

Kommunikation und Wahrnehmung

resultAT- Seminarzentrum für Dienstleistungsberufe
www.resultAT-online.de
Thomas Bollenbach



**„Die Qualität unserer Wahrnehmung, ist
der Schlüssel zur Qualität unseres
Handelns.“**



Strukturieren

- Der Mensch strebt nach einem ganzheitlichen, in sich stimmigen Bild und setzt die zur Verfügung stehenden Informationen zu diesem zusammen.
- Der Mensch neigt dazu, dass zu sehen, was er sehen möchte.



Ergänzen

- Um das ganzheitliche Bild zu erhalten, ergänzt er zum Teil Informationen, die es augenscheinlich nicht gibt.
- Bsp.: Klassenraum, Unfallgeschehen



Organisieren

- Der Mensch organisiert Wahrnehmungen, sodass sie eine Bedeutung bekommen.
- Hier fließen seine Vorkenntnisse, Einstellungen usw. das Reizangebot zu ordnen und als bedeutungshaltiges Gebilde zu interpretieren.
- Bsp.: Ärzte können Röntgenbilder interpretieren.

© WS 18/19 TAT

Der Haloeffekt

- Der Wahrnehmende hat die Tendenz, sich bei der Beurteilung einer Person von einem allgemeinen guten oder schlechten Eindruck oder einer hervorstechenden Eigenschaft leiten zu lassen. Eine als positiv gesehene Eigenschaft wird dann auf alle Eigenschaften der Person übertragen.

© WS 18/19 TAT

Der logische Fehler

- Jeder Beobachter hat eine „private Persönlichkeitstheorie“.
- Aufgrund seiner persönlichen Erfahrung nimmt er an, dass bestimmte Persönlichkeitsmerkmale immer in Verbindung auftreten.
- Eine Pflegeperson kann annehmen, dass Aggressivität und Unzufriedenheit bei Patienten immer zusammen auftreten. Nimmt sie nun eine dieser beiden Eigenschaften bei einem Patienten wahr, wird sie daraus schließen, dass auch die andere vorhanden ist.

© WS 18/19 TAT

Der Kontrastfehler

- Werden mehrere Personen nacheinander wahrgenommen und beurteilt, so sind die Urteile nicht unabhängig voneinander.
- Die ersten Beurteilungen bilden einen Vergleichsmaßstab für die folgenden Urteile.

© WS 18/19 TAT

**„Die Qualität unserer Wahrnehmung, ist
der Schlüssel zur Qualität unseres
Handelns.“**

©kvsTAT

„Wie alt ist diese
Frau?“



©kvsTAT

Die Tasse



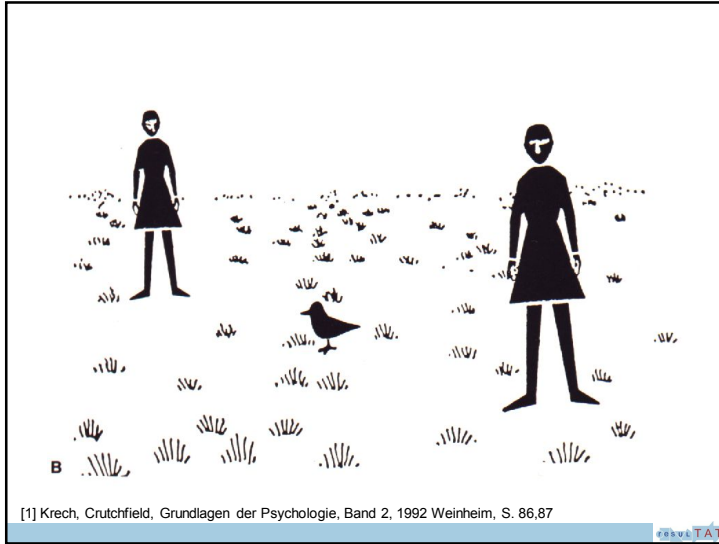
©kvsTAT

Betrachtungswinkel

- Wahlergebnisse
- Das Fußballspiel
- Konflikte
- ...

Laptopnutzung im Seminar? ADHS!

©kvsTAT

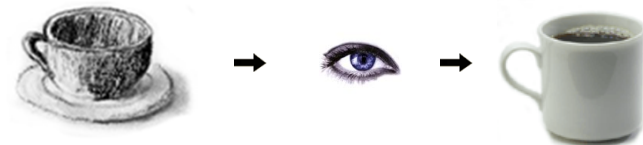
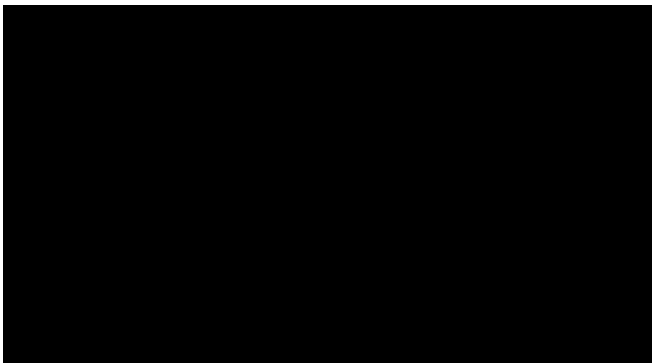


Flashlight

- Bei einem Versuch beleuchtete G. Sperling (1960) eine grüne Dollarnote mit einem hellen Lichtblitz.
- Die Probanden sahen den Schein anschließend auf einer Projektionsfläche als Rosahnes Nachbild.

[1] Krech, Crutchfield, Grundlagen der Psychologie, Kapitel 1 2, 1992 Weinheim, S. 35

Albert Einstein



Eine Kaffeetasse



- Der belgische Surrealist René Magritte hat mehrmals das Bild einer Pfeife gemalt, worunter steht: „Ceci n'est pas une pipe“, das ist: Dies ist keine Pfeife. Man kann diese Botschaft auf verschiedene Weisen deuten, denn die Offenheit der Deutung ist eine Eigenschaft des Kunstwerks. Magritte selbst sagt dazu:
- „Ein Bild ist nicht zu verwechseln mit einer Sache, die man berühren kann. Können Sie meine Pfeife stopfen? Natürlich nicht! Sie ist nur eine Darstellung. Hätte ich auf mein Bild geschrieben, dies ist eine Pfeife, so hätte ich gelogen. Das Abbild einer Marmeladenschnitte ist ganz gewiss nichts Essbares.“

„Sie denken jetzt nicht „Rosa Elefant“!!!!!!“

„Schau mal weg, so darf man das eigentlich nicht machen.“

Die erfundene Wirklichkeit
Wie wissen wir, was wir zu wissen glauben?
Paul Watzlawick

Bilder im Kopf

„Rucksack und Brille!“

„Der Hammer!“

- **Ich sehe**
- **Ich fühle**
- **Ich vermute**

©kvsTAT

Die sich selbst erfüllende Prophezeiung

- Eine sich selbst erfüllende Prophezeiung ist eine Annahme oder Voraussage, die rein aus der Tatsache heraus, dass sie gemacht wurde, das angenommene, erwartete oder vorhergesagte Ereignis zur Wirklichkeit werden lässt und so ihre eigene »Richtigkeit« bestätigt.

©kvsTAT

- Wenn jemand **annimmt**, man **missachte ihn**, wird sich eben deswegen in einer **überempfindlichen, unverträglichen, misstrauischen Weise verhalten**, die in den anderen genau jene **Geringschätzung** hervorruft, die seine schon immer gehegte Überzeugung erneut »**beweist**«.

©kvsTAT

- Als im März 1979 die kalifornischen Zeitungen mit sensationellen **Berichten** über eine **bevorstehende, einschneidende Benzinverknappung** aufzuwarten begannen, **stürmten** die kalifornischen **Autofahrer** die **Tankstellen**, um ihre Benzintanks zu füllen und möglichst gefüllt zu halten. Dieses **Vollfüllen** von **12 Millionen Benzintanks** (die bis zu diesem Zeitpunkt im Durchschnitt 75 % leer gewesen waren) **erschöpfte** die **enormen Reserven** und bewirkte so praktisch über Nacht die **vorhergesagte Knappheit**, während das Bestreben, die Brennstoffbehälter möglichst voll zu halten (statt wie bisher erst bei fast leerem Tank aufzufüllen), riesige Wagenschlangen und stundenlange Wartezeiten an den Tankstellen verursachte und die Panik erhöhte. Als die Aufregung sich legte, stellte sich heraus, dass die Benzinzuteilung an den Bundesstaat Kalifornien kaum vermindert worden war.
- **Die Knappheit wäre nie eingetreten, hätten die Medien sie nicht vorausgesagt.**

©kvsTAT

Kommunikationsmodell

Sender → Botschaft → Empfänger

- Code!!!

- Sprache- Chirurgie- Geriatrie

resultAT