sind aber mehr als nur eine Verbindung von Schrift und Bild, sondern als Bildgeschichten „eine eigenständige Form des Erzählens, die ihren eigenen sprachlichen Regeln folgt“ (Palmetshofer, 2019, S. 4).

Cartoons, Comics und Graphic-Novels als intermediale narrative Angebote

In methodischer Hinsicht können das Betrachten eines Bildwerkes, die Intervention anhand eines Bildwerkes und die aktive Gestaltung eines Bildwerkes unterschieden und therapeutisch nutzbar gemacht werden.

Aufgrund ihrer Bildsprachen und Bandbreite komplexer Themen haben Comics ein Potenzial poesie- und bibliotherapeutisch eingesetzt zu werden (Palmetshofer, 2019). Gerade Graphic-Novels können dabei als „eine literarisch aufgearbeitete Biographiearbeit“ fungieren (Palmetshofer, 2019, S. 8), aber auch psychoedukativ eingesetzt werden. So wie Filme und Fernsehsendungen ein weites Feld bedeutsamer Diskurse aufzeigen, bieten auch Bücher, Comics und Graphic-Novels ein großes Themenspektrum für eine therapeutische Auseinandersetzung (Rubin, 2008).

Unter dem Terminus ‚Graphic-Medicine‘ wird die Vermittlung physischer und psychischer Krankheiten und deren Behandlung sowie subjektiver Krankheitserfahrungen in Form von Comics oder Graphic-Novels verstanden (Czerwiec et al., 2015). Gräf (2013) veranschaulicht mit Hilfe von Lucky Luke Comic-Bildern psychische Dispositionen, Mills und Crowley (2011) verwenden Feuerstein-Figuren für ein Comic-Buch über Kindesmisshandlung, Sullivan (2008) setzt die Comic-Figuren Calvin & Hobbes für die Behandlung von Schlafstörungen bei einem 6-jährigen Kind ein. Scarlet (2016) nutzt Comics im Rahmen ihrer an der Verhaltenstherapie angelehnten ‚Superhero-Therapy‘ bei Ängsten, Depressionen sowie Traumata. Rubin, Rosenberg und O’Connor setzen unter anderem Comics im Rahmen ihrer ‚Geek Therapy‘ ein. Diese setzt auf dem Modell der Rational-Emotiven Verhaltenstherapie nach Albert Ellis auf und entwickelte sich aus einer einfachen Internet-Präsenz zu einer NPO (Palmetshofer, 2019).

Im Zuge dieser Arbeit ist besonders die gestaltende Perspektive von Interesse. Im aktiven Zeichnen oder Malen vermögen Klient*innen „eine Problemerkennung zu aktualisieren“ (Grossmann, 2016, S. 96), wobei die in Comics oftmals inhärente Verbindung zur Kindheit einen Kontakt zum unbewussten Kind-Ich ermöglichen kann (Hudson, 2008). Aktives Zeichnen oder Malen kann Einsicht in die Problemzusammenhänge fördern und dazu beitragen, Abstand zu gewinnen. Es ermöglicht Klient*innen aber auch „erwünschte Lösungen anzureichern oder eine Brücke von einem Problem zu einer Lösung zu schlagen“, indem sukzessiv Übergänge vom Problem zur Lösung gestaltet werden (Grossmann, 2016, S. 96). Im weiten Spektrum kreativer Bildwerke bilden gerade Comics und Graphic-Novels solche Übergänge im Sinne zeitüberspannender Erzählungen bzw. Narrationen ab.

In der Psychotherapie wurden narrative kreative Verfahren vor allem für die Therapie von Kindern und Jugendlichen entwickelt. Vogt-Hillmann und Burr (1999), Mills und Crowley (2011) sowie Steiner und Kim Berg (2009) stellen Einsatzmöglichkeiten kreativer lösungsorientierter Techniken in der Kinder- und Jugendpsychotherapie vor. Im weiteren wird auf drei Ansätze näher eingegangen.

‚Cartoon-Therapy‘ nach Mills und Crowley:

Die von Joyce C. Mills und Richard J. Crowley 1986 konzipierte ‚Cartoon-Therapy‘ wurde für den Einsatz in der Psychotherapie von Kindern und Jugendlichen entwickelt. Für die Psychotherapie Erwachsener fand das Verfahren dem Erkenntnisstand des Autors nach bisher keine Beachtung. Die aus der Erickson’schen Hypnotherapie heraus entwickelte Cartoon-Therapie setzt unter anderem auf ‚Lösungsbilder‘ (Retzlaff, 2005). Der Visualisierung einer Ist- bzw. Problem-Situation folgt die Visualisierung eines Lösungsszenarios, zu der bspw. ein Comic-Held als Zeichentrickhelfer beiträgt. Comic-Helden sind dabei „mächtige Symbole“ innerer Ressourcen und werden „als voll ausgearbeitete, lebendige Metaphern“ genutzt, um bspw. Ängste oder Konflikte durchzuarbeiten (Mills & Crowley, 2011, S. 243f). Im simpelsten Fall handelt es sich bei einer solchen Narration um „Vorher-Nachher-Bilder“ (Vogt-Hillmann & Burr, 1999, S. 16).

‚Strukturierte Trauma-Intervention‘ (STI) nach Weinberg:

Die von Dorothea Weinberg entwickelte und 2005 publizierte ‚Strukturierte Trauma-

Intervention (STI)‘ setzt ebenso auf die kreative Gestaltung von Comics. Sie ist „dem kindlichen Vergnügen an Comics entliehen“ (Weinberg, 2020, S. 120) und eine „schonende Form einer Trauma-Exposition in sensu“, bei der „die ursprüngliche Wahrnehmung und Perzeption eines traumatisierenden Erlebnisses rekonstruiert und bewältigt“ wird (Weinberg, 2020, S. 119). Die Gestaltung erfolgt hier zumeist durch den Therapeuten bzw. die Therapeut*in, wobei der bzw. die Klient*in das Drehbuch und die Beobachter*innen-Rolle übernimmt. Im Prinzip kann auch das Kind beim Zeichnen übernehmen, solange es nicht zu therapeutisch kontraproduktiven Verzögerungen oder Abschweifungen kommt. Die Rekonstruktion erfolgt in fünf Durchgängen. Zu Beginn wird ein sicherer Ausgangs- und Endpunkt gewählt und bildhaft dargestellt. Dann zeichnet der bzw. die Therapeut*in unter Anleitung des Kindes einzelne s/w-Bilder als Weg vom Ausgangs- zum Endpunkt. Im nächsten Schritt werden die Comic-Bilder arbeitsteilig eingefärbt, wobei das Kind die Farben und das Tempo bestimmt. Nach der visuellen Information wird die akustische Information ergänzt, Gesprochenes über Sprechblasen und Geräusche über lautmalerische Begriffe wie „Quietsch“ oder „Brumm“. Schließlich werden weitere Körpersinne (z.B. Berührungen, Gerüche, Schmerzen) thematisiert und abschließend Gefühle in roter Schrift und Gedanken in blauer Schrift ergänzt (Weinberg, 2020). Obwohl Weinberg ihre Methode für Kinder ab etwa dem 8. Lebensjahr entwickelt hat, sieht sie diese auch für Erwachsene geeignet (Weinberg, 2020).

Christina Gunsch, Spezialistin für Traumatherapie an der Klinik für Kinder- und Jugendpsychiatrie und Psychologie in Wetzikon/CH, lässt Flüchtlingskinder im Rahmen einer Traumatherapie Comics zeichnen (SFR, 18.8. 2017, siehe Online-Quellen).

„Winnicotts Squiggle-Technik‘ nach Winnicott:

Auch beim psychoanalytisch geprägten Squiggle-Spiel von Winnicott (1971) arbeiten Klient*in und Therapeut*in zusammen, wobei die Klient*innen wiederum meist Kinder und Jugendliche sind. Das Spiel hat keine Regeln. Der bzw. die Therapeut*in kritzelt mit geschlossenen Augen und das Kind zeigt dann, ob das Kritzel nach irgendetwas aussieht bzw. ob es darauf etwas machen kann. Dann wechseln die Rollen, wobei sich aus der Abfolge ein Narrativ entwickeln kann. Therapeutische Aufgabe ist, „sich auf das Spiel mit dem Kind einzulassen und [...] einen haltenden Rahmen zur Verfügung zu stellen“ (Günter, 2017, S. 8). Das Squiggle-Spiel fungiert dabei als therapeutisches Hilfsmittel, einen Prozess leichter entwickelbar und darstellbar zu machen. Durch das

spielerische, bildliche Herangehen lässt sich auch bei Hemmungen oder schweren Störungen rasch ein Dialog herstellen, über den unbewusste Konflikte zugänglich werden (Günter, 2017).

Weitere illustrierte narrative Ansätze sind ‚lösungsorientierte Wandbilder‘ nach Kwiatowski, ‚selbstgestaltete Therapiebücher‘ nach Violet Oaklander, oder ‚Zeitlinien-Bilderserien‘, wie bspw. das ‚Lebensflussmodell‘ nach Peter Nemetschek (Retzlaff, 2005). Franzke (1977) verweist auf ‚Themengebundene Bildserien‘ (‚Element Picture Series‘) nach Ottokar Wittgenstein, die ein zielgerichtetes Eingehen auf Erlebnis- und Konfliktbereiche ermöglichen.

Therapeutische Wirkfaktoren und diagnostische Implikationen

Therapeutische Wirkfaktoren beim Einsatz narrativer kreativer Techniken mittels Cartoons, Comics und Graphic-Novels sind unter anderem die Auseinandersetzung mit Ressourcen, Externalisierung, Distanzierung, Verfremdung, Dezentrierung, Abstrahierung, Verdichtung, Sublimierung, Reframing und Humor. Gräf (2013) benennt als Wirkfaktoren von Elementen der Populärkultur zudem Angstreduktion durch das Einbringen trivialer Elemente, Unterstützung bei Scham, Reduktion von Größenideen, Durchbrechen von Erwartungen, eine gemeinsame Sprache finden, eine Entakademisierung von Psychotherapie und das Heranführen an die Kindheit. Neben dem entsprechenden persönlichen Bezug zu Cartoons, Comics oder Graphic-Novels haben auf Klient*innen-Seite auch die mit dem Strukturniveau korrespondierende Symbolisierungs- und Mentalisierungsfähigkeit Einfluss auf die Wirkung entsprechender Angebote (Gräf, 2013).

Für die kreative therapeutische Nutzung von Comics im Rahmen der Integrativen Therapie hat Palmetshofer (2019) folgende Handlungsvorschläge. Zunächst geht es darum, Druck und hohen Ansprüchen an die eigene kreative Produktion entgegenzuwirken. Dabei sind weniger die Detailliertheit und Raffinesse, sondern vielmehr die Verwendung der Comic-Sprache und was sie zum Ausdruck bringt von Bedeutung. Das Arbeiten und Denken in Panels steht im Vordergrund. Was zwischen zwei Bildern passieren müsste, um vom einen zum anderen zu gelangen, kann auch von Laien mittels einfacher Zeichnungen dargestellt werden. Palmetshofer empfiehlt zu Beginn auf „Vorher- und Nachher-Bilder“ oder die Gestaltung von „Ressourcenbildern

als Kontrast zum gegenwärtigen Zustand“ zu fokussieren (Palmetshofer, 2019, S. 15). Umfangreichere Bildgeschichten können dann in späterer Folge entstehen.

Neben der aktiven Gestaltung von Bildgeschichten gibt es auch einen imaginativen Zugang, indem Kreativität über ‚Innere Bilder‘ in einem inneren Raum (Hrouza, 2017) stattfindet und Lösungsstrategien nicht gezeichnet, sondern imaginiert werden. Eberhart und Knill (2010) sprechen hierbei von imaginierten Zielbildern. Der in der Psychotherapie gemeinsam von Therapeut*in und Klient*in aufgesuchte Raum kann dann mit inneren Bildern schöpferisch belebt werden (Hrouza, 2017).

Beim therapeutischen Einsatz von Cartoon, Comics und Graphic-Novels können eine neurophysiologische, kognitionspsychologische und psychotherapeutische Ebene differenziert werden. Die gestalttherapeutische Perspektive vermag diese Betrachtungsebenen zu verbinden, indem sie mit dem Feldkonzept gleichermaßen Biologie, Wahrnehmungspsychologie und das therapeutische Handeln im Feld berücksichtigt (Burley, 2006). Die von Mills und Crowley (2011) postulierte Überlegung, dass multisensorische Ansätze links- und rechtshemisphärische Hirnfunktionen integrieren, erscheint in diesem Kontext ebenso simplifizierend, wie der Gestalttherapie eine tendenziell rechts-lastige Hemisphärenausrichtung zuzuschreiben (Maragos, 2017). Für den therapeutischen Einsatz von Cartoon, Comics und Graphic-Novels hat vielmehr das bereits dargelegte Verständnis von Kreativität als relationaler Prozess (Zinker, 2006) und Feldphänomen (Burley, 2006) Bedeutung.

Bei der therapeutischen Auseinandersetzung mit kreativen Bildwerken gibt es neben der methodischen auch eine diagnostische Perspektive. Mills und Crowley (2013) sehen in bildnerisch kreativem Arbeiten sowohl ein heilendes wie auch ein diagnostisches Werkzeug. Kreative bildnerische Techniken ermöglichen oftmals einen Hinweis auf das zugrundeliegende Strukturniveau der Person (Handler & Thomas, 2014). So setzen bspw. Ghiassi, Dimaggio und Brüne (2010) Cartoon-Bildgeschichten zur Erfassung der Mentalisierungskompetenz von Borderline-Patient*innen ein, wobei es aber nicht ums aktive Gestalten, sondern Erfassen von Inhalten geht. In Cartoons, Comics und Graphic-Novels bildet sich ein Narrativ über einzelne Bilder (Panels) ab, die über Zwischen- bzw. Leerräume verbunden sind. Das Narrativ korrespondiert mit prozessorientierter Diagnostik, in dem dieses „metaphorisch als die Summe von Zwischenstopps beschrieben werden [kann], die man während einer Reise einlegt, wobei die Dauer

jeweils variiert“ (Amendt-Lyon, 2006, S. 10). Für eine Prozessdiagnostik sind nach Amendt-Lyon gleichermaßen die Persönlichkeitsstruktur von Klient*in und Therapeut*in, deren Beziehungsmuster, ungelöste Konflikte und Interaktionsdynamik zu berücksichtigen. Wird Diagnostik im Sinne der Integrativen Gestalttherapie „als phänomenologisches, feldbezogenes, ganzheitliches Vorgehen im Kontext unmittelbaren dialogischen Beziehungsgeschehens und als fortlaufender kontinuierlicher Prozess“ verstanden (Hochgerner & Klampfl, 2020, S. 46), dann bieten gerade illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels interessante Perspektiven.

Gräf (2013) weist auf Risiken beim Einsatz von Elementen der Populärkultur hin, zu denen Cartoons, Comics und Graphic-Novels gehören. Therapeutische Tätigkeit impliziert stets auch inhaltliche Fokussierungen, Vorschläge, Einladungen zu Interventionen und deren Einleitung sowie Deutungen. Diese stellen „per se eine Machtausübung dar“ (Gräf, 2013, S. 82), auch mit der Gefahr, dass Interventionen zum Selbstzweck werden oder so erlebt werden. Es liegt an den Therapeut*innen, immer wieder auf das Erleben der Klient*innen hinzuweisen, Gefühle und Ängste zu thematisieren und den Kontakt zum Klienten bzw. zur Klient*in zu halten. Damit sichert der bzw. die Therapeut*in auch eine Integration und Verfügbarmachung der mit der Intervention verbundenen Erfahrung auf Klient*innen-Seite (Gräf, 2013). Essentiell hierfür ist eine therapeutische Haltung, die Autonomie der Klient*innen als wertvolles und schützenswertes Bedürfnis nach Selbstbestimmung zu stärken (Hrouza, 2017).

METHODE

Im Folgenden wird nach einer Dokumentation des Vorverständnisses die Erhebungsmethode dargelegt. Zunächst wird auf das Expert*innen-Interview als qualitatives Forschungsinstrument eingegangen, bevor die Stichprobe, der Interviewleitfaden und die Durchführung der Erhebung besprochen werden. Danach wird die Auswertungsmethodik vorgestellt, von der Entwicklung des Kategoriensystems bis zur Durchführung der Auswertung mittels einer computerunterstützten Analyse-Software für qualitative Daten (NVivo 12).

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde eine qualitative Vorgehensweise gewählt. „Qualitative Forschung hat den Anspruch, Lebenswelten ‚von innen heraus‘ aus der Sicht der handelnden Menschen zu beschreiben.“ (Flick, Kardoff & Steinke, 2004, S. 14) Die handelnden Menschen sind hier praktizierende Psychotherapeut*innen mit Schwerpunkt Integrative Gestalttherapie. Deren themenbezogene Meinung, Erfahrung und Expertise zur intermedialen Verschränkung bzw. Kombination von Schreiben und Zeichnen sind gefragt.

Vor dem theoretischen Hintergrund der Phänomenologie geht es um die Erschließung von Erfahrungswissen, welches über qualitative Interviews hermeneutisch – verstehend – verfügbar gemacht wird. Die Phänomenologie geht „von den Erfahrungen des Einzelnen aus und bearbeitet diese in reflexiver Form“ (Hitzler & Eberle, 2004, S. 110). Die dabei gewonnenen Erkenntnisse sind immer auch „Konstruktionen aus einer spezifischen wissenschaftlichen Perspektive, die den Erkenntnisgegenstand theoretisierend dem Verständnis zugänglich machen“ (Froschauer & Lueger, 2003, S. 18).

Da es zum Thema bereits einiges an theoretischen Zugängen gibt (bspw. zu Schreiben und Zeichnen als kreative Medien, Intermedialität, Cartoons, etc.), verfolgt diese Arbeit ein induktiv-deduktives Vorgehensmodell. Dieses baut einerseits auf dem Erkenntnisstand der Literatur auf und bezieht bestehende theoretische Ansätze in den empirischen Prozess ein, bleibt aber auch offen genug für deren Anreicherung.

DOKUMENTATION DES VORVERSTÄNDNISSES

Wie Bogner, Littig und Menz (2014) betonen, ist es „eine Fiktion anzunehmen, wir hätten überhaupt kein Wissen über das zu untersuchende Feld“ (S. 31). Als

Psychotherapeut in Ausbildung unter Supervision hat der Autor eine bereits mehrjährige Auseinandersetzung mit der Kombination von Schreiben und Zeichnen/Malen in der psychotherapeutischen Praxis, geprägt auch durch einschlägige Seminare im Zuge der Psychotherapieausbildung. Der Einsatz kreativer Angebote in Form von Comics oder Cartoons basiert zudem auf einer rund 35-jährigen Erfahrung im Zeichnen von Cartoons. In diesem Sinne wurden auch die Fragestellungen dieser Arbeit nicht nur aus den entsprechenden Befunden der Fachliteratur entwickelt, sondern auch vom eigenen Erfahrungshintergrund beeinflusst.

Aus gestalttherapeutischer Perspektive hat nicht nur der Einsatz kreativer Medien einen hohen Stellenwert in der psychotherapeutischen Arbeit, sondern Menschen werden überhaupt als kreative Wesen verstanden (Nausner, 2018; Spagnuolo Lobb & Amendt-Lyon, 2006). Dies bezieht sich auf das innewohnende kreative Potenzial einer Person, aber auch auf die kreativen Anpassungsleistungen, zu denen auch Störungsbilder gerechnet werden (Spagnuolo Lobb & Amendt-Lyon, 2006).

Für Joseph Zinker ist Psychotherapie selbst ein kreativer künstlerischer Prozess.

Therapeutisches Arbeiten ist für mich vergleichbar damit, Kunst zu machen. Das Medium ist ein Menschenleben. [...] Jedes Menschenleben hat eine eigene Integrität. Ein Mensch ist bereits ein dynamisches Kunstwerk, wenn er einen anderen, den Therapeuten dazu auffordert, sich in diese Integrität einzuschalten.
(Zinker, 1993, S. 47)

Psychotherapeut*in und Klient*in begegnen sich somit mit ihrem jeweiligen kreativen Potenzial in einem künstlerischen Prozess, der als Psychotherapie verstanden wird. Der Einsatz kreativer Medien und deren Kombination in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels wird vom Autor nicht nur als Möglichkeit des Prozesses, sondern auch als Ausdruck seines Menschenbildes gesehen.

ERHEBUNGSMETHODE

Nach Froschauer und Lueger (2009) sind Gespräche „Situationen, in welchen gemeinsam die Sichtweisen der Wirklichkeit *verhandelt* werden. Insofern kann man sie als einen interaktiven Aufbau sozialer Verstehensweisen im Sinne von *Ko-*

Konstruktionen zwischen den Interviewten und den interviewenden Personen bezeichnen.“ (S. 146) Der bzw. die Interviewer*in hat dabei grundsätzlich eine Haltung des Lernens, Nachfragens (Neugierde), aktiven Zuhörens und das gleichermaßen wichtig nehmen aller Gesprächspartner*innen sowie ernst nehmen aller Aussagen zu kultivieren. „Im Zentrum qualitativer Interviews steht die Frage, was die befragten Personen für relevant erachten, wie sie ihre Welt [als Therapeut*innen] beobachten und was ihre Lebenswelt charakterisiert.“ (Froschauer & Lueger, 2020, S. 14)

EXPERT*INNEN-INTERVIEW UND PROBLEMZENTRIERTES INTERVIEW

Für die Methodik der qualitativen Interviews wurden zum einen Konzepte für die Gestaltung von Expert*innen-Interviews von Meuser und Nagel (2009) sowie Bogner, Littig und Menz (2014) aufgegriffen, zum anderen aber auch das Problemzentrierte Interview (PZI) nach Witzel (Witzel, 2000) berücksichtigt. Im Folgenden wird zunächst das Problemzentrierte Interview vorgestellt, bevor der weitere Fokus auf das Expert*innen-Interview gelegt wird.

Das Problemzentrierte Interview (PZI) ist ein „theoriegenerierendes Verfahren, das den vermeintlichen Gegensatz zwischen Theoriegeleitetheit und Offenheit dadurch aufzuheben versucht, dass der Anwender seinen Erkenntnisgewinn als induktiv-deduktives Wechselspiel organisiert“ (Witzel, 2000, S. 1).

Das unvermeidbare, und damit offenzulegende Vorwissen dient in der Erhebungsphase als heuristisch-analytischer Rahmen für Frageideen im Dialog zwischen Interviewern und Befragten. Gleichzeitig wird das Offenheitsprinzip realisiert, indem die spezifischen Relevanzsetzungen der untersuchten Subjekte insbesondere durch Narrationen angeregt werden. (Witzel, 2000, S. 2)

Es geht nicht nur um die Darstellung subjektiver Problemsicht, sondern auch um den Bezug zu bestehendem Wissen und dessen Anreicherung. Grundpositionen des PZI sind (a) Problemzentrierung, indem Vorwissen verstehend einbezogen und problemorientiert (nach-) gefragt wird, (b) Gegenstandsorientierung, indem das Interview flexibel und anforderungsbezogen, das heißt eher narrativ oder strukturierend gestaltet wird, und (c) Prozessorientierung, indem Offenheit, Vertrauen, Wertschätzung

und damit die Gesprächsentwicklung gefördert wird, aber auch vorangegangene Aussagen im Hinblick auf Redundanzen oder Widersprüchlichkeiten thematisiert werden.

Zusammengefasst verwendet das PZI einen Kurzfragebogen für die demographischen Daten, geschlossene Fragen zur Unterstützung des Gesprächseinstiegs, Tonträgeraufzeichnungen, um den Kommunikationsprozess präzise aufzuzeichnen, einen semi-strukturierten Leitfaden, in dem die Forschungsthemen festgehalten sind, und Postskripte, die nach dem Gespräch Schwerpunkte der interviewten Person, thematische Auffälligkeiten und Interpretationsideen sowie situative und nonverbale Aspekte des Interviews festhalten.

Neben der problem- bzw. themenzentrierten Betrachtungsperspektive gibt es auch jene des Experten bzw. der Expert*in. Das Expert*innen-Interview wird nach Meuser und Nagel (2009) „als ein Instrument der Datenerhebung [verstanden], das auf einen spezifischen Modus des Wissens bezogen ist – auf Expertenwissen“ (S. 466). In einer forschungspragmatisch fokussierten Perspektive ist ‚Expert*in‘ zunächst einmal eine Zuschreibung (Meuser und Nagel, 2009). Wie die Autoren aber hinweisen, reicht eine ausschließlich forschungspragmatisch bestimmte Zuschreibung nicht aus, da der Etikettierung von Personen als Expert*innen stets eine schon „vorab erfolgte und institutionell-organisatorisch zumeist abgesicherte Zuschreibung“ vorausgeht (S. 470). Expert*innen werden in ihren spezifischen problembezogenen Funktionen einer beruflichen Rolle oder ehrenamtlichen Tätigkeit angesprochen und das damit verbundene Wissen wird zum Gegenstand gemacht. Expert*innen sind auch „in Relevanzstrukturen“ eingebunden, die „nicht [nur] „problemzentriert sind, sondern z.B. [auch] ökonomischen Motiven folgen“ (Meuser & Nagel, 2009, S. 469).

Meuser und Nagel (2009) unterscheiden mit Referenz auf Bogner und Menz drei Dimensionen des Expertenwissens: technisches Wissen, Prozesswissen und Deutungswissen. Während das technische Wissen als Fachwissen „explizit verfügbar und damit im Interview unmittelbar kommunizierbar ist“, wird das Prozesswissen als „praktisches Erfahrungswissen“ verstanden, „das sich in vielfach wiederholenden Handlungsabläufen und Interaktionsroutinen sedimentiert“ (S. 470). Das Deutungswissen schließlich konstituiert sich „nicht allein im funktionalen Kontext des Expertenhandelns“. Indem „subjektive Relevanzen und Sichtweisen“ einfließen, macht

sich im Rahmen des Deutungswissens auch die „biographische Motiviertheit von Expertenwissen geltend“ (Meuser & Nagel, 2009, S. 470).

Diese Unterscheidung von problembezogenem und Expert*innen-Wissen sprechen auch Froschauer und Lueger (2020) an, indem sie eine „systeminterne Handlungsexpertise“ von einer „feldinterner Reflexionsexpertise“ und einer „externen Expertise“ differenzieren (S. 31). Während Wissen bei der systeminternen Handlungsexpertise „vorrangig Erfahrungswissen“ ist, das als „implizites Wissen in den Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsweisen eingelagert“ und „für erfolgreiches Handeln in spezifischen Bereichen sozialer Systeme erforderlich ist“, geht es bei der feldinternen Handlungsexpertise um stärker relational geprägtes Wissen (Froschauer & Lueger, 2020, S. 31). „Dieses entwickelt sich in erster Linie dort, wo Akteur*innen auf die Berücksichtigung anderer Personen angewiesen sind und in ihren Interaktionen immer wieder systeminterne und -externe Grenzen überschreiten.“ (Froschauer & Lueger, 2020, S. 31) Die externe Expertise schließlich verweist auf fundiertes theoretisches Wissen über den Gegenstandsbereich, der „von verschiedenen Seiten und in verschiedensten (intra- und interdisziplinären) Facetten beleuchtet“ werden kann (Froschauer und Lueger, 2020, S. 31).

Für Bogner et al. (2014) sind Expert*innen-Interviews „teilstrukturierte Interviews, und zwar ganz unabhängig von ihrer Stellung im Forschungsprozess (als explorative, systematisierende oder theoriegenerierende Interviews)“ (S. 27). Deren Ziel ist, ausreichend Material für die Beantwortung der Fragestellungen zu generieren. Am Material können dann bei der Auswertung auch Arbeitshypothesen geprüft werden, wobei der Fokus auf der Entwicklung von Hypothesen und empirischen Begründung von Theorien liegt (Bogner et al., 2014).

Ein wichtiger Aspekt beim Expert*innen-Interview ist noch die Statusrelation zwischen Expert*in und Interviewer*in. So ist die Bereitschaft von Expert*innen, Wissen und Erfahrung einzubringen auch davon beeinflusst, ob der bzw. die Interview*in als kompetente/r Ansprechpartner*in bzw. ‚Co-Expert*in‘ wahrgenommen wird (Meuser & Nagel, 2009; Bogner et al., 2014). Dem entsprechend ist die Selbstvorstellung des Interviewers bzw. der Interviewer*in von Bedeutung.

STICHPROBE

Wie Bogner et al. (2014) hinweisen, orientiert sich das Sampling beim Interviewen von Expert*innen „in erster Linie an der (den) Forschungsfrage(n)“ (S. 34).

Zielgruppe dieser Forschungsarbeit sind graduierte, praktizierende Psychotherapeut*innen mit Schwerpunkt Integrative Gestalttherapie, die langjährige Erfahrung im Einsatz kreativer Medien (Techniken) haben und diese auch intensiv in ihrer psychotherapeutischen Arbeit nutzen. Diese werden als Expert*innen für kreative Medien bzw. Techniken in der gestalttherapeutisch orientierten Psychotherapie verstanden. Dieser Expert*innenstatus ist nach Bogner et al. (2014), ein „zugeschriebener, der vom jeweiligen Forschungsfeld und -interesse abhängt. Unterstellt wird Expertinnen dabei ja nicht nur eine spezifische Expertise, sondern aufgrund ihrer Position auch Entscheidungs- und Durchsetzungskompetenz“ (S. 35).

Die Proband*innen wurden auf folgenden Wegen recherchiert: PsyOnline (n=135), Recherche über Google (n=2), bestehende Kontakte (n=2). Von den über PsyOnline recherchierten Personen wurden jene „in Ausbildung unter Supervision“ ausgeschlossen. Bei den übrigen Psychotherapeut*innen wurde auf der jeweiligen Website analysiert, ob es einen besonderen Schwerpunkt auf den Einsatz kreativer Medien bzw. Techniken gibt. Entsprechend der Empfehlungen von Bogner et al. (2014) wurde am Ende jedes Interviews nach weiteren Empfehlungen gefragt. Von den rund 20 empfohlenen Personen wurde schließlich vier auch aufgrund der Empfehlung für eine Ansprache nominiert. Drei der vier Personen, die empfohlen wurden, waren aber schon vorab als interessante Expert*innen definiert.

Mit zehn Personen wurde schließlich per Mail Kontakt aufgenommen und bei fehlender Reaktion telefonisch angefragt. Bei der Anfrage per Mail wurde auf den Arbeitstitel und Fokus der Arbeit auf die Kombination von Schreiben und Zeichnen im Sinne eines ‚intermedialen Quergangs‘ sowie die Sondierung möglicher Potenziale illustrierter Narrationen mittels Cartoons, Comics und Graphic-Novels innerhalb eines gestalttherapeutischen Prozesses hingewiesen.

Mit acht Personen konnte schließlich ein Interviewtermin vereinbart werden. Aufgrund des ersten Lockdowns während der Corona-Pandemie fanden die beiden ersten Interviews mittels Online-Video-Konferenztool statt (Skype, Zoom). Die persönlichen Interviews fanden ausnahmslos in den Praxen der Proband*innen in Wien und Linz statt.

Die Interviews wurden für rund eine Stunde angesetzt, dauerten schließlich zwischen 43 und knapp 60 Minuten.

Die Proband*innen sind zwischen 53 und 68 Jahre alt und verfügen über eine psychotherapeutische Berufserfahrung zwischen 12 und 37 Jahren. Tabelle 3 gibt grundlegende Daten zu den einzelnen Interviewpartner*innen wider.

Tabelle 3:

*Proband*innen (P1-P8)*

P	A/G	PT	KM	Ausbildung (Auszug)	Datum	Dauer	Setting	Quelle
P1	62 W	26	35	Ergotherapie und Psychotherapie	27. 4.2020	52 min.	Online (Skype)	Bestehender Kontakt
P2	62 M	37.	37	Psychologie und Psychotherapie	7.5. 2020	53 min.	Online (Zoom)	Bestehender Kontakt
P3	68 M	30	30	Akademische Malerei und Psychotherapie	11.5. 2020	54 min.	Physisch (Praxis)	PsyOnline
P4	55 M	12	12	Lehre, Psychologie und Psychotherapie	16.5. 2020	55 min.	Physisch (Praxis)	PsyOnline Empfehlung
P5	60 W	30	26	Psychologie, Psychotherapie, Multimediale Kunsttherapie	29.5. 2020	60 min.	Physisch (Praxis)	PsyOnline
P6	53 W	15	15	Pädagogik, Psychotherapie, Poesie- und Bibliotherapie	12.6. 2020	50 min.	Physisch (Praxis)	PsyOnline Empfehlung
P7	58 W	30	30	Psychologie, Psychotherapie, Poesie- und Bibliotherapie	1.7. 2020	43 min.	Physisch (Praxis)	PsyOnline Empfehlung
P8	56 M	26	26	Sportwissenschaften, Psychotherapie	3.7. 2020	43 min.	Physisch (Praxis)	Empfehlung

P = Proband*in; A = Alter; G = Geschlecht; PT = Erfahrung in Jahren als Psychotherapeut*in; KM = Erfahrung in Jahren mit dem Einsatz Kreativer Medien (innerhalb und außerhalb von Psychotherapie)

INTERVIEWLEITFADEN

Auf Basis einer vorangestellten Literaturanalyse wurde ein semi-strukturierter Interview-Leitfaden entwickelt (siehe Anhang), der die Forschungsfragen möglichst adäquat thematisiert. Dabei geht es sowohl um Expert*innenwissen, als auch um problem- bzw. themenzentriertes Wissen. Es wird nicht davon ausgegangen, dass die Gesprächspartner*innen bereits Expertise über den Einsatz von Cartoons, Comics bzw. Graphic-Novels in der Psychotherapie haben.

Nach Bogner et al. (2014) geht es bei der Entwicklung eines Interviewleitfadens zunächst um die Sammlung und Systematisierung entsprechender Forschungsfragen, die sich u.a. aus Vorüberlegungen und Literaturlauswertungen ergeben. „Die Problemstellung wurde vom Interviewer bereits vorher analysiert; er hat bestimmte Aspekte erarbeitet, die in einem Interviewleitfaden zusammengestellt sind und im Gesprächsverlauf angesprochen werden.“ (Mayring, 2002, S. 67) Die Eigenerfahrung mit dem Thema kommt hinzu. Nach Gruppierung ausgewählter Fragen sind entsprechende Interviewfragen so zu formulieren, dass aktivierende Gesprächssituationen hergestellt werden. In diesen geben die Expert*innen Informationen preis oder treffen „deutungsbasierte Aussagen [...] fokussiert auf definierte Themen, wie sie für die Forschungsfragestellung relevant sind“ (Bogner et al., 2014, S. 33). Es geht also darum „im Interview Bewertungen, Schilderungen, Erzählungen zu bestimmten Themen“ anzuregen (Bogner et al., 2014, S. 33). Die Differenzierung verschiedener Leitfadenfragen und ein Pretest runden die Entwicklung des Interviewleitfadens ab.

Der Leitfaden wurde nicht vorab an die Interviewpartner*innen ausgesendet, da bei theoriegenerierenden - also deutungswissensorientierten - Expert*inneninterviews spontane Äußerungen gegenüber vorab zurecht gelegten Antworten vorzuziehen sind. Zudem ist oftmals eine „personen- und funktionsbezogene Anpassung der Leitfäden [...] notwendig“, wodurch sich der Interviewleitfaden im Forschungsprozess kontinuierlich weiterentwickelt (Bogner et al., 2014, S. 30).

Nach Durchführung und Transkription des ersten Interviews wurde der Interviewleitfaden nochmals geringfügig überarbeitet. Die Formulierung der Fragestellungen wurden an manchen Stellen vereinfacht, manche Unterfragen wurden

gestrichen. Der Leitfaden bestand schließlich aus einer Einleitungsfrage mit „erzählungsgenerierende Funktion“ (Bogner et al., 2014, S. 62), fünf Themenblöcken, einer Abschlussfrage und demographischen Daten. Insgesamt kamen sieben Hauptfragen und bis zu 21 Unterfragen situativ zum Einsatz (siehe Anhang).

DURCHFÜHRUNG DER ERHEBUNG

Zu Beginn der Interviews wurde nochmals ein Dank für die Bereitschaft zur Teilnahme ausgesprochen, das Forschungsvorhaben in groben Zügen zusammengefasst und der Hintergrund der Kontaktaufnahme (z.B. Recherche, Empfehlung) erklärt. Auch der zeitliche Rahmen bzw. die zeitliche Verfügbarkeit wurden nochmals hinterfragt. Diese Aufwärmphase hatte auch zum Ziel, eine grundlegende Vertrauensbasis sicherzustellen. Im Zuge dessen wurde auch das Einverständnis für die Aufzeichnung und Verwertung des Interviews eingeholt und eine Anonymisierung der Daten garantiert.

Die Interviews wurden mittels zwei Mikrofonen aufgezeichnet, die an unterschiedlichen Positionen im Raum aufgestellt wurden. Bei den beiden Video-basierten Interviews wurden die Mikrophone nahe am Computerlautsprecher positioniert. Nach einer kurzen Mikrofon-Probe wurde das Interview gestartet.

Der Interviewleitfaden wurde je nach Interview situativ angepasst durchgearbeitet. Wie Bogner et al. (2014) hinweisen, ist das Interview „eine komplexe soziale Interaktionssituation, in der die Interviewer[*innen] nicht nur methodisch-regelgeleitet, sondern häufig auch intuitiv agieren und reagieren (müssen)“ (S. 49). Während die Abfolge der Themenblöcke und die Wortwahl der Hauptfragen stets gleich blieb, variierte die Auswahl, Reihenfolge und genaue Wortwahl der Unterfragen von Interview zu Interview. Abgesehen von den Haupt- und Unterfragen wurden unter anderem „Verständnisfragen“, „Begründungsaufforderungen“, „Zurückspiegelungen“ und „Konfrontationsfragen“ gestellt (Bogner et al., 2014, S. 66f). Abschließend wurden die demographischen Daten strukturiert abgefragt. Danach wurde der Aufnahmeprozess beendet.

Schriftliche Post-Interview-Memos wurden nicht nach jedem Interview angefertigt, sondern nur dann, wenn ein besonderer Aspekt des Interviews wichtig schien. Das waren bspw. ergänzende Informationen nach Beendigung der Aufzeichnungen, Empfehlungen oder Literaturhinweise. Die beiden Tonbahnaufnahmen wurden nach

dem jeweiligen Interview auf einer Computerfestplatte gesichert.

Die weitere Interviewgestaltung wurde als iterativer Prozess zwischen der Analyse bereits durchgeführter und der Schärfung des problemorientierten Nachfragens in weiteren Interviews gestaltet.

AUSWERTUNGSMETHODE

Wie Bogner et al. (2014) anmerken, hat sich „noch keine eigenständige Auswertungsmethode spezifisch für Expert[*inn]eninterviews herausgebildet“ (S. 71ff). Für die Autoren ist die qualitative Inhaltsanalyse das bevorzugte Auswertungsverfahren, wenn es um Informationsgewinnung geht, wobei mit Informationen das (Deutungs-) Wissen der Expert*innen gemeint ist. Sie verweisen auf das Auswertungskonzept für Expert*innen-Interviews von Meuser und Nagel, das als methodische Grundlage für die Auswertung der im Rahmen dieser Arbeit geführten acht Interviews dient.

QUALITATIVE INHALTSANALYSE VON EXPERT*INNEN-INTERVIEWS

Als wichtige Auswertungsschritte werden von Meuser und Nagel (2009) Transkription, Paraphrase, Kodierung, Thematischer Vergleich, (Soziologische) Konzeptualisierung und Theoretische Generalisierung angesprochen.

Bei der Transkription von Expert*innen-Interviews werden prosodische und parasprachliche Ereignisse nur begrenzt notiert. Bogner et al. (2014) empfehlen bei theoriegenerierenden Expert*innen-interviews eine vollständige Transkription. Auch Witzel (2000) verwendet für die Auswertung problemzentrierter Interviews vollständig transkribierte Interviews. Dabei sollte laut Bogner et al. (2014) so viel festgehalten werden, wie für die anzuwendende Auswertungsmethode notwendig ist. Aufzeichnung und Dokumentation sind kein Selbstzweck. Es geht nicht darum, alle verfügbaren Informationen und Daten möglichst umfassend zu sammeln, wenn dies für die Interpretation keinen sinnvollen Ertrag bietet. Nicht nur eine Unter-, sondern auch eine Überdokumentation ist zu vermeiden, nicht zuletzt aus forschungsökonomischen Gründen. Meuser und Nagel (2009) betonen, dass sich Expert*innen-Interviews nicht an der „Sequenzialität von Äußerungen im Interview“, sondern an „thematischen Einheiten“, das heißt „inhaltlich zusammengehörigen, über die Texte verstreuten Passagen“ orientieren (S. 476). Thematisch relevante Passagen mehrerer Interviewtexte lassen dann Vergleiche über die verschiedenen Interviews zu (Bogner et

al., 2014). Die Vergleichbarkeit der Interviews wird auch durch die leitfadenorientierte Interviewführung sichergestellt (Meuser und Nagel, 2009).

Die anschließende Paraphrase - die „Sequenzierung des Textes nach thematischen Einheiten“ - muss „dem Gesprächsverlauf folgen und wiedergeben, was die Expert[*inn]en insgesamt äußern“ (Meuser und Nagel, 2009, S. 476). Ziel der Paraphrase ist eine Komplexitätsreduktion durch „Herstellung eines übersichtlichen und gut handhabbaren Textkorpus“ (Bogner et al., 2014, S. 80). Wie die Autoren hinweisen, kann die Paraphrase mehr Probleme einbringen als lösen. „Denn ob bestimmte Passagen wirklich wichtig oder tatsächlich unergiebig sind, merkt man erst in der Phase der Interpretation.“ (Bogner et al., 2014, S. 80) Die Autoren plädieren dafür, zunächst vollständige Transkriptionen anzufertigen, da mit einer Selektion des Textes bereits ein interpretativer Eingriff vorgenommen wird.

Mit der Kodierung erfolgt die thematische Ordnung und Titulierung der paraphrasierten Passagen, die nach Meuser und Nagel (2009) nahe am Text zu erfolgen hat. „Ob einer Passage ein oder mehrere Codes zugeordnet werden, hängt davon ab, wie viele Themen jeweils angesprochen werden.“ (Meuser & Nagel, 2009, S. 476) Nach Witzel (2000) werden bei der Kodierung sowohl deduktive theoriegeleitete Codes mit dem Text verknüpft, wie auch induktiv neue Codes dem Textmaterial zugeordnet.

Mit dem Thematischen Vergleich wird über den Einzelfall hinausgegangen, indem „thematisch vergleichbare Textpassagen aus verschiedenen Interviews gebündelt“ werden, verbunden mit einer „Überprüfung und gegebenenfalls [...] Revision der vorgenommenen Zuordnungen“ (Bogner et al., 2014, S. 78).

Mit der Konzeptualisierung erfolgt „eine Ablösung von den Texten und [...] der Terminologie der Interviewten“ (Meuser und Nagel, 2009, S. 477). Hiermit wird eine wissenschaftliche Abstraktionsebene beschritten, in der „von der Ebene der Selbstbeschreibung der Expert[*inn]en auf die Ebene der Fremdbeschreibung“ gewechselt wird (Bogner et al., 2014, S. 79). Damit ist die „Anschlussmöglichkeit an theoretische Diskussionen im Prinzip gegeben“ (Bogner et al., 2014, S. 79). Auch wenn die Verallgemeinerung in einer abstrahierten Begrifflichkeit geschieht, die in den Interviewtexten nicht mehr zu finden ist, bleibt sie „auf das vorliegende empirische Material begrenzt“ (Bogner et al., 2014, S. 80).

Mit der Theoretischen Generalisierung werden die Kategorien schließlich „in ihrem

internen Zusammenhang theoretisch aufgeordnet“ (Bogner et al., 2014, S. 80). Die Ergebnisdarstellung „geschieht aus einer theoretisch informierten Perspektive auf die empirisch generalisierten ‚Tatbestände‘. Bei diesem rekonstruktiven Vorgehen werden Sinnzusammenhänge zu Typologien und zu Theorien verknüpft“ (Meuser & Nagel, 2009, S. 477). Empirisch entwickelte Kategorien und Konzepte werden in dieser Phase systematisiert und hinsichtlich ihrer Zusammenhänge interpretiert (Bogner et al., 2014).

Wie Bogner et al. (2014) hinweisen, eignet sich gerade bei Expert*innen-Interview der Einsatz von QDA (Qualitative Data Analysis) Software zur Unterstützung der Datenauswertung. Anders als in sequenzanalytischen Ansätzen geht es bei Expert*innen-Interviews darum, „das Textmaterial aufzubrechen, mit Begriffen zu belegen, neu zu sortieren und zu verdichten“ (Bogner et al., 2014, S. 84). Die Software erleichtert die Datenorganisation, Kodierung, Darstellung und Auffindbarkeit von Textelementen.

ENTWICKLUNG DES KATEGORIENSYSTEMS

Wie bereits dargelegt, verfolgt diese Arbeit ein induktiv-deduktives Vorgehensmodell. Das bei der Auswertung entwickelte Kategoriensystem entwickelte sich zunächst deduktiv aus der Literatur und den Forschungsfragen. Diese Kategorien bildeten auch die Grundlagen für den Interviewleitfaden.

Die zunächst deduktiv festgelegten Kategorien waren:

- Stellenwert Kreativer Medien in der psychotherapeutischen Praxis
- Phase des psychotherapeutischen Prozesses, wo kreative Medien eingesetzt werden
- Störungsbilder, wo kreative Medien eingesetzt werden
- Rolle des Alters beim Einsatz kreativer Medien
- Stellenwert der Kombination kreativer Medien
- Therapeutischer Nutzen von kreativen Medien
- Stellenwert der Kombination von Schreiben und Zeichnen
- Therapeutischer Nutzen der Kombination von Schreiben und Zeichnen
- Störungsbilder für die Kombination von Schreiben und Zeichnen
- Rolle des Alters bei der Kombination von Schreiben und Zeichnen
- Stellenwert von Cartoons, Comics und Graphic-Novels

- Therapeutischer Nutzen in der Gestaltung von Bildgeschichten
- Therapeutischer Nutzen bei der Gestaltung von Cartoons, Comics und Graphic-Novels
- Störungsbilder für die Gestaltung von Cartoons, Comics und Graphic-Novels
- Phase des psychotherapeutischen Prozesses, wo Cartoons, Comics und Graphic-Novels eingesetzt werden
- Rolle des Alters bei der Gestaltung von Cartoons, Comics und Graphic-Novels
- Diagnostisches Potenzial bei der Gestaltung von Cartoons, Comics und Graphic-Novels

Diese lassen sich wie folgt in einer Matrix abbilden (siehe Tabelle 4):

Tabelle 4:

Matrix deduktiver Kategorien

	KM	KOMB	S&Z	BG	CC & GN
Stellenwert					
Nutzen					
Phase im Prozess					
Störungsbilder					
Alter Klient*in					
Diagnostisches Potenzial					
KM = Kreative Medien; KOMB = Kombination Kreativer Medien; S&Z = Schreiben und Zeichnen; BG = Bildgeschichten; CC & GN = Cartoons, Comics & Graphic-Novels					

Im Zuge der Auswertung wurden diese deduktiven Kategorien um weitere Kategorien, die induktiv aus dem Textmaterial herausgearbeitet wurden, angereichert. So wurden in den acht Interviews mittels der QDA-Software NVivo 12 zunächst 31 Kodierungen erstellt und in weiterer Folge verfeinert, bis schließlich 53 Kodierungen mit entsprechendem Textmaterial verbunden waren. Nach mehreren iterativen Analysephasen blieben 29 Kategorien für die Ergebnisdarstellung übrig. Das finale Kategoriensystem ist im Kapitel „Ergebnisse“ in Tabelle 5 dokumentiert.

AUSWERTUNGSSCHRITTE

Entlang des zuvor beschriebenen Vorgehensmodells von Meuser und Nagel (2009) und unter Einbeziehung von Hinweisen von Bogner et al. (2014) wird im Folgenden die Auswertung des Datenmaterials beschrieben.

Die Transkription erfolgte in der Regel nach der Durchführung des Interviews in den darauffolgenden Tagen. Entsprechend der Empfehlung von Bogner et al. (2014) wurde die Interviews vollständig transkribiert, wobei sowohl die Antworten als auch die Fragen dokumentiert wurden. Die Aussagen der Interviewpartner*innen wurden dialektal protokolliert, auch wenn es laut Bogner et al. (2014) bei Expert*innen-Interviews häufig nicht notwendig ist, „die individuelle Sprachfärbung oder den persönlichen Duktus zu dokumentieren“ (S. 42). Längere Pausen von rund 10 Sekunden bzw. rund 20 Sekunden wurden in eckiger Klammer festgehalten. Bei der Transkription der ersten Interviews wurden auch Betonungen durch Unterstreichung kenntlich gemacht. Da aber die Betonungen im weiteren Verlauf der Transkriptionen für das zu generierende Material unwesentlich erschienen, wurden diese ab der dritten Transkription nicht weiter hervorgehoben.

Dem Hinweis von Bogner et al. (2014) folgend, wurde auf eine Paraphrase der Texte verzichtet. Die Texte wurden in weiterer Folge in NVivo 12 importiert.

Im Zuge der Kodierung wurden im ersten Analyseschritt die acht Interviews nach 31 definierten Codes (Haupt- und Unterkategorien) mittels NVivo über eine Volltextsuche analysiert und entsprechende Textpassagen den in NVivo erstellten Codes zugeordnet. Im zweiten Analyseschritt wurden die Kodierungen „Methodische Ansätze“, „Therapeutischer Nutzen“, „Gefahrenpotenziale kreativer Medien“ und „Was ist noch zu ergänzen“ bei jedem Interview gesondert analysiert. Parallel dazu wurden die bestehenden Kodierungen laufend evaluiert und das Kategoriensystem überarbeitet. Im dritten Analyseschritt wurden nochmals alle acht Interviews nach allen Kodierungen analysiert, wobei wiederum das Kategoriensystem überprüft und angepasst wurde. Parallel dazu wurden in NVivo laufend Memos zur Kategorienentwicklung und Analyse nach ausgewählten Kategorien und aller Kategorien pro Interview erstellt. Nach Abschluss der Kodierungsphase wurden sowohl die den Kodierungen zugeordneten Textpassagen wie auch die Memos in Word-Dokumente exportiert.

Mit dem Thematischen Vergleich wurden dann die einer Kategorie zugeordneten

Textpassagen verschiedener Interviews übergreifend analysiert, überprüft und fallweise neue Zuordnungen getroffen. Auf Basis von Konzeptualisierung und Theoretischer Generalisierung erfolgte die Ergebnisdarstellung und Beantwortung der Forschungsfragen.

ERGEBNISSE

Die Ergebnisse der Expert*innen-Interviews werden in vier Abschnitten gegliedert dargestellt. Die Struktur der Ergebnisdarstellung wurde im Zuge der Kategorienbildung sukzessive erarbeitet. In Tabelle 5 sind die deduktiv entwickelten Kategorien blau, die induktiv aus den Ergebnissen gewonnenen Kategorien rot dargestellt. Den einzelnen Kategorien und Unterkategorien sind auch die zugrundeliegenden Forschungsfragen zugeordnet. Diese werden in der Diskussion beantwortet.

In den Interviews zeigte sich, dass die Interviewpartner*innen unterschiedliche Bezüge zum Thema ‚Illustrierte Narration‘ haben. Dies spiegelt sich auch in den Ergebnissen wider. Aufgrund persönlicher Voraussetzungen, wie Prägung, Erfahrung oder Affinität, haben ein Teil der Interviewpartner*innen wenig bis gar keinen Bezug zu Comics, Cartoons und Graphic-Novels. Eine Folge daraus ist, dass es bei diversen Kategorien nur allgemeine Aussagen zu kreativen Medien, nicht aber spezifische Bezüge zu illustrierten Narrationen mittels Cartoons, Comics oder Graphic-Novels als kreative Techniken gibt. Wo die allgemeineren Aussagen zum Einsatz kreativer Medien aber einen hilfreichen Rahmen für den Einsatz von Bildgeschichten in der Psychotherapie schaffen und für das Verständnis hilfreich sind, wurden sie entsprechend eingearbeitet. Auf die Kategorie der persönlichen ‚Voraussetzungen der Interviewpartner*innen‘ wird im vierten Ergebnisabschnitt näher eingegangen. Die damit verbundenen Implikationen und Limitierungen der Arbeit werden in der Diskussion besprochen.

Tabelle 5:

Ergebniskategorien (deduktiv/blau und induktiv/rot; FF = Forschungsfragen)

Abschnitt (Cluster)	Kategorie	Unterkategorie	FF
Phänomenologische Aspekte illustrierter Narrationen	Abgrenzung zur Kunsttherapie		
	Symbolcharakter illustrierter Narrationen		
	Setting	Einzel- vs. Gruppentherapie Räumliche Voraussetzungen Zeitliche Erfordernisse	
	Erfahrungsdimensionen	Aktivität Komplexität Spielcharakter Leib vs. Imagination	
	Beziehungsdimensionen		
Methoden illustrierter Narration	Methodische Ansätze		1a
	Prozesscharakter illustrierter Narrationen	Prozessphase	1a
		Initiative	1c
		Einführung	
		Ausgang Zeitlicher Bezug Therapeutische Haltung Verbleib	
Therapeutischer Nutzen		1,2	
	Gefahrenpotenziale		
	Diagnostisches Potenzial		1
Voraussetzungen der Klient*innen	Alter		1b
	Vertrautheit und Affinität		1b
	Technische Kompetenz		
	Strukturniveau und Störungsbilder		1d
	Zielgruppen		1d
Voraussetzungen der Psychotherapeut*innen	Stellenwert kreativer Medien		
	Vertrautheit und Affinität		
	Individuelle Ergänzungen		

PHÄNOMENOLOGISCHE ASPEKTE ILLUSTRIERTER NARRATIONEN

Als phänomenologische Kategorien von Cartoons, Comics und Graphic-Novels wurden die Abgrenzung zur Kunsttherapie, der Symbolcharakter illustrierter Narrationen, Aspekte des Settings wie Einzel-/Gruppentherapie sowie räumliche Voraussetzungen und zeitliche Erfordernisse, Erfahrungsdimensionen auf Klient*innen-Seite sowie Beziehungsdimensionen zwischen Therapeut*in und Klient*in bestimmt.

ABGRENZUNG ZUR KUNSTTHERAPIE

Die Kunsttherapie wird in Abgrenzung zur Psychotherapie zwar von drei der acht Interviewpartner*innen (P2, P3, P5) angesprochen, findet insgesamt aber wenig Beachtung. Abgrenzungen werden im therapeutischen Umgang kreativer Medien (P2), im Ausmaß der Tiefung (P3) sowie im Berufsbild (P3) gemacht.

Gegenüber einer als „Kunsth Handwerk“ verstandenen Psychotherapie steht bei der Kunsttherapie für P2 eine „Modulisierung“ der Angebote mit entsprechenden „Handlungsanleitungen“ im Vordergrund. Diese kommt der „Lehr- und Lernbarkeit“ zugute. Dem gegenüber steht die Intimität einer „therapeutischen Kunst“, in die Angebote kreativer Medien „prozessorientiert“ einfließen (P2). Kreation ist für P2 etwas grundsätzlich Menschliches.

Im Gegensatz zur Psychotherapie, wo mit Tiefungen gearbeitet wird, „dürfen [diese] in der Kunsttherapie [...] nicht angepeilt werden“, so P3. Das zu beachten ist sehr wichtig. Die Kunsttherapie bleibt in ihrer Ausrichtung auf einer „horizontalen“ Ebene.

Analog zur Kunsttherapie war auch die Poesie- und Bibliothherapie Thema am Rande, indem zwei Interviewpartner*innen (P6, P7) eine Weiterbildung hierin haben. Diese setzen methodische Ansätze der Poesie- und Bibliothherapie unterschiedlich intensiv in die psychotherapeutische Arbeit ein. Während P7 aufgrund einer Weiterbildung kreative Medien wieder verstärkt in die therapeutische Arbeit einbringt, nutzt P6 diese weniger. Auch wenn es hierbei „ganz viele Möglichkeiten“ mit Bild und Text zu arbeiten gibt, setzt P6 sie im Einzelsetting nicht mehr ein. P2 hebt den Wert der Poesie- und Bibliothherapie hervor, indem dabei das Wort kreativ in die Therapie hereingeholt wird.

SYMBOLCHARAKTER ILLUSTRIRTER NARRATIONEN

Der Symbolcharakter kreativer Medien wird von den Interviewpartner*innen häufig angesprochen. Dabei werden nicht nur Gegenstände als Symbole thematisiert (P2, P6, P7), sondern auch der Symbolcharakter von Geschichten (P1, P2, P4).

So ist für P2 in der kreativen Arbeit mit Gegenständen „der Begriff der Symbolisierung zentral“. Die „Bedeutungsgebung am Gegenstand“ durch Klient*innen ermöglicht eine „Darstellung“ bzw. „Verobjektivierung des inneren Erlebens“ und damit eine Kommunikation mit den Therapeut*innen dazu.

Wir können das innere Erleben in der symbolischen Gestaltung nach außen bringen, mit der Therapeutin, dem Therapeuten kommunizieren, und damit einen vertiefenden Zugang zum inneren Erleben bekommen (P2)

Für P2 ist Sprache eine „besonders hoch entwickelte Form symbolischer Interaktion“, die zwischen Mutter und Kind persönlich besetzt wird. Neben der persönlichen gibt es auch die kulturelle Konnotation, die sich in den Laut- und Bildsymbolen von Comics finden lassen. Dass sprachliche Symbolisierung gegenüber gestaltender oder szenischer Symbolisierung einen höheren Stellenwert hat, ist für P2 „kulturspezifisch“ erklärbar. Innerhalb der Gestalttherapie bekommen aber „alle Symbolisierungsformen die gleiche Wertigkeit“, so P2. Es geht weniger darum, nur „zur Sprache oder zum Ausdruck“ zu kommen, sondern Sprache mit Szenischem bzw. dem Körpererleben zu verbinden (z.B. „berührtes Sprechen“ oder „benanntes Erleben“). Für P2 ist „das Gesunde [...] die Fluidität zwischen diesen drei Ebenen der Symbolisierung“, deren „Verzahnung [...] zu fördern“ ist. Cartoons, Comics und Graphic-Novels sind hier an der „Nahtstelle zwischen szenisch symbolischer Erfassung und sprachlich symbolisierender Erfassung“, so P2. Sprache ist für P2 im therapeutischen Kontext aber von zentraler Bedeutung, da es „in der Therapie um Versprachlichung“ geht, mit dem Ziel einer unter anderem erhöhten Reflexions-, Mitteilungs- und Distanzierungsfähigkeit.

Auch P3 spricht die kulturelle Prägung „einer ganzen Generation“ durch Cartoons an. So werden Symbole (z.B. Sprechblasen) bereits in der Kindheit verstanden. P4 bringt den archetypischen Charakter bestimmter Geschichten und darin enthaltener Figuren zur Sprache, von der Bibel bis zur Populärkultur. Für P4 geht es darum, womit man sich wiedererkennt, was das mit einem macht und über einen aussagt.

"Metaphern" sind für die Interviewpartner*innen im Kontext kreativer Medien kein explizit angesprochenes Thema. Obwohl Sprache „voll von Metaphern“ ist (P3) und durch diese Bildhaftigkeit andere Erfahrungsmedien bzw. „Wortspiele“ anregt, findet sich das Thema der Metaphernhaftigkeit von Sprache bis auf eine Ausnahme (P3) in den Daten nicht.

SETTING

Beim Setting wurde der kombinierte Einsatz kreativer Medien im Hinblick auf Einzel- versus Gruppentherapie sowie die räumlichen Voraussetzungen und zeitlichen Erfordernisse analysiert.

Einzel- versus Gruppentherapie

Beim Einsatz und bei der Kombination kreativer Medien wird von den Interviewpartner*innen zwischen Einzel- und Gruppentherapie unterschieden. Bestimmte kreative Angebote werden eher mit einem Einzel- oder Gruppensetting assoziiert. Eine Begründung hierfür ist, dass ein Einzel- bzw. Gruppensetting meist auch mit spezifischen zeitlichen und räumlichen Voraussetzungen bzw. Möglichkeiten verbunden ist. Dazu kommen persönliche Erfahrungswerte, was in der Einzeltherapie oder mit Gruppen besser funktioniert bzw. sich bewährt hat.

Da verwend ich's immer mal wieder [...] in den Einzeltherapien, da tu ich mir irgendwie leichter. In Gruppen - hab ich festgestellt - tu ich mir schwer (P4)

Kreative Medien braucht auch so [das ...] Einstimmen, [...] Reinkommen [...]. [...] vielleicht ist es wieder etwas, [...] das ich brauch, [...] um da reinzukommen [...]. Ich bin auch überzeugt, dass das immer auch sehr viel mit uns Therapeut[*inn]en zu tun hat (P6)

Gruppen bieten aufgrund der größeren Anzahl an Teilnehmer*innen auch andere inhaltliche Möglichkeiten. So spricht P1 die Möglichkeit an, Dinge nicht nur zu symbolisieren, sondern auch zu spielen bzw. ein „Theaterstück davon zu machen“. Dies ist für P1 eher „in Gruppen gut möglich“. Auch P3 hebt die Möglichkeiten einer Gruppe hervor, indem diese „ein Orchester bildet“, einen Film dreht oder gemeinsam schauspielert. P5 spricht eine Cocktail-Party mit Handpuppen an. Die Dynamik der Interaktionsmöglichkeiten ist in Gruppen daher auch vielfältiger als im Einzelsetting. Ein Gruppenprozess ermöglicht andere Dinge als das Einzelsetting. P5 und P7 sprechen beispielhaft an, sich durch Freude anstecken zu lassen.

Und [die Klientin] hat dann irgendwie so eine Seite von sich gezeigt, die man von der nie gesehen hat. [...] Und es hat wirklich so eine Begeisterung in der Gruppe ausgelöst, weil die auch so glücklich dabei war (P7)

Im Gegensatz zu so einer öffnenden Dynamik können Gruppen auch Konkurrenz und Wettbewerb auslösen und dadurch Kreativität blockieren.

Es [ist] halt immer [...] auch die Frage, ob man's jetzt im [...] Einzelsetting macht oder im Gruppensetting. Im Gruppensetting ist halt [...] sofort diese Dynamik da, wer macht das wie gut, wer macht es besser (P7)

Auch die Rolle des Therapeuten bzw. der Therapeut*in wird angesprochen. So geht es für P7 bei kreativen Angeboten in Gruppen oft um die Kunst des Ausbalancierens unterschiedlicher Interessen und Resonanzen.

Räumliche Voraussetzungen

Der Einsatz kreativer Medien und deren Kombination im Einzel- bzw. Gruppensetting hat oft mit räumlichen Voraussetzungen bzw. Restriktionen zu tun. Die betrifft die Größe des Raums, in dem kreative Medien angeboten werden, aber auch den Ort. So können kreative Medien in Beisein des Therapeuten bzw. der Therapeut*in im Setting einer therapeutischen Praxis oder Institution eingesetzt werden, aber auch außerhalb einer Praxis oder Institution (z.B. in der Natur). Schließlich können Klient*innen auch außerhalb der psychotherapeutischen Einheit kreativ sein, bspw. im Rahmen von Angeboten für zuhause.

Bei der Frage, ob das Arbeiten mit kreativen Medien auch die Anwesenheit des Therapeuten bzw. der Therapeut*in voraussetzt, gibt es divergierende Ansichten. Während P1 es sehr kritisch sieht, kreative Angebote für zuhause zu machen - „die [Therapeut*innen] verschenken sich [damit] alles“ -, bieten P5 und P6 ihren Klient*innen das Arbeiten mit kreativen Medien von zuhause zumindest als Option an, P6 und P8 auch im Hinblick auf eine Nachbearbeitung der psychotherapeutischen Einheit. P4 bevorzugt überhaupt die Erarbeitung von zuhause.

Also dieses Zuschauen und dabei sein, da kannst [du] schon so viel beobachten [...], wie geht sie das an, wie geht er das an, was für Stimmung [oder ...] Gegenübertragungsgefühle zeichnen sich da ab. Und dann eben gemeinsam [...] zu schauen, was hat das für [eine] Bedeutung und für einen Sinn (P1)

Nur zuhause zu sitzen und zu schreiben, das geht nicht. [...] es braucht schon auch ein Gegenüber, [...] im Prozess direkt begleitend [...] oder dann im Nachhinein zum [...] Wertschätzen und dem eine Bedeutung zu geben (P5)

Ich lass die Leute das fast alles immer daheim machen, weil ich ihnen da nicht zuschauen, wie sie eine Stunde zeichnen oder schreiben (P4)

P6 berichtet, sich zuhause Geschriebenes mitbringen oder während der Corona-Pandemie via Videotelefonie vorlesen zu lassen. Kreative Aufgabenstellungen für zuhause haben sich für P6 nicht bewährt. Im Sinne eines prozessorientierten Arbeitens passt es oft nicht, bei der nächsten persönlichen Begegnung an die zuhause erstellte kreative Arbeiten anzuschließen. Klient*innen sind dann mitunter schon ganz woanders.

Für P8 kann auch hilfreich sein, Erfahrungen der psychotherapeutischen Einheit zuhause nochmals zu verbalisieren oder zu verbildlichen, um damit Veränderungen anzuregen. Wichtig ist dabei aber die Freiwilligkeit einer solchen Anregung. Gegenstände, die dabei mit nach Hause gegeben werden, dienen dann auch als Übergangsobjekte. Für P8 können Gegenstände des therapeutischen Prozesses, die für Klient*innen eine „wichtige Erkenntnis“ bzw. „wichtige Ressource“ darstellen, zuhause auch Transformation und Veränderung unterstützen. Als Therapeut*in ist man aus der Erinnerung an den Prozess dann auch virtuell mit dabei.

Eine besondere Facette des Raumes ist schließlich auch der „Innere Raum“ (Hrouza, 2017), das heißt kreative Medien imaginär einzusetzen.

Psychotherapie „an unterschiedlichen Orten“ zu machen, impliziert für P1 auch die Schwierigkeit, die für kreative Angebote erforderlichen Materialien und Gegenstände dabei zu haben.

Zeitliche Erfordernisse

Der Einsatz kreativer Medien und deren Kombination hat auch mit zeitlichen Erfordernissen zu tun. Dabei wird die meist 50-minütige Einzelsitzung zu längeren Seminaren kontrastiert, die meist an Wochenenden und in Gruppen stattfinden.

P2 spricht an, kreative Medien gerne in „längeren Selbsterfahrungssequenzen“ an Wochenenden einzusetzen. Für P5 ist eine Stunde „oft zu kurz“, umso mehr, wenn es um die Kombination kreativer Medien geht. Die Überlegung, kreative Angebote auch in einer „engeren zeitlichen Struktur zu verdichten“ nimmt P5 als Anregung aus dem Interview mit. Auch P6 setzt kreative Medien weniger in Einzelsitzungen ein, „weil das so viel Zeit braucht“, und sieht diese eher in Gruppen, wenn ein ganzes Wochenende Zeit ist. Für P6 brauchen kreative Medien auch ein „Einstimmen“ und „Reinkommen“, wobei es individuelle Voraussetzungen auf Therapeut*innen-Seite gibt. P7 plant kreative Medien in 50-minütigen Einzelsitzungen bzw. eineinhalbstündigen Gruppensitzungen selten ein, „weil einfach zu wenig Zeit ist“ und manches auch einer „genaueren Vorbereitung“ bedarf. Das zeitliche Setting begrenzt hier die Möglichkeiten, besonders wenn es um die Kombination kreativer Medien geht.

Der mit kreativen Medien oft verbundenen Zeitproblematik wird von manchen Interviewpartner*innen durch einen Wechsel ins Imaginieren begegnet.

Es würde sich manchmal anbieten, ist aber von der Zeit her oft nicht so leicht [...]

Ich finde, dass man ja kreative Medien auch einsetzen kann, ohne dass man [sie] jetzt real [einsetzt ...] man kann es ja auch so imaginativ einsetzen (P7)

P8 spricht an, dass es eine Qualität für sich hat, Klient*innen Zeit und Raum für ihr kreatives Erleben zu geben.

ERFAHRUNGSDIMENSIONEN

Kreative Medien können von Klient*innen ganz unterschiedlich erfahren werden. Bei den hier untersuchten Erfahrungskategorien wird auf die mit dem kreativen Medium verbundene Aktivität, bei der sich Klient*innen entweder aktiv oder rezeptiv mit kreativen Medien auseinandersetzen, auf die Komplexität des kreativen Angebots, auf den Spielcharakter kreativer Angebote und auf die leibliche versus imaginierte Auseinandersetzung mit kreativen Medien fokussiert.

Aktivität

Während manche Interviewpartner*innen mit kreativen Medien ein aktives Gestalten verbinden, implizieren andere damit auch eine rezeptive Auseinandersetzung.

P3 ist wichtig zu betonen, „dass es da eine rezeptive und eine aktive Seite gibt“, bspw. einen Text zu lesen und diesen dann zu illustrieren. Eine rezeptive Kunsttherapie kann dabei „sehr oft [...] ein Einstieg sein“ und bereits die Erfahrung, „vom Rezeptiven ins Aktive“ zu gehen, „bricht etwas auf“.

Diese Kombination, wenn man [...] sozusagen vom Rezeptiven ins Aktive geht, aber einfach nur zu merken, was passiert, wenn ich aktiv etwas schreibe oder wenn ich was lese. [...] Der] Text [...] macht was mit mir. Also, dieses [...] aufzuspüren, [...] kann man auf alles anwenden, [...] auch] wenn ich einen Film anschau (P3)

P4 setzt Klient*innen bestehende Comic-Bilder vor und nutzt entsprechende Szenarien für eine psychotherapeutische Auseinandersetzung.

Das ist ein Bild aus Lucky Luke, wo [...] Lucky Luke mit Farmern auf einer Wiese steht. Und die ist eingezäunt mit [...] drei oder vier Reihen Stacheldrahtzaun, damit die Rancher ihre Rinder nicht drüber treiben können. Und man sieht nur dieses eine Bild, wo der auf einer Wiese steht mit drei Reihen Stacheldraht eingezäunt und sagt ‚endlich frei‘. [...] Was war davor, was danach, wo stehen die, wie schauen die drein, [...] das find ich [... super], mit einem Bild und zwei Wörtern bist [du] mitten drin (P4)

P5 setzt Kinderbücher ein, auf die Klient*innen dann reflektieren. P6 und P7 verwenden Bildvorlagen als Angebote einer kreativen Auseinandersetzung. P7 hat im Rahmen der Poesie- und Bibliothherapie auch fertige Erzählungen als Ausgangspunkt für eine kreative Auseinandersetzung genutzt, was auch für P3 im Rahmen des Kunststudiums Thema war.

Komplexität

Komplexität wird von den Interviewpartner*innen unterschiedlich thematisiert und auf das Medium, die Kombination, Handhabung, Verarbeitung oder den Gegenstand der Verarbeitung (bspw. Komplexität einer Konfliktsituation) bezogen. In diesem Abschnitt liegt der Fokus auf der wahrgenommenen Komplexität kreativer Angebote.

Für P2 ist Sprache keine höhere, nur „eine andere Form von Komplexität“ symbolischer Interaktion. Kriterien beim Einsatz kreativer Medien sind für P2 die Geschwindigkeit und Komplexität von Angeboten, abhängig vom Strukturniveau der Klient*innen. Erforderlichenfalls ist die Komplexität eines kreativen Angebots „so [zu] reduzieren, [...] dass die Person in der Situation [...] an meinem Angebot anhaften“ und dieses „als hilfreichen Impuls“ erleben kann.

Je strukturell schwieriger die Leute, desto komplexitätsreduzierter [und ...] kürzer sind die Angebote, desto länger muss ich sie nachher bearbeiten und besprechen, weil dahinter sich oft ganz viel Affekt löst und in Gang kommt, das aber eben noch nicht gut verarbeitet werden kann. (P2)

Die Komplexität wird auf Therapeut*innen-Seite strukturiert. „Legen Sie sich hin, sprechen sie alles aus, was ihnen einfällt“, ist für P2 das komplexeste Angebot, das man therapeutisch machen kann.

Je eingengter, schwieriger, krisenhafter oder auch strukturell schwieriger die Patient[*inn]en sind, desto kürzer, komplexitätsreduzierter das Angebot, desto größer wird der sprachliche Anteil in der Verarbeitung [...] oder auch in der direkten Begleitung des Angebots. Wenn jemand gut strukturiert ist, [dann ist ein] offenes Angebot, Zeit geben, eigene Prozesse ablaufen lassen, begleitend wahrnehmen, ermutigend [möglich] (P2)

P7 spricht den Zusammenhang zwischen der Komplexität einer Aufgabe bzw. ihrem Anspruch an Kreativität und der empfundenen Anforderung auf Klient*innen-Seite an. Gerade durch die Kombination kreativer Medien kann es für Klient*innen „zu komplex“ (P4) werden. Die Verarbeitung führt dann vom Prozess weg, so P5. Illustrierte

Narrationen wie Cartoons, Comics oder Graphic-Novels werden von P5 und P7 als komplexe, anspruchsvolle Angebote gesehen.

Spielcharakter kreativer Medien

Neben dem Anforderungscharakter haben kreative Medien auch einen inhärenten Spielcharakter. Über die mit ihnen verbundenen Gegenstände und Materialien haben kreative Angebote einen „Aufforderungscharakter“ ins Spiel zu gehen, wie P2 betont. Und dies nicht nur bei Kindern. „Ein Ball ist ein Ball [...] und wenn ich ihn werfe, kriegt er Spielcharakter“ (P2). Gegenstände erinnern uns „an unsere frühen Objektbeziehungen und Erfahrungen“ und fordern zur Regression auf, was gerade Erwachsene verunsichern kann, so P2. Es ist daher wichtig, immer den „ganz persönlichen Bezug“ zu kreativen Medien zu hinterfragen.

„Wie geht es Ihnen mit den Gegenständen?“, „Haben Sie gute schlechte Erfahrungen?“, „Wie geht es Ihnen überhaupt mit Spielen, mit kreativen Situationen?“. [Ich] versuche die Menschen ein bisschen zu entängstigen (P2)

P3 spricht in diesem Zusammenhang ein spielerisches Herangehen bei der Einführung kreativer Medien an. Das Spektrum von Spielen im Rahmen kreativer Angebote reicht von „Wortspielen“ (P3) über „Selbst- und Rollenspiele“ (P5) bis zum gemeinsamen (Schau-) Spielen in einer Gruppe (P3). Das Spielen kann imaginiert, über Gegenstände oder physisch - alleine, gemeinsam mit Therapeut*innen oder in einer Gruppe - erfolgen.

Insbesondere bei Geschichten geht es nicht nur ums Symbolisieren, sondern oft auch ums Spielen der Geschichte. Klient*innen kommen dann in eine „Spielszene“ (P2), was besonders „in Gruppen gut möglich“ ist (P1). Klient*innen können mit Gegenständen wie zum Beispiel Stofftieren auch ihre eigene Geschichte spielen, „die sie so nicht erzählen könnten“ (P6).

Für P3 und P7 kann gerade der Wechsel von einem kreativen Medium in ein anderes einen spielerischen Charakter bekommen.

[Bei einem] abstrakten Bild, da könnte man dann die Frage stellen, [...] ,wenn Du das als eine Partitur siehst für ein Musikstück?‘ [Dann ...] ist die Malerei nicht

mehr so im Vordergrund, sondern das Musikalische in der Malerei. [Aus ...] diesem Transfer kann ich ins Improvisieren gehen [...] die ganze Gruppe [bildet] sozusagen ein Orchester [...] und einer macht den Dirigenten (P3)

P8 spricht an, dass bekannte Spiele selbst Gegenstand eines kreativen Angebotes sein können, indem diese „kreativ umgestaltet“ werden.

Leib versus Imagination

Die Auseinandersetzung mit kreativen Medien kann leibhaft stattfinden, verbunden mit körperlichem Einsatz beim Schreiben, Zeichnen, Modellieren oder szenischem Gestalten, oder imaginiert werden, indem Kreativität in einem ‚Inneren Raum‘ stattfindet.

P2 versucht die Sprache der Klient*innen, ob bildhaft, haptisch, olfaktorisch bzw. handlungsbezogen, in die Wahl kreativer Angebote zu übersetzen. Dabei ist „das Körpererleben eine gleichrangige Form von Symbolisierung“ (P2). Das der Gestalttherapie inhärente „leibliche Erleben“ impliziert für P2 die Gleichwertigkeit aller Symbolisierungsformen. Die mit der Kombination kreativer Medien ausgedrückte Verbindung von Sprache, Szene und Körpererleben zeigt sich auch in Ausdrücken wie „berührtes Sprechen“ oder „benanntes Erleben“. Das Tun ist dann stets leiblich, szenisch, atmosphärisch und sprachlich, so P2.

Bei der Kombination kreativer Medien geschieht für P3 die psychotherapeutische Tiefung „meistens [...] über den Körper“, wobei für P4 „einfach alles plastischer und [...] noch spürbarer“ wird. Der Körperausdruck verstärkt für P5 nochmals den visuellen oder stimmlichen Ausdruck. P6 meint, bei der Arbeit mit dem Körper „näher dran“ zu sein. Dem entsprechend ist die Einbeziehung der Körpererfahrung „immer ein ganz wichtiger Teil“. Die Körperwahrnehmung impliziert dabei, „nicht einfach nur dort hin zu schauen, sondern auch hin zu gehen, [sich] hin zu setzen“, und dabei „immer zu schauen, was [sich] verändert“.

Der leiblichen Erfahrung steht schließlich das Potenzial kreativer Medien auf einer „inneren Bühne“ (P4) gegenüber. P4 spricht hierbei von „Kopf-Kino“. Bei traumatischen Situationen in der Kindheit halfen innere Bilder und die damit verbundene Phantasie Halt zu finden, so P5. Daraus entstandene Selbst- und Rollenspielen förderten eine Verarbeitung traumatischer Erfahrungen, auch ohne expliziter Verbalisierung. In der

therapeutischen Praxis setzen auch P7 und P8 auf innere Bilder anstelle des expliziten Zeichnens oder Schreibens. Kreatives Gestalten findet dann in der Vorstellung statt, was auch Veränderungen bei Klient*innen unterstützen kann (P8).

BEZIEHUNGSDIMENSIONEN

Wie Psychotherapie ganz generell, findet auch der Einsatz und die Kombination kreativer Medien in einer therapeutischen Beziehungssituation zwischen Therapeut*innen und Klient*innen statt. Selbst wenn das kreative Gestalten außerhalb der Begegnungssituation (bspw. zuhause) stattfindet, ist der bzw. die Therapeut*in durch die Erinnerung an den Prozess „virtuell“ mit dabei, so P8.

Klient*innen zum Finden eines kreativen Ausdrucks zu ermutigen, lässt für P2 eine Mitteilungsfähigkeit entstehen.

Wenn die ernstgenommen wird und das empathisch aufgegriffen wird, gemeinsam besprochen wird, entsteht plötzlich eine Differenzierung, im Erleben und in der Mitteilung, die viele Patient[*inn]en noch nicht in ihrem Leben erlebt haben (P2)

In der Szene eines kreativen Ausdrucks entsteht eine gemeinsame Kommunikation bzw. Sprache zwischen Klient*in und Therapeut*in. So sind kreative Medien für P2 stets ein Angebot zum Kontakt und haben gestalttherapeutisch betrachtet eine Kontaktfunktion. Gegenstände dienen als Intermediär-Objekte der Kontaktaufnahme und Verbindung zwischen Klient*in und Therapeut*in sowie deren Regulation. In der Begegnung haben Klient*in und Therapeut*in interaktiv miteinander zu tun, ob mit Gegenständen, im Malen, Spielen oder Musizieren.

Für P3 geht es darum, durch geeignete kreative Angebote einen „Zugang“ zu den Klient*innen zu finden, diese „anzusprechen“ und „zu erreichen“. Dies ist für P4 über vertraute Musik, Gewohnheiten, Bildwerke oder Charaktere der Populärkultur wie etwa Comic-Figuren möglich. Aber auch unvertraute Zugänge können Klient*innen mit etwas in Kontakt bringen. Durch einen Wechsel der kreativen Medien können neue Kanäle geöffnet werden.

Für P4 gelingt dieser Zugang mitunter sogar bei Klient*innen mit psychotischen Störungsbildern, über Geschichten einen Klienten „aus seiner magischen Welt abzuholen und dann quasi eine Brücke zu bauen in die [...] reale Welt“. Auch bei kreativ tätigen Klient*innen gelingt der Kontakt, wenn man als Therapeut*in versucht an ihren Kreationen „anzubinden und [...] [sie dort ...] abzuholen“. Für P4 „geht [es] immer ums abgeholt werden“.

P1 spricht die Bedeutung von „Gegenübertragungsgefühlen“ und das gemeinsame Finden von Sinn und Bedeutung beim Einsatz kreativer Medien an, P8 das gemeinsame Schauen und es sprachlich zu übersetzen oder darzustellen. P5 spricht davon, einen „gemeinsamen Rahmen“ zu schaffen. Für P5 geht es um „ein Gegenüber, [...] im Prozess direkt begleitend, [...] oder dann im Nachhinein zum [...] Wertschätzen und dem eine Bedeutung zu geben“. Auch P8 betont die Bedeutung der Begegnung, aus der sich dann der Einsatz kreativer Angebote ergibt.

METHODEN ILLUSTRIERTER NARRATIONEN

Das von den Interviewpartner*innen angesprochene methodische Vorgehen wird in fünf Abschnitten wiedergegeben. Zunächst werden die angesprochenen methodischen Ansätze allgemein dargestellt, dann wird deren Prozesscharakter illustriert. Anschließend wird der therapeutische Nutzen kreativer Medien aus Sicht der Interviewpartner*innen beleuchtet, wobei v.a. der Nutzen der Kombination kreativer Medien sowie von illustrierten Narrationen angesprochen wird. Nachdem auch Gefahrenpotenziale im Einsatz entsprechender kreativer Angebote thematisiert werden, geht es abschließend um das diagnostische Potenzial von kreativen Medien bzw. deren Kombination.

METHODISCHE ANSÄTZE - VON KREATIVEN MEDIEN ZU ILLUSTRIERTEN NARRATIONEN

Die von den Interviewpartner*innen bevorzugt eingesetzten kreativen Medien sind Zeichnen/Malen, Schreiben und die kreative Arbeit mit Gegenständen, Materialien und Bildvorlagen. In Tabelle 6 und 7 sind jene kreativen Medien farblich hervorgehoben, die von zumindest fünf der acht Interviewpartner*innen angesprochen wurden.

Tabelle 6:

In den Interviews angesprochene methodische Ansätze kreativer Medien

Kreative Medien	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
Zeichnen/Malen (Techniken: z.B. 5 Säulen der Identität, Körperbild, Selbstportrait, Graffiti, bestehende Kunst überzeichnen, Seelendorf, Mandala des inneren Reichtums, Suchtpanorama, Beziehungsnetz, Familiensystem)	X	X	X	X	X	X	X	X
Schreiben (Techniken: z.B. Tagebuch, Poesie/Gedicht, Stabreim, Geschichte schreiben/erzählen, assoziativ schreiben)	X			X	X	X	X	X
Ton	X				X			
Sandkasten				X	X			
Textvorlagen (z.B. Kinderbücher)				X	X			
Bildvorlagen (z.B. Fotos, Postkarten, Schemakarten, Comics)	X			X	X	X	X	
Filmvorlagen				X	X			
Collagen / Gestalten	X	X					X	
Puppen bauen (z.B. Handpuppen)	X				X		X	
Masken	X				X			
Gegenstände / Materialien (Seile, Stäbe, Bälle, Glaskugeln, Leder, Federn, Steine, Naturmaterialien, Filz, Murmeln, Pölster, Decken, Tücher, Stofftiere, Puppen, Sesseln, etc.)		X			X	X	X	X
Symbole (z.B. Film-/Comic-Figuren)				X			X	X
Leib (z.B. Körperarbeit, Körperhaltung)		X				X		
Bewegung (z.B. Tanzen, mit Gegenständen, Köperausdruck)	X	X	X			X		
Spielen (Techniken: Squiggle, Spiele umgestalten)		X						X
Szenisches (z.B. Rollenspiele Sesslerarbeit, Aufstellen)					X			
Musik (z.B. Soundtrack erstellen)			X					
Träume		X						
Imaginative Verfahren (Bilder, Musik, etc.)					X		X	X

Bei der Kombination kreativer Medien (siehe Tabelle 7) dominiert die Verbindung von Zeichnen und Schreiben, wobei zumeist vom Bild ausgegangen wird.

Tabelle 7:

In den Interviews angesprochene methodische Ansätze, kreative Medien zu kombinieren

Kombination kreativer Medien	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
Ton/Musik + Bild					X		X	
Ton/Musik + Sprache/Schreiben (z.B. ein Bild als Partitur für ein Musikstück sehen, Sprache ertönen lassen)			X					
Ton + Schreiben	X							

Zeichnen + Bewegung							X	
Schreiben + Bewegung							X	
Ton/Musik + Bewegung					X			
Sandkasten + Bewegung					X			
Gegenstände verbalisieren (z.B. Dialog mit (Stoff-) Tieren, Naturmaterialien)					X	X		X
Szenisches (z.B. Spiel) + Verbalisieren						X		X
Szenisches + Malen (z.B. eine Sesselarbeit malen)			X					
Gestalten + Körpererleben						X		
Schreiben und Malen / Zeichnen - Bilder verbalisieren / in einen Dialog bringen (Techniken: Titel einfallen lassen, Gedicht einfallen lassen, Dialog auf Bild entwickeln, Figuren miteinander sprechen lassen, Lebenslinie zeichnen, Therapeutisches Tagebuch mit Texten/Gedichten und kleinen Bildern, eigenen Namen malen)	X	X	X		X			X

Auch bei Bildgeschichten (siehe Tabelle 8) wird eher vom Bild als von einer Geschichte ausgegangen. Bildgeschichten werden vor allem mittels Bildkarten thematisiert, d.h. meist nicht aktiv gezeichnet/gemalt.

Tabelle 8:

In den Interviews angesprochene methodische Ansätze mittels Bildgeschichten

Bildgeschichten	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
Comic (z.B. Comic-Bild-Tagebuch, Comic aus Collagen)		X						
Trauma-Arbeit nach Weinberg								X
Bildkarten (z.B. Postkarten, Schemakarten) reihen und eine Geschichte dazu schreiben			X	X		X		
Innere Bildgeschichten entwickeln (z.B. Unterstützungsmöglichkeiten visualisieren)						X		
Film erstellen (Drehbuch schreiben, Filmen, Schneiden, Schauspielen, Kostüme, ...)			X					

Die Tabellen bildet nur kreative Medien ab, die von den Interviewpartner*innen angesprochen wurden und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, was die einzelnen Interviewpartner*innen tatsächlich anbieten. Anzumerken ist, dass bei den kreativer Medien zwischen Standardtechniken wie das ‚Lebenspanorama‘ oder die ‚5 Säulen der Identität‘ und dem freien kreativen Gestalten unterschieden wurde (bspw. von P1).

Im Weiteren wird der Fokus auf die Besonderheiten illustrierter Geschichten gelegt.

PROZESSCHARAKTER ILLUSTRIERTER NARRATIONEN

Der Prozess therapeutischen Arbeitens mit illustrierten Narrationen wird nach folgenden Faktoren kategorisiert: Die Phase im Prozess, d.h. wann kreative Medien eingesetzt werden, die Initiative, d.h. vom wem der Einsatz kreativer Medien ausgeht, die Einführung, d.h. wie kreative Medien in den Prozess eingeführt werden, der Ausgang, d.h. was bei der Kombination kreativer Medien das Ausgangsmedium ist, die zeitliche Bezogenheit des kreativen Angebots, ob dieses auf Vergangenheit, Gegenwart oder Zukunft ausgerichtet ist, die therapeutische Haltung im Umgang mit kreativen Medien, speziell die kreative Haltung, Frage der Deutung und Reflexion der kreativen Ergebnisse, und der Verbleib kreativer Gestaltungen.

Prozessphase - wann werden kreative Medien eingesetzt

Es gibt weitgehenden Konsens unter den Interviewpartner*innen darüber, in welcher Phase einer Psychotherapie kreative Medien eingesetzt werden. Fast alle stimmen darin überein, dass es hierbei keine fixen Vorgaben gibt und kreative Medien im gesamten Prozessverlauf Einsatz finden können. Dieser erfolgt meist situativ, beeinflusst von den persönlichen Voraussetzungen der Klient*innen, der Begegnungs- bzw. Gruppendynamik und der therapeutischen Intuition.

P1 setzt kreative Medien „nicht in der ersten Stunde“ ein, spricht diese aber „sehr bald“ an. Auch P6 setzt diese „in der Kennenlernphase weniger“ ein, weil es zu Beginn mehr um das Erzählen geht. P8 betont, dass es zu Beginn wichtig ist, ein „gutes [stabiles] Vertrauensverhältnis“ aufzubauen.

P4 dagegen setzt kreative Medien gleich in der ersten Stunde ein, „wenn es passt“ und „man da gut anbinden kann“ bzw. wenn Klient*innen „diese Sprache [...] sprechen“. Auch P5 bezieht kreative Angebote „am Anfang mit ein“, damit sich die Klient*innen darauf einstellen können. Wann Klient*innen dann aber „zugreifen“, bleibt diesen überlassen.

[Ich] warte einfach ab, wann wer soweit ist [...] Und es gibt schon welche, die haben da noch längere Zeit Widerstände. [...] Und es braucht Zeit, [...] bis sie sozusagen [...] über den nonverbalen Ausdruck so sich einbringen können (P5)

Für P2 können kreative Medien am Anfang nützlich sein, um „soziale Situationen darzustellen“ und zu ordnen. Dies unterstreicht auch P6, indem es zu Beginn um „Orientierung“ gehen kann.

In einer mittleren Therapiephase geht es oft darum, Menschen in ihrem kreativen Ausdruck zu ermutigen. „Wenn man Menschen diesen Zugang eröffnet“, dann kann dies „in jeder Phase“ bzw. „in jedem Moment“ der Therapie wichtig sein, so P2. Auch P8 und P6 geht es weniger um eine bestimmte Phase im Therapieverlauf, sondern vor allem „um den Zugang der einzelnen Person zu diesem Medium“ (P2).

Und daher achte ich immer auf den ganz persönlichen Zugang, frag dann ‚Wie geht es Ihnen mit den Gegenständen?‘, ‚Haben Sie gute schlechte Erfahrungen?‘, ‚Wie geht es Ihnen überhaupt mit Spielen, mit kreativen Situationen?‘. [Ich] versuche die Menschen ein bisschen zu entängstigen [und] auch genau zu informieren, was ich anbiete. Dann kann es in jeder Therapiephase hilfreich sein (P2)

Wenn [ich] beim Erstkontakt oder gleich zu Beginn [merke, die Person hat mit ...] Zeichnen, Malen, kreativem Gestalten [...] nichts am Hut, [...] will nicht oder [findet] es ganz schlimm, [...] dann werde ich es eher hinten anstellen (P8)

Bei manchen ist es gleich am Anfang einmal was, was irgendwie sehr gut ankommt oder wirkt. Bei anderen braucht es länger, bis das [...] mehr und mehr möglich ist (P6)

P6 und P8 setzen kreative Medien auch „in der Abschiedsphase“ ein, „um so Therapieverläufe, Prozesse noch einmal bildhaft [...] durchzugehen“ (P6) und anzusehen, „was alles so entstanden ist“ (P6). Kreative Medien werden von P1 auch „über einen langen Therapiezeitraum“ eingesetzt, um Verläufe abzubilden.

Initiative - vom wem werden kreative Medien eingeführt

Kreative Medien werden von den Therapeut*innen meist aktiv in den Prozess eingeführt, wobei oft schon am Anfang auf die Möglichkeit dazu hingewiesen wird. Manche Interviewpartner*innen (z.B. P2) berichten, dass Klient*innen mit einer Affinität für Comics und zeichnerischer Versiertheit auch von sich aus dieses Medium wählen. P2 berichtet, dass Klient*innen Gegenstände im Raum verwenden, wobei auch Einrichtungsgegenstände zu kreativen Medien werden können. Diese haben dann einen Aufforderungscharakter.

Wie P2 spricht auch P5 davon, den Einsatz kreativer Medien von den Klient*innen selbst entdecken und ihren Einsatz „mitentscheiden“ zu lassen.

Von Anfang an finde ich [es] gut, es einmal am Tisch zu legen [...] Aber dann jedem und jeder über zu lassen, wann greift sie hier zu (P5)

Im weiteren Prozess geht es aber auch darum, Klient*innen immer wieder auf die Möglichkeit kreativer Medien anzusprechen und deren Einsatz anzuregen. Vom wem die Initiative für kreative Medien ausgeht, kann sehr variieren.

Manchmal bin ich es, der es sozusagen vorgibt. Dann bin ich der, der es vorschlägt. Und manchmal lasse ich auch wählen. [...] Da gibt es keinen [...] Ablauf oder keine [...] innere Vorgabe, wie ich es zu tun habe [Es ist ein ...] intuitives Entscheiden [...], was passt, auch für den Moment (P8)

P5 spricht an, sich und die Klient*innen „immer wieder dazu verlocken und ermutigen und ermuntern“ zu müssen, „etwas anderes zu tun, als zu reden“. Für P7 ist ein Thema, sich mitunter im Reden zu verlieren und gar nicht auf die Idee kreativer Angebote zu kommen.

Wie den therapeutischen Prozess ganz allgemein, so müssen Therapeut*innen auch den Einsatz kreativer Medien aufbereiten, begrenzen und motivieren, so P5.

Es ist immer zuerst das da, was dringlich ist [...] Ich schaue [dann], was momentan leichter oder schwerer zu bearbeiten [ist]. Und dann geht es über, dass dann was entsteht und dann wird gezeichnet, gemalt (P5)

Auch P6 bietet kreative Medien immer wieder an und entscheidet aufgrund der Reaktionen, ob diese hilfreich für die Klient*innen sind oder nicht. P8 stellt kreative Medien hinten an, wenn schon zu Beginn klar ist, dass hierfür keine Affinität besteht oder schlechte Erfahrungen damit gemacht wurden. Im laufenden Therapieprozess wechselt P8 kreative Angebote, „wenn ich merke, ich komme da nicht weiter“.

Einführung - wie und unter welchen Umständen werden kreative Medien eingeführt

Die Interviewpartner*innen setzen kreative Medien ein, wenn etwas „nicht greifbar“ bzw. „diffus“ ist (P1) oder das Gefühl besteht, „da geht nichts weiter“ (P1, P8). Auch P3 geht hier nach Gefühl vor, „wenn es [...] spürbar ist“ oder auch eine „sprachliche Barriere“ gibt. P8 gibt kreative Angebote vor allem, wenn sich dramatische Ereignisse zeigen und eine Indikation „aus der Begegnung“ ergibt. P5 setzt kreative Medien ein, wenn Klient*innen nicht mehr zum Reden aufhören können, um den Fokus zu verschieben und sie „auf eine andere Ebene zu bringen“. P3 betont ein spielerisches Herangehen bei der Einführung kreativer Medien, P8, „was in der Begegnung passiert“. Für P4 ist es wichtig, kreative Medien gut einzuleiten und zu erklären.

P2 und P7 sprechen an, dass therapeutische Programme im institutionellen bzw. stationären Kontext (z.B. in Kliniken, Rehabilitationszentren) oft definierte kreative Angebote beinhalten, die „sich über die Jahre klinisch [...] bewährt“ (P2) haben. Aufgrund der Erfahrungswerte werden sie mitunter aber auch ausgetauscht (P7).

Im Gegensatz zum geplanten Einsatz kreativer Medien im institutionellen bzw. stationären Kontext werden kreative Angebote sonst meist „spontan“ (P4), „intuitiv“ (P6) und „situativ [...] aus einem kreativen Impuls“ (P7) gemacht. Es gibt dann oft „sehr schöne Momente“, die man so hätte „gar nicht planen [...] oder erzeugen können“ (P7). Für P7 ist es immer auch wichtig, mögliche Auswirkungen kreativer Angebote mit zu bedenken. Schon aus zeitlichen Restriktionen plant P7 kreative Angebote nicht mehr so viel ein. Gerade die Kombination von Schreiben und Zeichnen/Malen erfordert für P7 „klare Anleitungen“ zu Formaten und Materialien, die man „sich [...] relativ genau überlegen muss“, besonders wenn die Struktur auf Klient*innen-Seite niedrig ist. Bei gut strukturierten Klient*innen ist für P2 dagegen ein freies assoziatives Vorgehen möglich.

Also, wenn jemand innerlich gut strukturiert ist, kann ich im Angebot relativ frei assoziative Möglichkeiten eröffnen. ‚Nehmen sie mal einen Stift und zeichnen sie aufs Papier, was ihnen grade einfällt.‘ [...] Nichts banaleres und nichts schwierigeres als dieses Angebot (P2)

Auch wenn P8 vorab Ideen zum Einsatz und zur Einleitung kreativer Medien entwickelt, steht die situative Entscheidung im Vordergrund.

Mir ist wichtig, nicht schon im Vorfeld etwas vorzunehmen, [sondern ...] genau zu schauen, passt das jetzt? Und [wenn ...] was anderes auf[taucht], das biete ich [es] dann an. Meistens passt das besser (P8)

Mit der Frage eines geplanten versus spontanen Einsatzes kreativer Angebote ist auch die Frage deren zielgerichteter Einführung verbunden.

Für P3 hängt die Kombination kreativer Medien davon ab, „wo man [in der therapeutischen Arbeit] hinkommen will“. Oft geht es weniger um das kreative Resultat, sondern um das „Erlebnis des Flows, [...] sich in einem kreativen Prozess zu erleben“, gerade bei der Kombination kreativer Medien. Auch P7 überlegt, was mit einem kreativen Angebot erreicht werden soll und was passend ist, insbesondere in Gruppen.

Ausgang - was ist bei einer Kombination kreativer Medien das Ausgangsmedium

Die Kombination kreativer Medien nimmt meist bei einem spezifischen Medium seinen Ausgang, oft in Abhängigkeit von individuellen Voraussetzungen auf Therapeut*innen-Seite.

Bei der Kombination von Schreiben und Zeichnen kann man vom Text oder Bild ausgehen. Die Interviewpartner*innen gehen eher vom Bild aus (z.B. P1, P5, P7). P7 begründet dies damit, dass das Malen eher dem Unbewussten entspricht, während beim Erzählen oder Schreiben mehr bewusste Elemente dabei sind. Die Tendenz, vom Bild auszugehen, ist für P8 bei Kindern und Jugendlichen sehr stark. Bei Erwachsenen ist dies für P8 ausgeglichener, wobei das Bild zur Sprache oft imaginiert wird. Für P3 kann der Ausgangspunkt gleichermaßen von beiden Seiten - von der Schrift ins Bild und umgekehrt - erfolgen.

Zeitlicher Bezug - Gegenwart, Vergangenheit, Zukunft

Die zeitliche Bezogenheit kreativer narrativer Angebote wurde von den Interviewpartner*innen wenig thematisiert. P1 reflektiert aber besonders den Nutzen der Zukunftsperspektive und eines Bewusstseins der Zeitebenen, vor allem für Menschen mit Schwierigkeiten sich vorzustellen, was gestern, vorgestern war bzw. heute ist, morgen sein wird. Hier können illustrierte Narrationen fördernd eingesetzt werden (P1).

Mir würde [...] ganz gut gefallen, was war, wie ist es jetzt und [...] was wird sein?
 [...] Und wie wünsche ich es mir? [...] dass ich da einen Bezug kriege, dass es in Bewegung ist, dass ein Verlauf ist, dass eine Veränderung ist, das würde mir das vermitteln. Dass nichts bleibt, wie es ist. Das es [...] mal schlecht [war], es [...] aber auch] wieder gut oder anders [wird] (P1)

Manche Interviewpartner*innen sprechen dabei konkrete kreative Angebote an, wie Tagebücher in Text- oder Bildform (P2), Zeitleisten von der Geburt bis jetzt (P4), eine Zeitreihe von Post- oder Schemakarten zu gestalten (P3, P4, P6) oder die Trauma-Arbeit nach Weinberg (P8).

Therapeutische Haltung (kreative Haltung, Deutung, Reflexion)

Mit der therapeutischen Haltung werden im Folgenden induktive Kategorien thematisiert, die in den Interviews zur Sprache kamen.

Wie bereits angesprochen, hängt die Wirkung kreativer Medien für P2 mit dem Einnehmen einer bestimmten Haltung im Prozess zusammen, einem „mittleren Modus“ zwischen Anregung und Angst.

Von P1, P2, P3 und P8 wurde auch die Frage einer deutenden bzw. deutungsfreien Haltung angesprochen. Beim „Zuschauen“ und „dabei sein“, wie Klient*innen mit kreativen Angeboten umgehen, können Therapeut*innen „schon so viel beobachten und wahrnehmen“, so P1. Für P2 ist dabei der Begriff der Symbolisierung zentral. Etwas am Gegenstand zu symbolisieren, das heißt eine „innere Bedeutungsgebung am Gegenstand“ zu finden und zu objektivieren. P3 betont dagegen, gerade in der Gestalttherapie einem kreativen Ausdruck auch offen begegnen zu können, ohne Symbolisierung und starrer Deutung, wie es etwa in der Psychoanalyse üblich ist.

Man kann jedes Bild [...] jeden Tag anders sehen. [...] jede Ausdrucksform kann man immer wieder neu deuten (P3)

P3 setzt dabei die Analogie zur Kunst, die „immer [...] mit Offenheit [...] und mit Vieldeutbarkeit“ zu tun hat. Dieser Haltung schließt sich P8 an, indem man als Therapeut*in kreative Gestaltungen auch absichtslos begegnen kann.

Praktisch alle Interviewpartner*innen sprechen das laufende Reflektieren beim Einsatz kreativer Medien an, das für P2 auch eine Form der „Selbstermutigung“ ist und zu weiteren „Transformationen“ (P5) führen kann. Gemeinsam mit dem Therapeuten bzw. der Therapeut*in „darauf zu schauen, was jetzt besonders betroffen macht, wenn man sich [zum Beispiel] das Bild anschaut“ (P5) und es dann bespricht (P6). Ob das Bild so belassen oder etwas verändert, weggegeben, abgedeckt, erweitert bzw. dazu noch etwas geschrieben wird. Oder zum Bild „nochmals in Bewegung zu gehen“ oder „das dann in Ton zu fassen“, so P5.

Ich [würde] auch danach fragen, ‚wie war denn das, wie Sie das gemalt haben‘, ‚wie hat sich das angefühlt‘ und ‚wie ist es jetzt, wo Sie jetzt drauf schauen‘? Oder ‚schauen Sie es von weiter weg an‘, da passiert ja auch dasselbe (P6)

Auch P7 hinterfragt, wie es den Klient*innen mit dem kreativen Angebot ergangen ist. Dass das „überhaupt thematisieren werden kann“, [...] löst [...] schon oft sehr viel aus“.

Verbleib kreativer Gestaltungen

Was mit kreativen Gestaltungen geschieht, divergiert abhängig vom therapeutischen Prozess und von den persönlichen Umständen auf Klient*innen-Seite.

Klient*innen überlassen kreative Gestaltungen mitunter ihren Therapeut*innen oder deponieren sie bei diesen, wie P2 berichtet. Auch P6 sammelt zunächst mal alles, „wenn sie es bei mir lassen wollen“, was die meisten Klient*innen auch bevorzugen, so P6.

P5 thematisiert die Frage, was man mit den kreativen Gestaltungen schlussendlich macht. Ob man diese beispielsweise ausstellen darf, ist „immer eine ganz heikle Frage“.

THERAPEUTISCHER NUTZEN ILLUSTRIERTER NARRATIONEN

Träume sind der Königsweg zum Unbewussten, aber die kreativen Medien auch [...] die bringen so viel Material rauf und sind deshalb so spannend und so fruchtbar und sind immer überraschend (P1)

Der therapeutische Nutzen kreativer Medien besteht für die Interviewpartner*innen aus folgenden Aspekten: einen Ausdruck, eine Externalisierung, Entlastung oder Verarbeitung zu finden, eine Klärung, Ordnung, Differenzierung, Kontaktaufnahme oder einen vertieften Zugang zu ermöglichen, eine Bedeutung, Bewusstseinsbildung, Öffnung, Perspektivenerweiterung (bspw. durch neue Sicht- bzw. Erlebnisweisen) oder Erkenntnisgewinnung zu finden oder die Kreativität selbst zu fördern.

Die Kombination kreativer Medien hat aus Sicht der Interviewpartner*innen vor allem den therapeutischen Nutzen, zu verbinden und zu integrieren, zu aktivieren, bewusst zu machen, umzuschalten und zu erweitern (siehe Tabelle 9).

Tabelle 9:

Therapeutischer Nutzen bei der Kombination kreativer Medien (Zuordnungen durch den Autor)

Verbinden und Integrieren	Verknüpfung verschiedener Bereiche (P1) Resonanzkörper und auch neurologisch (P1) Veränderung der Stärke synaptischer Verbindungen von Neuronen (P1) neuronaler Netze und Veränderung der kortikalen Landkarte (P1) Begreifen des Menschen als Körper-Seele-Geist-Einheit (P1) Botschaften miteinander sprechen lassen (P1) Fluidität der Ebenen der Symbolisierung (P2) sich in einem bzw. als Prozess / im Flow zu erleben (P3) Evidenzgefühl/-erlebnis (P3), dass man über alle Sinne involviert ist und das körperlich wird (P3) ineinander greifen und übergreifen (P5) etwas fassen (P5) Integrieren, indem es in einer anderen Form nochmals verarbeitet wird (P6) Form der Integration - Reingehen, Rausgehen, Involvieren, Distanzieren (P6) beide Gehirnhälften (P8)
Aktivieren	Menschen in Schwingung und Resonanz bringen (P1) andere Bereiche aktivieren (P1) überrascht Menschen (P1) Fantasie anregen (P3)

	<p>Sensibilisierung durch das Anregen verschiedener Sinne, dies wirkt ganzheitlich (Gefühl von Vollständigkeit) (P3)</p> <p>sich selber spüren (P3)</p> <p>etwas in Bewegung bringen (P4)</p> <p>bringt Dinge in Gang (P5)</p> <p>es kann viel in Bewegung bringen (P7)</p> <p>Merken (P8)</p>
Bewusst machen	<p>den Bogen („Brücke) ins Bewusste über das Wort schaffen (P1)</p> <p>einen Zugang zu legen oder um was aufzudecken, was direkt nicht so einfach ist (P4)</p> <p>Seiten von sich zeigen, die man noch nicht gesehen hat (P7)</p> <p>das, wo man keinen Zugang hat, ermöglicht interessante Momente, wo man überrascht wird (P7)</p> <p>bewusst machen bzw. sich bewusst werden (P8)</p>
Umschalten	<p>Switch unterschiedlicher sensorischer Erfahrungen (P2)</p> <p>ausdrücken, mit den Händen/dem Körper darstellen (P5)</p> <p>Positionswechsel (Perspektive-Wechsel), auch zwischen Assoziieren/Dissoziieren (P5)</p> <p>einen anspruchlose Raum anzubieten (P8)</p>
Erweitern	<p>Erweiterung und Verdichtung des Prozesses (P1)</p> <p>Förderung des Wahrnehmungsspektrums (P1)</p> <p>man kriegt ganz viel Material (P3)</p> <p>Synergieeffekt (P4)</p> <p>etwas anschauen, was man so noch nicht angeschaut hat (P4)</p> <p>mehrere Kanäle haben (P4)</p> <p>verdichten lassen (P5)</p> <p>einer Transformation eine Form geben (P5)</p> <p>macht es leichter Konflikte aufzuarbeiten (P5)</p> <p>höhere Wahrnehmungsfähigkeit (P5)</p> <p>mehr Zugang (zu verhärteten Fronten) über unterschiedliche Ebenen (P5)</p> <p>bessere Dynamik (P5)</p> <p>bessere Verwandlung (P5)</p> <p>nochmals auf etwas (ein Bild) schauen und es verändern (weggeben, abdecken, erweitern, ..) (P5)</p> <p>in ein breiteres Erleben rein zu bringen (P6)</p> <p>weitere Distanzierungsebene (P6)</p> <p>Möglichkeit ins Gefühl reinzugehen, sich aber auch wieder von starken Gefühlen zu distanzieren (P6)</p> <p>ermöglicht, tiefer ins Erleben zu gehen, aber auch wieder raus zu gehen, bspw. durch Verbalisieren (P6)</p> <p>ein Thema, das einen sehr beschäftigt, mit ganz verschiedenen Sinnen erfassen (Förderung des hermeneutischen Zyklus) (P7)</p> <p>Verankern auf mehreren Kanälen, um damit etwas für daheim/den Alltag zu fördern, zu verinnerlichen und die Veränderung zu unterstützen (P8)</p>

Illustrierte Narrationen sind eine Kombination kreativer Medien mit dem Fokus auf die Verbindung von Schreiben und Zeichnen unter Einbeziehung einer Geschichte (Narration). Der therapeutische Nutzen aus Sicht der Interviewpartner*innen liegt auch hierbei vor allem darin, zu verbinden und zu integrieren, zu aktivieren, bewusst zu machen, umzuschalten und zu erweitern. Darüber hinaus wurden Transformieren, eine (sprachliche) Brücke zu bauen, Rapport herzustellen und einige weitere einzelne Punkte angesprochen (siehe Tabelle 10).

Tabelle 10:

Therapeutischer Nutzen illustrierter Narrationen (Zuordnungen durch den Autor)

Verbinden und Integrieren	<p>Förderung der flüssigen Verbindung (Verzahnung) zwischen Ebenen (P2)</p> <p>Verbindung von szenischem und sprachlichem Erleben (P2)</p> <p>Förderung von Resilienz, Selbstausdruck, Selbstfürsorge und Kommunikation (P2)</p> <p>(Zusammen-) Fassen auf das Wesentliche (P2)</p> <p>mit etwas in Kontakt bringen, wohin man sich nicht traut ("Steg bauen") (P4)</p> <p>Verbindung von Intellekt und Emotion (P4)</p> <p>Regression - Verbindung mit dem Kind-Ich bzw. zu sich bringen (P4)</p> <p>in Kontakt zu kommen, zu entladen und zu integrieren (P8)</p>
Trans-formieren	<p>dass man es wandeln kann (P1)</p> <p>das nochmal konkretere Erleben (P3)</p> <p>Gleichzeitigkeit im Bild (P3)</p> <p>etwas illustrieren (über Geschichten und Comics passiv) (P4)</p> <p>mehr auf den Punkt kommen (P5)</p> <p>Schreiben ist verdichtender als Zeichnen (P5)</p> <p>Gestalt entstehen lassen durch die Zusammenführung (P5)</p> <p>Verdichten in einer engeren zeitlichen Struktur (P5)</p> <p>Aufarbeiten (P5)</p> <p>Verdichten, Komprimieren (P5)</p> <p>Distanz aufbauen, dass ich es besser überschauen kann (P5)</p> <p>einen anderen Blickwinkel vermitteln (P5)</p> <p>Veränderbarkeit und Entwicklungsfähigkeit (P5)</p> <p>in kindlicher anschaulicher Form anstatt abstrakter Form (P6)</p> <p>mit inneren und äußeren Bildern ins Erleben oder einen anderen Modus bzw. eine andere Verarbeitungsform kommen, als nur übers Reden (P6)</p> <p>ist gut für den Verarbeitungsprozess (P7)</p> <p>etwas zu verarbeiten (P8)</p>
Aktivieren	<p>durch Comics begeistern (P3)</p> <p>Kopf-Kino initiieren (über Comics passiv) (P4)</p>

	ins Erleben rein zu kommen über die bildhafte Form, aber auch die Möglichkeit sich immer wieder auch von zu starken Gefühlen zu distanzieren (P7)
Bewusst machen	<p>Zeitebenen veranschaulichen, greifbar, sichtbar machen, z.B. Zukunftsperspektiven (P1)</p> <p>wie hat's davor ausgeschaut und wie danach (P1)</p> <p>sofortiges Verstehen von Unterschieden (P3)</p> <p>Entdecken, wie man mit Dingen umgehen kann und was einen behindert (P4)</p> <p>sich in einer Kompetenz erleben (P4)</p> <p>nochmal mehr heraus Schälen und entdecken von (gestalterischen) Ressourcen (P5)</p> <p>Dinge nach außen bringen, ohne sie verbalisieren zu müssen (P5)</p> <p>sich nochmals die Entwicklung anzuschauen, auf einer Ebene des Lebens, Verarbeitens und Überlebens (P5)</p> <p>des von innen nach außen bringen (P5)</p> <p>da Malen als das Unbewusste, das Schreiben als das bewusste Element (P7)</p> <p>Lösungswege aufzuzeigen (P8)</p> <p>Etwas nicht ganz bewusstes bzw. unbewusst darf auftauchen, an die Oberfläche kommen und kann dann benannt, artikuliert bzw. bearbeitet werden (P8)</p>
Umschalten	<p>Wechseln können des Modus der Symbolisierung (P2)</p> <p>Übersetzen ins Malende, Gestaltende zu fördern (P2)</p> <p>etwas auf einer anderen Ebene erleben (P4)</p> <p>Option, hin und her zu springen, wenn es schwankt (P4)</p>
Erweitern	<p>fördernd einsetzbar (P1)</p> <p>Form von Selbstermutigung, sich sichtbar zu machen (P2)</p> <p>Förderung der reflexiven Kompetenz (P2)</p> <p>Überschränken vom Leiblichen ins Szenische bzw. von der Szene in die Sprache (P2)</p> <p>Optionen zu entdecken (P3)</p> <p>in eine Differenzierung reingehen (P3)</p> <p>ich krieg mehr Dimensionen, mehrdimensionaler als reiner Text (P3)</p> <p>stärker hineingezogen zu werden (P3)</p> <p>Intensivere Auseinandersetzung (P4)</p> <p>mehr zu sich bringen - Einblick ins Selbstbild (P5)</p> <p>Mehrperspektivität, sich Dinge im Rein- und Herausgehen von verschiedenen Perspektiven anzusehen (P6)</p> <p>die Möglichkeit, überhaupt über sich zu reden, was in direkter Form nicht möglich ist (P6)</p> <p>in jeder Richtung eine Art von Tiefung (P7)</p> <p>es gewinnt an Intensität oder Gewicht (P7)</p> <p>eine bessere Verankerung über zwei Kanäle und bessere Verfügbarkeit (P8)</p> <p>Berücksichtigung aller Sinneskanäle (P8)</p> <p>einen Ausdruck für Inneres oder Ansätze / Lösungswege zu finden (P8)</p> <p>ein vertiefenderes Einlassen, intensiveres in Kontakt kommen, gründlicheres Hinschauen und Ausarbeiten (P8)</p>
(Sprachliche) Brücke	Sprache der Jugendlichen (P1)

	<p>Kinder in Krisengebieten, die nicht so sprechen können, einen anderen sprachlichen Hintergrund haben (P1)</p> <p>Dialog zur Identität - über die Zeit (P2)</p> <p>Menschen aus ihrer magischen Welt abholen, ins Reden kommen (über Geschichten passiv) (P4)</p> <p>mit Teilen in Kontakt bringen, die vielleicht nicht so gelebt werden können (P4)</p> <p>einen gemeinsamen Bezug herstellen (P4)</p>
Rapport	<p>für wortgewandte und differenzierte Menschen, die sich sprachlich gut ausdrücken können (P1)</p> <p>gerade für Menschen, die sich mit (emotionaler) Sprache schwer tun (P8)</p>
Sonstiges	<p>wie Zauberei (P1)</p> <p>sehr gestaltisch (P1)</p> <p>nicht zuschauen müssen, wenn sie es zuhause machen (P4)</p> <p>Potenzial der Diagnose über Figuren der Populärkultur, zum Mitdenken (P4)</p> <p>etwas übers Symptom erfassen, weil Symptome kreativ darzustellen sagt viel über das Symptom selbst bzw. die Pathologie dahinter aus (P6)</p> <p>es ist etwas befriedigendes, eine ganze Geschichte zu zeichnen (P7)</p> <p>etwas ohne Anspruch zum Ausdruck zu bringen (P8)</p> <p>Zeit und Raum für die eigene Seelenlandschaft (P8)</p> <p>hilfreich, wenn es eine klare Struktur braucht (P8)</p> <p>Menschen sind für Geschichten empfänglich und merken sich Dinge in Geschichten eingepackt besser (P8)</p> <p>mit Vorsicht auch diagnostisch (P8)</p>

GEFAHRENPOENZIALE ILLUSTRIRTER NARRATIONEN

Von fünf Interviewpartner*innen (P2, P4, P5, P6, P7) wurden auch Gefahrenpotenziale beim kombinierten Einsatz kreativer Medien angesprochen, ohne dass diese explizit hinterfragt wurden. Keine Inputs dazu gab es von den Interviewpartner*innen P1, P3 und P8.

Die Gefahrenpotenziale bezogen sich auf die Voraussetzungen auf Klient*innen-Seite, die kreativen Medien und deren Effekte auf die Klient*innen sowie die Beziehung zwischen Therapeut*in und Klient*in.

Bei den Voraussetzungen auf Klient*innen-Seite wurde auf das sich situativ zeigende Störungsbild - z.B. „psychotische Patient*innen im fluktuierenden Modus“ - Bezug genommen (P2), wo der (kombinierte) Einsatz kreativer Medien kontraindiziert ist.

Durch die Kombination verschiedener kreativer Medien kann es für Klient*innen auch „zu komplex“ (P4) bzw. „zu viel“ (P4, P7) werden. Die Verarbeitung kann dann „auf der

Strecke bleiben“ (P5). Mögliche Folgen sind „Druck“ (P5) bzw. „Leistungsdruck“ (P7), „Stress“, (Versagens-) „Ängste“ und „Beschämungen“ (P6), besonders in Gruppen, wie P7 hinweist.

Auch die Beziehung zwischen Therapeut*in und Klient*in ist bei „Widerwillen“ gegenüber den kreativen Angeboten durch „Beziehungsabbruch“ gefährdet (P4), der auch einen Therapieabbruch zur Folge haben kann. Wenn sich Klient*innen nur aus Sympathie zur Person des Therapeuten bzw. der Therapeut*in auf ein kreatives Angebot einlassen, „damit der Therapeut eine Freude hat“ (P4), kann dies problematische Effekte haben. Klient*innen lassen sich dann auf Dinge ein, die sie eigentlich nicht wollen oder ihnen zu viel werden können.

Auch eine mögliche „Sprachbarriere“ bei Klient*innen mit Migrationshintergrund kann berührt werden (P7).

Die Wirkung kreativer Medien hängt für P2 stark mit dem Einnehmen einer bestimmten Haltung im Prozess zusammen, die der Überforderung auf Klient*innen-Seite entgegenwirken kann.

Menschen in [...] diese mittlere Position zu bekommen. Das heißt, dass sie einerseits wach und aufmerksam [...], auch emotional angeregt [sind], aber andererseits nicht in eine leistungsbezogene Überspannung kommen, [...] ein tolles Bild malen [...] oder eine tolle Gestaltung entwickeln [zu müssen]. Und diese mittlere schwebende Aufmerksamkeit zu entwickeln, wo ich auf mein Inneres aufmerksam sein kann, [...] ohne zu große Selbstzensur, ohne Angst vor Bewertung, das scheint mit das Wesentlich zu sein. Dann wirken kreative Medien im Prinzip sehr hilfreich (P2)

Wie bereits dargelegt, kommt den Therapeut*innen eine besondere Rolle zu, bspw. unterschiedliche Interessen und Resonanzen auszubalancieren (P7).

DIAGNOSTISCHES POTENZIAL ILLUSTRIRTER NARRATIONEN

Ob im Einsatz kreativer Medien diagnostisches Potenzial liegt, wird von den Interviewpartner*innen unterschiedlich wahrgenommen. Während manche - wie P1, P2,

P5, P7 oder P8 - dies durchaus positiv sehen, gibt es bei anderen - wie P3, P4, oder P6 - eine gewisse Skepsis dazu, die bei P3 sogar ausgeprägt ist.

P1 spricht „Theragnostik“ als Verzahnung von Therapie und Diagnostik an und sieht in kreativen Medien eine hervorragende Möglichkeit dazu. Auch wenn es für P1 nicht um Diagnostik im engeren Sinn geht, so liegen doch Erkenntnisse darin. P1 sieht in den Körperbildern - als „Landkarte der Gefühle im Leib“ - eine „brauchbare Technik“ für eine Verlaufsdiagnose über einen längeren Therapiezeitraum bzw. -verlauf. Bei kreativen Medien aber „spezielle Anleitungen“ fürs Diagnostizieren zu erhalten, ist für P1 fraglich.

P3 sieht das Diagnostizieren über kreative Medien kritisch.

Ich bin da vorsichtig mit Diagnosen. [...] da ist man schnell in irgendwelchen Zuordnungen drinnen [...] diese Art von starrer Zuordnung, [...] die hat für mich eigentlich immer irgendwelche Einengungen [...]. Dies spricht gegen dieses an sich offene in der Ausdruckform (P3)

P2 sieht gerade in der Kombination kreativer Medien eine „noch zu wenig genutzte Möglichkeit“, Phänomene entwicklungspsychologisch einzuordnen. Auch für P6 kann man durch die Kombination kreativer Medien etwas über Symptome und das Strukturniveau von Klient*innen herausfinden. Bezüglich der Zuschreibung konkreter Psychopathologien ist P6 aber „eher vorsichtig“ und hat Vorbehalte. Auch für P7 liegt in der Kombination kreativer Medien diagnostisches Potenzial, auch wenn P7 nicht selbst über kreative Angebote diagnostiziert.

Obwohl P1 eine sehr positive Haltung zum diagnostischen Potenzial kreativer Medien hat, ist die Haltung gegenüber komplexeren Angeboten wie das Gestalten illustrierter Narrationen in Form von Comics oder Graphic-Novels differenziert. Diese sieht P1 eher als Medium zur Förderung, da sich viele Menschen mit solchen kreativen Angeboten schwer tun würden. Für P5 dagegen könnten illustrierte Geschichten eher für eine Entwicklungsdiagnose Bedeutung haben, wie dies P1 bereits für kreative Medien formuliert hat. Für P4 ist die Überlegung, tradierte Geschichten unserer (Populär-) Kultur auch diagnostisch einzusetzen, interessant. P4 relativiert aber, dass dies weniger fürs konkrete Diagnostizieren, sondern eher für das „Mitdenken“ geeignet ist. Auch P8 kann

sich vorstellen, Bildgeschichten diagnostisch zu nutzen, wenn dies „mit Vorsicht“ geschieht.

Dass man [sich] da nicht [...] zu sehr versuchen lässt sozusagen, zu platt zu interpretieren [...] Und für mich ist es halt wichtig, dass das [...] noch passt und [...] auch gemeinsam besprochen wird. [...] und ich nehme mir dann Gedanken oder Hypothesen vielleicht mit [...] ich finde, sensibel [...] und respektvoll behandelt, [...] kann das auch hilfreich sein (P8)

VORAUSSETZUNGEN DER KLIENT*INNEN FÜR DEN EINSATZ ILLUSTRIRTER NARRATIONEN

In diesem Abschnitt werden die angesprochenen Voraussetzungen auf Klient*innen-Seite für den Einsatz kreativer Medien thematisiert. Dabei werden die Kategorien Alter, Vertrautheit und Affinität, Technische Kompetenz, Strukturniveau und Störungsbilder sowie die Zielgruppe für kreative Angebote besprochen.

ALTER

Das Alter der Klient*innen hat für alle Interviewpartner*innen keine große Bedeutung, ob kreative Medien eingesetzt werden. Dieses ist eher indirekt fürs Abholen und Erreichen der Personen im therapeutischen Prozess zu berücksichtigen und wirkt sich dem entsprechend vor allem auf die Wahl der kreativen Angebote aus.

Für P2 hat der Einsatz kreativer Medien mit dem Alter „gar nichts zu tun“. Für P1 kommen kreative Medien in allen Altersgruppen über die Lebensspanne zur Anwendung. Die Angebote und dabei eingesetzten Materialien werden darauf abgestimmt, um die Klient*innen abzuholen, wo sie stehen. Auch P3 betont, die Klient*innen durch die Wahl bestimmter kreativer Angebot „erreichen“ zu wollen.

Ich muss schauen, [...] wer hat welchen Zugang? [...] bei jungen Erwachsenen oder Jugendlichen kommt einfach dazu, dass da ganz andere Sehgewohnheiten [...] und Hörgewohnheiten [sind] (P3)

Das [hat] sehr mit der [persönlichen] Lebensgeschichte zu tun [...] und mit den ganz persönlichen Erfahrungen, im Umgang mit kreativen Situationen (P2)

Cartoons, Comics und Graphic-Novels haben mit ihren Codes (z.B. Sprechblasen) eine gewisse kulturgeschichtliche Tradition und waren für viele Menschen prägend.

Man hat sofort den Unterschied als Kind verstanden [...] Das ist jetzt geredet und das ist jetzt gedacht (P3)

P3 findet „interessant, was das mit ganzen Generationen gemacht hat“. Auch P4 spricht die Prägungen bestimmter Altersgruppen durch Geschichten der Populärkultur und darin vorkommender (Super-) Held*innen an, wobei manche bei den jüngeren Klient*innen nicht mehr bekannt sind.

Bei sehr jungen [Klient*innen] habe ich das Problem, dass [wir ...] da teilweise nicht mehr die gleiche Sprache sprechen [...], denen muss ich erklären, wer [das] ist (P4)

Gerade bei Elementen der Populärkultur beobachtet P4, „dass sich die Jungen leichter tun“, sich aber auch selbstbewusster im Abwehren kreativer Angebote zeigen.

Aber auch ältere Klient*innen tun sich mitunter schwer mit bestimmten Angeboten.

Bei diesen älteren Klient[*inn]en, [...] die über 70 sind, habe ich den Eindruck, das ist sehr fremd für sie (P7)

Für P2 geht es weniger ums Alter, sondern um die „individuelle Lebensgeschichte“ und „persönlichen Erfahrungen [...] mit kreativen Situationen“.

P8 setzt Bildgeschichten im Rahmen der Weinberg'schen Traumatherapie (Weinberg, 2020) ein, vor allem bei der Therapie singulärer Traumata.

Das ist was konkretes und da kann man gut im Vorfeld sagen, [...] fangen wir da an, wo es noch gut war und enden [dort], wo es wieder gut war. Und dann sozusagen mit diesen Minizeichnungen den Prozess mit allen Sinneskanälen,

Wahrnehmungskanälen [...] durch[zu]gehen. Das [...] finde ich für Kinder Jugendliche, die da auch eine klare Struktur brauchen, sehr hilfreich (P8)

Bei Kindern und Jugendlichen geht P8 vorwiegend vom Bild aus, bei Erwachsenen ist es „ausgewogener“. Bei Erwachsenen lässt P8 Sprache oder Schrift oft imaginiert „bilden“.

VERTRAUTHEIT UND AFFINITÄT

Vertrautheit und Affinität sind weitere von den Interviewpartner*innen angesprochene Voraussetzungen für den Einsatz kreativer Medien auf Klient*innen-Seite.

Die Interviewpartner*innen geben kreative Angebote in Form von Bildgeschichten jenen Klient*innen, die „definitiv darauf ansprechen“ (P2), „offen dafür sind“ (P7), „diese Sprache sprechen“ (P4), einen „guten Zugang“ haben (P6, P7) bzw. denen das „näher steht“ (P5). P2 und P3 achten daher „immer auf den ganz persönlichen Zugang“ (P2) bzw. darauf, „wer [...] welchen Zugang [hat]“ (P3).

Es geht zuerst einmal um den Zugang der einzelnen Person zu diesem Medium.

Für manche Patient[*inn]en ist es eine große Erleichterung, vom Sprechen in die Handlung zu kommen. Für andere ist es ein großes Wagnis (P2)

Für P2 hat das „sehr viel mit der Lebensgeschichte zu tun, [...] mit den ganz persönlichen Erfahrungen im Umgang mit kreativen Situationen“. Der Umgang mit kreativen Angeboten hängt mit der biographischen Prägung, aber auch mit dem Alter zusammen. So kann man bspw. Jugendliche leichter mit Graffitis oder Comics als mit „alten Schinken [...] aus dem Kunsthistorischen Museum“ begeistern (P3). Es gibt da „ganz andere“ Seh- und Hörgewohnheiten, so P3.

P8 meint, dass Menschen generell „für Geschichten empfänglicher sind“, auch weil diese besser merkbar sind als isolierte Aussagen.

TECHNISCHE KOMPETENZ

Kreative Angebote, bei denen Klient*innen selbst Geschichten zeichnen müssen, werden von einigen Interviewpartner*innen (z.B. P5, P6, P7) als „anspruchsvoll“

gesehen. Ein entsprechendes „Können“ bzw. „handwerkliches Geschick“ werden vorausgesetzt. Sonst kann es für Klient*innen frustrierend sein.

Malen ist bei den Klient*innen „oft sehr negativ besetzt“, wie P2 hinweist.

Wir alle kennen die schlimmen Schulerfahrungen: ‚Du kannst ja nicht singen‘; ‚Du kannst ja nicht malen‘; ‚Pfui, das ist ein hässlicher Baum‘. Da haben wir alle unsere Verbiegungen oder auch starke Defizite, dass Menschen einfach nicht gefördert wurden in ihrem kreativen Ausdruck (P2)

Wenn Klient*innen einwenden, dass sie „überhaupt nicht malen“ können, reagiert P1 mit der Aussage, dass es wunderbar ist. P1 versucht kreative Angebote „niederschwellig“ zu gestalten. Wenn es um das Zeichnen von Comics geht, könnte man als Therapeut*in sagen

Probiere es einfach aus. Das kann ein Strichmanderl sein, es kann ein Farbtupfer sein, [...] ‚Du kannst ja auch Farbtupfen oder eine Form [zeichnen]‘ (P1)

Auch P4 hat die Erfahrung von Mutlosigkeit auf Klient*innen-Seite gemacht, vor allem bei älteren Menschen. Jüngere tun sich das „eher leichter“.

„Anspruchsvollere“ kreative Angebote, wie das Zeichnen von Geschichten, werden gerne bei Klient*innen gemacht, die bereits Vorerfahrung damit haben.

STRUKTURNIVEAU UND STÖRUNGSBILDER

Die Interviewpartner*innen setzen kreative Medien eher bei den ICD-10-Kategorien Psychische und Verhaltensstörungen durch psychotrope Substanzen (F10-F19), Neurotische, Belastungs- und somatoforme Störungen (F40-F49), Verhaltensauffälligkeiten mit körperlichen Störungen und Faktoren (F50-F59) sowie Persönlichkeits- und Verhaltensstörungen (F60-F69) ein. Bei der ICD-10-Kategorie Affektive Störungen (F30-39) gibt es divergierende Erfahrungen mit dem Einsatz kreativer Medien (siehe Tabelle 11).

Die meisten Interviewpartner*innen sind vorsichtig mit kreativen Angeboten bei Klient*innen mit Schizophrenie, schizotype und wahnhaftige Störungen (F20-F29). Vereinzelt gibt es aber auch gute Erfahrungen mit dem Einsatz kreativer Medien bei

Psychosen, vor allem mittels kreativer Angebote psychotische Klient*innen in ihrer Welt abzuholen.

Tabelle 11:

Einsatz kreativer Medien nach Störungsbildern im ICD-10 (grüne Felder für positive, rote Felder für divergierende Erfahrungen; rote Schrift für negative Erfahrungen)

F00-F09		F50-F59	Psychosomatische Störungen (P2, P7) Essstörungen (P5, P7)
F10-F19	Sucht (P6)	F60-F69	Persönlichkeitsstörungen (P5, P6, P7)
F20-F29	Psychosen, (P4) Psychosen im fluktuierenden Modus (P2)	F70-F79	
F30-F39	Affektive Störungen (P6) Depressionen (P6) Bipolare Störungen (P5) Depressionen (P4)	F80-F89	
F40-F49	Allg. Neurosen, (P4, P6) Angststörungen, (P5) (Singuläre) Traumata, (P5, P8) Zwangsstörungen, (P5) Aggressionshemmung	F90-F98	

Die meisten Interviewpartner*innen sehen keinen Ausschließungsgrund für den Einsatz kreativer Medien. Für P1 und P2 geht es vor allem um die „Art und Weise“, wie diese eingesetzt werden. Und dafür ist vor allem das Struktur - bzw. Integrationsniveau ausschlaggebend.

Ich weiß gar nicht, ob es [Störungsbilder ...] gibt, wo ich keine [kreativen Medien] einsetze. [...] eher würde ich die Unterscheidung machen zwischen nieder und hoch strukturiert, [...] nicht ja oder nein, sondern die Art und Weise, wie ich es einsetze [...] Also bei nieder strukturierten gebe ich [...] strukturiertere Anleitung und Aufgaben und bei höher strukturierten Menschen lass ich es mehr frei laufen (P1)

Menschen, die eine sehr gute sprachliche Fähigkeit haben, sehr gut symbolisieren können, ihre Gefühle gut benennen, ausdrücken können, ein empathisches berührtes Sprechen entwickeln können, [...] nach OPD gut strukturierte Patient[*]innen können die kreativen Medien sehr gut nutzen, lieben das auch oft als interessante Erweiterung (P2)

Bei den Psychotiker[*inne]n zum Beispiel. Da ist natürlich sehr [...] viel Struktur gefragt [...] dass das nicht in eine Überforderung oder [...] Überflutung kommt. [...] Beim sogenannten normalen Neurotiker ist es umgekehrt. Das ist es einmal gut, Einengungen und Ängste [...] aufzulösen und zu zeigen, dass das Experiment gar nicht gefährlich ist, sondern lustvoll sein kann (P3)

Wenn die Struktur [...] eher niedrig ist, kann das alles gleich recht viel auslösen (P7)

Aber auch Menschen mit strukturellen Defiziten können kreative Medien für sich nutzen.

Dann gibt es sehr wohl Patient[*inn]en [...], die mehr strukturelle Einschränkungen haben, also mäßig bis gering strukturiert sind, [...] die Verbalisierungsfähigkeit deutlich herunter gesetzt ist [...] Und wenn diese Affekt-Sprachkoppelung angegriffen ist oder zu defizitär ist, dann sind kreative Medien aus meiner Sicht der Königsweg zur Koppelung von Erfahrung, Affekt und Sprache UND - groß geschrieben - Körpererleben [...] Und das ist der Punkt, warum Patient[*inn]en dann gerade mit höherem strukturellen Störungsanteil enorm dankbar sind (P2)

Gewisse Einschränkungen werden von P2 bei psychotischen Klient*innen gemacht.

Mit psychotischen Patient[*inn]en im fluktuierenden Modus würde ich das sicher nicht einsetzen. Weil Gegenstände dann magisch besetzt werden, da kann auch ein offenes Fenster bereits Gelegenheit zur Projektion bieten (P2)

Der „persönlichen Wahrnehmung“ von P4 nach gibt es „unter schizophrenen Menschen einen höheren Anteil, die sich für künstlerisch berufen halten“. Obwohl kreative Medien umso besser funktionieren „je fitter die Leute sind“, können kreative Angebot mitunter auch eine „Brücke [...] in die reale Welt“ bauen und die Klient*innen in ihrer Welt abholen.

Das ist ja auch die Idee in der Psychotherapie, man nimmt ihn [den Klienten] bei der Hand und führt ihn in eine Welt, von der man glaubt, es ist seine Innere (P4)

Bei Psychosen und Depressionen funktioniert dieses Abholen im Gegensatz zu Neurosen oder Persönlichkeitsstörungen meist nicht so gut.

Auch für P5 haben sich kreative Medien bei Angst- und Persönlichkeitsstörungen bewährt, bei einem Klienten mit manisch-depressiver Störung dagegen weniger. P7 meint, dass man bei einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung durch eine kreative Arbeit mit Bildgeschichten „auch in der Lage ist, [eine ...] humorvolle Ebene“ einzunehmen.

P8 setzt kreative Medien gerne im Bereich singulärer Traumata ein, sobald ein gutes Vertrauensverhältnis aufgebaut und auf die Ressourcen geschaut wurde. Auch bei Selbstwertproblematiken von Kindern haben sich kreative Medien für P8 bewährt, etwa in Form einer Comic-haften Darstellung. P5 und P8 setzen kreative Medien zudem bei der Aufarbeitung physischer Erkrankungen ein.

P6 berichtet von guten Erfahrungen mit einem kreativen Einsatz von Gegenständen bei Suchtklient*innen und Menschen mit „niedrigem Integrationsniveau“. Malen und Schreiben als kombiniertes kreatives Angebot einzusetzen, eignet sich für P6 eher bei neurotischen Störungen. Unabhängig vom Strukturniveau stehen für P6 die Beziehung zwischen Therapeut*in und Klient*in, der Prozess und die Fähigkeiten der Person im Vordergrund. Auch P7 unterstreicht die Bedeutung der Beziehung.

Im Grunde glaub ich kann man alles machen, [...] wenn die Basis mit der Person passt und das Gegenüber [...] auch irgendwie offen dafür ist (P7)

Für P2 und P7 sind kreative Medien im Bereich der Psychosomatik ein „Hauptmedium“ therapeutischen Arbeitens.

Ich könnte mir nicht vorstellen, [...] therapeutisch mit psychosomatischen Patient[*inn]en zu arbeiten, ohne dieses Element, das wir ‚Kreative Medien‘ nennen (P2)

Generell wird das Eingehen auf die individuellen Voraussetzungen der Klient*innen für wichtig empfunden.

Es ist [wichtig,] immer wieder so wie im allgemeinen therapeutischen Prozess zu schauen [...], wie weit [...] muss ich begrenzen, und wo muss ich sozusagen jetzt [...] das aufbereiten und motivierend sein (P5)

„Intellektuellere Menschen“ können sich mit kreativen Medien „viel schwerer tun“, indem ihre Rationalisierungen auch zu Widerstand führen können, so P5.

ZIELGRUPPEN FÜR ILLUSTRIERTE NARRATIONEN

Während ein Teil der befragten Personen (v.a. P1, P6, P7, P8) die Zielgruppe kreativer Angebote in Form illustrierter Narrationen weit gefasst sieht, sprechen andere vor allem konkrete Störungsbilder an.

P1 sieht als Zielgruppe jeden Menschen, unabhängig von Alter, Intellekt, Herkunft und sprachlichem Hintergrund, wobei „der therapeutische Nutzen gerade für Kinder [...] ideal“ ist. Cartoons, Comics und Graphic-Novels sprechen großteils nicht nur „ihre Sprache“, - „wenn Kinder zeichnen, [dann] zeichnen sie ihre Geschichte“. P1 betont, dass solche kreativen Angebote gerade für Menschen hilfreich sein können, die „Schwierigkeiten mit der Realität“ und Zeitfolge haben. „Weil die können ganz schlecht denken, was war gestern und vorgestern und was wird heute und was wird sein. [...] das könnte man fördernd einsetzen.“

Während für P4 der Einsatz kreativer Angebote in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels eher ab einem bestimmten Strukturierungsniveau (GAF-Wert ab 75) sinnvoll ist, würde P6 diese auch bei „Menschen mit strukturell niedrigerem Integrationsniveau“ einsetzen. Auch P8 sieht gleichermaßen Kinder und Jugendliche, „die eine klare Struktur brauchen“, wie auch Erwachsene als Zielgruppe. P3 meint, dass damit besonders Jugendliche und junge Erwachsene erreicht werden können, da man diese „mit Comics [...] begeistern“ kann. Für P4 sind es ganz allgemein „Menschen, die als Kinder ganz gerne Comics gelesen haben und die das dann auch so ein bisschen eskapistisch verwendet haben“.

P1 sieht diese kreativen Angebote sowohl bei „Menschen, die nicht so gut sprechen können, die einen anderen sprachlichen Hintergrund haben“ als auch bei „sehr wortgewandten und sehr differenzierten Menschen“, die sich „sehr gut sprachlich ausdrücken können“.

Entsprechend der von P1, P6, P7 und P8 weit gefassten Zielgruppe sieht P7 kreative Angebote in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels immer dann einsetzbar, „wenn jemand einen Zugang dazu hat“ bzw. „wenn die Beziehung passt und offen ist“. Bezüglich der „technischen“ (z.B. zeichnerischen) Kompetenz der Klient*innen gibt es divergierende Ansichten. Während manche Interviewpartner*innen entsprechendes „Können“ bzw. „handwerkliches Geschick“ voraussetzen (z.B. P5), geht es für andere eher ums Ermutigen (z.B. P1, P2).

Manche Interviewpartner*innen definieren die Zielgruppe für kreative Angebote mit narrativem Charakter vor allem über spezifische psychische Störungsbilder (siehe Tabelle 12 in Anknüpfung an Tabelle 11). P5 und P8 sehen als Zielgruppe auch Menschen mit schweren physischen Erkrankungen, wo kreative Angebote die Krankheitsverarbeitung unterstützen können.

Tabelle 12:

Zielgruppen für kreative Angebot mit narrativem Charakter nach Störungsbildern im ICD-10

F00-F09	
F10-F19	Menschen mit Suchthintergrund (P6)
F20-F29	Psychotische Patient*innen, „um diese abzuholen“ (P4) Menschen mit Psychosen (P7)
F30-F39	
F40-F49	Neurotische Klient*innen (P4) Menschen mit Angststörungen (P5) Traumatisierungen (P7); singuläre Traumata, wie ein Unfall (P8)
F50-F59	Psychosomatische Patient*innen (P2)
F60-F69	Menschen mit schweren Persönlichkeitsstörungen, wie Borderline oder narzisstischen Persönlichkeitsstörung (P7)
F70-F79	
F80-F89	
F90-F98	

VORAUSSETZUNGEN DER PSYCHOTHERAPEUT*INNEN FÜR DEN EINSATZ ILLUSTRIERTER NARRATIONEN

Der Einsatz von Cartoons, Comics oder Graphic-Novels ergibt sich auch aus biographischen Aspekten. In den beiden nächsten Abschnitten wird zunächst allgemein auf den Stellenwert kreativer Medien bei den Interviewpartner*innen eingegangen und was diesen beeinflusst hat, bevor die Vertrautheit und Affinität zu illustrierten Narrationen im Besonderen thematisiert wird. Individuelle Ergänzungen der Interviewpartner*innen schließen die Ergebnisdarstellung ab. Diese wurden hier angeführt, da sie mit spezifischen Erfahrungswerten der einzelnen Expert*innen zu tun haben.

STELLENWERT KREATIVER MEDIEN

Tabelle 13 versucht den persönlichen Stellenwert der einzelnen Interviewpartner*innen zu verorten, wobei die Zuordnung vom Autor erfolgt.

Für P1, P3 und P5 haben kreative Medien einen sehr hohen Stellenwert in der psychotherapeutischen Arbeit, für P1 und P3 auch durch den eigenen Ausbildungsweg und beruflichen Werdegang bedingt. Für P5 resultiert der hohe Stellenwert daraus, dass sie den Prozess erleichtern, auflockern, vertiefen und bereichern.

Kreative Medien haben für P2 „einen [...] leider zu geringen Stellenwert“. Organisatorische Restriktionen durch die psychotherapeutische Tätigkeit an mehreren Orten erschweren das Handling mit Materialien. Für P4 ergibt sich aus der psychischen Struktur der Klient*innen, kreative Medien „leider wenig“ einzusetzen. Auch für P6 ist der Stellenwert „sehr unterschiedlich“, da kreative Medien nicht immer hilfreich für Klient*innen im Suchtbereich sind. Diese tun sich „oft schwer“ mit kreativen Angeboten.

Tabelle 13:

*Stellenwert kreativer Medien bei den Interviewpartner*innen (Zuordnung durch Autor)*

	Geringen	Mittleren	Hohen
P1			X
P2		X	
P3			X
P4	X		
P5			X
P6		X	
P7			X
P8			X

Neben den Voraussetzungen auf Klient*innen-Seite sind es vor allem Aspekte des Settings, wie Einzel-/Gruppentherapie, Raum und Zeit, die für fast alle Interviewpartner*innen den Einsatz kreativer Medien fördern oder limitieren. So setzt P2 kreative Medien auch stärker im institutionellen Rahmen ein, wo die Voraussetzungen des Settings geeigneter sind.

„Diese verschiedenen [kreativen] Methoden und Techniken und Materialien zu kombinieren“ hat für P3 den größten Reiz. P7 beschäftigt besonders die Frage, wie kreative Angebote bei schwerwiegenden psychischen Erkrankungen wie Psychosen oder schweren Persönlichkeitsstörungen in Gruppen einsetzbar sind. P7 merkt an, dass die Intensität kreativer Angebote mit der eigenen Beschäftigung damit - zum Beispiel in der Form von Aus- und Weiterbildungen - korreliert.

VERTRAUTHEIT UND AFFINITÄT ZU CARTOONS, COMICS ODER GRAPHIC-NOVELS

Biographische Einflussfaktoren für den Einsatz von Cartoons, Comics oder Graphic-Novels in der Psychotherapie sind spezifische Erfahrungen damit in der Kindheit (P2), einschlägige Grundausbildungen wie bspw. Ergotherapie oder eine professionelle künstlerische Ausbildung (P1, P3) oder Weiterbildungen in Disziplinen wie Kunsttherapie, Poesie- und Bibliothherapie (P3, P5, P6, P7).

Die Vertrautheit mit Kreativität und kreativem Arbeiten hängt mit der jeweiligen Biographie zusammen, aus der sich auch eine entsprechende Affinität ergibt. Wie sich bei den Interviewpartner*innen zeigt, sind es meist individuelle Voraussetzungen der Biographie, die zum Interesse an Cartoons, Comics oder Graphic-Novels geführt haben. Während P4 Comics als Medium zum Erfassen sozialer Situationen und einer psychotherapeutischen Auseinandersetzung rezeptiv einsetzt, lassen P2 und P8 Bildgeschichten als kreative Angebote auch zeichnerisch gestalten. Für andere Interviewpartner*innen (P1, P3, P5, P und P7) sind Cartoons, Comics oder Graphic-Novels weniger ein Thema.

Vertrautheit und Affinität zu kreativen Medien bestehen für P1 aufgrund der eigenen Geschichte. „Zusätzlich bin ich selbst ein kreativer Mensch, [...] das ist etwas, das mit selbst auch nahe ist“. P1 findet, dass es „immer gut [und produktiv ist], wenn man das macht, was einem liegt“. P1 liebt Tonarbeit, würde aber Comics „nicht machen, [...] weil mir das nicht so liegt. [...] Das kommt in meiner Welt wenig vor“. P6 meint, Comics „nie gerne [...] gelesen“ zu haben. Für P6 sind Comics „zu fragmentarisch“ und „zu reduziert“. Es braucht „einen Text, um mich da irgendwie wieder zu finden.“ P1 und P6 betonen, dass man das machen sollte, wo man als Therapeut*in „einen Zugang“ hat, das man „auch mag und kann“ (P1) bzw. einem „mehr liegt und entspricht“ (P6). Es geht weniger darum, „ob es den Klient[*inn]en liegen würde oder nicht“ sondern dass es einem selbst

entspricht. Auch P4 meint, dort „leichter einen Kanal zu legen“, wo man sich besser auskennt.

Ich kann nur das gut einsetzen, womit ich auch selber gute Erfahrungen [habe,] wo ich mich selber sehr einlassen kann. [...] Ich bin auch überzeugt, dass das immer auch sehr viel mit uns Therapeut[*inn]en zu tun hat (P6)

Für P2 sind Comics „eine geheime Leidenschaft“. Neben deren Rezeption im Rahmen von Erwachsenentherapie hat P2 auch Erfahrung mit Comics als kreativer Ausdrucksform.

Ich hab auch einmal eine Patientin gehabt, die ihre Lebensgeschichte als Comic-Buch veröffentlicht hat, eine bulimische Patientin, die mir das am Ende einer langen Therapie dann geschenkt hat, [...] die auch auf der Akademie studiert hat, [...] und [...] für mich auf sehr eindrückliche Weise diesen bulimischen Wahnsinn sozusagen dargestellt [hat, ...] sicher 80 oder 100 Seiten lang (P2)

Während P2 das Zeichnen von Bildgeschichten gerne im Bereich psychosomatischer Störungen anbietet, setzt P8 diese gezielt in der Traumafolgentherapie ein.

Für P3 war die Nähe des gestalttherapeutischen Ansatzes zu kreativen Medien ein Grund für die Wahl der Ausbildung. Für P7 steht der Einsatz bestimmter kreativer Angebote auch im Zusammenhang mit aktuellen Aus- und Weiterbildungen.

Immer wenn ich mich selber mehr damit beschäftige, setzt ich es auch mehr ein. [...] Also wenn ich jetzt selber unmittelbar wieder so die Erfahrung mache, dass es [...] was sehr gutes hat, dann setzt ich es mehr ein (P7)

Im Gegensatz zu anderen Interviewpartner*innen betont P7, dass der Einsatz kreativer Medien, „wo man selber nicht so einen Zugang hat“, zu „interessanten Momenten“ führen kann.

INDIVIDUELLE ERGÄNZUNGEN

Auf die Frage, was beim Einsatz kreativer Medien und deren Kombination in Form illustrierter Narrationen noch zu ergänzen ist, sprechen die Interviewpartner*innen ein breites Themenspektrum an.

So betont P1 die neurobiologische Dimension kreativer Medien und die Bedeutung des Leibes dabei, Geschichten „ins Leibliche“ und „in die Bewegung oder in den Tanz zu bringen“. Auch die Rolle des Spielens von Geschichten in Form von Theaterstücken ist für P1 ein wichtiger zu ergänzender Aspekt. Für P1 ist „der Mensch ein Künstler“ und es schon grundlegend therapeutisch, „das Kreative zu fördern“.

P2 spricht die Bedeutung der Kunstgeschichte, bspw. Pop-Art oder zeitgenössischen Kunst, als Quelle der Anregung an, indem historische künstlerische Kreationen kopiert, überzeichnet oder neu gestaltet werden können. Bei Künstler*innen wie bspw. Maria Lassnig finden sich auch Beispiele, etwa die „persönliche Lebensgeschichte in einem Vierminuten-Comic[-Film]“ zu illustrieren. Methodisch spricht P2 zudem die Möglichkeit an, Comics aus Collagen gestalten zu lassen.

Für P3 ist die Berücksichtigung bzw. Kombination der rezeptiven und aktiven Seite einer kreativen Auseinandersetzung Thema.

P4 betont, dass unvertraute Zugänge Klient*innen mit etwas in Kontakt bringen, was über die üblichen Zugänge nicht immer so leicht ist.

P5 sieht eine Option darin, Schreiben und Zeichnen in einer engeren zeitlichen Struktur zu verdichten und nicht aufzuteilen, da beides gleichgewichtig ist.

Für P6 ist wichtig, über kreative Angebote unterscheiden zu lernen, was man spürt. Auch die Einbeziehung innerer Bilder und das Arbeiten damit ist ein Thema.

P7 spricht die Bedeutung der störungsspezifischen Zusammenführung verschiedener psychotherapeutischer Theorien an, bspw. im Rahmen des Mentalisierungskonzeptes.

P8 spricht an, dass kreative Angebote auch einen „anspruchlosen Raum“ öffnen können. Der besondere Wert kreativer Medien liegt dann auch darin, sich einfach kreativ ausdrücken zu dürfen, ohne dass damit etwas gemacht werden muss.

DISKUSSION

Im Folgenden werden die Forschungsfragen beantwortet und zur Literatur sowie eigenen Praxiserfahrung in Bezug gesetzt. Daran anschließend werden Limitierungen dieser Arbeit thematisiert und ein Ausblick auf eine mögliche Weiterführung des Forschungsthemas gegeben. Im abschließenden Fazit werden Möglichkeiten für Cartoons, Comics und Graphic-Novels als kreative narrative Angebote im Rahmen der Gestalttherapie zusammengefasst.

BEANTWORTUNG UND DISKUSSION DER FORSCHUNGSFRAGEN

Nach der kategorisierten Darstellung der Ergebnisse werden nun die sechs Forschungsfragen beantwortet und zur Literatur sowie eigenen Praxiserfahrung in Bezug gesetzt.

- 1) Welcher psychotherapeutische Nutzen wird in der Kombination von Schreiben und Zeichnen als illustrierte Narrationen gesehen?
 - 1a) Wie lassen sich illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels gestalttherapeutisch einsetzen?
 - 1b) Für welche Zielgruppen eignen sich illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels?
 - 1c) In welcher Phase einer Psychotherapie können illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novel eingesetzt werden?
 - 1d) Bei welchen Störungsbildern können illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels eingesetzt werden?
- 2) Welchen Mehrwert hat die Kombination von Schreiben und Zeichnen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novel gegenüber anderen kreativen Techniken?

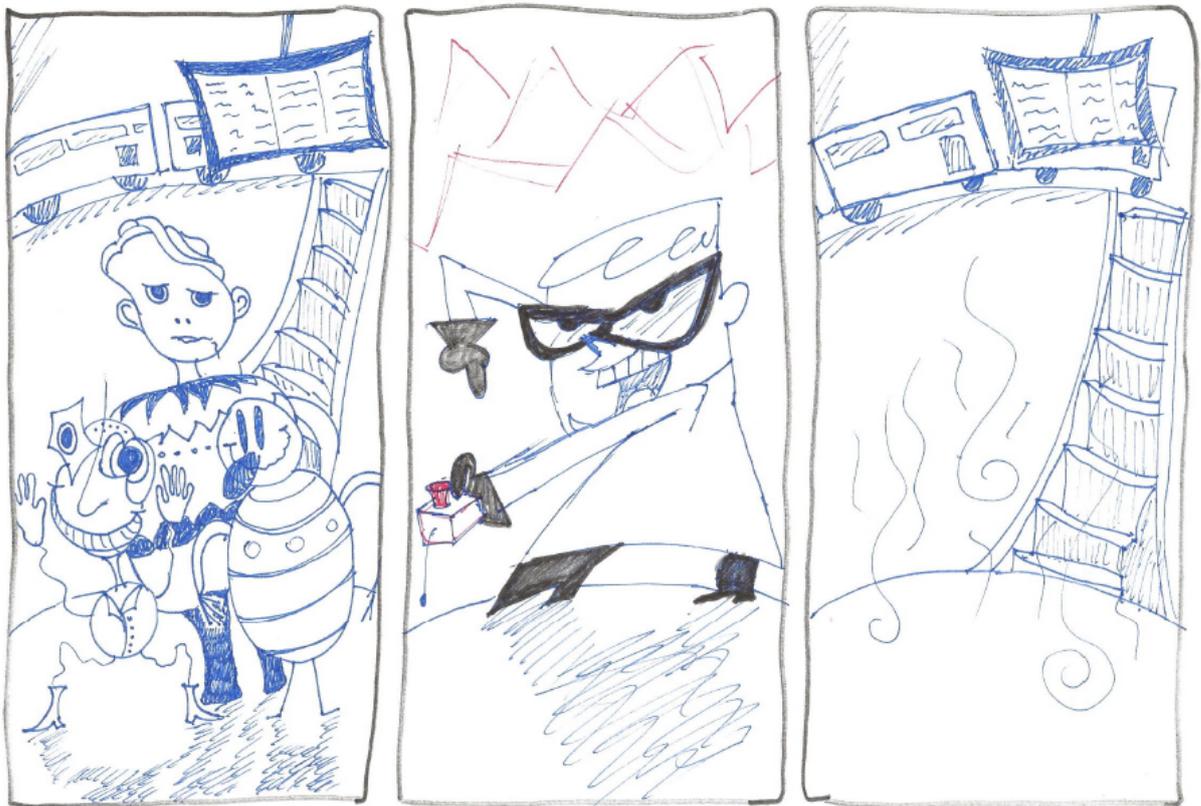
Forschungsfrage 1: Welcher psychotherapeutische Nutzen wird in der Kombination von Schreiben und Zeichnen als illustrierte Narrationen gesehen?

Die Kombination von Schreiben und Zeichnen ist der von den Interviewpartner*innen am häufigsten eingesetzte intermediale Quergang, wobei zumeist das Bild Primat ist. Der therapeutische Nutzen liegt aus Sicht der Interviewpartner*innen darin, zu verbinden und integrieren, zu aktivieren, bewusst zu machen, umzuschalten und zu erweitern. Darüber hinaus wurden Transformieren, eine (sprachliche) Brücke zu bauen und Rapport herzustellen angesprochen, Humor dagegen kaum.

Verbinden und Integrieren bedeutet für die Interviewpartner*innen unter anderem die Verbindung von szenischem und sprachlichem Erleben oder auch von Intellekt und Emotion. Aktivieren meint unter anderem, Klient*innen ins Erleben zu bringen, aber auch zu distanzieren. Bewusst machen kann zum Beispiel bedeuten, Unbewusstes oder nicht artikulierbares zu erfassen, Entwicklungen nachvollziehbar zu machen oder Ressourcen zu entdecken. Dabei können Symbole und Metaphern in Form spezifischer sprechender Tiere oder Superhelden hilfreich sein. Abbildung 2 zeigt einen Comic-Strip des vom Autor betreuten Klienten G, bei dem sich der Superheld „Dexter“ hilfreich einbringt und eine für den Klienten bedrohliche Situation klärt. Es gibt in der Literatur zahlreiche Belege über die therapeutische Wirkmächtigkeit von Comic-Figuren, Archetypen oder Superheld*innen als Ausdruck von Ressourcen und Selbstanteilen (z.B. Scarlet, 2016; Gräf, 2013; Mills & Crowley, 2011).

Abbildung 2:

Fallbeispiel Comic-Strip mit hilfreichen Superhelden „Dexter“ von Klient G (Bild 1 zeigt die Ausgangslage, Bild 2 die Intervention durch den Superhelden, Bild 3 die Auflösung)



Umschalten impliziert für die Interviewpartner*innen unter anderem, den Verarbeitungs- bzw. Symbolisierungsmodus zu wechseln, aber auch zwischen Tiefung und Distanzierung zu variieren. Dies ermöglicht auch eine Intensitätssteigerung und Erweiterung der (Sinnes-) Erfahrung durch eine Mehrperspektivität. Transformieren meint unter anderem zu wandeln, zu verdichten, zu verarbeiten. Wenn in Abbildung 3 ein Selbstanteil der vom Autor betreuten Klientin E als Superheldin mit kraftlosen Armen dargestellt wird, kann dies Ausgangspunkt einer angestrebten Transformation sein, die auch über den kreativen Ausdruck stattfindet.

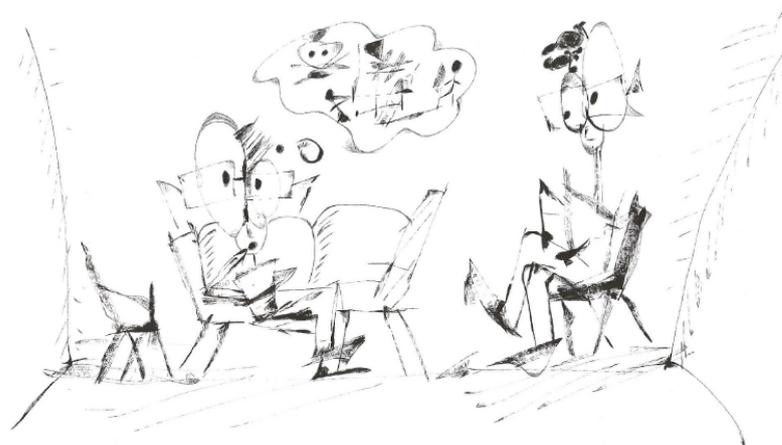
Abbildung 3:
*Fallbeispiel
Selbstanteil als Super-
heldin von Klientin E*



Eine Brücke bauen und Rapport herstellen bezieht sich auf die Beziehung zwischen Klient*in und Therapeut*in bei der gemeinsamen Auseinandersetzung mit illustrierten Narrationen. Diese haben auch eine entsprechende Kontaktfunktion, die besonders bei der ‚Strukturierte Trauma-Intervention‘ (STI) nach Weinberg und Winnicotts ‚Squiggle-Technik‘ zum Tragen kommt.

Abbildung 4:

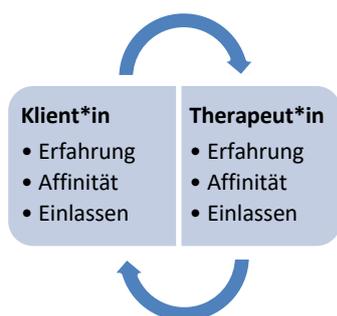
*Fallbeispiel Cartoon Therapeutische Begegnung zwischen Autor und Klient G
(Zeichnung von G)*



Ein „schöpferischer Ausdruck in Beziehung“ setzt für Amendt-Lyon (2006) ein „relationales Feld, Ko-kreationen und wechselseitige Abhängigkeiten voraus“ (S.11). Der vom Autor betreute Klient G trägt mit der bildhaften Darstellung der Relation von Psychotherapeut (Autor) und Klient (G) kreativ gestaltend zum Beziehungsaufbau bei.

Relationalität (Staemmler, 2017) findet bei der kreativen Gestaltung auch außerhalb der unmittelbaren therapeutischen Begegnung statt, indem der bzw. die Therapeut*in imaginativ mit dabei ist oder die kreativen Arbeiten im therapeutischen Setting nachbesprochen werden. Relationalität impliziert dabei auch eine Wechselwirkung (Co-Dependenz) der Voraussetzungen von Therapeut*in und Klient*in, wie bspw. Erfahrung, Affinität und die Bereitschaft zum Einlassen (siehe Abbildung 5).

Abbildung 5:
Relationalität bei kreativen Angeboten



Diese persönlichen bzw. lebensweltlichen Voraussetzungen auf Therapeut*innen- und Klient*innen-Seite haben einen wahrscheinlich stärkeren Einfluss auf das Wirkpotenzial illustrierter Narrationen, als die Angebote selbst.

Unsere kulturellen Prägungen, unsere jeweilige persönliche Geschichte, unsere materiellen Lebensbedingungen, unser Bildungs- und Berufshintergrund, unser jeweiliges Geschlecht, unsere situativen Erwartungen, etc., von denen uns manches nicht einmal bewusst ist und zu einem gewissen Maß auch nie bewusst werden wird - kurz: unsere jeweilige Lebenswelt bestimmt die Art und Weise, mit der wir die Dinge betrachten und begreifen, einschließlich der Ereignisse in unseren Therapiestunden. (Staemmler, 2017, S. 254)

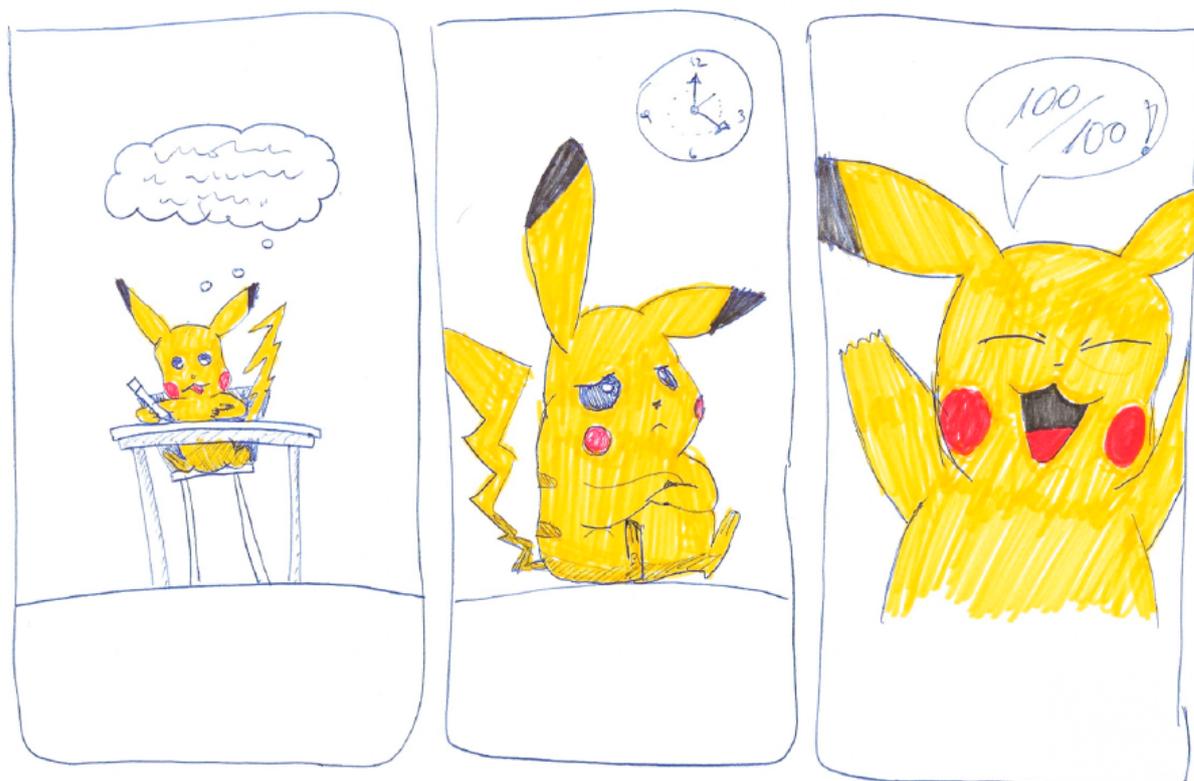
Neben der Ressourcenorientierung ist auch die mögliche Lösungsorientierung von Cartoons, Comics und Graphic-Novels therapeutisch von Bedeutung (Vogt-Hillmann &

Burr, 1999; Mills & Crowley, 2011; Steiner & Kim Berg, 2009; Hartmann-Kottek, 2008). Sowohl das ressourcen- als auch das lösungsorientierte Potenzial von Cartoons, Comics und Graphic-Novels wurde von den Interviewpartner*innen aber wenig akzentuiert.

Abbildung 6 zeigt einen Comic-Strip des vom Autor betreuten Klienten G, der das Lösungsszenario einer erfolgreich bestandenen Prüfung mit einem für ihn bedeutsamen Comic-Wesen narrativ illustriert.

Abbildung 6:

Fallbeispiel Comic-Strip von Klient G („Dr Pikachu schafft die Prüfung“)



Ein weiterer Nutzen von kreativen Medien bzw. illustrierten Narrationen liegt in ihrem diagnostischen Potenzial. Kreative Medien diagnostisch zu nutzen wird von den Interviewpartner*innen differenziert wahrgenommen, von manchen positiv, von anderen mit Skepsis. Potenziale werden darin gesehen, über die Kombination kreativer Medien Phänomene entwicklungspsychologisch einzuordnen und etwas über das Strukturniveau herauszufinden (Handler & Thomas, 2014) oder mittels illustrierter Narrationen auch verlaufdiagnostisch zu nutzen. Verlaufsdiaagnosen lassen sich über

ein bildübergreifendes Narrativ in Cartoons, Comics und Graphic-Novels fassen, indem einzelne Bilder wie Zwischenstopps auf einer Reise gesehen werden können (Amendt-Lyon, 2006). Der diagnostische Zugang mancher Interviewpartner*innen kann bei kreativen Bildwerken auch im Sinne einer intuitiven intrinsischen und ästhetischen Diagnose (Roubai, Gecele & Francesetti, 2016) verstanden werden.

Nach Hartmann-Kottek (2008) werden kreative Medien im Such- und Präzisionsprozess der Problemkonstellation, bei der Bestandsaufnahme einer Zwischenbilanz, beim Suchen und Finden einer Lösung, zur Verlaufsdocumentation und bei strukturell schwachen Personen im Sinne einer Selbsterkenntnis eingesetzt. Dies spiegelt sich großteils auch in den Einschätzungen der Interviewpartner*innen wider.

Forschungsfrage 1a) Wie lassen sich illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels gestalttherapeutisch einsetzen?

Ein wesentliches, wenn auch limitierendes Ergebnis der Arbeit ist der geringe Stellenwert von Comics, Cartoons und Graphic-Novels für die Interviewpartner*innen. Diese haben aufgrund persönlicher Voraussetzungen, wie Prägung, Erfahrung oder Affinität, teilweise wenig Bezug zum Thema illustrierter Narrationen. Damit verbunden scheint auch das zugeschriebene hohe Anspruchsniveau von Comics, Cartoons und Graphic-Novels als kreative Angebote zu sein. Die Aussagen zu Einsatz, Zielgruppen, Therapiephase, Störungsbilder und dem Mehrwert basieren weniger auf praktischer Erfahrung, sondern auf individuellen Überlegungen. Viele Aussagen beziehen sich folglich auf kreative Medien im Allgemeinen. Der Einsatz kreativer Medien im gestalttherapeutischen Prozess ist für die Interviewpartner*innen auf unterschiedliche Weise möglich.

Einzel- und Gruppensetting bieten unterschiedliche Voraussetzungen, die förderlich oder hinderlich sein können, indem sie bspw. Konkurrenz schaffen oder Ängste auslösen. Hierbei kommt der Rolle des Therapeuten bzw. der Therapeut*in besondere Verantwortung zu, bspw. unterschiedliche Interessen und Resonanzen auszugleichen.

Da Cartoons, Comics und Graphic-Novels aus Sicht etlicher Interviewpartner*innen anspruchsvoll und komplex sind, werden zeitliche und räumliche Voraussetzungen für relevant gehalten. Besonders zur physischen Präsenz beim kreativen Gestalten gibt es divergierende Ansichten bei den Interviewpartner*innen. Diese zeigen sich auch in unterschiedlichen methodischen Ansätzen in der Literatur. So setzen das ‚Squiggle-

Spiel' nach Winnicott und die ‚Strukturierte Trauma-Intervention‘ (STI) nach Weinberg die Präsenz des Therapeuten bzw. der Therapeut*in voraus. Der Erfahrung des Autors nach, beeinflussen vor allem individuelle Voraussetzungen auf Klient*innen-Seiten sowie situative Faktoren und die eigene Intuition, wieweit eine kreative Gestaltung auch physische Präsenz auf Therapeut*innen-Seite erfordert.

Eine Möglichkeit, zeitlichen, räumlichen, aber auch ressourcen- und kompetenztechnischen Restriktionen auf der Klient*innen-Seite zu begegnen, ist die Abstrahierung vom gestalterischen Tun. So lassen die Interviewpartner*innen Bildgeschichten eher mittels vorgefertigter Bildkarten als durch aktives Zeichnen formen. Nur zwei Interviewpartner*innen setzen das Gestalten illustrierter Narrationen als kreative Angebote ein, als Comics in Form von Bild-Tagebüchern oder Collagen und in Form der Trauma-Arbeit nach Weinberg. Aber auch das Bildmaterial selbst kann weggelassen werden, indem Bildgeschichten imaginiert werden. Die ‚illustrierte‘ Narration findet dann in einem ‚Inneren Raum‘ statt, wobei die mit dem Zeichnen oder Malen verbundene Leiblichkeit fehlt (Hrouza, 2017).

Während kreative Medien von den Therapeut*innen meist aktiv in den Prozess eingeführt werden, berichten manche Interviewpartner*innen, dass kreative Ausdrucksformen über Comics oder Graphic-Novels von Klient*innen selbst gewählt werden. Praktisch alle Interviewpartner*innen weisen jedenfalls schon am Anfang auf die Möglichkeit kreativer Medien hin, wobei sowohl das Spektrum kreativer Medien wie auch die konkrete Ermutigung dazu von der persönlichen Prägung, Erfahrung und Affinität auf Therapeut*innen-Seite beeinflusst ist.

Als Gründe für kreative Angebote werden bspw. ungreifbare Situationen, Stillstand oder sprachliche Barrieren genannt. Wie diese dann eingeführt werden (geplant versus situativ/spontan bzw. zielgerichtet versus absichtslos), kann sehr divergieren und ist bei den Interviewpartner*innen oft vom Kontext (Institution versus Praxis bzw. zeitlichen und räumlichen Voraussetzungen) abhängig.

Bei der Kombination von Schreiben und Zeichnen/Malen findet sich bei den Interviewpartner*innen eine gewisse Tendenz, vom Bild auszugehen, vor allem bei Kindern und Jugendlichen. Dass bei illustrierten Narrationen in Form von Cartoons, Comics oder Graphic-Novels die Geschichte meist vor dem Bild besteht, könnte mit ein Grund für deren geringer Einsatz sein.

Die mit Narrationen verbundene zeitliche Bezogenheit (Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft) wurde von den Interviewpartner*innen wenig thematisiert, wobei vereinzelt der Nutzen der Zukunftsperspektive und eines Bewusstseins der Zeitebenen angesprochen wurde.

Ein wesentlicher Gesichtspunkt ist die therapeutischen Haltung zum kreativen Werk. In dieser Arbeit ist damit vor allem das hilfreiche Einnehmen eines ‚mittleren Modus‘ zwischen Anregung und Angst sowie die Deutung und Reflexion der kreativen Werke gemeint. Dabei wird von den Interviewpartner*innen sowohl einer deutenden Haltung wie auch einer deutungsfreien absichtslosen Haltung Wert beigemessen, die „zweckfreies Schaffen“ (Petzold & Orth, 1990, S. 219) ermöglicht.

Das laufende Reflektieren beim Einsatz kreativer Medien ist für alle Interviewpartner*innen wichtig. Was schließlich mit den kreativen Werken geschieht, wo bzw. bei wem diese verbleiben, hängt aus Sicht der Interviewpartner*innen vom therapeutischen Prozess und von den persönlichen Umständen auf Klient*innen-Seite ab.

Die von Interviewpartner*innen angesprochenen Gefahrenpotenziale wie ein kontraindizierter Einsatz bei bestimmten Störungsbildern, das Auslösen von Überforderung, Stress, (Leistungs-) Druck, Ängsten oder Beschämungen sowie die Gefahr der Machtausübung, die mit kreativen Angeboten verbunden sein kann (Gräf, 2013), müssen „gelehrt und ernst genommen werden“ (Amendt-Lyon, 2006, S. 21). Staemmler sieht in der „Bereitschaft zur Nicht-Bemächtigung“ ein „wesentliches Merkmal des Respekts vor dem Anderen [Klient*in] und seiner Andersheit“ (Staemmler, 2017, S. 112).

Forschungsfrage 1b) Für welche Zielgruppen eignen sich illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels?

Wie im Rahmen der ersten Forschungsfrage dargelegt, zeichnen sich Geschichten durch eine gewisse anthropologische Universalität aus. Dies spiegelt sich auch in der von den Interviewpartner*innen angesprochenen Zielgruppe für illustrierte Narrationen wider.

Ein Teil der befragten Personen sieht die Zielgruppe sehr weit gefasst, unabhängig von Alter, Intellekt, Herkunft und sprachlichem Hintergrund. Während für manche Interviewpartner*innen der individuelle Zugang des Klienten bzw. der Klient*in

entscheidend ist, der sich aus der persönlichen Lebensgeschichte und biographischen Prägung ergibt, steht für andere das Strukturniveau im Vordergrund.

Der individuelle Zugang ist auch deshalb von Bedeutung, weil illustrierte Narrationen als anspruchsvolle kreative Medien gesehen werden. Während manche Interviewpartner*innen „handwerkliches Geschick“ voraussetzen geht es für andere ums Ermutigen. Hierbei spielen nicht nur individuelle Voraussetzungen auf Therapeut*innen-Seiten eine Rolle, wie die Sozialisierung mit Cartoons, Comics und Graphic-Novels und ein damit zusammenhängendes Interesse. Auch die Beziehung zwischen Klient*in und Therapeut*in beeinflusst, was Klient*innen zugetraut wird.

Im Hinblick auf das Strukturniveau gibt es bei den Interviewpartner*innen unterschiedliche Sichtweisen. Während manche den Einsatz kreativer Angebote in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels erst ab einem bestimmten Strukturniveau sinnvoll findet, würden andere diese auch bei niedrigerem Integrationsniveau einsetzen, um Struktur zu geben.

Die Struktur einer erwachsenen Person kann demnach als Ergebnis eines Reifungsprozesses verstanden werden, für den zunehmende Differenzierung und Integration kennzeichnend ist, was die Möglichkeiten zur Selbst- und Beziehungsregulation, Selbstaktualisierung und kreative Anpassung an aktuelle Lebensumstände unterstützt. (Hochgerner & Klampfl, 2020, S. 46)

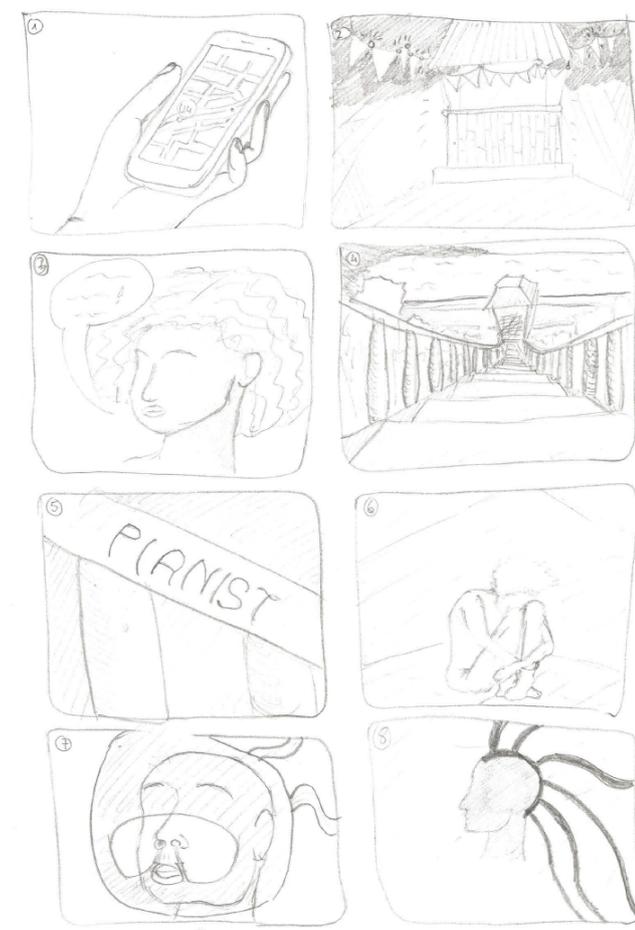
Das Alter hat für alle Interviewpartner*innen keine große Bedeutung, sondern ist eher indirekt für das Abholen und Erreichen der Personen im therapeutischen Prozess zu berücksichtigen. Dazu kontrastierend ist interessant, dass narrative kreative Ansätze wie die ‚Cartoon Therapy‘ nach Mills & Crowley , die ‚Strukturierte Trauma-Intervention‘ nach Weinberg oder das ‚Squiggle-Spiel‘ nach Winnicott vor allem für den Einsatz in der Psychotherapie von Kindern und Jugendlichen entwickelt wurden (Weinberg, 2020; Mills & Crowley, 2011; Vogt-Hillmann & Burr, 1999). Aus Sicht der Interviewpartner*innen wird das durch die Kinder- und Jugend-gemäße Sprache vieler Cartoons, Comics und Graphic-Novels erleichtert. Aber nicht nur Jugendliche und junge Erwachsene könnten damit leichter begeistert werden, sondern auch Menschen, die als Kinder gerne Comics gelesen haben. Darüber hinaus können solche kreativen Angebote gerade für

Menschen hilfreich sein, die „Schwierigkeiten mit der Realität“ und Zeitfolge haben. So machte auch Günter (2017) die Erfahrung, dass „mit schwer kranken psychiatrischen Patient[*inn]en bis hinein ins Erwachsenenalter die Anwendung des Squiggle-Spiels in manchen Fällen das Eis bricht und es plötzlich zu einem sehr lebendigen Austausch kommt“ (S. 12).

Aus Sicht der Interviewpartner*innen finden kreative Angebote sowohl bei Menschen mit sprachlichen Defiziten oder anderem sprachlichen Hintergrund Einsatz, wie auch bei wortgewandten, sprachlich differenzierten Menschen. Selbst bei fehlender Sprachlichkeit können illustrierte Narrationen eine Geschichte erzählen. Abbildung 7 zeigt das Narrativ eines Traumes des vom Autor betreuten Klienten G, dessen Illustration weitgehend ohne Sprache auskommt.

Abbildung 7:

Fallbeispiel Narrativ eines Traumes von Klient G



Forschungsfrage 1c) In welcher Phase einer Psychotherapie können illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels eingesetzt werden?

Unter den Interviewpartner*innen besteht weitgehender Konsens darüber, dass kreative Medien im gesamten Prozessverlauf Einsatz finden können. Dieser erfolgt dann meist situativ, abhängig von den Voraussetzungen auf Klient*innen- und Therapeut*innen-Seite (z.B. Prägung, Vertrautheit, Affinität), der Begegnungs- und Gruppendynamik sowie therapeutischen Intuition. Gestalttherapeutisch betrachtet legt das Konzept der schöpferischen Anpassung „ein adaptives und spontanes Mitschwingen mit dem Leben in dieser Welt nahe“ (Parlett, 2006, S. 61).

Manche Interviewpartner*innen setzen kreative Medien bereits in der Anfangsphase einer Psychotherapie ein, bspw. um eine Brücke zu bauen und Rapport herzustellen oder schon früh soziale Situationen darstellbar zu machen. Andere dagegen setzen diese erst nach einem Vertrauensaufbau oder einer grundlegenden Erzählung ein. Praktisch alle Interviewpartner*innen informieren ihre Klient*innen über entsprechende Möglichkeiten. Cartoons, Comics und Graphic-Novels als spezifische Möglichkeiten kreativer Angebote kommen dabei aber nicht zur Sprache.

In der Abschlussphase können über kreative Medien nochmals Therapieverläufe abgebildet werden und so Grundlage eines Resümees sein. Dieses mündete mitunter auch in eine Publikation als Comic-Buch. Gerade was die Abbildung von Verläufen betrifft, bieten illustrierte Narrationen vielfältige Möglichkeiten (Hartmann-Kottek, 2008).

Forschungsfrage 1d) Bei welchen Störungsbilder können illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels eingesetzt werden?

Wie bei der Forschungsfrage 1b bereits angesprochen, hängt die Bereitschaft zum kreativen Einsatz illustrierter Narrationen auch vom psychischen Störungsbild des Klienten bzw. der Klient*in ab. Da es seitens der Interviewpartner*innen wenig Erfahrung mit Cartoons, Comics und Graphic-Novels als kreative Angebote gibt, beziehen sich die Aussagen dazu allgemeiner auf kreative Angebote mit narrativem Charakter.

Am häufigsten werden von den Interviewpartner*innen Störungsbilder in den Symptomabschnitt F40-F49 bzw. F50-59 des ICD-10 genannt, also Neurotische, Belastungs- und somatoforme Störungen sowie Verhaltensauffälligkeiten mit

körperlichen Störungen und Faktoren. Konkreter genannt werden Angststörungen, Traumata und Somatisierungsstörungen. Daneben werden Störungen im Symptomabschnitt F60-F69, also Persönlichkeits- und Verhaltensstörungen, sowie im Symptomabschnitt F10-F19, also Psychische und Verhaltensstörungen durch psychotrope Substanzen bzw. Sucht, angesprochen. Divergierende Meinungen gibt es zum Einsatz kreativer Angebote mit narrativem Charakter beim ICD-10-Symptomabschnitt F20-F29, also bei Schizophrenie, schizotype und wahnhaftige Störungen. Während manche konkrete Einsatzpotenziale sehen, sind andere hierbei vorsichtig.

Für Günter (2017) ist das ‚Squiggle-Spiel‘ nach Winnicott bei schweren psychischen Störungen im Kindesalter, wie etwa Psychosen, hilfreich. Wenn aus seiner Sicht das Kritzeln diffuse Ängste in eine Form bringt, diese handhabbarer macht und eine Distanzierung ermöglicht, so lässt sich dies vielleicht auch auf Cartoons, Comics und Graphic-Novels übertragen, wo Ängste in einem Rahmen „projiziert und magisch gebannt“ werden können (Günter, 2017, S. 13).

Aber nicht nur psychische Störungen, sondern auch schwere physische Erkrankungen können eine Grundlage für den Einsatz kreativer Angebote mit narrativem Charakter sein. Abgesehen davon, dass schwere physische Erkrankungen meist auch mit psychischen Belastungsfaktoren einhergehen, haben diese meist einen Verlaufscharakter. Kreativer Angebote mit narrativem Charakter können dabei die Krankheitsverarbeitung unterstützen (Czerwiec et al., 2015).

Für Amendt-Lyon (2006) ist bei der „Förderung kreativen Ausdrucks und schöpferischer Interaktion [...] die kategorische Handhabung von Indikation und Gegenindikation bestimmter Materialien und Methoden bei gewissen Störungen und Störungsbildern [...] mehr Hürde als hilfreiche Unterstützung“. Analog zur prozessorientierten Haltung bei der Diagnostik ist ein prozessorientierter Ansatz „auch bei der Anwendung künstlerischer Materialien und Methoden praktikabel“ (Amendt-Lyon, 2006, S. 20)

Forschungsfrage 2) Welchen Mehrwert hat die Kombination von Schreiben und Zeichnen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels gegenüber anderen kreativen Techniken?

Kreative Medien zeichnen sich durch ihren Symbolcharakter aus, finden in einem spezifischen Setting mit räumlichen und zeitlichen Voraussetzungen statt und haben für Klient*in wie auch Therapeut*in bestimmte Erfahrungs- und Beziehungsdimensionen.

Die Kombination von Schreiben und Zeichnen in Form illustrierter Narrationen zu einem spezifischen kreativen therapeutischen Angebot zu machen impliziert einige Besonderheiten.

So wird der aktiven Gestaltung von Cartoons, Comics und Graphic-Novels in den Interviews ein Komplexitäts- und Anspruchsniveau zugesprochen, die sie für manche Interviewpartner*innen nur eingeschränkt einsetzbar machen. Deshalb verlagern manche der Interviewpartner*innen die Gestaltung in die Imagination. Werden Cartoons, Comics und Graphic-Novels dagegen als Kombination von aktivem Schreiben und Zeichnen zu einer Bildgeschichte gestaltet, so handelt sich um eine leibliche Erfahrung, was von praktisch allen Interviewpartner*innen auch so angesprochen wird. Diese leibliche Erfahrung impliziert diverse Vorzüge, wie eine damit verbundene Tiefung, stärkere Plastizität, eine Verstärkung des Ausdrucks oder auch eine größere Nähe zum Thema. Diese leibliche Erfahrung ist aber auch mit diversen anderen kreativen Medien verbunden.

Der Mehrwert einer Kombination von aktivem Schreiben und Zeichnen zu einer Bildgeschichte liegt aus Sicht der Interviewpartner*innen im Besonderen (a) in der anthropologische Universalität von Geschichten, (b) in der Gestaltbarkeit von Geschichten über Zeit und Raum und (c) im Potenzial der Strukturierung und Förderung mittels illustrierter Narrationen.

(a) Universalität von Geschichten:

Indem menschliches Leben stets über Geschichten erfasst wird, sehen die Interviewpartner*innen diese auch unabhängig von Alter, Intellekt, Herkunft und sprachlichem Hintergrund. Menschen sind generell für Geschichten empfänglich, diese werden auch besser gemerkt. Sie sind besser verankert und verfügbar. Die Universalität von illustrierten Geschichten drückt sich auch darin aus, dass sie sowohl bei sehr gut

ausgeprägter, wie auch mangelnder Sprachlichkeit eingesetzt werden können. Selbst bei fehlender Sprachlichkeit können illustrierte Narrationen eine Geschichte erzählen. Es ist auch etwas befriedigendes, eine ganze Geschichte zu zeichnen. Geschichten haben demnach einen Wert, auch ohne etwas damit zu bezwecken oder zum Ausdruck zu bringen. Die eigene Seelenlandschaft bekommt Zeit und Raum.

(b) Gestaltbarkeit von Geschichten über Zeit und Raum:

Ein weiterer Aspekt ist die Gestaltbarkeit von Geschichten über Raum und Zeit. Es kann eine Identität über die Zeit ausgedrückt oder gefunden werden, Zeitebenen und Zukunftsperspektiven können veranschaulicht oder eine Gleichzeitigkeit im Bild erfahren werden. Wandlungsfähigkeit, Veränderbarkeit und Entwicklungsfähigkeit können erlebt und Lösungswege aufgezeigt werden. Comics können Klient*innen auch mit dem eigenen „Kind-Ich“ verbinden und die Regression fördern. Abbildungen 8 und 9 zeigen die erlebte Wandlung emotionalen Erlebens als kindliche Repräsentanz des vom Autor betreuten Klienten G in Form eines Comics (Abbildung 8) und einer Graphic-Novel (Abbildung 9).

Abbildung 8:

Fallbeispiel Comic von Klient G (Ausschnitt)

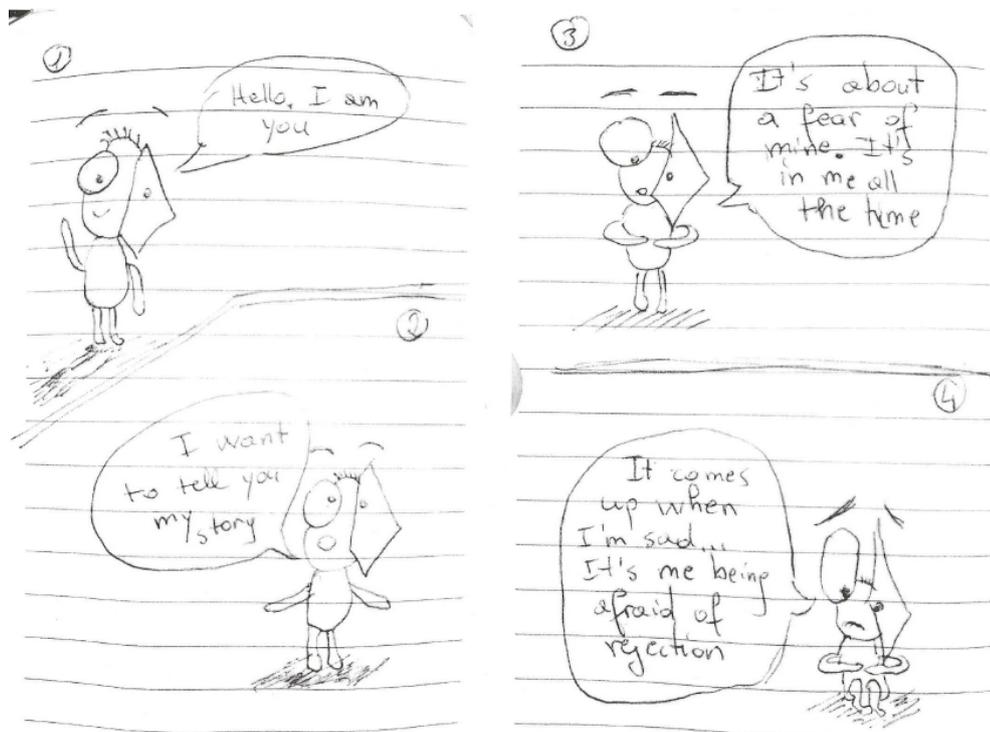


Abbildung 9:

Fallbeispiel Graphic-Novel von Klient G (Ausschnitt)



I felt ...
Fear...



I met then him.
He said he wanted
my **CANDLE** and
its **LIGHT**...
He was big and
made my **fear** in
my chest bigger.
I said no ... I needed
my candle to walk
in the dark..
otherwise... I would be
lost.....



That's when I felt
something new.
I felt ... **COURAGE**.
It made my tummy
warm and my arms
strong...
He became small
... and I wasn't afraid
anymore.

**This feels nice ... w
Like my CANDLE.**



I kept walking ... or
walking... and walk
So many **weird
creatures** ... why
do they want my
candle?
It's mine ...
But where am I going?
Is there nothing else but
DARKNESS?



Along the way, I met another
one. He looked similar to
me, but he was pretty.
His eyes were big, his smile
shiny, his hair yellow...

Then he gives me a **rose**
SUCH A PRETTY ROSE.

I understood that no one
ever gave me anything.
It felt nice ... it felt good.
But I didn't know what
the **blue eyed boy** wanted.

He said he wanted me for
himself... that I should be
his **own pretty rose**.
To be his...? ... To be wanted...?
That was new... I said "Yes."

(c) Strukturierung und Förderung:

Comics im Speziellen können eine Struktur geben, indem sie einen Rahmen bieten, „bildhaft zeitliche Abläufe“ strukturieren (Titze, 2012, S. 152) und allgemein verständliche Codes einsetzen.

Die anthropologische Ausrichtung der Gestalttherapie geht davon aus, dass die Menschen bemüht sind, ihre Erfahrungen in einem sinnvollen, strukturierten und geregelten Ganzen zu organisieren, und dass dieser schöpferische Akt die Grundlage gesunden Funktionierens bildet. (Amendt-Lyon, 2006, S. 8)

In diesem Sinne können sie auch fördernd eingesetzt werden, bspw. für Resilienz, Selbstaussdruck, Selbstfürsorge, Kommunikation und reflexive Kompetenz. Klient*innen können sich in einer Kompetenz erleben und sich und andere damit begeistern. Im Zuge der Entstehung einer Gestalt in Form eines Cartoons, Comics oder einer Graphic-Novel kann Selbstwirksamkeit kreativ erlebt werden, indem „die am therapeutischen Prozess Beteiligten schöpferische Neugierde und Experimentierfreudigkeit an den Tag legen, was wiederum die Chancen, unter den jeweiligen Gegebenheiten einer Situation optimale Ergebnisse zu erzielen, erheblich steigert“ (Amendt-Lyon, 2006, S. 7).

LIMITIERUNGEN

Limitierungen dieser Arbeit sind, dass nur acht Interviews die Grundlage für die empirische Erschließung von Erfahrungswerten und Ideen zum Einsatz illustrierter Narrationen bilden. Zudem haben nur wenige der Interviewpartner*innen eine Affinität zu Cartoons, Comics oder Graphic-Novels und eine entsprechende therapeutische Erfahrung damit. Der persönliche Erfahrungshintergrund, die lebensgeschichtliche Prägung und die damit zusammenhängende Affinität auf Therapeut*innen-Seite sind aber wichtige Faktoren, die sich über das Sampling auf die Ergebnisse auswirken. Demzufolge stand in den Expert*inneninterviews stärker Grundlegendes zum psychotherapeutischen Einsatz kreativer Medien im Vordergrund.

Eine theoretische Limitierung der Arbeit ist, dass das Themenspektrum von Cartoons, Comics, Graphic-Novels so weit gefächert ist, dass eine Aufarbeitung aller damit verbundenen Theorie- und Praxisbezüge in den verschiedenen Biblio-, Kunst- und

Psychotherapeutischen Disziplinen kaum möglich ist. Mit der Arbeit war eine Auswahl theoretischer und konzeptioneller Bezüge verbunden.

AUSBLICK

Bezugnehmend auf die Limitierungen beim Sampling wären weitere Interviews mit Psychotherapeut*innen sinnvoll, die Cartoons, Comics oder Graphic-Novels aktiv und intensiv als kreative Angebote einsetzen, unabhängig von ihrer psychotherapeutischen Fachrichtung.

Weiters wäre die Untersuchung der Potenziale für relationale illustrierte Narrationen interessant. Neben dem ‚Squiggle-Spiel‘ nach Winnicot und der ‚Strukturierten Trauma-Intervention‘ (STI) nach Weinberg könnten weitere Ansätze der gemeinsamen Gestaltung von Bildgeschichten durch Klient*in und Therapeut*in beforscht werden.

Eine weitere inhaltliche Spezifizierung könnte eine Analyse der Potenziale von Bildgeschichten in ‚Inneren Räumen‘ (Hrouza, 2017) sein. Hier wären auch Bezüge zu anderen psychotherapeutischen Schulen wie der ‚Katathym Imaginativen Psychotherapie‘ (KIB) herzustellen. Auch die Frage einer Kombination von aktivem Gestalten (Zeichnen, Malen, Schreiben) und ‚Inneren Räumen‘ wäre von Interesse, insbesondere bei Ein-Bild-Cartoons. Es könnten Potenziale für eine produktive Schnittstelle von leiblicher und imaginerter Gestaltung untersucht werden.

Praxisrelevant wäre auch eine Untersuchung des Potenzials von Cartoons, Comics und Graphic-Novels als Tools zur Förderung psychischer Strukturbildung oder für Verlaufsdiaagnosen.

Für die angesprochenen Themen- und Fragestellungen eignen sich qualitative Forschungsdesigns. Daneben könnte der Stellenwert und psychotherapeutische Nutzen von Cartoons, Comics und Graphic-Novels auch quantitativ untersucht werden. Beispielsweise könnte eine größere Anzahl praktizierender Psychotherapeut*innen mittels strukturiertem Fragebogen adressiert werden. Es könnten aber auch Menschen mit regelmäßigem Konsum von Cartoons, Comics und Graphic-Novels im Hinblick auf Themen wie psychische Gesundheit, Resilienz, Strukturierungsgrad, psychotherapeutischer Erfahrung zum Gegenstand einer quantitativen Studie werden. Daraus ließen sich Rückschlüsse auf die Einsatzpotenziale von Cartoons, Comics und Graphic-Novels als kreative Medien treffen.

Schließlich bietet sich auch noch die Möglichkeit von Einzelfallstudien, in denen der Einsatz und die Effekte von Cartoons, Comics und Graphic-Novels als illustrierte Narrationen in laufenden Psychotherapien untersucht werden. Besonders wäre auch die Frage von Interesse, welche Einsatzpotenziale sich in spezifischen Settings bewähren.

IMPLIKATIONEN FÜR DIE PRAXIS

Palmetshofer (2019) folgend gilt bei der therapeutischen Gestaltung von Cartoons, Comics und Graphic-Novels: weniger ist mehr. Es geht nicht um handwerkliches Geschick, sondern um Ermutigung. Dies reduziert Ängste und Erwartungshaltungen. Cartoons, Comics und Graphic-Novels bieten durch ihre Gestaltungselemente (Panels, Sprechblasen, lautmalerische Sprache, etc.) und mittels Symbolen oder Metaphern Möglichkeiten, auch mit einfachsten Mitteln (Strichfiguren, simple Vorher-/Nachher-Bilder, etc.) eine therapeutische Wirkung zu erzielen. Die Gestaltungselemente können dabei auch zur psychischen Strukturbildung beitragen.

Cartoons, Comics und Graphic-Novels können vielfältig und in jeder Phase des Prozesses eingesetzt werden. Weder bestimmte Settings noch die Absenz eines therapeutischen Gegenübers sind Ausschließungsgründe. Wenn der bzw. die Psychotherapeut*in einen Bezug herzustellen vermag, dann haben zeitliche, räumliche oder handwerkliche Einschränkungen eine untergeordnete Bedeutung. Gerade Cartoons mit einem Bild oder Comic-Strips mit drei Bildern haben Potenzial, auch in Einzeltherapie-Stunden produktiv eingesetzt zu werden. Wenn Psychotherapie als kreativer künstlerischer Prozess verstanden wird (Zinker, 1993), dann gilt dies für den Einsatz illustrierter Narrationen als kreative Medien ganz besonders.

FAZIT - ILLUSTRIERTE NARRATIONEN ALS KREATIVE MEDIEN DER INTEGRATIVEN GESTALTHERAPIE

Illustrierte Narrationen in Form von Cartoons, Comics und Graphic-Novels sind kreative Angebote mit großem therapeutischen und diagnostischen Potenzial. Sie drücken auch ein mit der Integrativen Gestalttherapie konzeptionell verbundenes narratives, konstruktivistisches und relationales Erkenntnisverständnis aus.

In Expert*innen-Interviews mit acht Gestalttherapeut*innen wurde die Erfahrung und Einschätzungen zum Thema erhoben. Ein überraschendes Ergebnis ist, dass auf Seiten der Interviewpartner*innen wenig Bezug zum Themenfeld Comics, Cartoons und

Graphic-Novels als kreative Angebote besteht und diesen eine Komplexität zugesprochen wird, die nicht zwingend erforderlich ist.

Der therapeutische Nutzen illustrierter Narrationen liegt im Integrieren szenischen und sprachlichen Erlebens sowie Verbinden von Intellekt und Emotion, im Aktivieren und Bewusstmachen von Dynamiken, Ressourcen oder Zeitebenen, im Erweitern durch Mehrperspektivität, im Umschalten zwischen Tiefung und Distanzierung bzw. Wechseln des Verarbeitungs- und Symbolisierungsmodus, im Transformieren, Brücken bauen und Rapport herstellen. Illustrierte Narrationen haben eine Kontaktfunktion auch außerhalb der therapeutischen Begegnung und finden im Feld einer relationalen Beziehung statt. Relationalität impliziert dabei auch eine Wechselwirkung der Voraussetzungen von Therapeut*in und Klient*in, wie Erfahrung, Affinität und die Bereitschaft sich einzulassen. Die persönlichen lebensweltlichen Voraussetzungen auf beiden Seiten dürften einen stärkeren Einfluss auf das Wirkpotenzial illustrierter Narrationen haben, als die Angebote selbst. Illustrierte Narrationen nutzen Symbole und Metaphern zur Ressourcenstärkung, unterstützen die Lösungsfindung und haben diagnostisches Potenzial. Indem sich das Strukturniveau offenbart, können Phänomene entwicklungspsychologisch eingeordnet und verlaufdiagnostisch genutzt werden.

Für den Einsatz illustrierter Narrationen ist der individuelle lebensgeschichtliche Zugang der Klient*innen und das Strukturniveau bedeutsamer als das Alter, obwohl entsprechende Ansätze vor allem für Kinder und Jugendliche entwickelt wurden. Die Kinder- und Jugend-gemäße Sprache vieler Cartoons, Comics und Graphic-Novels erleichtert den Zugang, auch bei Menschen, die gerne Comics lesen bzw. gelesen haben. Aber auch bei fehlender Sprachlichkeit können illustrierte Narrationen Geschichten erzählen. Da illustrierte Narrationen als anspruchsvolle kreative Medien gesehen werden, wird oft handwerkliches Geschick vorausgesetzt oder alternativ die Gestaltung in die Imagination verlagert. Vorrangig geht es aber ums Ermutigen, wobei individuelle Voraussetzungen auf Therapeut*innen-Seiten und die Beziehung zwischen Klient*in und Therapeut*in eine Rolle spielen. Während manche ein bestimmtes Strukturniveau voraussetzen, sehen andere in illustrierten Narrationen ein Potential, Struktur zu geben. Einsatzfelder sind vor allem Neurotische, Belastungs- und somatoforme Störungen, aber auch Persönlichkeits- und Verhaltensstörungen sowie Störungen aufgrund psychotroper Substanzen bzw. Sucht. Divergierende Meinungen

gibt es bei Schizophrenie, schizotype und wahnhaften Störungen, wo Vorsicht überwiegt. Auch bei schweren physischen Erkrankungen können kreative Angebote mit narrativem Charakter die Krankheitsverarbeitung unterstützen.

Kreative Medien können im gesamten Prozessverlauf Einsatz finden. Während es zu Beginn oft um Rapport geht, sind im weiteren Prozess oft ungreifbare Situationen, Stillstand oder sprachliche Barrieren Gründe für einen Einsatz. Am Ende einer Therapie geht es dann um Rückschau und eine Verlaufsdokumentation. Der Einsatz erfolgt meist situativ, abhängig von den Voraussetzungen auf Klient*innen- und Therapeut*innen-Seite, der Begegnungs- und Gruppendynamik sowie therapeutischen Intuition. Wie geplant oder spontan, zielgerichtet oder absichtslos kreative Medien eingeführt werden, kann sehr divergieren und ist oft vom Kontext abhängig. Dass bei der Kombination von Schreiben und Zeichnen tendenziell vom Bild ausgegangen wird, bei illustrierten Narrationen die Geschichte aber zumeist vor dem Bild besteht, könnte die Bereitschaft um Einsatz senken. Auch zeitliche und räumliche Restriktionen bzw. Einzel- und Gruppensetting können förderlich oder hinderlich sein, indem sie bspw. Konkurrenz schaffen oder Ängste auslösen. Der therapeutischen Rolle kommt besondere Verantwortung zu, etwa unterschiedliche Interessen oder Resonanzen auszugleichen. Dabei kann sowohl eine deutende wie auch deutungsfreie Haltung Sinn machen. Gefahrenpotenziale sind ein kontraindizierter Einsatz bei bestimmten Störungsbildern, Überforderung, Stress, Druck, Ängste oder Beschämungen sowie die Gefahr der Machtausübung, die mit kreativen Angeboten verbunden sein kann.

Der Mehrwert illustrierter Narrationen im Sinne einer Kombination von aktivem Schreiben und Zeichnen liegt in der anthropologische Universalität und Gestaltbarkeit von Geschichten über Zeit und Raum sowie im Potenzial der Strukturierung und Förderung. Auch wenn die empirischen Ergebnisse eine limitierte Aussagekraft haben, so zeigen sie in Verbindung mit bestehenden Ansätzen der Literatur auch Implikationen für die Praxis auf. Für die therapeutische Gestaltung von Cartoons, Comics und Graphic-Novels gilt: weniger ist mehr. Mit einfachsten Gestaltungselementen, Symbolen und Metaphern kann eine therapeutische Wirkung erzielt werden. Weder handwerkliches Geschick, noch Setting oder Präsenz eines therapeutischen Gegenübers stehen im Vordergrund, sondern persönlicher Bezug, Intuition, Kreativität und Ermutigung auf Seiten der Therapeut*innen.

Literaturverzeichnis

- Amendt-Lyon, N. (2006). Auf dem Weg zu einem gestalttherapeutischen Konzept zur Förderung des schöpferischen Prozesses. In M. Spagnuolo Lobb & N. Amendt-Lyon, N. (Hrsg.), *Die Kunst der Gestalttherapie. Eine schöpferische Wechselbeziehung* (S. 7-25). Wien: Springer.
- Bläser, S. (2016). „Narrative Identität“ vor dem Hintergrund integrativer Konzepte und poesie- und bibliothераapeutischer Praxis. *Heilkraft der Sprache und Kulturarbeit*, 15, S. 1-31
- Bogner, A., Littig, B. & Menz, W. (2014). *Interviews mit Experten: Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Brockmeier, J. & Harré, R. (2005). Die narrative Wende: Reichweite und Grenzen eines alternativen Paradigmas. *Psychologie und Gesellschaftskritik*, 29, 31-57.
- Brown, C. & Augusta-Scott, T. (Eds., 2007). *Narrative Therapy. Making meaning, making lives*. Thousand Oaks: Sage.
- Bruner, J. (1997). *Sinn, Kultur und Ich-Identität. Zur Kulturpsychologie des Sinns*. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme.
- Burley, T. (2006). Die Neurowissenschaft der Kreativität: Eine gestalttherapeutische Perspektive. In M. Spagnuolo Lobb & N. Amendt-Lyon, N. (Hrsg.), *Die Kunst der Gestalttherapie. Eine schöpferische Wechselbeziehung* (S. 95-106). Wien: Springer
- Cummings, J.A., Hayes, A.M., Sebastian Saint, D. & Park, J. (2014). Expressive writing in psychotherapy: A tool to promote and track therapeutic change. *Professional Psychology: Research and Practice*, 45, 378-386.

- Czerwiec, M.K., Williams, I., Merrill Squier, S., Green, M.J., Myers, K.R. & Smith, S.T. (2015). *Graphic medicine manifesto*. University Park: University of Pennsylvania Press.
- Dilling, H & Freyberger, H.J. (2016). *Taschenführer zur ICD-10-Klassifikation psychischer Störungen* (8 Auflage). Bern: Hogrefe.
- Eberhart, H. & Knill, P.J. (2010). *Lösungskunst. Lehrbuch der kunst- und ressourcenorientierten Arbeit* (2. Auflage). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Farrelly, F. & Brandsma, J.M. (2005). *Provokative Therapie*. Heidelberg: Springer.
- Flick, U., von Kardoff, E. & Steinke, I. (Hrsg., 2004). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch* (3. Auflage). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Franzke, E. (1977). *Der Mensch und sein Gestaltungserleben. Psychotherapeutische Nutzung kreativer Arbeitsweisen*. Bern: Hans Huber.
- Freedman, J. & Combs, G. (1996). *Narrative Therapy. The social construction of preferred realities*. New York: W.W. Norton.
- Froschauer, U. & Lueger, M. (2003). *Das qualitative Interview*. Wien: Facultas.
- Froschauer, U. & Lueger, M. (2009). *Interpretative Sozialforschung: Der Prozess*. Wien: Facultas.
- Froschauer, U. & Lueger, M. (2020). *Das qualitative Interview* (2. Auflage). Wien: Facultas.
- Fuhr, R. & Amendt-Lyon N. (2000). Gestalttherapie. In G. Stumm & A. Pritz (Hrsg.), *Wörterbuch der Psychotherapie* (S. 245). Wien: Springer.

- Gergen, K. (2002). *Konstruierte Wirklichkeiten. Eine Einführung zum sozialen Konstruktivismus*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Ghiassi V., Dimaggio G. & Brüne M. (2010). Dysfunctions in understanding other minds in borderline personality disorder: A study using cartoon picture stories. *Psychotherapy Research*, 20, 657-667.
- Gräf, H. (2013): *Verwendung von Elementen der Populärkultur in der Psychotherapie*. Department für Psychotherapie und. Biopsychosoziale Gesundheit an der Donau-Universität Krems.
- Grossmann, K.P. (2016). *Psychotherapie mit Männern*. Heidelberg: Carl-Auer.
- Günter, M. (2017). Kugelfische, Frankensteins und Oschis. Winnicotts Squiggletechnik in der kinderanalytischen und kinderpsychiatrischen Arbeit. *ÖAGG Feedback, Zeitschrift für Gruppentherapie und Beratung*, 2017, 6-21.
- Handler, L. & Thomas, A.D. (2014). *Drawings in assessment and psychotherapy*. New York: Routledge.
- Hartmann-Kottek, L. (2008). *Gestalttherapie* (2. Auflage). Berlin: Springer.
- Heimes, S. (2012). *Warum Schreiben hilft. Die Wirksamkeitsnachweise zur Poesietherapie*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Heimes, S., Rechenberg-Winter, P. & Haußmann, R. (Hrsg., 2013). *Praxisfelder des kreativen und therapeutischen Schreibens*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hitzler, R. & Eberle, T.S. (2004). Phänomenologische Lebensweltanalyse. In U. Flick, E. von Kardoff & I. Steinke (Hrsg.), *Qualitative Forschung. Ein Handbuch* (S. 109-118, 3. Auflage). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

- Hochgerner, M. (2015). *Die Verwendung von Gegenständen in der Psychotherapie*. Saarbrücken: Akademiker Verlag.
- Hochgerner, M., Hoffmann-Widhalm, H., Nausner, L., Wildberger, E. (Hrsg., 2018). *Gestalttherapie* (2. Auflage). Wien: Facultas.
- Hochgerner, M. & Klampfl, P. (2020). Frau F. sorgt zunehmend für sich selbst. Prozessurale strukturbezogene Diagnostik in der Integrativen Gestalttherapie (IG). *Psychotherapie Forum*, 24, 45-54.
- Hrouza, A. (2017). Innere Bilder – Innere Räume und das ihnen innewohnende kreative schöpferische Potenzial. In H. Neumayr & P. Klampfl (Hrsg.), *Spektrum der Integrativen Gestalttherapie* (S. 104-146). Wien: Facultas.
- Hudson, M. (2008). *Art Therapy, Narrative Therapy, and the comic format: An investigation of a triadic synthesis*. Master-Thesis. Montreal: Concordia University.
- Knaevelsrud, C. & Böttche, M. (2013). Writing therapy after traumatic events: Therapeutic approaches and mechanisms of change. *Psychotherapie, Psychosomatik, Medizinische Psychologie*, 63, 391-397.
- Knill, P. (1990). Neue Entwicklungen der Therapie mit kreativen Medien. In H. Petzold & I. Orth (Hrsg.), *Die neuen Kreativitätstherapien: Handbuch der Kunsttherapie* (S. 93-111). Paderborn: Junfermann.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2003). *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Largo-Marsh, L., & Spates, C. R. (2002). The effects of writing therapy in comparison to EMD/R on traumatic stress: The relationship between hypnotizability and client

expectancy to outcome. *Professional Psychology: Research and Practice*, 33, 581–586.

Maragos, M. (2017). *Gestalttherapie*. Stuttgart: Kohlhammer.

Maturana, H.R. & Varela, F.J. (1987) *Der Baum der Erkenntnis. Die biologischen Wurzeln menschlichen Erkennens*. Bern: Scherz.

Mayring, P. (2002). *Einführung in die Qualitative Sozialforschung* (5. Auflage). Weinheim: Beltz.

McCloud, S. (1993). *Understanding comics. The invisible art*. New York: HarperCollins.

Melnick, J. & March Nevis, S. (2006). Kreativität in intimen Langzeitbeziehungen. In: M. Spagnuolo Lobb & N. Amendt-Lyon, N. (Hrsg.), *Die Kunst der Gestalttherapie. Eine schöpferische Wechselbeziehung* (S. 259-271). Wien: Springer.

Menzen, K.H. (2016). *Grundlagen der Kunsttherapie* (4. Auflage). München: Ernst Reinhardt (UTB).

Meuser, M. & Nagel, U. (2009). Das Experteninterview — konzeptionelle Grundlagen und methodische Anlage. In S. Pickel, G. Pickel, H.J. Lauth & D. Jahn (Hrsg.), *Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft* (S. 465-478). VS Verlag für Sozialwissenschaften

Mills, J.C. & Crowley, R. (2011). *Therapeutische Metaphern für Kinder und das Kind in uns* (4. Auflage). Heidelberg: Carl-Auer Verlag.

Mogk, C., Otte, S., Reinhold-Hurley, B. & Kröner-Herwig, B. (2006). Die Wirkung expressiven Schreibens über belastende Erfahrungen auf die Gesundheit - eine Metaanalyse. *GMS Psycho-Sozial-Medicine*, 3, 1-9.

- Mortola, P. (1999). Narrative Formation and Gestalt Closure: Helping Clients Make Sense of "Disequilibrium" Through Stories in the Therapeutic Setting. *Gestalt Review*, 3, pp. 308-320.
- Nausner, L. (2018). Begriffe und Konzepte der Gestalttherapie – Grundlagen und Entwicklungen. In M. Hochgerner, H. Hoffmann-Widhalm, L. Nausner & E. Wildberger (Hrsg.), *Gestalttherapie* (S. 109-131, 2. Auflage). Wien: Facultas.
- Orth, I. (2000). Kreative Medien und Methoden. In G. Stumm & A. Pritz (Hrsg.), *Wörterbuch der Psychotherapie* (S. 385). Wien: Springer.
- Orth, I. & Petzold, H. (2015a). Kreatives Schreiben als WEG der Kokreativität. *Heilkraft der Sprache und Kulturarbeit*, 3, 1-11.
- Orth, I. & Petzold, H. (2015b). Zur „Anthropologie des schöpferischen Menschen“. *Polyloge*, 2015, 92-117
- Palmeshofer, S. (2019). Geek out and do good - comics als graphic medicine in der Integrativen Poesie- und Bibliothherapie. *Heilkraft der Sprache und Kulturarbeit*, 16, 1-18.
- Pennebaker, J.W. (2018). Expressive writing in psychological science. *Perspectives on Psychological Science*, 13, 226-229.
- Pennebaker, J.W. & Evans, J.F. (2014). *Expressive writing. Words that heal*. Enumclaw, WA: Idyll Arbor.
- Perls (1990). *Gestalt - Wachstum - Integration. Aufsätze, Vorträge, Therapiesitzungen*. Herausgegeben von Hilarion Petzold. Paderborn: Junfermann.
- Petzold, H. (2000). Integrative Therapie. In G. Stumm & A. Pritz (Hrsg.), *Wörterbuch der Psychotherapie* (S. 318). Wien: Springer.

- Petzold, H. & Orth, J. (1990). Einführung. Die neuen Kreativitätstherapien - Formen klinischer Kunsttherapie und Psychotherapie mit kreativen Medien. In H. Petzold & I. Orth (Hrsg.), *Die neuen Kreativitätstherapien: Handbuch der Kunsttherapie* (S. 15-30). Paderborn: Junfermann.
- Petzold, H., Orth, I. & Sieper, J. (2019). Integrative Therapie mit Kreativen Medien, Komplexen Imaginationen und Mentalisierungen als „intermediale Kunsttherapie“ – ein ko-kreativer Ansatz der Krankenbehandlung, Gesundheitsförderung, Persönlichkeitsbildung und Kulturarbeit. *Polyloge*, 22, 1-56.
- Petzold, H. & Sieper, J. (1990). Kunst und Therapie, Kunsttherapie, Therapie und Kunst - Überlegungen zu Begriffen, Tätigkeiten und Berufsbildern. In H. Petzold & I. Orth (Hrsg.), *Die neuen Kreativitätstherapien: Handbuch der Kunsttherapie* (S. 169-186). Paderborn: Junfermann.
- Polster, E. (1989). *Every person's life is worth a novel*. Highland/NY: The Gestalt Journal Press.
- Radlingmayr, P. (1994). *Subjektives Wissen und subjektive Erkenntnistheorien*. Diplomarbeit. Wien: Universität Wien.
- Resch, U. (2016). *Kreative Medien*. Saarbrücken: Akademiker Verlag.
- Retzlaff, R. (2005), Malen und kreatives Gestalten in der Systemischen Familientherapie. *Praxis der Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie*, 54, 19-36.
- Roubai, J., Gecele M. & Francesetti, G. (2016). Diagnostik: Ein Gestalttherapeutischer Ansatz. In G. Francesetti, M. Gecele & J. Roubai (Hrsg.), *Gestalttherapie in der Klinischen Praxis* (S. 79-104). Gevelsberg: EHP Andreas Kohlhage.

- Rubin, L.C. (Ed., 2008). *Popular culture in counseling, psychotherapy, and play-based interventions*. New York: Springer
- Saldana, L. (2008). Metaphors, analogies, and myths, Oh my! Therapeutic journeys along the yellow brick road. In L.C. Rubin (Ed.), *Popular culture in counseling, psychotherapy, and play-based interventions* (pp. 3-23). New York: Springer.
- Scarlet, J. (2017). *Superhero therapy. Mindfulness skills to help teens & young adults deal with anxiety, depression & trauma*. Oakland: New Harbinger.
- Schmidt, U., Bone, G., Hems, S., Lessem, J. & Treasure, J. (2002). Structured therapeutic writing tasks as an adjunct to treatment in eating disorders. *European Eating Disorders Review*, 10, 299-315.
- Schneider-Sommer, S. (2000). Intermedialer Transfer. In G. Stumm & A. Pritz (Hrsg.), *Wörterbuch der Psychotherapie* (S. 323). Wien: Springer.
- Schneider-Sommer, S. (2000). Multimedial. In G. Stumm & A. Pritz (Hrsg.), *Wörterbuch der Psychotherapie* (S. 443). Wien: Springer.
- Seligman, M. E. P. & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 5–14.
- Sichera, A. (2006). Therapie, eine Sache der Ästhetik: Kreativität. Träume und Kunst in *Gestalttherapie (PHG)*. In M. Spagnuolo Lobb & N. Amendt-Lyon, N. (Hrsg.), *Die Kunst der Gestalttherapie. Eine schöpferische Wechselbeziehung* (S. 109-128). Wien: Springer.
- Spagnuolo Lobb, M. & Amendt-Lyon, N. (Hrsg., 2006). *Die Kunst der Gestalttherapie. Eine schöpferische Wechselbeziehung*. Wien: Springer.

- Staemmler, F.-M. (2017). *Relationalität in der Gestalttherapie: Kontakt und Verbundenheit*. Gevelsberg: EHP Andreas Kohlhage.
- Steiner, T. & Kim Berg, I. (2009). *Handbuch Lösungsorientiertes Arbeiten mit Kindern* (4. Auflage). Heidelberg: Carl Auer.
- Sullivan, L. (2008). Calvin and Hobbes to the rescue! The therapeutic uses of comic strips and cartoons. In: L.C. Rubin (Ed.), *Popular culture in counseling, psychotherapy, and play-based interventions* (43-58). New York: Springer
- Taylor, E., Jouriles, E.N., Brown, R. & Goforth, K. (2016). Narrative writing exercises for promoting health among adolescents: Promises and pitfalls. *Psychology of Violence*, 6, 57-63.
- Titze, D. (2012). Überzeichnungen - Humor in der Psychotherapie. In B. Wild (Hrsg.). *Humor in Psychiatrie und Psychotherapie: Neurobiologie, Methoden, Praxis* (S. 148-164). Stuttgart. Schattauer.
- Trüg, E. & Kersten, M. (2013). *Praxis der Kunsttherapie. Arbeitsmaterialien und Techniken* (3. Auflage). Stuttgart: Schattauer.
- Unterholzer, C. (2017). *Es lohnt sich, einen Stift zu haben. Schreiben in der systemischen Therapie und Beratung*. Heidelberg: Carl-Auer.
- Vogt-Hillmann, M. & Burr, W. (Hrsg., 1999). *Kinderleichte Lösungen: Lösungsorientierte Kreative Kindertherapie*. Dortmund: borgmann.
- Weinberg, D. (2020). *Traumatherapie mit Kindern: Strukturierte Trauma-Intervention und traumabezogene Spieltherapie* (7. Auflage). Stuttgart: Klett-Cotta.

- Wheeler, G. (2006). Kontakt und Kreativität: Der Gestaltzyklus im Kontext. In M. Spagnuolo Lobb & N. Amendt-Lyon (Hrsg.), *Die Kunst der Gestalttherapie. Eine schöpferische Wechselbeziehung* (S. 185-202). Wien: Springer.
- White, M. (2010). *Landkarten der narrativen Therapie*. Heidelberg: Carl-Auer Verlag.
- White, M. & Epston, D. (2013). *Die Zähmung der Monster: Der narrative Ansatz in der Familientherapie* (7. Auflage). Heidelberg: Carl-Auer Verlag.
- Witzel, A. (2000). Das problemzentrierte Interview. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1, Art. 22. Verfügbar unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0001228>.
- Zinker, J.C. (1993). *Gestalttherapie als kreativer Prozess*. Paderborn: Junfermann.
- Zinker, J.C. (2006). Schönheit und Kreativität in zwischenmenschlichen Beziehungen. In M. Spagnuolo Lobb & N. Amendt-Lyon (Hrsg.), *Die Kunst der Gestalttherapie. Eine schöpferische Wechselbeziehung* (S. 159-171). Wien: Springer.

Online-Quellen:

- Geek Therapy. Verfügbar unter: <https://geektherapy.com/programs/>
- Oxford Dictionaries. Verfügbar unter: <https://en.oxforddictionaries.com>
- Österreichischen Berufsverband für Psychotherapie (ÖBVP). Verfügbar unter: <https://www.psychotherapie.at>
- Österreichische Berufsverband für Kunsttherapie (ÖBKZ). Verfügbar unter: <https://berufsverbandkunsttherapie.com>

Schweizer Radio und Fernsehen (SFR). Verfügbar unter:

<https://www.srf.ch/news/regional/zuerich-schaffhausen/therapie-fuer-fluechtlingskinder-in-wetzikon>

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1. Wirkfaktoren von Schreibinterventionen (eigene Darstellung, Kategorisierung durch Autor)	16
Tabelle 2. Formen / Gattungen von Geschichten (Systematisierung durch den Autor)	18
Tabelle 3. Proband*innen (P1-P8)	33
Tabelle 4. Matrix deduktiver Kategorien	39
Tabelle 5. Ergebniskategorien (deduktiv/blau und induktiv/rot)	42
Tabelle 6. In den Interviews angesprochene methodische Ansätze kreativer Medien	55
Tabelle 7. In den Interviews angesprochene methodische Ansätze, kreative Medien zu kombinieren	55
Tabelle 8. In den Interviews angesprochene methodische Ansätze mittels Bildgeschichten	56
Tabelle 9. Therapeutischer Nutzen bei der Kombination kreativer Medien	64
Tabelle 10. Therapeutischer Nutzen illustrierter Narrationen	66
Tabelle 11. Einsatz kreativer Medien nach Störungsbildern im ICD-10	75
Tabelle 12. Zielgruppen für kreative Angebot mit narrativem Charakter nach Störungsbildern im ICD-10	80
Tabelle 13. Stellenwert kreativer Medien bei den Interviewpartner*innen (Zuordnung durch Autor)	81

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Kreative Medien in der Psychotherapie (eigene Darstellung)	5
Abbildung 2. Fallbeispiel 3-Bild Comic mit hilfreichen Superhelden „Dexter“ von Klient G	86
Abbildung 3. Fallbeispiel Selbstanteil als Superheldin von Klientin E	87
Abbildung 4. Fallbeispiel Cartoon Therapeutische Begegnung zwischen Autor und Klient G	87
Abbildung 5. Relationalität bei kreativen Angeboten	88
Abbildung 6. Fallbeispiel Comic-Strip von Klient G („Dr Pikachu schafft die Prüfung“)	89
Abbildung 7. Fallbeispiel Narrativ eines Traums von Klient G	94
Abbildung 8. Fallbeispiel Comic von Klient G (Ausschnitt)	98
Abbildung 9. Fallbeispiel Graphic-Novel von Klient G (Ausschnitt)	99

Die Abbildung der Klient*innen-Arbeiten (Abbildungen 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9) erfolgt mit deren ausdrücklichem Einverständnis.

Appendix - Interviewleitfaden

Die Einleitungsfrage hinterfragt die Assoziationen der Interviewpartner*innen zum Thema unmittelbar nach der Kontaktaufnahme. Im ersten Themenblock ging es um den persönlichen Stellenwert kreativer Medien in der psychotherapeutischen Arbeit, welche kreativen Medien wie eingesetzt werden, in welcher Phase und bei welchen Störungsbildern, und welchen Einfluss das Alter der Klient*innen hierbei hat. Im zweiten Themenblock geht es um die Erfahrung mit der Kombination kreativer Medien, wann welche Medien wie kombiniert und welcher Mehrwert bzw. welche Vor- und Nachteile dabei gesehen werden. Der dritte Themenblock fokussiert auf die Kombination von Schreiben und Zeichnen, deren Einsatz, therapeutischer Nutzen sowie die Rolle der Störungsbildern und des Alters der Klient*innen. Im vierten Themenblock geht es um das Potenzial, Bildgeschichten kreieren zu lassen und den therapeutische Nutzen dabei. Im fünften Themenblock geht es um Einsatzpotenziale von Cartoons, Comics und Graphic-Novels in der Psychotherapie, wobei wiederum therapeutischer Nutzen, Einsatzphase, Störungsbilder, das Alter der Klient*innen und das diagnostische Potenzial thematisiert werden. Die Abschlussfrage thematisierte, ob es noch offene Punkte zum Thema gibt. Zu den demographischen Daten gehörten das Alter, die Erfahrung in Jahren als Psychotherapeut*in, die Erfahrung in Jahren mit kreativen Medien und die Frage nach dem relevanten Aus- und Weiterbildungshintergrund.

Einstieg

- Dank für die Gesprächsbereitschaft
- Vorstellung des Interviewers
- Institutioneller Kontext
- Klärung des zeitlichen Rahmens
- Erläuterung des Interviewablaufs bzw. „erwünschter Antwortformen“
- Bitte um die Erlaubnis einer Tonbandaufzeichnung
- Anonymitätzusicherung
- Erläuterung des Themas (keine Themenblöcke)

Was war Ihre ersten Gedanken, als ich Sie von meinem Thema gehört haben?

Welchen Stellenwert hat der Einsatz kreativer Medien in Ihrer psychotherapeutischen Arbeit?

- Welche kreativen Medien setzen Sie ein?
- Wie setzen Sie kreative Medien ein?
- In welcher Phase der Psychotherapie hat es sich für Sie bewährt?
- Bei welchen Störungsbildern?
- Inwiefern spielt das Alter der Klient*innen eine Rolle?

Welche Erfahrung haben Sie mit der Kombination kreativer Medien gemacht?

- Wann kombinieren Sie kreative Medien?
- Welche kreativen Medien haben Sie bisher kombiniert?
- Welchen Mehrwert sehen Sie in diesen Kombinationen?
- Können Sie konkrete Vor- oder Nachteile benennen?

Welchen Wert sehen in der Kombination von Schreiben und Zeichnen?

- In welcher Weise haben Sie bereits Schreiben mit Zeichnen kombiniert eingesetzt?
- Worin könnte aus Ihrer Sicht der therapeutische Nutzen dabei liegen?
- Bei welchen Störungsbildern würden Sie dies eher bzw. eher nicht einsetzen?
- Inwiefern spielt das Alter der Klient*innen hierbei eine Rolle

[Einleitung – Bildgeschichten als illustrierte Geschichten]

Welches Potenzial sehen Sie darin, Klienten Bildgeschichten kreieren zu lassen?

- Welchen therapeutischen Nutzen sehen Sie in der Gestaltung von Bildgeschichten?

[Einleitung – was sind Cartoons, Comics oder Graphic-Novels]

Welche Einsatzpotenziale können Sie sich für Cartoons, Comics oder Graphic-Novels in der Psychotherapie vorstellen? [als vertraute Formen von Bildgeschichten]

- Worin könnte der therapeutische Nutzen liegen?
- Für welche Störungsbilder würden sich deren Einsatz eher bzw. eher nicht einsetzen?

- In welcher Phase der Therapie wäre es eher sinnvoll?
- Inwiefern spielt das Alter der Klient*innen hierbei eine Rolle?
- Sehen Sie auch ein diagnostisches Potenzial in der Verbindung von Schreiben und Zeichnen bzw. von Bildgeschichten im Besonderen? Und wenn ja, welches?

Was fällt Ihnen sonst noch zum Thema der Verschränkung von Schreiben und Zeichnen ein?

- „Alles in allem – haben Sie den Eindruck, dass wir noch Punkte, die aus Ihrer Sicht relevant sind, vergessen haben?“
- Hätten Sie noch etwas zu ergänzen?

Demographische Daten

- Alter
- Wie lange schon Psychotherapeut*in
- Wie lange Erfahrung mit KT
- Ausbildung in kreativen Techniken

Abschluss

- Dank
- Abschalten des Aufnahmegerätes
- Vermittlung weiterer Interviewkontakte
- Zurverfügungstellung der Ergebnisse
- Post-Interview-Memos (Interviewsetting, räumliche Umgebung, nonverbaler Ausdruck, Gesprächsatmosphäre)