

# Worte schaffen Realität

Entscheidend ist, wie etwas gesagt wird

Bettina Krieg, Stuttgart

Worte wecken Erwartungen und können von verschiedenen Zuhörern jeweils unterschiedlich interpretiert werden. Und sie können das Entscheidungsverhalten des Angesprochenen beeinflussen und somit Realität schaffen. Die Psycholinguistin Dr. Barbara Meyer ging in ihrem Vortrag darauf ein, wie sich die richtigen Worte finden lassen. Dies ist für Apotheker besonders wichtig und kann entscheidend dazu beitragen, dass die Beratung von Patienten und die Zusammenarbeit mit anderen Mitgliedern im therapeutischen Team gelingt.

*Krankenhauspharmazie 2017;38:142.*



Dr. Barbara Meyer, München  
[Foto: ADKA/privat]

Die Psycholinguistik beschäftigt sich damit, wie das Sprechen des Menschen mit seinem Denken, Fühlen und Handeln zusammenhängt. Wie etwas gesagt wird, trägt entscheidend dazu bei, wie der Adressat mit der Information umgeht, die er erhalten hat. So können Worte beispielsweise auf die Motivation, auf das Selbstwertgefühl und die Entscheidungen des Gegenübers Einfluss nehmen.

toniker, die Metoprolol erhielten, in drei Gruppen auf: Die einen wurden über das mögliche Auftreten einer erektilen Dysfunktion aufgeklärt. Der zweiten Gruppe wurde nur der Name des Wirkstoffs genannt. Die dritte Gruppe erhielt keinerlei Informationen. Während der Therapie berichteten in der ersten Gruppe 32% über eine Einschränkung der Sexualfunktion, in den anderen Gruppen waren es 13 bzw. 8%.

Dieses Ergebnis stellt den Arzt bzw. den Apotheker vor eine schwierige Frage. Einerseits möchte er den Patienten aufklären, andererseits kann er durch die Informationen, die er gibt, auch unerwünschte Effekte hervorrufen.

## Psycholinguistisches Grundwissen

Damit das Gegenüber Inhalte gut erfassen kann, sollten drei Dinge beachtet werden. Zum einen sollte das Gesagte eine klare Struktur haben, z.B. durch Gliederung des Inhalts in drei Kernaussagen.

Zum anderen sollte positiv formuliert werden. Denn das Gehirn kann negative Formulierungen schlechter verarbeiten. Das Paradebeispiel: „Denken Sie jetzt nicht an einen rosa Elefanten!“ – Sofort erscheint ein rosa Elefant vor dem inneren Auge. Zudem lassen positive Aussagen den Sprecher sympathischer erscheinen.

Fach- und Fremdwörter sollten soweit möglich vermieden bzw. dem Wissensstand des Gegenübers angemessen sein. Gegebenenfalls bietet es sich an, dessen Wissen kurz abzuklären, indem man zum Beispiel ein Fremdwort fragend erwähnt („kognitiv?“) und die nonverbale Reaktion des anderen prüft.

## Worte beeinflussen Entscheidungsprozesse

Eine Studie stellte 1981 folgendes Szenario auf: Eine „asiatische Krankheit“ bedroht 600 Menschen. Mit Programm A können 200 gerettet werden, mit Programm B können mit einer Wahrscheinlichkeit von einem Drittel alle Personen vor dem Tod bewahrt werden. Wurden Personen befragt, welches Programm durchgeführt werden sollte, entschieden sich 72% für Programm A. Wurde allerdings Programm A als eine Maßnahme beschrieben, bei der 400 Menschen sterben, waren nur 22% der Befragten der Ansicht, dass dieses Programm die bessere Alternative sei.

Eine ähnliche Situation ergibt sich, wenn ein Arzt erfährt, dass ein Wirkstoff von 80% der Patienten gut vertragen wird. Wird man ihm stattdessen sagen, dass bei 20% der Patienten Nebenwirkungen auftreten, wird dies eine vorsichtiger und reflektierte Entscheidung zur Folge haben.

## Worte und der Nocebo-Effekt

Kann das Wissen über eine mögliche negative Folge der Therapie dazu führen, dass diese eher eintritt? Eine 2013 im Deutschen Ärzteblatt erschienene Studie teilte Hyper-

Dr. Bettina Krieg, Deutscher Apotheker Verlag, Birkenwaldstraße 44,  
70191 Stuttgart, E-Mail: kph@deutscher-apotheker-verlag.de