



7. September 2021 **Die Konstruktion von Wirklichkeit**

Staunen Sie und lassen Sie sich von folgendem kurzen Experiment überraschen! Wenn Sie weiterlesen, funktioniert es leider nicht, Sie verlieren den Überraschungseffekt ☹

Zählen Sie bei folgendem Video **ganz genau, wie viele Pässe** sich das **Team mit den weissen T-Shirts zuwirft**:

<https://www.youtube.com/watch?v=vJG698U2Mvo>

Und, wie viele Pässe haben Sie gezählt; 15? Und haben Sie den Affen bemerkt, der durch's Bild gewandert ist?

Ungefähr die Hälfte der Teilnehmer*innen des Experimentes bemerken ihn nicht und glauben bei der Wiederholung des Filmes nicht, dass es dasselbe Video ist.

Was bedeutet dieses Experiment nun für die heutige Situation?

Wie dieses Experiment zeigt, ist es höchst subjektiv wie ein Bild in unserem Kopf entsteht. Dies hat viel mit der selektiven Aufmerksamkeitsfokussierung zu tun. Seit Monaten wird von den Medien die ganze Aufmerksamkeit durch emotionale Berichterstattung auf COVID-19 gerichtet. Die Emotion **Angst** verstärkt den Tunnelblick dabei noch mehr.

So wie nun Geschichten über diese Krankheit vorherrschen, so wimmelte es auch schon über Geschichten von Kratzern auf der Windschutzscheibe...

In den 1950er-Jahren trug sich in der Stadt Seattle folgende Geschichte zu, die der Psychotherapeut und Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick beschrieb und analysierte: Damals entdeckten immer mehr Autofahrer*innen auf ihren Windschutzscheiben kleine Kratzer. Je mehr Berichte über diese Art von Kratzern auf Windschutzscheiben die Runde machten, desto mehr Menschen bemerkten ähnliche Spuren auf der eigenen Windschutzscheibe, was zu den wildesten Spekulationen führte. Eine dieser Theorien war beispielsweise, dass russische Atomtests zu radioaktivem Niederschlag führten, welcher wiederum die Kratzer verursachte. Schließlich wurde sogar eine Kommission gebildet, die dem Phänomen auf den Grund ging. Das schockierende Ergebnis: *Es gab damals in Seattle überhaupt keine nennenswerte Zunahme zerkratzter Windschutzscheiben.*

Das Einzige, was tatsächlich zugenommen hatte, war das Mass an Aufmerksamkeit, das die Menschen der Beschaffenheit ihrer Windschutzscheiben zuteilwerden liessen. Anstatt wie gewohnt einfach durch ihre Scheiben hindurchzuschauen, beugten sich die Autofahrer jetzt ganz dicht darüber und betrachteten sie ganz genau aus allen möglichen Winkeln. So entdeckten sie plötzlich Kratzer, die ihnen vorher nie aufgefallen waren.

Hat Sie dieses Experiment und der Bericht stutzig gemacht? Mehr interessante Informationen über unsere selektive Wahrnehmung: <https://www.psych-for.me/psychologie-der-c-krise/>

Ein Film, in dem mehrere Leute zu Wort kommen, mit verschiedenen Blickwinkeln und Wirklichkeiten, vom ehemaligen SRF-Redaktor Reto Brennwald: <https://vimeo.com/471959768>