

## **Pflege an die Öffentlichkeit!**

Cornelia Kazis, Journalistin BR, und René Schwendimann, Pflegewissenschaftler, Universität Basel

Seit 5 Jahren gehört am Institut für Pflegewissenschaft der Universität Basel ein ungewöhnlicher Rollentausch zur Masterausbildung. Wer künftig als Führungskraft in der professionellen Pflege das Sagen haben möchte, muss sich während eines Semesters als Journalistin, als Ausstellungsmacher, als Tagungsorganisatorin oder als Radiomacher bewähren. Ziel dieses Seitenwechsels ist: Kompetenz im Umgang mit Medien. Und: die Pflege soll aus dem gesellschaftlichen Schatten heraus ans Licht der Öffentlichkeit gelangen.

Alles begann mit einem Anruf im Herbst 2001. Die Journalistin hatte einen grösseren Text zu schreiben für das Folio der neuen Zürcher Zeitung. Ein ganzes Monatsheft sollte dem Lebensraum Spital gewidmet sein. Thema des entscheidenden Artikels: Scham und Ekel in der Pflege. Der geschulte Umgang mit diesen beiden Emotionen schien der Journalistin entscheidend für die Pflegequalität. Wer ins Spital kommt, gibt ja seinen Körper in fremde Hände. Das kann beschämend sein. Wer im Spital arbeitet, ist dauernd mit fremden, kranken oder gar hilflosen Körpern konfrontiert. Das kann Ekel erregen. Sie wollte über die stummen Geschichten am Krankenbett berichten, hatte im Bezirksspital Affoltern schon recherchiert, ehrliche und eindrucksvolle Aussagen von Patienten bekommen und hautnah miterlebt, wie sich die Profis hinter der verschlossenen Tür des Stationsbüros die Wangen rot redeten über all die zu pflegenden Eiterschunden, über all das Erbrochene, das Blut, den Schleim, den Stuhl, den Urin, den Gestank. Sie war beeindruckt von der Offenheit, der Dringlichkeit und der Kultur der Professionellen, mit diesen Belastungen menschenfreundlich umzugehen. (1) Was noch fehlte, waren forschersche Aussagen und Hintergründe zur Ausbildung für den Umgang mit schwierigen Emotionen im Pflegealltag. Was noch fehlte war das Wissen der Pflegewissenschaft. Deswegen der Anruf im Herbst 2001. Die Journalistin wurde abgewiesen. Das sei kein Thema. Das sei nicht relevant. Sie insistierte. Mit Erfolg. Nach Tagen der Hartnäckigkeit wurde sie eingeladen, führte Gespräche mit den Professorinnen Sabina de Geest und Annemarie Kesselring und erfuhr so viel über Scham und Ekel am Krankenbett aber auch über Scham und Ekel im Umgang mit den Medien. Daraus entstand zweierlei: ein preisgekrönter Artikel und ein innovatives Ausbildungskonzept mit dem Titel: Pflege an die Öffentlichkeit! Start Wintersemester 2002.

## Der Pflege eine Stimme geben

Klappern gehört zum Handwerk, weiss ein altes Sprichwort. Bei der Pflegeprofession ist eher Stille angesagt. Dies beklagen Bernice Buresh und Suzanne Gordon. Die beiden amerikanischen Journalistinnen haben sich auf Öffentlichkeitsarbeit im Bereich der Pflege spezialisiert und gemeinsam das Fachbuch verfasst: "Der Pflege eine Stimme geben,-was Pflegende wie öffentlich kommunizieren müssen". (2) Im Geleitwort ist zu lesen: "Gemessen an der hohen Anzahl von Menschen, die im Pflegeberuf arbeiten und der grossen Anzahl von Menschen, die tagtäglich pflegerischer Hilfe bedürfen und diese auch erhalten, ist das Thema Pflege nur selten Gegenstand der Berichterstattung in den öffentlichen Medien. Pflege taucht dann auf, wenn es zu Skandalen in Alten-und Pflegeheimen gekommen ist..." "Die geringe Präsenz der Pflege in den Medien ist sicher nicht nur den Journalisten geschuldet, sondern auch die Pflege selbst hat einen grossen Anteil daran...." " Tu Gutes und rede darüber", gilt eher für andere Berufsgruppen". (3)

Dass diese Haltung sozial-und gesundheitspolitisch verheerende Folgen hat, liegt auf der Hand. Wer öffentlichkeitsabsent ist kann nicht mit gesellschaftlicher Aufmerksamkeit rechnen. Wer sich kaum zu Wort meldet, wird nicht gehört. Wer sich selbst nicht der Rede wert findet, kann kaum auf Gelder aus der öffentlichen Hand hoffen. Vom bescheidenen Schweigen in der Abgeschlossenheit von Kliniken und Heimen zur hörbaren Stimme in der Gesellschaft zu kommen, ist deswegen auch Ziel des Kurses am Institut für Pflegewissenschaft in Basel. Während aber Buresh und Gordon in sich ihrem wegweisenden Buch darauf beschränken, lernwilligen Profis Einblick zu geben in die Regeln der Auftrittskompetenz, die Zusammenarbeit mit PR Experten, das Erstellen einer Kampagne, die Kontaktpflege mit den Medien und anderem, geht das Basler Modell noch einen Schritt weiter. Die Studierenden erleben da nämlich ein Semester lang am eigenen Leib, was es heisst, Öffentlichkeitsarbeiterin zu sein. Dieser Seitenwechsel soll Feindbilder zum Verschwinden bringen, die Kompetenz erhöhen, Berührungsängste mindern, die Sprache schulen und noch eines: Spass machen. Ziel ist es, in wenigen Wochen in einer Arbeitsgruppe selber ein Medienprodukt herzustellen. Und das nicht als Trockenübung im Laborstil. Sondern als "Real Life Experience". Mit Veröffentlichung in einem gängigen Massenmedium. Bisher haben alle Gruppen dieses Lernziel erreicht.

## Ins kalte Wasser springen und spielen

Mittwoch, 24.10 2006. Ausbildungsbeginn. Das Thema dieses Semesters heisst: Vom Umgang mit der Zeit. Ziel des Nachmittags ist es, innerhalb dieses Themas einen Aspekt aus dem Pflegealltag zu finden, der für interessierte Laien aktuell, relevant und interessant ist. Aber zunächst erklärt der Pflegewissenschaftsdozent den 19 Studierenden die Benotungsregeln: "Wer es schafft, seine Arbeit in einem Massenmedium zu publizieren bekommt eine Sechs, ganz unabhängig von der Qualität des Produktes." Staunen im Seminarraum. Eine zweite Note wird von den

Dozierenden und den Mitstudierenden gemeinsam gegeben. Beides zusammen gezählt ergibt die Schlussnote." Das ist der Tarif. (4)

Neues wartet. Unbekannte Gefilde. Nicht nur begeisterte Gesichter blicken nach vorne. Zeit den "Puls zu messen", eine spielerische Runde mit Hilfe einer Sanduhr . Aufgefordert sind alle, in 30 Sekunden zu sagen, wie es ihnen geht mit der kommenden Aufgabe. 30 Sekunden Sandrinnzeit.

Vom Umgang mit der Zeit.

Das Thema wird schon inszeniert. Und das Training ist schon in vollem Gang: Nicht lange um den heissen Brei reden, sondern kurz auf den Punkt kommen. Alles darf sein in dieser Runde. Auch die Aussage eines Studenten: Ich bange um meine Freizeit und die werde ich verteidigen, darauf können Sie sich verlassen!" Das Eis ist gebrochen. Die Wahrheiten liegen auf dem Tisch. Gutes Terrain für guten Journalismus. Es kann los gehen.

Wandern zwischen zwei Welten

Der Perspektivenwechsel, der den Studierenden während der nächsten 12 Mittwochnachmittage bevorsteht, ist vielfältig und anspruchsvoll. Die Journalistin dröselte ihn anhand von 7 Aspekten auf. "Über sieben Brücken müsst ihr gehen", sagt sie Bezug nehmend auf einen alten deutschen Schlager von Peter Maffay. Anschaulichkeit ist angesagt. Auch im didaktischen Sinne. Die erste Brücke führt von der Intimität am Krankenbett hinaus in die grosse weite Welt der Öffentlichkeit. Die zweite Brücke vom Bekannten und Überschaubaren, in das Anonyme und Unüberschaubare der Zielgruppe von Leserinnen und Hörern. Weitere Brückenschläge sind erforderlich von den detailreichen Fachkenntnissen und Zusammenhängen weg, hin zu den wesentlichen Punkten und von einem breiten Themenspektrum im Pflegealltag zu einem engen Focus im Medienthema. Neu wird auch sein, aus der persönlichen Zurückhaltung, die im Pflegealltag passend ist, zum offensiven Selbstmanagement als Medienschaffende zu finden. Immerhin wird es darum gehen, das selbsterschaffene Produkt der Öffentlichkeitsarbeit auf dem freien Markt zu "verkaufen". Ohne Klappern geht dieses Handwerk nicht. Die wesentlichste und anspruchsvollste Brücke aber ist diejenige, die von der Fachsprache zur anschaulichen Alltagssprache führt. (5)

Auch Buresh und Gordon gehen auf dieses Thema ein in ihrem Buch. Unter dem Kapitel "Vermeiden sie Fachjargon" schildern sie beispielhaft Kommunikationskiller: "Ich schätze die Symptome ein, überwache die Auswirkungen der Chemotherapie auf die Funktion der Ovarien und kläre die Patientinnen auf". Bei diesem Satz wissen andere Pflegepersonen bestimmt, was dies bedeutet. Aber gibt diese Beschreibung auch Laien eine Vorstellung von der Arbeit dieser Pflegeperson und von den Problemen, die ihre Patienten haben, fragen die beiden Autorinnen des preisgekrönten Fachbuches rhetorisch. "Wenn Pflegende mit der Öffentlichkeit

kommunizieren, müssen sie eine Sprache benutzen, die genau dies kann. Das heisst sie müssen mit Laien anders kommunizieren als mit anderen Gesundheits-Fachleuten." (6) Das klingt simpel. Ist es aber nicht.

Nach der gedanklichen Wanderung über die sieben Brücken folgt ein Brainstorming. "Vom Umgang mit der Zeit" was liegt diesem Thema inne? Pro Idee wird ein gelber Post-ist Zettel an die Wandtafel geklebt. Bald ist sie gelb. Die Ideenvielfalt wird sichtbar. Der Pflegewissenschaftsdozent ordnet nach Aspekten. Alle 19 Studierenden überfliegen die Ideen, fragen nach, was wie zu verstehen ist. Die Scheu ist verfliegen. Erste Feuerchen sind entfacht. Am Schluss des Nachmittags finden sich die künftigen Medienschaffenden in Gruppen zusammen und anfangs des zweiten Mittwochnachmittags werden sie ihre Ideen den Mitstudierenden präsentieren. Aber ganz anders als gedacht.

Von aussen sehen und hören

Erster Mittwoch im November. Zweiter Nachmittag. Alle haben ein Bild mitgebracht. Die eigene Grossmutter, der Partner, die Kioskfrau von der Bushaltestelle, der beste Freund. Ein buntes Völkchen kommt zusammen. Es dient als imaginiertes Zielpublikum. Die Probe aufs Exempel. Die einzelnen Personen werden vorgestellt. Wofür interessieren sie sich? Was tun sie gerne? Welche Spitalerfahrungen haben sie? Wie geht es ihnen, was erträumen sie und wo sind sie Feuer und Flamme? Ein Spektrum skizzierten Lebens kommt zusammen. Das wird das ganze Semester lang als Prüfstein dienen für die Relevanz, Attraktivität und Aktualität der gewählten Themen und deren Umsetzung. Jede Gruppe hat zehn Minuten Zeit, ihr Thema zu skizzieren. Die Mitstudierenden mimen das Publikum. Die Hälfte von ihnen diskutiert mit als Berufskollegen, die andere Hälfte argumentiert aus der vermeintlichen Warte des Laienpublikums. Gruppe eins legt los: "Wir wollen darüber schreiben, dass Pflege Zeit braucht. Und Zeit ist Geld. Wer Gelder kürzt und Stellen streicht, Pflegequalität..." Bald schon werden sie unterbrochen. "Was heisst Pflegequalität?", fragt die "Kioskfrau". "Ist die Aussage nicht etwas sehr banal?", wirft eine Mitstudierende ein. "Warum muss mich das Thema interessieren", hakt die Dozentin nach. "Welche Studien helfen euch, die These zu untermauern?", will der Pflegewissenschaftsdozent wissen. Die Studierenden kommen argumentativ auf Touren. Ihre Idee wird geschliffen. Sie werden nach dieser Konturierung durch das "Publikum" ihre ursprüngliche Idee noch einmal überdenken und den Gesetzen des Medienmarktes anpassen müssen. Was sie eben erlebt haben, ist die Dynamik einer ganz normalen Redaktionssitzung. Fragetraining und Argumentationsschulung in einem.

Am dritten Seminarnachmittag sind die Projekte klar:

Gruppe 1 kreiert den Slogan "Pflege braucht Zeit" für eine Imagekampagne mit Plakaten in den Basler Trams. Gruppe 2 schreibt einen Artikel in einer Wochenzeitschrift über den veränderten Umgang mit der Zeit nach der Diagnose Brustkrebs und untersucht die Rolle der Pflege nach dem

Gruppe 3 plant eine multimediale Ausstellung mitten in der Stadt zum Thema "Warten". Wie können Pflegefachleute das oft so schicksalsschwere Warten im Spital begleiten und erleichtern? Gruppe 4 wird in einer Monatszeitschrift in Wort und Bild verständlich machen, wie anders das Zeiterleben von Alzheimerpatienten ist und was dieser unbekanntere Aspekt der Demenz für die Pflege bedeutet. Und Gruppe 5 plant eine einstündige Radiosendung zur Primetime im Schweizer Radio DRS 1 über das Leben nach dem Herzinfarkt und die pflegerische Begleitung in der Zeit nach diesem "Schuss vor den Bug". (7)

Berührungsängste abbauen und Geschichten erzählen

"Ich freute mich, dass ein Medienprofi den Kurs mitgestaltete. Ich hatte gleichzeitig jedoch auch etwas Bedenken, bezüglich hoher Ansprüche", schreibt Anna Bernhard, eine Studentin in ihrem Feedback zum Beginn des Semesterkurses. "Ich war sehr gespannt auf den Kurs, erhoffte ich doch mein eigenes persönliches Auftreten besser in den Griff zu bekommen. Ich werde bei Auftritten leider immer nervös und möchte mich nach einigen Minuten am liebsten wieder aus dem Staub machen".

So skizziert Paola Masarotto ihre Gedanken nach dem ersten Nachmittag und ihre Namensschwester Paola Micheli notiert: "Wir mussten mit einer Sanduhr in 30 Sekunden ein fundiertes Statement abgeben! Für mich war es eindrücklich, wie Cornelia mit wenig Material uns die wesentlichen Dinge über Kommunikation und Medien näher bringen konnte." (8)

Tatsächlich ist die Person zentral und nicht das Material, das sie umgibt. Diese Wahrheit aus dem Spitalalltag gilt auch, wenn es um Öffentlichkeitsarbeit geht. Also setzen die Dozierenden ganz bewusst auf Persönlichkeitsentwicklung und auf Selbsterfahrung, auf Sprachtraining und gelebtes Know-how und nicht auf Papierenes.

So heisst ein Ritual, das das ganze Semester durchzieht "Meine Hosensackgeschichte". Die Aufgabe scheint einfach. Jeder Studierende erzählt einmal während des Kurses eine kleine Begebenheit aus seinem Pflegealltag. Die Hosensackgeschichte soll Laien auf unterhaltsame Art veranschaulichen, was dieser Beruf mit sich bringt. Was einfach scheint, ist für viele eine grosse Hürde. "In Bezug auf die erwähnte Hosensackgeschichte ist es mir nicht gelungen, mich zu drücken. Schlussendlich war es für mich eine positive Erfahrung. Ich habe gelernt hinzuschauen und nicht wegzurennen, mich den Situationen zu stellen. Ich bin insgesamt in meinem Auftreten sehr gestärkt worden", schreibt Paola Masarotto, eine engagierte und motivierte Studentin, der kaum anzusehen ist, mit welchen Lampenfieberschüben sie zu kämpfen hat.

Auch Buresh und Gordon machen in ihrem Buch mit dem englischen Originaltitel "From Silence to Voice" mit aller Vehemenz darauf aufmerksam, dass es wichtig ist, über das was man tut zu sprechen: "Sie werden an einer Party nach Ihrem Beruf gefragt. `Ich bin Pflegefachperson`, sagen Sie. Ihr Gegenüber weiss nicht, was er/sie

sagen soll, murmelt höflich `Oh schön` und wechselt das Thema. Ein anderer hört, dass Sie in der Pädiatrie, Onkologie oder in einem Hospiz arbeiten und sagt: `Das muss doch furchtbar deprimierend sein. Wie halten Sie es bloss aus, mit kranken Kindern, Krebspatienten, sterbenden Menschen zu arbeiten?` Menschen, die nicht mit Gesundheitsversorgung zu tun haben, finden oft alles, was mit Krankheit, Gebrechlichkeit und Tod zu tun hat, als belastend und sehr deprimierend, aber keinesfalls bereichernd und belohnend."(9)

Kein Wunder bleibt so der eigene Arbeitsalltag eine Geschichte im Schatten. Damit dies nicht geschieht, üben die Studierenden unterstützt vom Pflegewissenschaftler und der Journalistin, kurz und gut zu erzählen. Dabei wird vom Übungspublikum im Seminarraum immer wieder wohlwollend auf folgendes geachtet:  
Wo war der Blick? Wie die Körpersprache? Wie klang die Stimme? Wie anschaulich wurde erzählt? Kann ich mir nun ein Bild machen? Könnte ich die Geschichte gleich weitererzählen? Hat die Anekdote mein Interesse geweckt? Möchte ich mit der Person weiter im Gespräch bleiben?

So gesehen ist die Hosensackgeschichte Öffentlichkeitsarbeits-Training im Alltag.

"Geschichten können helfen, der breiten Öffentlichkeit die pflegerische Arbeit näher zu bringen", schreiben auch die beiden Fachjournalistinnen Bernice Buresh und Suzanne Gordon: "Hören Sie nicht auf die innere Stimme die sagt, Ihre Arbeit sei eine Selbstverständlichkeit. Wahrscheinlich denken Sie: `Das wird sowieso niemanden interessieren`. Oder: Die Leute werden das für ganz normal halten. Bei der Vorbereitung ihrer Anekdote sollten Sie sich in die Rolle eines Reporters versetzen, der die pflegerische Arbeit beschreiben will. Entwickeln Sie ein Szenario..." (10) Genau das wird getan im Unikurs in Basel. Und darüber hinaus noch viel mehr.

WWW, BVB und PK oder spielend lernen

Mitte November. Die Projekte sind geklärt. Es bleiben zwei Monate Zeit für die Realisierung. Dafür ist ab nun die Hälfte der dreistündigen Semester Nachmittage reserviert. Die Gruppen ziehen sich zurück, arbeiten an ihrem ganz konkreten Projekt und machen sich Gedanken zu Fragen wie: Wen können wir beiziehen? Wie beschaffen wir uns die Bilder? Wie regeln wir die Kosten? Welche Fragen sind zentral? Wie finden wir auskunftswillige Betroffene? Welcher Titel spricht an? Muss man dieses Fremdwort erklären? Wie funktioniert das Aufnahmegerät? Wie verkaufen wir unser Thema genau?

Der Pflegewissenschaftler steht den Studierenden fachlich, die Medienfrau publizistisch zu Seite.

Während der anderen Hälfte des Nachmittags wird das Handwerk erlernt. Besser gesagt: erspielt. Zum Beispiel "www". Jeder Journalist weiss, dass damit nicht immer

das World Wide Web gemeint ist, sondern die Effizienz der Fragen mit W: Was? Wann? Wie? Womit? Wozu? Weshalb? Wo? Wer? Wohin? Wieviel? Wofür? Ein Spiel dazu im Kreis. Eine nach der anderen legt einen Alltagsgegenstand in die Mitte. Einen Kugelschreiber beispielsweise. Das Fragefeuer beginnt: Woher kommt der? Was wurde mit ihm unterschrieben? Gelächter. Wie viel Rohstoff braucht es, um ihn herzustellen? Weshalb eignen sich Kugelschreiber nicht zum Training der Schönschrift? Wie teuer war er? Wer verdient an ihm? Ein Fragespiel, das wegführt von den üblichen Suggestivfragen und den bei Nichtprofis verbreiteten Endlos- und Doppelfragen. Ein Fragespiel auch, das vorbereitet auf die kommenden Interviews und die PK.

Da wird eine Expertin eingeladen, um während 20 Minuten über etwas Brisantes aus ihrem Fachgebiet zu sprechen. Wir inszenieren eine Pressekonferenz mit Pressemappen, Getränken und den üblichen Formalitäten. So lernen die Studierenden die Organisation einer Pressekonferenz und können nebenbei im Rollenspiel als fragende Medienleute ihre Fragetechnik erproben. Ein Studierender stöhnt nach dieser Übung: "Mensch ist das mühsam, wenn die nur so fachchinesisch abstrakt reden, wie soll ich das meinen Lesern schmackhaft machen?" Der Perspektivenwechsel ist geglückt. Wer will, vertieft sich in der nächsten Woche noch in die "20 Goldenen Regeln zur erfolgreichen Pressekonferenz" (11)

BVB steht nicht nur für die Basler Verkehrsbetriebe sondern auch für Bild, Vergleich und Beispiel. Es sind die drei grossen Helfer für Anschaulichkeit und Nachhaltigkeit in der Kommunikation. Ein Bild für Borderline könnte sein: eine Achterbahnfahrt ohne Ende. Ein Vergleich für 400'000 von einer Krankheit betroffenen könnte sein: 10-mal das grösste Schweizer Fussballstadion voll. Zahlen sind ja selten fassbar. Am einfachsten sind die Beispiele: Häufig sind es Fallgeschichten. BVB ist wichtig, wenn es um den grossen Brückenschlag zwischen Fachsprache und anschaulicher Alltagssprache geht. Ein Dauerthema das ganze Semester hindurch.

Anna Bernhard schreibt im Kursfeedback: " Für mich bekam die Sprache eine wichtigere Bedeutung und ich lernte langsam, bewusster mit Sprache umzugehen." Ihre Mitstudierende Paola Micheli notiert: " Das BVB werde ich nie mehr vergessen", und Paola Masarotto hält fest: "Das Projekt war eine geniale Erfahrung, auch wenn wir sehr viel Arbeit leisten mussten. Ich fühlte von beiden Kursleitern, dass sie an unser Projekt glaubten. Ich hätte es sinnvoll gefunden, gleich zu Beginn, die Fragetechnik zu behandeln."

In der Öffentlichkeit stehen und standhalten

2. Februar 2007. Die Sendung über das Leben nach dem Infarkt ist geschnitten, produziert und für alle auf CD kopiert. Die Ausstellung über das "Warten" liegt vor. Bildlich, räumlich und akustisch: Angehörige von Patienten erzählen, wie sich das Warten auf das Ungewisse anfühlte und was hilfreich war oder gewesen wäre. Der

Artikel über das Zeiterleben von demenzkranken Menschen ist geschrieben, redigiert, bebildert und an die Zeitschrift "Sprechstunde" verkauft. Ebenso der Artikel über das Leben nach der Diagnose Brustkrebs. Dieser Text wird in der "Schweizer Familie" erscheinen. Und die Tramplakate gibt es auch. Grosse Fotos von unterschiedlichen pflegerischen Beziehungssituationen und darunter die simple Botschaft: "Pflege braucht Zeit". Absender. Zwei Gruppen hatten Geld aufzutreiben für ihr Projekt. Beide haben die nötigen Mittel bekommen und alle haben das erste Lernziel erreicht: Sie haben ihr Ding an den Mann gebracht, ihr Produkt verkauft. Die Brücke zwischen persönlicher Zurückhaltung und offensivem Selbstmanagement ist geschafft. Alle Arbeiten werden von einer grossen Öffentlichkeit gelesen, gehört oder gesehen werden. "From Silence to Voice", wie Buresh und Gordon fordern, -es ist geschafft! Pflege an die Öffentlichkeit! Alle bekommen eine 6 und sind somit schon genügend. Zur Schlusspräsentation sind die Studierenden an den Arbeitsort der Journalistin eingeladen: das Radiostudio der SRG in Basel, Sitz des Kultursenders DRS 2. Eine Begegnung mit einer nicht mehr ganz so fremden Arbeitswelt. Jeder Gruppe steht eine Stunde zur Schlusspräsentation und für die Benotung ihrer Arbeit zur Verfügung. Ein Reigen an Kurzperformances macht den Tag zum Event. Es scheint, der Funke ist gezündet. Obwohl die Präsentation nicht benotungsrelevant ist, hat keine Gruppe die Mühe gescheut, ihr Publikum, die Mitstudierenden und die beiden Dozenten, noch einmal in ihren Bann zu ziehen.

Benotet wird Inhalt und Form oder Mache und Sache, wie die WDR-Journalistin Carmen Thomas es eingängig formulierte. Eine schwierige Trennung für Laien, wie sich zeigt. Aber eine gute Übung. Auch für den Pflegealltag. Was war mir wichtig? Was hat mir gefehlt? Was hat mir nicht gefallen. Was hat mir gefallen? So lauten die simplen Fragen zu Mache und Sache. Jede Gruppe bekommt dazu auf Post-it Zettel knapp formulierte Feedbacks aller auf ein grosses Flipchart Blatt. Und eine Note. Der Durchschnitt daraus wird mit der schon erreichten 6 verrechnet. Fifty-fifty. Alle sind gut. Mindestens gut. Manche auch besser als das: Exzellent.

"Ich fände es wichtig, dass für die Pflegewissenschaft eine gezielte "Werbekampagne " geführt wird.

Ich finde es erstaunlich, dass nach wie vor MitstudentInnen anderer Fakultäten nicht wissen, dass in Basel Pflegewissenschaft studiert werden kann"; sinniert Paola Masarotto in ihrem Schlussfeedback. "Die Rückmeldungen der BesucherInnen an der Ausstellung zeigten mir, dass unsere pflegerische Arbeit extrem wichtig und für Betroffene bedeutsam ist." schreibt Anna Bernhard und Paola Micheli: "Überall in meinem Bekanntenkreis habe ich den Artikel rumgereicht und durfte nur Lob ernten, was ich natürlich sehr genoss."

Am Schluss des Tages führt ein Kollege der Journalistin durch die langen Gänge in die Produktionsstudios, zeigt die Ton-Tricks eines Hörspielregisseurs und den Stress der Nachrichtenredaktion. Spricht kurz über moderne Technik und die Wichtigkeit der Person. Der Tag ist schon alt, die Studierenden aber sind noch ganz bei der Sache. Nun wissen sie, wovon die Rede ist.

1. Kazis, Cornelia : "Schrecken der Nähe", NZZ Folio, Januar 2002
2. Burnesh, Bernice/Gordon, Suzanne: "Der Pflege eine Stimme geben/ Was Pflegende wie öffentlich kommunizieren müssen". Deutschsprachige Ausgabe herausgegeben von Dr. Angelika Zegelin und Andreas Büscher. Geleitwort von Patricia Benner
3. Burnesh, Bernice/Gordon, Suzanne: "Der Pflege eine Stimme geben/ Was pflegende wie öffentlich kommunizieren müssen" Deutschsprachige Ausgabe. Seite 11. Geleitwort der deutschen Herausgeber.
4. Institut für Pflegewissenschaften Vorlesungsverzeichnis
5. Kazis, Cornelia: Arbeitsblatt 1 zum Ausbildungsmodul "Pflege an die Öffentlichkeit"
6. Burnesh, Bernice/Gordon, Suzanne: "Der Pflege eine Stimme geben/ Was pflegende wie öffentlich kommunizieren müssen" 4.8..2. "Vermeiden sie Fachjargon", S 93ff.
7. Alle Prüfungsarbeiten sind einzusehen am Institut für Pflegewissenschaft der Universität Basel.
8. Die Evaluation des Kurses ist einzusehen am Institut für Pflegewissenschaft der Universität Basel
9. Burnesh, Bernice/Gordon, Suzanne: "Der Pflege eine Stimme geben/ Was Pflegende wie öffentlich kommunizieren müssen" Deutschsprachige Ausgabe herausgegeben von Dr. Angelika Zegelin und Andreas Büscher. Geleitwort von Patricia Benner. 4.6. "Seien Sie stets darauf vorbereitet, Ihre Chancen zu nutzen", S 89
10. Burnesh, Bernice/Gordon, Suzanne: "Der Pflege eine Stimme geben/ Was Pflegende wie öffentlich kommunizieren müssen" Deutschsprachige Ausgabe herausgegeben von Dr. Angelika Zegelin und Andreas Büscher. Geleitwort von Patricia Benner. 4.8. "Geschichten und Anekdoten", S. 92ff.
11. Ziegler, Senta: "Der Medienknigge". Neue Wege zur erfolgreichen Pressearbeit mit Print, Funk, Fernsehen und Internet. Signum Verlag, S. 62 ff.