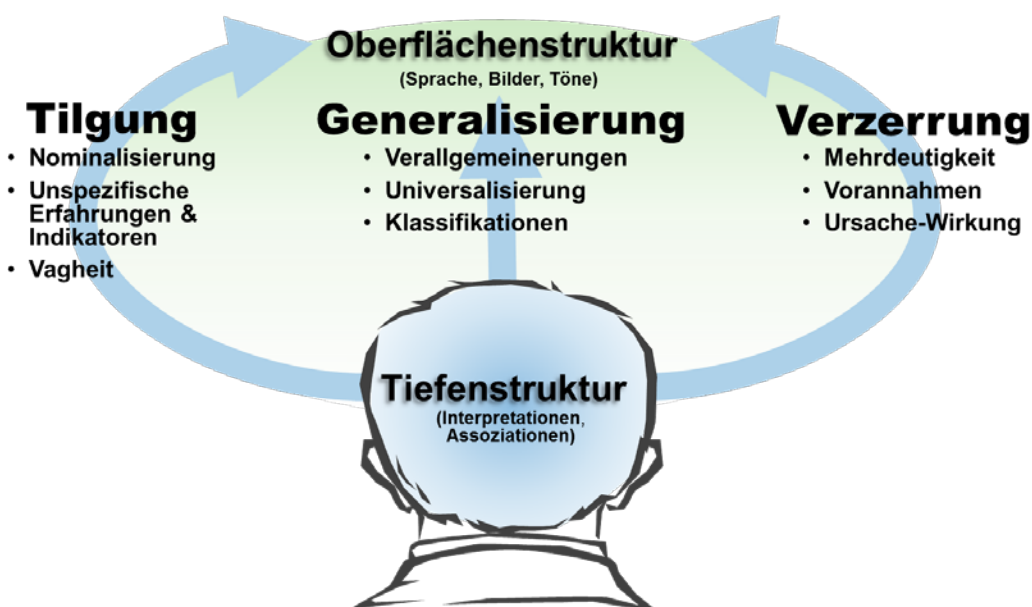


## Meta-Modell der Sprache

Das Meta-Modell der Sprache beschreibt Mechanismen, die bei der Formulierung von Aussagen den eigentlichen Inhalt filtern. Das Modell wurde ursprünglich von den NLP-Begründern Richard Bandler und John Grinder auf der Basis der sprachlichen Muster von Milton Erickson entwickelt. Bei der Formulierung werden Gedanken aus der Tiefenstruktur in Sprache, Bilder und Töne der Oberflächenstruktur umgesetzt. Da sich nicht alle Eindrücke der Tiefenstruktur umsetzen lassen, gehen dabei Informationen verloren – sei es aus fehlenden Ausdrucksmöglichkeiten oder unbewusster Filterung.

Neben den angestrebten hypnotherapeutischen Wirkungen im NLP kann das Modell in der alltäglichen Kommunikation zur Verbesserung von Botschaften genutzt werden. Die Filterungen werden dabei teilweise kompensiert, beispielsweise in Form einer Anpassung an das Profil der Zielgruppe. Die Botschaft wird dadurch konkreter, eindeutiger und bietet praktische Handlungsansätze. Die wesentlichen Mechanismen sind: Tilgung, Generalisierung und Verzerrung.



Grundsätzlich verändert sich der Informationsgehalt immer bei dem Transfer von der Tiefenstruktur zur Oberflächenstruktur. Dies geschieht einerseits durch die Filterung von Inhalt. Andererseits schaffen Inhalte aufgrund der subjektiven Interpretation von Sprache, Bildern und Tönen neues Assoziationspotenzial, das weit über die beabsichtigte Wirkung hinausgehen kann. Ein klares Profil der Zielgruppe und der bewusste Umgang mit dem Meta-Modell erhöhen den Informationsgehalt und reduzieren ungeschickte Botschaften.

- **Tilgung**  
Bei der Tilgung werden Informationsinhalte einfach weggelassen, indem abstrakte Hauptwörter genutzt werden (Nominalisierung), Sachverhalte nicht detailliert werden (unspezifische Erfahrungen/ Indikatoren) sowie Personen und Dinge unklar bleiben (Vagheit). Die Empfänger füllen die fehlenden Informationen mit ihren eigenen Erfahrungen. Beispiele sind: *die Anforderungen sind klar* (Welche Anforderungen? Was bedeutet klar?); *die Zufriedenheit ist gestiegen* (Zufriedenheit bezüglich was? Gestiegen von... auf?).
- **Generalisierung**  
Bei der Generalisierung werden sprachliche Formen gewählt, die die Botschaft unkonkret belassen, z. B. durch fehlende Größenordnungen (Verallgemeinerung), indem Ableitungen suggeriert (Universalisierung) und Strukturen gebildet werden (Klassifikation). Die Generalisierung verliert sich im Allgemeinen und überlässt Empfängern ihre persönliche Detaillierung. Beispiele sind: *die meisten haben viel geleistet* (Wie viel Prozent? Wie viele



Geführt ist nicht erkannt; erkannt ist nicht thematisiert; thematisiert ist nicht konzipiert; konzipiert ist nicht formuliert; formuliert ist nicht wahrgenommen; wahrgenommen ist nicht verstanden; verstanden ist nicht einverstanden; einverstanden ist nicht getan; getan ist nicht gekonnt.

Menschen? Was ´heißt viel geleistet?); man *hat immer Schwierigkeiten* (Wer genau? Ohne Ausnahme?).

- **Verzerrung**

Bei der Verzerrung ergeben sich Schwierigkeiten aus der Nutzung von Homonymen, Synonymen, Akronymen oder Heteronymen (Mehrdeutigkeit), Glaubenssätzen, Zitaten oder Erwartungen (Vorannahmen) sowie aus Analogien, Metaphern und Wirkungskreisläufen, die Zwangsläufigkeit suggerieren (Ursache/ Wirkung). Den Empfängern bleibt es überlassen die eigenen Interpretationen, Vorannahmen, sowie Zusammenhänge der Botschaft hinzuzufügen. Beispiele sind: *bestimmte Teile landen auf dem Müll* (werden die Teile ausgewählt, entschieden, benannt, oder abgezählt?); *bei Luftfracht in den Westen kommen Teile abhanden* (nur bei Luftfracht? in andere Richtungen?).

Bei Tilgung, Generalisierung und Verzerrung überlassen Sender es Empfängern in mehr oder weniger vorbestimmten Richtungen zu interpretieren, da alle Empfänger bei der Verarbeitung eigene Informationen hinzufügen. Die geschickte Tilgung von Inhalten, die bei Empfängern Widerspruch erzeugen, erhöht unter Umständen deren Akzeptanz der Aussage. Der bewusste Umgang mit dem Meta-Modell der Sprache ermöglicht es Sendern, Aussagen bewusst zu verbessern, indem geschickt getilgt, generalisiert und verzerrt wird. Frei nach dem Motto: Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte.