



Leitfragen zum Text „Wahrnehmungseffekte“ (Kap. 9.4)

Quelle: Eckert, M. (2025). Psychologisches Knowhow für Polizei, Feuerwehr und Rettungsdienste. Springer.

Leitfragen



INSTRUKTION

Die folgenden Leitfragen sind eine Mischung aus Wissensabfrage, Bewertung, Anwendung und Weiterdenken. Scheuen Sie sich nicht, das aufzuschreiben, was Sie in Ihrem Kopf abgespeichert oder verstanden haben. Es geht nicht darum, eine Abschrift aus dem Text zu erstellen. In Ihrem Gedächtnis soll vielmehr eine Spur gelegt werden, durch die Sie Ihr Wissen in der späteren Praxis abrufen können.

- Die besten Ergebnisse erzielen Sie, wenn Sie den Text (evtl. in Etappen) lesen und sich danach erst einmal **spontan** an die Beantwortung der Fragen machen. Dafür stehen Ihnen Textfelder zur Verfügung, die **linksbündig angeordnet** sind (Textfeld links).
- Nach der spontanen Beantwortung sollten Sie **den Text noch einmal lesen** und diesmal die nach rechts verschobenen Textfelder (Textfeld rechts) für Ergänzungen nutzen.
- Für **Beispiele**, die Sie selbst entwickeln, steht immer nur ein Textfeld in der Mitte zur Verfügung.

WIESO MACHT DAS SINN?

Das **Arbeitsgedächtnis** bereitet Sie darauf vor, dass Sie Wissens Elemente an der richtigen Position im **Langzeitgedächtnis** ablegen. Das Gedächtnis profitiert von Wiederholung und Zuordnung. Wenn Sie sich gleich vornehmen, einen Text mit voller Konzentration zu lesen, arbeitet es schon optimiert. Sensibilisieren Sie sich von Anfang an für die Kernaussagen und fragen Sie sich nach jedem Absatz, ob Sie das Gelesene verstanden haben und einordnen können. Markieren Sie nicht. Schreiben Sie lieber ein Stichwort oder eine kurze Aussage (3-4 Wörter) an den Rand.

Beim spontanen Abruf von Informationen wird sofort klar, was Sie bereits verstanden haben und was noch nicht. Wenn Sie die Lücken dann durch nochmaliges Lesen schließen oder sich aktiv korrigieren, haben Sie bereits eine Wiederholung gestemmt. Außerdem ordnen Sie alles noch einmal neu ein, d. h. Sie nutzen bestehende oder entstehende neuronale Netzwerke. Die Gedächtnisspur stabilisiert sich.

Machen Sie bitte Fehler, denn Fehler aktivieren Ihre Aufmerksamkeit im zweiten Durchgang

Leitfragen zum Text „Wahrnehmungseffekte“ (Kap. 9.4)

Quelle: Eckert, M. (2025). Psychologisches Knowhow für Polizei, Feuerwehr und Rettungsdienste. Springer.

Bearbeitet von (Name,
Vorname, Kurs)

1. Was ist der Grund dafür, dass wir ähnliche Andere oder Personen, die einen positiven ersten Eindruck (z. B. aufgrund ihres Aussehens) hinterlassen, tendenziell positiver beurteilen? Argumentieren Sie psychologisch in Anlehnung an Forschungsergebnisse.

2. Warum eignet sich der so genannte "Mere Exposure Effect" besonders gut für die Werbung? Skizzieren Sie ihn kurz und formulieren Sie ein paar Vermutungen.

3. Wie kann die Polizei den Mere Exposure Effect nutzen, um bei Bürger*innen ein positiveres Berufsbild von der Polizei zu erzeugen? Welche Faktoren könnten die Wirkungsweise des Effektes behindern?

4. Greifen Sie die Empfehlungen auf, die im Text gegeben wurden, um den negativen oder problematischen Teil der Wahrnehmungseffekte zu minimieren. Machen Sie selbst den ein oder anderen Vorschlag, den Sie auch selbst umsetzen könnten.

5. Wenn Sie die Perspektive wechseln und sich darauf fokussieren, welche Phänomene auf der Seite von Protestierenden, Demonstrant*innen oder Besucher*innen einer Großveranstaltung (z. B. Fußball) wirken und z. B. deren Wahrnehmung von der eigenen Zielgruppe und von den Polizei- und Rettungskräften lenken, welche Phänomene erkennen Sie da? Haben Sie Ideen, wie man ein Demonstrations- oder Großveranstaltungs-geschehen optimieren könnte? Wo sehen Sie Grenzen?