

Digital Stories, die verbinden

Berufsidentität Der geringe Bekanntheitsgrad der Ergotherapie ist ein wiederkehrendes Thema in der Geschichte des Berufs. Zwei Ergotherapeutinnen haben sich im Rahmen ihrer Bachelorarbeit vertieft mit den dadurch verursachten Schwierigkeiten sowie dem Digital Storytelling als möglichen Lösungsansatz auseinandergesetzt.

➔ Schon seit der Entstehung der Ergotherapie besteht die Herausforderung, ein einheitliches Berufsbild in die Gesellschaft zu tragen. Bereits mehrfach wurde in Studien diskutiert, dass eine instabile Berufsidentität die Anerkennung des Berufes in der Gesellschaft schwächt und politische sowie finanzielle Einschränkungen mit sich bringen kann [1]. Ergotherapeut*innen müssen die Bekanntheit des Berufes steigern, damit die Bevölkerung über seine Potenziale informiert ist.

Da uns dieses Thema gerade als Berufseinstiegsorientierten sehr beschäftigt, widmeten wir ihm unsere Bachelorarbeit. Folgende Frage leitete unsere Forschung: Welche Aspekte sind für die Berufsidentität der Ergotherapeut*innen relevant und wie können diese mittels Digital Storytelling gefördert werden? Die Arbeit basiert auf einer Literaturrecherche in verschiedenen Datenbanken.

Digitale Medien als Plattform ➔ Beim Digital Storytelling geht es um das authentische Weitererzählen von persönlichen Geschichten mithilfe digitaler Medien. Häufig sind es zwei- bis dreiminütige Videos, die individuell erstellt und via soziale Medien in der Welt verbreitet werden. Die Geschichten sollen Zuhörer*innen dazu anregen, sich mit komplexen und gesellschaftskritischen Themen auseinanderzusetzen. Gleichzeitig gibt es den erzählenden Personen die Möglichkeit, sich selbst darzustellen und Erfahrungen mit anderen zu teilen [2, 3].

Wechselwirkungen zwischen Beruf und Gesellschaft ➔ Die Berufsidentität ist ein komplexes und dynamisches Konstrukt mit unterschiedlichen Einflussfaktoren. Vorbilder und Mentor*innen aus der Ergotherapie können die Entwicklung positiv beeinflussen. Wenn man Feedback von ihnen erhält, verstärkt das den Lernprozess und bestätigt die Berufszugehörigkeit [4, 5]. Während der Entwicklung ihrer Berufsidentität setzt sich eine Person mit den Werten ihrer Profession sowie eigenen Glaubenssätzen auseinander. Ist die Übereinstimmung dieser Glaubenssätze gering, wird sie sich nicht als zugehörig fühlen [6].



*Beruf und Gesellschaft
beeinflussen sich
gegenseitig.*

Durch die Interaktion mit Kolleg*innen erweitern Therapeut*innen ihr Fachwissen und ihre berufsspezifischen Fähigkeiten. Die gruppeninternen Gemeinsamkeiten grenzen sie von anderen Professionen ab und stärken außerdem das Zugehörigkeitsgefühl [7, 8].

Wenn eine Profession keine klare Berufsidentität hat, die sie nach außen darstellt, wird sie von der Gesellschaft weniger anerkannt.

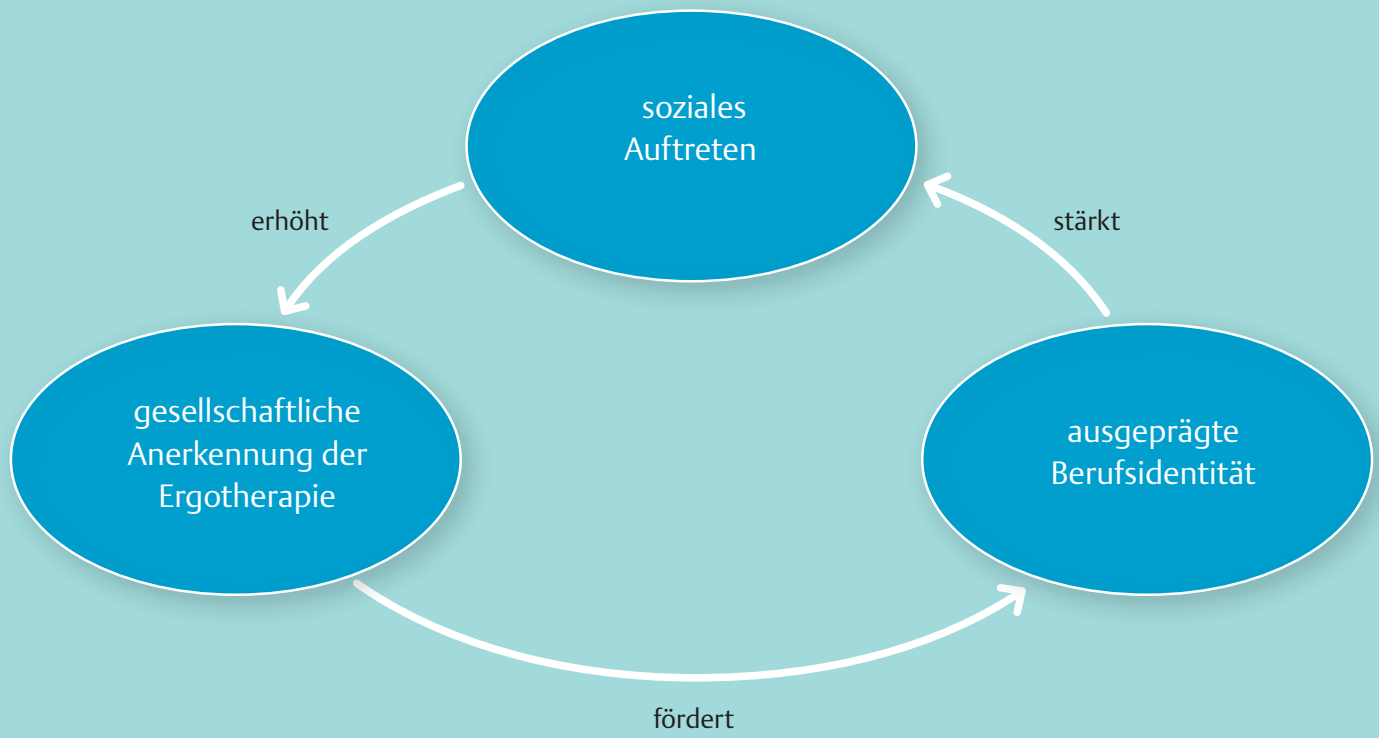
Die negativen Rückmeldungen aus der Gesellschaft beeinflussen die Berufsangehörigen. Es besteht also eine Wechselwirkung zwischen ihnen und der Wahrnehmung des Berufes in der Gesellschaft [9, 10] (☞ ABB).

Aufgrund des Paradigmenwechsels in der Ergotherapie vom biomedizinischen hin zum biopsychosozialen veränderte sich auch die Rolle der Therapeut*innen [11]. Die neu entstandenen Tätigkeitsfelder sowie die unterschiedlichen Fachbereiche erschweren die Entwicklung einer einheitlichen berufsspezifischen Grundlage. Dies führt dazu, dass sich Ergotherapeut*innen stetig mit der Definition des Berufes auseinandersetzen [12]. Die Ergotherapie gehört zu den weniger bekannten Professionen. Therapeut*innen müssen stets aufs Neue erklären, welche Tätigkeiten sie im Berufsalltag ausführen [13]. Um ein einheitliches Berufsbild in die Gesellschaft zu tragen, müssen sich die Ergotherapeut*innen als solche wahrnehmen und anerkannt werden.

Eine instabile Berufsidentität kann dazu führen, dass Ergotherapeut*innen Tätigkeiten übernehmen, die nicht in den Aufgabenbereich ihrer Profession fallen. Dadurch bieten sie zwar dort Unterstützung an, wo Klient*innen sie brauchen, überschreiten aber die ergotherapeutischen Kernkompetenzen [14].

Besonders und effektiv ➔ Aus der Literatur ist bekannt, dass das Teilen von Gedanken und Erfahrungen sowohl zur Selbstreflexion anregt

Wechselwirkung
zwischen den Berufs-
angehörigen und der
Wahrnehmung des
Berufes in der
Gesellschaft



als auch die Autonomie der erzählenden Person stärkt [15]: Eine Studie mit Lehrer*innen zeigte, dass diese von Digital Stories profitieren konnten. Sie setzten sich detailliert mit ihrem Werdegang als Lehrer*in auseinander und erstellten eine Kernaussage für ihre Geschichte. Das regte sie zur Selbstreflexion an und stärkte sie weiter in ihrer Berufsidentität.

Digital Storytelling spricht, im Vergleich zu schriftlichen Geschichten, verschiedene Sinne gleichzeitig an. Das mündliche Erzählen in Kombination mit Bildern und Musik führt zu einem tieferen Verständnis der Geschichte. Die Mimik, die Stimmlage und kleinste nonverbale Hinweise liefern viele Informationen, die zu einer tiefen emotionalen Bindung mit dem Protagonisten oder der Protagonistin führen. Dadurch können Zuhörer*innen die Geschichte besser nachvollziehen [16, 17].

Die Wechselwirkung zwischen einer Berufsgruppe und der Gesellschaft ist auch bei der Wirkung von Digital Storytelling beobachtbar. Aus einer soziologischen Perspektive gibt es drei Analyseebenen, die Mikro-, Meso- und Makroebene, mit denen sich die Wechselwirkungen erklären lassen [18]. Wird durch Digital Storytelling ein Input auf der Mikroebene gegeben, besteht die Möglichkeit einer Wahrnehmungsveränderung auch auf den anderen Ebenen. Folgendes Beispiel verdeutlicht die Hypothese: Verbreitet eine Ergotherapeutin eine Digital Story zu ihren Tätigkeiten als Berufstätige oder zu einer Erfolgsgeschichte

aus dem Praxisalltag, kann dies zur Reflexion ihrer Rolle als Berufsangehörige anregen (Mikroebene). Das könnte ihr soziales Auftreten stärken, wodurch sie ihre Anerkennung in der Umgebung positiv beeinflusst (Mesoebene). Teilen viele Ergotherapeut*innen ihre Erfolgsgeschichten, kann sich die positive Wahrnehmung der Berufsgruppe in der Gesellschaft steigern (Makroebene). Die positive Resonanz der Gesellschaft bestärkt wiederum die Berufsidentität der Ergotherapeutin.

Storytelling kann auch genutzt werden, um Erfolge in der Therapie zu dokumentieren. Auch eine Praxis oder Gesundheitsinstitution kann es als Werbemittel nutzen, um über betriebsinterne Werte, laufende Projekte oder den Praxisalltag zu informieren.

Bereicherung für die Ergotherapie → Einige Individuen oder Gruppen nutzen bereits Digital Storytelling, um auf sich aufmerksam zu machen. Eine Gruppe von HIV-infizierten Frauen gründete beispielsweise eine virtuelle Plattform, auf der sie ihre Digital Stories sammelt (www.lifeandlovewithhiv.ca). Sie verknüpften die Plattform mit den sozialen Medien und erzielten damit eine große Reichweite. Ein zusätzlicher Erfolg war das gestärkte Zusammengehörigkeitsgefühl zwischen den Frauen, die die Digital Stories erzählt haben [19].

Die Verbreitung durch die sozialen Medien bietet ein großes Potenzial, die Ergotherapie bekannter zu machen. Ein positiver Nebeneffekt

ist die Stärkung der Berufsidentität und des Berufszugehörigkeitsgefühls [8].

Das Projekt ergostories verbreitet Erfolgsgeschichten von Ergotherapeut*innen auf einer Homepage (👁️ [ERGOPRAXIS 1/23](#), S. 10). Falls Sie noch mehr Hintergrundwissen zum Storytelling haben möchten, können Sie einen Workshop dazu besuchen und gemeinsam mit uns in die Welt der Geschichten eintauchen. Zur Anmeldung und zu den Geschichten geht es hier: www.ergostories.ch.

Anne Truninger, Céline Delmée

📖 Literaturverzeichnis

www.thieme-connect.de/products/ergopraxis
> „Ausgabe 2/23“

👩 Autorinnen



Anne Truninger (Ergotherapeutin BSc) ist seit Mai 2022 bei ergostories. Aktuell macht sie eine Ausbildung zum Divemaster auf den Philippinen. **Céline Delmée** (Ergotherapeutin BSc) ist auch bei ergostories. Sie arbeitet in der Praxis für Ergotherapie und Handrehabilitation in der Schweiz.