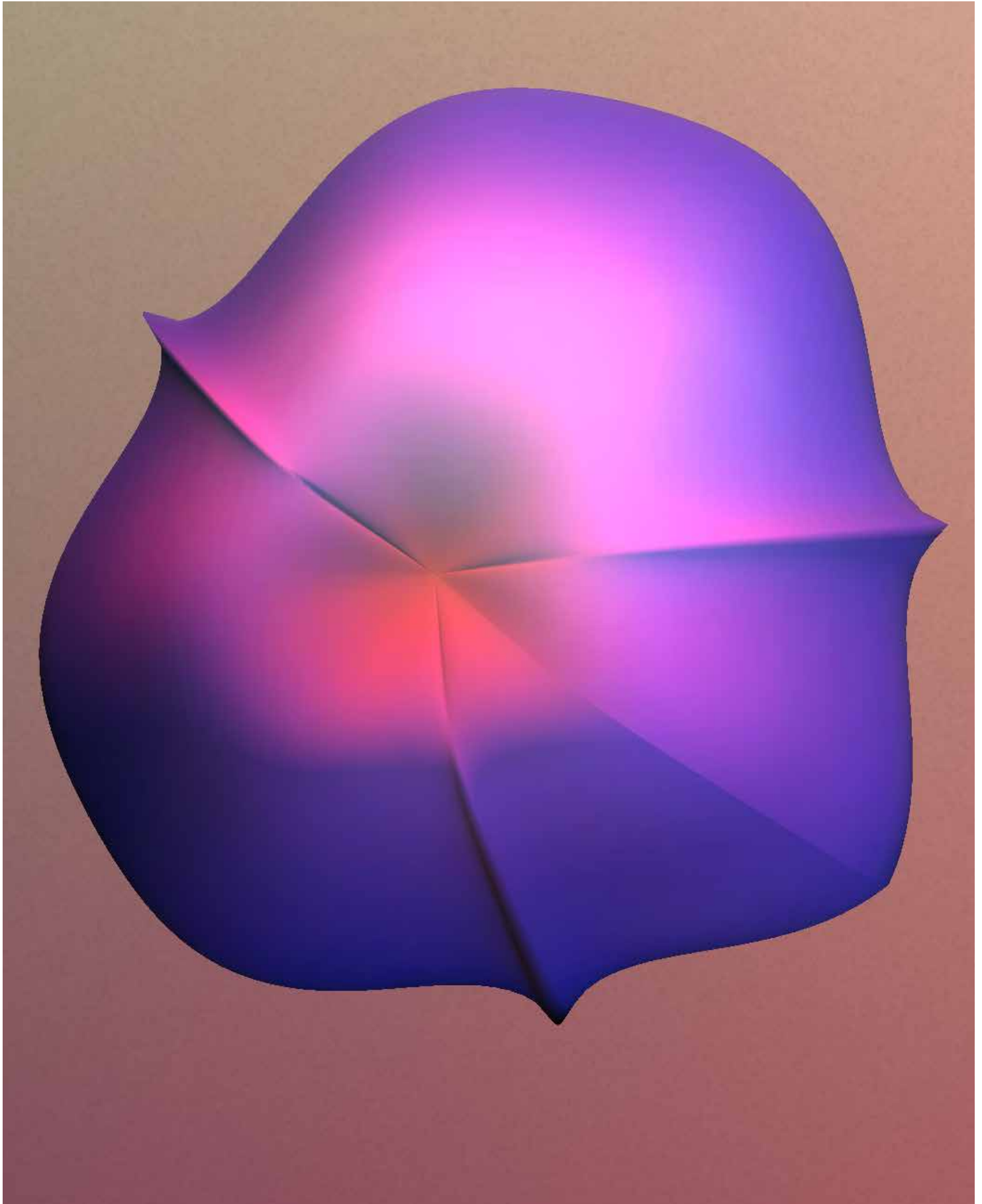
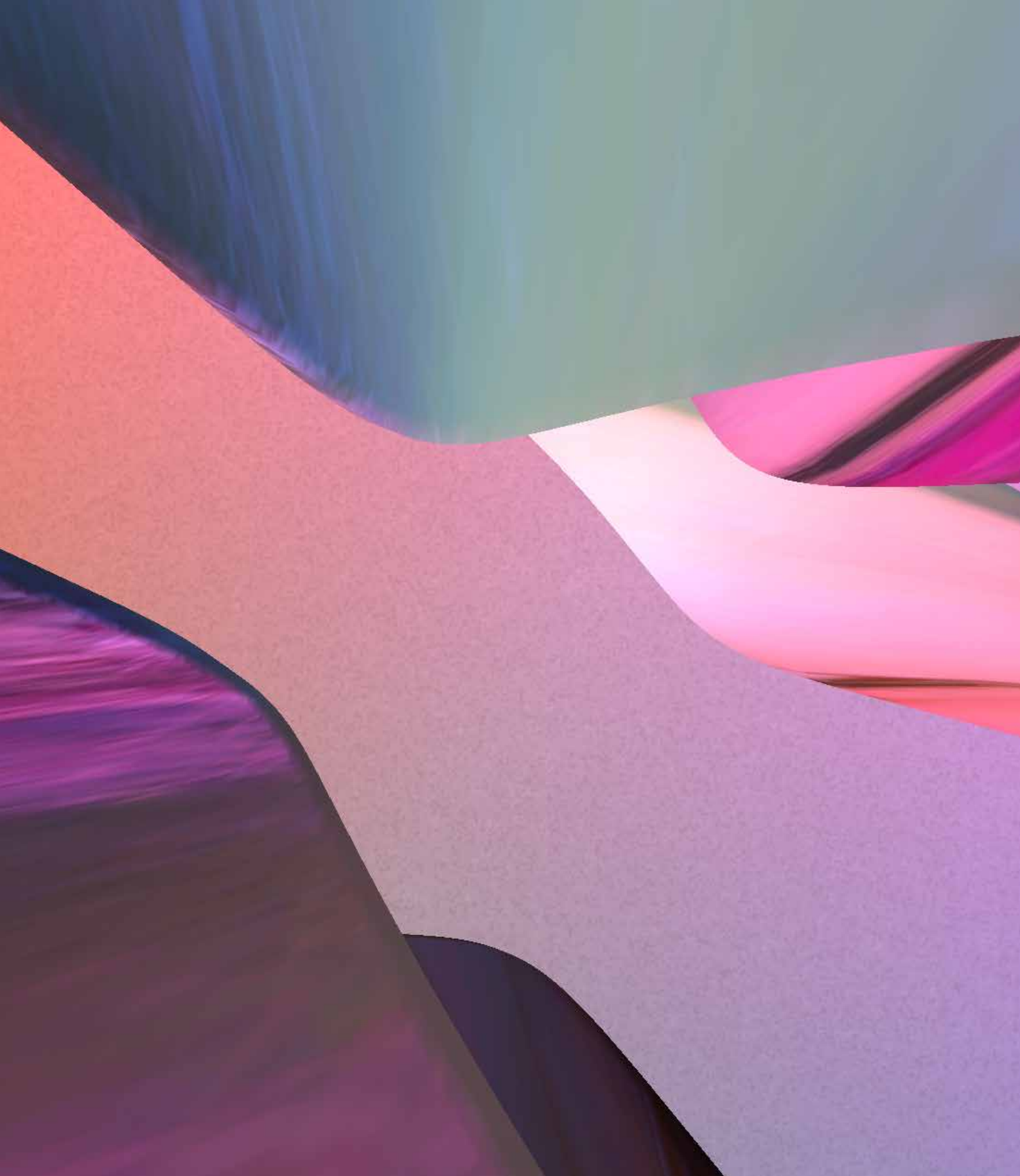


Do You Care?

Gefühle zeigen als
Gestaltungsaufgabe

Angewandtes Forschungsprojekt zur gestalterischen
Entwicklung eines prototypischen Mental-Health-
Tools für Jugendliche





Das Forschungsprojekt wurde an der Zürcher Hochschule der Künste in der Studienvertiefung Trends & Identity im Forschungsbereich Care Futures mit Unterstützung von Pro Juventute realisiert und durch die Jubiläumsstiftung der Schweizerischen Mobiliar Genossenschaft gefördert.
Zürich, Juli 2020



— hdk
— Zürcher Hochschule der Künste
— Zurich University of the Arts
—



Die hier vorgestellte zweite Phase der anwendungsorientierten Forschung basiert auf den in der Grundlagenforschung gewonnenen Erkenntnissen.

Inhalt ist die Entwicklung und prototypische Umsetzung eines strategischen Design-Konzepts für die Zielgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Das Tool soll zukünftig im Rahmen der kommunikativen Präventions- und Interventionsarbeit eingesetzt werden, um eine stärkere Anschlussfähigkeit an die junge Zielgruppe im Kontext der psychischen Gesundheit zu ermöglichen.

Vorwort

Eines der zentralen Themen, denen wir uns im Rahmen des Forschungsbereiches «Care Futures» widmen, ist die veränderte Weise, in der Jugendliche und junge Erwachsene mentale Krisen und Krankheiten in digitalen Kanälen inszenieren und kommunizieren.

Im Jahr 2019 wurde das von uns initiierte und durchgeführte Pilotprojekt «Sick Style» zur Erforschung der Grundlagen in Form einer Auftragsstudie der Gesundheitsförderung Schweiz in Zusammenarbeit mit Pro Juventute umgesetzt und abgeschlossen. Im Austausch mit Expertinnen und Experten verschiedener Disziplinen ist eine erste Untersuchung und Interpretation der Strategien und Motive gelungen, die heute für den Umgang Jugendlicher mit mentalen Erkrankungen im digitalen Raum prägend sind.

Unserer Recherche zeigte, dass der Umgang Jugendlicher und junger Erwachsener mit ihren Gefühlen sich deutlich von dem früherer Generationen unterscheidet. Dieser Wandel manifestiert sich beispielsweise im Neologismus «feels», oft in der Formel «all the feels». Er ist seit etwa 2010 Bestandteil des Internet-Slangs der Generation Z und bezeichnet die Gesamtheit des Gefühlslebens, in der positive und negative Aspekte untrennbar miteinander verbunden sind.

Die Generation Z zeigte sich uns als eine Generation, die offenbar eine grundlegend neue Einstellung zu eigenen emotionalen und psychischen Defiziten entwickelt hat. Man könnte sie auch als eine «Generation Emotion» bezeichnen, bei der alle Arten von Gefühlen, nicht nur die positiv konnotierten, eine Aufwertung und Normalisierung erfahren.

In den Gesprächen, die wir in der ersten Forschungsphase führten, wurde deutlich, dass es bei vielen Jugendlichen Unverständnis, zum Teil auch Resignation auslöst, dass ihrer psychischen Gesundheit im Real Life so wenig Raum zugestanden wird. Die unvoreingenommene Ansprache negativer Emotionen erfolge, während sie auf Social Media aktuell sehr präsent ist, im sonstigen Alltag der Jugendlichen und in der Erwachsenenwelt viel zu selten. Die Jugendlichen sprechen hier von einer seltsamen Stille, einem bedrückenden Schweigen der Erwachsenen. Angesprochen würden psychische Probleme bzw.

Krankheiten häufig erst dann, wenn Aspekte wie starker Leistungsabfall, Selbstverletzungen oder Essstörungen einen akuten Handlungsbedarf signalisieren.

Das von uns konzipierte Tool antwortet unmittelbar auf den hier skizzierten Bedarf. Es erschafft einen neuen Raum, in dem die eigene Gefühlswelt auf eine neuartige Weise reflektiert, visualisiert und kommuniziert werden kann. Es soll eine niederschwellige Benutzung ermöglichen und bei der Auseinandersetzung mit oftmals ambivalenten und diffusen Gefühlswelten als Einstieg dienen.

Inhalt

Einleitung: Mixed Emotions **6**

1.1	Strategien der Vermeidung	7
1.2	Gefühle sind zum Fühlen da	7
1.3	Emotionale Diversität	8
1.4	E-Mental-Health	9
1.5	Gefühlvolle Technologie	10

Hintergrund: Grundlagenforschung **12**

2.1	Teenage Angst	12
2.2	Sick Style: Exploring a new World of Sadness	13
2.3	Social Media als Ambivalenz: Zwischen Coping-Strategie und Trigger-Warning	14
2.4	All the Feels: Zum veränderten Umgang mit Innerlichkeit	16
2.5	Hybride Vernetzung: Wunsch nach Inklusion und Normalisierung	17
2.6	Emotional Outlet: Safe Space ohne Repressionen	18
2.7	Mental Health Apps Steigender Bedarf, neuer Markt	20

Erste Befragung: Ideation-Workshop **22**

3.1	Ziel und Ablauf	22
3.2	Beispielsammlung	23
3.3	Anregung und Kritik	26
3.4	Gestalterische Ansätze	27
3.5	Ideenentwicklung	29
3.6	Fazit	31

Inhalt

Zweite Befragung: Prototyp-Workshop 34

4.1 Ziel und Ablauf 34

4.2 Präferierte Gefühle 35

4.3 Gefühlsqualitäten 40

4.4 Visuelle Vorbilder 42

4.5 Naming 48

Best Cases: Ideen und Inspirationen 49

Designtransfer: Der Prototyp 70

6.1 Strategische und visuelle Ableitungen 70

6.2 Heavy Mental: Eine App, die Gefühle zeigt 73

6.3 Ausblick 88

Impressum 90

1

Einleitung: Mixed Emotions

«In the same way we care for our bodies by exercising, our mind also needs to be looked after. Instead of waiting to hit rock bottom, what can we be doing regularly to help us have a more balanced emotional and mental wellbeing?»

Elyse Fox, Gründerin
des Sad Girls Club
(sadgirlsclub.org)

«You probably know how to look after your physical health (eat broccoli, wash your hand, don't jump out of moving vehicles, and so on), but it's harder to know how to look after your mental health.»

Alice James, Louie Stowell,
Looking After Your Mental
Health, 2018

Wir alle wissen, was wir tun müssen, um körperlich gesund zu bleiben. Wir kennen die individuellen Schwachstellen unseres Körpers und wissen, wie wir Erkrankungen durch eine gesunde Lebensweise vorbeugen können. Wir erkennen, wenn das nicht hilft, die ersten Symptome. Und wir wissen, wie wir diese Symptome und die Ursachen der Erkrankung durch Therapien oder Medizin behandeln können. Wir sind Expertinnen und Experten unserer eigenen Gesundheit. Niemand sonst weiss so gut, was unserem Körper hilft und schadet.

Ganz anders sieht es aus, wenn es um unsere psychische Gesundheit geht. Wir behandeln unsere mentale Verfassung oft so, als hätten wir gar keinen Einfluss auf sie. Oder wir halten es sogar für ausgeschlossen, dass uns psychische Erkrankungen jemals betreffen könnten. Dabei ist es ebenso unwahrscheinlich, dass wir psychisch unversehrt durch das Leben kommen, wie es unwahrscheinlich ist, dass wir niemals körperlich krank werden. Die App Heavy Mental basiert auf der Annahme, dass es keine Trennlinie zwischen «Geisteskranken» auf der einen und «Gesunden» auf der anderen Seite gibt, sondern nur fließende Übergänge. Zwischen diesen beiden Extremen gibt es eine Vielzahl sich ständig wandelnder, sich ergänzender und oftmals widersprüchlicher Gefühle, mit denen wir uns leider viel zu selten beschäftigen.

Wir neigen dazu, Emotionen zu verdrängen, besonders wenn sie sozial unerwünscht sind. Das kann auf kurze Sicht durchaus Sinn machen, um unsere Kräfte zu schonen. Auf lange Sicht aber werden diese Emotionen umso heftiger zurückkehren. Deshalb müssen wir den Mut aufbringen, uns ihnen zu stellen. Sie verlieren dadurch an zerstörerischer Kraft. Die psychologische Forschung zeigt sehr deutlich, wie wichtig es für unseres psychisches Wohlbefinden ist, Gefühle wahrzunehmen und sie anderen mitzuteilen. Besonders solche, die wir lieber nicht fühlen würden.

1.1

«Trying to be happy all the time would require a great deal of denial. Denial requires a large dumping of all kinds of negative stuff into our unconscious. It is inevitable that when »stuff« is dumped into our unconscious it will come back to bite us and others at some point.»

Anne Wilson Schaef:
«The wonders of Our Unconscious». In: Daily Reminders for Living a New Paradigm, 03.01.2017

Strategien der Vermeidung

Statt die Gesamtheit der Gefühle, die uns bewegen, zuzulassen, werden besonders sozial nicht erwünschte, oft schmerzhaft gefühlte Gefühle wie beispielsweise Angst, Hilflosigkeit, Scham, Schuld, Wut oder Trauer vermieden und verdrängt. Kurzfristig mag das Unterdrücken unangenehmer Gefühle nach einer klugen Taktik klingen, um ungewollte negative Emotionen zu vermeiden und das eigene Wohlbefinden zu schonen. Langfristig kommt das, was vermieden und verdrängt wird, zu uns zurück und wirkt dann oft noch viel grösser und unlösbarer. Die Folge sind psychische Krisen mit unverhältnismässig schweren seelischen, körperlichen und sozialen Auswirkungen. Umso wichtiger ist es, sich auch und vor allem unseren nicht erwünschten Emotionen zu widmen und subjektive Strategien des Umgangs und der Bewältigung zu entwickeln.

1.2

«Ich glaube, alle Emotionen in ihrer reinen Form sind dazu da, uns zu helfen. Wir sollten deshalb immer fragen und beantworten können: was fühle ich und wieso? [...] Die Forschung zeigt: Je besser man darin ist, seine Gefühle in Worte zu fassen und dabei zu differenzieren – zum Beispiel zwischen Zweifel, Angst, Enttäuschung, desto weniger wird das Gefühl stören.»

Denise Shull, «Man wirkt wie ein Roboter, aber hat Bauschmerzen»
brand eins, Heft 04,
April 2019

Gefühle sind zum Fühlen da

Wir alle wissen, wie schwer es ist, sich über die eigenen Stimmungen und Emotionen klar zu werden, sie zu benennen und zu kommunizieren. Heavy Mental ist der Versuch, das zu ändern. Die App stellt ein dynamisches Spektrum ästhetischer Ausdrucksformen zur Verfügung, mit denen sich unterschiedliche Komponenten des eigenen, subjektiven Empfindens erforschen und visuell darstellen lassen. Statt diffuse Gefühlswelten als etwas Fremdes abzuspalten, sie zu unterdrücken, zu vermeiden oder zu verdrängen, werden alle Gefühle – auch die sozial nicht erwünschten – willkommen geheissen und wertgeschätzt. Als gestalterische Antwort auf eine soziale Frage will die App besonders Jugendliche und junge Erwachsene dabei unterstützen, sich ihren oft verunsichernden Gefühlswelten zu widmen, indem es sie sichtbar und greifbar werden lässt. Zunächst für sie selbst und in einem nächsten Schritt vielleicht auch für andere.

Anders als bei vielen anderen digitalen Tools, die sich mit psychischer Gesundheit befassen, geht es bei Heavy Mental explizit nicht darum, die eigene Gefühlswelt zu funktionalisieren und zu optimieren. Ziel ist es vielmehr, ihr mehr Raum zu geben und sie durch die Möglichkeit der Visualisierung spielerisch zu normalisieren. Im besten Fall hilft die App, einen Umgang mit eigenen Stimmungen und Emotionen zu finden, der ebenso individuell ist wie die Gefühle selbst. Zugleich geht es darum, die

Differenziertheit der Gefühle abzubilden, die zwischen den beiden Extremen «glücklich» und «traurig» existieren. Es ist der Versuch, den Betroffenen zu zeigen, dass jedes ihrer Gefühle eine Berechtigung hat. Es soll sie ermutigen, diese Gefühle als Teil ihres Selbst anzusehen, statt sie zu verschweigen und zu verleugnen.

Um das zu erreichen, haben wir uns bewusst für einen niederschweligen Prozess entschieden. Er soll Lust darauf machen, sich auf die eigene Gefühlswelt einzulassen. Es wird weder Ursachenforschung betrieben noch werden gut gemeinte Ratschläge erteilt.

1.3

«Low emodiversity is characterized by emotional experiences that are relatively homogeneous and concentrated in a few emotion categories. Whereas high emodiversity reflects emotional experiences that are relatively diverse and distributed more evenly across categories.»

Anthony D. Ong, Lizbeth Benson, Alex J. Zautra, Nilam Ram «Emodiversity and biomarkers of inflammation», in: Emotion, Ausgabe 1/18, 2018

Emotionale Diversität

Auch die aktuellen Findings aus der digitalen Feldforschung (Netnographie) zeigten, dass sich gerade viele Jugendliche und junge Erwachsene einen weniger bewertenden Umgang mit ambivalenten Gefühlen wünschen. So werden aktuell auf Social-Media-Plattformen Stimmen laut, die dieses Problem der «Toxic Positivity» zuschreiben: der Erfahrung, dass ambivalenten oder komplizierten Gefühlen in der Gesellschaft zu wenig Raum gegeben wird. Ein häufig genanntes Indiz sind die unpassenden Reaktionen, die Betroffene erleben, wenn sie sich doch einmal trauen, ihre ambivalenten oder sozial nicht erwünschten Gefühle zu formulieren. Es sind allzu oft nur nutzlose Ratschläge: «Sei doch nicht traurig», «Denk positiv» oder «Wird schon wieder». Viele Betroffene äussern, dass es für sie hilfreich sei, wenn schwierige Stimmungen zunächst einmal gar keiner Wertung unterzogen würden. Der erste Schritt bestünde immer darin, sie als Teil der eigenen Identität zu verstehen und zu akzeptieren.

Der Begriff der «Emodiversity» spielt in diesem Zusammenhang eine besondere Rolle.¹ Er wurde analog zum Begriff der Biodiversität geprägt, der die Fülle unterschiedlicher Arten in einem Lebensraum beschreibt.

In der Natur gewährleistet eine grosse Biodiversität die Vitalität und Widerstandsfähigkeit eines Ökosystems: Verschwindet eine Art oder ist sie im Überfluss

¹ Jordi Quoidbach, June Gruber, Moïra Mikolajczak, Alexandr Kogan, Ilios Kotsou: «Emodiversity and the Emotional Ecosystem» Journal of Experimental Psychology: General Vol. 143, No. 6, 2057–2066, 2014. Online: <https://dash.harvard.edu/handle/1/13426862>

vorhanden, so ist das Gleichgewicht gestört. In der menschlichen Psyche ist es die Emodiversität, die Vielfalt der Gefühle, die für Stabilität und Anpassungsfähigkeit sorgt.² Dazu gehört allerdings auch die Fähigkeit, diese differenzierten Gefühle wahrzunehmen, sie zu benennen und sie zu kommunizieren. Diese Fähigkeit kann erlernt und trainiert werden. Genau dabei soll die App helfen.

1.4

E-Mental-Health

«Inzwischen existiert eine Vielzahl klinischer Studien zu internetbasierten Psychotherapiekonzepten, die deren großes Potential für die Prävention und die Behandlung psychischer Störungen aufzeigen.»

Iris Hauth, E-Mental-Health: Chancen für die psychische Gesundheit, FAZ, 07.11.2019

«Die Akzeptanz für die neuen Programme ist hoch, gerade bei jüngeren Menschen. Ihre Wirksamkeit konnte mittlerweile bei einer Reihe von psychischen Krankheitsbildern gezeigt werden. »

DGPPN (Deutsche Gesellschaft für Psychiatrie und Psychotherapie, Psychosomatik und Nervenheilkunde): E-Mental-Health: großes Potenzial, aber auch Klärungsbedarf, Pressemitteilung, 12.10.2016

Aktuell lässt sich beobachten, wie sich der Bereich E-Health weiter ausdifferenziert. Smartphone, Tablet und Computer sind nicht nur Teil unserer Alltags- und Arbeitswelt, sondern kommen nun auch verstärkt im Gesundheitswesen zum Einsatz, wo sie einen niederschweligen, meist nicht orts- oder zeitgebundenen, ergänzenden oder alternativen Behandlungsansatz darstellen. Das gilt gerade in den letzten Jahren auch verstärkt für den Bereich der psychischen Gesundheit: E-Mental-Health umfasst den Einsatz digitaler Medien in Prävention, Selbstbehandlung, Beratung, Therapie und Rehabilitation psychischer und psychosomatischer Störungen.³ Hinzu kommen Apps und andere digitale Tools, die mit Künstlicher Intelligenz (KI), Algorithmen oder Self-Tracking operieren, um die psychische Gesundheit zu stärken und zu fördern und in psychischen Krisen unterstützend zu intervenieren.

Vieles davon ist eine Mischung aus Selbstauskunft und -analyse, kognitiven verhaltenstherapeutischen Interventionen und Entspannungstechniken wie Atem- und Achtsamkeitsübungen. Besonders interessant sind diese Angebote vor allem für Menschen, die traditionellen Behandlungsangeboten aus Scham oder Angst vor Stigmatisierung skeptisch gegenüberstehen, sowie als Überbrückungsmassnahme für all jene, die auf einen geeigneten Therapieplatz warten.

Wie Iris Hauth, Chefärztin und Ärztliche Direktorin des Alexianer St. Joseph-Krankenhauses in Berlin-Weißensee

2 Anthony D. Ong, Lizbeth Benson, Alex J. Zautra, Nilam Ram
«Emodiversity and biomarkers of inflammation»
Emotion, 18(1), 3–14, 2018. Online: <https://doi.org/10.1037/emo0000343>

3 Christiane Eichenberg, Lisa Hübner, E-Health-Anwendungen: Hohe Bereitschaft zur Inanspruchnahme, 10. September, 2019

beschreibt, erhielten die Patienten im Sinne der Selbstbestimmung neue Möglichkeiten, aktiv und eigenständig in einen therapeutischen Prozess einzutreten, was sich wiederum positiv auf ihr Selbstwertgefühl und ihre Selbstwirksamkeitserfahrung auswirkte.⁴

1.5

«Humans interact with artificial intelligence systems on a daily basis without even realising. Many people have already started to feel emotionally connected to them.»

Bitbrain, Will artificial intelligence ever have emotions or feelings?, 10. Oktober 2018. Online: <https://www.bitbrain.com/blog/artificial-intelligence-emotions>

Gefühlvolle Technologie

Als eine besondere niederschwellige Anwendung versucht die App Heavy Mental den vermeintlichen Widerspruch zwischen kalter, herzloser, entmenslichter Technologie auf der einen und tiefer emotionaler, menschlicher Empfindung auf der anderen Seite aufzulösen. Dafür bringen wir diese Gegensätze zusammen: Die künstlich von einer Maschine erzeugten Mood-Images werden zum Ausgangspunkt der Reflektion und Auseinandersetzung mit der eigenen individuellen Gefühlswelt. Digitale Tools haben, wenn es um die psychische Gesundheit geht, nämlich einen Vorteil gegenüber der zwischenmenschlichen Kommunikation: Sie bewerten ihr Gegenüber nicht, sind also affektlos. Bereits in der Grundlagenforschung zeigte sich, dass digitale Tools wie Mental-Health-Apps, aber auch Internet-Foren, in denen die eigene Identität anonymisiert wird, von Jugendlichen und jungen Erwachsenen als geschützter Raum wahrgenommen werden, wo sie ungefiltert über ihre psychische Krise sprechen können, ohne Auswirkungen auf ihren Alltag oder ihre sozialen Beziehungen befürchten zu müssen.

⁴ Iris Hauth, E-Mental-Health: Chancen für die psychische Gesundheit, FAZ, 07.11.2019

«
**Understanding
ourselves
is the beginning
of being able
to control
our lives.**

»

Nicola Morgan, Positively Teenage.
A positively brilliant guide to teenage well-being, 2018

2

Hintergrund: Grundlagenforschung

2.1

Teenage Angst

Psychische Krankheiten gehören zu den häufigsten nicht übertragbaren Krankheiten. Sie können schwerwiegende Beeinträchtigungen der Lebensqualität mit sich bringen und bis zum Suizid führen. Nach Angaben der Weltgesundheitsorganisation leiden weltweit allein mehr als 300 Millionen Menschen an Depressionen, ein Anstieg von mehr als 18 % in den letzten zehn Jahren. Die Hälfte aller psychischen Gesundheitsprobleme im Erwachsenenalter treten bereits während oder vor der Pubertät auf.¹ Jugendliche und junge Heranwachsende während der psychosozialen Pubertät zwischen dem 11. und 21. Lebensjahr sind besonders anfällig für psychische Erkrankungen. Selbstmord ist die zweithäufigste Todesursache bei Jugendlichen (Alter 10-19 Jahre) in Ländern mit mittleren und hohen Einkommen in der Europäischen Region, so die Weltgesundheitsorganisation WHO in ihrem Report «Adolescent Mental Health in the European Region».² Nach Verkehrsunfällen ist Selbstmord in Europa damit die zweithäufigste Todesursache in dieser Altersgruppe.

Psychische Erkrankungen verursachen hohe volkswirtschaftliche Kosten, vor allem wenn sie zu spät oder gar nicht erkannt oder behandelt werden. Neben den Kosten für die ambulante oder stationäre Behandlung fallen hier sogenannte indirekte Kosten ins Gewicht, wie sie beispielsweise durch Absenzen am Arbeitsplatz entstehen.³ Die Studie «Psychische Gesundheit in der Schweiz» schätzt die jährlichen Kosten der wichtigsten psychiatrischen Erkrankungen wie Angststörungen, affektive Störungen oder Persönlichkeitsstörungen in der Schweiz

-
- 1 E. J. Costello et al., Trends in psychopathology across the adolescent years: what changes when children become adolescents, and when adolescents become adults. In: Journal of Child Psychology and Psychiatry, 201
 - 2 WHO Regional Office for Europe, Adolescent Mental Health in the European Region. Factsheet for World Mental Health Day, 2018
 - 3 Wittchen, H.U. & Jacobi, Size and burden of mental disorders in Europe – a critical review and appraisal of 27 studies. European Neuropsychopharmacology, 2005

auf rund 7,8 Milliarden Franken.⁴ Eine Studie der Universität Zürich kommt sogar zu dem Ergebnis, dass allein die durch Depressionen entstehenden Kosten eine Belastung von über 10 Milliarden Franken pro Jahr für die Schweizer Volkswirtschaft bedeuten.⁵

Die 18- bis 35-Jährigen sind laut WHO in der Schweiz mit 45 % die grösste Gruppe der psychisch Erkrankten. Jede/r fünfte Jugendliche in der Schweiz leidet an einer psychischen Krankheit. Das Bundesamt für Gesundheit verweist in seinem Bericht «Suizid und Suizidprävention» auf die bislang fehlenden überregionalen und im Einklang mit den Empfehlungen der WHO stehenden nationalen Strategien für die Suizidprävention und erklärt, dass der UN-Kinderrechtsausschuss die Schweiz bereits im Februar 2015 explizit dazu aufgefordert hat, die Arbeit an einem nationalen Aktionsplan zur Suizidprävention voranzutreiben.⁶

2.2

Sick Style: Exploring A New World Of Sadness

Im Rahmen des in der Studienvertiefung Trends & Identity angesiedelten Forschungsbereiches «Care Futures» widmen wir uns der veränderten Weise, in der Jugendliche und junge Erwachsene mentale Krisen und Krankheiten auf digitalen Kanälen im Kontext der Megatrends Gesundheit und Digitalisierung kommunizieren.

Im Herbst 2019 wurde das von uns initiierte und durchgeführte Pilotprojekt zur Grundlagenforschung «Sick Style – Exploring A New World Of Sadness» im Auftrag der Gesundheitsförderung Schweiz und in Zusammenarbeit mit Pro Juventute erfolgreich abgeschlossen. Im Austausch mit Expertinnen und Experten verschiedenster Disziplinen gelang eine erste Untersuchung und Interpretation der Strategien und Motive, die heute für den Umgang Jugendlicher mit mentalen Erkrankungen im digitalen Raum

⁴ Bundesamt für Gesundheit (BAG), Schweizerische Konferenz der kantonalen Gesundheitsdirektorinnen und -direktoren (GDK) und Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz, Psychische Gesundheit in der Schweiz: Bestandsaufnahme und Handlungsfelder, Bericht im Auftrag des Dialogs Nationale Gesundheitspolitik, 2015

⁵ S. Wieser, Y. Tomonaga, M. Riguzzi, B. Fischer, H. Telser, M. Pletscher, K. Eicher, M. Trost und M. Schwenkglenks, „Die Kosten der nichtübertragbaren Krankheiten in der Schweiz,“ Bundesamt für Gesundheit BAG, Bern, 2014.

⁶ BAG-Studie, wie Fn. 4

prägend sind. Die Ergebnisse zur veränderten Ästhetik und Repräsentation von psychischem Leid bei Jugendlichen im Kontext digitaler Transformation wurden in einem Trend-Report, einem Forschungsbericht sowie auf einem beiliegenden Poster zusammengefasst.

Die Erkenntnisse dieses Pilotprojekts lieferten die Basis für die nunmehr vorliegende zweite Phase der anwendungsorientierten Forschung, in der wir auf diesen Wandel konzeptionell und gestalterisch reagieren. Es wurde ein strategisches Konzept und der Prototyp für ein kreatives digitales Tool entwickelt, die App Heavy Mental. Sie soll Jugendlichen und jungen Erwachsenen zukünftig einen niederschweligen Einstieg in die Auseinandersetzung mit den eigenen Stimmungs- und Gefühlswelten bieten. Sie verweist und verlinkt direkt zu den unterschiedlichen Hilfsangeboten auf unterschiedlichen Kanälen von Pro Juventute. Sie dient damit weitgehend der Präventions- und Interventionsarbeit und soll eingesetzt werden, um langfristig eine stärkere Anschlussfähigkeit an die junge Zielgruppe zu ermöglichen.

Die Phase der Grundlagenforschung hat zusammengefasst folgende Anforderungen an das Tool ergeben: Es soll die Identifikation und Kommunikation von persönlichen Gefühlswelten vereinfachen, eine niederschwellige Benutzung ermöglichen und als spielerischer Einstieg in die Auseinandersetzung mit oftmals ambivalenten und diffusen Gefühlswelten dienen.

Zur besseren Verständlichkeit werden die vier zentralen Erkenntnisse der Grundlagenforschung hier noch einmal vorgestellt.

2.3

Social Media als Ambivalenz: Zwischen Coping-Strategie und Trigger-Warning

Wo immer es um das Verhältnis von Mental Health und Social Media geht, sei es in der medialen Öffentlichkeit, in der Fachliteratur, in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung oder auch in unseren Diskussionen mit Betroffenen und Experten, zeigt sich schon bald die grosse Ambivalenz des Themas. Social Media kann beides sein: Ein fruchtbares Experimentierfeld für neue Bewältigungsstrategien, aber auch ein Verstärker und Trigger negativer Gefühle bis hin zur psychischen Erkrankung. Social Media ist einerseits ein Ort, an dem es Jugendlichen

«Fast alle Befragten verfügen über einen Account bei Instagram oder Snapchat. Eine Mehrheit nutzt die beiden Dienste mehrmals pro Tag. Darüber hinaus nutzen beinahe hundert Prozent der jugendlichen Handybesitzer regelmässig einen Messengerdienst wie WhatsApp.»

Fachgruppe Medienpsychologie der ZHAW
Angewandte Psychologie,
JAMES Studie (Jugend,
Aktivitäten, Medien –
Erhebung Schweiz), 2018

«As digital technologies increasingly permeate our everyday lives, it is imperative that practitioners seek to understand what this means for vulnerable teens. This imperative is born out of a significant shift in teen behaviours whereby young people imperceptibly blend and weave together their online and offline existence.»

Victoria Betton,
Teen Mental Health in
an Online World, 2018

besonders leicht fällt, sich zu ihren psychischen Problemen zu bekennen. In den Online-Communities und Medienplattformen entwickeln und erproben sie hier einen erstaunlich frischen und von Klischees befreiten Blick auf solche Probleme. Auf der anderen Seite ist die Nutzung von Sozialen Medien für Jugendliche und junge Erwachsene, die von psychischen Problemen oder Erkrankungen betroffen sind, ein schwer einschätzbares Risiko. Social Media kann durchaus zum verführerischen «Abgrund» und Trigger werden, dessen ungefilterte und unzensierte Konfrontation desaströse Gedankenspiralen in Gang setzt oder selbstschädigendes Verhalten verfestigt. Als gegenläufige Tendenz lässt sich so etwas wie eine Profanisierung und Trivialisierung von psychischen Problemen und Erkrankungen beobachten: Jugendliche kokettieren mit dem Gestus der oder des Leidenden und inszenieren ein von Unglück, Ängsten und Trauer gezeichnetes digitales Selbstbild. Ob die Ursache für solche Selbst-Inszenierungen der erste Liebeskummer oder andere, ein Stück weit erwartbare Konflikte Heranwachsender sind – oder aber ernsthafte psychische Probleme, ist dabei auf den ersten Blick meist nur schwer zu erkennen. Alle Jugendlichen, mit denen wir sprachen, erlebten die Ambivalenz von Social Media bereits persönlich. Viele sahen ihren eigenen, oft exzessiven Smartphone-Gebrauch kritisch und thematisierten aus eigenem Impuls ihre Überforderung, auf die sie mit teils sehr individuellen selbst gesetzten Regeln und Vermeidungsstrategien reagierten.

Die enorme Präsenz und Relevanz digitaler Kommunikationsformen für junge Erwachsene und Jugendliche ermöglicht eine neue Anschlussfähigkeit. Diese wird nun auch vermehrt von Angeboten genutzt, die Elemente der psychologischen Beratungspraxis in die Sozialen Netzwerke übertragen. Auch wenn diese Angebote eine fundierte klassische Therapie nicht ersetzen können, sind sie doch eine seelische Unterstützung und allgemeine Lebenshilfe. Die Bedeutung digitaler Welten für die Lebenswirklichkeit von Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist auch der Grund dafür, warum sich unser Forschungsprojekt und die App fast ausschliesslich auf die digitale Sphäre konzentrieren.

2.4

Maybe you're sad,
maybe you're happy.
Maybe you're feeling nothing
or everything, all at once.
Either way, always try to be
gentle with yourself.
Whatever you're feeling is
OK.
What's normal anyway?
Normal is a boring word.
We're lonely, we cry.
We laugh, we love.
Being human is complex.
Embrace it all.

Monki, All the feels:
A campaign created to raise
awareness about the posi-
tive and negative
effects of social media on
our mental health.

All the Feels

Zum veränderten Umgang mit Innerlichkeit

Jede Gesellschaft hat ihren ganz eigenen kulturellen Umgang mit Emotionen. Moderne Gesellschaften sind dabei von einer Tendenz zur Subjektivierung geprägt, die sich etwa in der Erfindung der romantischen Liebe, der Autobiografie oder der Psychoanalyse äussert. Man beschäftigt sich mit seinen Emotionen, praktiziert Introspektion und Selbstexploration.

Besonders der Umgang der Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit ihren Gefühlen unterscheidet sich deutlich von dem früherer Generationen. Dieser Wandel manifestiert sich zum Beispiel im substantivisch verwendeten Begriff «feels», oft verwendet in der Formel «All the feels». Dieser Neologismus, seit etwa 2010 Bestandteil des Internet-Slangs der Generation Z, bezeichnet so etwas wie die Gesamtheit des Gefühlslebens, in der positive und negative Aspekte untrennbar miteinander verbunden sind. Das bekannte Slang-Wörterbuch Urban Dictionary bezeichnet seine Verwendung als typisches Merkmal von Personen, die vielleicht etwas zu selbstgefällig mit ihrer Traurigkeit kokettieren: «When I use a sentence containing ,all the feels', it shows my sad, desperate attempt to claw for self-importance and identity.»⁷ Auch der zum Modegiganten H&M zählende Fashion-Brand, der sich an Jugendliche und junge Erwachsene der Generation Z richtet, hat «All the feels» zum Claim einer Kampagne erklärt.⁸

Eine spezielle Bedeutung scheint hier der Selfcare zuzukommen, ein Begriff, der unterschiedliche kulturelle Praktiken des Auf-sich-Achtens zusammenfasst. Besonders auf sozialen Plattformen hat Selfcare unter dem dazugehörigen Hashtag eine starke Präsenz entwickelt. Laut Google Trends zählt der Begriff zu den meistgesuchten der letzten Jahre. Selfcare ist jedoch, darüber sollte die gegenwärtige Ästhetisierung und Kommerzialisierung nicht hinwegtäuschen, auch die grundsätzlich begrüßenswerte Aufforderung, die eigenen Bedürfnisse und

⁷ Urban Dictionary [https://www.urbandictionary.com/define.php?term=all%20 the%20feels](https://www.urbandictionary.com/define.php?term=all%20the%20feels) (26.06.2020)

⁸ Monki, All the feels Online: A campaign created to raise awareness about the positive and negative effects of social media on our mental health. Online: <https://www.monki.com/we-are-monki/monki-thinks/all-the-feels/> (26.06.2020)

Emotionen genauer in den Blick zu nehmen. Es ist dieses In-sich-Hineinhorchen, das nötig ist, um Gefühle überhaupt wahrzunehmen. Die Popularität von Selfcare wird vermutlich dazu beitragen, dass auch ernsthafte psychische Erkrankungen in der von uns untersuchten Altersgruppe stärker thematisiert werden als früher. Damit ist die Generation Z vielleicht die erste, die endgültig vor der Sinnlosigkeit dieses Wettlaufs zur Glückseligkeit kapituliert und eine grundlegend andere Einstellung zu eigenen Defiziten entwickelt. Die Überwindung der strengen Dichotomie von krankem und gesundem Verhalten, sozialer Erwünschtheit und Unerwünschtheit, Hilfsbedürftigkeit und Hilfeleistung ist etwas, von dem möglicherweise auch die Angehörigen älterer Generationen profitieren könnten.

2.5

«Global uncertainty and the omnipresence of social media have created a generation of anxious, restless teenagers. [...] As anxiety levels rise and young people become increasingly aware of just how pervasive mental health issues have become, a culture of openness about these struggles is growing.»

The Future Laboratory,
Anxiety Rebellion, 2018

Hybride Vernetzung Wunsch nach Inklusion und Normalisierung

Die unvoreingenommene Ansprache negativer Emotionen erfolgt – während sie auf Social Media und in der Pop- und Unterhaltungskultur zur Zeit sehr präsent ist, im sonstigen Alltag der Jugendlichen und in der Erwachsenenwelt viel zu selten, so zumindest das Empfinden der Jugendlichen. Auch die UN-Initiative «GirlUp», die mehr als 3.500 Mädchen in sieben Ländern befragte, stellte fest, dass sich 75 % der weiblichen Jugendlichen einen offeneren Dialog über psychische Gesundheit wünschen.⁹

Viele Jugendliche und junge Erwachsene sind davon überzeugt, dass ihre Kommunikation über ihre Gefühle allgemein, besonders aber ihre psychischen Krisen und Probleme im vermeintlichen «Safe Space» der Online-Plattformen besser und sicherer aufgehoben sei als bei Freunden, Eltern, Lehrern und sogar Therapeuten.

In den Gesprächen mit ihnen wurde immer wieder deutlich, dass seelisches Wohlbefinden und psychische Gesundheit als ebenso elementar und lebensnotwendig angesehen werden wie Essen und Trinken. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen betrachten und behandeln Mental Health nicht mehr als separiertes, sondern

9 GirlUp, Her GenZ World, 2018. Online: <https://www.girlup.org/her-gen-z-world/#sthash.tE9sefnB.dpbs>

als hybrides Thema, das sich organisch mit anderen Themen, die in ihrer Lebens- und Gefühlswelt eine Rolle spielen, vermischt. Durch ihre Omnipräsenz sind digitale Tools und Plattformen in besonderem Masse ‚organisch‘ in die lebensweltlichen Erfahrungskontexte der Betroffenen eingebettet.

Zugleich löst es bei vielen Jugendlichen Unverständnis, zum Teil auch Resignation aus, dass ihrer psychischen Gesundheit im «Real Life» so wenig Raum zugestanden wird. Sie sehen hier besonders die Eltern und Lehrer in einer stärkeren Verantwortung. Diese sollten viel häufiger von sich aus die Initiative ergreifen. Stattdessen, so der Konsens, legten die Erwachsenen ein grosses Gewicht auf die körperliche Gesundheit, während in der Schule wiederum fast nur die Leistungsfähigkeit zähle. Die Jugendlichen sprechen von einer seltsamen Stille, einem bedrückenden Schweigen der Erwachsenen, das ihrer Vermutung nach aus einer Mischung von Unwissenheit und Unsicherheit resultiert. Angesprochen würden psychische Probleme bzw. Krankheiten erst dann, wenn starker Leistungsabfall, Selbstverletzung oder unübersehbare Essstörungen einen akuten Handlungsbedarf signalisieren. Die Symptomatiken würden dann jedoch nicht als integraler Bestandteil und Ausdruck individueller Persönlichkeit behandelt, sondern als Störung, die möglichst schnell beseitigt werden muss. Die Erwachsenen hätten, so der Verdacht, selbst nicht gelernt, über ihre Gefühle zu reden oder psychologische Phänomene einzuordnen, was sich dann auch in ihrer öffentlichen Kommunikation über psychische Erkrankungen widerspiegele.

2.6

Emotional Outlet Safe Space ohne Repressionen

Es besteht ein wachsendes Bedürfnis Jugendlicher und junger Erwachsener nach digitalen Räumen, in denen sie ihre Gefühle ungeachtet irgendwelcher Leistungs- und Funktionalitätsansprüche ausdrücken können. Mit dem Begriff «Emotional Outlet» beschreiben wir diesen digitalen Raum, in dem Mental Health heute vermehrt verhandelt wird. In den Gesprächen mit den Probanden

9 GirlUp, Her GenZ World, 2018. Online: <https://www.girlup.org/her-gen-z-world/#sthash.tE9sefnB.dpbs>

wurde eine klare Verlagerung deutlich: Weg vom nahen familiären Umfeld und den «analogen» Freunden in Schule, Verein oder Nachbarschaft, hin zu Communities, mit denen man meist kaum anders als digital verbunden ist – was offenbar gerade den Reiz ausmacht. Hier und nicht im nächsten Umfeld öffnen sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Auffallend ist ein von Offenheit, Respekt und Vertraulichkeit geprägter Umgang und eine grosse Identifikation mit den Problemen, Emotionen oder psychischen Erkrankungen anderer, sowie eine gegenseitige Unterstützung und Ermutigung («Empowerment»). Der Umgang miteinander ist nicht bewertend oder gar abwertend, sondern tolerant und verständnisvoll. Was wir hier beobachten ist der Versuch, psychische Erkrankungen wie beispielsweise Angststörungen oder Depressionen zu normalisieren. Es werden spezifische Räume kreiert, die im Gegensatz zur realen Welt als «safe» empfunden werden, weil keine unangenehmen Rückwirkungen auf den Alltag oder das nächste soziale Umfeld zu befürchten sind. Der «Emotional Outlet» funktioniert als ein solcher «Safe Space». Einer absoluten Diskretion nach Aussen steht gewissermassen eine absolute Indiskretion nach Innen gegenüber.

Für die amerikanische Medienwissenschaftlerin und Sozialforscherin Danah Boyd hat die digitale Sphäre den bislang ausgetragenen Kämpfen um den privaten Raum und dem persönlichen Selbstausdruck der Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine komplett neue Dimension hinzugefügt. Teenager, so Boyd in ihrem Buch «It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens», wollen nicht, dass ihre Eltern ihre Online-Profile ansehen oder ihnen über die Schulter schauen, wenn sie mit Freunden chatten.¹⁰ Interaktionen, die für Erwachsene bisher unsichtbar waren, hinterlassen plötzlich Spuren und veranlassen die Eltern, sich über Posts, Selfies und Comments zu sorgen, die nicht für ihre Augen und Ohren bestimmt sind, so Boyd.

¹⁰ Boyd, Danah: It's Complicated. The Social Lives of Networked Teens, 2015

2.7

Mental Health Apps Steigender Bedarf, neuer Markt

«Professionals are at risk of being out of touch with their patients and missing online behaviors that may exacerbate pre-existing vulnerabilities and psychiatric diagnoses. They also risk breaching professionalism standards if not informed about how to incorporate technology into practice. The Internet and digital technology play an essential role in the knowledge, skills and attitudes of the twenty-first century mental health professional working with adolescents.»

Malak Rafila et. al.,
Adolescents and the internet. What mental health clinicians need to know. In: Current Psychiatry Reports, September 2014

Der globale Markt für Apps rund um das Thema mentale Gesundheit boomt. Die Angebote bestehen häufig aus einer Kombination standardisierter Selbstbewertungen und kognitiver verhaltenstherapeutischer Interventionen. Es wird erwartet, dass dieser Markt aufgrund des wachsenden Bewusstseins über die zentrale Rolle unserer psychischen Gesundheit noch einen weiteren deutlichen Aufschwung erfahren wird. Weltweit wird allein für Mental-Health-Apps bis 2027 mit Einnahmen von über 380 Millionen Schweizer Franken gerechnet.¹¹

Einer der entscheidenden Gründe für diesen Erfolg ist die durch solche Apps gewährleistete Anonymität. Immer noch haben viele Betroffene und Hilfesuchende Angst vor sozialer Stigmatisierung. Sie befürchten eine Abwertung und Blossstellung, wenn sie ihre psychischen Probleme, Krisen oder Erkrankungen ihrem sozialen Umwelt gegenüber kommunizieren, erst recht wenn bekannt wird, dass sie professionelle therapeutische Hilfe suchen. Das führt dazu, dass fast zwei Drittel der Betroffenen in der Schweiz erst gar keine Hilfe bei einer Fachperson in Anspruch nehmen.¹²

E-Mental-Health und hier vor allem Apps bieten eine niederschwellige Alternative. Als Einstiegsangebot zur Auseinandersetzung mit und Behandlung von psychischen Krisen und Erkrankungen gewähren sie den Betroffenen den Schutz von Anonymität und Privatsphäre. Die Alltäglichkeit und Selbstverständlichkeit der App-Benutzung sowie ihre Ansprache und visuelle Erscheinung helfen ausserdem, das Thema psychische Gesundheit aus seinem bisherigen, eher diagnostisch und medizinisch gefärbten Kontext zu lösen und in die lebensweltliche Erfahrung der Betroffenen zu integrieren.

¹¹ Absolute Markets Insights, Mental Health Apps Market, Februar 2020. Online: <https://www.prnewswire.com/news-releases/mental-health-apps-market-accounted-for-us-587-9-mn-in-2018-and-is-expected-to-generate-a-revenue-of-us-3-918-40-mn-by-2027--at-a-growth-rate-of-23-7-from-2019--2027--300997559.html>

¹² Rüesch, Peter; Manzoni, Patrik, Schweizerisches Gesundheitsobservatorium, Psychische Gesundheit in der Schweiz. Monitoring, 2003

«
Es kann
gefährlich sein,
gegenüber einem
Freund oder einem
Lehrer Statements
abzugeben.
Und hier ist es nicht
gefährlich, weil es
sehr wahrscheinlich
keine Konsequenz hat.
Weil es keinen Effekt
auf die zukünftige
Realität von mir
haben wird.

»

3

Erste Befragung: Ideation-Workshop

3.1

Ziel und Ablauf

Ziel des Workshops war es, die Ergebnisse unserer Grundlagenforschung im Hinblick auf eine praktische Umsetzung und die Erstellung eines Prototyps zu ordnen. Wir hatten bereits in der ersten Phase intensiv das Gespräch mit betroffenen Schweizer Jugendlichen und jungen Erwachsenen gesucht. Nun änderte sich der Schwerpunkt dahingehend, dass unsere Gesprächspartner neben ihrem Interesse für Mental-Health-Themen auch über professionelle Kenntnisse in den Bereichen Design, Grafik und Kommunikation verfügten, die im Hinblick auf eine spätere Anwendung essentiell sein werden. Ihre zweifache Perspektive auf das Problem stellte sich als enormes Potential heraus.

In einem Prozess der Ideation wurden, basierend auf den Erfahrungen der Teilnehmenden, die Qualitäten konkretisiert, über die das zukünftige Tool verfügen soll. Dazu zählte auch seine grundsätzliche Form: Digital, analog oder eine Mischform?

Am 25. Februar 2020 führten wir im Departement für Designforschung an der Zürcher Hochschule der Künste den ersten Workshop durch. Die TeilnehmerInnen waren: Rafael Cordeiro (Student, Trends & Identity), Naemi Sauter (Studentin, Trends & Identity), Giacomo Pedemonte (Interaction Designer, eyekon digital craft), Gloria Hertig (Studentin, Trends & Identity), Susanne Barthel (Studentin, M. A. Trends & Identity), Meret Borer (Grafikerin, NZZ), Brooke Jackson (Studentin, M. A. Art Education), Donika Palaj (M. A., Trends & Identity), Thomas Brunner (Abteilungsleiter Beratung & Unterstützung, Pro Juventute), Dr. phil. Francis Müller (Dozent, Design-Ethnografie und Soziologie).

Die Einführung bestand aus einer Betrachtung aktueller «Best Cases», also Praxisbeispielen bereits existierender, themenverwandter Projekte. Aktualität und eine grosse Bandbreite aus digitalen, analogen und gemischten Angeboten waren für die Auswahl entscheidend. Anschliessend fand eine Diskussionsrunde statt, in der wir nach Erfahrungen mit Dienstleistungen und Projekten im

Bereich Mental Health und Design fragten, hier vor allem nach grundlegenden emotionalen Reaktionen. Die weitere Konkretisierung der Ideen erfolgte in 2er-Gruppen. Abschliessend wurden im Plenum Kreativkonzepte für Mental-Health-Angebote diskutiert.

3.2

Beispielsammlung

Die Teilnehmenden wurden befragt, welche Produkte und Angebote sie regelmässig nutzen und als besonders positiv empfinden.

«Man muss sich einfach sehr klar sein, dass es nicht ein Gespräch beim Therapeuten ersetzt. Für mich war es sehr hilfreich und bei mir hat das Positive klar überwogen.»

Giacomo Pedemonte,
Interaction Designer, Eyekon

«Ich verwende einen Period Tracker. Das ist sehr wichtig für Frauen: die Realisation, dass man einfach auch mal hormonelle Schwankungen kriegt. Es ist total gut zu wissen: [...] es hat eigentlich mit nix zu tun, es ist einfach nur ein Scheisstag. Und damit kann man dann irgendwie auch leben.»

Susanne Barthl,
M. A. Trends & Identity

«Man wird zum Forscher von einem selber. Durch die Individualisierung wird man fast dazu gezwungen, Eigenschaften von sich selber anzunehmen. Dann wird die Psyche zu einem belastenden Problem, weil man auch oft überfordert ist. Und durch das Stimmungs-Tracking hat man mal eine Distanz und kann sich von einer anderen Perspektive beobachten.»

Donika Palaj,
M. A. Trends & Identity

Moodpath

Als besonders hilfreich wurde die Nutzung eines deutschen «Mood Trackers» beschrieben: Die App Moodpath erleichtert die Dokumentation von Gefühlszuständen, die in der Folge ausgewertet und zu regelmässigen Berichten verarbeitet werden. Der Benutzer erhält dadurch eine bessere Langzeitperspektive seiner emotionalen Entwicklung. Ein Workshop-Teilnehmer berichtete, dass er einzelne Phasen seines Lebens dadurch besser in eine objektive Relation setzen könne. Wer in einem emotionalen Tief stecke, verliere schnell das Gefühl dafür, wie lange es schon anhält oder wie lange es im wahrscheinlichsten Fall noch anhalten wird.

Insight Die kontinuierliche Beobachtung, Dokumentation, Einordnung und Bewertung der eigenen mentalen Verfassung ermöglicht eine Objektivierung der Selbstwahrnehmung und schärft die Sensibilität für die eigene psychische Gesundheit.

Period Tracker

Eine andere Teilnehmerin nutzte regelmässig einen Period Tracker. Neben seiner eigentlichen Funktion, der genaueren Bestimmung der eigenen Periode, helfe er ihr dabei, die im Zusammenhang mit dem Prämenstruellen Syndrom (PMS) stehenden Stimmungsschwankungen besser zu verstehen. Diese zusätzliche Funktion wird von den Anbietern auch ausdrücklich betont.

Insight

Tracking wird besonders wegen des erweiterten Überblicks als hilfreich empfunden. Es hilft, Stimmungsschwankungen aus einer gewissen Distanz zu betrachten, was ihnen viel von ihrer Schwere nimmt. Die Engmaschigkeit und Vollständigkeit der Dokumentation

«
Ich habe
gelernt,
dass ich etwas
Aktives aus
meiner Stimmung
machen muss.
Mir hilft es,
etwas zu
produzieren.

»

Meret Borer,
Grafikerin, NZZ

ist dabei offenbar nicht entscheidend. Wichtiger ist, dass sie einen Blick auf lange Zeiträume ermöglicht.

Farbtagebücher

Eine Befragte berichtete uns über eine Technik, die sie in der Therapie gelernt hatte, nachdem ihre Therapeutin festgestellt hatte, dass eine solche kreative Strategie am besten zu ihr passt. Beim Farbtagebuch werden Gefühle durch individuelle Farbpaletten ausgedrückt, die im Rahmen der Therapie geordnet und interpretiert werden. Der selbstreflexive Effekt des Trackings wird mit dem meditativen und entspannenden Effekt des Zeichnens verbunden. Zugleich entwickelt man eine nonverbale und dennoch komplexe Sprache für den eigenen Gefühlsausdruck. Die Teilnehmerin, eine Grafikerin, profitierte davon sogar in beruflicher Hinsicht.

Positive Gaming

Einige TeilnehmerInnen erwähnten das sogenannte Positive Gaming als neue und hilfreiche Entspannungsstrategie. Diese Spiele drehen sich nicht um Wettkämpfe oder Zerstörungssorgien, sondern geben den Spielern einen emotionalen Gewinn mit. Als Beispiel wurde vor allem das Spiel «Sky: Children of the Light» aus der preisgekrönten Werkstatt von Journey genannt, das 2013 zum Spiel des Jahres gewählt wurde. Die Spieler haben hier die Aufgabe, als «Kinder des Lichts» ein wunderschön animiertes, aber zunächst trostlos wirkendes Königreich zu verändern, indem sie unter seinen Bewohnern Hoffnung verbreiten. Beworben wird es als soziales Abenteuer, das die «Herzen wärmt».

Insight

Emotionales Gaming zieht mittlerweile tausende Nutzer an und macht gewaltzentrierten Spielen Konkurrenz. Es ist wichtig festzuhalten, dass schon die Simulation empathischer Handlungen und das Feedback virtueller Spielfiguren den Spielern ein ganz reales positives Gefühl vermittelt, das bei der Überwindung seelischer Krisen hilfreich sein kann.

Sozialer Austausch

Dass die Kommunikation mit (realen) Freunden über die eigenen Gefühle und Stimmungen eine wichtige entlastende Funktion haben kann, dürfte unbestritten sein. Sie ist jedoch nach Ansicht einiger TeilnehmerInnen auch äußerst ambivalent, weil sie für das Gegenüber schnell belastend wird – und weil sich irgendwann gewisse Abnutzungseffekte einstellen.

«Es gibt mittlerweile viele Spiele, die dich belohnen, wenn du nett zu anderen Spielern bist. Das was ich spiele ist `Sky: Children of the Light`. Und das ist halt einfach von der Ästhetik schon total schön. Man entspannt sich so. Man trifft auf andere Leute, du musst sie umarmen und kriegst davon ein total gutes Gefühl, wenn du das spielst. Ich finde Healthcare-Games haben einen guten Ansatz.»

Susanne Barthl,
M. A. Trends & Identity

«Ein guter Freund hat immer gesagt: `Geteiltes Leid ist doppeltes Leid`. Wenn ich meine Gedanken teile, dann trägst du es mit dir in den Tag. Und so ist es eigentlich etwas sehr Egoistisches, wenn ich dir jetzt sage, wie es mir geht.»

Susanne Barthl,
M. A. Trends & Identity

«Mein Ziel ist es, immer mit möglichst vielen anonymen Menschen zu sprechen, weil: einem Freund erzählst du einmal etwas und dann gehst du ihm auf die Nerven.»

Gloria Hertig,
B. A. Trends & Identity

Insight

Es besteht ein grosses Bedürfnis nach Austausch. Es gibt aber auch eine ethische Zwickmühle, nämlich die Frage nach der richtigen Balance der eigenen Bedürfnisse und der des anderen. Wem meiner Freunde darf und kann ich meine Sorgen anvertrauen, ohne ihn oder sie zu überfordern? Wo ist die Grenze?

3.3

«Ich finde das Analysieren von diesen Sachen extrem wichtig, aber auch die Entscheidung, wie man danach damit umgeht.»

Meret Borer, Grafikerin,
NZZ

Anregung und Kritik

Nachdem bisher vor allem positive Anregungen gesammelt wurden, ging es im weiteren Verlauf der Befragung zunächst um Defizite: Welche Eigenschaften und Funktionen fehlen im bereits bestehenden Angebot im Bereich Mental Health? Welche Zweifel und Bedenken der Zielgruppen sollten in diesem Kontext unbedingt ernst genommen werden? Hier wurde zwei Kritikpunkte besonders deutlich:

Angst vor der Verfestigung negativer Gefühle durch Tracking

Viele Befragte haben Bedenken, dass Tracking zwar zu einer intensiveren, aber auch unproduktiven und sogar kontraproduktiven Auseinandersetzung mit den eigenen Gefühlen führen könnte. Schliesslich bildet es die subjektiv empfundene negative Selbstwahrnehmung nur ab, ohne sie zu hinterfragen oder Gegenstrategien aufzuzeigen.

Wunsch nach ganzheitlicher Perspektive

Ebenfalls mehrfach wurde der Wunsch nach einer ganzheitlichen Perspektive geäussert: Es werde zu selten die individuelle Gesamtsituation eines Menschen berücksichtigt. Das Ergebnis sei eine oberflächliche, nur auf die Beseitigung von Symptomen konzentrierte Vorgehensweise. Dieser Umgang mit psychischen Problemen füge sich in das Bild einer Gesundheitsbranche, die auch in anderen Bereichen eher eine Optimierung und Anpassung an vorgegebene Normen betreibe. Als positiver Gegenentwurf werden Methoden der alternativen Heilkunde genannt. Wer etwa mit Kopfschmerzen bei einem Kinesiologen vorstellig werde, der werde zunächst einmal intensiv nach allen möglichen Lebensumständen und -gewohnheiten befragt. Das, so die Befragten, sollte auch bei Depressionen oder anderen psychischen Problemen erfolgen.

Insight

Zentrale Bedenken waren, dass das Gefühls-Tracking zu einer Entfremdung vom eigenen Körper führen kann, wenn man unreflektiert damit umgeht. Jedoch sei es gut im Sinne eines Perspektivenwechsels. Denn manchmal möchte man auch mit anonymen Personen sprechen bzw. einfach etwas dokumentieren ohne anschliessende Diskussion. Digitale Dienste können ausserdem helfen, den eigenen Körper besser zu verstehen. Dafür muss man sie jedoch nicht immer zur Verfügung haben und in einem gesunden Maß einsetzen.

Grundsätzlich wurde vehement mehr Intuition und Selbstvertrauen in den eigenen Körper gefordert. Ebenso wurden Bedenken wegen einer Überidentifikation mit der eigenen Krankheit geäussert. Für einen gesunden und konstruktiven Umgang mit der eigenen Gefühlswelt ist ein hoher Grad an Selbstwahrnehmung essentiell.

3.4

Gestalterische Ansätze

Die Befragung konzentrierte sich in dieser Phase des Workshops auf gestalterische Ansätze zum Thema Mental Health, die den TeilnehmerInnen positiv in Erinnerung geblieben sind.

Happy Design

Mehrere Design-StudentInnen wiesen auf eine neue Bewegung hin, die sie zum Beispiel auf der Design Week 2019 in Prag kennengelernt hatten. Beim Happy Design geht es vordergründig um die Verwendung fröhlicher Schriftarten und Farbpaletten, im Grunde aber um viel mehr. Der Ansatz wird vor allem mit dem Namen des Künstlers Stefan Sagmeister verbunden, der sich in seiner Ausstellungsreihe «The Happy Show» mit grundlegenden Fragen beschäftigt: Was ist Glück? Wo findet man Glück und was kann der Mensch für sein eigenes Glück tun? Die Veranstalter beschreiben das Resultat dieser subjektiven Glücksforschung so: «Erfrischend emotionale Infografiken, anrührende Video-Dokumente von Selbstversuchen oder Installationen zum Mitmachen: Die sinnlichen Bildwelten des gebürtigen Österreichers animieren das Publikum, auch das eigene Glücksgefühl zu steigern.»¹

¹ Stefan Sagmeister. The Happy Show, Museum für Gestaltung Zürich, 28.10.2017 – 11.3.2018 Online: museum-gestaltung.ch/de/ausstellung/sagmeister-happy-show (25.04.2020)

Licht-Ausstellung Kopenhagen

Wie stark der positive Einfluss von Design auf die psychische Gesundheit sein kann, zeigte eine «Licht-Ausstellung» in Kopenhagen. Ihre Besucher konnten verschiedenste Beleuchtungssituationen durchlaufen und die dabei erlebten Empfindungen unmittelbar in einem «Gefühlsbarometer» festhalten. Interessant war vor allem die Erkenntnis, dass die gleichen Lichtverhältnisse eine ganz ähnliche Wirkung auf sehr unterschiedliche Menschen hatten. Diese Beobachtung unterstreicht die Wichtigkeit eines Designfaktors, dem wir im Alltag kaum Beachtung schenken. Die Ausstellung entliess ihre Besucher mit der Aufforderung, auch das eigene häusliche Lichtdesign einer kritischen Überprüfung zu unterziehen, die Lichtsituation zu verändern oder ganz neue Lichtquellen auszuprobieren.

«Somatic Symptoms»

Einer der Befragten erzählte von Paisley Fried, Absolventin der Design Academy Eindhoven, die er auf der Dutch Design Week kennengelernt hatte. Diese hatte sich wegen ihrer psychischen Probleme für einen ganzen Monat in ihrer Wohnung isoliert, was bei ihrer Familie auf Unverständnis stiess. Deshalb begann sie mit dem Entwurf einer sehr schönen, persönlichen und gewagten Kollektion mit dem Namen «Somatic Symptoms» repräsentierte die körperlichen Symptome oder Beschwerden, die durch Depressionen und Angststörungen hervorgerufen werden nicht nur visuell, sondern auch haptisch und greifbar in der Form einer „sensorischen Simulation“. Jeder einzelne ist zudem mit einem Etikett ausgestattet, das diese Symptome in Worten beschreibt. Ziel des Projekts ist es, Menschen, die wenig über Depressionen oder Angstzustände wissen oder sich davor scheuen, über sie zu sprechen, ein tieferes Verständnis für psychische Gesundheitsprobleme zu vermitteln.

«Es ist aber gut, wenn sich junge Leute auf Social Media mit diesen Influencern identifizieren wollen. Dann habe ich das Gefühl, dass es ihnen wie Mut gibt, wenn sie jemanden sehen, dem es gleich geht; dass sie wie einen `Relater´ haben. Einerseits verstehe ich schon die Kritik, dass man auch etwas abwälzt auf jemanden, wenn man mit diesem spricht. Andererseits gibt es wohl nichts Schlimmeres, als wenn man sich alleine damit fühlt.»

Naemi Sauter, Studentin,
B. A. Trends & Identity

Emotionale Make-Up Tutorials

Auf YouTube lasse sich, so eine Teilnehmerin, seit einiger Zeit das Phänomen der emotionalen Make-up Tutorials beobachten. Immer mehr junge Frauen sprechen dort, während sie ein Make-Up Tutorial filmen, offen über ihre Gefühle. Es sei schwer zu glauben, dass diese Mädchen alle Mental Health-Probleme haben. Die Teilnehmerin ist dennoch davon überzeugt, dass ein positiver Effekt vorhanden sei. Es werde ein Common Sense darüber hergestellt, dass eine solche Selbstauskunft über die eigenen Gefühle ganz normal sei. Psychische Probleme werden dadurch entstigmatisiert.

Fazit

Die verbindenden Merkmale der hier genannten Beispiele sind Humor, Selbstironie und eine gewisse Niederschwelligkeit. Es braucht nicht immer eine knallharte psychologische Diagnose. Manchmal reicht auch das Einfordern von Empathie, das Herstellen einer angenehmen Stimmung und die Entspannung etwa durch kreative Tätigkeiten.

3.5

Ideenentwicklung

Nach der Diskussion bekamen die TeilnehmerInnen die Aufgabe, in Zweiergruppen kreative Konzepte zu erarbeiten und sie anschliessend zu präsentieren. Diese sollten sich im Idealfall von existierenden Konzepten unterscheiden und vorhandene Lücken schliessen. Jede Gruppe erhielt als Vorgabe jeweils eine Kategorie (analog/ digital/ Mischform) und eine bestimmte Form (Kampagne/ Service/ Produkt). Das Ergebnis waren folgende Vorschläge:

Lachkabinen (Kategorie digitale Kampagne)

Es wird nicht gerne gesehen, wenn jemand in der Öffentlichkeit laut lacht. Eine Karte auf Google Maps könnte alte, ungenutzte Telefonkabinen anzeigen, die dann zu Lachkabinen umfunktioniert werden. Vorbild sind Karaoke-Kabinen, die in einigen asiatischen Ländern ebenfalls im öffentlichen Raum installiert werden. Das Projekt setzt auf die heilende Wirkung öffentlich ausgelebter Fröhlichkeit. Die Telefonkabinen erleichtern diese durch einen Raum, der zugleich Sichtbarkeit als auch Schutz bietet.

Art Therapy App (Kategorie analoger/digitaler Service)

Die App ermöglicht die Erstellung und das Teilen von Zeichnungen. Sie dient nicht nur der Ablenkung von negativen Stimmungen, sondern zugleich auch ihrer Umwandlung in eine positive und produktive Tätigkeit. Der Unterschied zu existierenden Apps mit ähnlicher Funktion ist das minimalistische und funktionale Design und der Verzicht auf die in diesem Bereich übliche Kunst-Esoterik, die das Ergebnis schon vorab beeinflusst. Die App ist die digitale Entsprechung eines weissen Blattes Papier.

Be Nice Virus (Kategorie digitale Kampagne)

Inspiziert von Slogans wie «Kill them with kindness» geht es hier um eine regelrechte Pandemie der Nettigkeit: Freundlichkeit und positive Gefühle sollen im Rahmen einer Social Media Challenge wie ein Virus weitergegeben

werden. Hintergrund ist die Erkenntnis, dass selbst eher oberflächliche Bekundungen von Empathie eine tatsächliche Auswirkung auf die emotionale Verfassung des Empfängers haben. Die Masse macht's!

Das Achtsamkeits-Game (Kategorie digitales Produkt)

Die Zielgruppe dieses Angebots ist zwischen 25 und 35 Jahre alt. Sie ist besonders stark von Existenzängsten und sozialem Anpassungsdruck betroffen und hat ein besonders starkes Interesse an Achtsamkeit, Selbstverwirklichung und Spiritualität.

Die App funktioniert ähnlich wie ein Fitness-Programm: Nach der Eingabe verschiedener Parameter, die den seelischen Zustand des Nutzers beschreiben, erstellt das Programm Missionen, die leicht in den Alltag zu integrieren sind und (ähnlich wie bei einer Verhaltenstherapie) den eigenen Ängsten und Defiziten entgegenwirken. Das kann fallweise auch nur die regelmässige Erinnerung sein, sich überhaupt selbst zu reflektieren und sich der eigenen Bedürfnisse bewusst zu werden. Mit jedem Level lernt man sich ein bisschen besser kennen und wagt sich dann vielleicht auch an grundlegendere und tiefgreifendere Weichenstellungen des eigenen Lebens. Das Spiel kann für ältere Zielgruppen modifiziert und durch die andersartigen Themen, mit denen sie hauptsächlich konfrontiert sind, ergänzt werden.

Insight

Die Frage einer analogen oder digitalen Lösung spielte für die Befragten eine weitaus geringere Rolle als der emotionale Mehrwert der Ideen. Es besteht offenbar kaum Interesse an besonders futuristischen oder radikalen Ansätzen. Die Vorstellung hochkomplexer automatisierter Anamnese- und Therapietools erweckt eher dystopische Assoziationen. Die Stimmung in der Runde war aber eher fröhlich und angeregt. Und so war auch der Wunsch nach Angeboten vorherrschend, die dem Humor, der Leichtigkeit und dem Spieltrieb Raum geben. Die Angebote sollen nicht klassifizieren, interpretieren und anleiten, sondern eher inspirieren: Wie lerne ich mich selbst besser kennen? Wie kann ich anderen helfen, Mut für wichtige Lebensentscheidungen zu schöpfen? Wie kann ich produktiv mit meinen Stimmungen umgehen?

Die Essenz des Workshops war der Wunsch nach einem niederschweligen Tool, das den Nutzern hilft, Emotionen besser wahrzunehmen und verfestigte Perspektiven

aufzubrechen – um dann ihre eigenen Schlüsse daraus zu ziehen. Wenn ein solches Tool von einer prinzipiell miss-trauischen Generation angenommen werden soll, muss es jeden Eindruck einer autoritären Pädagogik vermeiden.

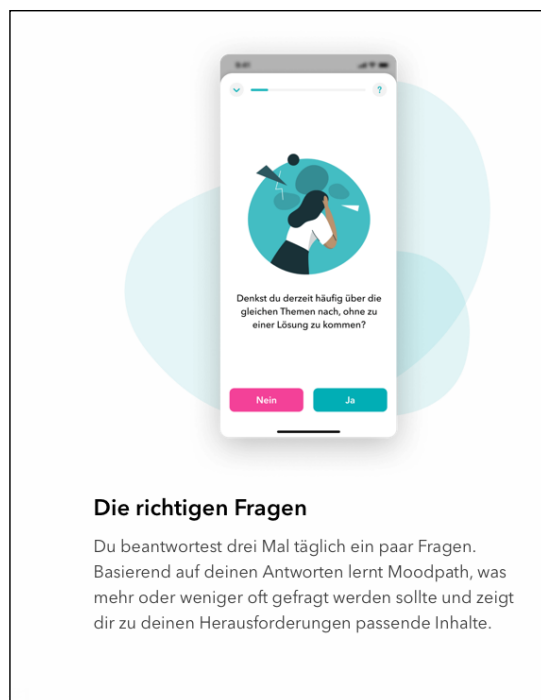
3.6

Fazit

Der Workshop hat unsere Perspektive auf die Prototypen-Entwicklung wesentlich erweitert. Der doppelte Bezug der TeilnehmerInnen, die zugleich Gestalter und Betroffene, also Teil der potentiellen Zielgruppe waren, machte unseren Austausch einerseits sehr persönlich und authentisch, andererseits aber auch sehr anwendungsorientiert.

Folgende Anforderungen an den Prototypen wurden definiert:

- Das Tool hat nicht den Anspruch, die Arbeit von Fachtherapeuten zu ersetzen.
- Der angestrebte Mehrwert ist das bessere Verständnis der eigenen Emotionslandschaft, das eine positivere Persönlichkeitsentwicklung und eine grössere Resilienz gegenüber psychischen Erkrankungen bewirken kann.
- Das Tool sollte die Möglichkeit bereitstellen, über Gefühle und Krisen zu kommunizieren, ohne auf das direkte Gespräch mit Freunden oder Familienmitgliedern angewiesen zu sein.
- Die Benutzung sollte möglichst interaktiv sein, um dem Nutzer ein aktives Einbringen zu ermöglichen und zugleich eine wohltuende Ablenkungsfunktion zu erfüllen.
- Die Interaktion sollte möglichst wenig über Texteingabe erfolgen, umso mehr über Farben und Licht als künstlerische Kommunikationsmittel.
- Das Tool sollte zur Mehrfachnutzung motivieren, ohne seinen Nutzer zu einer kritischen Überidentifikation mit psychischen Problemen zu verleiten.
- Auf die Verwendung pathologisierender Krankheitsbegriffe, die eine solche Überidentifikation erleichtern, sollte verzichtet werden.
- Das zugrundeliegende Menschenbild sollte ganzheitlich und differenziert sein.
- Das Tool sollte Humor haben.
- Es sollte eine positive oder sachliche, aber niemals eine düstere Stimmung ausstrahlen.



#1

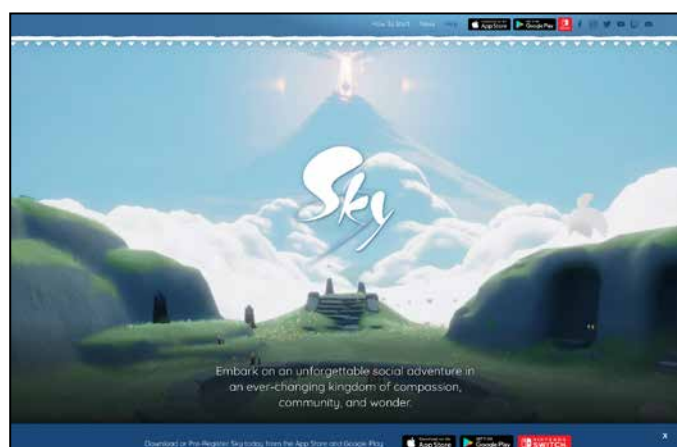
Beim Ideation-Workshop wurden die Teilnehmenden aufgefordert, favorisierte oder häufig genutzte Mental-Health-Angebote zu nennen. Dazu zählte etwa die Ausstellung Happy Design, die sich mit Themen wie Glück und guter Laune beschäftigte, aber auch Positive Gaming als Sammelbezeichnung für Videospiele, die einen emotionalen Gewinn versprechen. Moodpath, eine der weltweit führenden Apps für psychische Gesundheit wurde ebenso genannt wie Period-Tracker, die das Bewusstsein für die mentalen Auswirkungen der Menstruation schärfen.

#1 Moodpath, <https://mymoodpath.com/de/>

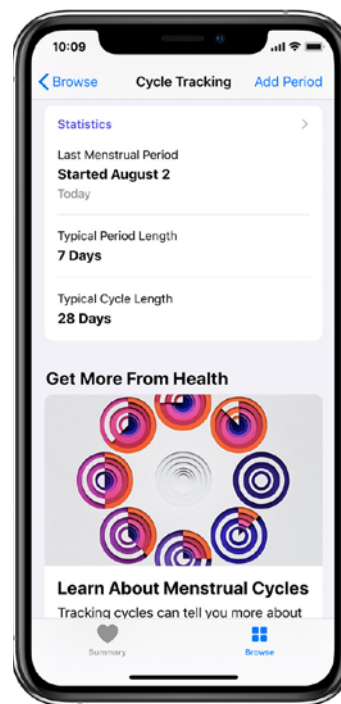
#2 <https://support.apple.com/en-us/HT210407>

#3 <https://thatskygame.com/>

#4 Stefan Sagmeister. The Happy Show, Museum für Gestaltung Zürich, 28.10.2017 – 11.3.2018
Online: museum-gestaltung.ch/de/ausstellung/sagmeister-happy-show (25.04.2020)



#3



#2



#4

Weitere von den Teilnehmenden positiv bewertete Angebote waren bestimmte Make-Up-Tutorials, bei denen die jungen Frauen nicht nur über Kosmetik, sondern zugleich auch sehr offen über ihre psychische Verfassung sprechen. Im Depressed Cake Shop werden extreme Gefühle wie Wut oder Trauer durch ungewöhnliche Backwaren versinnbildlicht. Die Kollektion einer niederländischen Design-Absolventin versucht das gleiche durch eine künstlerische Modekollektion.

#1 depressedcakeshop.org/

#2 Nicole Marnati, «Spotlight on Health at Dutch Design Week», 2019. Online: <https://ddw.nl/en/>

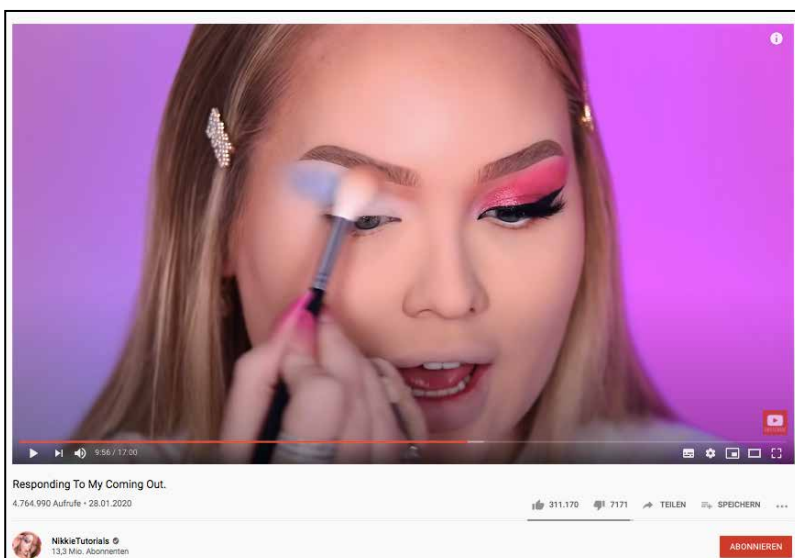
#3 Bild 7: NikkieTutorials, «Responding To My Coming Out». Online: <https://www.youtube.com/watch?v=AgKLxQmONgM> (27.06.2020) [press-archive/407/spotlight-on-health-at-dutch-design-week](https://www.press-archive.com/407/spotlight-on-health-at-dutch-design-week)



#1



#2



#3

4

Zweite Befragung: Prototypen-Workshop

4.1

Ziel und Ablauf

Die zweite Befragung wurde Ende März durchgeführt. Der Workshop wurde als digitale Variante konzipiert, da in diesem Zeitraum aufgrund der Pandemie keine Gruppenversammlungen möglich waren.

Die Teilnehmenden waren wie bereits im ersten Workshop Designstudierende der Zürcher Hochschule der Künste zwischen 18 und 28 Jahren. Dazu zählten: Rafael Cordeiro (Student, B. A., Trends & Identity), Naemi Sauter (Studentin, B. A., Trends & Identity), Lea Oberli (Studentin, B. A., Trends & Identity), Gloria Hertig (Studentin, B.A. ,Trends & Identity), Susanne Barthel (Studentin, M. A. Trends & Identity), Gloria Hertig (Studentin, B. A., Trends & Identity) und Brooke Jackson (Studentin, M. A. Art Education). Außerdem nahmen auch Meret Borer (Grafikerin, NZZ), Johanna Senn (Redakteurin, Vice Magazine) und Giacomo Pedemonte (Interaction Designer, eyekon digital craft) und Kevin Braddock (Gründer, Torchlight System) an der Befragung teil.

Insgesamt gab es bei allen Befragten auch einen starken persönlichen Bezug zum Thema der psychischen Gesundheit. Johanna Senn und Kevin Braddock setzten sich beruflich viel mit den Themen Mental Health und Kommunikations- und Bewältigungsstrategien auseinander. Kevin Braddock veröffentlichte ein Magazin über die Bewältigung seiner psychischen Krise und Erkrankung, entwickelte «Practice Cards», die Vorschläge für den täglichen Umgang mit Angstzuständen und Depressionen enthalten und ist Autor des Buches «Everything Begins With Asking For Help». Johanna Senn ist Journalistin bei Vice Schweiz, sie beschäftigt sich dort und in den sozialen Medien intensiv mit Themen der psychischen Gesundheit.

Basierend auf der Feldforschung und auf der Auswertung des ersten Workshops zur Ideation ging es dieses Mal ganz konkret um die Anforderungen, die der Prototyp nach Ansicht der Teilnehmenden erfüllen sollte. Bereits bei der ersten Befragung wurde der Wunsch nach einem Angebot formuliert, das den Nutzer auf sinnliche und undogmatische Weise bei der Erkundung seiner eigenen mentalen Verfassung begleitet. Es ist der Wunsch nach

einer distanzierteren Aussenperspektive, die den Betroffenen dabei hilft, ihre oftmals diffusen und verwirrenden Gefühle zu sortieren. Statt konkreter Ratschläge und Hilfestellungen wurde von den Teilnehmenden ein ganzheitlicher und grundsätzlicher Ansatz präferiert.

Die aktuellen Findings aus der digitalen Feldforschung (Netnographie) bestätigten, dass sich viele Jugendliche und junge Erwachsene gegenwärtig vor allem einen wertfreieren Umgang mit ambivalenten Gefühlen wünschen. Auf Social Media wurden in den letzten Monaten immer mehr Stimmen laut, die das Problem der «Toxic Positivity» beschrieben. Dabei geht es um die Erfahrung, dass ambivalenten oder komplizierten Gefühlen in der Gesellschaft zu wenig Raum gegeben wird. Eine häufig genannte Situation ist die, dass Betroffene sich endlich trauen, ihre ambivalenten oder sozial nicht erwünschten Gefühle zu formulieren und als Reaktion mit pauschalen Ratschlägen konfrontiert werden: «Sei doch nicht traurig.» «Denk positiv.» «Wird schon wieder.» Viele Posts berichten, dass es für sie hilfreicher sei, schwierige Stimmungen nicht immer gleich zu bewerten. Der erste Schritt liege vielmehr darin, sie grundsätzlich zu akzeptieren und als festen Bestandteil des menschlichen Seins zu verstehen.

4.2

Präferierte Gefühle

Die leitende Fragestellung war: Welche einzelnen Gefühle oder Gefühls-Cluster erscheinen als besonders aussagekräftig und sollten deshalb unbedingt von uns berücksichtigt werden? Die Teilnehmenden wurden aufgefordert, aus einer umfangreichen Liste 10 bis 15 Gefühle auszuwählen, die ihnen besonders aussagekräftig erschienen und von denen sie sich wünschten, dass sie für den Prototyp berücksichtigt werden sollten. Falls sie in dieser Liste ein Gefühl vermissten, konnten sie es ergänzen. Die endgültige Auswahl der Gefühle sollte zudem kurz begründet werden.

Die häufigsten Nennungen liessen sich in fünf Themen-Cluster unterteilen:

Ruhelos, gereizt, überfordert.

«Ruhelos ist sehr ambivalent. Kann negativ wahrgenommen werden, aber auch gerne mal mit energetisch verwechselt werden. [...] Darum [ist es] interessant, genauer hinzuschauen.»

«Erkenne ich bei mir, wenn ich nervös oder gestresst bin. Das funktioniert als eine Art Oberbegriff.»

«Wie eine Vorstufe von wütend. Signalisiert einem auch, dass man auftanken oder entspannen sollte [...] oder, dass etwas nicht stimmt, nicht ganz im Lot ist.»

«Unausgeglichen, eine schwankende und unsichere Gemütslage. [...] Vielleicht ein gewisses Nicht-Verstehen der eigenen Empfindungen.»

«Nervös, Unruhe, Stress. Vor einer wichtigen oder unangenehmen Situation kommt ein intensives Gefühl, das den Körper und Geist nicht zur Ruhe kommen lässt. [...] Kann im Extremfall zu einem Blackout des Geistes führen.»

«Ruhelos ist eine Gefühlslage, die bei mir häufig auftritt. Lässt Schlüsse auf äussere, oft negative Einflüsse zu. [...] Tritt manchmal über lange Dauer auf, dann zeitweise wieder auch nur kurze Momente.»

Zufrieden, zuversichtlich, verstanden.

«Wir wollen Liebe, Enthusiasmus und mehr verspüren. An manchen Tagen ist aber Zufriedenheit genug.»

«Zuversichtlich ist so ähnlich wie optimistisch, das ist gut zu benennen.»

«Ausgeglichen, präsent, scharfe Sinne. [...] Keine Verwaschenheit. Birgt Energie.»

«Zuversicht ist mein liebstes Gefühl [...] – eben wenn ich mich nicht nur im Moment gut fühle, sondern auch weiss, dass es mir in Zukunft gut gehen wird.»

«Zufrieden sein bedeutet, dass alle Bedürfnisse befriedigt sind. [...] Man ist mit der aktuellen Situation in Frieden. Zufrieden sein heisst Ruhe und einfaches Glück, positiv neutral. Zufriedenheit bedeutet aber auch Stillstand.»

«Hoffnungsvoll, zuversichtlich [...]. Man befindet sich vielleicht in einer schwierigen Situation, aber man hat die Kapazität, dieser optimistisch gegenüberzustehen.»

«Unbefangen, sorglos und leicht.»

Ängstlich, unsicher, gelähmt.

«Zitterig, schwankend, unscharf, eher dunkel.»

«Man hat oft ein Gefühl der Niedergeschlagenheit, das jedoch bereits einen Schritt weiter geht: Man möchte sich zurückziehen oder braucht eine Schulter, um sich auszuweinen.»

«Wenn man von Jemandem verletzt wurde, in der Schule oder auf der Arbeit Probleme hat oder einen Verlust erleben musste, dann verliert man manchmal seine Freude und es tut sich ein Loch in der Brust auf, dass man wieder stopfen muss. Das fassen die meisten Menschen als Trauer auf.»

«Sich ausgeschlossen zu fühlen ist ein Gefühl, das von der Empfindung her in Richtung Niedergeschlagenheit geht. Man hat das Gefühl, nicht zu seinem Umfeld zu gehören und niemanden zu haben, mit dem man sich austauschen kann. Für junge Leute – selbst wenn sie eine Freundes- und Zugehörigkeitsgruppe haben – ist das sehr oft ein präsentés Gefühl während ihrer Teeny-Jahre.»

«Angst ist ein sehr globaler Begriff, der ein unglaublich grosses Spektrum an ängstlichen Gefühlen einschliesst. Wenn man nicht weiss, wie die nahe Zukunft sich gestalten wird, zuhause immer eine Spannung herrscht und man nicht weiss, wie gut man seinen Kollegen vertrauen kann. [...] Manchmal ist das ein sehr unfassbares Gefühl. Das lässt sich der Einfachheit halber unter Angst einstufen, wenn die Person nicht weiss, was genau empfunden wird.»

«Schwankend, ein Loch, das sich auftut. Dunkel und verschlingend.»

Leer, einsam, frustriert.

«Leer ist, wenn man selbst gerade weder zufrieden noch unzufrieden ist. Nichts ergibt einen Sinn. Für mich immer ein Indikator von: Es geht mir nicht gut. Oder ein Start einer depressiven Episode.»

«Erschöpfung kann auf vielen Ebenen passieren: Nach sozialen Situationen, nach physischer Betätigung, nach einer Reise. Ein wichtiges Gefühl, das einem signalisiert, dass man auftanken sollte.»

«Ein Fehlen von Energie, Lust, Motivation, auch wenn Ideen und Möglichkeiten vorhanden sind. [...] Kann zum Standard werden, sodass es nicht mehr auffällt. [...] Eine Entfremdung.»

«Frustration kanalisiert mehrere Gefühle und ist ausdrucksstark. [...] Traurig. [...] Einfach zu benennen.»

«Matt, lustlos oder leer. Emotionen und Situationen werden dumpfer und weniger intensiv erlebt.»

«Ich mag den Vergleich mit einem Filter. Alles ist noch zu erkennen, jedoch nicht die Ursprungsform.»

«Einsamkeit ist eine soziale Leere, die eine schlechte Grundstimmung vervielfachen kann. [...] Einsamkeit beeinflusst uns sehr stark. Wenn wir niemanden zum Ansprechen [...] haben, verlieren wir uns selbst ein bisschen. Die Psyche arbeitet sich an anderen Menschen ab.»

«Dass man ohne ersichtlichen Grund nach Hause kommt und sich 'down' fühlt. [...] In solchen Momenten ist einem noch nicht zum Weinen zumute, aber man empfindet doch bereits eine Emotion, die in die Traurigkeit hineingeht.»

«Frustriert, das heisst: nicht weiter kommen. [...] Blockiert.»

«Frustration ist ein reflektiertes Gefühl auf eine Situation, Sache, [...], die nicht den Erwartungen und Hoffnungen entspricht.»

Melancholisch, sensibel, nostalgisch.

«Melancholie ist so ein Zwischending zwischen glücklich und unglücklich. Eine Art Nostalgie, verbunden mit Wünschen [...] auch für die Vergangenheit.»

«Sensibel zu sein erlaubt es einem, alle Gefühle, 'all the feels' zu fühlen.»

«Ich finde Melancholie auch schön. Aber oftmals endet sie im Hinterfragen zu vieler Dinge.»

Insight

Auffällig war die Beobachtung, dass die Befragten durchweg ähnliche bzw. verwandte Gefühle priorisiert haben. Statt der Nennung verallgemeinernder Dualismen wie beispielsweise «traurig vs. glücklich» waren die von ihnen ausgewählten Gefühle differenzierter, diffuser und

auch ambivalenter als von uns erwartet. Eine Erklärung für die entstandenen Gefühls-Cluster ist möglicherweise die Tatsache, dass sich für die Befragten eine mentale Verfassung oder Stimmung gar nicht an einem einzigen konkreten Gefühl festmachen lässt. Sie ähnelt eher einer Wolke verschiedener Gefühle, die sich in spezifischer Weise überlagern und durchdringen.

«So einfach priorisieren lässt sich meiner Meinung nach kein Gefühl. Selbst wenn sich die gleiche Person an zwei Tagen hintereinander schlecht fühlt, ist es oft nicht zweimal genau das selbe Gefühl, welches empfunden wird. So fühlt man sich am Montag noch einsam und am Dienstag schon verlassen und am Mittwoch apathisch. In solchen Momenten kommt es gerade darauf an, dass sich die Person in den Clouds wiederfinden und ihre Emotionen so präzise wie möglich angeben kann.»

Eben jene häufig genannten «Gefühlswolken» oder «Clouds» können nicht nur als grundsätzliche menschliche Gefühlszustände gelesen werden, sondern sich bei genauer Betrachtung auch als Phasen oder Vorläufer psychischer Krisen herausstellen. So gelten Unruhe und nervöse Rastlosigkeit beispielsweise als häufiges Symptom psychischer Probleme wie Angststörungen. Das von den Teilnehmenden beschriebene Gefühl des vernebelten Geistes, in der englischsprachigen Fachliteratur auch als «Brain-Fog» bezeichnet, kann ein Symptom depressiver Störungen sein.² Es ist ein Taubheitsgefühl, das von den Befragten auch als Apathie und Leere beschrieben wurde. Die Wichtigkeit einer genauen Differenzierung für den angestrebten Prozess der Gefühlsreflektion und -identifikation zeigt sich auch im folgenden Zitat:

«Meiner Erfahrung nach stufen sehr viele jungen Leute ihre Gefühle unter ängstlich ein und realisieren später, dass sie einfach sehr verunsichert waren.»

2 E. Bromet et. al.: *Cross-national epidemiology of DSM-IV major depressive episode*. In: BMC Medicine. Band 9, 2011, S. 90, doi:10.1186/1741-7015-9-90. PMID 21791035, PMC 3163615

4.3

Gefühlsqualitäten

In einem nächsten Schritt wollten wir von den Befragten mehr über ihre visuellen Assoziationen zu den zuvor selektierten Gefühlen wissen. Die Teilnehmenden waren aufgefordert, den zuvor von ihnen ausgewählten Gefühlen sinnliche Qualitäten zuzuordnen. Welche Farbe oder Form, welches Material, welche Bewegung oder welchen Sound könnte das jeweilige Gefühl haben? Aber auch: Wie fühlt es sich körperlich an? Ziel war es hier, einen ersten Eindruck davon zu erhalten, wie die Übersetzung von Gefühlen in visuelle Welten aussehen könnte. Im Folgenden einige Beispiele:

Ruhelos, gereizt, überfordert.

«Gelb und grau. Nervöse Formen. Nervöses Streichen der Handflächen über Textilien. Schneller Beat mit intrusiven Sounds. [...] Stille und Lärm zugleich in einem Raum ohne Fenster oder Türen. [...] Schnell, schwankend, unsicher, benebelt, kontrastreich, unverständlich, visuell störend, kantig, glänzend, scharf. Viele Dimensionen, Richtungen. Chaotisch, unklar, unerkennbar, fremd. [...] Irritierend, zuckend, panisch. [...] Starke Kontraste, schnell, pochend, unkontrollierbar, klopfend. [...] Ein sich immer wandelndes Labyrinth. [...] Zitternde Glieder, kreisende Gedanken, Herzpochen. [...] Wie ein sehr elastisches Gummiband.»

Zufrieden, zuversichtlich, verstanden.

«Balancierend, ausfüllend, gross, zuversichtlich. Perspektive, Tiefe, Watte, Summen. [...] Glatt, weich, wässrig, stabil, blau, kräftig, warm, prasselnd, geborgen. [...] Pastell, leicht, luftig, beständig, klein, symmetrisch. [...] Gitarrenriffs, Kraft und Stärke, glatte und glänzende Oberflächen. Ein Lichtstrahl, ein Aufklaren. Hellblau, radialer Verlauf mit weissem Licht. [...] Bewegung in verwinkelte Ecken. Beleuchten von dunklen Stellen. Mittig, leicht. [...] Friedlich, federleicht. Ausgeglichenheit, Wärme, Xylophon. Eher statisches Gefühl. [...] Trophäe in den Händen haltend. [...] Fest, greifbar, sicherer Grund. Stabilität, wie eine gerade Linie, feste Blöcke, runde Ecken. [...] Angenehm, warm. Umarmend, dunkelblau.»

Leer, einsam, frustriert.

Laut, chaotisch, orientierungslos, flächig. Ohne Struktur. [...] Hellgrün, unschön, unangenehm. [...] Schwerer, unbeweglicher, harter, glatter Würfel. [...] Klassisch; ein weisses Nichts. Langsame, träge Animationen. Dickflüssig. [...]

Weniger dynamisch. [...] Filter, der alles verändert, aber erkennbar lässt. Schwarzweiss, schwache Sättigung, helles Grau. Elemente, die sich nicht berühren. Wie rau-er Sandstein. Hall und Echo der eigenen Stimme. [...] Der Körper zieht sich zusammen. Alles wird hart und träge, dunkel und anthrazit. [...] Dämpfer Schlag, nicht schmerz-voll, aber kontinuierlich herunterdrückend. [...] Leerer, farbloser Raum. [...] Schwarze Abwärtsspirale in unend-lichem Raum. Hilflosigkeit, schräg klingende Violinenklän-ge. [...] Ein gefühlter Knoten in der Brust. Der Körper zieht sich zusammen. Alles wird hart und träge. Dunkel und Anthrazit mit einem Farbverlauf ins Schwarze [...].»

Ängstlich, unsicher, gelähmt.

«Ein Wirrwarr aus Fäden. Undurchschaubar, als wür-de mir der Schädel platzen. [...] Schmerzende Augen, rauchender Kopf, grau. [...] Verzogene Mundwinkel, lee-erer Blick, angezogene Beine, nah am Körper. Gefühl der Ruhe. Grau-blaues Gefühl. Isoliert. Fühlt sich gummiartig und verformbar an. [...] Schwankend. Ein Loch, das sich auftut, dunkel und verschlingend. [...] Sanfte Wellen, tie-fer Bass. [...] Zitterig, schwankend, unscharf.»

Melancholisch, sensibel, nostalgisch.

«Lied mit vielen hohen und tiefen Tönen. Viele davon sind schief. Wiege, Woge, Wellenschlag.»

«Grau, hell, weich, einlullend.»

«Aufmerksam, luftig, flexibel, flüchtig.»

Fazit

Deutlich wurde die Existenz von Gefühlen, denen eher dynamische Qualitäten zugeordnet wurden (verformbar, kreisend, dehnbar, pochend, zittrig, explosiv) und sol-chen, die eher statisch sind (unbeweglich, stabil, starr, bleiern, hart, betonartig). Darüber hinaus wurden viele weitere Qualitäten genannt, die auf Farben, Lichtverhält-nisse, Oberflächenbeschaffenheit und Materialeigen-schaften abzielten (gerötet, Neonwellen, beleuchtet, grau, matt, farblos, Fäden, Seile, Wirrwarr).

Die Emotionen gewannen durch diese Beschreibungen, die eine gewisse Visualität herstellten, durchweg an Kontur und wurden von den Probanden im Laufe des Prozesses immer umfangreicher und ausführlicher be-schrieben. Ihre Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit für Andere nahm spürbar zu. Eine weitere Erkenntnis war die Beobachtung, dass die Befragten ihre Gefühle nicht einfach durch das Zitieren dinghafter, als Gefühlssymbole etablierter Objekte beschrieben, sondern sich auf einer

intuitiveren und abstrakteren Ebene bewegten, auf der völlig neue Objekte oder auch gänzlich immaterielle Zustände imaginiert werden. Eine der Befragten beschrieb es am Beispiel der «Wut» wie folgt: «Wut ist ein Gefühl des Fallens – endlos – und kann nicht an einem Material festgemacht werden, da alle Sicherheit fehlt.»

4.4

Visuelle Vorbilder

In diesem Teil drehte sich alles um die visuelle Sprache, die nach Ansicht der Teilnehmenden für die Gestaltung des Prototypen wünschenswert wäre. Dazu wurden sie aufgefordert, Bildmotive oder eine Bildersammlung im Stil eines Moodboards anzufertigen. Die zentrale Frage lautete, welche Ästhetik die visuellen Codes und Motive haben sollten, damit sie gerne angeschaut, gezeigt und geteilt werden. Die im Folgenden abgebildeten Motive sollen einen kurzen Einblick in die Ergebnisse liefern.



#1

Die folgenden Bilder geben einen exemplarischen Eindruck der visuellen Motiv- und Farbwelten, die Workshop-Teilnehmende sich für die Gestaltung eines Mental-Tools vorstellen könnten.



#2

Bildauswahl Giacomo Pedemonte:

#1 Damian Kidd, <https://dribbble.com/shots/6135745-BRUTAL>

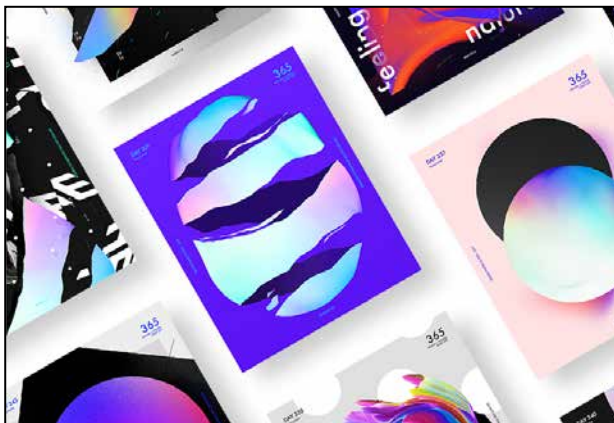
#2 BestServedBold, <https://dribbble.com/shots/6463037->

#3 Vasjen Katro, <https://dribbble.com/shots/3385356-Baugasm-365-Posters>

#4 Gleb Kuznetsov, <https://dribbble.com/shots/4943969-Liquid-ball-for-product-UI-exploration>

#5 Max Shevchuk, <https://dribbble.com/shots/9521830-36-Days-Of-Type-2019-1>

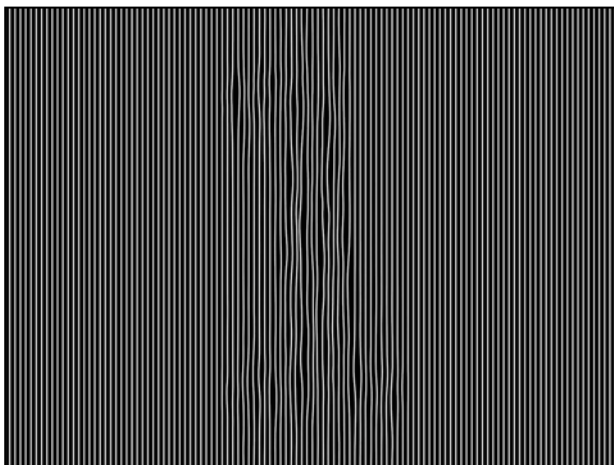
#6 Szymon Staszczuk, <https://dribbble.com/shots/5981667-Feeling-blue>



#3



#4



#5



#6



#1



#2



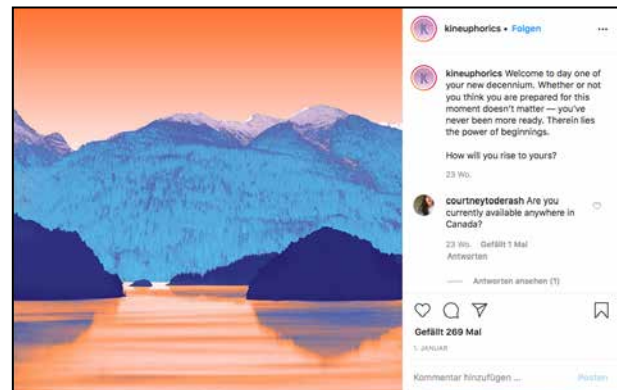
#3



#4



#5



#6



#7

Bildauswahl Brooke Jackson

#1 Zuri from the Block,
https://www.instagram.com/p/B8i_tI7gnj9/
Bildauswahl Rafael Cordeiro:

#2 Kin Euphorics,
<https://www.instagram.com/p/ByRSXzRIGLt/>

#3 Kin Euphorics,
https://www.instagram.com/p/B5ZS8R2IU_1/

#4 Kin Euphorics,
<https://www.instagram.com/p/B64Sv8eFTDx/>

#5 Kin Euphorics,
<https://www.instagram.com/p/B6woRuKF450/>

#6 Kin Euphorics,
<https://www.instagram.com/p/B6yNHKYFTSZ/>

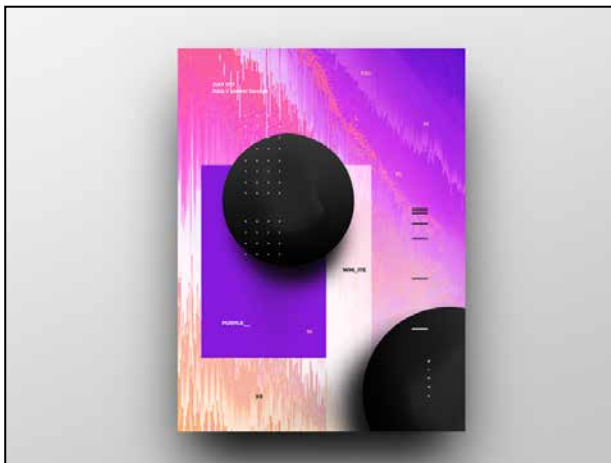
#7 Kin Euphorics,
https://www.instagram.com/p/B04mQoGF_n_u/



#1



#2



#3



#3

Bildauswahl Giacomo Pedemonte:

#1 Edwin Carl Capalla,
<https://dribbble.com/shots/3696915-285>

#2 Kyriakos Kokkinos,
<https://dribbble.com/shots/3150257-Abstract-Gradient-Posters-Love-Feeling>

#3 Yasir, <https://dribbble.com/shots/4595545-Poster-Design-Day-17>

#4 MadeByStudioJQ,
<https://dribbble.com/shots/6105742-digital-ocean>

#5 Vasjen Katro,
<https://dribbble.com/shots/3763577-Baugasm-Day-155-Y2>

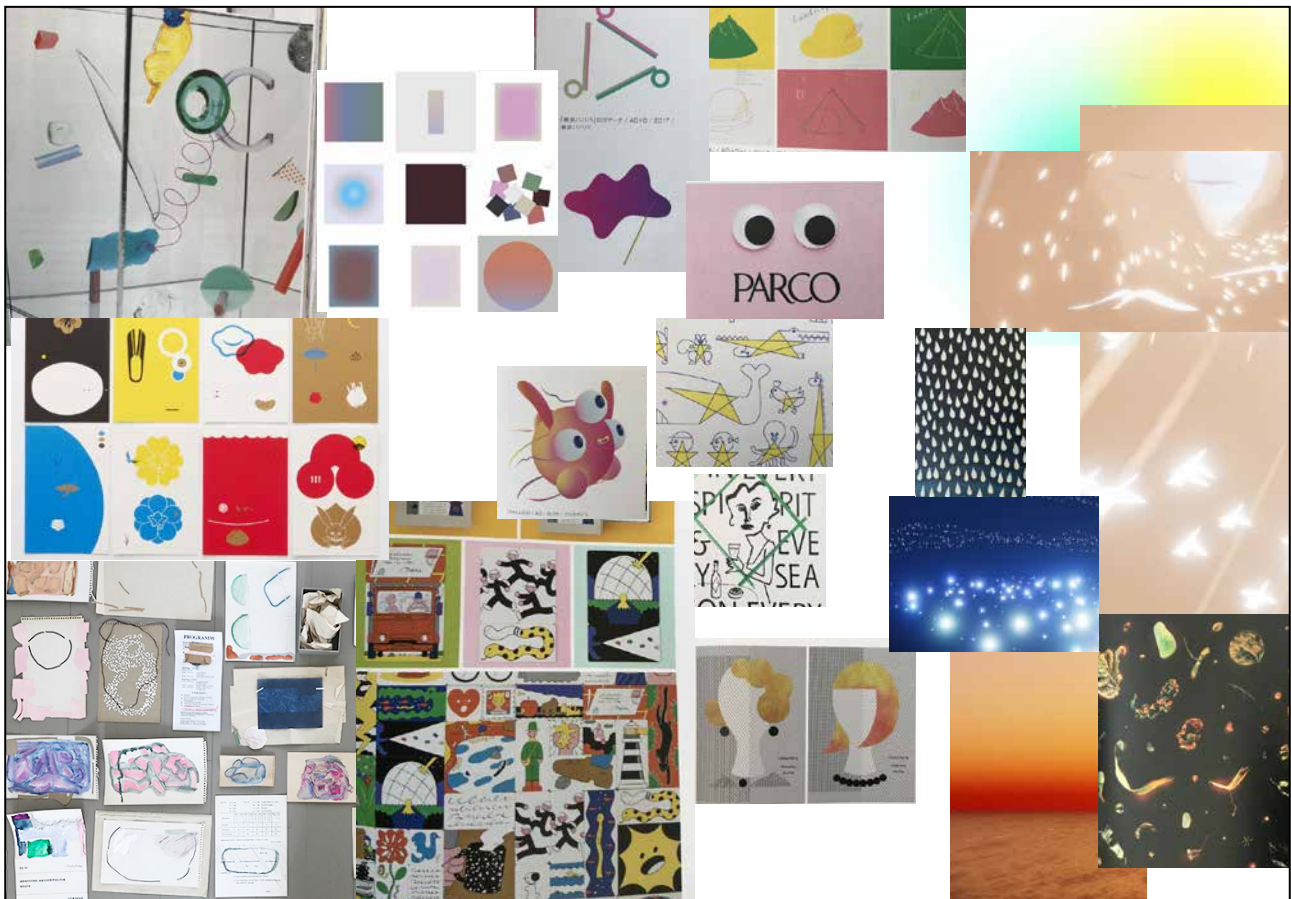


#4

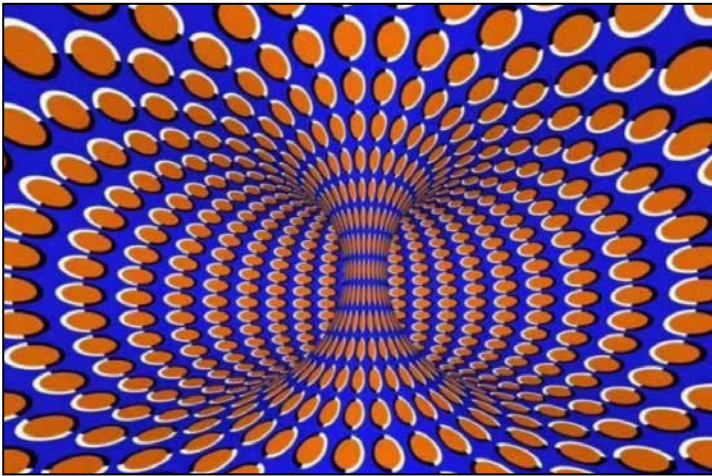
#1 Moodboard Meret Borer
#2 Moodboard Susanne Barthel



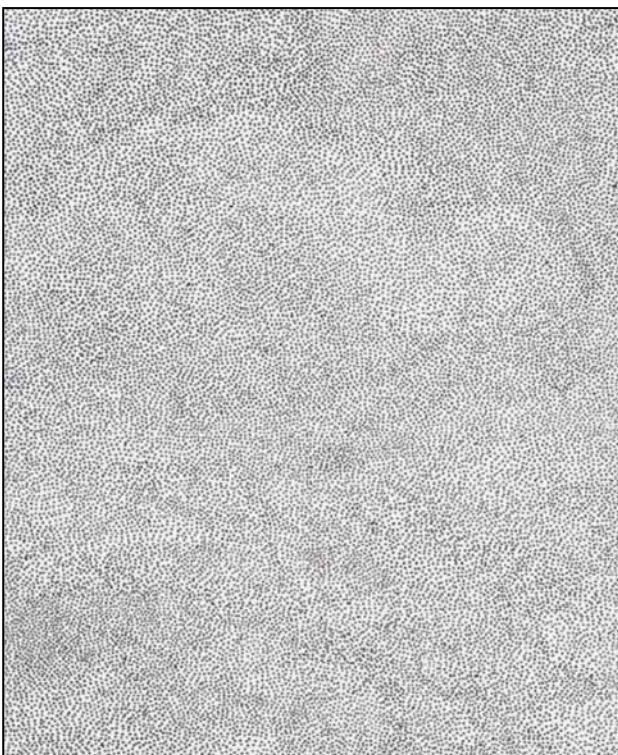
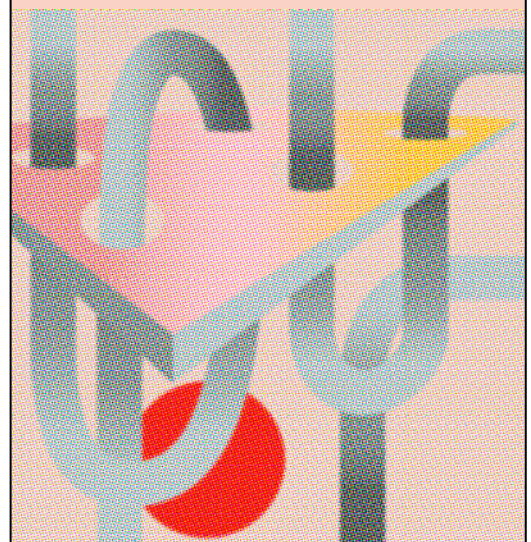
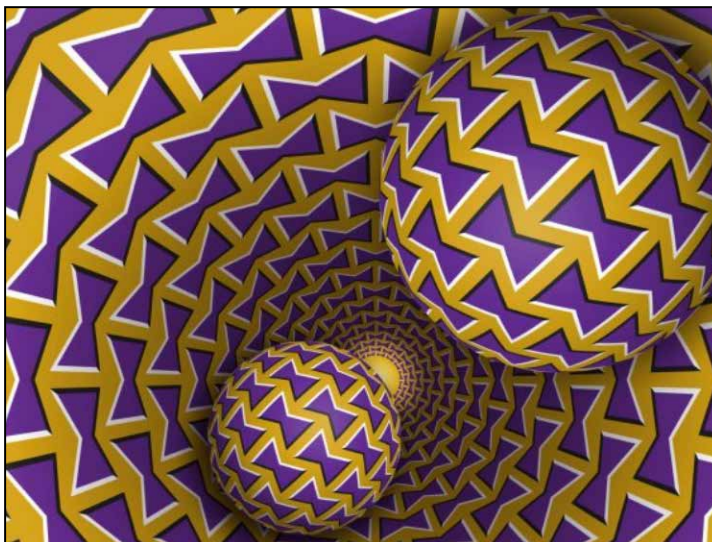
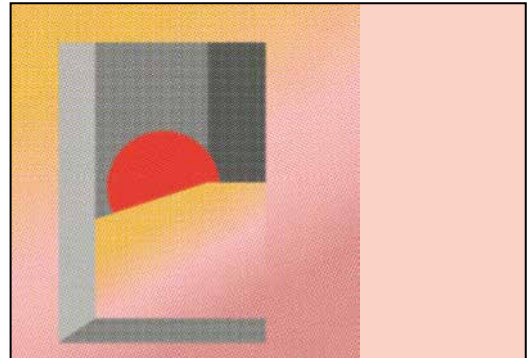
#1



#2



Moodboard Lea Oberli



Fazit

Die von den Befragten ausgewählten Bilderwelten sowie die von ihnen erstellten Moodboards zeichneten sich durch die ihre grosse Diversität und Individualität aus. Es dominierten ausdrucksstarke, eher organische, miteinander verschmelzende Formen mit intensiven Farben und vor allem Farbverläufen, die verspielt, beweglich oder ineinander verschachtelt waren.

Auffällig war die eindeutige Dominanz abstrakter Formen gegenüber dinglichen Formen oder gar der Abbildung von Personen. «Ich finde gestellte Stimmungsbilder schrecklich», so brachte es eine der Befragten auf den Punkt. Auch spielte bei den Bildern Bewegung und Dynamik eine grosse Rolle. Viele Motive waren in zitternder, fließender oder drehender Bewegung. Ein Teilnehmer bezog sich fast ausschliesslich auf Animationen, in denen fluide, organische Formen diversen Stadien von Farbtintensität und Dynamik durchliefen.

4.5

Naming

Als möglicher Name für das Tool bzw. den Prototypen wurden folgende Begriffe genannt: Mental Shape. Heavy Mental. In Shape. Feeling In Shape. Feeling Gestalt. Moodscape. It's a mood. Mood. What the mood. Mood you. Moodz. Eemo. Sense. Sense-Captor. Sensor. Perceptionist. Feel Factory.

Die Vorschläge zeigten, dass ein möglichst kurzer und vor allem prägnanter englischer Begriff gewünscht wird, der einen unmittelbaren Bezug zum Bereich der Gefühle herstellt.

Fazit

Ein entscheidendes Kriterium für die erfolgreiche Konzeption des Prototypen ist die bewusste Vermeidung generalisierender und klischeehafter Gefühlsbegriffe und -beschreibungen. Stattdessen, so der Wunsch der Teilnehmenden, soll ein möglichst umfangreiches und diverses Spektrum an Gefühlen vermittelt werden, ohne diese zu werten oder gar zu hierarchisieren.

5

Best Cases: Ideen und Inspirationen

«As mental health disorders surge, the outdated therapy sector is diversifying to address the vulnerabilities of the next generation.»¹

Holly Friend, LSN Global

«New initiatives are emerging that offer a more nuanced approach discussing mental health and wellbeing.»²

Josh Walker,
The Future Laboratory

«Dass wir das Thema Mental Health im Kontext von Design zeigen, ermöglicht uns, neue Narrative zu finden und ausdrucksvoll experimentell zu arbeiten. Indem wir uns durch visuelle Impulse mit anderen Menschen und ihren Erfahrungen verbinden, lösen wir uns vom Pathologischen.»³

Indhira Rojas Redindhi,
Anxy Magazine

Die hier versammelten Beispiele sollen bei der sich anschließenden strategischen und gestalterischen Konzeption und Umsetzung der von uns identifizierten Bedürfnisse und Ansprüche in den Prototypen eines Mental-Health-Tools helfen. Die exemplarisch vorgestellten Angebote und Apps lassen unterschiedliche Ansätze deutlich werden, wie man das Thema psychische Gesundheit bedürfnisorientiert und zeitgemäss kommunizieren kann. Dabei sind besonders solche Angebote von Interesse, die sich durch eine passgenaue Ansprache jüngerer Zielgruppen auszeichnen und oft selbst von jungen Erwachsenen oder auch Studierenden stammen.

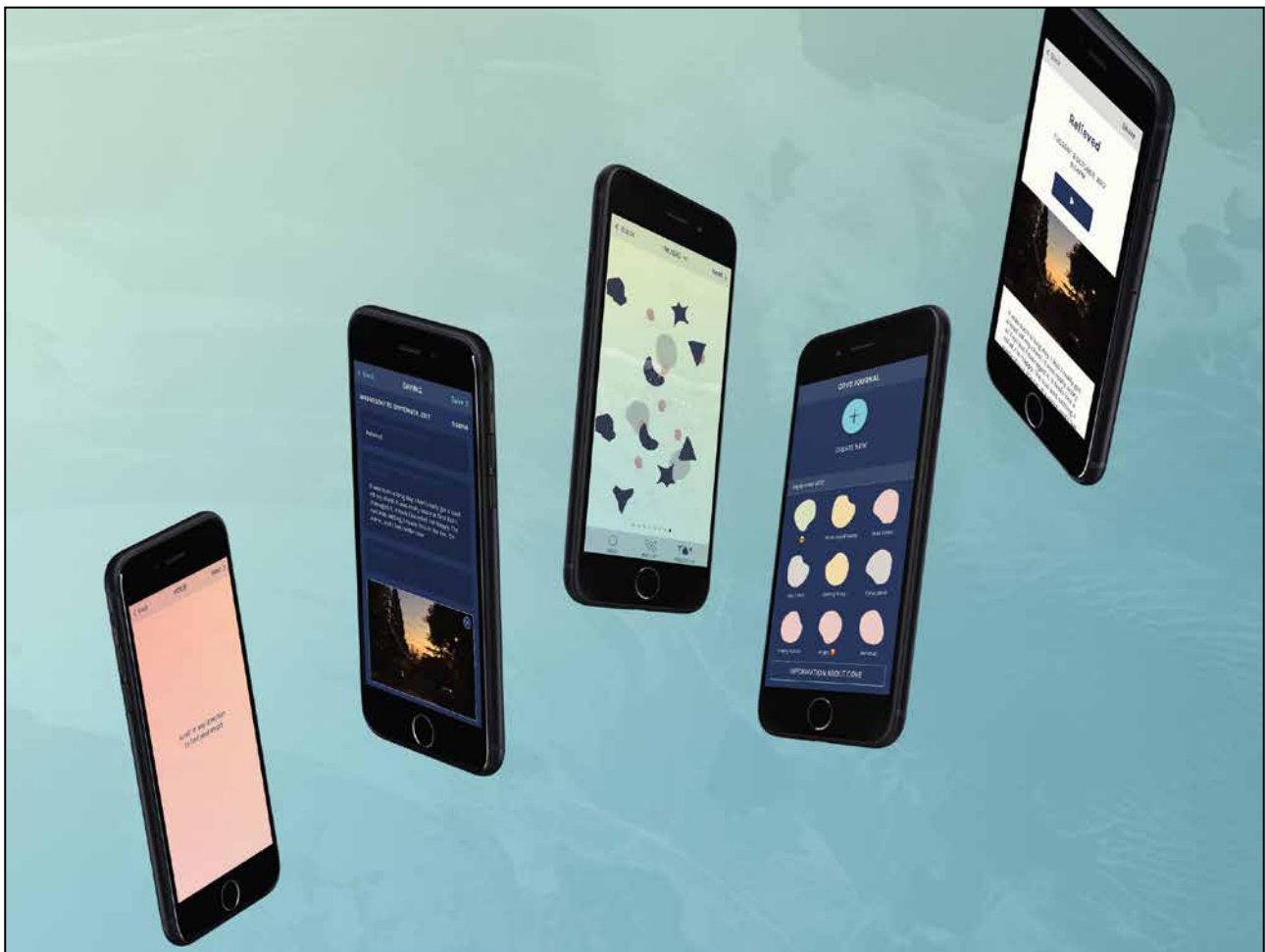
-
- 1 Holly Friend, Modern Therapy. LSN Global, 2019. Online: <https://www.lsnglobal.com/health-wellness/article/24195/modern-therapy>
 - 2 Josh Walker, The Future Laboratory, A Space for Stillness. LSN Global, 2017. Online: <https://www.lsnglobal.com/briefing/article/20976/a-space-for-stillness>
 - 3 Judith Mair, Voll Psycho (Interview). In: Page Magazin, Juli 2017

Cove Musik und Mental Health

«With Cove, you can capture your mood or express how you feel by making music and storing it in a personal journal. Cove has been designed as a tool for young people who have experienced bereavement or loss, but adults may find it equally useful to express and capture a mood or emotion. We are using an evidence-based, human-centred design approach to build an app which encourages self-expression during difficult periods of life, which we believe can improve emotional and mental health over time.»

Die App wurde konzipiert, um mentale Verfassungen auszudrücken und zu dokumentieren. Statt Text wird hier in erster Linie Musik genutzt, um ein Gefühl oder eine Stimmung auszudrücken. Cove sieht in dieser Möglichkeit eine Verbindung zu Gesprächstherapien oder sonstigen Beratungsangeboten, betont aber zugleich, dass es keine professionelle Hilfe ersetzen kann.

www.cove-app.com



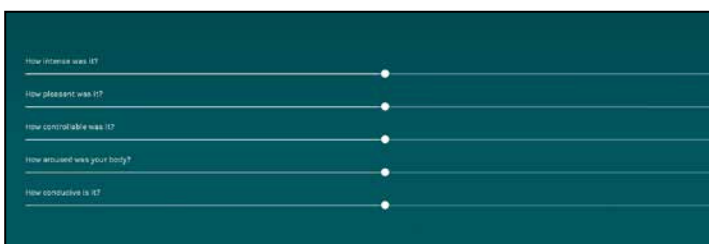
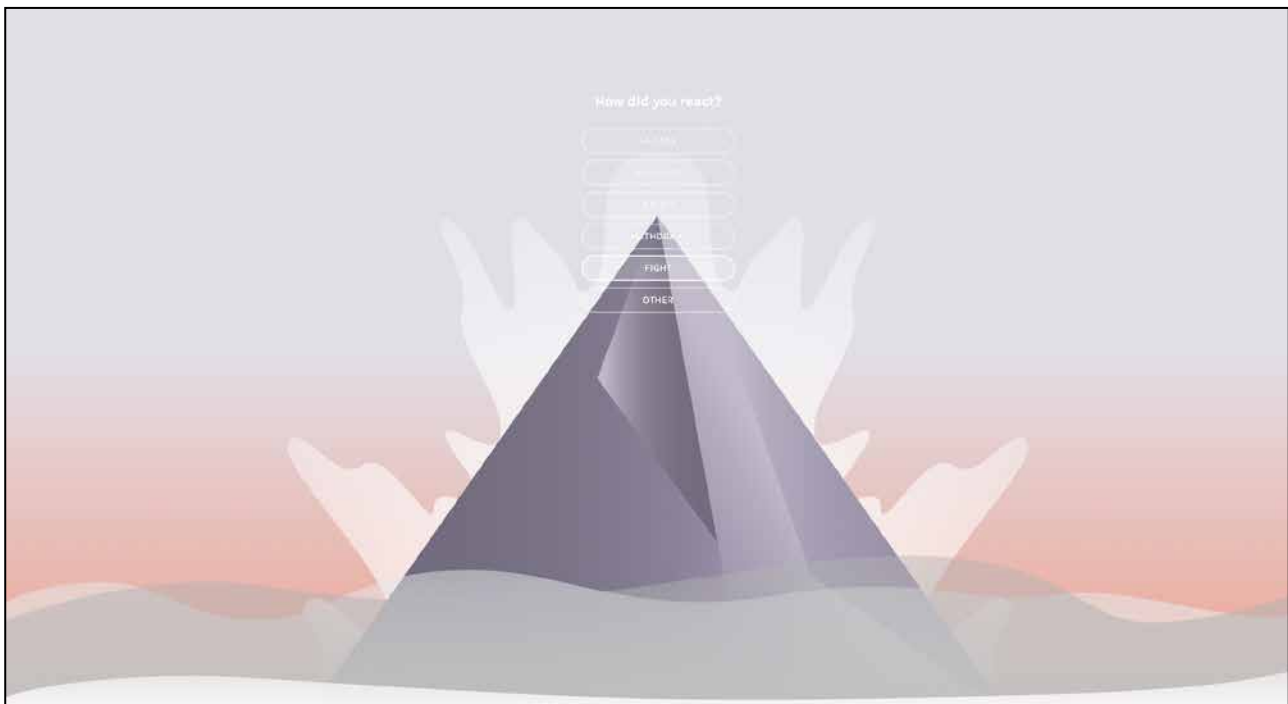
Cove, www.cove-app.com

Fine «Record an emotion»

« Mein Eindruck ist jedoch, dass wir Informationsdesigner Bereiche vernachlässigen, in denen es schwierig ist, Werte zuzuordnen. Deshalb gibt es wenige Tools im Bereich Psychologie oder Sozialarbeit, obwohl sie hilfreich sein könnten. Ich wollte etwas schaffen, das für die Nutzerin ohne Zahlen und Werte auskommt, aber trotzdem ein Tracking und eine Visualisierung zulässt.»

Die von der Designerin Anna Wiederkehr in ihrem Masterstudium an der ZHdK entworfene App hilft dabei, Gefühle sichtbar zu machen. Emotionen können ausgewählt, ihre Intensität und damit verbundene körperliche Reaktion bestimmt werden. Die Ergebnisse dienen als Vorlage für eine Visualisierung, die vom Eisberg-Modell Sigmund Freuds inspiriert ist.

fine-exhibition.annawiederkehr.com



Fine, <http://fine-exhibition.annawiederkehr.com>



Dark Collection Dunkle Gefühle zeigen

In diesen Arbeiten versucht die Designerin Liliia Pomelova ein visuelles Narrativ für dunkle, oft unliebsame und verstörende Gefühle zu finden.

<https://www.behance.net/gallery/84026097/dark-collection-of-feelings>



Liliia Pomelova,
<https://www.behance.net/gallery/84026097/dark-collection-of-feelings>



Emotional Art Gallery Kunst gegen Stress

«Imagine walking into an art gallery and everything on display is based on how you feel.»

Im März 2020 verwandelten sich hunderte digitale Plakatwände in der Stockholmer Metro in die «Emotional Art Gallery». Die Auswahl der Kunstwerke wurde dabei durch die Echtzeit-Emotionen und Reaktionen der Passanten bestimmt. Das funktioniert durch einen Algorithmus, der auf verfügbare digitale Daten dieser Passanten zurückgreift, um die aktuelle Stimmung der Bürger während des Tages zu analysieren. Auf dieser Grundlage werden Kunstwerke gezeigt, die von Künstlern aus der ganzen Welt mit der speziellen Absicht geschaffen wurden, negative Gefühle zu minimieren. Die Ausstellung reagiert auf Untersuchungsergebnisse, die belegen, dass die Bewohner Stockholms von allen Schweden am meisten unter Stress leiden.

emotionalartgallery.com



Emotional Gallery, emotionalartgallery.com

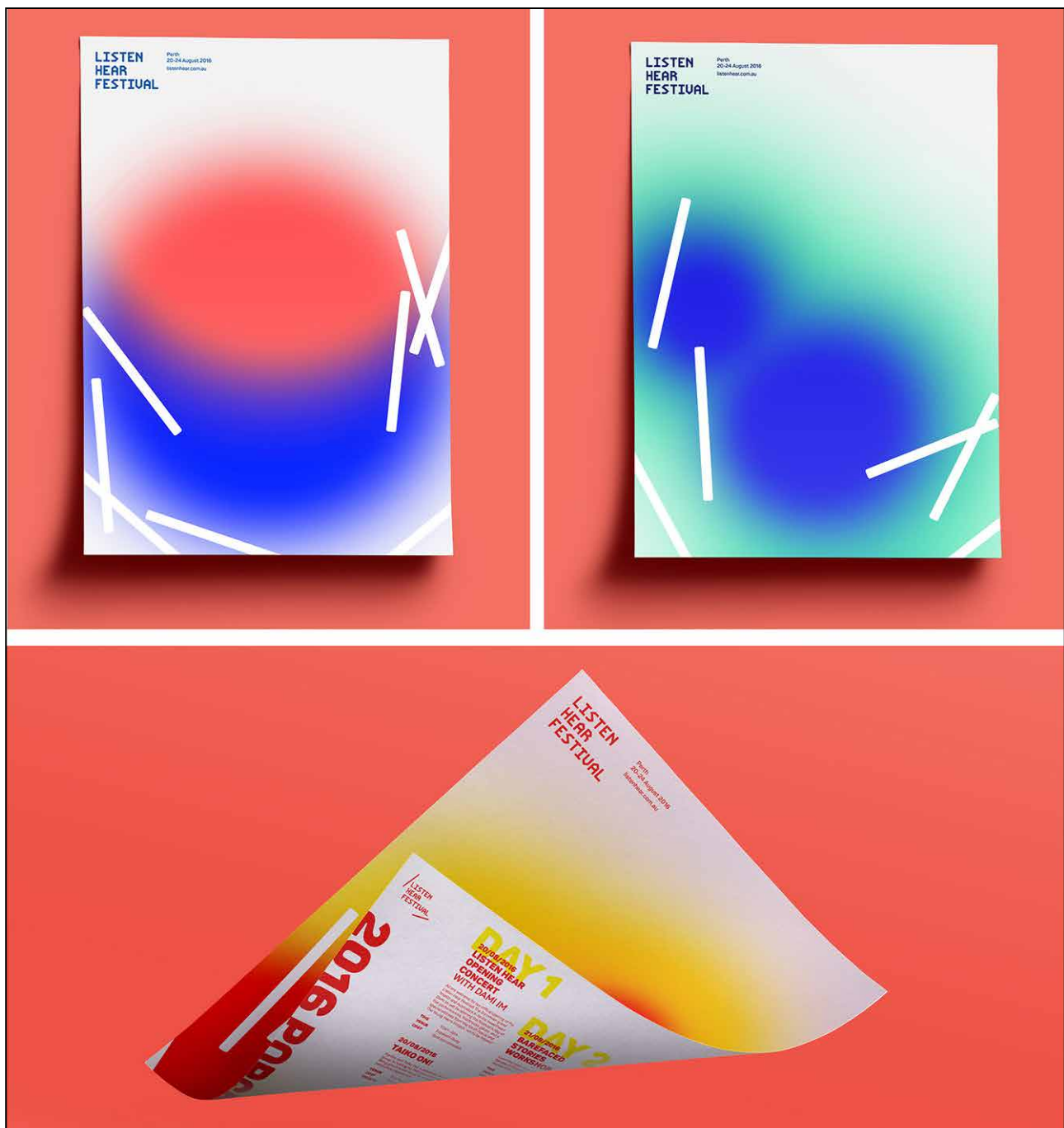
Listen Hear Festival

«Highlight the intangibility of human emotions»

«Being open minded, feeling free to open up to people, speaking openly and opening people's eyes are all fundamental constructs to encouraging the open discussion of mental health. The visual identity is inspired by neuroimaging scans of human brain.»

Wie wichtig gestalterische Lösungen für die Wahrnehmung der diffusen Psyche sind, zeigte auch das visuelle Konzept, das die Designerin Rachel Boon für das «Listen Hear Festival» im australischen Perth entworfen hat.

www.rachelboon.com

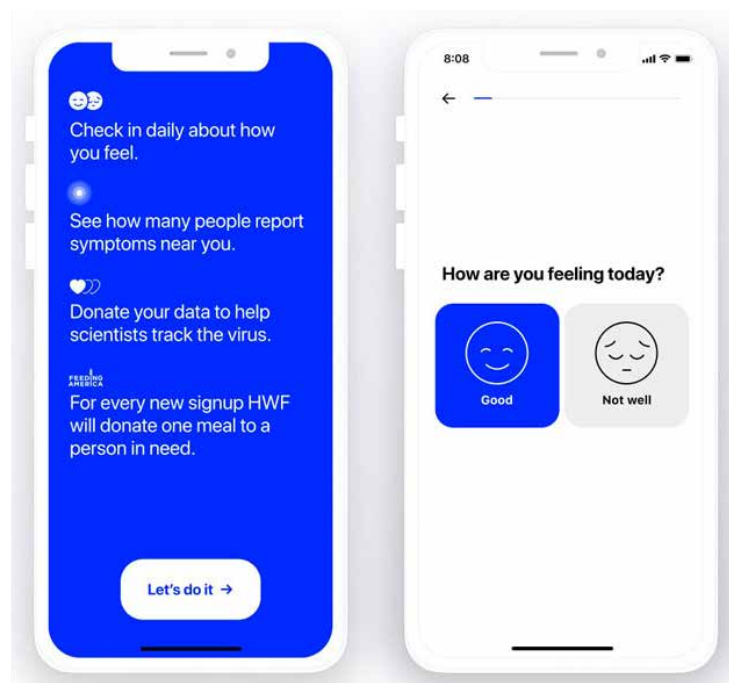


How We Feel Health-Community

«Hier kannst du täglich beschreiben, wie du dich fühlst, und Infos dazu erhalten, wie es anderen Menschen in deiner Umgebung geht.»

Die von einer Non-Profit-Organisation und einem Team aus freiwilligen Forschern, Ärzten und Technologen entwickelte App wurde im März 2020 mit dem Ziel erschaffen, den Kampf gegen die COVID-19-Pandemie zu unterstützen. Wer mitmachen will, braucht keine Anmeldung, nur 30 Sekunden Zeit, um Angaben zum eigenen Gesundheitszustand zu machen.

howwefeel.org/de/



«Unhappy Meal» Mental Health Awareness Campaign

With the pervasive nature of social media, there is so much pressure to appear happy and perfect. With Real Meals, the Burger King brand celebrates being yourself and feeling however you want to feel.»



Burger King hat in Zusammenarbeit mit «Mental Health America» einen Spot lanciert, in dem das Unternehmen psychische Erkrankungen wie Depressionen oder Angstzustände, aber auch Mobbing bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen thematisiert. Das «Real Meal» funktioniert dabei als Gegenpart zum bekannten «Happy Meal». Das Sortiment umfasst ein «Blue Meal», aber auch Mahlzeiten mit den Namen «Pissed» oder «DGAF» (Don't give a f...).

vimeo.com/337569347

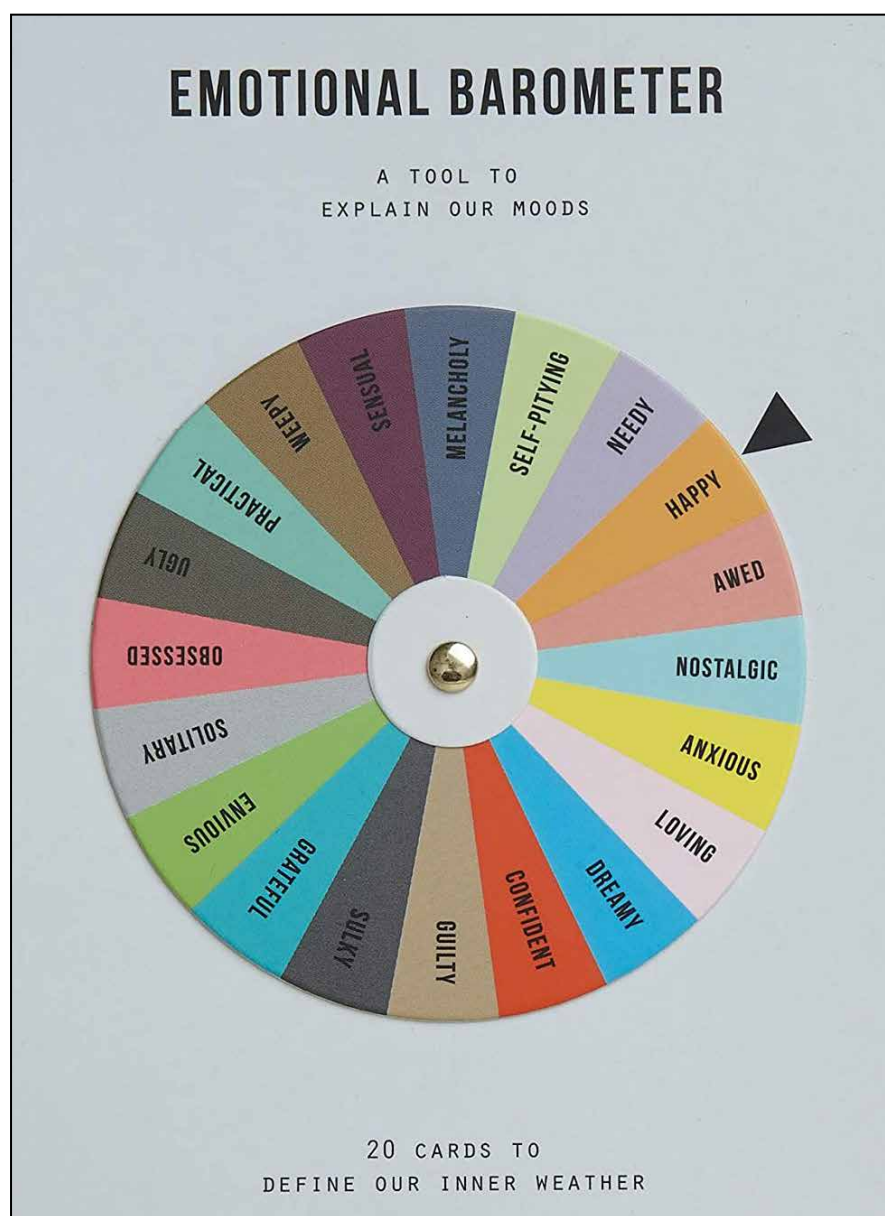


Emotional Barometer A Tool to Explain Our Moods

Dieses Kartenspiel soll als Werkzeug dienen, um die Unbestimmtheit in Bezug auf unsere eigene Gefühlswelt zu überwinden: Auf jeder der 20 Karten wird ein Gefühl oder eine Stimmung dargestellt, die wir alle kennen, aber nur schwer in Worte fassen können.

theschooloflife.com/shop/emotional-barometer/

«It can be remarkably hard to tell other people how we really feel; it may even be tricky for us to get clear about our own moods. Mostly, if people ask how we are, we'll just say, 'Fine' - knowing that we've provided only a sharp abbreviation of what is actually going on in our minds.»



Suicide Tweets

«Materialising this endless stream of suffering»

«Twitter is flooded with people telling the world that they want to die. Yet, we do not feel the weight of the words on the screen. They remain little more than flashing lights.»

Die Installation «Voltaic Realism» von Fujita Keisuke, Absolvent der Design-Akademie Eindhoven, übersetzt Tweets, in denen Menschen ihre Selbstmordgedanken äussern, in einen mechanischen Prozess. Mit jedem Tweet wird eine elektrisch betriebene Nadel aktiviert, die an einem monolithischen Block aus Kohlenstoff kratzt. Parallel dazu werden die Live-Tweets auf eine Anzeigentafel projiziert.

www.fujita.maison



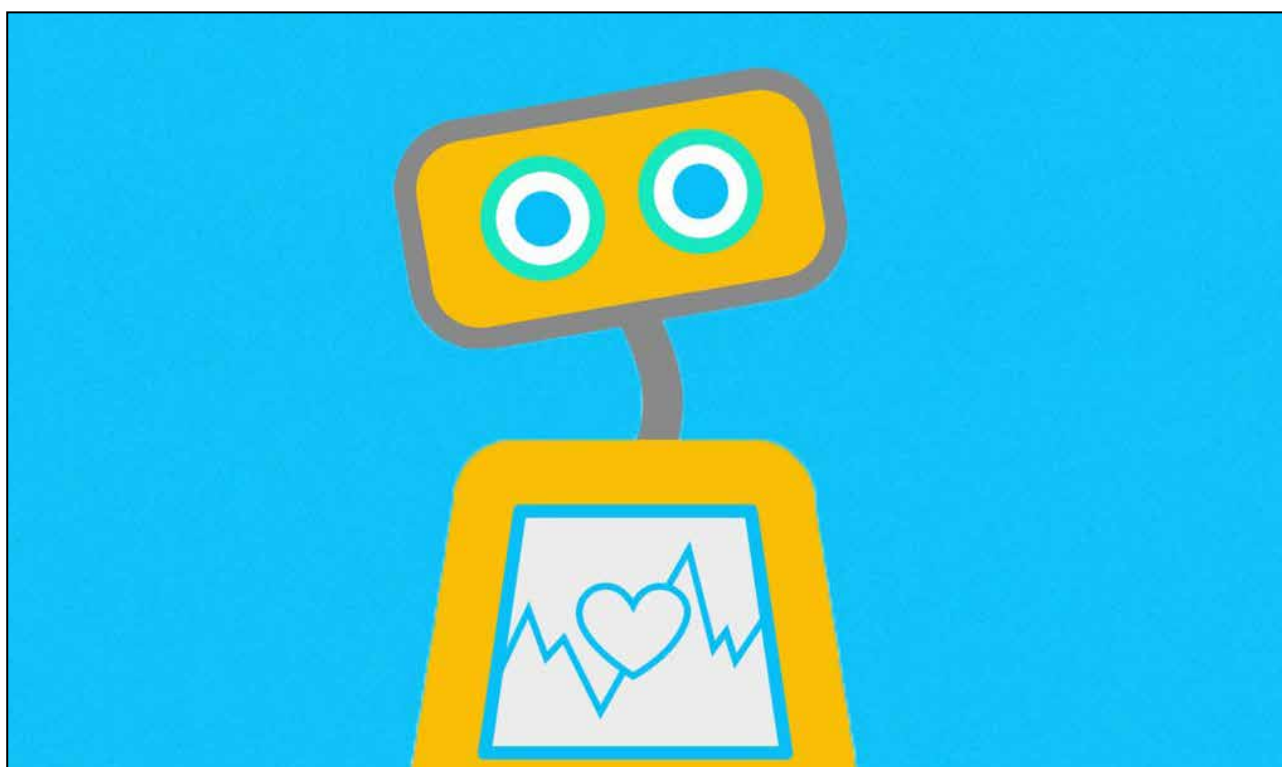
Fujita Keisuke, <http://www.fujita.maison/voltaic-realism--fujita-keisuke.html>

Woebot «Your Self-Care Expert

«We're on a mission to make mental health radically accessible to everyone.»

Mit jemandem zu sprechen, der eine ähnliche Erfahrung gemacht hat, kann für Menschen mit psychischen Problemen sehr nützlich sein. Die Macher dieses Chat-Bots glauben, dass KI hier in der Zukunft eine grössere Rolle spielen wird. Zielgruppe waren ursprünglich Studenten und Doktoranden, die Gefahr liefen, Depressionen oder Angststörungen zu entwickeln, weil nicht rechtzeitig interveniert wurde. Entworfen von einem Team von Psychologen der Stanford University und einer Reihe von KI-Experten bietet der auf den Prinzipien der Verhaltenstherapie basierende Bot täglich personalisierte Therapie-Chats an, entweder über eine App oder zum Beispiel über den Facebook-Messenger. Ziel ist es, selbstzerstörerische Gedankenspiralen zu unterbrechen und das eigene Verhalten zu reflektieren. Nach Herstellerangaben nutzt der Algorithmus modernste Methoden der Sprachverarbeitung, um den Inhalt der User-Eingaben korrekt zu interpretieren.

woebot.io



Woebot, <https://woebot.io>

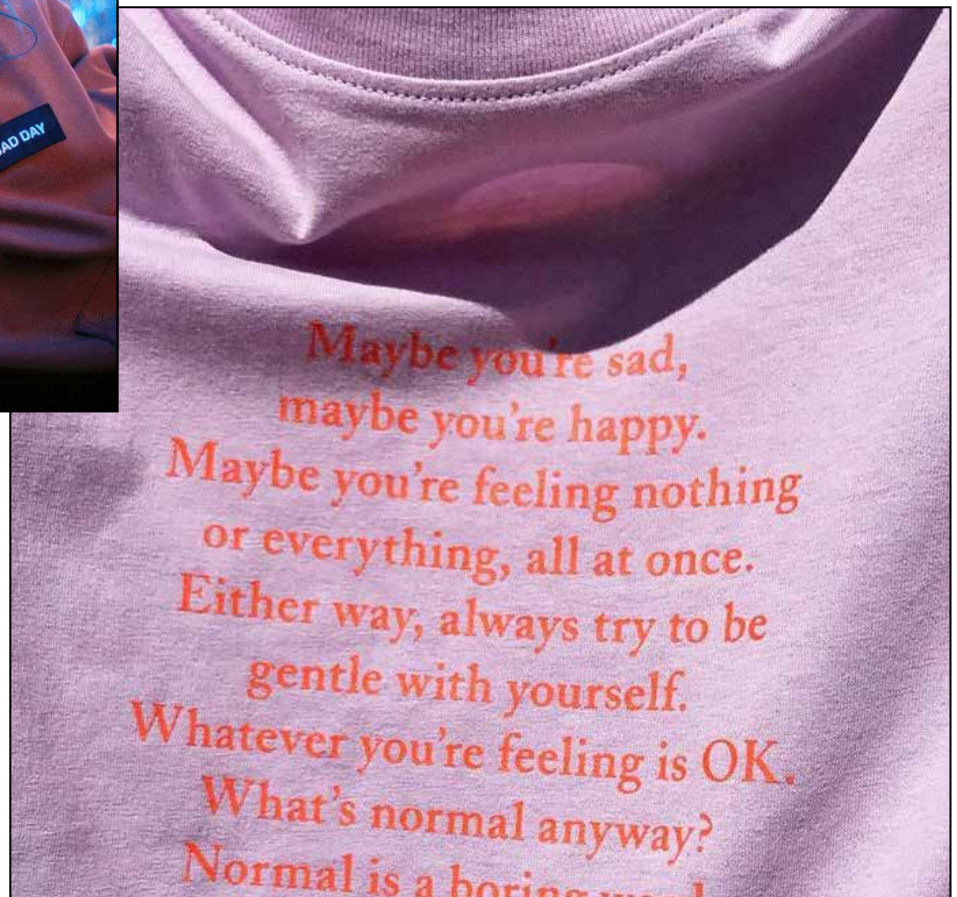
All the feels Mental Health als Marketing-Strategie

In der Kampagne des zu H&M gehörenden Fashion-Brands Monki geht es um die Auswirkungen von Social Media auf die psychische Gesundheit junger Menschen, besonders junger Frauen. Die Protagonisten sind Influencer, die sich aktiv mit dem Thema Mental Health beschäftigen. Die Kampagne wurde in Zusammenarbeit mit Mental Health Europe initiiert und wird von einer Kollektion begleitet.

monki.com/we-are-monki/monki-thinks/all-the-feels



«Monki, with support from Mental Health Europe, present: All the feels. A campaign created to raise awareness about the positive and negative effects of social media on our mental health.»



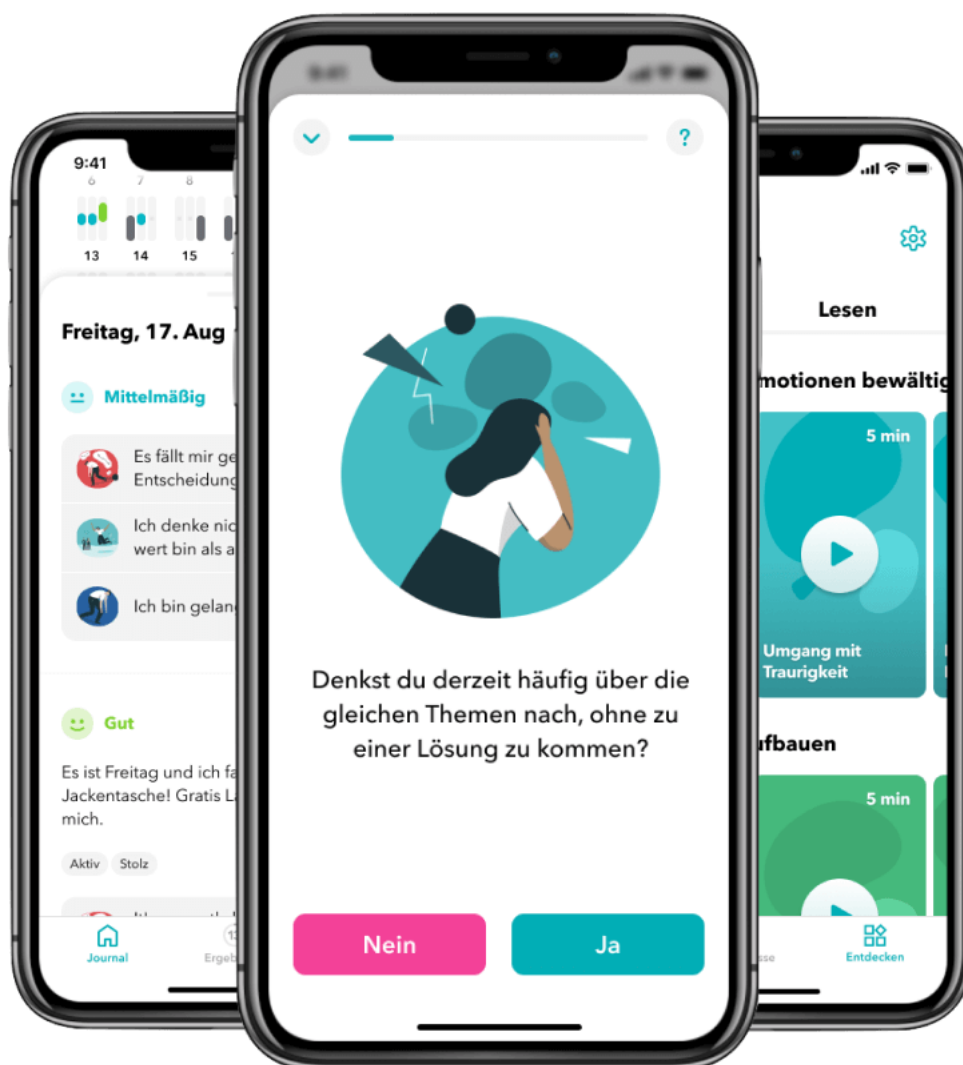
Monki, <https://www.monki.com/we-are-monki/monki-thinks/all-the-feels/>

Moodpath Früherkennung von Depressionen

«Es ist völlig normal, wenn Menschen in bestimmten Phasen eine besondere psychische Belastung durchleben und Symptome einer Depression in Erscheinung treten. Dazu zählen z.B. Traurigkeit, Antriebslosigkeit, innere Unruhe, Schlafprobleme, Selbstzweifel und belastende Grübelschleifen. Die App Moodpath hilft Dir dabei, diese Beschwerden in einer strukturierten Art und Weise und über einen Zeitraum von 2 Wochen zu reflektieren.»

Die interaktive Screening-App stellt Fragen etwa zu Symptomen wie Schlaflosigkeit und Schuldgefühlen, die ein Hinweis auf Depressionen sein können, und wertet die Angaben aus. Die Fragen orientieren sich an internationalen Diagnostik-Standards. Moodpath ist in 45 Ländern verfügbar und wurde bislang mehr als eine Million Mal heruntergeladen.

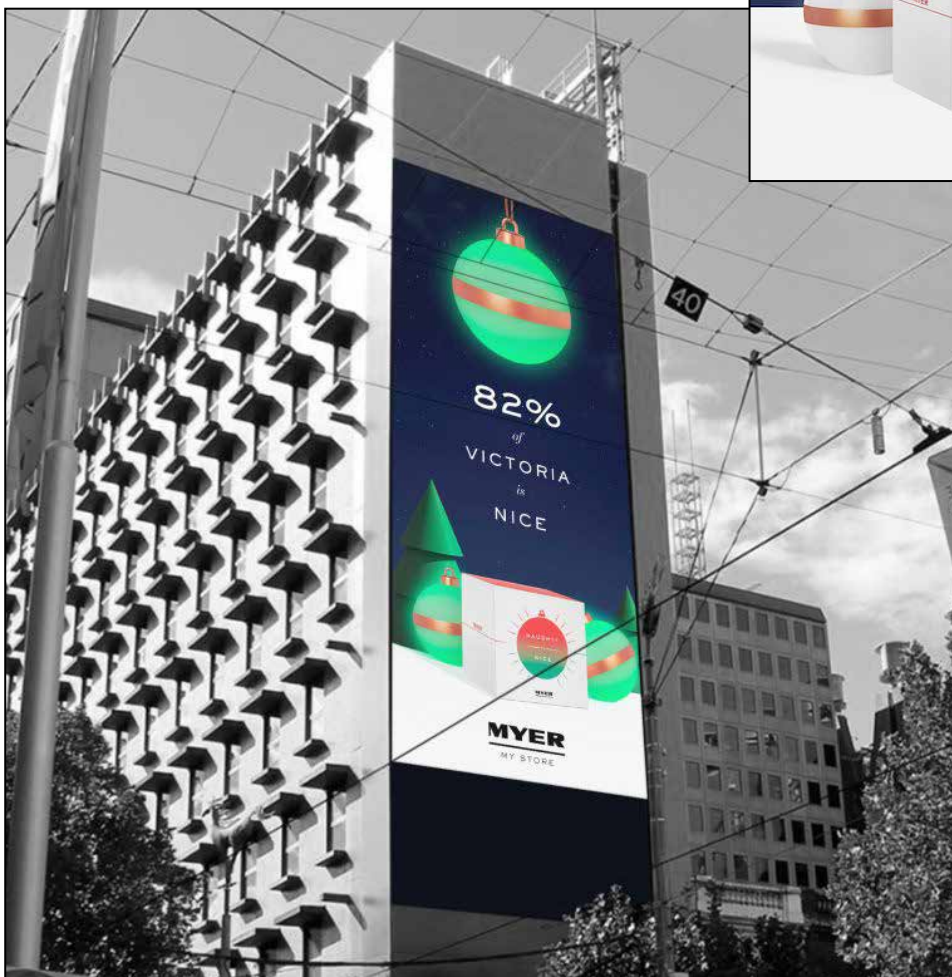
mymoodpath.com



«naughty or nice»

Unsichtbares sichtbar machen

Die australische Kaufhauskette Myer hat passend zur Adventszeit eine Weihnachtskugel entwickelt, die entweder eine grüne oder rote Farbe annehmen kann. Die Farbe soll Kindern anzeigen, ob sie artig oder unartig waren und wird diskret per Bluetooth von den Eltern festgelegt. Interessant ist in unserem Kontext besonders die Outdoor-Variante des Konzepts, bei dem die Daten aller aktiven Kugeln nach Standorten geordnet gesammelt werden. Die interaktiven Outdoor-Kugeln in der Aussenwerbung werden in Echtzeit aktualisiert und zeigen für Jedermann sichtbar grossformatig an, wie brav die Kinder in diesem Stadtteil oder jener Nachbarschaft vermeintlich waren.



Inner Peace Frieden mit sich selbst

In dieser Arbeit widmet sich der britische Designer Hussein Al-Erwie dem inneren Frieden als einem Zustand, in dem eine Person mit sich selbst eine gewisse grundsätzliche Nachsicht übt. Der Designer reflektiert diesen erstrebenswerten Zustand der inneren Ausgeglichenheit visuell.

alerwie.com

«When one reaches inner peace, the person fully accepts circumstances and does not waste time, energy, and attention on unimportant and meaningless thoughts.»



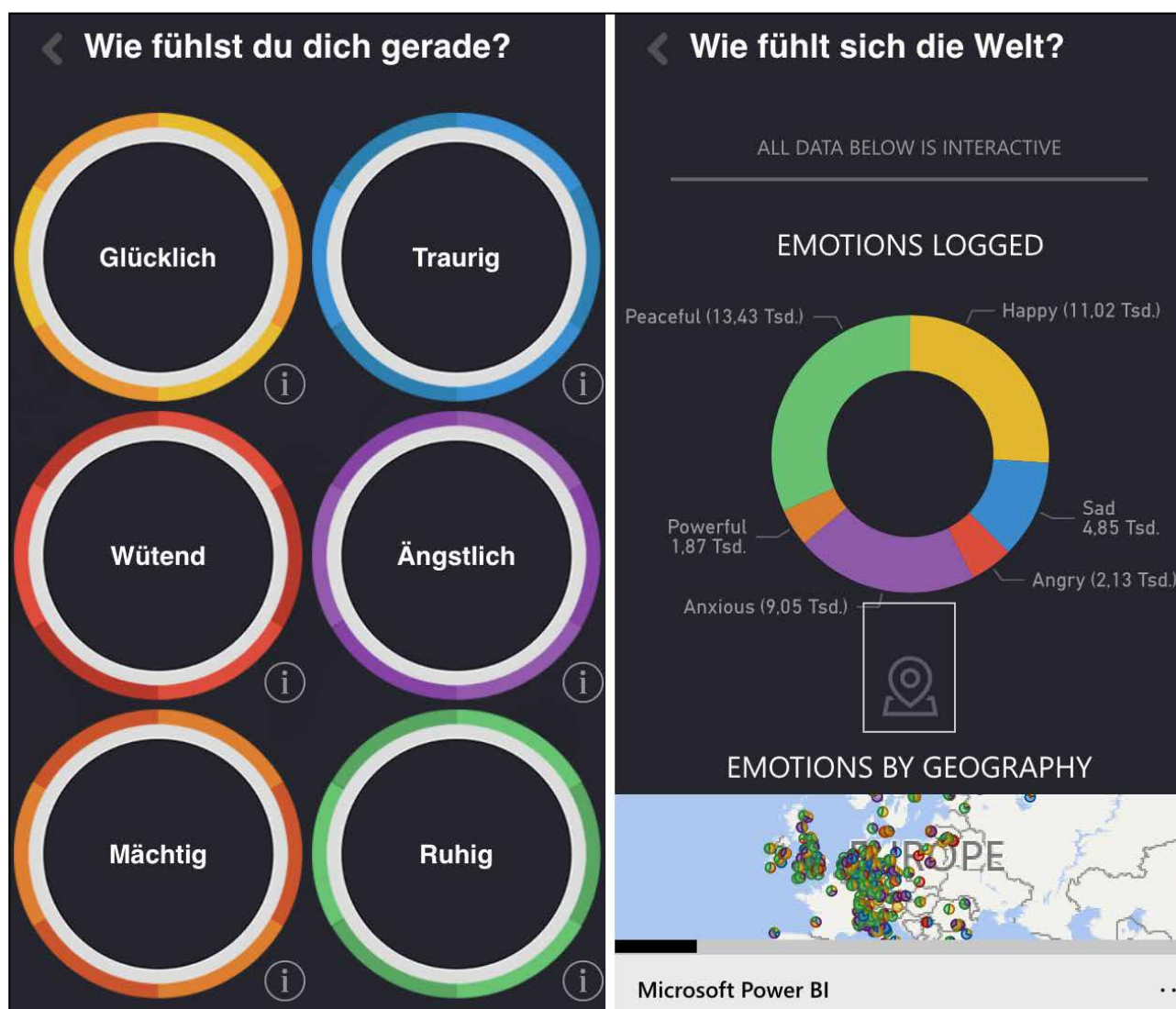
Hussein Al-Erwie, <https://www.alerwie.com/inner-peace>

«How is the world feeling?» Globale Echtzeitstudie

«Poor mental health is a major challenge both socially and economically. A major contributing factor to poor mental health and suicide is a feeling of isolation. The ability to see, in real-time, how 7 million people are feeling normalises the extremely broad range of emotions that are experienced every second of every day.»

Diese globale, App-basierte Echtzeit-Forschungsstudie der australischen Non-Profit-Organisation Spur Projects hat 7 Millionen Teilnehmer gebeten, ihre mentale Stimmungslage über eine Woche hinweg zu protokollieren. Nutzer wurden von der App, die in neun verschiedenen Sprachen zur Verfügung steht, während des gesamten Tages immer wieder aufgefordert, ihre Emotionen zu protokollieren. Dabei verfolgt die App einen doppelten Zweck: Sie soll als Gesprächsanbahnung über psychische Gesundheit dienen und einen umfangreichen Datensatz sammeln, der Forschern und allen anderen Interessierten zur Verfügung gestellt wird.

howistheworldfeeling.wearespur.com

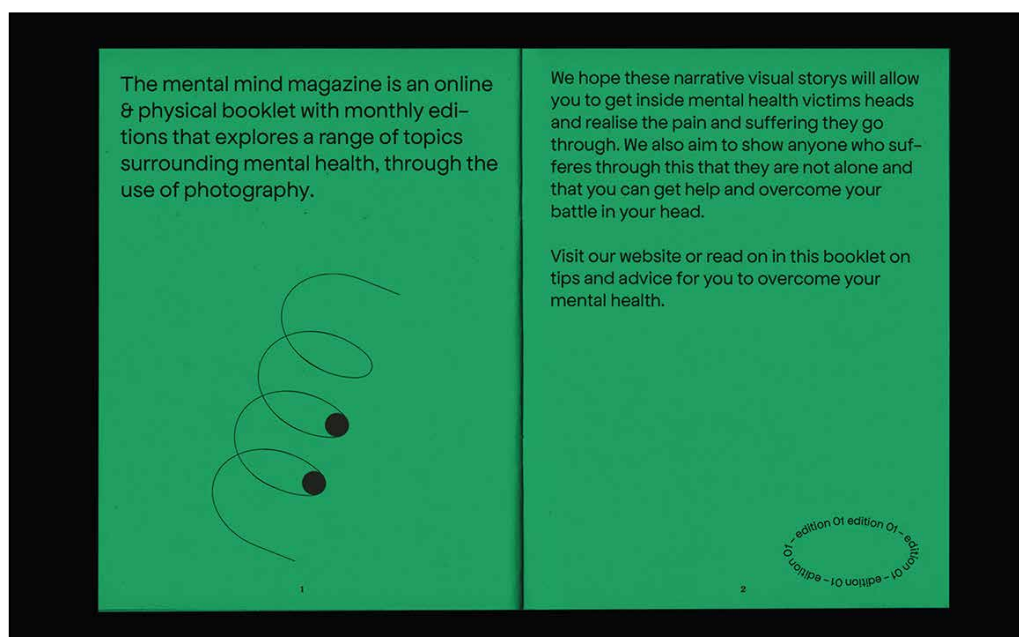
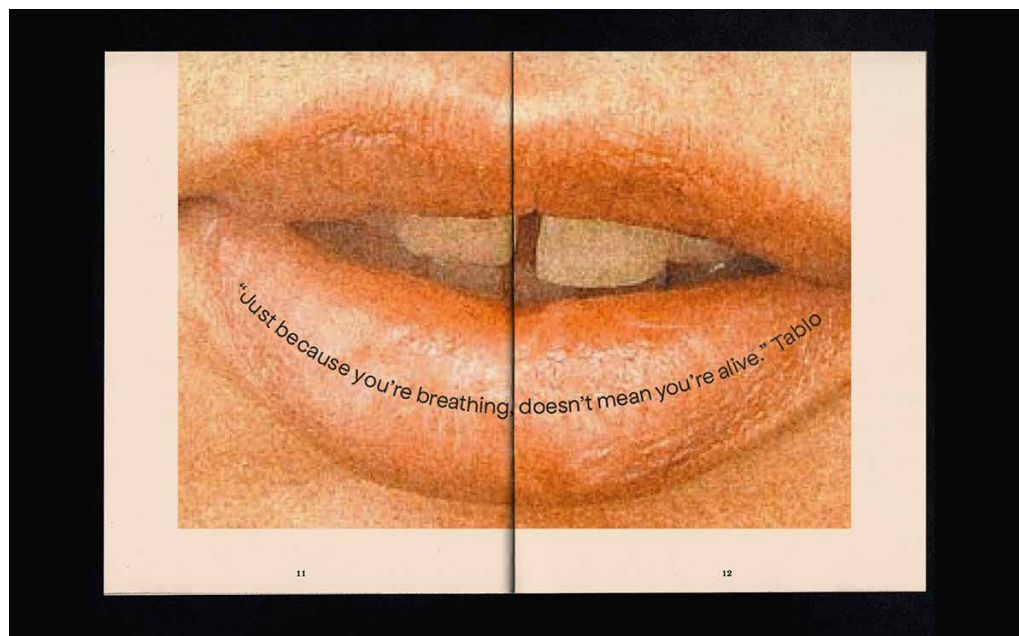


Mental Mind Magazine Mental Health als visuelles Narrativ

Das digital und gedruckt verfügbare Booklet setzt sich jeden Monat kreativ und visuell mit einem neuen Thema aus dem Bereich Mental Health auseinander.

bengrosser.com/projects/safebook

«We hope these narrative visual story will allow you to get inside mental health victims heads and realise the pain and suffering they go through.»



«Emotions Make You Human»

«A campaign designed to raise awareness on Smiling Depression and to remind everyone that showing emotions make you human.»

Mit ihrer Kampagne will die New Yorker Designerin und Illustratorin Geli Balcruz Aufmerksamkeit und Bewusstsein für eine besonders heimtückische Variante der Depression schaffen, die im Angelsächsischen unter dem Namen «Smiling Depression» bekannt ist. Bei diesem Krankheitsbild verstecken die Erkrankten ihre Traurigkeit erfolgreich hinter einer fröhlichen Fassade. Selbst enge Freunde ahnen oftmals nichts davon.

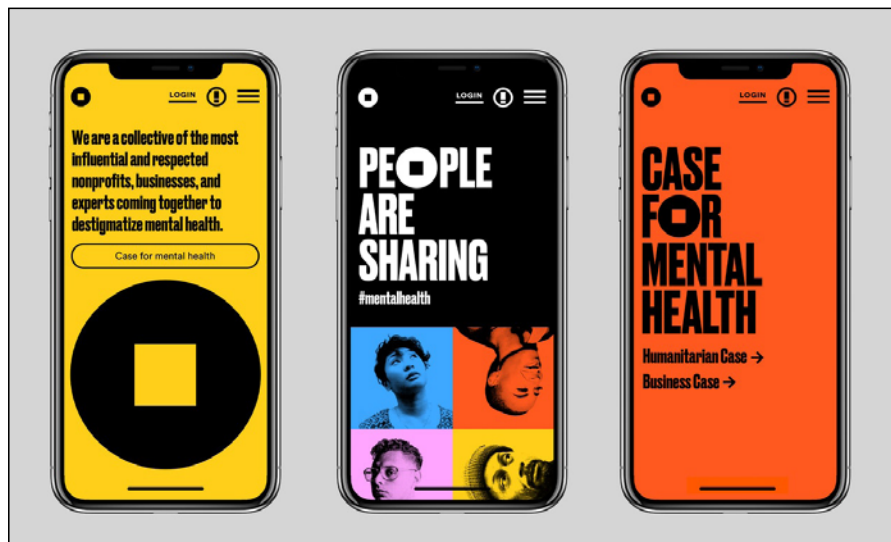
gelibalacruz.com



The Mental Health Coalition

Der visuelle Auftritt für die neue Initiative «The Mental Health Coalition», deren Mission es ist zur Entstigmatisierung psychischer Erkrankungen Krankheiten beizutragen, stammt von der Designerin Paula Schaer der Designagentur Pentagram. Ziel ist es, gestalterisch und kommunikativ deutlich werden zu lassen, dass es kein «normal» gibt, wenn es um psychische Gesundheit geht, sondern alle Varianten denkbar und willkommen sind.

«If the goal is to encourage people to authentically engage, how better than with the most fundamental question we all frequently ask, and only occasionally answer honestly.»

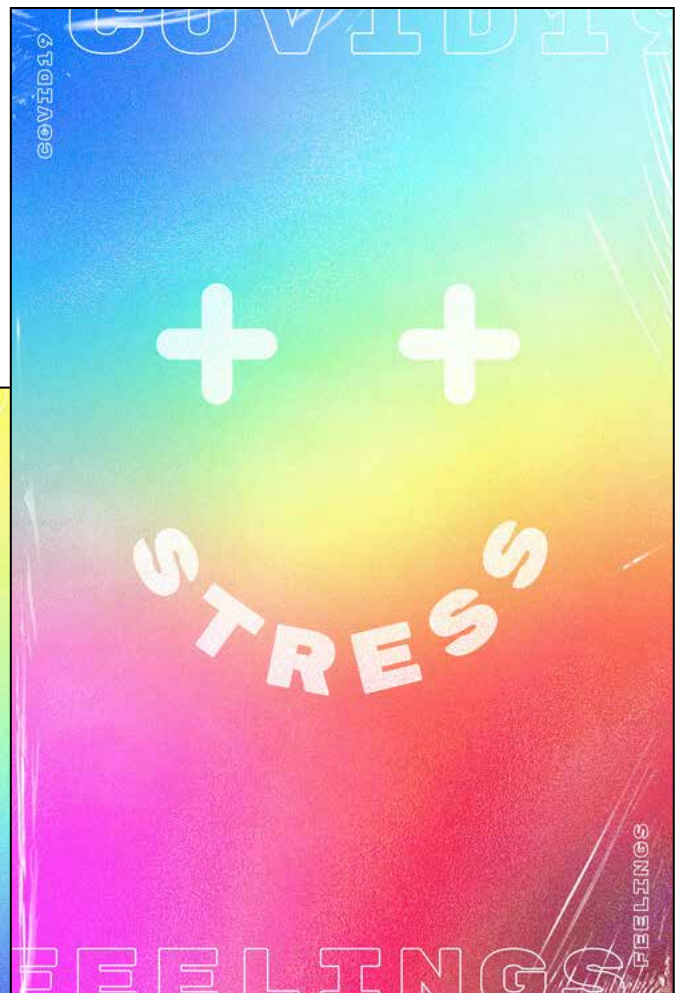
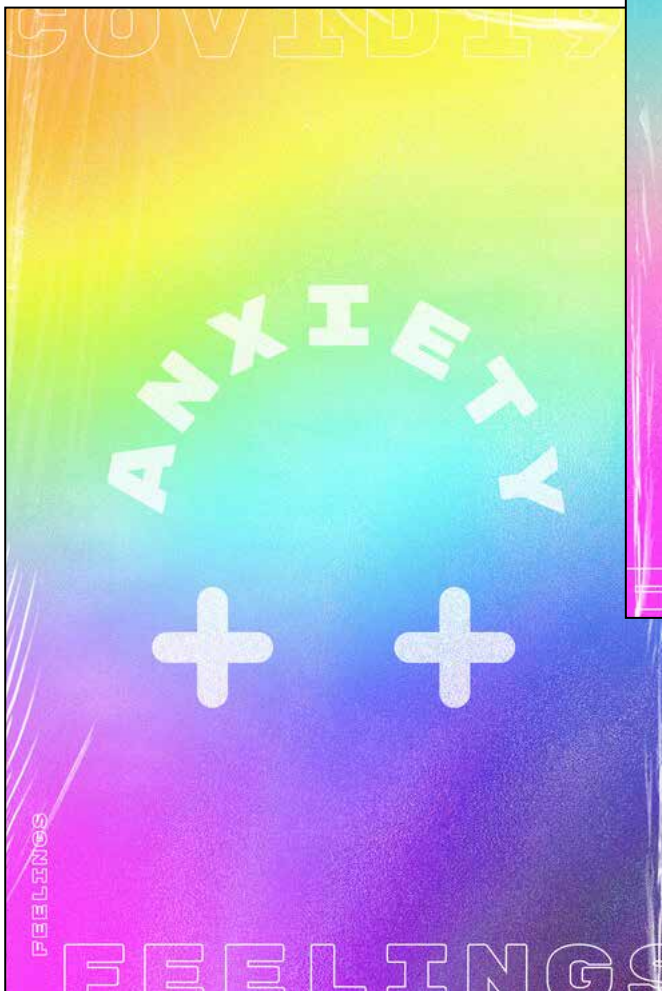


Project Catharsis Gefühle aus der Isolation

Der Designer Jol Almeida suchte während der Corona-Quarantäne nach einem Weg, um seinen Gefühlen in der Isolation Ausdruck zu verleihen und gestaltete dafür diese Serie.

teenagertherapy.carrrd.co

«COVID-Quarantine is a hard thing to deal, but we found a way to free our feelings by putting them on our best face.»



6

Designtransfer: Der Prototyp

6.1

Strategische und visuelle Ableitungen

Die hier formulierten Kriterien und daraus abgeleiteten Lösungsansätze basieren auf Gesprächen mit Betroffenen und jungen Erwachsenen, die ein starkes Interesse und ein grosses Bewusstsein für den veränderten Umgang mit Mental-Health-Themen haben. Sie sind Jugendhilfeexperten und verbreiten das Thema als sogenannte «Mental Health Advocates» aktiv in der Öffentlichkeit. Weitere Grundlage waren die phänomenologischen Einblicke einer kontinuierlichen Online-Ethnographie (Netnographie) in digitale Kanäle, in denen die psychische Gesundheit von Jugendlichen und jungen Erwachsenen zurzeit verhandelt wird, sowie weitere Angebote, die das Thema alternativ und innovativ kommunizieren.

Die folgenden vier aus der Forschung abgeleiteten Kriterien erscheinen uns für die zukünftige erfolgreiche Konzeption, Realisierung und Implementierung eines Kommunikations-Tools im Bereich Mental Health entscheidend. Sie werden beim Entwurf des Prototyps besonders berücksichtigt.

Kriterium 1

Niederschwelliger Einstieg in ein schwieriges Thema

Das Tool sollte einen niederschwelligen und unproblematischen Einstieg in das oft als belastend empfundene Thema Mental Health bieten. Seine Ernsthaftigkeit ist vor dem Hintergrund psychischer Erkrankungen und dem damit verbundenen Leid unstrittig, soll aber hier bewusst nicht im Vordergrund stehen. Vielmehr soll seine Alltäglichkeit und «Normalität», seine Nähe zur Lebenswelt der Zielgruppe betont werden. Die technische, inhaltliche und gestalterische Umsetzung sollte die unmittelbare Bezugnahme auf medizinisch-diagnostische Aspekte deshalb unbedingt vermeiden. Ziel ist eine maximale Zugänglichkeit des Themas und des Tools.

Das Tool soll Lust auf das Thema machen, ohne die Angst zu schüren, dass man sich möglicherweise auf eine Auseinandersetzung einlässt, die man gar nicht wünscht oder für die man sich noch nicht bereit fühlt. Erst recht soll

es die Arbeit und die Angebote von geschulten Fachpersonen aus den Bereichen Therapie und Beratung nicht ersetzen. Es soll ein Einstieg in das Thema psychische Gesundheit sein, ein erster Schritt der Auseinandersetzung mit der eigenen mentalen Verfassung.

Kriterium 2

Digitalität als Voraussetzung für Verfügbarkeit, Partizipation und Interaktion

Die digitale Sphäre ist für Jugendliche und junge Erwachsene ein elementarer Teil ihrer Alltagswirklichkeit. Sie setzen voraus, dass relevante Informationen und Angebote digital verfügbar sind. Das gilt auch für das Thema Mental Health. Zahlreiche Plattformen der sozialen Medien, so zeigte unsere Forschung, sind für Jugendliche und junge Erwachsene ein immer wichtiger werdender Resonanzraum, der ganz durch ihre eigenen Bedürfnisse und Vorstellungen geprägt wird. Sie finden hier eine Vielzahl von Anknüpfungspunkten, um selber aktiv zu werden: durch das Schreiben von Kommentaren und eigenen Beiträgen oder das Erstellen und Teilen von Bildern, Filmen und Musik.

Der entscheidende Vorteil digitaler Plattformen und Tools ist dabei, dass sie leicht zugänglich und ständig verfügbar sind. Wann, wo, mit wem und bis zu welcher Tiefe sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf die Kommunikation über Mental Health einlassen, bestimmen allein sie selbst. Die Anonymität, in der es oftmals geschieht, ist ein weiterer entscheidender Faktor: Niemand muss Angst vor Repressionen oder Stigmatisierung durch sein soziales Umfeld befürchten, weil er zu viel von sich offenbart.

Es ist daher unerlässlich, dass auch das von uns zu konzipierende Tool seinem Nutzer jederzeit erlaubt, situativ zu entscheiden, was er mit wem teilt und wie weit seine Partizipation geht. Er muss die Möglichkeit haben, nicht zu interagieren und keine Resonanz zu erhalten, wenn er es wünscht. Das Tool muss als Kommunikationsmittel über die eigene mentale Verfassung funktionieren, ebenso aber auch als Mittel der reinen stillen Selbstreflektion.

Kriterium 3

Bildbasierte Kommunikation als Kulturtechnik der Digital Natives

Die visuelle Erscheinung spielt eine zentrale Rolle. Sie ist das erste Indiz, an dem die Jugendlichen und jungen Erwachsenen intuitiv festmachen, ob das Tool irgendeine Verbindung zu ihrer eigenen Lebenswelt hat oder in diese Lebenswelt integriert werden könnte.

Weil sich diffuse emotionale Innenwelten nur schwer in präzise Worte fassen lassen und das Benennen und Konkretisieren eine entscheidende, oftmals schwer zu überwindende Hürde darstellt, sollte das Tool ein Spektrum alternativer Ausdrucksmöglichkeiten für die eigene psychische Verfassung zur Verfügung stellen. Vor allem bildhafte Elemente spielen für die in der digitalen Welt sozialisierten Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine immense Rolle bei der Kommunikation und Selbstdarstellung. Das Erstellen und Teilen von Fotos und Videos ist ein integraler, selbstverständlicher Bestandteil der Kommunikation mit ihrer Peer-Group. Bildbasierte Angebote sind aber auch und gerade geeignet als alternative Ausdrucksform für das Benennen und Konkretisieren der eigenen psychischen Verfassung. Sie bieten mehr Subjektivität, Gestaltungsfreiheit und Abstraktionspotential als die oft karge und trockene Eindeutigkeit des gesprochenen oder geschriebenen Wortes.

Kriterium 4

Zielgruppenaffine visuelle Erscheinungs- und Ausdrucksformen

Die zu konzipierende visuelle Sprache sollte sowohl eine sachlich-neutrale wie auch eine dramatisch-triste Ästhetik, wie sie beide immer noch für die visuelle Inszenierung von Mental Health Themen typisch sind, vermeiden. Umso wichtiger scheint es, dass die zu gestaltende Bilderwelt eine eigenständige, positiv konnotierte Ästhetik entwickelt. Sie muss sich an die visuelle Sprache anlehnen, die von der Zielgruppe gegenwärtig als anziehend und «cool» empfunden wird. Als Benchmarks können hier visuelle Codes aus den Bereichen Mode, Musik und Gaming dienen, aber auch bereits existierende Angebote, die durch eine innovative Ästhetik erfolgreich „Awareness“ für das Thema bei einer jungen Zielgruppe herstellen. Das Tool muss kurzum den Eindruck vermeiden, dass es von Erwachsenen ausserhalb der Community

erschaffen wurde. Das erreicht man am leichtesten, indem man die Community tatsächlich an ihrer Schaffung beteiligt und es später genau so kommuniziert.

Was die visuelle Umsetzung betrifft, scheint es eine klare Tendenz zur Abstraktion zu geben. Als besonders geeignet wurden organische, dynamische Farb- und Formkombinationen empfunden. Sie scheinen sich besonders gut dazu zu eignen, die sich ebenfalls kontinuierlich verändernden Emotionslandschaften wiederzugeben. Zudem haben sie gegenüber symbolhaften, gegenständlichen Darstellungen den Vorteil, dass sie intuitiv und universell gelesen werden können.

6.2

Heavy Mental: Eine App, die Gefühle zeigt

Jede und jeder von uns fühlt anders. Selbst wenn wir das gleiche Gefühl haben, fühlen wir es auf vollkommen unterschiedliche Weise. Die App Heavy Mental gibt Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Möglichkeit ihre mentale Verfassung visuell auszudrücken. Statt diffuse Gefühlswelten als etwas Fremdes und Unerwünschtes abzuspalten, werden sie willkommen geheißen und wertgeschätzt. Sie können sich im wahrsten Sinne des Wortes ein Bild von ihren Gefühlen machen. Der Schwerpunkt der App liegt also primär auf der Selbstreflektion der eigenen Gefühlswelt. Das Teilen dieser Gefühlswelten ist ein zweiter, möglicher Schritt.

Der im Rahmen des Forschungsprojekts entwickelte Prototyp skizziert anhand einer Film-Animation Funktionsweise und Visualität der App Heavy Mental. Dafür wird der gesamte Nutzungsablauf exemplarisch anhand von vier Gefühlen dargestellt. In der finalen Version wird die Zahl der Optionen natürlich um ein Vielfaches höher sein, um den NutzerInnen eine möglichst präzise Auswahl zu ermöglichen.

Die generierten Gefühlsbilder, in der App «Mood-Images» genannt, werden auf Basis der ausgewählten Gefühle und ihrer jeweiligen Intensität durch einen komplexen Algorithmus erstellt, der jeden einzelnen Parameter in eine visuelle Entsprechung übersetzt. In der endgültigen Form wird es sehr viele Auswahlmöglichkeiten und eine nahezu unbegrenzte Zahl möglicher «Mood-Images» geben, die durch ihre Kombination entstehen.

Die Einführung in die App startet mit der Frage nach der eigenen mentalen Verfassung.

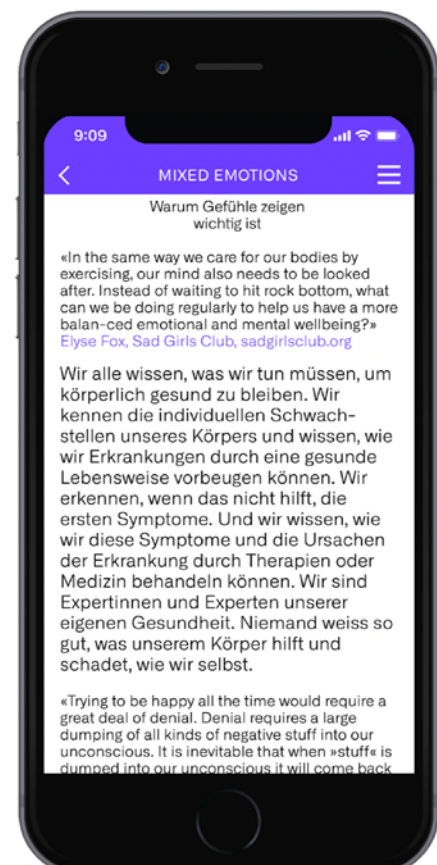
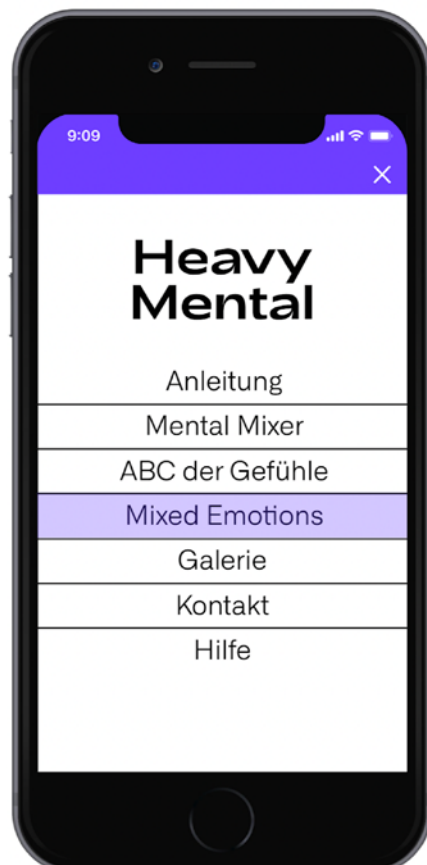


Die NutzerInnen haben die Möglichkeit, aus verschiedenen Gefühlen vier auszuwählen, die ihre aktuelle Stimmung oder mentale Verfassung am besten beschreiben.

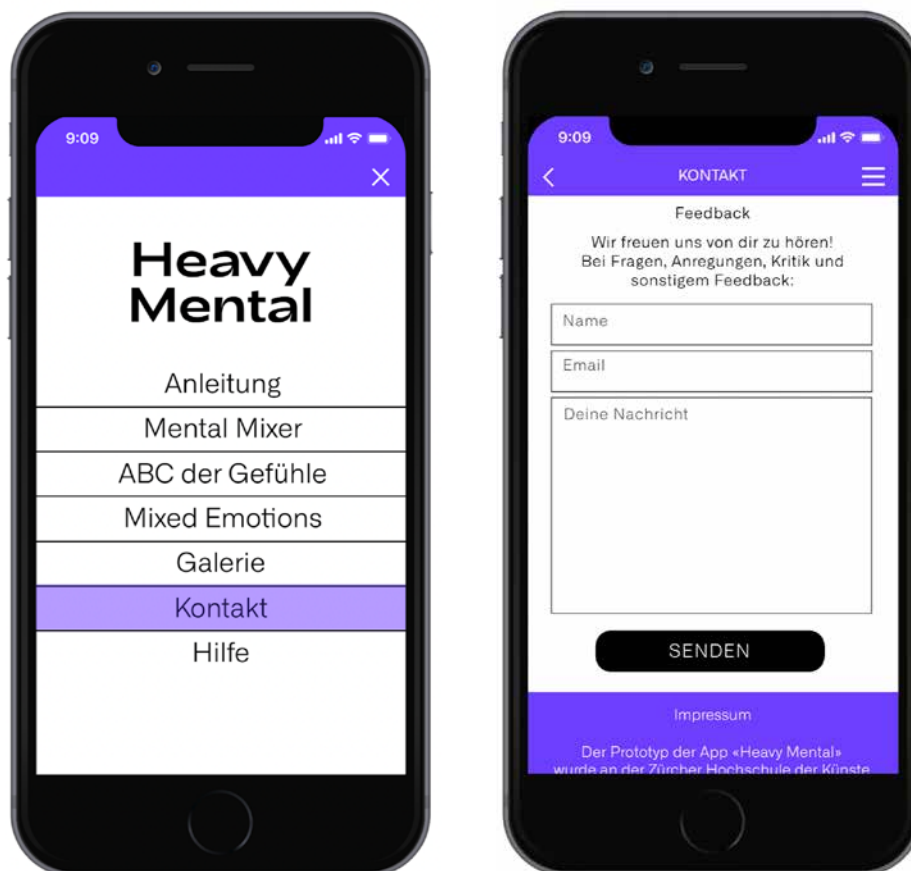
Um die Vielfalt der Gefühle zu verdeutlichen, wird dabei auf generalisierende Kategorien wie «glücklich» oder «traurig» bewusst verzichtet.



In dem ABC der Gefühle können die Nutzerinnen und Nutzer mehr darüber erfahren, wie sie das, was sie fühlen, beschreiben und benennen können.



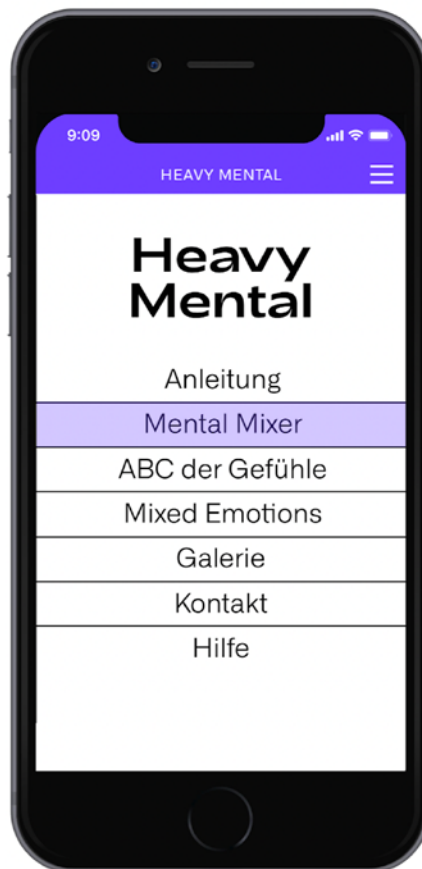
Bei Fragen, Anregungen, Kritik und sonstigem Feedback können die Nutzerinnen und Nutzer Kontakt aufnehmen.



Die fachlich ausgebildeten Beraterinnen und Berater von Pro Juventute sind unter der Nummer 147 bei Fragen zu Gefühlen, psychischen Problemen und Krisen direkt aus der App erreichbar. Rund um die Uhr – per Telefon, SMS, Chat, E-Mail. Jeder Kontakt wird anonym und vertraulich behandelt.



Das Kernstück der App ist der Mental-Mixer. Er übersetzt die ausgewählten Gefühle und ihre Intensität in spezifische Farben, Formen, Bewegungen und Sounds. Als Ergebnis erhalten die UserInnen ihr persönliches Mood-Image.

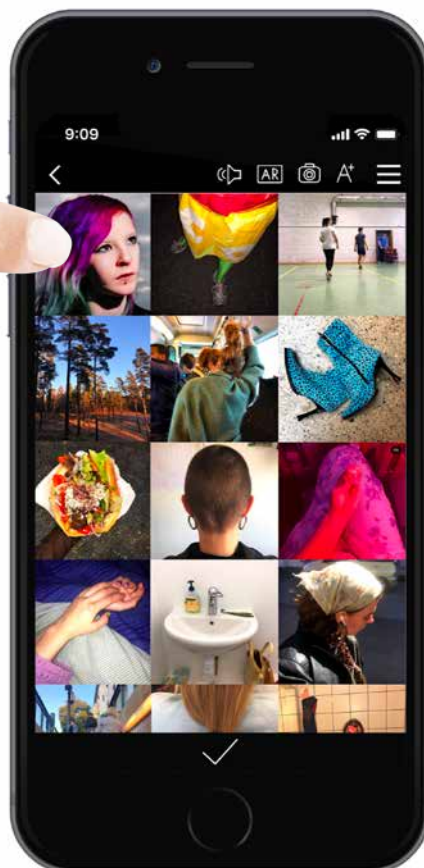


Die ausgewählten Gefühle können sie durch Anklicken und Ziehen entsprechend ihrer subjektiv empfundenen Intensität platzieren: je intensiver, desto weiter oben.

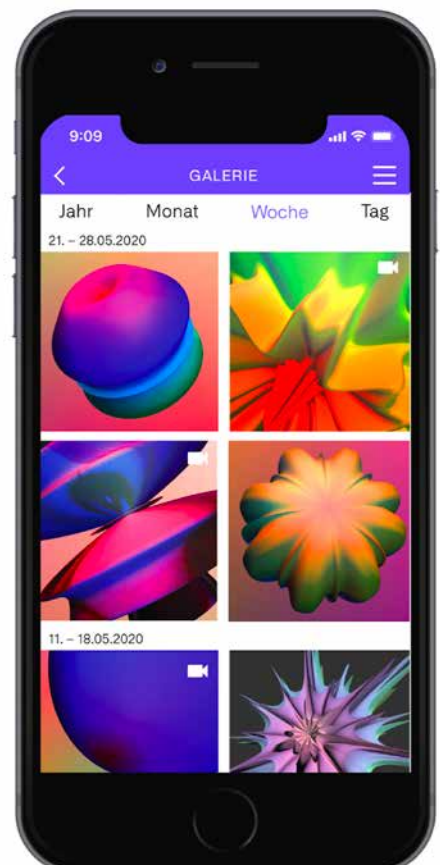
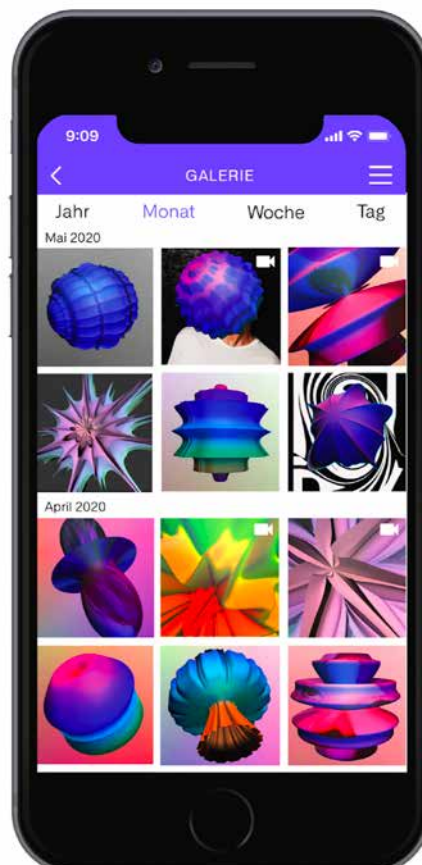
Sie können das so erstellte Mood-Image heranzoomen und aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten.



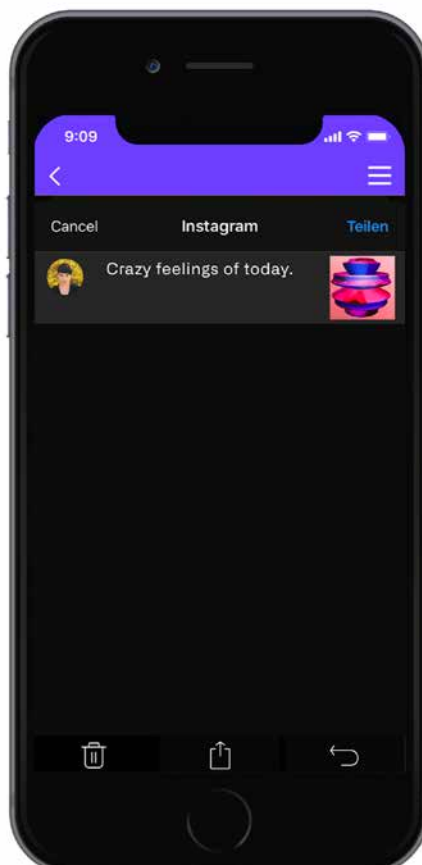
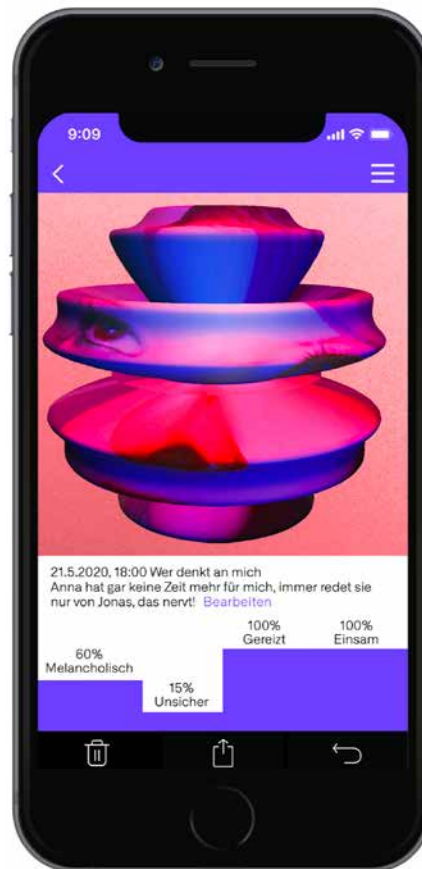
Sie können ein Bild von sich selbst als Oberfläche verwenden und einen Text in den Hintergrund platzieren und es als dreidimensionale AR (Augmented Reality) mit dem verschmelzen lassen, was die Kamera ihres Mobiltelefons filmt.

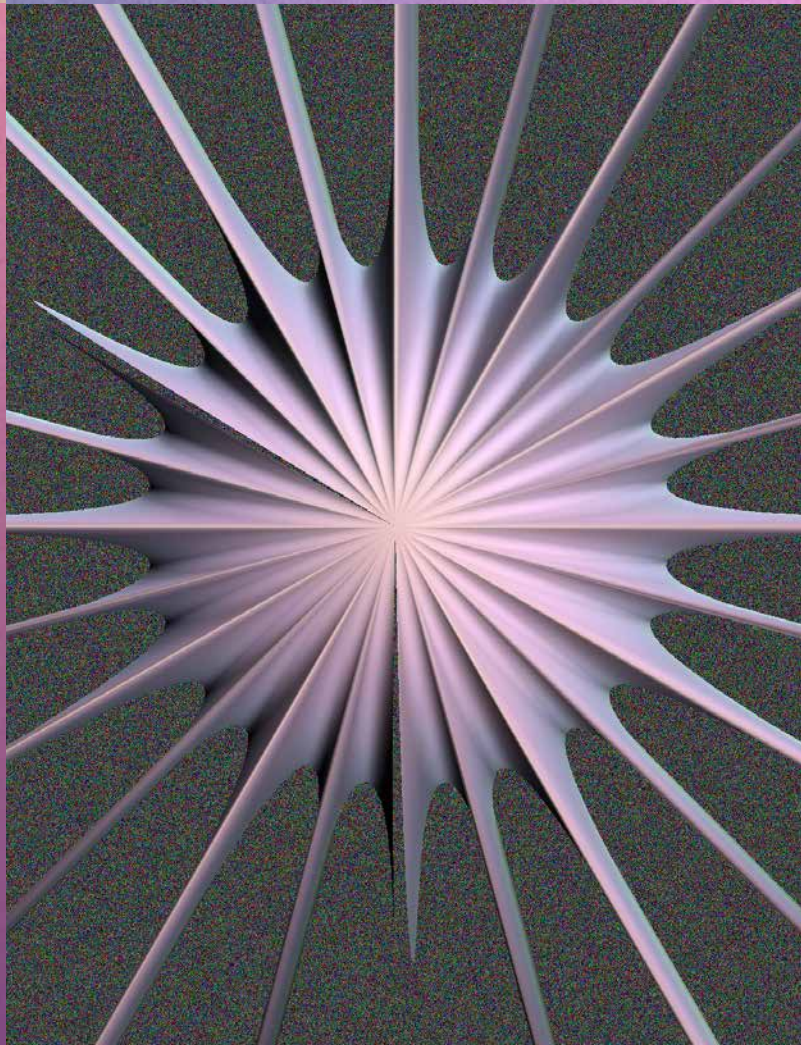
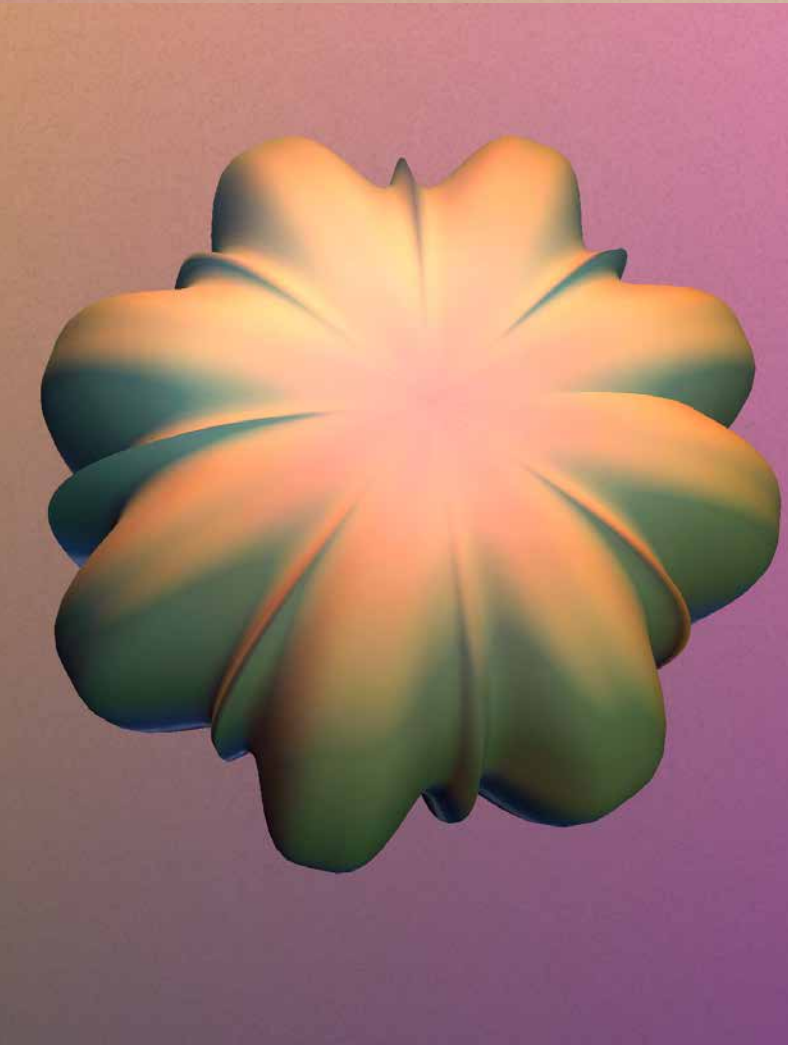
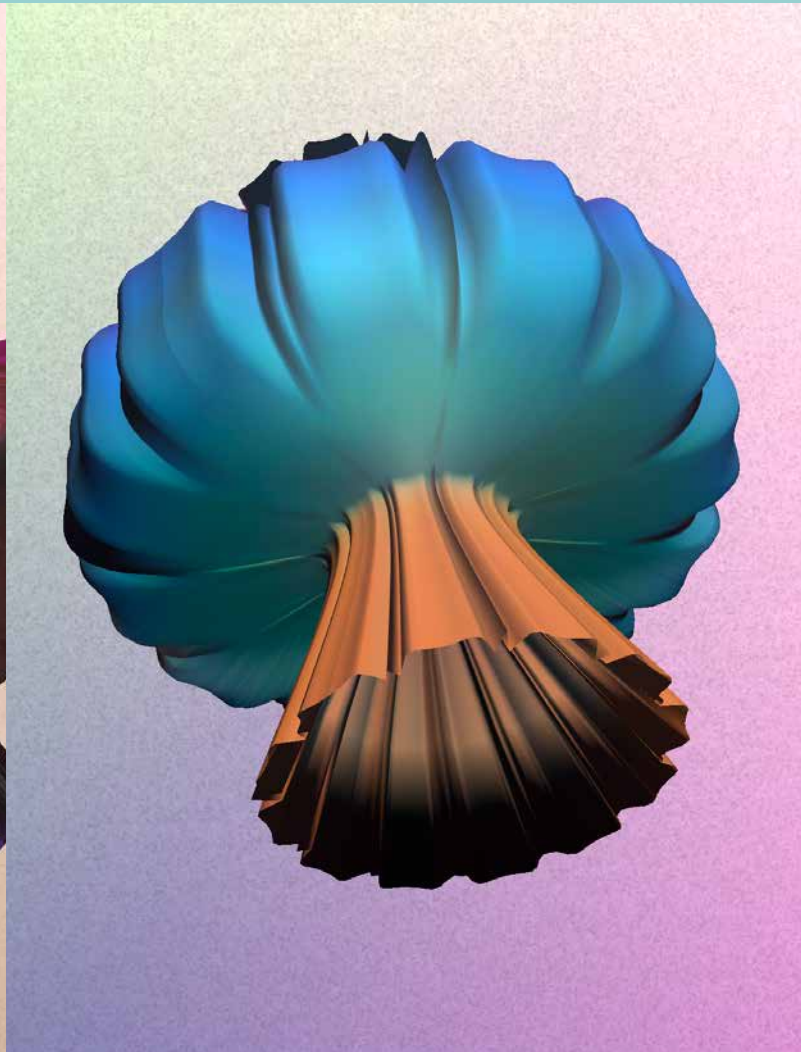


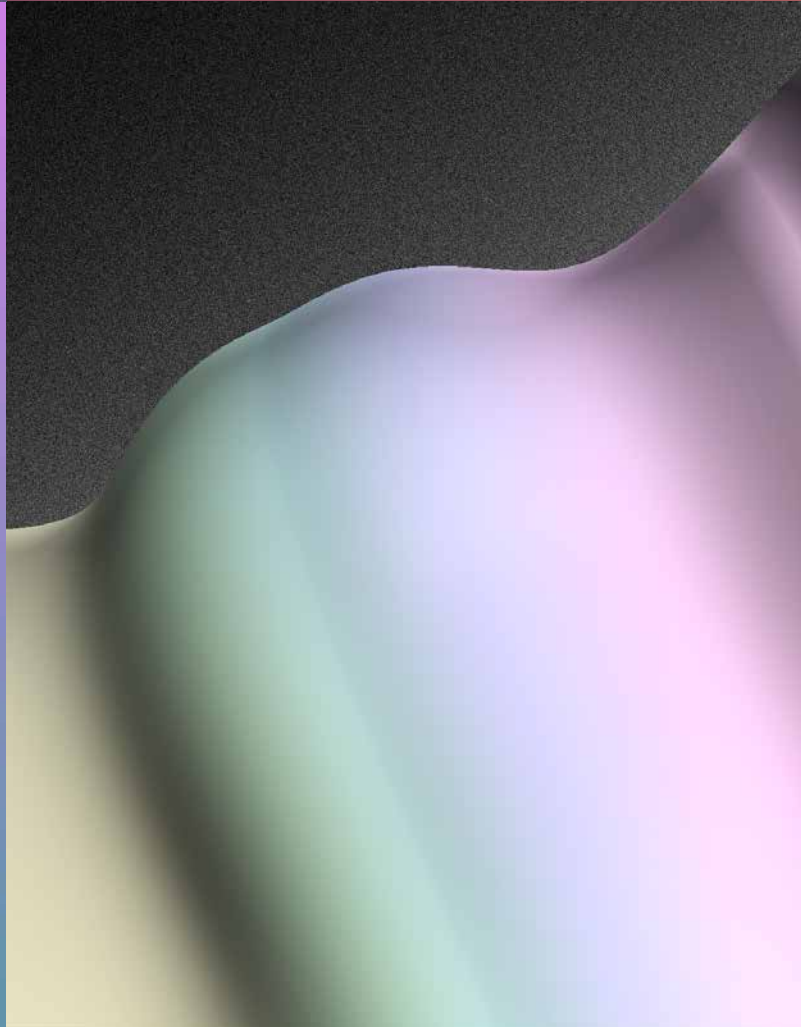
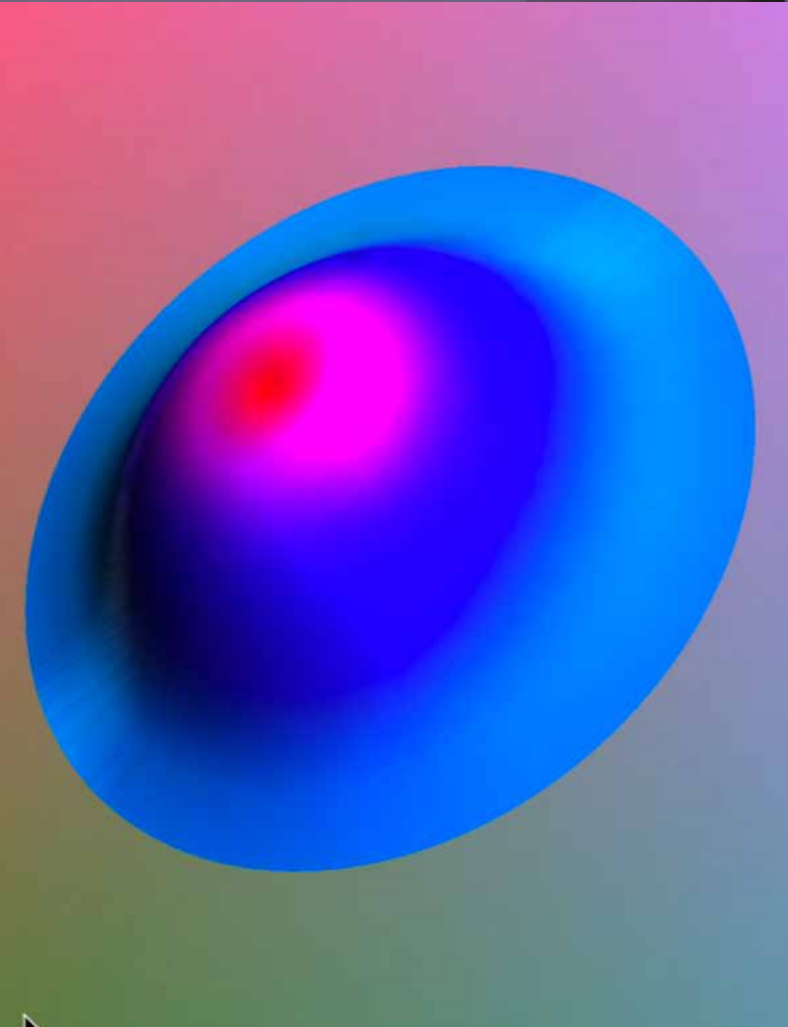
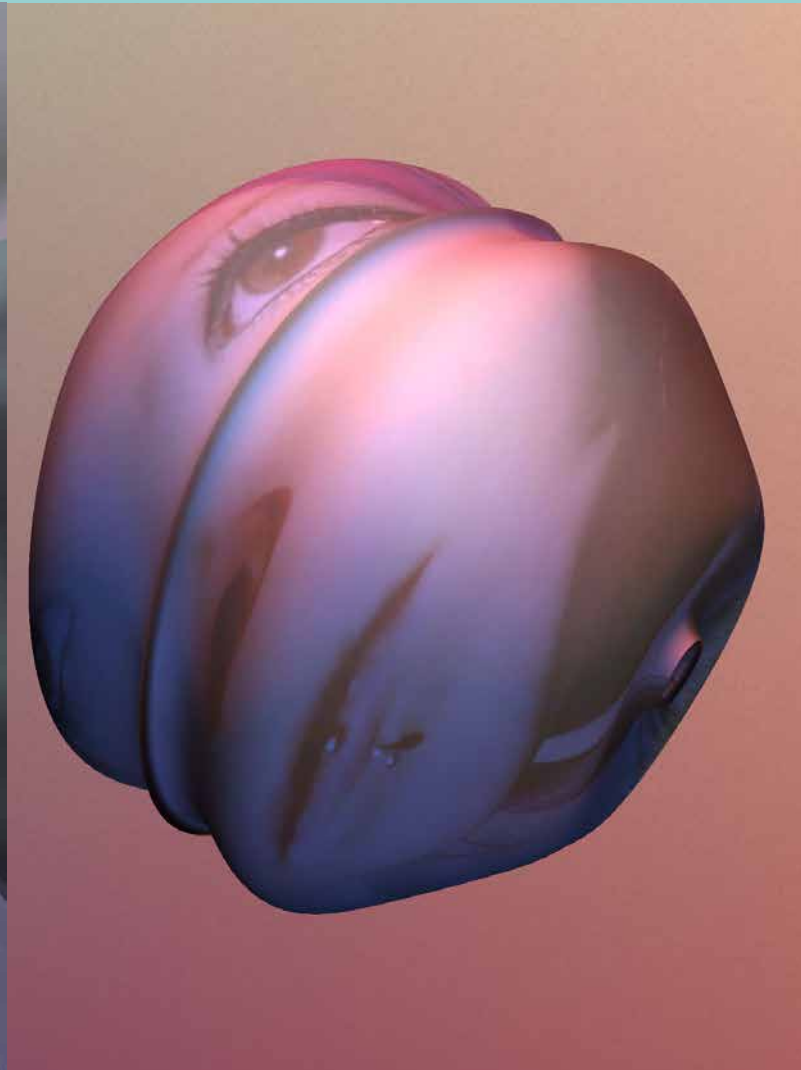
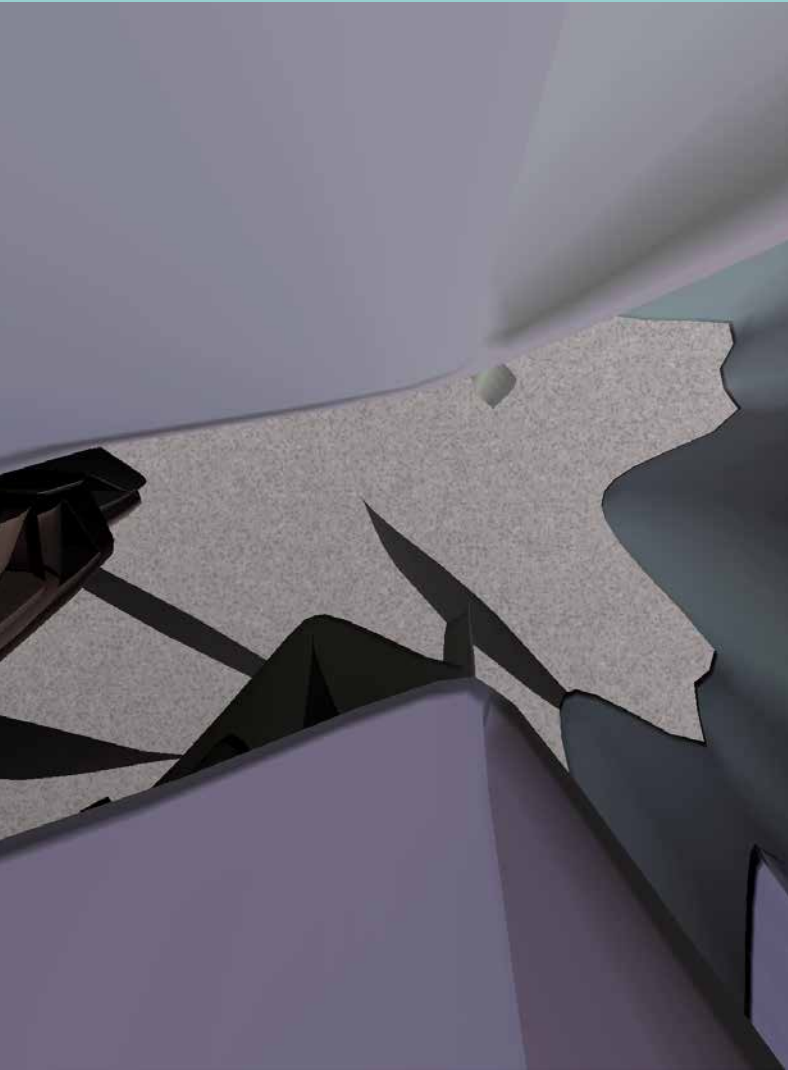
Ihr fertiges Mood-Image können sie mit Titel und Kommentar versehen und als Bild oder Video speichern. Sie können es in der Galerie sichern, verschicken und auf sozialen Netzwerken teilen.

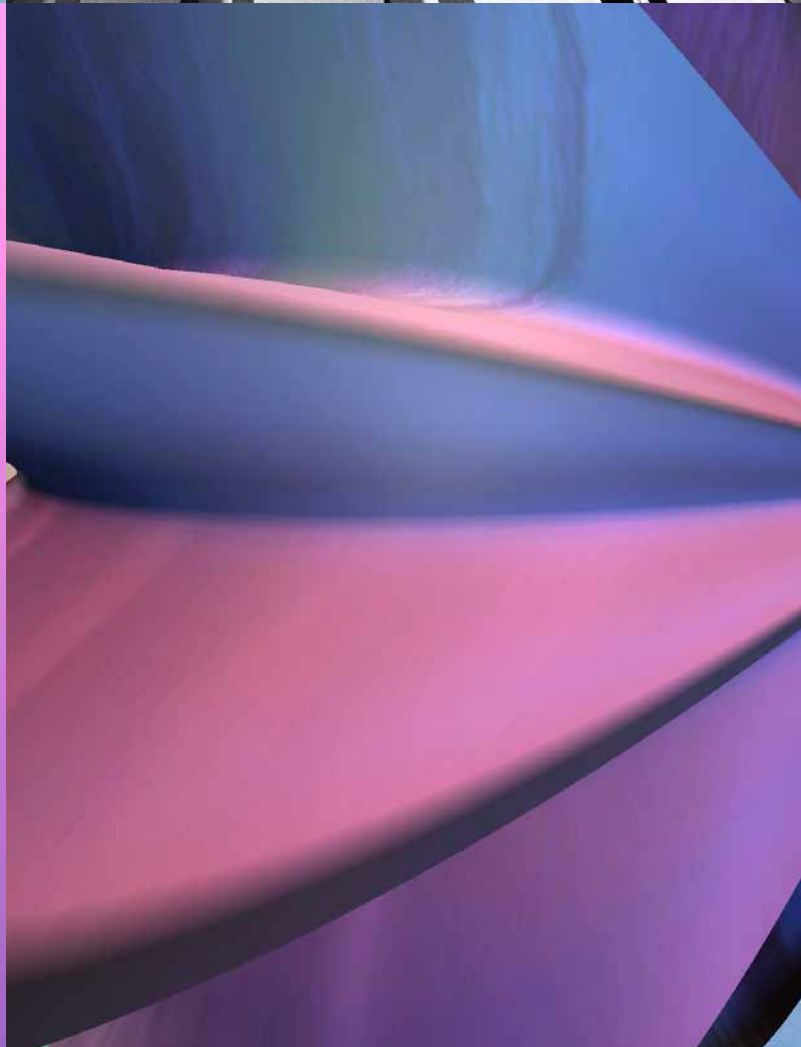
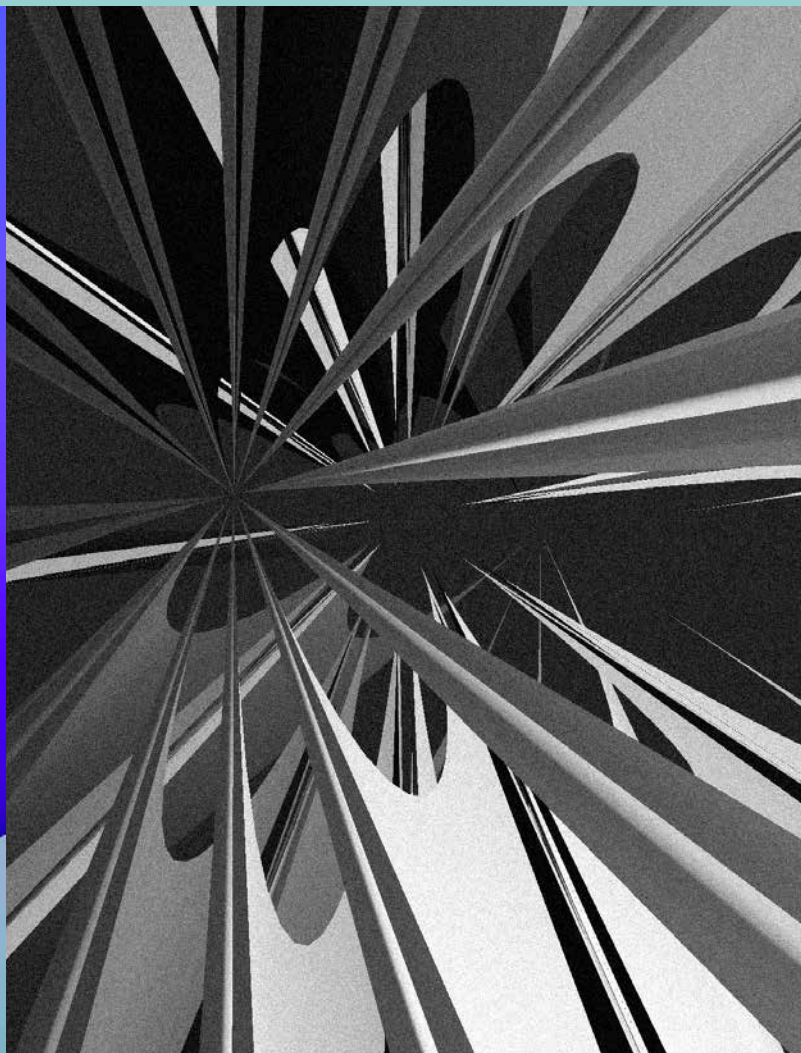
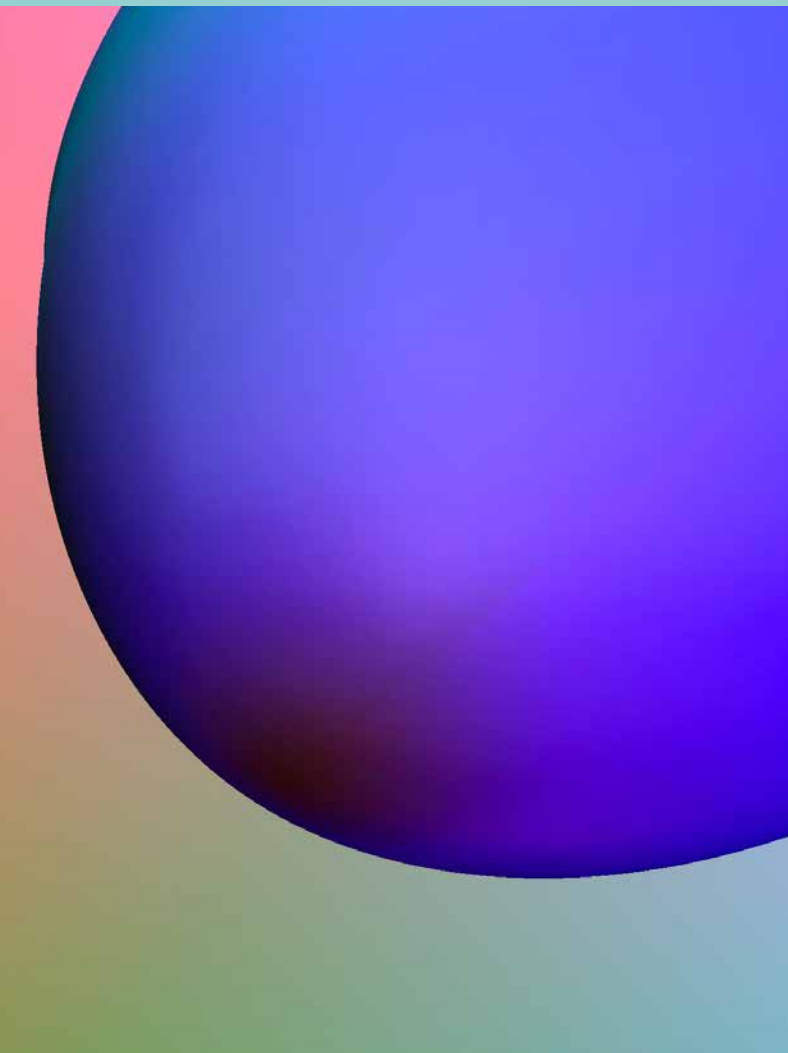


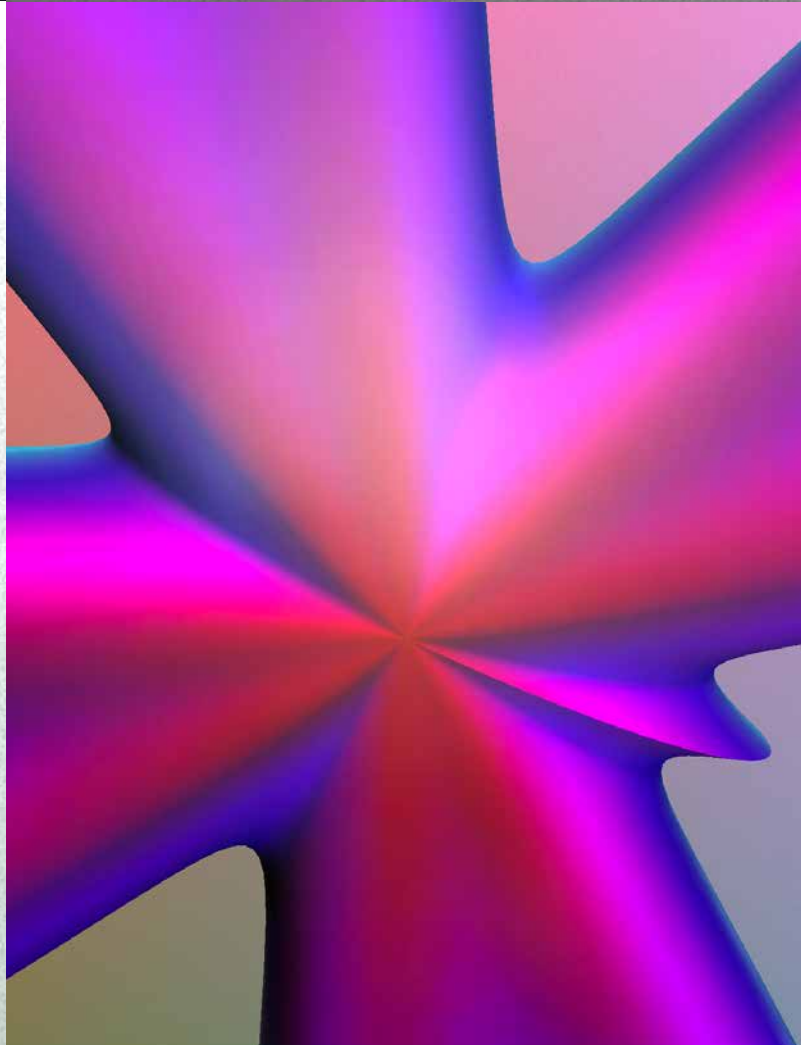
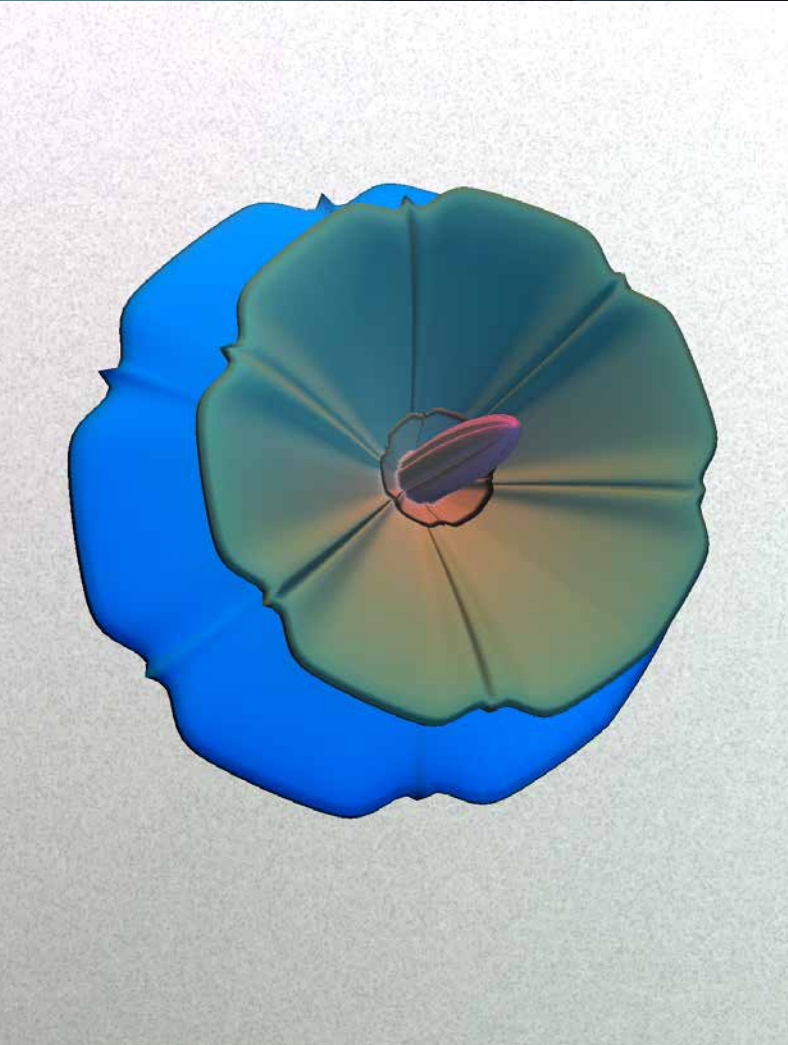
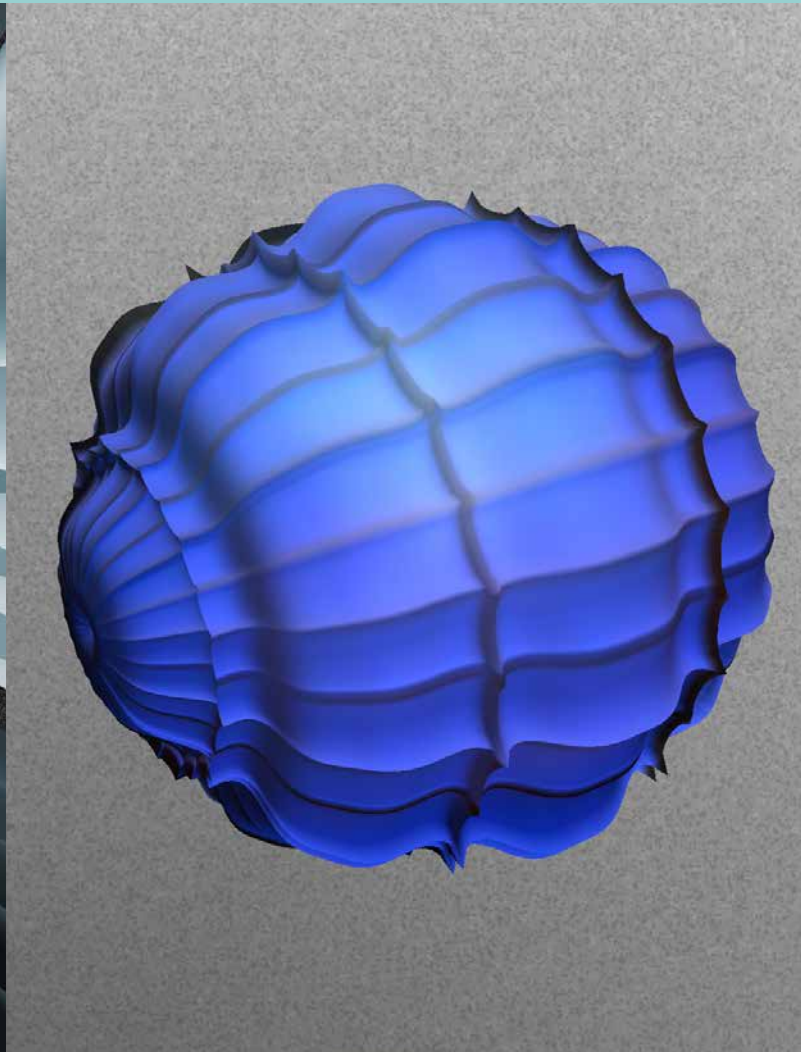
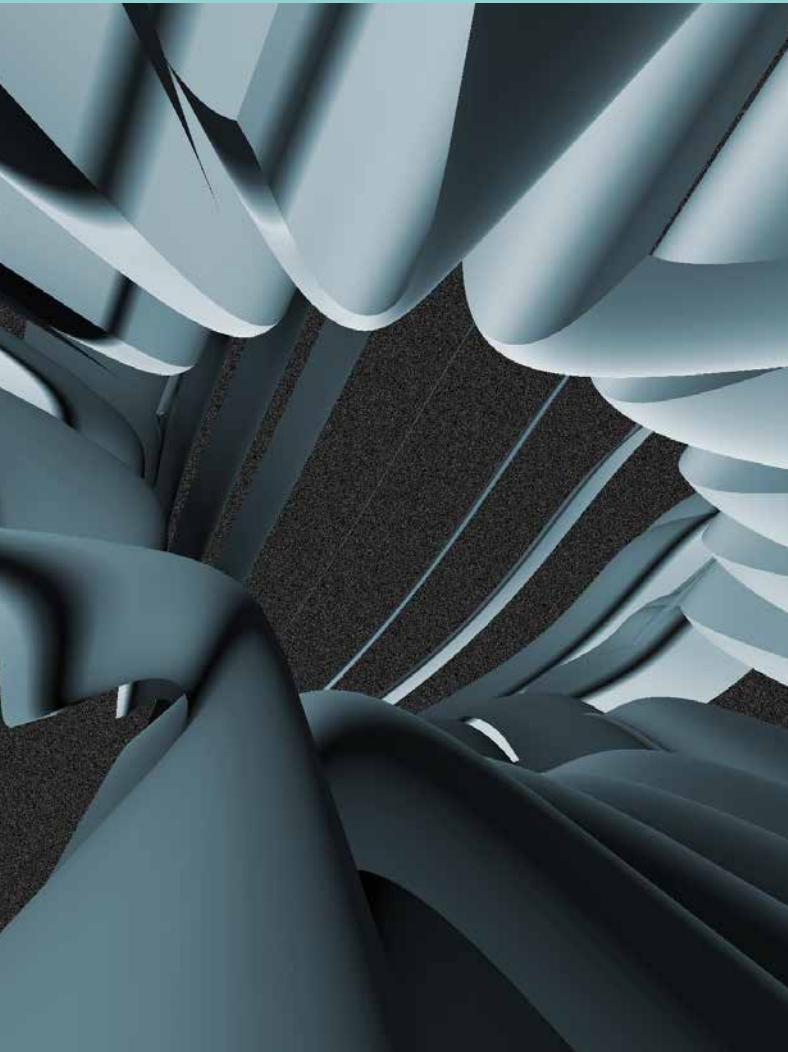
Das Mood-Image soll ihnen dabei helfen, augenblickliche Stimmungen zu reflektieren. Die Prozentangaben zeigen ihnen dabei ganz genau, wie intensiv sie ein Gefühl wahrgenommen haben.

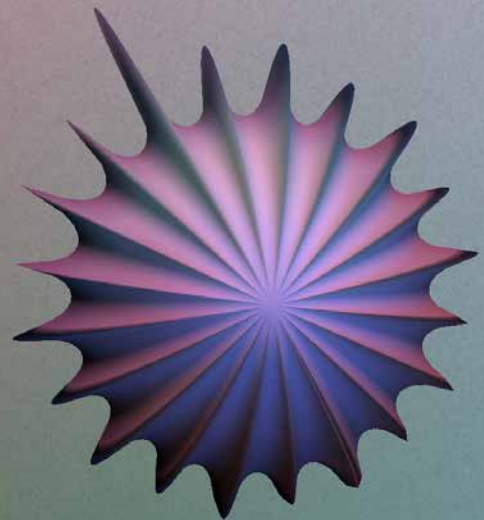
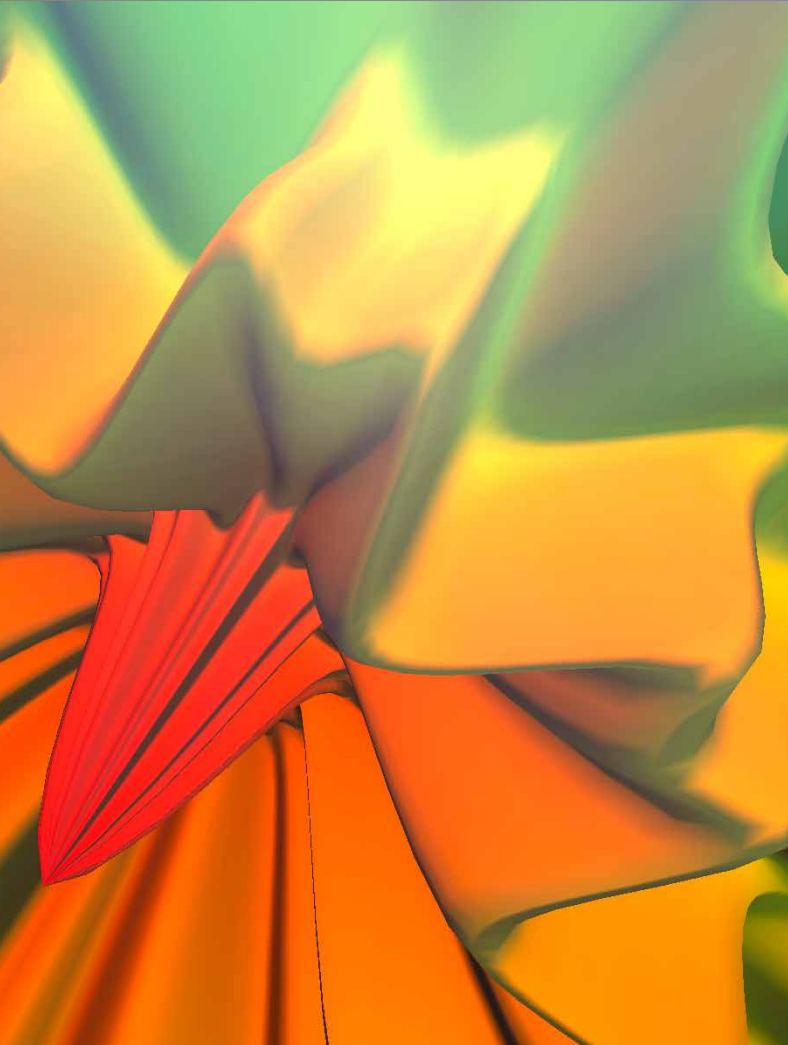
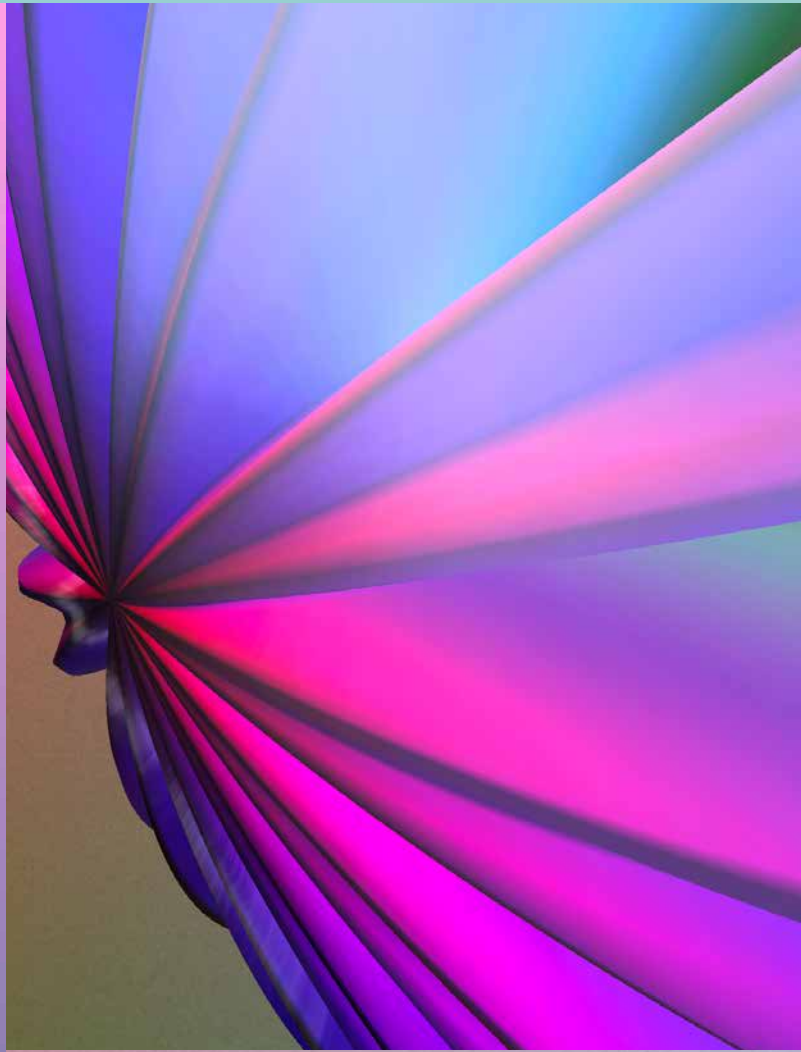
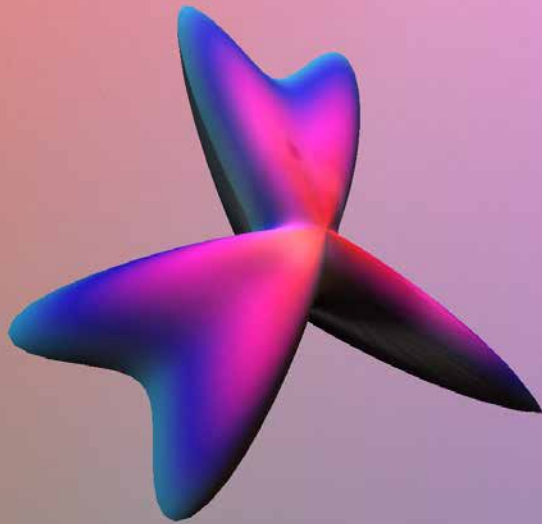


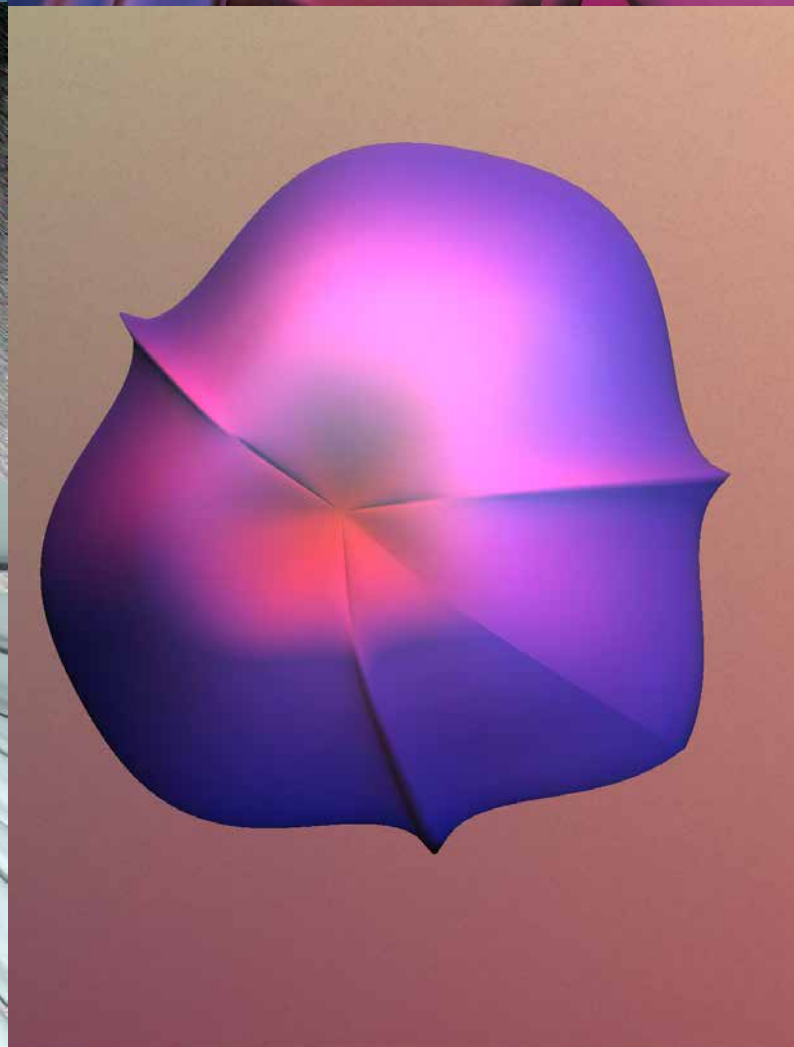
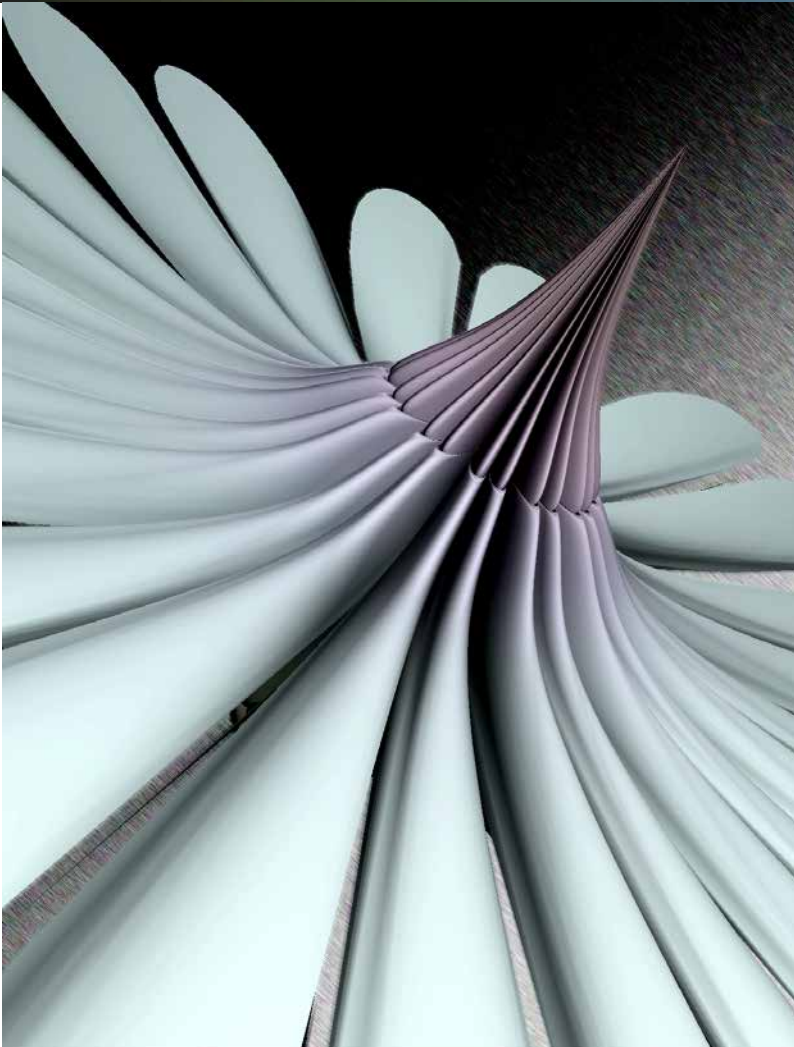
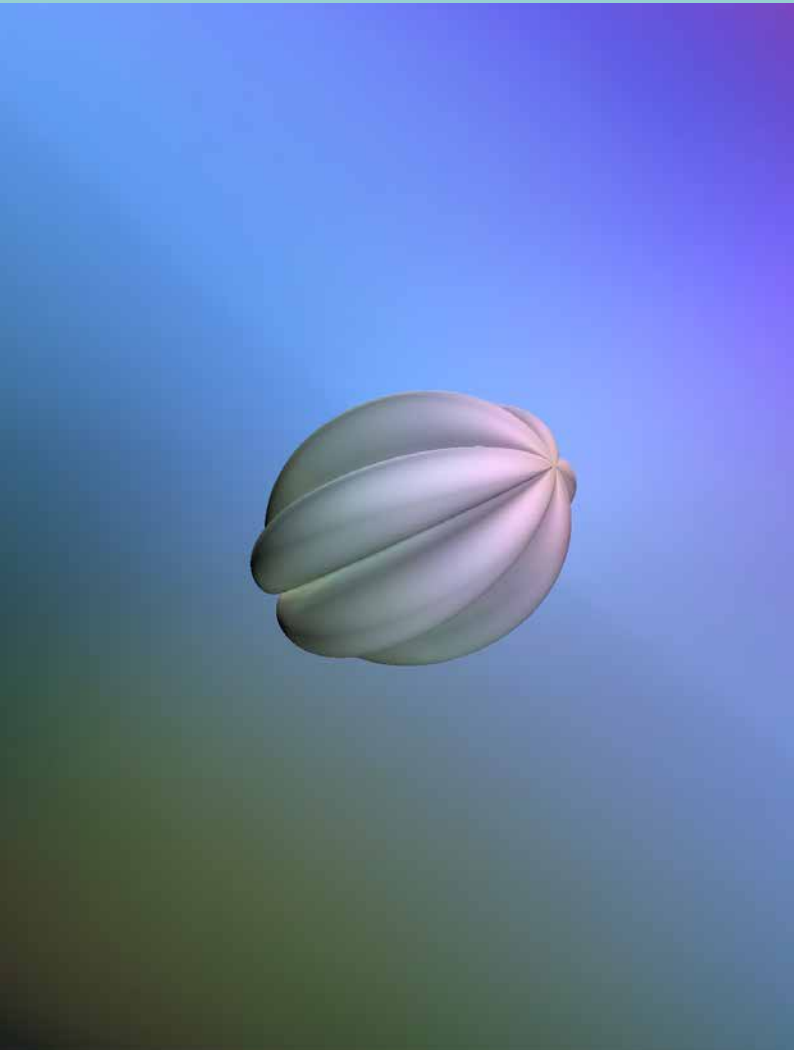












6.3

Ausblick

Der Mood-Mixer und die mit ihm erstellten individuellen Mood-Bilder fungieren als Startpunkt der App Heavy Mental. Als spielerische Formate bauen sie Berührungsängste und Hemmschwellen ab. Sie liefern niederschwellige Impulse für eine Auseinandersetzung mit der eigenen psychischen Gesundheit. Langfristig soll die App aber vor allem dazu ermuntern, über belastende Gefühle, psychische Krisen und Erkrankungen zu reden.

Damit die App von den Jugendlichen als «Safe Space» wahrgenommen wird, dem man psychische Krisen und Krankheiten anvertrauen kann, muss es die Möglichkeit einer engmaschigen und koordinierten Intervention geben – durch die Community, aber auch durch Fachpersonen. Die Mood-Bilder sollen als vielfältige Anknüpfungspunkte für eine Kommunikation unter den Jugendlichen, aber auch mit dem Fachpersonal der Jugendhilfe und psychologischen Beratung dienen. Weil beides auf der gleichen Plattform geschieht, überwindet es die sonst übliche Trennung beider Gruppen. Ihre unterschiedlichen Kompetenzen werden gebündelt. Ziel ist es dabei auch, die Qualität der Peer-Interaktion zu verbessern.

Ein denkbar Ansatz ist das «Mood Matching»:

Jugendliche, die ähnliche Gefühle in einer vergleichbaren Gefühlsintensität ausgewählt haben, erhalten von der App das Angebot, sich miteinander zu verbinden. Wenn beide zustimmen, können sie sich miteinander austauschen. Sie werden sich auf der Ebene einer gemeinsamen Betroffenheit begegnen, mit zumindest ähnlichen Gefühlen, was automatisch eine sehr grundlegende Verbindung schafft. Wieviel sie sonst noch von sich preisgeben und wie weit sie ihre Anonymität ablegen, bleibt ihnen selbst überlassen. Das ist ein entscheidender Unterschied zum "Real Life", aber auch zu den üblichen digitalen Plattformen, wo der User schon vor dem Beginn einer Kommunikation viel über sich verrät. Die dort üblichen Kriterien etwa der Coolness gelten hier nichts.

Das Mood-Bild bzw. die ausgewählten Gefühle und deren Intensität werden zum verbindenden Element, was die Identifikation mit dem Gegenüber erleichtert und eine gegenseitige Nachvollziehbarkeit erhöht.

Wird beispielsweise deutlich, dass sich Betroffene nicht unterstützen, sondern gegenseitig triggern und in selbstschädigendem Verhalten bestätigen, sollte eine Intervention durch Peers erfolgen. Ehemals betroffene Jugendliche bieten ihre Unterstützung und Hilfe an, in dem sie aus der Perspektive von Betroffenen berichten, wie sie mit ähnlichen Gefühlen und psychischen Problemen umgegangen sind und wie sie diese bewältigt haben.

Wird hingegen, etwa durch spezifische, sich wiederholende Gefühlskombinationen, eine bedrohlich wirkende Krisen sichtbar, erfolgt die Intervention durch geschultes Fachpersonal: In Form von direkten Gesprächs- und Hilfsangeboten oder der direkten Vermittlung zu institutionellen Hilfseinrichtungen im Real Life.

Projektleitung

Judith Mair

Projekt-Assistenz

Angel Rose Schmocker

Designforschung

Dr. phil. Francis Müller

Zürcher Hochschule der Künste, Department Design,
Studienvertiefung Trends & Identity, Forschungsbereich Care Futures
trendsandidentity.zhdk.ch

Projektförderung

Jubiläumsstiftung der Schweizerischen Mobiliar Genossenschaft
Viviane Mörmann, Ismene Wyss
mobi.ch/jubilaumsstiftung

App Konzept und Design

Ariane Spanier Design
Stephie Becker und Ariane Spanier
arianespanier.com

Praxispartner

Pro Juventute
Thomas Brunner
projuventute.ch

Programmierung Prototyp

Niels Jansson

Lektorat

Sven Hannes

Mitarbeit

Susanne Barthel (Studentin, M. A., Trends & Identity)
Meret Borer (Grafikerin, Neue Zürcher Zeitung)
Rafael Cordeiro (Absolvent, B. A., Trends & Identity)
Gloria Hertig (Absolventin, B. A., Trends & Identity)
Brooke Jackson (Absolventin, M. A., Art Education)
Lea Oberli (Studentin, B. A., Trends & Identity)
Donika Palaj (Absolventin, M. A., Trends & Identity)
Giacomo Pedemonte, (Interaction Designer, eyekon)
Naemi Sauter (Absolventin, B. A., Trends & Identity)
Johanna Senn (Journalistin, Vice Switzerland)