Die Kraft der Suggestion

Autor(en): **Schori, Beat**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Magglingen : Monatszeitschrift der Eidgenössischen Sportschule Magglingen mit Jugend + Sport**

Band (Jahr): **52 (1995)**

Heft 4

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-993188

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Miteinander reden – Kommunikation

Die Kraft der Suggestion

Beat Schori

Dieser Beitrag will auf einige Verflechtungen zwischen rationalen und suggestiven Elementen im menschlichen Denken und Handeln, insbesondere in der Kommunikation, hinweisen und diesbezügliche Ansatzpunkte für eine wirkungsvolle Kommunikation aufzeigen.

Suggestionen sind allgegenwärtige Phänomene unseres Alltags. Die Suggestionsforschung zeigt, dass ein grosser Teil unseres Erlebens und Verhaltens von unbewusst zur Wirkung kommenden Beeinflussungen bestimmt wird.

In einer Bemerkung zur Kunst des Dialogs schrieb Josef Rattner 1973: «Man darf sarkastisch feststellen, dass der Mensch inzwischen die Distanz bis zum Mond überwunden hat, aber immer noch daran scheitert, zu seinen Mitmenschen zu gelangen... Was (den Menschen) aus ihrer Not heraushelfen konnte, wäre das echte Gespräch, die Verständigung mit dem Du. Aber gerade das wird in unserer Kultur schlecht gelernt. Jedes Menschenkind lernt in seinem Heranwachsen unendlich viel Aneinander-Vorbeireden, affektgeladenes Schreien, Schimpfen, Toben oder das autoritäre Dozieren von Eltern, Lehrern und anderen Respektpersonen... Der echte Dialog wird nur von Menschen gefunden werden können, bei denen wirklich Interesse für den Mitmenschen besteht.» (zit. nach *Birkenbihl* 1991.) Dieser letzte Satz, «Der echte Dialog wird nur von Menschen gefunden werden können, bei denen wirklich Interesse für den Mitmenschen besteht» ist zweifelsohne der Schlüssel zur effizienten, oder wie *Richardson* (1992) sagt, erfolgreichen Kommunikation. Jede Kommunikation lebt vom gesprochenen Wort und von der Körpersprache. Dabei spielen suggestive Elemente sowohl in der Sprache als auch im nonverbalen Ausdruck eine wichtige Rolle.

In seiner diesjährigen Lehrgangsreihe «Mind Management» veranstaltete das Gottlieb-Duttweiler-Institut für wirtschaftliche und soziale Studien in Rüschlikon am Zürichsee eine zweitägige Veranstaltung zur Bedeutung der Suggestion im Alltagshandeln: «Strategien der Beeinflussung. Die Kraft der Suggestion.» Sehr breit wurde die theoretische Grundlegung der Suggestion angegangen und reichte vom gesicherten Forschungswissen über zahlreiche Praxisbeispiele zur Hypnose, dem Neurolinguistischen Programmieren neusten neurophysiologischen Erkenntnissen und systemischen Ansätzen bis hin zum Konstruktivismus und der Chaostheorie. Im folgenden sollen uns die Fragen interessieren, wie wir als Leiter, Lehrer und Trainer in unserem Handeln bewusst und unbewusst mit Suggestionen umgehen, wie diese auf uns einwirken und wie wir deren Kraft in der Kommunikation nutzen können, um zu einem besseren Verstehen und uns Ausdrücken gegenüber unseren Gesprächspartnern zu gelangen.

Prinzipien suggestiver Beeinflussung

Suggestion ist die Beeinflussung des Fühlens, Denkens oder Handelns unter Umgehung der kritisch-rationalen Kontrollinstanzen. Besondere Wirksamkeit erzeugen Suggestionen vor allem in mehrdeutigen Situationskontexten und bei Unsicherheit. Denn in der Uneindeutigkeit und Unsicherheit befindet sich der Mensch als System in einem instabilen Gleichgewicht und wird dadurch beeinflussbarer. Zudem können in der Instabilität kleine Ursachen eine grosse Wirkung erzielen und sehr schnell verhaltenswirksam werden. (*Gheorghiu/Eberling/Kruse* 1995.) Die Plausibilität dieser Zusammenhänge ist offensichtlich und wird uns stets von neuem im täglichen Leben bestätigt. Unter Suggestionseinfluss ist es einem Menschen trotz verschiedener Lösungsvarianten nicht möglich, von den vorhandenen Alternativen Gebrauch zu machen. «Das Paradoxe der Suggestion besteht darin, dass sie zwar keinen obligatorischen Charakter besitzt, also nicht automatisch die ‹suggerierte› Verhaltensweise auslöst, sich aber trotzdem zwangsartig durchsetzen kann. Andererseits lässt sich das Nicht-‹Verpflichtende› schon daran erkennen, dass unter annähernd gleichen Bedingungen nicht jede Person der suggestiven Aufforderung Folge leistet bzw. dass sich bei der gleichen Person die entsprechende Suggestion nicht immer als wirksam erweist.» (*Gheorghiu* 1992.)

Vier Vorurteile über Suggestion und Suggestibilität

1. Suggestion ist Manipulation und bewusste Machtausübung.
2. Suggestion/Suggestibilität und Rationalität schliessen sich aus. Suggestive Beeinflussung ist immer irrational.
3. Suggestibilität ist Ich-Schwäche.
4. Suggestion ist ein Randphänomen und die Ausnahme.

(Gheorghiu/Eberling/Kruse 1995.)

Suggestionsprozesse sind allgegenwärtig

Jeder Mensch beeinflusst sein ganzes Leben lang andere und sich selbst und wird seinerseits permanent von anderen beeinflusst. Seine Bewertungen, Entscheidungen oder Handlungen werden mehr oder weniger durch suggestive Momente eingeleitet und geprägt. Alle psycho-physiologischen Prozesse (z.B. Wahrnehmung, Denkvorgänge, Gedächtnis, Emotionen, Motorik und vegetatives Nervensystem) können auf suggestivem Wege beeinflusst werden. In Situationen von Ungewissheit, Bedrohung und Abhängigkeitsverhältnissen wachst die Tendenz, suggestionskonform zu reagieren. Mittels Suggestionen können Menschen dahingehend beeinflusst werden, Bewertungen, Entscheidungen und Handlungen nach den ihnen vorgegebenen (suggerierten) Richtungszuweisungen vorzunehmen. (*Gheorghiu/Eberling/Kruse* 1995.)

NLP nutzt suggestive Mechanismen

Beim Neurolinguistischen Programmieren (NLP) ist der suggestive Wirkmechanismus ganz gezielt ins Methodeninventar integriert worden, am offensichtlichsten bei den Pacing- und Leading-Strategien.

Pacing

Erfolgreiche Kommunikation basiert ganz wesentlich auf dem gegenseitigen

Hypnose oder Suggestion?

Beziehungsaspekt der Kommunizierenden, dem Rapport. Wir haben hierbei die Möglichkeit, entweder die Unterschiede oder die Übereinstimmungen zu betonen. Heben wir die Unterschiede hervor, so wird es für uns schwierig, ein konstruktives Gespräch zu führen. Stellen wir jedoch das Gemeinsame in den Vordergrund, wird sich unser Gesprächspartner viel schneller mit uns identifizieren und auch eher bereit sein, mit uns zu kooperieren. Gemeinsamkeiten lassen sich relativ einfach durch die Technik des Spiegelns (Pacing) aufbauen. Spiegeln bedeutet, mit dem Gegenüber einen Gleichklang zu erreichen: «Das Spiegeln kann man sehen, als werde jemand anderem ein Spiegel vorgehalten, in welchem er wahrnimmt, dass das, was er sieht, hört oder fühlt, mit seiner Erfahrung und seiner Realität übereinstimmt». (*Richardson* 1992.) Es gibt viele Möglichkeiten, eine andere Person zu spiegeln: Körpersprache, Sprachmuster (Sprechgeschwindigkeit, Modulation, Lautstärke), Wörter, Redewendungen und die Bilder, die jemand verwendet, wie auch die Glaubenssätze und Meinungen, auf die sich die Person abstützt. Spiegeln wirkt jedoch nicht nur auf andere, sondern ebenso auf uns selbst. Indem wir andere spiegeln, fühlen wir uns in deren Ausdrucksweise und Gedankenwelt ein und spüren dadurch, wann wir was vorschlagen können, um Zustimmung zu erhalten. Spiegeln ist also ein suggestiver Weg, um Vertrauen aufzubauen. Doch Spiegeln ist nicht immer einfach. Wir sollten auf keinen Fall ein Verhalten spiegeln, von dem wir annehmen können, dass sich die andere Person damit nicht wohlfühlt oder es für sich nicht akzeptiert (z.B. Stottern, Sprach- und Formulierungsfehler oder irgendwelche Ticks). Im Falle der Glaubenssysteme und Meinungen sollten wir nur das aufnehmen, was ebenfalls unseren eigenen Ansichten entspricht.

Leading

Besteht unser Ziel darin, eine andere Person zu überzeugen, sie zu einer anderen Meinung zu bringen, dann müssen wir nach dem Spiegeln zum Führen (Leading) übergehen. Bevor wir jedoch versuchen, unseren Gesprächspartner zu führen, ist es wichtig herauszufinden, ob wir mit ihm wirklich im Gleichklang stehen. Das kann z.B. auf der nonverbalen Ebene erfolgen, indem wir die Körperhaltung unseres Gegenübers für einige Minuten spiegeln. Dann wechseln wir unsere Körperhaltung und warten ab. Ist die Reaktion eine Bewegung in Richtung unserer neuen Haltung, dann haben wir Rapport auf der nonverbalen Ebene hergestellt und können nun unseren Vorschlag präsentieren, auf den unser Gesprächspartner eingehen soll. (*Richardson* 1992.) Reagiert unser Gesprächspartner jedoch beim Testen des Rapports nicht, weder nonverbal noch verbal, dann sollten wir mit dem Spiegeln weiterfahren, um den Weg zum Führen vorzubereiten.

Sehen, Hören, Fühlen

Ein weiterer, wichtiger Kommunikationsaspekt ist die Art, wie wir Informationen wahrnehmen und verarbeiten und auf welche Weise wir uns ausdrucken. Geschieht dies vor allem im Modus des Sehens, des Hörens oder des Fühlens? In unserer Kultur ist der visuelle Modus am häufigsten anzutreffen, gefolgt vom auditiven. Wollen wir, dass wir von unserem Gesprächspartner auch wirklich verstanden werden, so ist es wichtig, dass wir uns in dessen Modalität, von *Bandler/Grinder* (1991) «Repräsentationssystem» genannt, ausdrücken. Menschen im Sehen-Modus machen Aussagen wie «Ich sehe, was du meinst», «Die Details wollen wir später anschauen», «Zunächst möchte ich mir mal einen Überblick verschaffen». Der Hören-Modus ist an folgenden Ausdrucksformen zu erkennen: «Ich bin nicht sicher, ob ich richtig gehört habe», «Das klingt gut», «Das tönt nach einer Ausrede». Ist eine Person im Gefühl-Modus organisiert, so verwendet sie Worte wie: «Ich habe das Gefühl, dass dies richtig ist», «Ich empfinde das als eine Ungerechtigkeit», «Dieses Konzept lässt sich gut handhaben». Die Botschaft ist klar: Ein guter Kommunikator ist fähig, auf den Modus seines Gesprächspartners einzugehen. Im Sinne einer suggestiven Strategie kann diese Fähigkeit natürlich auch beim Pacing und Leading genutzt werden.

Weitere, suggestive Kommunikationselemente

Neben dem Pacing und Leading und dem Eingehen auf das Repräsentationssystem unserer Gesprächspartner gibt es zahlreiche andere suggestive Kommunikationswerkzeuge, die sich gezielt nutzen lassen. Denken wir nur an die starke Aussagekraft von Metaphern oder an die Technik des aktiven Zuhörens, des Ankerns und des eingebetteten Fragens und Befehlens. Wir wissen aber auch, wie stark wir uns selbst suggestiv beeinflussen durch die Art unserer Selbstgespräche, Vorsatzbildungen und eigenen Vorstellungen.

Suggestion und Manipulation

Wir alle kommunizieren tagtäglich, immer wieder und stets von neuem. Vieles geschieht dabei bewusst, noch viel mehr aber unbewusst. Dieser Beitrag will zu wirksamerem Kommunizieren anregen. Durch das Bewusstwerden und Beherrschen bestimmter Kommunikationsmuster wird es uns möglich, besser auf unsere Gesprächspartner einzugehen, wodurch sich uns gleichzeitig die Türe zur Zustimmung unserer Anliegen öffnet. Andererseits können wir gezielt auf die beeinflussenden Künste unserer Gesprächspartner, sofern sie über welche verfügen, eingehen und uns vor allfälligen Manipulationsversuchen schützen. Zugegeben, die Grenze zwischen suggestiver Beeinflussung und Manipulation ist eine fliessende. Werkzeuge können vielseitig verwendet werden, für Gutes und Verwerfliches – die Wahl der Nutzung jedoch bleibt im Sinne der Selbstbestimmung und -verantwortung dem Leser überlassen.

Literatur

Bandler, R. & *Grinder,* J. (1991). Neue Wege der Kurzzeit-Therapie. Paderborn: Junfermann.
Birkenbihl, V.F. (1991). Kommunikationstraining. München: mvg.
Gheorghiu, V., *Eberling,* W. & *Kruse,* P. (1995). Strategien der Beeinflussung. Rüschlikon: GDI.
Gheorghiu, V. (1992). Strategien der Beeinflussung. GDI-impuls, 2, 3–14.
Richardson, J. (1992). Erfolgreich kommunizieren. München: Kösel.

«Kommunikation bedeutet, teilnehmen an oder teilen von Informationen, Gedanken, Botschaften oder Signalen. Ursprünglich hat das Wort eine religiöse Bedeutung, vom Wort Kommunion abstammend. Im damaligen Sinn hatte Kommunikation mit dem Teilen einer wichtigen Erfahrung zu tun.»

(Richardson, 1992). ■