

Lösungs- und Kompetenzorientierte Beratung in der Sozialen Arbeit

Workshop 21.09.2023

Metapher und Geschichten in der Beratung

**Der Körper ist die Bühne der Gefühle
Antonio Damasio**



Von einer eher rational-analytischen Beschreibung zu einer bildlich intuitiven Verankerung

In der Beratung kann mit Klient:innen z.B. eine Haltung, Rolle oder Fähigkeit, ein Gefühl oder ein Glaubenssatz erarbeitet werden, über die diese gerne verfügen würden.

Diese Aspekte der Persönlichkeit stehen ihnen aber nur als rational beschriebenes, sprachlich mitgeteiltes Konstrukt zur Verfügung, sie sind noch keine integralen Bestandteile der Person.

Sie müssen diese sprachlich konstruierten Aspekte erst erleben und fühlen, sie müssen in eine aktiv handelnde Beziehung zu dieser Beschreibung treten und diese sprachlichen Erkenntnisse körperlich Internalisieren.

Geschichten wecken Aufmerksamkeit und sprechen Gefühle an. Sie haben eine Botschaft, ohne direkt zu sein, d.h. sie geben Raum für eigene Assoziationen und Ideen.

Unser Gehirn liebt Geschichten und arbeitet viel mit inneren Bildern.



Echte Intelligenz erfordert Embodiment (Verkörperung)

Gedächtnisteile sind embodied

Erinnerungen sind häufig vereinfachte, verdichtete prägnantere Versionen dessen, was einmal Wirklichkeit war. Erinnerung entsteht durch Komplexitätsreduktion und selbstorganisierte Musterbildung.

Solche «strukturell verankerten Repräsentationsmodelle» wirken dann als das Denken, Fühlen und Handeln leitende innere Bilder.

Bei der Speicherung von Erlebnissen ist es entscheidend, in welchem Gefühls- und Körperzustand die Person sich befand und wie diese war, als sich die Person wiedererinnert hat.

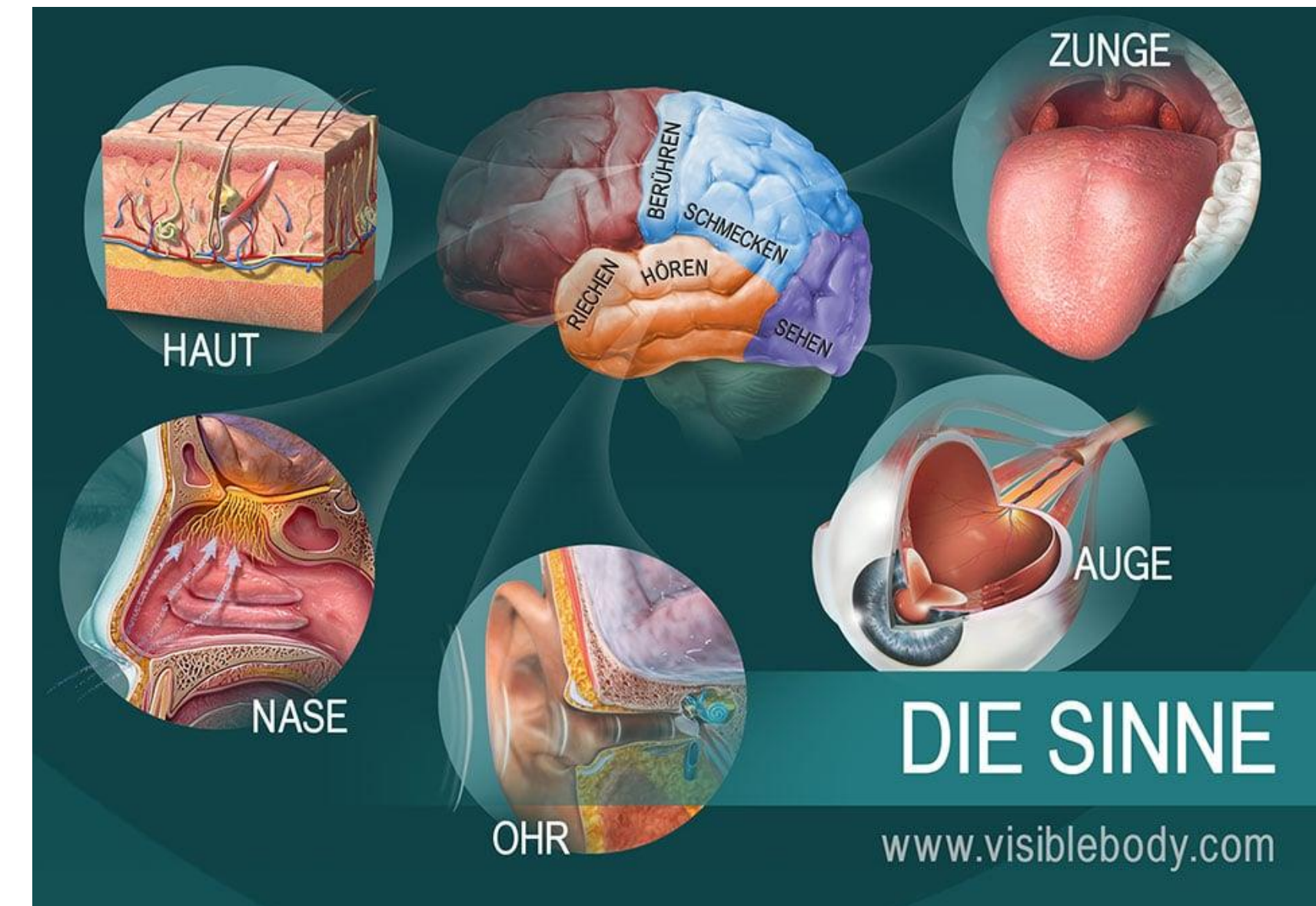
Ziel in der Beratung kann es sein, Kontextveränderungen anzubieten, um Deutungs- und Verhaltensmuster in Frage zu stellen. Mit Metaphern und Geschichten gelingt dieses Herauslösen aus dem ursprünglichen Kontext gut.



Worte assoziieren Bilder und wecken Gefühle

Worte lösen Emotionen und körperliche Reaktionen aus, z.B. bei dem Wort „Zitrone“ werden unsere Geschmacksnerven aktiviert und lösen individuell unterschiedliche positive oder auch negative Gefühle aus.

Der Begriff „Bilder“ steht für visuelle, auditive, taktische, kinästhetische, gustatorische oder olfaktorische Bilder und innere Filme, in denen mehrere Sinneseindrücke kombiniert auftauchen können.



„Bereits, wenn das Gehirn nur mit einem einzigen Wort gefüttert wird, erzeugt es dazu ein komplettes inneres Theater, so als würde alles, was in ihm zu diesem Wort an Erinnerungen und an genetisch vorgegebenes Wissen gespeichert ist, gerade wirklich erlebt.“

Maja Storch

Das limbische System

Das limbische System ist an vielfältigen Aufgaben beteiligt.

Dazu gehört die Steuerung von **Emotionen**, **Lernen** und **Antrieb / Motivation**.

Dazu müssen eingehende Sinneswahrnehmungen und Reize verarbeitet und bewertet werden. Solche Wahrnehmungen können beispielsweise Gerüche sein, weil das limbische System und der Riechkolben eng miteinander verbunden sind.

Als Teil des **Gedächtnisses** speichert das limbische System die mit Emotionen verknüpften Erinnerungen ab.



Nach der **Multiple Code Theory** von **Wilma Bucci**

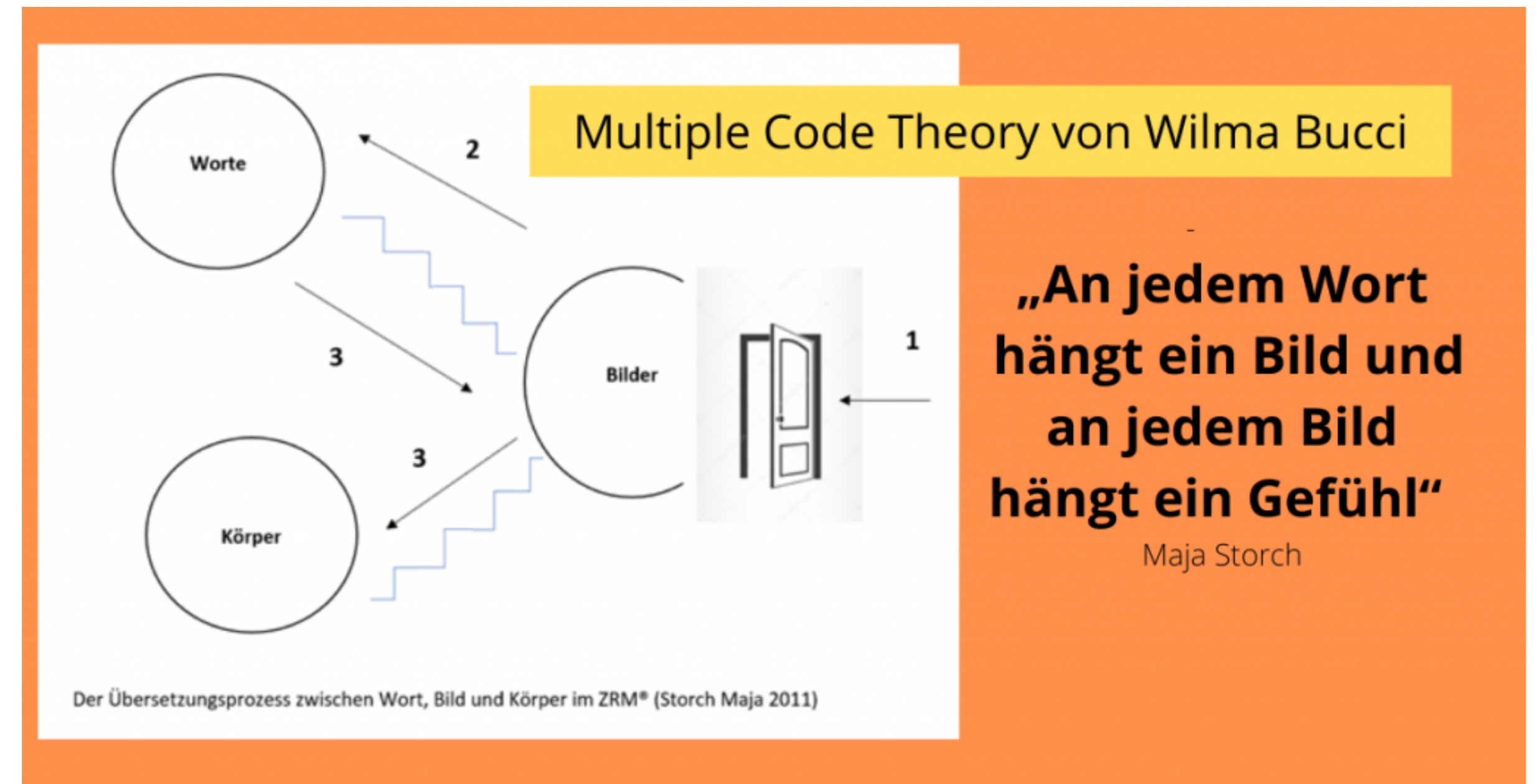
können Menschen Informationen grundsätzlich in drei Arten von Codes wahrnehmen und verarbeiten:

- In Form von **körperlicher Wahrnehmung**
(vorsymbolischer Code)
- In Form von **Bildern**
(symbolisch-nonverbaler Code)
- In Form von Buchstaben oder **Wörtern**
(symbolisch-verbaler Code)



Worte – Bilder - Körper

- Nach Bucci gibt es zwischen dem vorsymbolischen System (körperliche Wahrnehmung) und dem symbolisch-verbale System (Buchstaben, Wörter) keine direkte Verbindung.
- Das vorsymbolische System erfährt unmittelbar körperliche oder sensorische Eindrücke.
- Um diese Wahrnehmungen in das abstrakte Bewusstsein zu bringen und in Sprache umzusetzen, benötigt es eine Übersetzungshilfe.
- Diese Übersetzung übernimmt das symbolisch-nonverbale System (Bilder), das an beide Systeme anschlussfähig ist.



Maja Storch fasst Bucci's Multiple Code Theory wie folgt zusammen:

- Bilder sind der Dreh- und Angelpunkt im Informationsfluss zwischen vorsymbolischen Codes und symbolisch verbalen Codes, zwischen der Welt des Körperlichen, Unbewussten und der Welt des bewussten Verstandes, der über Worte und Sprache verfügt.
- Von der Bilderwelt aus wird das Unbewusste aktiviert, sie ist das Einlasstor in unbewusste Gefilde.
- An jedem Wort hängt ein Bild und an jedem Bild hängt ein Gefühl.
- Aufgrund der Multiple-Code Theory hebt Storch die Bedeutung der Art und Weise wie Ziele gebildet und formuliert werden, also intrinsische Motivation hervorrufen sollen, hervor.



Nach der **Multiple Code Theory** von **Wilma Bucci**

löst jedes Bild, jedes Wort, jeder Satz, jede Idee, jeder Gedanke oder jedes Geschehen auf allen drei Ebenen unterschiedliche Aktivitäten aus, wobei sich die Ebenen wechselseitig beeinflussen können.

Die inneren Repräsentationen, die das Selbstbild eines Menschen prägen, werden ganz wesentlich dadurch geformt, was man als Zuschreibungen und Bewertungen von anderen Menschen erlebt und verinnerlicht.

Aus diesem Grund enthält das Selbstbild eines Menschen oft Fremd-Komponenten, die nicht mit dem ursprünglichen Körper-Selbst übereinstimmen, das ja durch die eigenen Körpererfahrungen entstanden ist.



Das heisst für die Formulierung von Zielen

„Ziele, die das unbewusste System in eine handlungswirksame Stimmung bringen können, müssen aus Worten bestehen, die starke und eindeutige Bilder erzeugen.“

Maja Storch



Daraus entstand folgende Arbeitsanweisung für die Entwicklung von motivierenden Zielen, den sogenannten Mottozielen:

- Schritt 1: Bild suchen
- Schritt 2: Die passenden Worte erarbeiten, aus diesen Worten Handlungsziele finden
- Schritt 3: Aus den daran gekoppelten Gefühlen mit den Körperwelten auf „Maß schneiden“

Einsatz von Metaphern in der Beratung gemäss Lindemann

Gefühle, Fähigkeiten, Eigenschaften, Probleme, Glaubenssätze, Überzeugungen, Ereignisse, Personen und viele andere Elemente der Anliegen von Klient:innen und der Beratung können sprachlich in Objekte umgewandelt und so auf einer metaphorischen Ebene bearbeitet werden.

Oft bieten sich Metapher bereits aus den verwendeten Sprachbildern der Klient:innen an (Klumpen im Bauch, die Kurve kriegen, etc.).

Diese Elemente und Sprachbilder lassen sich aufgreifen, um Dinge als Stellvertreter für Undingliches und Abstraktes zu benennen. Der so geschaffene neue Zugang können Basis von kommenden Strategien sein, als Anker oder als Erinnerungshilfen dienen.



Einsatz von Geschichten in der Beratung

„Jeder Menscher findet sich früher oder später eine Geschichte, die er für sein Leben hält.“»

Max Frisch

Gemäss Milling hat Storytelling folgende Funktionen:

- Entspannen und unterhalten
- Ermöglichen Distanz und dienen als Spiegel
- Vermitteln und erleichtern die Kommunikation
- Normalisieren und dienen als Modell
- Erleichtern Perspektivenwechsel und regen Phantasie an
- Bleiben im Gedächtnis und wirken nachhaltig



Ein möglicher Aufbau von Geschichten in der Beratung nach Budde

Aufbruch in eine Held:innen-Reise mit Wandel, Konflikten und Entwicklungen:

1. Ausgangssituation, die gewohnte Umgebung
2. Ruf des Abenteuers, eine neue Aufgabe kündigt sich an
3. Aufbruch ins Unbekannt: Ja oder Nein
4. EinE Mentor:in taucht auf
5. Die Held:in besteht Gefahren und Prüfungen
6. Der Wndepunkt: Die grösste Herausforderung
7. Die Held:in findet den Schatz
8. Die Rückkehr zum Alltag



Literatur

Budde, Ch. (2015): **Mitten ins Herz. Storytelling im Coaching. Die Kraft von Storytelling für Coaching und Beratung nutzen.** managerSeminare Verlags GmbH

Lindemann, H. (2023): **Die systemische Metaphern-Schatzkiste. Grundlagen und Methoden für die Beratungspraxis.** Vandenhoeck & Ruprecht, 5. durchgesehene Auflage

Milling, H. (2020): **Storytelling – Konflikte lösen mit Herz und Verstand. Eine Anleitung zur Erzählkunst mit hundertundeiner Geschichte.** Wolfgang Metzner Verlag, 2. erweiterte Auflage

Storch, M. / Cantieni, B. / Hüther, G. / Tschacher, W. (2015): **Embodiment. Die Wechselwirkung von Körper und Psyche verstehen und nutzen.** Verlag Hans Huber, 3. Auflage

Weber, J. / Storch, M. (2015): **Motivation und Zielbindung mit Motto-Zielen im Coaching.** Institut für Selbstmanagement und Motivation Zürich

White, M. / Epston, D. (1990): **Die Zähmung der Monster. Der narrative Ansatz in der Familientherapie.** Carl Auer

www.studyflix.de (limbisches System)

www.business-and-health.com/einsatz-von-bildern-als-intervention-in-der-beratung-im-coaching

Danke!

Pascal Gerber
Via Levante GmbH
Paul-Robert-Weg 16, 2502 Biel
pascal.gerber@vie-levante.ch
www.one19.ch
www.via-levante.ch