

Inhalt

Einige Bemerkungen zur Orientierung für den Leser

Von Wolfgang Walker	11
Vorwort: Es sind nur Bilder von Menschen	17
Ein erster Blick auf das Soziale Panorama	19
Wo steht das Soziale Panorama innerhalb des NLP?	22
Vorbemerkung zum Verhältnis von NLP und akademischer Psychologie	23
Das Soziale Panorama im Rahmen der Sozialpsychologie	25
1. Kapitel: Eine Theorie der Personifikation	27
1.1 Personen wie wir	27
1.2 Das Wiedererkennen der eigenen Art	27
1.3 Wir lernen, Personen zu konstruieren	28
1.4 Der Kern sozialer Wahrnehmung: „Wir gleichen uns“.	30
1.5 Notwendige Komponenten der Personifikation	31
1.6 Arten der Personifikation	32
1.7 Selbst-Personifikation und Personifikationen der anderen .	33
1.8 Verstümmelte Personifikationen	35
1.9 Existieren andere Personen nur in unserem Kopf?	37
1.10 Personifizierung von Dingen	38
1.11 Filmfiguren	39
1.12 Die Personifikationen unter Kontrolle halten	40
1.13 Die Personifikationen organisieren	41
1.14 Der persönliche soziale Code	42
2. Kapitel: Das Soziale Panorama	44
2.1 Das Soziale Panorama erkunden	44
2.2 Das Soziale Panorama eines anderen Menschen zugäng- lich machen	45

2.2.1	Warum dieser Ablauf?	45
2.2.2	Erste Annahme: Beziehung ist gleich Verortung	47
2.2.3	Zweite Annahme: Das Soziale Panorama ist die primäre Repräsentation	47
2.3	Metaphern oder Prädikate	48
2.3.1	Ähnlichkeiten bei sozialen Submodalitäten	50
2.3.2	Gruppenexperiment mit der Verortung geliebter Personen	51
2.4	Pilotstudien	51
2.5	Resultate und erste Schlußfolgerungen	54
2.6	Muster im Sozialen Panorama	55
2.7	Die Grunddimensionen des Sozialen Panoramas verändern	62
2.7.1	Dritte Annahme: Personifikationen lassen sich nur durch einen Wechsel ihrer Submodalitäten (Verortungen) oder durch Übertragung neuer Ressourcen verändern	65
2.8	Kollektive Soziale Panoramen	66
2.9	Soziale Emotionen	68
2.9.1	Noch einmal Liebe	69
2.9.2	Eine soziale Emotion wie Liebe bestimmen	74
2.10	Wahrnehmungspositionen im Sozialen Panorama	76
2.11	Kommunikation und Soziales Panorama	79
3.	Kapitel: Selbst-Erfahrung und Identität	82
3.1	Die soziale Welt dreht sich um mich	82
3.2	Über das Selbst sprechen	82
3.2.1	Zuerst: Sollten wir es loswerden?	84
3.2.2	Das Selbst sorgt für Einheitlichkeit des Denkens	85
3.3	Der Unterschied zwischen persönlichem und sozialem Selbst	87
3.4	Struktur der persönlichen Selbst-Erfahrung	89
3.4.1	Transtemporales Selbst-Bild	89
3.4.2	Kontextuelles Selbst-Bild	90
3.4.3	Entfernung, Größe und Verbindung zum Selbst	92
3.4.4	Die Wahrnehmungsposition des Selbst-Bildes	93
3.5	Die Stimmen des Willens: Das auditive Selbst	94

3.6	Sich selbst riechen, schmecken und fühlen	95
3.6.1	<i>Kinästhetisches Selbst</i>	95
3.6.2	<i>Selbstwertende Gefühle</i>	98
3.6.3	<i>Vertraute Selbst-Emotionen</i>	99
3.7	Das Selbst-Panorama	100
3.8	Das soziale Selbst aus der Sicht des NLP	101
3.8.1	<i>Struktur der sozialen Selbst-Erfahrung</i>	103
3.8.2	<i>Kinästhetik des sozialen Selbst</i>	104
3.9	Strategien sozialer Identität	106
4.	Kapitel: Soziale Macht	111
4.1	Bilder der Macht konstruieren	111
4.2	Vierte Annahme: Repräsentation dominiert Interaktion ...	112
4.3	Autoritätsprobleme	112
4.4	Soziale Dominanz als natürliches Phänomen	115
4.4.1	<i>Dominanz aus sozialpsychologischer Sicht</i>	116
4.4.2	<i>Symbolische Dominanz – ein Rätsel</i>	120
4.4.3	<i>Heroismus als Quelle sozialer Macht</i>	121
4.4.4	<i>Reichtum, Schönheit und Strafe</i>	121
4.4.5	<i>Belohnung, Bestrafung und vorenthaltener Beifall</i>	124
4.5	Das Rätsel der unterwürfigen Reaktion	126
4.5.1	<i>Einige grundlegende Fragen</i>	127
4.5.2	<i>Die neutrale Distanz durchbrechen</i>	129
4.5.3	<i>Perspektive</i>	130
4.5.4	<i>Fünfte Annahme: Das Gesetz der dominanten Personifikation</i>	131
4.6	Die Erfahrung des Selbst / des Anderen verändern	132
4.7	Sechste Annahme: Die magische Wirkung einseitiger Veränderung	134
4.8	Politische Macht	136
5.	Kapitel: Die Veränderung sozialer Einstellungen	139
5.1	Verallgemeinernde Urteile über andere Menschen	139
5.2	Einstellungen ändern mit NLP	140
5.3	Soziales Panorama und In-Group/Out-Group-Denken	141

5.4	Polarisierung und Nicht-Polarisierung	143
5.4.1	Gruppengefühle erwerben	145
5.4.2	Extreme Polarisierung	146
5.4.3	Frieden – wie macht man das?	147
5.5	Natürliche Veränderungen sozialer Einstellungen	150
5.5.1	Soziale Einstellungen mit Hilfe von NLP ändern	151
5.6	Vier Fälle von freiwilliger Änderung	152
5.7	Techniken der freiwilligen Änderung	157
5.7.1	Eine Technik für sehr negative soziale Emotionen	160
5.8	Ökologie, Persönlichkeitsanteile und positive Absichten ..	162
5.8.1	Ethnozentrische Persönlichkeitsanteile und ihre Zwecke	163
5.8.2	Drei Arten von Persönlichkeitsanteilen beim Ändern sozialer Einstellungen	165
5.9	Einschränkende soziale Überzeugungen ändern	169
5.10	Größere Zuhörergruppen zur Änderung sozialer Einstellungen überreden	172
5.10.1	Das Gut-Sein trainieren	172
5.10.2	Nach Modellen spontaner Bekehrung suchen	175
5.10.3	Beispiel Unternehmensfusion: Wie man die Einstellungen beeinflusst	178
5.10.4	Boten des Friedens	181
5.10.5	Wie man Xenophobie bei einem Auditorium verringert	186
5.11	Xenophobie, persönliches Selbst und Spiritualität	188
6.	Kapitel: Familienpanoramen	193
6.1	NLP und das Familiensystem	193
6.1.1	Familiensysteme – eine Halluzination der Therapeuten?	193
6.1.2	Repräsentation dominiert die Interaktion	195
6.1.3	Repräsentation versus Interaktion – ein Paradigmen- wechsel	197
6.2	Das persönliche Familienpanorama ändern	198
6.3	Repräsentation von Familienmitgliedern	200
6.3.1	Empirische Belege für das Familienpanorama	202
6.4	Bert Hellinger modellieren	203
6.4.1	Es ist wie Schach!	204

6.5	Über inneren Frieden	216
6.6	Die frivole Annahme über das Familienleben	217
6.7	Das Familienpanorama der Kindheit	220
6.8	Kann Änderung so leicht sein?	223
6.8.1	<i>Wohin mit den Möbeln?</i>	224
6.8.2	<i>Die Spielregeln erkunden</i>	226
6.8.3	<i>Offenkundige Muster</i>	227
6.9	Muster im Familienpanorama	228
6.10	Interpretation von Familienaufstellungen	234
6.11	Familien-Bilder mit NLP-Methoden ändern	236
6.12	Ein Blick auf die Praxis	238
6.13	Den Klienten mehr einbeziehen	240
6.13.1	<i>Vorteile für den Therapeuten</i>	246
6.14	Future Pacing und die Evaluation von Änderungen im Familienpanorama	246
7.	Kapitel: Das spirituelle Panorama erkunden	250
7.1	Himmlischer Besitz zu verkaufen	250
7.2	Soziale und spirituelle Macht	251
7.3	Geister und spirituelle Erfahrung	253
7.4	Submodalitäten des Himmels	256
7.5	Zurück auf der Erde	258
7.6	Spirituelle Autoritäten	260
7.6.1	<i>Spirituelle Kommunikation</i>	261
7.7	Besessenheit: Geister im Inneren erleben	264
7.8	Mit dem spirituellen Panorama arbeiten	270
8.	Kapitel: Training und Teams	274
8.1	Das Soziale Panorama des Trainers	274
8.2	Problemlösung in der Wahrnehmungsposition	278
8.3	Teambuilding mit NLP	281
8.3.1	<i>Ein Team bilden</i>	287
8.3.2	<i>Das Team-Panorama in einer Gruppensitzung erkunden</i>	288
8.3.3	<i>Den Drachen zähmen</i>	289
8.3.4	<i>Ein Team träumen</i>	290

9. Kapitel: Metaphern der Macht	293
9.1 Jenseits des Wörterbuchs	293
9.2 Über Beziehungen sprechen	294
9.3 Metaphern definieren	296
9.4 Metaphern zur Beeinflussung sozialer Systeme	297
9.5 Einen Metaphernbereich finden	299
9.6 Den Themenbereich verlassen, als Prozeß betrachtet	300
9.7 Wie funktioniert die Selbstzensur?	301
9.8 Von den Lokalisierungen zu den metaphorischen Beziehungen	302
9.9 Den Gebrauch von Metaphern modellieren	305
9.9.1 <i>Die Grenzen des Themenbereichs überschreiten</i>	309
9.10 Metaphern und soziale Macht	311
9.11 Das Metaphernspiel	315
9.11.1 <i>Keine Möglichkeit der Rückübersetzung</i>	315
9.11.2 <i>Keine Bereitschaft zur Rückübersetzung</i>	317
9.12 Kampf der Metaphern	318
9.12.1 <i>Disqualifizierung von Metaphern</i>	319
9.13 Operative Metaphern	322
 Ein Ausblick	 325
NLP-Glossar (Walter Ötsch)	328
Verzeichnis der Übungen	336
Literaturverzeichnis	338
Sachregister	343