CLEAN Language

Jeder von uns hat eine bestimmte Vorstellung von der Welt, beeinflusst und entstanden durch individuelle Annahmen, eigene Erfahrungen, Metaphern und Glaubenssätze. Im NLP nennt man diese spezifische Repräsentation der Welt die eigene mentale Landkarte oder das Modell der Welt. Es kommt oft zu Problemen in der Kommunikation zwischen zwei Menschen, da sich ihre mentalen Landkarten nicht, oder nur wenig überschneiden, und sie somit nicht von (exakt) demselben Thema reden. Gerade im Coaching und der Therapie ist es wichtig, die mentale Landkarte des Klienten zu respektieren. Der Coach muss sich vorsehen, seine eigenen Annahmen unbewusst dafür zu verwenden, die mentale Landkarte des Klienten nachzubilden, anstatt den Klienten selbst seine Welt beschreiben zu lassen. Wird der Klient nämlich durch eine Frage vom Coach von seiner eigenen Gefühls- und Gedankenwelt abgelenkt, verfälscht sich das Ergebnis der Schilderung. Um dem vorzubeugen entwickelte David Grove die Clean Language.

Inhaltsverzeichnis

1. **Was ist „Clean Language“?**
2. **Beispiele**
    1. **Die Anwendung**
    2. **Sprachelemente**
3. **Die 12 Basis-Fragen**
4. **Der Nutzen**

Was ist „Clean Language“?

Sie entstand in den 80er Jahren bei seiner Arbeit mit Trauma-Patienten und dem Modellieren von Virginia Satir und Carl Rogers in Bezug auf Sprache. Clean Language ist ein essentieller Bestandteil des symbolischen Modellierens, das von Penny Tompkins und James Lawley entwickelt wurde, um Patienten die Möglichkeit zu geben, mit Metaphern und Symbolen ihre Erfahrungen zu beschreiben und zu erkunden.

Der Ansatz von Clean Language ist anders als beim Meta-Modell und beim Milton-Modell. Geht es bei Meta und Milton um Einflussnahme auf den Klienten, so geht es bei Clean Language um die Formgebung der Tiefenstruktur durch Symbole und Metaphern. Dabei entwickelt der Coach keine Symbole oder Metaphern, sondern er benutzt zur Stärkung des Rapports die Symbole und Metaphern, die der Klient benutzt.
Klient: “Die Farbe weiß spricht mich an“

Coach: “Und was sagt Dir die Farbe weiß?“

Klient: “Das liegt mir wie ein Stein im Magen“

Coach: “Wie konnte der Stein dorthin gelangen?“

Metaphern und Symbole sind sehr mächtig, da sie uns beim Verstehen und Begreifen von Erfahrungen und Konzepten unterstützen. Sie sind ideale Möglichkeiten, unsere mentale Landkarte zu kommunizieren und selbst zu erkunden. Diesen Kommunikations- und Erkundungsprozess unterstützt die Clean Language in einzigartiger Weise.

Clean Language erfüllt durch geschickte Fragestellung drei Funktionen:

- Dem Klienten wird das Gefühl gegeben, verstanden, anerkannt und respektiert zu werden

- Die Aufmerksamkeit des Klienten wird auf einzelne Aspekte seiner eigenen Wahrnehmung gelenkt

- Der Klient soll zur Selbsterkundungsreise in seiner Erlebniswelt ermutigt werden

Clean Language verwendet eine eigene Syntax sowie Worte, Intonationen und nonverbale Signale, die möglichst den Patienten spiegeln. Dies gibt dem Klienten das Gefühl der Vertrautheit und ermutigt ihn weiter zu beschreiben. Noch dazu vermeidet die Clean Language Inhalte in das Gespräch einzuführen, die nicht vom Gedankengut des Klienten stammen.

Auch das Etablieren kausaler Zusammenhänge („..., weil...“) wird vermieden und meist durch ein schlichtes „und“ ersetzt. Die Intonation wird in einer Art Sing-Sang vorgebracht, die Stimme wird minimal tiefer gestellt und es wird langsamer gesprochen. Auch sollte eine implizierte Neugier zu hören sein. Besondere Merkmale der Sprache des Klienten werden übernommen. Solch eine Kommunikation hört sich erst einmal komisch an, fühlt sich aber mit Übung natürlicher an und ist sehr effektiv.

Beispiele - Unterschied Clean Language / keine Clean Language

Die Anwendung der Clean Language

► **Klient**: “Ich fühle mich komisch.“
Keine Clean Language

Coach: “Sind Sie krank?“, „Haben Sie Bauschmerzen?“, „Deprimiert Sie etwas?“

Clean Language

Coach: “Was für eine Art „komisch“?“, „Komisch wie was?“, „Wo fühlen Sie sich komisch?“, „Was passiert genau bevor Sie sich komisch fühlen?“

Im obigen Beispiel ohne Clean Language verwendet der Coach sofort Annahmen über den Gesundheitszustand des Klienten oder impliziert dem Klienten, dass er deprimiert über etwas sei. Im Gegensatz dazu stimuliert die Clean Language den Klienten sein Gefühl näher zu erörtern und zu beschreiben.

Beispiel - Sprachelemente der Clean Language

Klient: “Ich stecke fest.“

Coach: “Und Sie stecken fest, und wenn Sie feststecken, was für eine Art Feststecken ist dieses Feststecken?“

Diese Wiederholung des Gesagten gibt dem Klienten das Gefühl des Verständnisses und behält die Metapher bei. Die Einleitung mit „und“, verbunden mit einer passenden Intonation ergibt fast eine trance-induzierende Atmosphäre. “und wenn Sie feststecken“

Die Überleitung in die eigentliche Clean Language-Frage behält weiterhin die Metapher bei. “was für eine Art“ Dies ermutigt zum weiteren Beschreiben und lässt dem Klienten die Freiheit zu antworten, wie er möchte, beeinflusst ihn demnach nicht. “ist dieses Feststecken“ Dies ist wieder ein Rückgriff auf die ursprüngliche Bedeutung des Feststeckens für den Klienten.

Die 12 Basis-Fragen

James Lawley and Penny Tompkins gruppierten 12 typische Clean Language-Fragen in die Bereiche Entwicklung (die derzeitige Sicht), Zeitbewegung und Intention.

1. **Ermittlung von Eigenschaften**
   - „Und welche Art von (Worte des Klienten) ist dieses (Worte des Klienten)?“
   - „Und gibt es da noch etwas über (Worte des Klienten)?“
2. **Örtliche Informationen**
   - „Und wo ist (Worte des Klienten)?“
3. **Beziehung**
   - „Und gibt es eine Beziehung zwischen (Worte des Klienten) und (Worte des Klienten)?“
   - „Und wenn (Worte des Klienten), was passiert dann mit (Worte des Klienten)?“
4. **Metapher-Übergang**
   - „Und dieses (Worte des Klienten) ist wie was?“
5. **Zeitbewegung**
   - **Zukunftsgerichtet**: “Und was passiert als nächstes?“

- **Vergangenheitsgerichtet**: “Und was passiert direkt bevor (Worte des Klienten)?“
- **Quelle**: “Und woher könnte (Worte des Klienten) kommen?“

6. **Intention**
   - **Gewünschtes Ergebnis**: “Und was würden Sie (oder Worte des Klienten) wollen, dass passiert?“
   - **Notwendige Bedingungen**: “Und was braucht es, damit (Worte des Klienten) passiert?“, „Kann (Worte des Klienten) passieren?“

Der Nutzen der Clean Language

Derartige Fragestellungen bringen den Klienten dazu, seine Erfahrungen, Annahmen und Glaubenssätze intensiv kennen zu lernen. In den Beziehungsgeflechten zwischen den Symbolen können Muster erkannt werden. Dies kann eine tiefere Einsicht in die Struktur des eigentlich erkundeten Problems oder Umstandes erlauben. Auch bisher unbekannte Elemente können vom Klienten entdeckt werden.

Diese zusätzlichen Informationen können wiederum als Ressourcen zur Lösung des Problems benutzt werden.

Übung: Entwickle Clean Language-Fragen zu folgenden Aussagen von Klienten:

- Ich bin so wütend.
- Ich sehe gar keinen Ausweg.
- Warum passiert das immer mir?
- Wie komme ich das raus?
- Ich bin traurig.

- Das schnürt mir den Hals zu.

- Das liegt mir wie ein Stein im Magen.

- Dieser Konflikt stinkt mir gewaltig.

- Warum ist er nie einsichtig?
- Ich stecke in einer Sackgasse...
- Das tut echt weh...