

Inhalt

Einleitung	7
ERSTER TEIL	
Das Phänomen der Resonanz und das Resonanzbild	9
1. Praktischer Umgang mit Bildern in der Gruppe	11
1.1 Resonanz auf ein Thema eines anderen Gruppenmitglieds	12
1.2 Resonanz auf irritierendes Verhalten eines Einzelnen	20
1.3 Resonanz auf Gruppendynamik	26
1.4 Neurophysiologische Erklärungen der Resonanz	28
1.5 Neurokognitive Psychologie der Resonanz	30
1.6 Ästhetik der Resonanz	34
2. Warum schwarz-weiß? Warum so klein? Das Malerische und das Grafische Symbolische Verdichtung/wissenschaftliche Abstraktion	35
3. Geschichte der visuellen Kommunikation: Zeichen-, Symbol- und Bildersprache ...	43
4. Zeichentheorie	54
4.1 Die Lehre von den Zeichen (Semiotik)	54
4.2 Ganzheitliche Deutung visueller Zeichen	58
5. Bildbotschaften als Piktogramme	59
6. Bildanalysen	67
6.1 Formbehandlung	71
6.2 Inhaltsanalyse	80
7. Beziehungen zwischen Bild und Wort	94
7.1 Kongruenz von Bild und Wort	95
7.2 Abschweifende Worte	97
7.3 Bild und Wort scheinen keinen Bezug zueinander zu haben	98
7.4 Doppelte Botschaften	101
7.5 Das Wort auf der Rückseite des Resonanzbildes ist wiederum illustriert durch ein Bild (Symbol)	102
7.6 Der Maler findet kein passendes Wort. Die Rückseite des Resonanzbildes bleibt frei	104
7.7 Wort im Bild	105

ZWEITER TEIL

Vom Bild zum Prozess	107
1. Die Gruppe als visuelles Lernfeld	109
2. Wie entsteht eine Bild-Geschichte?	118
3. Das Resonanzbild als interaktives Bild	127
4. Die großen Lebensthemen	148
5. Dosierung von Analyse und Konfrontation	184
6. Gruppenmatrix – Ort unbewusster sozialer Abstimmungen	194
6.1 Schwangerschaft und Geburt	194
6.2 Analogien: Das unternehmerische Projekt/der künstlerische Prozess	197
6.3 Veranschaulichung von Denkmustern und Denkfolgen	202

DRITTER TEIL

Gruppendynamik im Resonanzbild	205
1. Zeichenhafte Kürzel in Kommunikation und Kunst	207
2. Das gruppendynamische Resonanzbild	213
2.1 Der Schnappschuss	213
2.2 Die experimentelle Gruppe	220
3. Stellenwert der verbalen Sprache in der Arbeit mit Resonanzbildern	234
4. Analyse der gruppendynamischen Kürzel	239
4.1 Formale Kriterien	240
4.2 Inhaltliche Kriterien	260
5. Visuelle Supervision in der Gruppe	268
5.1 Supervision eines Beratungsprozesses	268
5.2 Team-Supervision	272
6. Das Resonanzbild in der Unternehmensberatung	278
6.1 Outdoor	278
6.2 Indoor	280
7. Kreativitätstraining mit Resonanzbildern	283
8. Rückschau und Schluss	292
Literaturverzeichnis	294
Verzeichnis der Abbildungen	295