

Familienähnlichkeiten: Charisma und Hypnose als Beziehungsgeschichten

Anthony D. Kauders

Um den ursprünglichen Gegensatz zwischen Zustands- und Nichtzustandstheorien innerhalb der Hypnoseforschung zu veranschaulichen, unterschied der Sozialpsychologe Theodore Sarbin zwischen ‚happenings‘ und ‚doings‘. ‚Mit sich geschehen lassen‘ und ‚selber tun‘: So könnte man diese Gegenüberstellung kongenial übersetzen. Sarbin verglich dabei die Zustandstheoretiker Martin Orne und Ernest Hilgard mit dem Nichtzustandstheoretiker Nicholas Spanos. Während Orne und Hilgard auf der Suche nach kausalen Zusammenhängen mechanistische Metaphern bevorzugten, so Sarbin, sei Spanos kontextualistisch vorgegangen, um die jeweilige performative Handlung historisch, kulturell und sozial einzuordnen. Aus diesem Grund verstanden Zustandstheoretiker wie Orne und Hilgard das Verhalten von Hypnotisanden als „happenings“, also als Geschehnisse, bei denen das Subjekt nicht als ausführendes Organ („agency“) vorkomme. Der Nichtzustandstheoretiker Spanos dagegen begriff dieses Verhalten als freiwillige Handlung (Sarbin, 2002, S. 194-5).

Ich möchte die Kontroverse aufgreifen, um Parallelen zwischen diesem Thema und der Erforschung von Hitlers Charisma zu untersuchen. Ähnlich wie in der frühen Hypnoseforschung hat auch in diesem Fall lange Zeit eine problematische Gegenüberstellung die Literatur gekennzeichnet. Denn einerseits wollen Forscher das Verhältnis zwischen dem ‚Führer‘ und den Deutschen damit erklären, dass Hitler eine außergewöhnliche Persönlichkeit gehabt habe oder aber die Propagandamaschinerie des Dritten Reiches sein ‚Charisma‘ produziert habe. Dabei seien seine Anhänger in besondere Zustände versetzt worden. Nennen wir diese Position die ‚Sehen-heit-Glauben-Schule‘. Damit kommt zum Ausdruck, dass Hitler die Beziehungsgeschichte dominiert habe. Die Menschen, die ihn sahen oder hörten, seien ihm verfallen. Inso-

Anthony D. Kauders
Keele University, Keel, England

Familienähnlichkeiten: Charisma und Hypnose als Beziehungsgeschichten

In seiner Beschreibung der Unterschiede zwischen Zustands- und Nichtzustandstheorien innerhalb der Hypnoseforschung differenziert der Sozialpsychologe Theodore Sarbin zwischen ‚happenings‘ und ‚doings‘. Der Beitrag greift diesen Gegensatz auf, um Parallelen zwischen dem Gebiet der Hypnose und der Erforschung von Hitlers Charisma zu untersuchen. Ähnlich wie in der frühen Hypnoseforschung dominierte lange Zeit eine problematische Gegenüberstellung die Literatur. Erklärten einige Forscher; Hitlers ‚Charisma‘ sei seiner außergewöhnlicher Persönlichkeit oder der Propagandamaschinerie des Dritten Reiches geschuldet, argumentieren andere, die Deutschen hätten ihm allerhand Fähigkeiten zugeschrieben und ihre Hoffnungen auf eine nicht besonders beeindruckende Figur projiziert. Im ersten Fall („sehen heißt glauben“) habe Hitler bzw. die Inszenierung seiner Person die Beziehungsgeschichte dominiert, im zweiten („glauben heißt sehen“) hätten die Wünsche, Erwartungen und Fantasien der Anhänger dessen charismatische Herrschaft geschaffen. Diese entgegengesetzten Positionen werden zunächst untersucht. Danach wird mit Hilfe neuerer Ansätze aus der Hypnoseforschung, welche die Interaktion zwischen Hypnotiseur und Hypnotisanden als Vertrag oder Beziehung deuten, über mögliche neue Ansätze zur Erforschung von Charisma spekuliert.

Schlagworte: Charisma, Hitler, Hypnose, Sozialpsychologie, Massenpsychologie

Family Resemblances: Charisma and Hypnosis as Interactive Relationships

In juxtaposing state and non-state theories, the social psychologist Theodore Sarbin distinguished between scholars for whom hypnosis was akin to „happenings“ and scholars for whom hypnosis resembled „doings“. In a similar vein, work on Hitler’s „charisma“ has relied on two ideal-typical approaches: one position highlights Hitler’s charismatic abilities or the construction of his „charisma“ via propaganda; the other position holds that the expectations of Hitler’s supporters produced his „charisma“. In the first case („seeing is believing“), Hitler dominated the relationship, in the second („believing is seeing“) Germans projected their hopes and fantasies onto an otherwise non-descript figure. Upon examining both interpretations, the essay suggests that interactionist perspectives from within the field of hypnosis could be applied to future studies of charisma.

Key words: Charisma, Hitler, hypnosis, social psychology, mass psychology

Dr. Anthony D. Kauders
Reader in Modern European History
Keele University
Keele ST5 5BG
United Kingdom
a.d.kauders@keele.ac.uk

erhalten: 4.2.2016

revidierte Version akzeptiert: 20.5.2016

fern diese Schule den ‚Führer‘ bzw. dessen Agitatoren in den Mittelpunkt rückt sowie dabei einen speziellen Effekt bei den Anhängern vermutet, erinnert sie stark an die Zustandstheorie vergangener Tage. Andererseits gibt es Forscher, die diese Auslegung strikt ablehnen. Ihre Position – nennen wir sie die ‚Glauben-heißt-Sehen-Schule‘¹⁾ – setzt am anderen Ende an: Die Deutschen hätten einen Helden herbeigesehnt, als Hitler die Bühne betrat, sie seien Genieverehrung gewohnt gewesen, sie hätten ihm allerhand Fähigkeiten zugeschrieben und ihre Wünsche und Hoffnungen auf eine nicht besonders beeindruckende Figur projiziert. Hierbei steht nicht die Persönlichkeit Hitlers oder deren Inszenierung im Mittelpunkt, sondern die Wünsche, Erwartungen und Fantasien der Anhänger. Nicht was sie genau sahen oder hörten und dabei fühlten war wichtig, sondern womit sie rechneten. In dieser kurzen Beschreibung erkennen wir wiederum bekannte Elemente der sozialpsychologischen Erklärung der Nichtzustandstheoretiker.

In meinem Beitrag werde ich mich zunächst mit beiden Schulen auseinandersetzen. Danach soll kurz auf die bisherigen Versuche eingegangen werden, jenseits der bekannten Interpretationen das Verhältnis zwischen Hitler und den Deutschen weniger dualistisch anzugehen. In einem abschließenden Abschnitt komme ich auf die Hypnoseforschung zurück, wo auf ähnliche Weise Zustands- und Nichtzustandstheoretiker lange Zeit diametral entgegengesetzte Positionen zur Bedeutung des hypnotischen Settings vertreten haben. Neuere Ansätze, welche die Interaktion zwischen Hypnotiseur und Hypnotisand als Vertrag oder Beziehung deuten, erlauben es, Parallelen zur Erforschung von Charisma zu ziehen.

Sehen heißt Glauben

Niemand hat das 20. Jahrhundert so stark geprägt wie Hitler (Kershaw, 1998). Auch wenn Historiker seine Rolle im polykratisch strukturierten Dritten Reich zurecht relativiert haben (Broszat, 1969; Mommsen, 1991), steht außer Zweifel, dass er in vielen zentralen Bereichen – zu erwähnen sind insbesondere die Außenpolitik, die Aufrüstung und die so genannte ‚Judenpolitik‘ – das Heft des Handelns in der Hand hatte, sowie in vielen anderen die letzte Instanz war, wenn Konflikte zwischen konkurrierenden Stellen und Behörden entschieden werden mussten (Longerich, 2015). Aber unabhängig davon geht es bei der Beurteilung Hitlers zumeist nicht um seine Macht innerhalb des Systems, sondern um seine Stellung innerhalb der deutschen Gesellschaft. Wurde in einigen, zumeist frühen Arbeiten Hitlers Erfolg bisweilen dahingehend gedeutet, dass er sein Volk magnetisch in Bann gezogen habe (Lüdecke, 1938; Trevor-Roper, 1947; Merkl, 1975; Binion, 1978; Rosenbaum, 1998, Kapitel 4; Marks, 2007), weist man heute solche Darstellungen als simplifizierend zurück und sucht stattdessen in der Vorstellung vom charismatischen Führertum einen alternativen Erklärungsversuch.

Max Webers Unterscheidung zwischen traditionellen, rationalen und charismati-

Charisma und Hypnose

schen Typen legitimer Herrschaft steht dafür Pate (allen voran: Kershaw, 1987, 1998, 2000, sowie Wehler 2003). Seine Definition von Charisma geht von der „außeralltäglichen“ Qualität einer Persönlichkeit aus, „um derentwillen sie mit übernatürlichen oder übermenschlichen oder mindestens spezifisch außeralltäglichen, nicht jedem andern zugänglichen Kräften oder Eigenschaften [begabt] oder als gottgesandt oder als vorbildlich und deshalb als ‚Führer‘“ agieren könne (Weber, 1972, S. 140). Zwar betont Weber, dass es allein darauf ankomme, wie diese Qualität von den „charismatisch Beherrschten, den ‚Anhängern‘, bewertet“ werde (ebd.), was eine gewollte, zielgerichtete und bewusste Entscheidung zu implizieren scheint. Doch gleichzeitig spricht er von einer „gläubigen[n], ganz persönliche[n] Hingabe“ seitens eben dieser Gruppe (ebd.), sodass die Vorrangigkeit der charismatischen Figur wieder hergestellt wird. Dafür spricht auch, dass Weber in seinen politischen Schriften den charismatischen Führer zum genialen Individuum erhebt, der allein „will und kann“, während seine Gefolgschaft ihm gegenüber passiv bleibt (Möller, 2004, S. 7).

Nun gibt es, um in der Weber'schen Gedankenwelt zu bleiben, zwei idealtypische Möglichkeiten, sich der Idee des charismatischen Führertums anzunähern. Die eine besteht darin, Hitlers Charisma zu studieren und dabei festzustellen, ob sein ‚Führertum‘ auf persönliche Qualitäten zurückzuführen ist oder ob diese erst durch seine Entourage geschaffen werden mussten. Die andere interessiert sich weniger für die Person Hitlers und will wissen, welche Qualitäten von der Bevölkerung als charismatisch wahrgenommen wurden und wie sehr die Bevölkerung Hitlers Charisma selbst schuf.

Es ist in der Tat schwer, sich Charisma ohne Qualitäten, Anlagen oder Begabungen vorzustellen. In der Antike verwies das Wort auf eine göttliche ‚Gnadengabe‘ bzw. ein göttliches ‚Gnadengeschenk‘, was Attraktivität, Gunst, Zauber und Anmut beinhalten konnte. Attraktivität bezog sich wiederum darauf, durch körperliche Schönheit oder Redekunst auf andere anziehend zu wirken (Potts, 2009, S. 12-13; Herbst, 2010, S. 18). In der jüngsten Forschungsliteratur zu Hitler wird Charisma nicht mit Attributen, Merkmalen oder gar göttlichen Geschenken gleichgesetzt, sondern mit der Herstellung und Konstruktion charismatischer Autorität.

Die Inszenierung des Charismas, also wie Hitler sein Image gestaltete und wie es von anderen in seinem Umfeld gestaltet wurde, steht dabei im Vordergrund. Aus diesem Grund beschäftigen sich Forscher etwa mit der Rhetorik Hitlers, den Bildkompositionen seines Leibfotografen Heinrich Hoffmann oder mit Leni Riefenstahls Filmästhetik, um die Wirkung des Diktators zu veranschaulichen (Ulonska, 1990; Herz, 1994; Welch, 2001). Damit will man erstens vermeiden, sich auf zweifelhafte Aussagen von Anhängern zu verlassen, welche die außerordentliche Wirkung des ‚Führers‘ immer wieder beschrieben haben; und zweitens will man nicht darüber spekulieren, ob Hitler jenseits von Technik und Propaganda ‚charismatische Züge‘ besessen habe – und womöglich sogar solche, die immer noch faszinieren könnten. Trotzdem wird Charisma hier vor allem mit der Fähigkeit zur Beeinflussung von Menschenmassen gleichgestellt.

Am weitesten geht dabei Ludolf Herbst, der jegliche Zweifel ausräumen will, Hitler habe womöglich auch ohne Hilfe von außen attraktiv gewirkt. Vielmehr glaubt er zeigen zu können, dass „Hitler gemeinsam mit einem kleinen Kreis von Gefolgsleuten die Legende des charismatischen Führers erfand, um die messianischen Erwartungen der Menschen im Deutschland der krisengeschüttelten Zwischenkriegszeit für die NSDAP nutzbar zu machen“ (Herbst, 2010, S. 14). Tatsächlich gibt es wenig Anzeichen dafür, dass Hitler in dieser Hinsicht besondere Begabungen gehabt hätte, nicht in seiner Wiener Zeit, als er nirgendwo besonders auffiel, oder während des Krieges, als er sich eher am Rande seiner Truppe aufhielt, oder in den unmittelbaren Nachkriegsmonaten, als er in einer Münchner Kaserne ebenso wenig „gruppenbildend“ wirkte (ebd., S. 77, 98). Für Herbst entstand Hitlers Charisma in den späten zwanziger und dreißiger Jahren. Zuvor waren die Gauleiter auf ihn eingeschworen worden, die einfachen Parteimitglieder und SA-Leute hingegen noch nicht. Erst mit den Rundgängen, bei denen Hitler per Handschlag und Augenfixierung eine persönliche Beziehung aufnahm, sowie den Massenveranstaltungen und Rundreisen „stellte sich eine in der NSDAP in die Breite gehende immediate Führergefolgschaftsstruktur im Sinne einer charismatischen Sozialbeziehung zwischen den einfachen Führern und Mitgliedern der Partei her“ (ebd., S. 236. Siehe auch Horn, 2011, S. 108f). Um 1929/30 herum setzte sich zudem der Gruß ‚Heil Hitler‘ in der Partei durch.

Selbst wenn Arbeiten mit ähnlicher Stoßrichtung nicht explizit von Erfindung oder gar der „Erfindung eines deutschen Messias“ sprechen, ist des „Führers“ Anziehungskraft auch für sie das Produkt gezielter Manipulation. Untersuchungen zu Hitlers Rhetorik vor 1933 beschreiben etwa Aufbau und Inhalt seiner Reden als bewusste Gefühlsübertragung, die nichts Mystisches oder Charismatisches an sich gehabt habe. Sein Erfolg sei im Gegenteil allein dem Umstand geschuldet gewesen, dass er die schon von Aristoteles gemachte Beobachtung umgesetzt habe, Affekte könnten durch Rhetorik herbeigeführt werden. Emotionen wie Abscheu, Widerwille, Neid oder Zorn seien zusammen mit dem Personenkult um Hitler geschickt zu „einer Katharsis der Aggressionslust, des Stolzes und eines Triumphgefühls“ gesteigert worden (Ulonska, 1990, S. 289; die Bedeutung der Rede für Hitlers Erfolg relativiert Plöckinger, 1999). Hier geht es also nicht um ein ihm eigenes Redetalent, wie noch bei Martin Broszat (Broszat, 1969, S. 41), sondern um die Fähigkeit, antike Regeln der Rhetorik – und speziell die Verbindung von Ethos und Pathos innerhalb einer einzelnen Rede – im 20. Jahrhundert anzuwenden.

Schließlich wird betont, dass Hitlers Charisma bzw. Mythos auf der Anwendung künstlerischer Darstellungsformen innerhalb der Politik basiert habe. War im bürgerlichen 19. Jahrhundert die Politik noch auf Bildung angewiesen und von Bildung geprägt gewesen, habe sich das in der ersten Hälfte des letzten Jahrhunderts grundlegend geändert. Die neue Rolle der Massenmedien habe zur Folge gehabt, „effektiv inszenierte Auftritte“ vor großem Publikum als Mittel der Politik anzuerkennen. Dabei sei es zur „Umwandlung des geschriebenes Wortes in die fesselnde Rede“ gekommen,

Charisma und Hypnose

weil diese sich von der „logozentrischen Tradition des Bürgertums konsequent“ entfernt habe (Heinz Schlaffer, zitiert in Pyta, 2015, S. 10-11; siehe auch Eatwell, 2006, S. 146).

Von den Opern Richard Wagners hatte Hitler gelernt, wie wichtig die Inszenierung für den Erfolg eines Stücks sei, wie sehr Bühnenbilder, Lichteffekte, Kostüme und Gesten eine gewünschte Wirkung erzielen könnten (Herbst, 2010, S. 88; Pyta, 2015). Mit Hilfe Heinrich Hoffmanns entstanden in den 1920er Jahren Aufnahmen, die Hitler als charismatischen Redner darstellten. Später wurde sein Gesicht auf Briefmarken vermarktet und in den Wochenschauen der große Staatsmann in Szene gesetzt (Schmölders, 2000, S. 106, 144, 147). Insbesondere auf den Parteitag sei versucht worden, den Hitler-Mythos in einer Art „mystischer Kommunikation“ erlebbar zu machen (Reichel, 1993, S. 143; siehe auch Urban, 2007). Auch habe Hitlers Einfall, auf Wahlreisen ein Flugzeug zu benutzen, seinen Auftritten einen „messianischen Schimmer“ verliehen (Fest, 1973, S. 458). Kurz: Hitler und die NSDAP verdankten ihren politischen Durchbruch „weniger einem inhaltlichen Alleinstellungsmerkmal als dem Umstand, dass sie sich wesentlich besser auf eine massenwirksame Form der öffentlichen Darstellung verstand[en] als die politische Konkurrenz“ (Pyta, 2015, S. 10f).

Wie un schwer zu erkennen ist, gehen diese Beispiele davon aus, dass die Produktion von Charisma, ob nun mit Hilfe technischer Mittel oder nicht, Erfolg verspricht. Infolgedessen kann es sogar zur „Charismatisierung“ von Personen kommen, die unserem konventionellen Bild von Charisma gar nicht entsprechen wollen – wie etwa Stalin, Franco oder Salazar, die ihren Ruf als langweilige, graue Bürokraten geschickt in die von dynamischen Herrschern verwandelten (Eatwell, 2006, S. 148; Strong & Killingworth, 2011, S. 410). Der Fokus liegt dabei auf der charismatischen oder dementsprechend geschulten Persönlichkeit, dessen (natürlich vorhandene und/oder angelebte) Fähigkeiten genügen, um besondere Effekte zu erzielen. Auch wenn explizit vermieden wird, Hitler Eigenschaften zuzusprechen, die diese Effekte begünstigten, wird der Erfolg trotzdem an seiner Person festgemacht. Denn ohne ‚Führer‘ keine charismatische Führerherrschaft.

Wir haben es daher mit einem Ansatz zu tun, der nicht von ungefähr an Sarbins Unterscheidung zwischen ‚happenings‘ und ‚doings‘ erinnert. In diesem Fall bedeutet die Akzentuierung von Rhetorik, Theatralik und Kulisse eine Manipulation der Bevölkerung, die diese Verführung mehr oder weniger über sich ergehen lässt. Hitler zu sehen oder zu hören, nachdem dieser sich durch das Erlernen bestimmter Techniken als Charismatiker qualifiziert hatte, war demnach gleichbedeutend mit dem Glauben an ihn als Retter oder Erlöser der Nation. Mit anderen Worten: Es macht gar keinen Unterschied, ob Hitler besonders begabt gewesen sei oder nicht, solange an der Idee festgehalten wird, dass er der Ausgangspunkt des Charismas bleibt und seine Anhänger weiterhin als die passiven Empfänger dieses Charisma dienen.

Wie bei Zustandstheoretikern spielt die Induktion (Rede, Schauspiel, Licht, Augenfixierung, Händedruck) eine ausschlaggebende Rolle, denn ohne diese stellt sich

kein Zustand ein, der die charismatische Beziehung bestätigen würde. Obwohl Historiker die weit verbreitete Annahme, Hitler sei von Natur aus ein begnadeter Politiker gewesen, also ablehnen, bedeutet das nicht, dass sie damit einem anderen Problem entgehen, nämlich der Annahme, charismatische Herrschaft beruhe auf der einseitigen Einflussnahme des Herrschers oder der herrschenden Gruppe über die Anhängerschaft oder Bevölkerung. Um dieses Bild zu entkräften, gibt es den Vorschlag, Charisma als Zuschreibung, Projektion und Erwartungshaltung zu konzipieren, mit der viele Deutsche Hitler den Weg geebnet hätten. Damit greift man Max Webers Überlegung auf, wonach es darauf ankomme, wie die „charismatisch Beherrschten“ die jeweiligen Qualitäten des Führers bewerteten.

Glauben heißt Sehen

Eine solche Bewertung kann jedoch nur dann stattfinden, wenn bestimmte Standards oder Traditionen existieren, die es überhaupt erst erlauben, Unterscheidungen zu treffen. Hierfür bedarf es eines „vielfach geschultes Publikums“ (Schmölders, 2000, S. 65). Verschiedene solche Bezüge sind mittlerweile behandelt worden, darunter die Heldenverehrung, der Genie-Kult und das Volksgemeinschaftsideal. Allen ist gemein, dass nur durch sie Charisma als Charisma habe erkannt werden können. Für Webers Unterscheidung zwischen traditionaler, rationaler und charismatischer Herrschaft entsteht dabei allerdings ein Problem, soll doch die „außeralltägliche“ charismatische Herrschaft die traditionellen bzw. rationalen Herrschaftsformen außer Kraft setzen – statt diese zu bestätigen (Turner, 2003, S. 13). Weber hatte Charisma als eine „Umformung von innen“ beschrieben, „die, aus Not oder Begeisterung geboren, eine Wandlung der zentralen Gesinnungs- und Tatenrichtung unter voller Neuorientierung aller Einstellungen zu allen Lebensformen und zur ‚Welt‘ überhaupt“ bedeute (Weber, 1972, S. 142). Sofern aber Charisma als Zuschreibung (Pyta, 2004, S. 111) gedacht wird, als Projektion oder Erwartungshaltung (Kershaw, 2000, S. 23) bleibt von dieser Umformung nicht viel übrig. Später komme ich auf diese Schwierigkeit zurück, denn der vermeintliche Widerspruch lässt sich auflösen, indem wir daran erinnern, dass Webers Klassifikationen Idealtypen sind und nicht die Realität widerspiegeln.

Vereinfacht gesagt gibt es drei Möglichkeiten, diese Erwartungshaltung zu erklären: den Verweis auf langfristige Trends; den Verweis auf das frühe 20. Jahrhundert; und den Verweis auf psychologische Begrifflichkeiten. Allen ist gemein, dass sie dem Gedanken misstrauen, Hitlers Charisma bzw. die Erfindung seines Charismas sei für millionenfache Manipulation verantwortlich gewesen. Auch wenn die überaus geschickte Stimmungsmache der Nationalsozialisten nicht ohne Wirkung habe bleiben können, müsse man sie eher als Verstärkung vorhandener „Disposition und Einstellungen“ betrachten. „Eine noch so geniale Propaganda“ bringe die Menschen nämlich nicht dazu, plötzlich etwas zu lieben, was sie zuvor gehasst hätten (Brockhaus, 2006, S. 159).

Charisma und Hypnose

Diejenigen, die auf langfristige Entwicklungen Bezug nehmen, berufen sich hauptsächlich auf den Kult großer Männer, der nicht auf Deutschland beschränkt gewesen sei, sondern in ganz Europa die Politik vielfach bestimmt habe. Dass dieser Kult nicht zwangsläufig charismatische Persönlichkeiten im Sinne Webers hervorbringen musste, zeigt das Beispiel Frankreich, wo es trotz einer napoleonischen Tradition nicht zu einem charismatischen Führertum im 20. Jahrhundert gekommen ist (Eatwell, 2006, S. 150). Dennoch wird versucht, Kontinuitätslinien zwischen den nationalen Heroen des 19. und den charismatischen Führern des 20. Jahrhunderts herzustellen (Herbert, 2014, S. 283). In diesem Zusammenhang wird auf einen „soziokulturellen Traditionsbestand und eine politische Kultur“ verwiesen, die „das Wirken des ‚großen Mannes‘ in der Geschichte“ privilegiere. Neben der existentiellen Krise habe diese Tradition zum Gelingen von charismatischer Herrschaft beigetragen (Wehler, 2003, S. 554).

Bei diesem Erklärungsversuch geht es also um die historische Frage nach langfristigen Entwicklungen und plötzlichen Umbrüchen. Haben gewisse Dispositionen charismatische Führer hervorbringen müssen, oder bedurfte es nicht vielmehr einer Krisensituation, damit sich diese Dispositionen auch auswirken konnten (Dobry, 2006, S. 165)? Gleichzeitig sucht man nach geistigen Traditionen, die besonders in Deutschland vorhanden gewesen sein sollen. So habe das romantische Leitmotiv vom Genie beispielsweise immer mehr die Politik mitbestimmt. Aus Machtpolitikern wie Bismarck seien Künstlergenies geworden, deren Fähigkeiten und Intuitionen weit über das Übliche hinausragten (Breuilly, 2011, S. 489). Die Beharrlichkeit solcher Ideologeme habe dazu beigetragen, eine ganz bestimmte Erwartungshaltung zu wecken: In Krisensituationen würden Genies vom Schicksal eines Bismarck das Heft in die Hand nehmen und das Land in eine neue, bessere Zukunft lenken.

Einige Forscher erklären Hitlers anhaltenden Erfolg mit der Wirkungsmacht des Geniekonzepts. Da es sich bei der charismatischen Herrschaft um eine „kommunikativ beständig erneuerte Sozialbeziehung“ handele, die die „Realpräsenz des Charismatikers“ voraussetze (Pyta, 2015, S. 241; dazu auch Kershaw, 2000, S. 143), wird auf das Geniekonzept verwiesen, um Hitlers Erfolg auch in jenen Jahren zu erklären, als die Deutschen ihren ‚Führer‘ kaum noch zu Gesicht bekamen. Denn anders als der Charismatiker, der gegenüber seinen Anhängern unablässig für sich werben müsse, könne sich das vermeintliche Genie einer solchen „Leistungskontrolle“ entziehen – und zwar, weil seine Bewunderer an die „vermeintlich unerreichte Schöpferkraft ihres Abgotts“ glaubten (ebd., S. 24). Damit wird das Bekenntnis zum Genie zu einer unabhängigen Instanz, die jenseits von Inszenierung und Veralltäglichung funktioniert. Eine wirkungsvollere Form der Zuschreibung lässt sich kaum vorstellen.

Der vielleicht bekannteste Ansatz, diese Erwartungshaltung zu historisieren, stellt einen Zusammenhang her zwischen Charisma und dem Volksgemeinschaftskonzept. Dieses hatte sich nach 1914 immer mehr zu einem Bild verdichtet, in dem das so genannte Augusterlebnis rückblickend idealisiert und die Volksgemeinschaft zu einem

„Zielbegriff“ erklärt wurde, „der davon lebte, dass die Volksgemeinschaft noch nicht erreicht war“ (Mergel, 2005, S. 98. Siehe auch Fritsche, 1998, S. 6f, 80, 2008, S. 38ff; Wildt, 2009, S. 37). Nur die Volksgemeinschaft versprach Heilung, und von der Politik erwartete man immer häufiger, „aus den fragmentierten, amorphen Versatzstücken der Gesellschaft innere Zusammengehörigkeit“ herzustellen (Mergel, 2005, S. 97). Zusammenfassend wird festgestellt, dass die „Verheißung von sozialer Gemeinschaft und nationalem Wiederaufstieg, von Überwindung der Klassengesellschaft und politischer Einheit“ wesentlich zur Attraktivität des Nationalsozialismus beigetragen habe (Bajohr & Wildt, 2009, S. 8).

Der Erfolg der NSDAP beruhte aber nicht nur auf der Tatsache, dass die Partei am lautesten und aggressivsten für diese Volksgemeinschaft eintrat. Vielmehr hatte sie in Adolf Hitler auch eine Figur, die versprach, den ‚echten‘ und ‚wahren‘ Volkswillen sowie die Einheit des Volkes in einem Einzelnen zu verkörpern (Herbert, 2014, S. 282f). Und das habe eben so gut funktioniert, weil Hitlers „Eigenschaftslosigkeit und die Tatsache, von Natur mit wenig anziehenden oder gar schönen Elementen gesegnet worden zu sein“, zu seinem Charisma eher beigetragen habe als irgendwelche besonderen Fähigkeiten (Van Laak, 2004, S. 156). Als typischer „Vertreter des Volkes“, der in dieser Hinsicht kaum Angriffsflächen bot, habe es Hitler vielen Deutschen ermöglicht, ihre Hoffnung, ein Erlöser möge die Volksgemeinschaft realisieren, auf ihn zu projizieren (ebd.; Reichel, 1993, S. 154).

Aber ob nun eine historische Konstante (der ‚große Mann in der Geschichte‘, das ‚Genie‘) oder eine neuartige historische Konstellation (die Sehnsucht nach einer Volksgemeinschaft unter Führung einer charismatischen Persönlichkeit) die Ursache für Hitlers Erfolg gewesen sein soll, die eigentliche Klammer, die diese Interpretationen zusammenhält, ist psychologischer Natur: Die Deutschen wollten glauben, gehorchen, verehren, ohne Bezug auf eine bestimmte Person. Dass es am Ende Hitler sein würde, war zweitrangig.

Aus diesem Grund fällt auch immer wieder das Wort „Projektion“ (etwa bei Van Laak, 2004, S. 156, 163 oder Breuilly, 2011, S. 490). Dass insbesondere Psychoanalytiker diesen Begriff gebrauchen, ist nicht überraschend. Dabei beziehen sie sich häufig auf Freuds „Massenpsychoanalyse und Ich-Analyse“ aus dem Jahr 1921, in der „Idealisierungen“ als Versuche geschildert werden, auf Umwegen eine Befriedigung des eigenen Narzissmus zu erreichen (Freud, 1999, S. 124, 127; siehe auch Stäheli, 2011, S. 71). Die Masse, so Freud, sei eine Anzahl von Individuen, „die ein und dasselbe Objekt an die Stelle ihres Ichideals gesetzt habe“ (ebd., S. 128). Einige Forscher übernehmen diese Ideen fast wortwörtlich. Die Deutschen (als Masse) hätten sich mit dem idealisierten Erscheinungsbild des ‚Führers‘ identifiziert. Dieser sei dann an die „Stelle des Ich-Ideals jedes Einzelnen“ getreten, „jenes seelischen Selbstbildes, das von den kühnsten Phantasien über eigene Bedeutung, Vollkommenheit und Überlegenheit, aber auch von natürlichen Hoffnungen des menschlichen Lebens, wie und was man sein möchte, gezeichnet“ werde (Mitscherlich, 1983, S. 72f; dazu auch

Charisma und Hypnose

Hoyer, 2008, 491ff). Andere sprechen weniger von Allmachtfantasien oder Perfektionsstreben, sondern von der Hoffnung, eine gegenwärtige Krise zu meistern. Danach handele es sich beim charismatischen Führer um eine Figur, deren Qualitäten eine Bevölkerung projizierend hervorbringe, weil sie hungrig nach Rettung („rescue-hungry“) sei. Die „wahren Initiatoren“ bzw. „Erfinder“ des Charismas kämen aber immer mitten aus der Bevölkerung (Schiffer, 1973, S. 10f, 17, 19).

Aus diesen Ausführungen geht hervor, dass der Hauptunterschied zwischen der ‚Sehen-heißt-Glauben-Schule‘ und der ‚Glauben-heißt-Sehen-Schule‘ keineswegs darin besteht, dass die einen konstruktivistisch argumentieren und die anderen nicht. Die Mehrheit der ersten Richtung behauptet, Hitlers Charisma sei von ihm selber, seiner unmittelbaren Umgebung, der NSDAP und schließlich dem nationalsozialistischen Staat hergestellt worden. Der Erfolg des ‚Führers‘ habe somit nichts mit dessen angeblichen Eigenschaften oder Fähigkeiten zu tun. Stattdessen seien die Deutschen durch Lichteffekte, Lautsprecher und Leinwände teilweise verführt worden. Die zweite Richtung ist ebenso konstruktivistisch. In diesem Fall erfindet die Bevölkerung den charismatischen Führer, nach dem sie verlangt. Auch hier geht es darum, etwas zu erschaffen, was zunächst in der Kultur oder in der Psyche angelegt ist, und darauf wartet, ans Licht zu kommen. Wo die einen Konstruktion hauptsächlich mit Technik, Propaganda, Agitation, kurz: einem Apparat verbinden, assoziieren die anderen Konstruktion mit Erwartungen, Wünschen, Träumen, Idealen, kurz: der Psyche. In den Begrifflichkeiten von Spanos und Sarbin: Bei der Konstruktion von Charisma geht es um ‚doings‘ – ‚selber tun‘.

Der Hauptunterschied liegt woanders. Lassen wir beide ‚Schulen‘ noch einmal Revue passieren, fällt auf, wie sehr sich ‚Sehen-heißt-Glauben‘ auf ein Modell bezieht, dass man durchaus als hierarchisch bezeichnen kann. Die charismatische Führerherrschaft findet von Oben nach Unten statt, die Bevölkerung erliegt passiv der Anziehungskraft eines Individuums, die Manipulation durch den Apparat erfolgt relativ problemlos und die Beziehung zwischen beiden ist von einem Machtgefälle zugunsten des Charismatikers geprägt. ‚Glauben-heißt-Sehen‘ beinhaltet eine entgegengesetzte Position. Die charismatische Führerherrschaft besteht aus Akklamationen, Zuschreibungen und Idealisierungen der Bevölkerung, die alles andere als passiv ist. Sie ist im Gegenteil der Ausgangspunkt des Charismas und besitzt genaue Vorstellungen davon, wie der ‚Führer‘ zu sein habe. Die Bevölkerung allein bestimmt deshalb über Erfolg oder Misserfolg des jeweiligen Anwärters auf charismatische Herrschaft. Um Spanos und Sarbin zu zitieren: Während für die ‚Sehen-heißt-Glauben-Schule‘ die Bevölkerung etwas mit sich geschehen lässt („happenings“), kann laut der ‚Glauben-heißt-Sehen-Schule‘ Charisma überhaupt erst mit Hilfe der Bevölkerung entstehen („doings“). Max Webers Rede von der „gläubigen[n], ganz persönliche[n] Hingabe“ der Anhänger (Weber, 1972, S. 140) ist also in diesem Sinn völlig fehl am Platz.

Wie aber ist Herrschaft dann zu verstehen? Kann man zwischen der Grundannahme, Hitlers Charisma sei eine geschickte Konstruktion gewesen, und der gegenteili-

gen Position, die Deutschen hätten Hitlers Charisma selber erzeugt, vermitteln? Will man vermeiden, Charisma als Top-Down-Modell zu definieren, demzufolge Hitler verführte und dessen Anhänger ihm verfielen, und will man ebenso vermeiden, Hitler als Marionette der Bevölkerung zu erklären, scheint die einzige Lösung darin zu bestehen, sich das Phänomen als einen freiwilligen Austausch (Dobry, 2006, S. 164) oder Vertrag zwischen Führer und Anhängerschaft vorzustellen. Auch wenn eine solche Perspektive dem Propagandabild der Nationalsozialisten nahe kommt, wonach es eine weitgehende Übereinstimmung zwischen ‚Führer‘ und ‚Volk‘ gegeben habe (Herbst, 2010, 12 f), scheinen die Alternativen das Phänomen nur auf einseitige Weise als entweder ‚doings‘ oder ‚happenings‘ fassen zu können. Das aber wird der Realität nicht gerecht.

Beziehungsgeschichten

Einige prominente Vertreter der „Glauben-heißt-Sehen-Schule“, die gleichzeitig die Idee der charismatischen Führerherrschaft verfechten, sprechen von einer wechselseitigen Beeinflussung. „Der Charismatiker und seine Gesellschaft, die nach ihm verlangt, ihn trägt, in mit ihrer Loyalität bestätigt“, stünden in einer „unauflöselichen Wechselwirkung“ (Wehler, 2003, S. 552). Diese Verbindung wird auch als eine Rückkopplung beschrieben „zwischen einem lernbereiten ‚Charismatiker‘, als welcher Hitler sich nur zu genau erwies, und einer Anhängerschaft, die aufgrund ihres krisengesättigten Bewußtseins in hohem Maße projektions- und gefolgsbereit“ gewesen sei (Van Laak, 2004, 163).

Eine alternative, soziologische Herangehensweise folgt der Theorie der Nachahmung des Franzosen Gabriel Tarde. Danach besteht die Gesellschaft aus einer Herde somnambuler Menschen, die ständig damit beschäftigt seien, Suggestionen aufzunehmen und diese dann weiter zu geben. Als Anhänger der Schule von Nancy glaubte Tarde, dass unter bestimmten Bedingungen jeder hypnotisierbar sei (Stäheli, 2009, S. 399). Gleichzeitig kommt es ihm zufolge in der Moderne – im Unterschied zu früheren Epochen – zu gegenseitigen „Magnetisierungen“. Anders formuliert: Während in „ursprünglichen“ Kulturen die Nachahmung hierarchisch organisiert gewesen sei, das Model also immer Vorrang vor der Kopie oder der Meister vor dem Untergebenen gehabt habe, müsse heute von einer Wechselseitigkeit ausgegangen werden (Tarde, 1890/2009, S. 97ff).

Wie aber sieht diese Wechselseitigkeit aus? Tarde stellt der in der klassischen Hypnose „privilegierten und unangefochtenen Stellung des Hypnotiseurs“ die „Dynamik der Massenmitglieder“ gegenüber (Stäheli, 2009, 403f). Zwar müsse es zu Nachahmungen kommen, aber dafür sei ein Führer nicht notwendig oder allenfalls zweitrangig. Auf jeden Fall stehe die nachzuahmende Idee im Mittelpunkt (Stäheli, 2011, S. 75f) Ausgelöst werde diese Dynamik durch „Leidenschaftsfunken“, aus der die selbstreferentielle Masse entstehe. Leidenschaftsfunken seien nichts anderes als spontane

Charisma und Hypnose

Affekte, die andere beeinflussten oder ansteckten. So werde nach Tarde ein Passant nach dem anderen durch sie erfasst (Stäheli, 2009, 403f; zur emotionalen bzw. psychischen Ansteckung siehe Frevert, 2009; Freud, 1999, S. 117f). Selbst wenn ein Leidenschaftsfunke seinen Ausgang bei einer einzigen (höhergestellten) Person nehme, könne diese sie nicht kontrollieren. Wie aus dieser kurzen Zusammenfassung hervorgeht, ist Tarde „Inter-Psychologie“ (Borch & Stäheli, 2009) zugleich eine Soziologie der modernen Großstadt. Denn ohne die „konstante Reizüberflutung, die Unterwerfung der flanierenden oder zur Arbeit eilenden Massen unter kollektive Geschwindigkeiten und Bewegungsstile“ ist seine Vorstellung von der „Verbreitung von Nachahmungen“ (Lüdemann, 2008, S. 118f) nicht zu denken.

Wechselwirkungen, Rückkoppelungen, Leidenschaftsfunken, Infektionen, Nachahmungen: Das sind alles Begriffe, die nicht nur den bereits kritisierten Dualismus überwinden helfen (und damit ‚doings‘ und ‚happenings‘ als synchrone und konstitutive Elemente des Verhältnisses zulassen), sondern auch die Konstruktion von Charisma nicht als rein technische, affektlose Manipulation begreifen. Gerade die ‚Sehen-heit-Glauben‘-Schule tendiert ja in diese Richtung, steht bei ihr doch die einseitige Einflussnahme des Herrschers oder der herrschenden Gruppe über die Bevölkerung im Vordergrund. Dass es sich beim Verhältnis zwischen Hitler und seiner Anhänger-schaft um eine Beziehung (Pyta, 2004, S. 110) handelte, die sich nicht in „Aneignungskategorien“ verstehen lässt, bleibt außen vor. Der „relationale Charakter“ von Macht, zumindest im Zusammengang mit der Entstehung einer charismatischen Herrschaft, verbietet es, diese nur mit einer Gruppe oder Klasse in Verbindung zu bringen, während der Rest davon völlig ausgeschlossen wird (Lemke, 2005, S. 331). Über Rückkoppelungen oder Nachahmungen nachzudenken bedeutet auch, die Rolle Hitlers nicht zu vernachlässigen, wie das in der ‚Glauben-heit-Sehen-Schule‘ passieren kann. Ohne seine Person (oder die einer ähnlichen Figur) würde sich die Vorstellung von einer charismatischen Führerherrschaft auf den „Akt der Zuschreibung von außen“ bzw. die bloße Vollstreckung bestimmter Erwartungshaltungen reduzieren (Pyta, 2004, S. 113, 115). Übrig bliebe dann nur eine Art von Autosuggestion.

Schon die vielen Assoziationen, die über die Hypnose im Umlauf sind, lassen gewisse Ähnlichkeiten mit dem Thema Charisma erkennen. Nicht zuletzt die Vorstellung von der Allmacht des Hypnotiseurs, der seine Hypnotisanden kontrolliert (Cangas & Wagstaff, 2000; Furnham & Lee, 2005; Barrett, 2006; Capafons et al., 2008; Kauders, 2015a), erinnert an bestimmte Aspekte der ‚Sehen-heit-Glauben-Schule‘. Dieses Bild hat lange Zeit die kulturellen Vorstellungen von der Hypnose geprägt, unabhängig davon, ob die Persönlichkeit oder die Methoden des Hypnotiseurs die angebliche Wirkung erklärten. Dafür gibt es gute Gründe. Schon zu Anton Mesmers Zeiten funktionierte der Magnetismus auch deswegen, weil Mesmer eine bestimmte Atmosphäre schuf, in der Musik, Licht und Kostüme dessen Arbeit begleiteten (Crabtree, 1993, S. 52). Bis zum heutigen Tag macht sich die Bühnenhypnose diese Strategie zu Eigen. Die Augenfixierung, von James Braid Jahrzehnte nach Mesmer einge-

führt, galt zwar als effektive und reduzierte Form der Induktion (Gauld, 1992, S. 279-288), bestätigte aber gleichwohl das Bild von der Fremdbestimmung durch den Hypnotiseur – genauso wie Ende des 19. Jahrhunderts die theatralischen Inszenierungen, die Jean-Martin Charcot in den Hörsälen der Salpêtrière veranstaltete. Der Einfluss von Charcots Gegenspieler Hippolyte Bernheim, der die potentielle Suggestibilität aller Menschen betonte, war besonders groß. Zu seinen Anhängern gehörte der Staatsanwalt von Nancy, der immer wieder vor der Macht der Hypnose warnte und Somnambule als Automaten bezeichnete, die nicht mehr Herr ihrer Sinne seien (Laurence & Perry, 1988, S. 204.)

Es ist in diesem Zusammenhang nicht weiter überraschend, dass der Soziologe Gustave Le Bon das Verhalten der Massen mit Verweis auf die Hypnose zu erklären versuchte. Wenn er schrieb, der Mensch könne in einen Zustand versetzt werden, „der ihn seiner bewußten Persönlichkeit beraubt und ihn allen Einflüssen des Hypnotiseurs, der ihm sein Bewußtsein genommen hat, gehorchen und Handlungen begehen läßt, die zu seinem Charakter und seinen Gewohnheiten im schärfsten Gegensatz stehen“ (Le Bon, 1911, S. 16), dann bezog er sich auf die Schule von Nancy. Mittlerweile wissen wir von der Wirkungsmächtigkeit solcher Ideen. Auch wenn nicht geklärt ist, ob Hitler Le Bon gelesen hat oder dessen Ideen über den Umweg populärwissenschaftlicher Quellen rezipierte, fest steht, dass sich in seinen Schriften Elemente der Le Bon'schen Massenpsychologie finden lassen, etwa „die Übernahme der negativ-verachtenden Charakterisierung der Masse“, die „Überzeugung von ihrer Suggestibilität“ oder die Beschreibung der Masse „als loyalitätssüchtiger Herde, als Weib, das sich instinktiv der Autorität eines starken Führers unterwirft.“ (Paul, 1990, S. 33) Dass Hitlers Zeitgenossen den Erfolg des „Führers“ an seinen „magnetischen“ bzw. „hypnotischen“ Fähigkeiten festmachten, passt ins Bild einer Gesellschaft, in der die Hypnose als gefährliches und mächtiges Instrument betrachtet wurde.

Schließlich muss noch auf den vielleicht spektakulärsten Hypnose-Fall dieser Zeit verwiesen werden, den Heidelberger Hypnoseprozess von 1936 (vgl. Kauders, 2015 b). Der Hauptsachverständige im Prozess, dessen Gutachten das Gericht folgte, war davon überzeugt, dass das weibliche „Opfer“ von seinem männlichen „Täter“ durch Hypnose sieben Jahre lang in einem willenlosen Zustand gehalten worden sei. In dieser Zeit kam es wiederholt zu Vergewaltigungen des Opfers, das Opfer selbst habe allerdings in Trance mehrmals versucht, ihren Ehemann umzubringen. Für den Hypnoseexperten Ludwig Mayer stand fest, dass die Hypnose ein gefährliches Werkzeug in den Händen geübter Techniker sei und dass der Wille durch Hypnose ausgeschaltet werden könne (zur kritischen Diskussion dieses Falles siehe Peter, 2015).

Folgt man Sarbin, ohne dabei eine strenge Parallelisierung zwischen Zustandstheorie und „Sehen-heißt-Glauben-Schule“ bzw. Nichtzustandstheorie und „Glauben-heißt-Sehen-Schule“ vorzunehmen, erinnern sowohl die frühen mesmerischen Experimente als auch das Mayer'sche Gutachten an wesentliche Aspekte der „Sehen-heißt-Glauben-Schule“: In beiden Fällen ist der Suggestor von zentraler Bedeutung, der mit

Charisma und Hypnose

Hilfe rhetorischer, stimmlicher und/oder visueller Mittel die Massen manipuliert bzw. Patienten beeinflusst, um diese in einen bestimmten Zustand zu versetzen. Und auch wenn spätere Forschungen seitens der Zustandstheoretiker die Rolle des Suggestors weniger in den Blick nehmen, fällt auf, dass dieser unausgesprochen der Ausgangspunkt der Hypnose bleibt. Die Beschäftigung mit der Trance als einer Form der Hypersuggestibilität bzw. der Trance als Ursache von Suggestibilität (Kirsch, 2011) erinnert zudem an Sarbins „happenings“: Auch hier kommt der Hypnotisand nicht als Subjekt vor, sondern als Objekt eines von ihm nicht selbst produzierten oder kontrollierten Geschehens.

Die alte Dichotomie zwischen den Zustands- und Nichtzustands-Theoretikern gibt es heute nicht mehr. Beide erkennen einen hypnotischen Zustand an, der auch hirneurophysiologisch festgemacht werden kann. Allerdings stellen sozialpsychologische Forscher weiterhin die Rolle des Patienten bzw. Klienten innerhalb der so genannten therapeutischen ‚Allianz‘ stärker in den Vordergrund als Zustandstheoretiker, was zumindest theoretisch sowohl die Bedeutung des Hypnotiseurs als auch die Erforschung eines (speziellen) Zustandes relativiert. Steven Lynn, Jean-Roch Laurence und Irving Kirsch (2015, S. 48) fassen diese Sicht wie folgt zusammen: „Wir definieren Hypnose als eine Situation, in welcher einer Person imaginative Suggestionen zur Veränderung des Denkens, des Fühlens und des Handelns in einem als ‚Hypnose‘ definierten Kontext erteilt werden in der Erwartung, dass diese Person darauf zwingend reagieren werde in Übereinstimmung mit ihren Überzeugungen bezüglich Hypnose, welche häufig vom breiteren soziokulturellen Hintergrund abgeleitet sind.“

Folgt man Lynn et al., ist es von entscheidender Bedeutung, was Menschen über Hypnose wissen; wovon sie ausgehen, wenn sie einem Hypnotiseur begegnen; wie motiviert sie sind, eine ‚Hypnose‘ zu erleben; und womit sie rechnen, sollten sie sich für eine ‚Hypnose‘ entscheiden. Allein aus diesen Gründen sei es unmöglich, von einem einförmigen Zustand zu sprechen, dem sich alle Hypnotisanden unterschiedslos ‚unterwerfen‘ (Kihlstrom, 2003). Hinzu kommt, dass Induktionen wenig zur Suggestibilität beitragen und nur insofern wichtig seien, als sie das Setting von der gewöhnlichen ‚Alltagskommunikation‘ abgrenzten. Der ‚Vertrag‘ zwischen Hypnotiseur und Hypnotisand werde vielmehr schon vor etwaigen Suggestionen abgeschlossen (Lynn, Laurence & Kirsch, 2015, S. 49ff).

Die Ähnlichkeiten mit der ‚Glauben-heißt-Sehen-Schule‘ sind unverkennbar: Die soziokulturelle Tradition innerhalb Deutschlands habe ‚großen Männern‘ eine wichtige Rolle zukommen lassen, Krisen zu bewältigen. Diese Überzeugung teilten viele Menschen im Land und mit dieser Überzeugung begegneten viele Hitler und anderen ‚Führungspersönlichkeiten‘, von denen sie hofften, die Lösung ihrer Probleme zu erfahren. Der ‚Vertrag‘ zwischen Hitler und seinen Anhängern bestand zum einen darin, die Erwartungshaltung, ein großer Mann möge die Gesellschaft heilen, zu bestätigen, und zum anderen, das Land radikal zu verändern. Bevor es überhaupt zu bestimmten Suggestionen (in Form von Reden, Veranstaltungen, Aufmärschen, Inszenierungen)

gekommen ist, bestand in dieser Hinsicht Einigkeit über das Verhältnis beider Seiten. Je schwieriger die Lage, desto motivierter waren viele Deutsche, sich auf das Wagnis Hitler einzulassen. Je mehr sie sich darauf einließen, desto mehr rechneten sie mit einer Bestätigung der ihm zugeschriebenen rettenden Mission. Die Dialektik bestand darin, sowohl selber tätig zu werden (,doings') als auch darauf zu bauen, aufgrund dieses Engagements große Dinge, ja selbst Wunder (,happenings') zu erleben. War man von der rettenden Mission Hitler überzeugt, bedurfte es nicht ständiger Großveranstaltungen, um diese Überzeugung zu begründen. Aufmärsche oder Parteitage waren insofern wichtig, als sie die ,charismatische Herrschaft' rituell bestätigten und sich von der gewöhnlichen ,Alltagskommunikation' unterschieden. Aber die Veralltäglichsung des Charismas bestand vor allem in den innen- und außenpolitischen Erfolgen Hitlers (Breuilly, 2011, S. 179), also im Glauben, der ,Vertrag' habe sich gelohnt. So wie es keinen kollektiven Zustand gab, der über Jahre andauerte, so gab es auch keine fortwährende charismatische Situation. Webers Aussage, die charismatische Herrschaftsform sei „außeralltäglich“ und bringe eine „Wandlung der zentralen Gesinnungs- und Tatenrichtung unter voller Neuorientierung aller Einstellungen zu allen Lebensformen und zur ,Welt' überhaupt“ mit sich (Weber, 1972, S. 142), ändert daran nichts. Andere Loyalitäten, ob rationaler oder traditionaler Art, blieben auch nach 1933 bestehen (Nolzen, 2009; Föllmer, 2013). Die historische Realität erinnert uns an die idealtypische Natur dieser Unterscheidungen, in denen Mischformen nicht vorkommen dürfen (Dobry, 2006, S. 162; Kallis, 2006, S. 37). Der ,Vertrag' zwischen Hitler und seinen Anhängern hing nicht von irgendwelchen ,Zuständen' ab, sondern vom Erfolg der Zusagen (Suggestionen).

Die Beziehungsgeschichte, wie sie hier anklings, hat vor allem die Empfänger im Visier; über diejenigen, die Suggestionen erteilen, erfahren wir in der Hypnoseforschung – wenn überhaupt – sehr wenig (eine Ausnahme bildet Peter et al., 2012). Über die Gründe hierfür kann man nur mutmaßen: Die weit verbreitete Annahme, Hypnotiseure bestimmten über das Wohl und Wehe ihrer Hypnotisanden, hat sicherlich dazu beigetragen, sich auf diesem Gebiet zurückzuhalten. Dass bestimmte Forschungsergebnisse (etwa über die Fähigkeit, Hypnosens einzuleiten) Vorurteile bestätigen könnten, liegt auf der Hand. Darüber hinaus besteht für die meisten Sozialpsychologen wenig Anlass, die Wirkung des Hypnotiseurs zu untersuchen. Ihr Erkennungsmerkmal besteht gerade darin, die Bedeutung des Therapeuten oder die Qualität der therapeutischen Beziehung herunter zu spielen (Lynn und O'Hagen, 2009, S. 122).

Trotzdem scheint die Hypnose ohne den Hypnotiseur (wie die charismatische Herrschaft ohne den Charismatiker) nicht denkbar zu sein. Jedenfalls schreiben die selben Forscher, die den Hypnotisanden zum Ausgangspunkt ihrer wissenschaftlichen Studien machen, dass die Hypnose erteilt werde in der Hoffnung, der Patient reagiere darauf zwingend (Lynn et al. 2015, S. 48). Da weder von Computern noch von Autosuggestion die Rede ist, die diese Hypnose hätten herbeiführen können, ist man neugierig darauf, welchen Einfluss der eigentliche Urheber der Suggestionen hat. In der

Charisma und Hypnose

psychologischen Literatur gibt es mittlerweile Überblicksdarstellungen, die nachweisen, welche Qualitäten Therapeuten vorweisen sollten, um eine „positive Allianz“ mit ihren Patienten zu gewährleisten. (Ackerman & Hilsenroth, 2001, 2003). Die „Sehen-heißt-Glauben-Schule“ zeichnet sich wiederum dadurch aus, die Methoden zu untersuchen, die Charisma herstellen bzw. Suggestionen ermöglichen. Es bleibt also ein Desiderat der Hypnoseforschung, die Wechselwirkungen und Rückkoppelungen nicht nur vom Standpunkt der Hypnotisanden zu betrachten, sondern darüber nachzudenken, wie viel der Hypnotiseur dazu beiträgt. In jedem Fall ist zu hoffen, dass sowohl die Hypnose- als auch die Charismaforschung die Beziehungsgeschichte noch stärker in den Blick nimmt.

Literatur

- Ackerman, S. J. & Hilsenroth, M. J. (2001). A review of therapist characteristics and techniques negatively impacting the therapeutic alliance. *Psychotherapy*, 38, 171-185.
- Ackerman, S. J. & Hilsenroth, M. J. (2003). A review of therapist characteristics and techniques positively impacting the therapeutic alliance. *Clinical Psychology Review*, 23, 1-33.
- Bajohr, F. & Wildt, M. (2009). Einleitung. In F. Bajohr & M. Wildt (Hrsg.). *Volksgemeinschaft. Neue Forschungen zur Gesellschaft des Nationalsozialismus*. Frankfurt: Fischer Taschenbuch Verlag, 7-23.
- Barett, D. (2006). Hypnosis in film and television. *American Journal of Clinical Hypnosis*, 49, 13-30.
- Binion, R. (1978). „...daß ihr mich gefunden habt“. Hitler und die Deutschen: eine Psychohistorie. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Borch, C. & Stäheli, U. (Hrsg.) (2009). *Soziologie der Nachahmung und des Begehrens. Materialien zu Gabriel Tarde*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Borch, C. & Stäheli, U. (2009). Einleitung. *Tardes Soziologie der Nachahmung und des Begehrens*. In Borch, C. und Stäheli, U. (Hrsg.). *Soziologie der Nachahmung und des Begehrens. Materialien zu Gabriel Tarde*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 7-38.
- Brockhaus, G. (2006). *Sozialpsychologie der Akzeptanz des Nationalsozialismus: Kritische Anmerkungen zu ‚Rausch und Diktatur‘*. In Von Klimó, Á. und Rolf, M. (Hrsg.), *Rausch und Diktatur. Inszenierung, Mobilisierung und Kontrolle in totalitären Systemen*. Frankfurt am Main und New York: Campus Verlag, 153-176.
- Broszat, M. (1969). *Der Staat Hitlers. Grundlegung und Entwicklung seiner inneren Verfassung*. München: Deutscher Taschenbuchverlag.
- Breuilly, J. (2011). Max Weber, charisma and nationalist leadership. *Nations and Nationalism*, 17, 477-499.
- Cangas, A. J. & Wagstaff, G. F. (2000). The Current Status of Hypnosis in Spain. *Contemporary Hypnosis*, 42-47.
- Capafons, A. et al. (2008). Attitudes and beliefs about hypnosis: A Multicultural Study. *Contemporary Hypnosis*, 25, 141-155.
- Crabtree, A. (1993). *From Mesmer to Freud. Magnetic Sleep and the Roots of Psychological Healing*. New Haven und London: Yale University Press.
- Dobry, M. (2006). Hitler, Charisma and Structure: Reflections on Historical Methodology. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 7, 157-171.
- Eatwell, R. (2006). The Concept and Theory of Charismatic Leadership. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 7, 141-156.
- Fest, J. C. (1973). *Hitler. Eine Biographie*. Frankfurt am Main, Berlin, Wien: Propyläen Verlag.

- Föllmer, M. (2013). *Individuality and Modernity in Berlin. Self and Society from Weimar to the Wall*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Freud, S. (1999). *Massenpsychologie und Ich-Analyse*. In Ders. *Gesammelte Werke XIII*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 73-161.
- Frevort, U. (2009). Was haben Gefühle in der Geschichte zu suchen? *Geschichte und Gesellschaft*, 35, 183-203.
- Fritsche, P. (1998). *Germans into Nazis*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Fritsche, P. (2008). *Life and Death in the Third Reich*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Furnham, A. & Esther Lee, E. (2005). Lay Beliefs About, and Attitudes Towards, Hypnosis and Hypnotherapy. *Counseling and Clinical Psychology Journal*, 2, 90-103.
- Gauld, A. (1992). *A History of Hypnotism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Herbert, U. (2014). *Geschichte Deutschlands im 20. Jahrhundert*. München: C. H. Beck.
- Herbst, L. (2010). *Hitlers Charisma. Die Erfindung eines deutschen Messias*. Frankfurt am Main: S. Fischer.
- Herz, L. (1994). *Hoffmann und Hitler. Fotografie als Medium des Führer-Mythos*. München: Klinkhardt.
- Horn, E. (2011). Work on Charisma: Writing Hitler's Biography. *New German Critique*, 38, 95-114.
- Hoyer, T. (2008). Im Getümmel der Welt. Alexander Mitscherlich – Ein Porträt. Göttingen: Vandenhoeck & Rupprecht.
- Kallis, A. A. (2006). Fascism, 'Charisma' and 'Charimatisation': Weber's Model of 'Charismatic Domination' and Interwar European Fascism. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 7, 25-43.
- Kauders, A. D. (2015a). Verführung, Hingabe, Auftrag: Hypnose und Verbrechen in Deutschland nach dem Ersten Weltkrieg. *Hypnose-ZHH*, 10, 63-80.
- Kauders, A. D. (Ed.) (2015b). *Zum Heidelberger Hypnoseprozess 1936 (Vol. 10, Hypnose-ZHH)*. München: MEG-Stiftung.de.
- Kershaw, I. (1987). *The 'Hitler Myth'. Image and Reality in the Third Reich*. Oxford: Oxford University Press.
- Kershaw, I. (1998). *Hitler 1889-1936*. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Kershaw, I. (2000). *Hitlers Macht. Das Profil der NS-Herrschaft*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Kihlstrom, J. F. (2003). The fox, the hedgehog, and hypnosis. *International Journal of Clinical and Experimental Hypnosis*, 51, 166-189.
- Kihlstrom, J. F. (2008). The domain of hypnosis, revisited. In Michael R. Nash & Amanda J. Barnier (Eds.). *The Oxford Handbook of Hypnosis. Theory, Research, and Practice* (S. 21-52). Oxford, UK & New York, NY: Oxford University Press, 2008.
- Kirsch, I. (1997). Response expectancy theory and application: A decennial review. *Applied & Preventive Psychology*, 6, 69-79.
- Kirsch, I. (2001). The Altered States of Hypnosis. *Social Research*, 68, 795-807.
- Kirsch, I. (2011). The Altered State Issue: Dead or Alive? *International Journal of Clinical and Experimental Hypnosis*, 59, S. 350-362.
- Laurence, J.-R. & Perry, C. (1988). *Hypnosis, Will, and Memory. A Psycho-Legal History*. New York und London: The Guilford Press.
- Le Bon, G. (1911). *Psychologie der Massen*. Stuttgart: Alfred Kröner.
- Lemke, T. (2005). Nachwort. In Michel Foucault. *Analytik der Macht*. Herausgegeben von Daniel Defert und Francois Ewald. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 317-347.
- Lepsius, M. R. (2006). The Model of Charismatic Leadership and its Applicability tot he Rule of Adolf Hitler. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 7, 175-190.
- Longerich, P. (2015). *Hitler. Biographie*. München: Siedler Verlag.

Charisma und Hypnose

- Lüdecke, K. G. W. (1938). *I Knew Hitler*. London: Jarrolds.
- Lüdemann, S. (2008). Die imaginäre Gesellschaft. Gabriel Tarde anti-naturalistische Soziologie der Nachahmung. In Borch, C. und Stäheli, U. (Hrsg.). *Soziologie der Nachahmung und des Begehrens. Materialien zu Gabriel Tarde*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 107-124.
- Lynn, S. J. & O'Hagen, S. (2009). The Sociocognitive and Conditioning and Inhibition Theories of Hypnosis. *Contemporary Hypnosis* 26, 121-125
- Lynn, S. J. & Green, J. P. (2011). The Sociocognitive and Dissociation Theories of Hypnosis. Towards a Rapprochement. *International Journal of Clinical and Experimental Hypnosis*, 59, 277-293.
- Lynn, S. J., Laurence, J.-R. & Kirsch, I. (2015). Hypnose, Suggestion und Suggestibilität: Ein integratives Modell. *Hypnose. Zeitschrift für Hypnose und Hypnosetherapie*, 10, 45-62.
- Marks, S. (2007). Warum folgten sie Hitler? Die Psychologie des Nationalsozialismus. Ostfildern: Patmos.
- Mergel, T. (2005). Führer, Volksgemeinschaft und Maschine. Politische Erwartungsstrukturen in der Weimarer Republik und dem Nationalsozialismus 1918-1936. In Hardwig, W. (Hrsg.). *Politische Kulturgeschichte der Zwischenkriegszeit*: Göttingen: Vandhoeck & Rupprecht, 91-127.
- Merkel, P. H. (1975). *Political Violence under the Swastika. 581 Early Nazis*. Princeton: Princeton University Press.
- Mitscherlich, A. (1983). *Gesammelte Schriften 4*. Hrsg. von Klaus Menne. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Möller, F. (2004). Einführung. Zur Theorie des charismatischen Führers im modernen Nationalstaat. In Möller, F. (Hrsg.), *Charismatische Führer der deutschen Nation*. München: R. Oldenbourg, 1-18.
- Mommsen, H. (1991). *Der Nationalsozialismus und die deutsche Gesellschaft. Ausgewählte Aufsätze*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Nolzen, A. (2009). Inklusion und Exklusion im „Dritten Reich“. Das Beispiel der NSDAP. In Bajohr, F. & Wildt, M. (eds.), *Volksgemeinschaft. Neue Forschungen zur Gesellschaft des Nationalsozialismus*. Frankfurt am Main: Fischer, S. 60-77.
- Oakley, D. A. (2009). Hypnosis, trance and suggestion: evidence from neuroimaging. In Nash, M. R. and Barnier, A. (Hrsg.). *The Oxford Handbook of Hypnosis*. Oxford: Oxford University Press, 365-392.
- Paul, G. (1990). *Aufstand der Bilder. Die NS-Propaganda vor 1933*. Bonn: J.H.W. Dietz.
- Peter, B. (2015). Ist Hypnose hinreichend ein Verbrechen zu begehen? Die Kontroverse zwischen Mayer und Bürger-Prinz über den Heidelberger Hypnoseprozess 1936. Ein frühes Beispiel des Diskurses über den Bewusstseinszustand von Hypnotisierten. *Hypnose-ZHH*, 10, S. 7-26.
- Peter, B., Bose, C., Piesbergen, C., Hagl, M. & Revenstorf, D. (2012). Persönlichkeitsprofile deutschsprachiger Anwender von Hypnose und Hypnotherapie, *Hypnose-ZHH*, 7, 31-59.
- Plöckinger, O. (1999). *Reden um die Macht? Wirkung und Strategie der Reden im Wahlkampf zu den Reichstagswahlen am 6. November 1932*. Wien: Passagen Verlag.
- Potts, J. (2009). *A History of Charisma*. New York: Palgrave MacMillan).
- Pyta, W. (2004). Paul von Hindenburg als charismatischer Führer der deutschen Nation. In Möller, F. (Hrsg.), *Charismatische Führer der deutschen Nation*. München: R. Oldenbourg, 109-147.
- Pyta, W. (2015). *Der Künstler als Politiker und Feldherr. Eine Herrschaftsanalyse*. München: Siedler.
- Radtke, H. L. & Stam, H. J. (2008). What Happened to the Social in Contemporary Accounts of Hypnosis? *Contemporary Hypnosis*, 25, 192-201.
- Reichel, P. (1993). *Der schöne Schein des Dritten Reiches. Faszination und Gewalt des Faschismus*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch.
- Rosenbaum, R. (1998). *Explaining Hitler. The Search for the Origins of his Evil*. London: Macmillan.
- Sarbin, T. (2002). Dialogical Components in Theory-Building: Contributions of Hilgard, Orne and Spanos. *Contemporary Hypnosis*, 19, 190-197.
- Schiffers, I. (1973). *Charisma. A Psychoanalytic Look at Mass Society*. Toronto: University of Toronto Press.

- Schmölders, C. (2000). *Hitlers Gesicht. Eine physiognomische Biographie*. München: C. H. Beck.
- Stäheli, U. (2009). Übersteigerte Nachahmung – Tardes Massentheorie. In Borch, C. und Stäheli, U. (Hrsg.). *Soziologie der Nachahmung und des Begehrens. Materialien zu Gabriel Tarde*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 397-416.
- Stäheli, U. (2011). Seducing the Crowd: The Leader in Crowd Psychology. *New German Critique*, 38, 63-77.
- Strong, C. & Killingworth, M. (2011). Stalin the Charismatic Leader? Explaining the ‚Cult of Personality‘ as a Legitimation Technique. *Politics, Religion & Ideology*, 12, 391-411.
- Tarde, G. (1890/2009). *Die Gesetze der Nachahmung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Original: *Les lois de l'imitation*, 1890).
- Trevor-Roper, Hugh (1947). *The Last Days of Hitler*. London: Macmillan.
- Turner, S. (2003). Charisma Reconsidered. *Journal of Classical Sociology*, 3, 5-26.
- Ulsowska, U. (1990). Suggestion und Glaubwürdigkeit. Untersuchungen zu Hitlers rhetorischer Selbstdarstellung zwischen 1920 und 1933. Ammersbek: Verlag an der Lottbek.
- Urban, M. (2007). *Die Konsensfabrik. Funktion und Wahrnehmung der NS-Reichsparteitage, 1933-1941*. Göttingen: Vandenhoeck & Rupprecht.
- Van Laak, D. (2004). Hitler. In Möller, F. (Hrsg.), *Charismatische Führer der deutschen Nation*. München: R. Oldenbourg, 149-169.
- Weber, M. (1972). *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss einer verstehenden Soziologie*. Tübingen: Mohr Siebeck. Die erste Auflage erschien 1921.
- Wehler, H.-U. (2003). *Deutsche Gesellschaftsgeschichte. Vierter Band. Vom Beginn des Ersten Weltkriegs bis zur Gründung der beiden deutschen Staaten 1914-1949*. München: C. H. Beck.
- Welch, D. (2001). *Propaganda and the German Cinema, 1933-1945*. London: I. B. Tauris.
- Wildt, M. (2009). Die Ungleichheit des Volkes. Volksgemeinschaft in der politischen Kommunikation der Weimarer Republik. In Bajohr, F. und Wildt, M. (Hrsg.). *Volksgemeinschaft. Neue Forschungen zur Gesellschaft des Nationalsozialismus*. Frankfurt: Fischer Taschenbuch Verlag, 24-40.
- Woody, E. Z. & Sadler, P. (2008). Dissociation theories of hypnosis. In Nash, M. R. und Barnier, A. (Hrsg.). *The Oxford Handbook of Hypnosis*. Oxford: Oxford University Press, 81-110.