

Michael Stadler / Falk Seeger /
Arne Raeithel

Psychologie der Wahrnehmung

Juventa Verlag

**Akademie für Sozialarbsii
B r e g e n z**

Inhalt

Vorwort der Herausgeber	7
1. Kapitel: Fragestellung, Bedeutung und Geschichte der Wahrnehmungspsychologie	9
Ein Beispiel zur Einführung in die Fragestellung	9
Ziel des Buches	13
Die Bedeutung der Wahrnehmungspsychologie	14
Begriffsklärung: Empfindung und Wahrnehmung	22
Zur Geschichte wahrnehmungspsychologischer Theorien .	24
2. Kapitel: Erkenntnistheorie und Wahrnehmungspsychologie	36
Philosophie und Einzelwissenschaft	36
Erkenntnistheorien aus dem Übergangsbereich Physiologie/ Psychologie	42
Gesellschaftliche Bedingungen der Erkenntnis: der Übergangsbereich Psychologie/Soziologie	51
Ein psychologisch-kybernetisches Modell der individuellen Aneignung	58
Wahrnehmung als Widerspiegelung	68
3. Kapitel: Psychophysiologie der Sinnesorgane	76
Grundbegriffe der Sinnesphysiologie	76
Klassifizierung der Sinnesorgane	79
Das Zusammenwirken der Sinne	86
Der Gesichtssinn	88
Das Gehör	92
Der Tastsinn	96
Der Geruchssinn	98
Der Geschmackssinn	100
Der Druck-und Berührungssinn	101
Der Temperatursinn	102
Der Schmerzsin	103
Die Organempfindungen	103
Die Adaptation der Sinnesorgane	104
Der Stellungs-und Spannungssinn	105
Die Gleichgewichtssinne(Lage- und Bewegungssinn)	106
Aktive, passive und regulatorische Sinne	107

4. Kapitel: Die Organisation der Wahrnehmung	110
Widerspiegelungsprozess und psychophysische Korrelation	110
Interne und externe Organisation	113
Veridikalität und Täuschung	134
Der Prozess der sinnlichen Erkenntnis	147
Qualitätssysteme und Realkategorien im Organisationsprozess der visuellen Wahrnehmung	151
5. Kapitel: Wahrnehmung und Handlungsregulation	173
Die Handlung als Veridikalitätskriterium der Wahrnehmung	173
Zentralnervöse Regulationssysteme: Regelkreis, Reafferenz, funktionelles System	183
Handlungsplan und Handlungsregulation	192
Die Rolle der Wahrnehmung bei der Regulation der Tätigkeit	203
6. Kapitel: »Soziale Wahrnehmung«	209
Wert und Bedürfnis als Faktoren der Organisation in der Wahrnehmung	211
Motive und Bedürfnisse als Determinanten der Wahrnehmung	217
Gefühlszustände als Determinanten der Wahrnehmung ...	218
Persönlichkeitseigenschaften als Determinanten der Wahrnehmung	219
Der Funktionalismus als Theorie der »sozialen Wahrnehmung«	221
Kritik der »sozialen Wahrnehmung«	228
Anmerkungen	239
Literaturverzeichnis	241
Weiterführende Literatur	252
Sachregister	254