

Corso di Ipnosi Online - Lezione 2

L'ipnosi come comunicazione

La cosa più giusta che possiamo dire è che l'Ipnosi è comunicazione, e che la comunicazione è ipnosi.

La misura della comunicazione è l'effetto della comunicazione stessa; quindi la mia comunicazione sarà tanto più efficace tanto più avrà effetto.

Tutto è ipnosi. Un cartellone pubblicitario è ipnosi, la frase del medico "lei va migliorando" è ipnosi, l'organizzazione di una caserma è ipnosi, l'innamoramento è un forma di ipnosi. Ipnosi è **come la comunicazione viene organizzata per raggiungere un determinato fine.**

Una maniera di vedere l'ipnosi è quella di distinguere due momenti:

- 1) andare oltre i propri schemi mentali abitudinari
- 2) indirizzarsi verso una nuova direzione.

Altra cosa è la trance ipnotica, cioè quel particolare stato psicofisico nel quale la nostra attenzione si volge all'interno di noi stessi, e nel quale possiamo osservare noi stessi da un altro punto di vista.

La comunicazione può venire organizzata a due livelli: verbale e non verbale.

La comunicazione verbale sono le nostre parole, la comunicazione non verbale sono i nostri gesti, segni, movimenti, tono di voce, contesto nel quale agiamo.

Ipnottizzare significa gestire efficacemente la comunicazione.

INTRODUZIONE ALL'EFFETTIVA COMPrensIONE DELL'IPNOSI

E' importante che comprendere cos'è l'ipnosi, capendo che si tratta di qualcosa diverso sia dalla medicina sia da quello che viene comunemente inteso con "psicologia" (normalmente intesa come una tecnica incentrata sul singolo e sull'interagire tra un cosiddetto "coscìo" e un cosiddetto "inconcìo").

Nel momento in cui fate "ipnosi" dovete sapere cosa fate, e dovete essere in grado di rispondere a qualsiasi domanda e osservazione con padronanza della materia facendo capire che quella che praticate è una disciplina a sè stante.

Due sono le teorie più interessanti al riguardo, che si completano a vicenda:

1. la teoria comunicativa
2. la teoria sociologica

La teoria comunicativa fornisce una spiegazione di tutte le fenomenologie "ipnotiche" mostrando che i modi con cui otteniamo questi effetti sono esattamente identici ai modi con cui otteniamo le normali e correnti fenomenologie della vita quotidiana.

E' importante capire come le tecniche comunicative utilizzate per vendere qualcosa o per condurre una corretta presentazione siano identiche nella struttura alle tecniche con la quale si può portare una persona in trance; quello che cambia è semplicemente il contenuto, che in un caso è portare la persona alla percezione del valore di un oggetto mentre nel secondo è portare la persona alla percezione del proprio corpo e delle proprie sensazioni.

Così come non basta dire "compri quest'oggetto" per esporre ad una persona la validità di un oggetto, non basta dire "faccia attenzione alle sue sensazioni" per aiutare una persona a rendersi conto di queste: c'è bisogno di una sequela precisa di momenti comunicativi finalizzati al creare un'attitudine mentale positiva per cui la persona possa poi decidere di andare nella direzione suggerita.

Non c'è quindi perciò una base biologica specifica di tipo fisiologico o psicologico che causa la fenomenologia della trance¹, così come non c'è una base biologica specifica che ci porta a comperare un oggetto; si tratta esclusivamente di naturali fenomenologie umane conseguenti ad una determinata comunicazione.

¹ le modificazioni che si possono osservare (variazione della pressione, del battito etc.) sono solo un RISULTATO, non una CAUSA

E dato che il fine di ogni comunicazione è trasmettere qualcosa agli altri, in modo da aiutarli ad andare in una direzione, si può dire anche che tutta la comunicazione è ipnosi, oppure che nulla è ipnosi.

La teoria sociologica parte invece dalla considerazione che esiste un concetto corrente di "ipnosi"; indaga per quale ragione certi comportamenti vengano normalmente chiamati "ipnosi" e si chiede se non sia semplicemente il contesto sociale a far sì che comportamenti che in altre occasioni sarebbero considerati normali vengano in certe circostanze DEFINITI "ipnosi".

Come si vede questa teoria non nega la precedente, ma si può porre bensì a suo completamento.

Il concetto alla base della teoria sociologica è questo: anche le fenomenologie più strane (ad esempio l'anestesia o la regressione) possono essere ottenute senza l'utilizzo di tutti i concetti legati all'idea ottocentesca di "ipnosi", e appaiono quindi come NORMALI POTENZIALITA' umane.

Viene allora da chiedersi se il cosiddetto "stato ipnotico" non sia altro che un nome utilizzato in determinate circostanze come etichetta per certi comportamenti quando avvengono in determinate circostanze sociali, ma che sono però in sé stessi assolutamente naturali e adatti a quel contesto.

A questo proposito può essere utile ricordare l'antico adagio degli ipnotisti "se una persona crede di essere ipnotizzato allora lo è".

Una persona si può comportare in maniera diversa dal solito e mettere in atto comportamenti "ipnotici" come la regressione o l'anestesia, ma questo non implica che sia in uno stato particolare (o che sia "dissociato" o altre cose ancora); significa solo che sta applicando una strategia efficiente per ricordare o essere anestetizzato².

Può darsi che in altri momenti non riesca a mettere in atto tali strategie perchè non sa come fare o il contesto non è adatto.

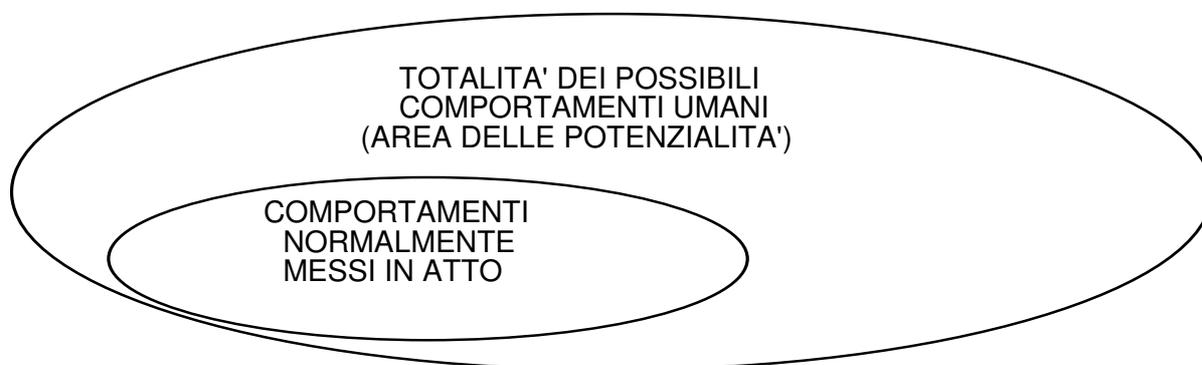
Il verificarsi di fenomeni classificati come "ipnotici" può essere vista sempre come un fenomeno di contesto che dipende soprattutto da circostanze esterne. Dato il contesto adatto, una persona può riuscire a mettere in atto la strategia giusta per ottenere un certo risultato.

²E se anche esistesse un qualcosa di definito chiamato "dissociazione" che serve per ottenere, ad esempio, l'anestesia, questo sarebbe solo un elemento di tale PARTICOLARE strategia, e non implica la possibilità di operare una generalizzazione ad altre fenomenologie.

A volte può farcela anche se non gli vengono date istruzioni apposite, ma gli esperimenti mostrano che istruzioni mirate migliorano i risultati.

La comprensione dei fenomeni ipnotici non è legata alla comprensione di uno stato particolare, bensì ad una comprensione generale del dinamismo della persona umana nel suo interagire con gli altri.

Un punto importante a favore di tale teoria è che mentre non esiste nessuna metodica fisiologica o psicologica che possa assicurarci con certezza il verificarsi di una situazione definibile correntemente come ipnosi, è appurato invece che una modificazione del contesto sociale, come una situazione di grande aspettativa del verificarsi di fenomeni ipnotici, può provocare sempre le fenomenologie definite come "ipnosi".



In questo disegno, i comportamenti compresi in "totalità dei possibili comportamenti umani" sono tutti comportamenti NATURALI e possibili (potenzialità).

Molti di questi NON sono normalmente MAI messi in atto nei normali contesti quotidiani.

La parola "ipnosi" è solo un nome per indicare la creazione di un ambiente che faciliti la messa in atto dei comportamenti non compresi nell'area "comportamenti normalmente messi in atto" e non ha bisogno di presupporre uno "stato particolare": si tratta di normali fenomeni conseguenti al tipo di comunicazione effettuata.

LA SUGGESTIONE

Inviare una suggestione significa inviare un messaggio.

Ogni suggestione non è che un messaggio, un elemento della comunicazione. Nel momento in cui noi siamo a contatto con un'altra persona inviamo migliaia di messaggi, sia coscientemente che incoscientemente, che possono essere graditi dall'altra persona o rifiutati.

La suggestione verbale non è che la concretizzazione nella forma di una richiesta fenomenologica di tutti questi messaggi.

Nel momento in cui diciamo ad una persona "il tuo braccio diventa rigido" queste parole non sono che la concretizzazione delle migliaia di suggestioni verbali e non verbali che questa persona riceve; se queste suggestioni sono coerenti, cioè se i messaggi vanno tutti nella stessa direzione e creano un contesto nel quale logicamente il braccio può divenire rigido, il braccio rimarrà rigido.

LE INTERFERENZE

Ogni comunicazione può subire delle interferenze: queste interferenze potranno essere o dovute a fattori esterni al trasmittente e al ricevente, o essere interne ad uno, o a entrambi, di questi.

Se l'interferenza è interna al trasmittente questo significa che la sua comunicazione sarà incoerente, e verranno trasmessi più messaggi contrastanti tra loro. In questo caso la comunicazione non otterrà il risultato voluto.

Altrettanto dicasi se il ricevente è incoerente nella ricezione del messaggio, e quindi presterà attenzione a più fonti di messaggi contemporaneamente.

INTERFERENZE NELLA RICEZIONE DI UN MESSAGGIO

Le interferenze più comuni nella ricezione di un messaggio possono essere: altre percezioni estranee alla fonte emittente pensieri e analisi razionale credenze ricordi e memorie sonno

Queste fonti di interferenza tendono a disturbare la ricezione del messaggio in maniera spesso imprevedibile.

Quello che viene chiamato da alcuni "potere personale" è anche coerenza nell'emissione dei vari messaggi.

IL CONTESTO

Il Contesto rappresenta la somma delle stimolazioni non verbali che il ricevente subisce; gestire la comunicazione significa quindi sapere anche gestire il contesto nella maniera più appropriata, di modo da fornire al ricevente un insieme coerente di messaggi.

OLTRE...

Ma l'ipnosi non è solo questo. Queste sono alcune delle teorie dominanti, ma scoprirete che vi è ancora di più che queste teorie, pur molto attuali, non arrivano totalmente a spiegare. L'ipnosi è una porta verso il mistero. Questa breve dispensa vi introduce a poter eseguire dei semplici esercizi da scena con successo, ma vi è molto di più. Imparerete a lavorare con l'animo umano, e ne scoprirete a poco a poco sempre più risvolti interessanti ed affascinanti...

Per completare questa introduzione ti offriamo due omaggi:

1) Scarica gratuitamente la dispensa "guida all'autoipnosi"

<http://www.pnl-nlp.org/dn/download.php?id=41>

2) Scarica gratuitamente l'ebook in formato .exe (funzionante solo sotto windows) "guida flash all'ipnosi"

<http://www.pnl-nlp.org/dn/download.php?id=66>