



Funded by
the European Union

Promoting ACTIVE and Responsible Citizenship in Schools



Toolkit

1. Methodik für Lehrer

MODUL 2 Perspektiven
Werte, Normen und Vorurteile



GYMNÁZIUM
JOSEFA RESSELA

Súkromná základná
škola
Felix



Slovakia



odpo
vědná
společ
nost



WSB University

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung der Inhalte dar, die nur die Ansichten der Autoren widerspiegeln, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Attributed to:

Developed under the project ACTIVE financed by Erasmus+ program

Organization responsible for development of the material: Odpovědná společnost, z. s.

In collaboration with project partners

Authors: Mareš, Matěj & col.

Version 1.1

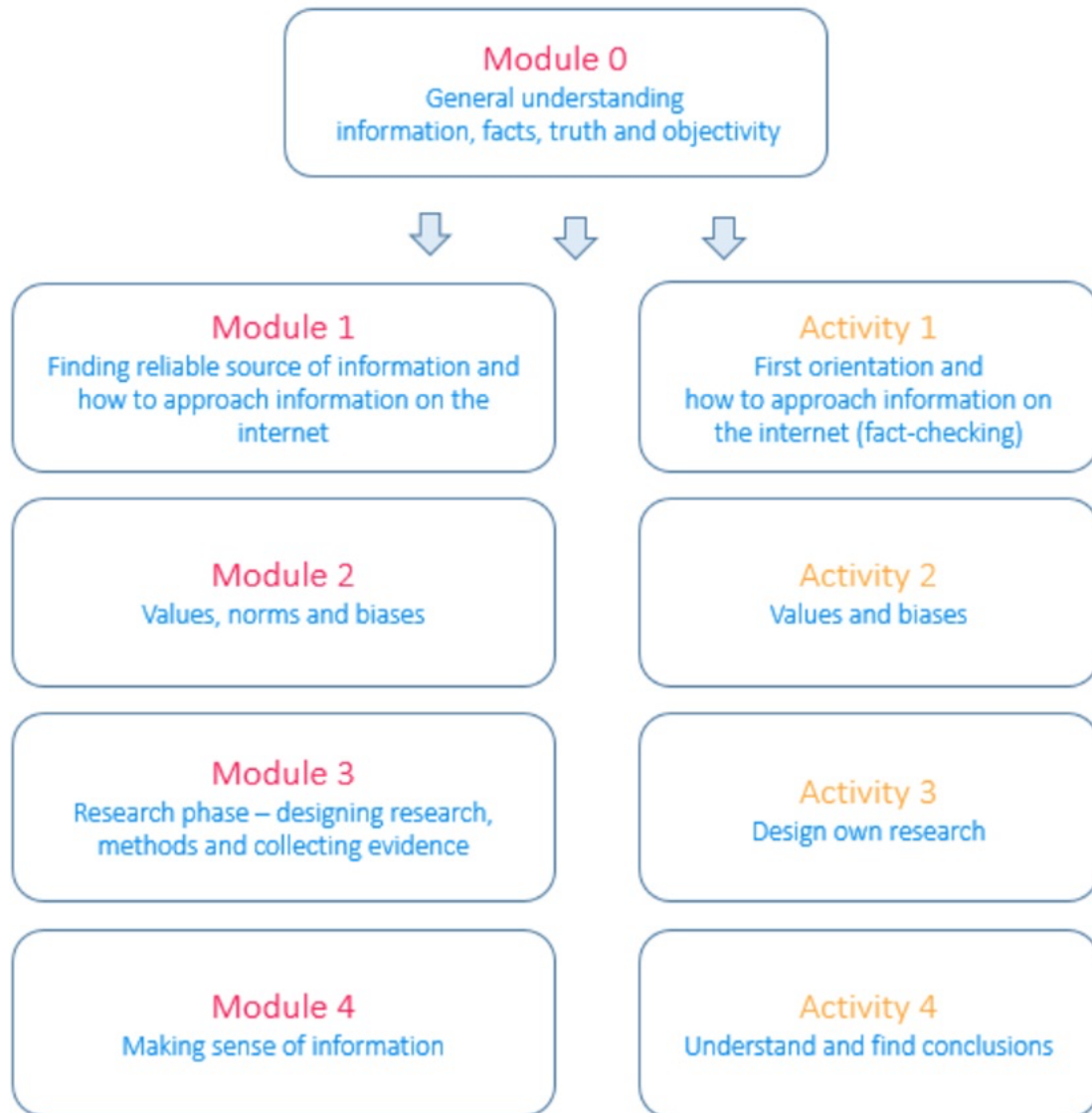
May 2023

Inhalt

Inhalt	2
Modul- und Aktivitätsübersicht	3
MODUL 2: Werte, Normen und Vorurteile	4
1.1. Faktoren, die unsere Wahrnehmung und unser Handeln beeinflussen	4
1.1.1. Normen, Werte und Überzeugungen	6
1.1.2. Einstellung, Motivation, Gewohnheiten und Weltbild	9
1.2. Persönlichkeitstypen (MBTI)	10
1.3. Kognitive Voreingenommenheit	11
1.3.1. Ausgewählte gemeinsame kognitive Verzerrungen	12
1.3.2. Abwertend	16
1.4. Empathische (gewaltfreie) Kommunikation	18
1.4.1. Grundlagen der Gewaltfreien Kommunikation (GfK)	18
1.4.2. Anwendung von Gewaltfreier Kommunikation (GfK)	23
1.5. Logik, Emotionen und Rationalisierung	25
1.5.1. Intentionen	28
1.5.2. Urteile - richtig und falsch (Konzept von Gut und Böse)	29
1.6. Rahmung	31
1.7. Zu berücksichtigende Rolle von Social Media beim Versuch, andere zu verstehen	32
1.8. Akteure und Stakeholder	32
1.9. Zusammenfassung – wie man Unterschiede angeht	34



Modul- und Aktivitätsübersicht





MODUL 2: Werte, Normen und Vorurteile

"DIE HÖCHSTE FORM DER INTELLIGENZ IST DIE FÄHIGKEIT, OHNE BEWERTUNG ZU
BEOBACHTEN" (Jiddu Krishnamurti)

Aufbau des Moduls:

Behandelten Themen:



Faktoren, die unsere Wahrnehmung beeinflussen



Normen, Werte, Überzeugungen



Einstellungen. Motivation. Gewohnheiten, Weltanschauungen



Persönlichkeit basierend auf der MBTI-Typologie



Vorurteile



Ansatz der Gewaltfreien Kommunikation



Rolle von Logik und Emotionen



Soziale Medien und unsere Wahrnehmung



Schauspieler und ihre Rolle

Hauptthemen des Moduls:

In diesem Modul werden wir folgende Themen behandeln:

Wie und warum sollen wir unsere Werte, Normen und Überzeugungen verstehen?

Was sind Vorurteile und kann man sie überwinden?

Wie beeinflussen unsere Annahmen und Vorurteile unser Urteilsvermögen?

Was ist Rahmen?

Die Rolle unserer Wahrnehmung bei der Entscheidungsfindung?

Gut und falsch, wie definiert man das?

Wie beeinflussen soziale Medien unsere Wahrnehmung?

Ist das logische Denken die Antwort für relevantes Verstehen?

Wer sind die betroffenen Akteure (die Stakeholder)?

Was sind die Einstellungen, Werte und Normen der betroffenen Akteure?

Was sind Ihre Werte und Normen (Selbstreflexion)?

1.1. Faktoren, die unsere Wahrnehmung und unser Handeln beeinflussen

"ERKENNE DICH SELBST UND VERSTEHE DIE ANDEREN"



Wie wir die Welt um uns herum wahrnehmen und handeln, wird von unseren Werten, Einstellungen und Überzeugungen, gesellschaftlichen Normen und unserer Persönlichkeit beeinflusst. Neben anderen Faktoren wie unserer Position in der jeweiligen Situation (sind wir Lehrer oder Student, oder Manager oder Techniker...), körperlichen und genetischen Veranlagungen und so weiter.

Grundsätzlich handeln wir auf der Grundlage unserer Interpretation der Welt um uns herum (unserer rationalen und emotionalen Reaktion) und nicht als Reaktion auf die Welt selbst.

Wenn unsere Wahrnehmung der Welt um uns herum und unsere Entscheidungen von Faktoren beeinflusst werden, die uns nicht bewusst sind, wie könnten wir dann bewusste und verantwortliche Entscheidungen treffen? Daher ist es wichtig, uns selbst und andere zu verstehen, da wir frei in unseren Entscheidungen sein wollen, damit **unsere Entscheidungen darauf ausgerichtet sind, unsere grundlegenden menschlichen Bedürfnisse** zu erfüllen, um ein freudvolles und erfülltes Leben zu führen (für weitere Erklärungen siehe Emphatische Kommunikation unten).

Verantwortliche Entscheidung ist, wie wir es definieren würden, eine Entscheidung, die auf verfügbaren relevanten Informationen basiert (**evidenzbasierte oder informationsbasierte Entscheidung**) . und Entscheidung, **die zur Erfüllung unserer Bedürfnisse führt** (siehe unten) . Unter Entscheidung verstehen wir (im Kontext dieser Methodik) eigentlich jede „Entscheidung“, die dahinter steht, dass wir etwas tun: handeln, Daten interpretieren oder auf eine bestimmte Art und Weise (extern und intern) auf eine Situation reagieren. **In diesem Sinne muss die „Entscheidung“ nicht vollständig oder überhaupt rational sein** . Da Rationalität nur eine Komponente unserer Entscheidungsfindung ist und wir den Begriff „Entscheidung“ nur auf rationale Entscheidungsfindung beschränken würden, hätten wir am Ende keine Entscheidung, die eine solche Definition tatsächlich erfüllt.

Unbewusste Aspekte **beeinflussen auch unsere Wahrnehmung von Informationen und verzerren somit direkt die Art und Weise, wie wir Beweise sammeln würden, um unsere Entscheidungen zu unterstützen** oder ein betroffenes Problem oder Thema zu verstehen. In Modul 1 haben wir betont, dass wir alle anfällig für Manipulationstechniken sind, die mit Desinformationen und Fake-News eingeräumt werden, und dass diese Techniken effektiv sind, wenn wir uns unserer selbst, unserer Werte und der sozialen Normen, denen wir ausgesetzt sind, nicht bewusst sind.

Wahrnehmung (aus dem Lateinischen *Perceptio* 'Sammeln, Empfangen') ist die Organisation, Identifizierung und Interpretation sensorischer Informationen, um die präsentierte Information oder Umgebung darzustellen und zu verstehen.¹

Unsere Wahrnehmung kann in vielerlei Hinsicht verzerrt sein. Das bedeutet im Grunde, dass „was wir sehen, nicht das sein muss, was wir sehen“. Es gibt viele Aspekte, die unsere Wahrnehmung beeinflussen (unsere Erfahrung, Persönlichkeit, Menschsein, unsere Überzeugungen und Werte und andere...).

BEISPIEL Nehmen Sie zum Beispiel, wie unterschiedlich ein Architekt im Vergleich zu einem Autoenthusiasten dieselbe Straße wahrnimmt. Was würden sie sehen und welche Eindrücke hätten sie, wenn sie durch die Straße gingen? Beachten Sie, dass sie sich beide in derselben Straße befinden würden, und selbst wenn sie sich nicht verzerren, wird ihre Wahrnehmung wirklich sehr

¹ Definition aus Schachter , Daniel (2011). *Psychologie* . Wert Verlage. [ISBN 9781429237192](https://www.isbn-international.org/number/9781429237192) (genommen von [Wikipedia.org](https://de.wikipedia.org/)).



unterschiedlich sein. Dieses Beispiel zeigt uns leicht, dass wir in einigen Fällen bereits durch unsere Erfahrungen und Motivationen voreingenommen waren (**wir sehen bereits – nehmen aus einer bestimmten Perspektive wahr**).

In Modul 1 haben wir auch gesehen, dass **verschiedene Akteure unterschiedliche Motivationen** haben, die von denselben Faktoren beeinflusst werden, die unser eigenes Verhalten beeinflussen (wir meinen Hauptfaktoren, nicht wie sich diese in der Realität manifestieren). Das Verständnis dieser Motivationen und zugrunde liegenden Faktoren wird uns helfen, zwischen verschiedenen Meinungen und Datenquellen zu navigieren, wenn wir Beweise sammeln und Informationen sinnvoll interpretieren. Aus diesem Grund werden wir in diesem Modul Faktoren untersuchen, die unsere (und alle anderen) Herangehensweisen an Informationen und Entscheidungsfindung beeinflussen, und auch unsere Vorurteile gegenüber dem Thema unterstreichen.

WICHTIG Die Themen in diesem Modul könnten auf mehrere wissenschaftliche Bereiche (Psychologie, Neurowissenschaften, Sozialpsychologie) ausgeweitet werden, und daher können wir nicht alle Themen und alle Aspekte der vorgestellten Themen abdecken. Das Ziel ist vor allem **, Sie als Lehrkraft zu inspirieren**, indem einige ausgewählte Themen und Konzepte vorgestellt werden, die Sie in Ihrer täglichen Arbeit mit Studierenden anwenden können. Wir ermutigen Sie, jedes Thema weiter zu erforschen, das Sie interessant und nützlich finden.

WICHTIG Wir möchten im Voraus anerkennen, dass die Themen, die wir in diesem Modul behandeln werden, **für jemanden kompliziert sein könnten, der in irgendeiner Weltanschauung verwurzelt** ist, die im Prinzip darauf ausgerichtet ist, an ihre Wahrheiten als die einzig richtigen zu glauben. Andererseits behaupten wir nicht, dass das, was präsentiert wird, wahrhaftig in Stein gemeißelt ist. Nehmen Sie es im Gegenteil eher als Inspiration, wie diese komplexen und komplizierten Themen angegangen und gesehen werden können. Daher sind wir offen für jede Diskussion über die vorgestellten Themen und Konzepte.

Wir laden Sie herzlich ein, sich der Offenheit und dem Willen zu erlauben, „Ihre eigenen Wahrheiten“ zu erforschen und möglicherweise auch in Frage zu stellen .

...Lassen Sie sich inspirieren...

1.1.1. Normen, Werte und Überzeugungen

Wie wir mit einem Thema umgehen, wird bewusst oder unbewusst von vielen Faktoren beeinflusst, die auf unseren **Veranlagungen und Erfahrungen basieren** . Diese Faktoren formen die eigenen Werte, Überzeugungen und Einstellungen. Wir agieren auch in einem spezifischen Umfeld mit bestimmten Normen und gesellschaftlichen Strukturen.

Da es unzählige Debatten geben könnte, was beeinflusst und was unter jedem Begriff betrachtet wird, wollen und müssen wir für unsere Zwecke nicht in Details und akademische Debatten gehen. Wir werden grundlegende brauchbare Rahmenbedingungen setzen und auch praktische Werkzeuge bereitstellen, die in realen Kommunikationssituationen verwendet werden können (siehe unten).

Normen sind anerkannte Standards oder Verhaltensweisen, **die von Mitgliedern einer sozialen Gruppe** als Verhaltensstandards geteilt werden. Norm ist konkret und spezifiziert bestimmte Dinge, die getan (oder weggelassen) werden müssen. Normen beziehen sich auf zugrunde liegende Werte und



werden (manchmal scheinbar) durch diese gerechtfertigt. Normen beziehen sich auf Verhaltensweisen und **Einstellungen, die als „normal“ angesehen werden**.

Aber es ist auch wichtig zu beachten, dass **jeder die Normen anders wahrnimmt** und diese Wahrnehmungen möglicherweise das widerspiegeln, was die meisten anderen tatsächlich tun oder erwarten. Und **wir haben auch die Wahl**, ob wir „entsprechend“ diesen wahrgenommenen Normen handeln. **Normen stellen keine eigenständigen Regeln dar, wie wir uns alle verhalten, sondern sind ein individuell wahrgenommener Rahmen, in dem wir als Individuum agieren**.

Was für die Kommunikation und das Verständnis problematisch sein kann und oft ist, ist, wenn Themen (Menschen, Ideen, Handlungen usw.) durch die **Brille einer Norm als Mittel für Wahrheit, Richtig und Falsch beurteilt werden**. Ohne anzuerkennen, dass die Norm Gewohnheit ist. Und als solches hat es keine vorrangige „Güte“ (selbst wir könnten es so sehen). Wir sagen nicht, dass die Normen für das Funktionieren der Gesellschaft nicht wichtig sind. Aber lassen Sie uns offen sein, um zu beurteilen, ob die Normen, die wir aufstellen, uns wirklich gute Dienste leisten.

WICHTIG Da es unser Ziel ist, verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen, sollten wir nach der bestmöglichen Option für unser Handeln suchen, basierend auf unseren Bedürfnissen und dem Zweck des Handelns. Wenn die Norm uns oder ihrem Zweck nicht dient, sind wir nicht offen, sie zu ändern. Nicht durch Aufbrechen der Norm, sondern durch Diskussion und das Finden besserer Lösungen (das Vorgehen hängt von der Situation und der jeweiligen Norm ab).

Werte können auf verschiedene Weise verstanden werden (wir können sagen auf verschiedenen Ebenen). Einige (und auch allgemein verwendete) definieren Werte als „*was wir im Leben wichtig finden*“ oder „*was uns wichtig ist*“. Diese Definition könnte (unserer Meinung nach) einer Organisation wie einem Privatunternehmen, das seine zentralen „Werte“ definieren kann, gut dienen. Aber auf der persönlichen Ebene ist eine solche Definition ziemlich irreführend, da sie eher auf Wünsche oder „Artefakte“ hinweist, die den Status in der Gesellschaft oder sogar Objekte darstellen (ich kann mich um Objekte kümmern). Daher können wir nicht zustimmen, dass etwas (das beim Surfen im Internet erwähnt wird) als „Reichtum“ oder „Fundament einer starken Ehe,“ sollte als jedermanns Wert angesehen werden. Wir würden das eher Wünsche nennen.

- x **Wünsche sind keine Werte** Als solches können wir nicht zustimmen, dass etwas (wie oft beim Surfen im Internet erwähnt) als „Reichtum“ oder „Fundament einer starken Ehe,“ sollte als jedermanns Wert angesehen werden. Wir würden das eher Wünsche nennen.

Wie definiert man dann Werte? Fragen wir zunächst, was sich hinter den oben genannten „Wünschen“ verbirgt:

- Hinter dem Wunsch nach Reichtum können wir viele verschiedene Bedürfnisse für verschiedene Menschen erkennen, wie zum Beispiel: Sicherheit, Überleben, Komfort, Würde, Freiheit und Wahlmöglichkeiten, Rücksichtnahme, Respekt usw.
- Hinter dem Wunsch nach „Fundament einer starken Ehe“ konnten wir viele verschiedene Bedürfnisse für verschiedene Menschen erkennen, wie: emotionale Sicherheit, Stabilität, Geborgenheit, Respekt, Harmonie, Gegenseitigkeit, Unterstützung, Vertrauen, Trost usw.

Wir sehen, dass **der Begriff „Werte“ ziemlich schwierig sein kann**. Grundsätzlich können wir sagen, dass etwas einen Wert für uns hat (es ist erstrebenswert und es lohnt sich, unsere Mühe – Zeit, Geld... – zu investieren, um es zu erreichen). So könnten wir sagen, dass unser Auto einen Wert für uns hat,



aber das ist wohl nicht das, wonach wir hier suchen (wie wir es als Wunsch bezeichnen würden)... Wir können etwas weiter gehen und zum Beispiel sagen, dass „Bildung einen Wert für hat uns“. Auch in diesem Fall suchen wir lieber nach den Beweggründen, da diese von Person zu Person unterschiedlich sein können (für den einen kann es eine bessere Berufsaussicht sein, für den anderen der Wunsch nach Wissen).

Auf diese Weise würden wir (im Wesentlichen) vorschlagen, **Werte als grundlegende menschliche Bedürfnisse zu verstehen**. Der Zweck besteht darin, die zugrunde liegende Ursache oder den Umstand zu finden, der uns als Menschen wirklich erfüllt (glücklich) macht. In dieser Hinsicht **könnten die Werte (unsere wahren Bedürfnisse) als beste Richtschnur für unser Leben dienen** (weitere Erläuterungen finden Sie im Kapitel Empathische Kommunikation weiter unten).

Wenn wir also über Werte sprechen, beziehen wir uns normalerweise auf etwas, das das „echte“ untergrabende Bedürfnis darstellt oder ausdrückt. Wie wir sagen können, „schätzt er am meisten seine Familie“, oder „Position im Job“ usw. Die Sprache wird auf bestimmte Weise verwendet und so ist sie. Aber um unser Verständnis zu vertiefen, ist es gut zu verstehen, dass diese „Werte“ „nur“ unsere Bedürfnisse im jeweiligen gesellschaftlichen und kulturellen Kontext repräsentieren und ausdrücken.

Believes ist im Cambridge English Dictionary definiert als „zu denken, dass etwas wahr, richtig oder real ist“. Wir würden ohne Beweis hinzufügen. Das ist die wahre Bedeutung des Wortes „glauben“: **Glauben ist etwas, von dem ich eigentlich nicht weiß (oder kann), ob es wahr ist oder nicht**. Glauben ist eigentlich **das Formulieren und Aufstellen von Annahmen, die nicht (oder im Prinzip nicht) Gegenstand weiterer Untersuchungen** sein können – nicht weiter hinterfragt und diskutiert werden können.

Üblicherweise wird das Wort „glauben“ auch in Situationen verwendet wie: „Ich glaube dieser Person/diesem Experten“ oder ich könnte sogar sagen: „Ich glaube, dass die Sonne morgen wieder aufgehen wird“ (da ich es nicht sicher sein oder tatsächlich beweisen kann, weil es noch nicht passiert). Aber für diese Umstände würden wir lieber einen Begriff wie „**Vertrauen**“ verwenden, da wir diese Aussagen nicht nur auf der Grundlage von „glauben“ ohne **Beweise oder Erfahrung stützen**. Ich kann jemandem vertrauen, weil ich ihn kenne und er sich bereits als zuverlässig erwiesen hat, oder ich weiß, dass all das Wissen, das wir über das Sonnensystem haben, die Chance gibt, dass die Sonne morgen aufgeht, obwohl ich es noch nicht beweisen kann.

Wir wollen nicht über die Wörter pingelig sein und es ist wahrscheinlich üblich/normal, in den oben genannten Situationen den Begriff „glauben“ zu verwenden. Aber wir sollten die wahre Bedeutung und den **Unterschied zwischen „glauben“ (ohne Beweise oder Erfahrung) und „Vertrauen oder Urteilen“ verstehen, basierend auf Beweisen oder Erfahrungen, die ein solches Urteil stützen können**. **Der Unterschied besteht darin, dass es bei „glauben“ keinen Sinn macht, nach der Robustheit der Beweise zu fragen, weil es einfach nur glauben ist**. Selbst wenn wir also den Begriff „glauben“ verwenden/hören, sollten wir in der Lage sein zu erkennen, ob es sich um eine Meinung oder ein Urteil handelt, das möglicherweise dazu neigt, die Robustheit der Beweise oder den reinen Glauben zu prüfen.



1.1.2. Einstellung, Motivation, Gewohnheiten und Weltbild

Attitüde ist unsere Tendenz, ein Symbol, ein Objekt oder einen Aspekt unserer Welt positiv oder negativ zu bewerten. Einstellung kann als ein **Gefühl oder eine Neigung definiert werden, Objekte, Personen und Situationen zu bevorzugen oder dagegen zu sein**. Es kann auch als Geisteszustand oder Gefühl in Bezug auf eine Sache definiert werden. Aber es gibt viele Definitionen des Begriffs Einstellung und der Begriff Einstellung wird auch allgemein relativ locker verwendet, um die eigenen Meinungen, Vorurteile und Gefühle zu sammeln.

Wichtig ist, dass wir uns unserer eigenen Einstellung bewusst sein können oder dass die Einstellung (zu etwas) unbewusst sein kann, aber dennoch unser Verhalten beeinflusst.

Motivation Die Mischung aus Faktoren wie oben genannten Werten, Normen, Einstellungen, Persönlichkeit (siehe unten) und auch unsere Erfahrung und aktuelle Situation beeinflussen unsere Motivation zu tun, was wir tun und wie wir es tun. **Motivation ist der konkrete Wunsch zu handeln, um ein bestimmtes Ziel oder Ziel zu erreichen**. Motivation ist die konkrete Manifestation unserer Persönlichkeit, Werte, Normen und Einstellungen in der Realität. In diesem Sinne ist die Motivation eng mit unseren Wünschen verbunden, etwas zu haben oder zu erreichen (siehe oben). „**Ich bin motiviert, etwas zu tun, weil ich etwas ´erreichen´* möchte**“. Die Motivation kann bewusst sein (ich weiß, was ich erreichen möchte) oder unbewusst (ich habe kein festgelegtes oder artikuliertes Ziel).

***Etwas zu erreichen** muss nicht materieller Natur sein oder der Erreichung eines bestimmten Ziels (Leistung) dienen. Zum Beispiel ist jemand motiviert, aus reinem Vergnügen laufen zu gehen und nicht unbedingt, um ein Rennen zu gewinnen oder einen Marathon unter 3 Stunden zu laufen. Aber wir können immer noch sehen, dass die Motivation aus dem Wunsch kommt, das Vergnügen zu „erreichen“ (in den Zustand des Vergnügens zu kommen oder sich nach dem Lauf gut zu fühlen). In diesem Fall könnte die Motivation also sogar unbewusst sein.

Gewohnheiten sind auch ganz wichtige Voraussetzungen für unser Verhalten, wie wir Dinge tun. Gewohnheiten sind **das, was wir tun, weil wir es gewohnt sind**. Im Sinne von „wir tun, was wir tun“. Es ist etwas, was wir regelmäßig tun. Gewohnheiten können ziemlich stark sein und schwer loszuwerden. Es gibt viele Motivationsbücher, wie Sie die „richtigen“ Gewohnheiten ändern und festlegen können, um Ihnen gute Dienste zu leisten. Einerseits können wir sehen, dass Gewohnheiten uns im Leben helfen können. Aber auf der anderen Seite, da es unser Ziel ist, verantwortungsvoll zu handeln (um uns selbst zu nützen), sollten wir auch sehen, dass **Gewohnheiten tatsächlich verweigern, aus freiem Willen zu wählen und zu handeln**. Wenn wir alles auf der Grundlage von Gewohnheiten tun würden, wären wir wie eine automatische Maschine. Fragen wir uns, ob wir eine automatische Maschine oder ein menschliches Wesen sein wollen, das die Wahl hat zu handeln.

Weltanschauung könnte als umfassende Vorstellung oder Erfassung der Welt insbesondere von einem bestimmten Standpoint² (Standpunkt) aus definiert werden. Es geht **darum, wie wir oder die Gesellschaft die Welt um uns herum und unseren Platz darin wahrnehmen, konzeptualisieren und verstehen**. Es ist mit unserem Verständnis und Wissen, der Interpretation von Phänomenen, mit denen wir uns beschäftigen, und den Normen und Werten verbunden. Sie entsteht in einem eher iterativen Prozess, bei dem es nicht möglich ist zu sagen, ob die Normen die Grundlage für das

² Vergriffen aus : www.merriam-webster.com/dictionary/worldview



Weltbild oder das Weltbild die Grundlage für die Aufstellung der Normen sind. Da das eine das andere auf beide Arten beeinflusst. Basierend auf ihrer Weltanschauung neigen Menschen dazu, Entscheidungen zu treffen, was richtig und falsch ist, was getan werden sollte und was nicht, und urteilen moralisch (siehe auch unten Empathische Kommunikation). Spezifische und besonders starke (und unbewusste) Weltbilder sind oft der Fall für voreingenommene Wahrnehmung und Entscheidungsfindung.

(ZUSAMMENFASSUNG) Mit in die Klasse nehmen. Unser Handeln, auch unser Umgang mit Informationen, wird durch verschiedene Faktoren beeinflusst (siehe oben). Um einander zu verstehen, sollten wir zuerst uns selbst verstehen, erst dann können wir sehen, was „hinter“ den Entscheidungen, Entscheidungen und Handlungen anderer steht.

1.2. Persönlichkeitstypen (MBTI)

„ES IST SO UNGLAUBLICH, ENDLICH VERSTANDEN ZU WERDEN UND ANDERE ZU VERSTEHEN“

(von [16Personalities.com](https://www.16personalities.com) - modifiziert)

Es gibt viele Möglichkeiten, wie wir eine Persönlichkeit sehen und beschreiben können. Lassen Sie uns Ihnen ein Beispiel geben, das wir für relevant und nützlich halten und von dem die Lehrer inspiriert und bei der Arbeit mit den Schülern verwendet werden könnten.

Der Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) ist ein Persönlichkeitstest zur Bestimmung von Persönlichkeitstypen, der auf Carl G. Jungs Arbeiten zu psychologischen Typen basiert und um zusätzliche Persönlichkeitsspezifikationen von Isabel Briggs Myers erweitert wurde. **Es konzentriert sich darauf, wie unterschiedliche Menschen die Welt wahrnehmen und ihre Entscheidungen treffen**, was ihre Werte, Bedürfnisse und Motivationen sind. Die MBTI-Persönlichkeitstypologie ist eine der bekanntesten und am häufigsten verwendeten, beispielsweise in Bewerbungsgesprächen oder zur Persönlichkeitsentwicklung.

Der MBTI-Persönlichkeitstest klassifiziert Menschen nach ihren Einstellungen und Handlungen in bestimmten Situationen. Die Typbeurteilung besteht aus vier Buchstaben, die die hervorstechendsten Eigenschaften einer Person und ihre Art, sich Informationen zu nähern, Entscheidungen zu treffen und sich in der Gesellschaft zu verhalten, darstellen. Das Testen erfolgt meistens in Form eines Fragebogens, der eine sorgfältig konstruierte Reihe von Fragen zum menschlichen Verhalten in Alltagssituationen enthält.

Die MBTI-Methodik unterscheidet Menschen nach **vier grundlegenden Persönlichkeitsmerkmalen** :

- Introversio(n) (I) versus Extroversio(n) (E)
- Wahrnehmung (S) versus Intuition (N)
- Denken (T) versus Fühlen (F)
- Urteilen (J) versus Wahrnehmen (P)

Nach diesem Ansatz hat jede Person vier dominante Eigenschaften (immer eine der Gegensätze), die uns zusammen etwas über ihre Persönlichkeit, Stärken, Schwächen, Karrieremöglichkeiten oder Arbeitsgewohnheiten sowie Verhaltensweisen in romantischen Beziehungen, Freundschaften, Kindheit, Elternschaft erzählen und allgemeine zwischenmenschliche Beziehungen.



Weitere Einzelheiten finden Sie auf den folgenden Websites zu den einzelnen Persönlichkeitstypen, deren Verwendung und Tests, um Ihren MBTI-Typ zu finden: [16Personalities](#) or [Truity](#).

WICHTIG Achten Sie bei der Anwendung von MBTI-Typen darauf, **sie nicht zu verwenden, um andere zu beurteilen** und ihnen Grenzen zu setzen (indem Sie sagen, dass sie nicht geeignet wären, etwas zu tun oder eine bestimmte Führungsposition in einem Team zu haben usw.). Bei der MBTI-Typologie geht es darum, **wie wir Dinge tun und angehen würden, und nicht darum, was wir erreichen können und was nicht**. In diesem Zusammenhang ist es gut zu wissen, dass es viele **Quellen im Internet gibt**, die MBTI-Typen auf recht primitive und nicht angemessene Weise erklären.

(ZUSAMMENFASSUNG) Mit in die Klasse nehmen Indem Sie MBTI-Typen verstehen, werden Sie die Unterschiede verstehen, warum sich Menschen (Studenten) auf bestimmte Weise verhalten und warum sie dazu neigen, bestimmte Rollen im Kollektiv (Team) zu spielen. MBTI gibt uns auch ein Verständnis dafür, **wie wir und andere bestimmte Situationen wahrnehmen und was uns motiviert** und was uns unmotiviert macht oder uns verletzt. MBTI gibt uns die Möglichkeit, uns selbst und andere zu verstehen, nicht indem wir beurteilen, was richtig und falsch ist, sondern indem wir unsere natürlichen Persönlichkeitseinstellungen anerkennen (**wer wir sind und wo wir uns wohl fühlen und gedeihen können**). So können wir **die Schüler dabei unterstützen, ihr Potenzial auszuschöpfen**.

MBTI kann als zentrales Instrument dienen, um einander zu verstehen und wertzuschätzen, anstatt das Andersartige abzulehnen. **Da jeder Typ seine eigene Qualität und Vielfalt hat, bringt dies der Gesellschaft das Potenzial zur Entwicklung.** Zum Beispiel, wenn wir den Typ Sensing (S) und Intuition (N) nehmen. Man kann die aufgestellten Regeln überwachen und bewahren (S) und man kann Dinge sehen, die noch nicht da sind (N). Der S-Typ könnte denken, dass der N-Typ die Regeln nicht befolgt, und im Gegensatz zum N-Typ kann der S-Typ als zu starr empfunden werden, um Dinge voranzutreiben. So soll in diesem Fall beispielsweise der S-Typ Potenziale sehen und schätzen lernen, die der N-Typ in Form von neuen Visionen einbringen kann. Jemand könnte spontaner sein (P-Typen) und einige können Dinge erledigen (J-Typen).

1.3. Kognitive Voreingenommenheit

Da wir uns in einer sehr komplexen Umgebung zurechtfinden müssen, um zu überleben und (relativ) schnelle Entscheidungen treffen zu können, **sind wir mit der Fähigkeit ausgestattet, wahrgenommene Informationen zu interpretieren, indem wir sie mit unserem „Wissen“ (basierend auf unserer Erfahrung) und aktuellen Gefühlen verbinden**. Diese Fähigkeit half uns zu überleben, indem wir in der Lage waren, schnelle Entscheidungen zu treffen, um Gefahren zu vermeiden oder Gelegenheiten zu ergreifen (um Nahrung zu beschaffen usw.). Es hängt also mit unserem Überlebensprozess zusammen, also mit der Selbsterhaltung. Daher ist es tief **mit dem Sinn für Schutz (Verteidigung) oder das Ergreifen von Gelegenheiten verbunden**.

Andererseits ist diese Fähigkeit aber auch für **„Abkürzungen“³ bei der Interpretation von Informationen** oder bei der Entscheidungsfindung verantwortlich und kann (und tut es oft) zu Fehlinterpretationen führen. Diese Fehler werden als kognitive Verzerrungen bezeichnet.

Eine kognitive Voreingenommenheit ist ein unbewusster Fehler, der dazu führt, dass Sie **Informationen, die Sie wahrnehmen, falsch interpretieren und somit die Genauigkeit von**

³ Genannte Heuristiken (siehe zum Beispiel Artikel: [What Are Heuristics?](#))



Entscheidungen und Urteilen beeinträchtigen . Mit anderen Worten: **führt das Urteil oder die Interpretation der Informationen in einer Weise, die von der Realität abweicht .**

- x **Logischer Fehlschluss** ist keine kognitive Voreingenommenheit. Der logische Fehlschluss stellt einen Fehler in der logischen Argumentation dar. Kognitive Verzerrung hängt damit zusammen, wie wir Informationen wahrnehmen und interpretieren.

1.3.1. Ausgewählte gemeinsame kognitive Verzerrungen

Werfen wir einen Blick auf einige der häufigsten und für unsere Zwecke nützlichen Vorurteile, die man kennen und erkennen kann:

Bestätigungsverzerrung ist eine Tendenz von Menschen, Informationen zu bevorzugen, die ihre vorgefassten Meinungen bestätigen. **Das bedeutet, dass wir uns darauf orientieren, Informationen so zu empfangen, wahrzunehmen und zu interpretieren, dass sie unser „aktuelles Selbst“** (unsere Überzeugungen , unsere Vorstellungen vom Thema, unsere mentalen Modelle, unsere Wünsche, unseren Status, unser Verhalten, unsere Vorlieben, unsere Einstellung) bestätigen etc.). Grundsätzlich geht es darum, Informationen zu erhalten und/oder zu interpretieren, die die eigene Position zu einem Thema unterstützen. Daraus **können wir schließen, dass unsere Ansichten richtig sind**, aber oft die Realität verdunkeln, da **wir unsere Gedanken nicht so sehen, wie sie sind, sondern so, wie wir sie haben wollen.**

Im weitesten Sinne könnten wir bis zu einem gewissen Grad argumentieren, dass alle Vorurteile nur unterschiedliche Manifestationen von Bestätigungen sind. Dass alle **Vorurteile uns tatsächlich dazu „dienen“, unser aktuelles Selbst zu verteidigen** (wie wir uns selbst wahrnehmen oder von anderen wahrgenommen werden wollen). **WOMIT SIE SICH IDENTIFIZIEREN, verteidigen Sie es als Ihr Selbst .**

Bestätigungsverzerrung ist eng mit dem Bedürfnis verbunden, akzeptiert zu werden, das sich im Streben nach Bestätigung und Identität (irgendwohin gehören) manifestiert. Wie wir anhand von „Verschwörungstheorien“ oder starken Identitätsdenken (siehe Modul 4) sehen können, ist es für Menschen umso schwieriger, aus einer möglichen anderen Perspektive zu sehen, **je mehr Menschen in den Aufbau ihrer Persönlichkeit um eine bestimmte Rolle in der Gesellschaft oder Weltanschauung herum investiert haben.** Standpunkt.

Eine sehr wichtige Rolle und, sagen wir, Lupe bei der Unterstützung von Bestätigungsverzerrungen spielen in der Gesellschaft, in der die **sozialen Medien spielen** . Die Algorithmen der sozialen Medien sind darauf ausgelegt, uns das zu vermitteln, was uns bereits gefällt oder für unsere Weltanschauung spricht. Um dies zu überwinden, müssen wir in bewusstes Handeln investieren, um nach Alternativen zu suchen (Einzelheiten finden Sie in Modul 2).

Wohin uns die Bestätigungsverzerrung führt:

- Wir **suchen nach** Informationen, die unseren Standpunkt bestätigen (**selektive Exposition**)
 - Wir suchen nach Informationen, die unserem Standpunkt nahekommen und ihn bestätigen
 - Wir lassen uns von den Algorithmen der sozialen Medien Informationen präsentieren, die unseren Standpunkt nur bestätigen⁴

⁴ Zitiert aus: [Feeling validated versus being correct: a meta-analysis of selective exposure to information](#)



- Menschen, die sich stark zu bestimmten Religionen bekennen, vermeiden oft den Kontakt mit Informationen oder Menschen, die sie von ihrer Lehre „abbringen“ könnten
- Wir **nehmen** Informationen auf eine Weise wahr, die unseren Standpunkt bestätigt (wir sehen oder hören möglicherweise nur einige Teile der präsentierten Geschichte / Informationen und ignorieren den Teil, der nicht zu unserer Vorstellung passt)
 - Es ist sehr wichtig zu verstehen, dass **wir aufgrund des Bestätigungsfehlers nicht einmal mit anderen Meinungen** oder Informationen konfrontiert werden, die unserem Standpunkt widersprechen (wir sehen sie einfach nicht, selbst wenn sie uns präsentiert werden).
- Es unterstützt unsere Sichtweise, da wir nicht bewusst (sondern unbewusst) mit anderen Sichtweisen konfrontiert werden
- Wir **interpretieren** Informationen, um unseren Standpunkt zu bevorzugen
 - Fragen ohne Grund oder durch nicht unterstützte Rationalisierung (beachten Sie, dass **Rationalisierung eine wichtige Rolle** bei der Bestätigungsverzerrung spielt)
 - Es kann sein, dass die Informationen **vernachlässigt** oder **relativiert** werden, die unserem Standpunkt widersprechen
- Als Folge kommen wir zu **Urteilen**, die auf der Wahrnehmung und Interpretation der obskuren Realität beruhen
 - Ein solches Urteilsvermögen würde uns nicht zu verantwortungsvollen Entscheidungen und Handlungen führen, die eine angemessene Reaktion (Reaktion) auf die Situation darstellen, und würde daher im Wesentlichen nicht zur Erfüllung unserer wahren Bedürfnisse führen

Was tun, um Bestätigungsfehler zu vermeiden:



Seien Sie sich des Bestätigungsfehlers bewusst

- Sehen Sie zum Beispiel, dass Sie Informationen, die Ihren Standpunkt bestätigen, für selbstverständlich (ohne Bewertung) halten, und auf der anderen Seite, welche Anstrengungen Sie unternehmen werden, um Informationen zu bewerten und möglicherweise „falsch zu beweisen“, die gegen Ihre Ansichten sprechen



Bewertet alle Informationen gleichermaßen



Bemühen Sie sich bewusst, nach Informationen (Beweisen) zu suchen, die unterschiedliche Perspektiven begünstigen

grundlegender Attributionsfehler liegt vor, wenn eine Person das Verhalten einer Person einem Merkmal der **Persönlichkeit der Person zuschreibt**, **anstatt der Situation** / dem Kontext, in dem sich die Person befindet. Meistens wird dies mit einer Projektion unsererseits verbunden sein, die auf unseren Annahmen über die Person basiert (**um unsere Haltung gegenüber der Person zu bestätigen**).

Was zu tun ist, um grundlegende Zuordnungsfehler zu vermeiden:



Beachten Sie die grundlegende Attributionsfehlerverzerrung



- Projiziere ich meine Einstellung auf die Person, um ihre/seine Handlungen zu erklären



Bedenken Sie, dass die Umgebung ein bestimmtes Verhalten der Person verursachen könnte

- Sehen und verstehen Sie zuerst die Situation, in der sich die Person befindet, bevor Sie ihre Handlungen interpretieren

Blind-Spot-Bias ist, wenn wir Vorurteile bei anderen erkennen, sie aber bei sich selbst nicht sehen. Wir neigen dazu zu glauben, dass wir weniger voreingenommen sind als andere ⁵.

Wenn Sie Vorurteile bei anderen sehen (oder glauben zu sehen), aber Ihre eigenen nicht erkennen, ist es mehr als wahrscheinlich, dass das, was Sie zu sehen glauben, nur Ihre Projektionen und Bestätigungsvorurteile sind.

Was zu tun ist, um Blind-Spot-Bias zu vermeiden:



Erkennen Sie an, dass wir alle (und ich auch) bis zu einem gewissen Grad voreingenommen sind



Es ist gut zu sehen, dass und wie andere Menschen voreingenommen sind, aber wenn Sie Ihre eigenen Vorurteile nicht sehen, dann könnte Ihre Wahrnehmung anderer nicht mehr als Ihre eigene voreingenommene Meinung sein

- Verstehen Sie sich selbst, wir sollten in erster Linie unser eigenes Verhalten reflektieren



Fragen Sie sich immer selbst und verstehen Sie Ihre Perspektive auf das Thema nur dann, wenn Sie sehen können, wie dies Ihre Wahrnehmung und Ihr Urteil beeinflusst

Verankerungsvoreingenommenheit ist eine Tendenz, sich zu verlassen zu schwer oder von beiden beeinflusst werden bereits vorhanden Information oder das Erste Stück von Information oder irgendein Konzept oder Ansatz (der Anker). Als ob die **ersten Informationen als Anker für unser weiteres Handeln dienen**, recherchieren. Diese Informationen sind (unbewusst) mit einer anfänglich spannenden oder verlockenden Idee oder mit meiner Sichtweise verbunden (siehe Bestätigungsverzerrung).

Beachten Sie, dass dies uns entweder in eine Sackgasse führen kann (und wir verschwenden viel Energie ohne relevantes Ergebnis) oder mit der Verbindung von Bestätigungsverzerrung zur Entwicklung einer „Verschwörungstheorie“ führen kann. Sie können sich einen Detektiv vorstellen, der wie besessen dem einen Hinweis folgt, der am Ende zu nichts Bedeutsamen führt oder zu einer falschen Anschuldigung von jemandem führt.

Aus methodologischer Sicht könnte sich Verankerung auf einen Ansatz (Methode) stützen, der grundsätzlich falsch oder für die Bearbeitung des Forschungsthemas nicht geeignet ist (siehe Modul 3 Forschungsdesign).

⁵ Weitere Informationen zum Blind-Spot- Bias siehe: [Researchers Find Everyone Has a Bias Blind Spot](#)



Was zu tun ist, um Verankerungsvoreingenommenheit zu vermeiden:



Bleiben Sie nicht bei einem einzigen Beweis hängen. (Versuchen Sie) das Problem aus verschiedenen Perspektiven zu sehen



Suchen Sie nach anderen Beweisen und bewerten Sie den, den Sie haben



Verlassen Sie sich nicht nur prinzipiell auf einen Ansatz (Methode). Sehen Sie den Zweck der Forschung und verwenden Sie eine angemessene Methode dafür (siehe Modul 3)

Projektionsbias bedeutet, eine implizite Annahme zu haben, dass andere dasselbe denken, glauben oder wissen wie wir. Es geht darum, die anderen nicht als Individuen mit eigener Persönlichkeit, eigenen Werten und Überzeugungen anzuerkennen. Projektionsverzerrung bedeutet im Grunde, **die Normalität unserer Überzeugungen zu überschätzen oder an sie zu glauben**. Es ist eigentlich eine Wahrnehmung, bei der **wir aus unserer aktuellen Situation, unserem Selbst, eine „universelle“ Norm machen**.

Projektionsbias ist mit geringer Empathie verbunden. Und es ist ziemlich interessant, dass Projektionsverzerrung auch mit **geringer Empathie für unser zukünftiges Selbst verbunden ist**. Das bedeutet, eher zu glauben, dass wir in Zukunft genauso denken, fühlen und handeln werden wie jetzt. Dies zeigt sich in Verhaltensweisen, die die Wichtigkeit von etwas jetzt betonen, das auf lange Sicht eigentlich keinen Wert hat.

Was zu tun ist, um Projektionsbias zu vermeiden:



Erkenne an, dass die Dinge nicht so sein müssen, wie ich sie gerade habe oder mir vorstellen kann



Arbeiten Sie mit anderen an Ihrer Empathie



Projizieren Sie nicht Ihre eigenen Stärken und Überzeugungen als Erklärung für das Handeln anderer



Machen Sie NICHT aus Ihren eigenen Zähigkeiten und Überzeugungen **allgemein gültige Normen**, die auf andere angewendet werden sollten

Repräsentativitätsverzerrung ist eine Tendenz, **die Wahrscheinlichkeit einer Hypothese anhand der Menge der verfügbaren Daten zu beurteilen**, die ihr ähneln.

Dies geschieht zum Teil auch **in wissenschaftlichen Zeitschriften**, insbesondere in Metaanalysen und systemischen Reviews. Ergebnisse wie 8 Studien befürworten das Argument A und nur zwei Studien befürworten Argument B, sodass A richtig ist, sollte nicht als relevant angesehen werden, da wir nicht über die „Wahrheit“ abstimmen sollten, sondern wir sollten die wirklichen Beweise sehen und ob diese wirklich kohärent sind Erklärung (mehr dazu in Modul 4) Sinnvolle Informationen.



Was zu tun ist, um Projektionsbias zu vermeiden:



Wir sollten nicht über die „Wahrheit“ nach der Menge der Informationen oder der Anzahl der Artikel oder Experten abstimmen, die einen bestimmten Standpunkt bevorzugen.

- Es sollten Beweise vorgelegt werden, und die Beweise sollten eine kohärente Erklärung ergeben



Suchen Sie nach Beweisen und einer schlüssigen Erklärung (siehe Modul 4)

Verfügbarkeitsfehler bedeutet, dass wir von Informationen beeinflusst werden, die uns leicht zugänglich sind. Dies ist etwas, das wir nicht wirklich vermeiden können, da wir ständig Informationen ausgesetzt sind, die einen bestimmten Standpunkt begünstigen. Sehen Sie sich zum Beispiel die Nachrichten über die Welt an und vergleichen Sie sie mit der realen Welt „da draußen“.

Was zu tun ist, um Projektionsbias zu vermeiden:



Beachten Sie, dass wir nur bestimmten Arten von Informationen ausgesetzt sind



Beachten Sie, dass wir immer nur begrenzte Informationen zu diesem Problem haben

- Reicht es aus, eine verantwortungsbewusste Entscheidung zu treffen (siehe Modul 3 zum Sammeln relevanter Daten und Informationen und Modul 4 zum sinnvollen Umgang mit Informationen)

Es gibt noch **viel mehr Vorurteile**, die beschrieben werden könnten, und wir ermutigen Sie, selbst weiter zu suchen. Aber mit den oben genannten sollten wir eine solide Grundlage für unsere Zwecke haben, um andere zu verstehen (Aktivität 2), Forschung zu entwerfen (Aktivität 3) und Daten und Informationen zu verstehen (Aktivität 4).

1.3.2. Abwertend

Es wurden Anstrengungen und Forschungen unternommen, um Möglichkeiten zu suchen und zu bewerten, wie Vorurteile bewusst reduziert werden können. Die Forschung⁶ zeigt positive Auswirkungen speziell entwickelter Computerspiele, Videos⁷ oder Schulungen zum Debasing, obwohl es immer ziemlich fraglich ist, wie die Verringerung von Vorurteilen tatsächlich gemessen werden kann.

Basierend auf einer Metaanalyse können wir die Motivationen zur Verteidigung unseres Standpunkts (Bestätigungsverzerrung) und die Motivation für eine unvoreingenommene Entscheidungsfindung (Genauigkeitsmotivation) zusammenfassen:⁸

Motivation für einen **defensiven Ansatz** (es wird schwierig, Bestätigungsverzerrungen zu vermeiden):

- **Verbundenheit** oder Loyalität zu einer Ansicht (werterelevantes Engagement)

⁶ Du kann sehen ein Beispiel hier: [How a Video Game Helped People Make Better Decisions](#)

⁷ Du kann sehen und verwenden für dein Zwecke das verwendete Video in der Oben Forschung hier: <https://www.youtube.com/watch?v=cNWmnZJnNnE>

⁸ Zitiert aus: [Feeling validated versus being correct: a meta-analysis of selective exposure to information](#)



- wenn Personen, die gerade eine Einstellung oder Überzeugung gemeldet oder sich an einem Verhalten beteiligt haben, **herausfordernde** (vs. unterstützende) Informationen erhalten (dies führt dazu, dass Personen in einen Abwehrzustand geraten)
- Vorhandensein von **scheinbar hochwertigen Informationen**, die ihren Standpunkt stützen
- persönliches Engagement als starke Verbundenheit mit einer Ansicht (für die Ansicht Opfer bringen, **viel Zeit oder Mühe aufwenden, um eine Entscheidung zu treffen**, die Ansicht frei wählen, die Ansicht öffentlich erklären)
- „**engstirnige Menschen**“

Motivation für **Genauigkeit** (unvoreingenommene Entscheidungsfindung):

- **ergebnisrelevantes Engagement** (im Gegensatz zu wertrelevantem Engagement)
- **Informationsnutzen** als das Ausmaß, in dem Informationen genutzt werden können, um gute Entscheidungen zu erleichtern

Aus **praktischer Sicht** für die **Herabsetzung von wirksam** ist:

- **Informationen über Vorurteile** erhalten (erfahren Sie, dass wir dazu neigen) (in Form von Schulungen, Videospielen oder Lehrvideos)
- Know My Self – Förderung von **Selbstreflexion und Weltoffenheit**
- **kognitive Ressourcen investieren**, um Entscheidungen zu treffen (**um Vorurteile zu überwinden, ist es notwendig, bewusste Anstrengungen zu investieren**), daher bezeichnen wir den vorgestellten Ansatz auch als **AKTIV** (aktiv sein)
- eine **Atmosphäre schaffen** und mehr Raum, Raum und Ressourcen geben, **um das Suchen zu unterstützen und kognitive Ressourcen** in das Treffen von Entscheidungen zu investieren
- Verwenden Sie einen „**wissenschaftlichen Ansatz**“, den wir als Hypothese formulieren und testen bezeichnen könnten. **Nehmen Sie Ihre Idee oder Ihren ersten Eindruck nicht als selbstverständlich hin, SONDERN betrachten Sie es als Annahme/Hypothese, die weiter getestet werden muss** (durch Beweise oder Erfahrung).

Das im ACTIVE-Projekt vorgestellte Toolkit mit seiner Methodik und seinen Aktivitäten soll die oben erwähnte Neigung zur Erniedrigung fördern.

Einige Forschungsstudien und Informationen, die im Internet zu finden sind, sind entwürdigende Werbeansätze, denen **wir nicht zustimmen können**⁹:

- x **Nutzen Sie Anreize**. *Hüten Sie sich davor*, zu versuchen, die Schüler „voreingenommen“ zu machen, indem Sie die Schüler motivieren, eine bestimmte Handlung auszuführen und einer bestimmten Norm zu folgen (gesund essen, verurteilen, was ich als „böse“ bezeichne usw.). **Dies wird nur ein neues Konzept schaffen und Türme etwas vorspannen.**
- x **Verwenden Sie die Nudge-Theorie** zum „Debiasing“. Die Nudge-Theorie „schlägt positive Verstärkung und indirekte Suggestionen vor, um das Verhalten und die Entscheidungsfindung von Gruppen oder Einzelpersonen zu beeinflussen¹⁰“. **Wenn Sie beeinflussen wollen, etwas unbeabsichtigt zu tun, bedeutet dies genau, dass Sie eine voreingenommene**

⁹ [Debiasing Decisions: Improved Decision Making With a Single Training Intervention](#) oder [Wikipedia](#)

¹⁰ Wikipedia: Schubsen Theorie https://en.wikipedia.org/wiki/Nudge_theory



Entscheidungsfindung fördern , die von jemandem oder etwas „beeinflusst“ wird (wie es heißt). Dies ist das Gegenteil von Erniedrigung.

WICHTIG Wenn wir über Abwertung nachdenken, können wir nur Offenheit und Bewusstsein beeinflussen, nicht konkrete Handlungsnormen! Versuchen Sie nicht, jemanden zu einem bestimmten Glauben oder einer bestimmten Anziehung/Abneigung zu überreden, um Vorurteile zu überwinden. Da dies die Person nur in gewisser Weise voreingenommen wäre.

1.4. Empathische (gewaltfreie) Kommunikation

„ANDERE LEUTE ODER SONST JEMAND KANN DICH NICHT DAZU BRINGEN, IRGENDETWAS ZU TUN. ES IST IHRE WAHL,“

„Wir mögen vielleicht nicht immer die Wahlmöglichkeiten, die wir haben, aber niemand kann uns dazu zwingen, etwas zu tun, was wir nicht wollen.“ (Marshall Rosenberg)

Gewaltfreie Kommunikation ist ein von Marshall Rosenberg entwickelter und propagierter Ansatz. Rosenberg promovierte zum Dr. in Psychologie und hat den Ansatz der gewaltfreien Kommunikation (heutzutage manchmal als „empathische Kommunikation“ bezeichnet) als Vermittler in unterschiedlichen Umgebungen eingesetzt, ebenso wie Schulen oder Friedensprogramme in Konfliktgebieten (Palästina und Israel, Ruanda, Sri Lanka und andere). Bis jetzt gibt es viele Anhänger und Trainer, die Gewaltfreie Kommunikation praktizieren.

1.4.1. Grundlagen der Gewaltfreien Kommunikation (GFK)

Im Folgenden stellen wir die grundlegenden Konzepte und Ansätze der Gewaltfreien Kommunikation aus der Videoserie [Gewaltfrei vor Kommunikation mit Marshall Rosenberg](#) . Da diese Methodik ins Tschechische, Polnische, Slowakische, Deutsche und Italienische übersetzt wird, möchten wir mit diesem Formular auch Lehrern, die kein Englisch sprechen, die Ideen der gewaltfreien Kommunikation vorstellen.

Das ZIEL der Gewaltfreien Kommunikation (GFK) ist „Um allen Bedürfnissen gerecht zu werden. Und der Bedarf wird durch Menschen gedeckt, die bereitwillig (von Herzen) geben, nicht aus irgendeiner Zwangsmotivation“

Unter „**Bedürfnissen**“ werden laut GFK die menschlichen Grundbedürfnisse befriedigt (siehe unten). Die Erfüllung dieser menschlichen Grundbedürfnisse ist die wesentliche Triebkraft für unser Verhalten. Und das Kernverständnis von GFK ist, dass, wenn wir die Grundbedürfnisse anderer verletzen, dies im Grunde genommen geschieht und uns auch nichts nützt. Wie Rosenberg sagt: „**Sie können NEIN zu den Bedürfnissen anderer sagen**, aber die andere Person wird **höchstwahrscheinlich auf eine Weise auf Sie reagieren, die nicht in Ihrem besten Interesse ist**. Aber wenn du das Bedürfnis hinter dem NEIN sagst, wird das weniger wahrscheinlich passieren.“

„Wenn wir **etwas aus Angst vor Bestrafung tun, zahlt jeder dafür**“ Weil wir es nicht freiwillig und mit Freude tun. Wenn wir unfreiwillig etwas für jemanden tun, lassen wir die Person „dafür bezahlen“. Wir werden uns selbst dafür hassen und die anderen dafür hassen, dass wir es für sie tun müssen (und dass sie nicht genug Dankbarkeit zeigen). „**Geben von Herzen**“ ist, wenn wir das Geben genießen, die Dinge, die wir tun, wir genießen die Beziehungen und am Ende genießen wir unser Leben.



„Alles, was wir für eine Belohnung tun, zahlt jeder.

Alles, was wir tun, damit die Leute uns mögen, zahlt jeder.

Alles, was wir aus Schuld, Scham, Pflicht, Pflicht tun, zahlt jeder.“

Anstatt zu scheren (von Herzen zu geben) spielen wir **das Spiel „Wer hat Recht“**, ein Spiel, bei dem alle verlieren“. „Dieses Spiel beinhaltet zwei der hinterhältigsten Dinge, auf die Menschen jemals gestoßen sind. Das ist eine Bestrafung, als ob Sie es verdienen, zu leiden, wenn Sie sich irren.“ Dieser Ansatz, argumentiert NVC, **hat bereits genug Gewalt** auf dem Planeten geschaffen.

Wenn die **glauben, dass Menschen von Natur aus böse sind**, als "Sie denken, dass der Weg, um Veränderungen herbeizuführen, wenn Menschen sich auf eine Weise verhalten, die Sie nicht mögen, darin besteht die Menschen dazu zu bringen, sich selbst für das zu hassen, was sie tun." Aus diesem Grund wurde eine Sprache entwickelt, die Rosenberg „**Schakalsprache**“ nennt. "Diese Sprache schneidet uns vom Leben ab und macht es sehr einfach, gewalttätig zu sein. Tatsächlich schafft sie eine Gesellschaft, in der Gewalt genossen wird."

„**Schakale Sprache**“ (Sprache der Herrschaft, Gewalt fördernd) ist:

- Sprache **moralistischer Urteile**, **denken Sie in Begriffen**, wer Recht hat, wer Unrecht hat, wer gut ist.
 - Denken in den Konzepten von richtig und falsch, gut und schlecht, normal und anormal
- Z.B. jemanden abstempeln (als... „**Idiot**“, „**unfähig**“...)
- **Sprache, die die Wahl und Verantwortung** für die Handlung leugnet
 - Amtssprache (auch können wir es **Bürokratiesprache** nennen): Wann deutsch Nazi Adolf Eichmann war während des Prozesses fragte: „War es schwer für Sie diese Zehner zu senden von Tausende von Menschen zu ihren Tod?“ Eichmann antwortete: „Zu sagen Sie das Wahrheit, es war einfach. Unser Sprache hat es geschafft einfach. **... es ist eine Sprache, die die Verantwortung für Ihre Handlungen ablehnt**“
 - „Überlegene Aufträge, Firmenpolitik, die sie mich dazu gebracht haben. Ich konnte nicht anders“.
 - Sprache, die (Kind) lehrt, dass **man etwas tun muss**
- Sprache, die andeutet, dass dich jemand ... wütend, verletzt, ... **fühlen lässt**
- **Urteile** wie: „Er spricht zu viel“, wie wir wissen würden, haben das Recht zu entscheiden, was die richtige Menge des Sprechens ist.

Rosenberg weist darauf hin, dass es bei der Gewaltfreien Kommunikation nicht darum geht, auf eine bestimmte Weise zu sprechen, sondern aus einem bestimmten Blickwinkel zu sprechen.

So kommunizieren Sie gewaltfrei:

Im Grunde, indem wir ausdrücken, wie wir sind und was wir möchten – unsere Bedürfnisse ausdrücken. Wie man über bestimmte Dinge kommuniziert, die er/sie tut und die Sie nicht mögen. Die Sache mit jemandem, der etwas tut, was du nicht magst, macht dein Leben nicht wunderbar.

1. Geben Sie an, was Ihnen nicht gefällt, was "diese" Person tut.

- Die Frage bezieht sich auf "konkretes Verhalten, was jemand tut - Beobachtung".



- Keine Bewertung, die Unrichtigkeit impliziert (richtig und falsch). Manchmal können wir Fakten und Meinungen nicht trennen.
- **Sehen Sie den anderen nicht als Feind** – das Feindbild, das **Falsche, ist ein Hindernis für die Kommunikation**. Dies verschleiert die Realität, da wir das Verhalten nicht sehen, wir sehen nur das Feindbild. Wir sehen nicht (nur) die Person, sondern (unser) ein Bild oder Urteil, das wir uns vorgenommen haben.
- **Urteilen Sie nicht:** „Er spricht zu viel, zu wenig“. Als ob du das Recht hättest (du bist der Einzige), zu entscheiden, was richtig ist, was zu viel zu wenig ist
 - **Notwendigkeit, das Verhalten (Beobachtung) getrennt vom Urteil zu sehen**
 - „Wir neigen dazu, in unseren Absichten darüber nachzudenken, was richtig, was falsch, was normal und anormal, angemessen und unangemessen ist, und wir können die Realität nicht sehen. Alles, was wir sehen, sind unsere Feindbilder.“
 - Die Leute werden defensiv, wenn wir diese Urteile einmischen und das eigentliche Problem nicht ansprechen
- Ohne Urteil wirst du sehen (hören), dass Menschen, **„Menschen sagen immer nur bitte und danke“**.
 - **„Harte Urteile, Kritik, Urteile, Schuldzuweisungen sind einfach tragische, selbstmörderische Bitten“**
 - **„Jede Bewertung anderer, die Unrichtigkeit impliziert, ist ein tragischer Ausdruck eines unerfüllten Bedürfnisses“**
 - Ausdrücke wie: „spricht laut, schreit mich an, ...“ sind Wertungen
 - Rosenberg zeigt den Unterschied zwischen: „Schüler verwundet, bleibt nicht sitzen“ (Beurteilung) vs. „Schüler bleibt nicht sitzen, nachdem ich es ihm gesagt habe“ (Beobachtung)
 - **„Das Urteilsvermögen verringert die Wahrscheinlichkeit, dass wir bekommen, was wir wollen“** (selbst wenn wir so denken, muss es nicht ausgesprochen werden) „und es erhöht die Wahrscheinlichkeit von Gewalt“
 - „Was könnte tragischer sein, als sich auf eine Weise auszudrücken, die uns daran hindert, das zu bekommen, was wir wollen“

2. Sagen (äußern) Sie Ihr BEDÜRFNIS und fordern Sie zum Handeln auf

- So bewerten wir Gewaltfreie Kommunikation
- Wir bewerten von Herzen
- Wir fällen Urteile, aber wir treffen **bedürftige Urteile**
 - Zu beurteilen, ob das, was Menschen tun, Bedürfnisse erfüllt oder nicht



- Zu beurteilen, ob es dem Leben dient oder nicht, weil unsere (wahren) Bedürfnisse direkt mit dem Leben verbunden sind. Bedürfnisse sind der lebenssuchende Ausdruck in uns. Also bewerten wir in Bezug darauf.
- die Person **nicht moralisch für das beurteilen, was sie getan hat**
- Erfordert zwei Arten von Alphabetisierung: **Gefühle und Bedürfnisse**
 - **Gefühl**: Wie fühlst du dich, wenn die andere Person das tut?
 - Gefühle: Wut, Angst, ängstlich, ungeduldig, verletzt, enttäuscht (Ich bin enttäuscht X nicht Du hast mich enttäuscht), machtlos, frustrierend,
 - X Folgende Gefühle sind keine Gefühle (Resenberg nennt Beispiele): eingeschüchtert (es ist etwas, was andere Menschen dir antun, kein Gefühl, sondern Diagnose), ich fühle mich missverstanden, ich fühle mich benutzt, ich fühle mich manipuliert, ich fühle mich beurteilt, ich fühle mich betrogen, ich fühle mich kritisiert, ich fühle mich ignoriert, ich fühle mich abgelehnt
 - So interpretieren Sie das Verhalten anderer Personen
 - X nicht: „Ich denke...“, sondern was du fühlst.
 - Sie Gefühle nicht auf gewalttätige Weise (statt auf verbindende Weise):
 - X nicht: "Mir geht es wegen dir so." oder "Du machst mich ... wütend."
 - X Gefühle als Instrument, um Menschen mit Schuld zu manipulieren
 - Bringe Menschen dazu, sich schuldig zu fühlen, ihr Verhalten zu ändern
 - Als: "Es tut mir wirklich weh, wenn du dein Zimmer nicht aufräumst" oder "es macht mich wütend, wenn du das sagst".
 - Formulieren Sie die (Handlungs-)Aufforderung mit Bezug zu Ihren Bedürfnissen

Uhr aus für "gefühllose" Worte ... Es ist wichtig zu wählen Wörter das sind wirklich Gefühle . Wenn Sie verwenden Wörter wie „ verlassen “ oder „ in die Irre geführt “ oder „ gemieden “ wir kann verhindern uns selbst aus zu den „ ECHTEN “ Gefühlen kommen . Diese "gefühllosen" Worte sind eher wie Vorwürfe oder Urteile als Gefühle ¹¹.

Liste der Gefühle¹²

Wann Bedürfnisse erfüllt werden

*abenteuerlustig – engagiert – liebevoll
zärtlich – aufgeregt – lebendig bewegt
– fasziniert – friedlich
ruhig – freundlich – verspielt
zuversichtlich – froh – entspannt*

Wann Bedürfnisse werden nicht erfüllt

*aufgewühlt – verlegen – nervös
beunruhigt – verärgert – überwältigt
ambivalent – nervös – beschützend
wütend – Trauer – traurig
verärgert – mit gebrochenem Herzen – ängstlich*

¹¹ Von: <https://www.nycnvc.org/feelings>

¹² Von: <https://www.sociocracyforall.org/nvc-feelings-and-needs-list/> ODER eine umfassendere Liste finden Sie hier: <https://www.nycnvc.org/feelings>



Funded by
the European Union



*zufrieden – glücklich – zufrieden
neugierig – hoffnungsvoll – zärtlich
erfreut – interessiert – begeistert
energisch – freudig – herzlich*

*– hilflos – gestresst
verwirrt – hoffnungslos – misstrauisch
verzweifelt – ungeduldig – angespannt am
Boden zerstört – gereizt – verängstigt
getrennt – einsam – zerrissen
mutlos – sehnsüchtig – beunruhigt*



Benötigt Inventar präsentiert von The Center For Nonviolent Communication (nicht erschöpfend)¹³

VERBINDUNG	VERBINDUNG	EHRlichkeit	BEDEUTUNG
Akzeptanz	<i>kontinuierliche</i>	Authentizität	Bewusstsein
Zuneigung	Stabilität	Integrität	Feier des Lebens
Wertschätzung	Unterstützung	Präsenz	Herausforderung
Zugehörigkeit	kennen und bekannt sein	SPIELE	Klarheit
Zusammenarbeit	zu sehen und gesehen zu	Freuden	Kompetenz
Kommunikation	werden	Humor	Besinnung
Nähe	verstehen und	FRIEDEN	Beitrag
Gemeinschaft	verstanden werden	Schönheit	Kreativität
Kameradschaft	Vertrauen	Gemeinschaft	Entdeckung
Mitgefühl	Wärme	Leichtigkeit	Wirksamkeit
Betrachtung	KÖRPERLICHES	Gleichheit	Wachstum
Konsistenz	WOHLBEFINDEN	Harmonie	Hoffnung
Empathie	Luft	Inspiration	Lernen
Inklusion	Nahrung	Ordnung	Trauer
Intimität	Bewegung/Sport	AUTONOMIE	Beteiligung
Liebe	Ruhe/Schlaf	Auswahl	Zweck
Gegenseitigkeit	sexueller Ausdruck	Freiheit	Selbstaussdruck
Pflegend	Schutz	Unabhängigkeit	Stimulation
Respekt/Selbstachtung	Berühren	Raum	von Bedeutung sein
Sicherheit	Wasser	Spontaneität	Verstehen

1.4.2. Anwendung von Gewaltfreier Kommunikation (GfK)

(ZUSAMMENFASSUNG) Mit in die Klasse nehmen Die Gewaltfreie Kommunikation ist eigentlich ziemlich schwer zu meistern. Probieren Sie es selbst aus und Sie werden sehen, wie wir unsere Urteile und Bewertungen mit Beobachtungen vermischen, wie schwer es ist, unsere Gefühle zu formulieren (ohne die anderen zu beschuldigen) und zu unseren (oftmals nicht erfüllten) Bedürfnissen zu gelangen, die der zugrunde liegende Faktor unserer sind Gefühl und Handeln. Die NVC sollte verwendet werden, wenn wir eine Umgebung schaffen wollen, in der die Bedürfnisse aller erfüllt werden (um nicht die Sprache der Dominanz zu verwenden). Aber für unsere Zwecke können wir (bevor wir es beherrschen :) die Kernkonzepte verwenden, um andere und ihre Sichtweise und vor allem die zugrunde liegenden Bedürfnisse zu verstehen. **Die anderen nicht als Feinde zu sehen, sondern als jemanden mit unbefriedigten Bedürfnissen.** Ohne Verständnis und Respekt für andere kann ich nicht erwarten, dass sie so handeln, wie es mir zugute kommt. GfK gibt uns auch sehr interessante Perspektiven und nützliche Einblicke in die Rolle von Gefühlen und Rationalisierung (siehe die GfK in Kürze unten).

¹³ <https://www.cnvc.org/training/resource/needs-inventory>



Gewaltfreie Kommunikation liefert uns das Warum (Grund) und Wie (Methode/Ansatz), um andere ohne Urteile zu verstehen und zu sehen. Auf diese Weise lernt es uns direkt, andere ohne unsere Vorurteile zu sehen und mit ihnen zu kommunizieren (ohne dass unsere Projektion oder ein grundlegender Zuordnungsfehler oder Verteidigungsbedarf eine Bestätigung dafür sein muss, dass wir Recht haben).

Der Ansatz von GFK in Kürze:

Gewaltfreie Kommunikation (Annäherung an andere):

BEOBACHTUNG (was passiert) → UNSERE (Seine/Ihre) GEFÜHLE → UNSERE (Seine/Ihre)
BEDÜRFNISSE → AUFFORDERUNG ZUM HANDELN

„Gewalttätige“ Kommunikation (Annäherung an andere):

BEWERTUNG und URTEILE (oft voreingenommen durch unseren Standpunkt) UNSER DENKEN
→ (meistens Erfinden) → UNSERE STRATEGIE → UNSERE ANSPRÜCHE

Gefühle geben uns Auskunft darüber, ob meine Bedürfnisse erfüllt werden. Das Problem ist, wenn ich anfangs, Gefühle in gut und schlecht einzustufen. Es sind nur Informationen. Wir sollten uns mit unangenehmen Gefühlen anfreunden.

Das Problem ist, wenn ich anfangs, das Gefühl rational einzuschätzen und anfangs, mir selbst oder anderen die Schuld zu geben ... „Es ist Soundso schuld“ „Es ist deine Schuld“ „Es ist meine Schuld, ich bin nutzlos ...“

Zuerst kommt das Verstehen und Verbinden und dann die Suche nach einer Strategie. „Ich verbinde, bevor ich korrigiere“.

Gefühle sollten im Sinne der Bedürfnisse (**Bedürfnisse**) interpretiert werden. Welche Bedürfnisse werden in ihm/ihr (mir) nicht befriedigt, was dazu führt, dass er/sie (mir) sich so fühlt? **Welchen Bedarf habe ich? Die Verbindung mit meinen Bedürfnissen wird mir mehr Optionen geben und meine Strategien werden diesen Bedürfnissen besser entsprechen.**

Anfragen als kleine Einladungen, mein Leben schöner zu machen. Wenn Sie Ja sagen, freue ich mich, wenn Sie NEIN sagen, wird es mir gut gehen. "Ich werfe eine Strategie in meine Anfrage."

Die Sprache der Dominanz:

- **Diagnose** (Ich sage dir, was mit dir nicht stimmt, "was mit dir nicht stimmt und du repariert werden musst")
- **Forderungen** (was Sie tun müssen, Sie haben keine Wahl) - Machtkampf (Sprache: müssen, müssen, sollten) Gibt nur zwei Möglichkeiten: rebellieren oder sich unterwerfen (gehörchen, erliegen). Wenn wir jemandem die Wahl nehmen, führt das zur Trennung
- **Wahlverweigerung** („Ich tue nur, was mir gesagt wurde“), sich von der Verantwortung freisprechen

Zusammenfassung der Gewaltfreien Kommunikation:

- **Ziel** : Menschen geben bereitwillig, alle Bedürfnisse werden erfüllt.
- Wenn jemand **nicht freiwillig** (von Herzen) gibt, dann zahlen alle dafür. Du und die anderen
- Im **Spiel** „ **Wer hat Unrecht, wer hat Recht** , Belohnung und Bestrafung, Sieg oder Niederlage oder Kontrolle durch Vergeltung oder Schande“ ist ein **Spiel, bei dem die Bedürfnisse nicht erfüllt werden**



- **Tatsache und Meinung trennen** (falsch/richtig, Feindbild, Wertung, Moralisierung)
- Menschen sagen immer nur **bitte und danke** (nicht uns angreifen)
- Unser **Gefühl** gibt uns Auskunft darüber, ob unsere Bedürfnisse erfüllt sind oder nicht
- **Äußern Sie Ihren Bedarf**. Formulieren Sie die Anfrage mit Bezug auf Ihre Bedürfnisse (die erfüllt werden). Aktionsphrase: Welche konkreten Maßnahmen sollen diese Person ergreifen und warum (was mein Bedürfnis erfüllt wird, ist das)
- **Verlangen ist nicht Verlangen**. Die Anfrage gibt Entscheidungsfreiheit.

1.5. Logik, Emotionen und Rationalisierung

In diesem Kapitel möchten wir ein häufiges Missverständnis ansprechen. Wenn jemand eine Entscheidung trifft, die wir (auf gewalttätige Weise) als „dumm“ oder mit anderen Worten als nicht verantwortungsbewusste Entscheidung (siehe oben) betrachten, ist es üblich zu sagen und zu denken, dass „es keine rationale Entscheidung war“ oder „auf der die Entscheidung beruhte“. Emotionen“. Die Nachricht und **das gemeinsame Verständnis ist, dass rationale Entscheidung = die richtige und richtige ist**.

Aber wenn wir genau hinsehen, würden wir nicht erkennen, dass dies tatsächlich die Wahrheit ist. Ein sehr gutes Verständnis dafür wurde bereits durch den Ansatz der Gewaltfreien Kommunikation (GFK) gefördert (siehe oben). GFK im Gegensatz zum allgemeinen Verständnis von „rationaler Entscheidung“ drängt auf jene **Rationalisierung, die zu Urteilen und Bewertungen führt, die uns aus dem Verständnis der Situation**, wie sie ist, entnommen werden. Und das ist die Ursache für Handlungen, die nicht zur Erfüllung unserer Bedürfnisse (etwas, das wir eigentlich wünschen) führen würden.

Aus anderer Perspektive können wir ein Beispiel von jedem Anhänger irgendeiner **Verschwörungstheorie** oder Demagogie / populistischen Politiker sehen. Überzeugen Sie sich selbst von den „Argumenten“ und der Sichtweise der Unterstützer. Sie **bringen „rationale“ Erklärungen auf der Grundlage von Rationalisierungen als Beweis dafür vor, dass die Verschwörungstheorie oder der Politiker Recht hat** (die Wahrheit hat).

Emotionen und Gefühle, obwohl sie unterschiedlicher Natur sind, werden letztendlich doch durch dieselben Kategorien dargestellt. Emotionen basieren auf der chemischen Reaktion des Körpers auf die Situation (oder unsere Wahrnehmung der Situation) und dauern (manche sagen) sechs Sekunden. Gefühle dagegen am wenigsten länger. Aber die psychologische Reaktion (wie wir uns fühlen) wird mit den gleichen Begriffen wie Emotionen beschrieben (Wut als Emotion und Wut als Gefühl; Freude und Freude).

Rationalisierung ist das Erklären oder Rechtfertigen einer Handlung oder Meinung mit logischen Gründen, auch wenn diese nicht angemessen sein müssen. Hinter Rationalisierung steht logisches (rationales) Denken, das normalerweise mit begrenzten und/oder voreingenommenen Informationen arbeitet. Die auf Rationalisierung basierende Meinung kann richtig oder falsch sein, da die verfügbaren oder verwendeten Beweise tatsächlich nicht dazu berechtigen, eine solche Schlussfolgerung zu formulieren.



Wichtig ist zu verstehen (wie manche argumentieren könnten), dass es NICHT um falsche Rationalität oder Logik geht. Auch wenn es (paradoxiertweise) so aussieht und sogar zeigen könnte, dass die Entscheidungen nicht logisch sind. Warum dann?

Erstes Szenario (voreingenommene Logik): Weil Logik im Prinzip (im Wesentlichen) nur mit den Informationen arbeiten kann, die wir haben („Besitz“). Wir können keine rationalen und logischen Operationen mit Informationen durchführen, die wir nicht haben. Und wie wir oben erklärt haben (siehe Vorurteile oben), wenn wir unsere Wahrnehmung mit Bestätigungsvorurteilen und anderen Vorurteilen kombinieren, können wir verstehen, dass die Person nicht einmal zulässt, dass Informationen, die nicht ihrer Meinung entsprechen, in ihren Kopf gelangen. Diese Information ist also eigentlich nicht für sein/ihr rationales Denken verfügbar (die Information wurde nicht nachgeschlagen oder wurde ignoriert, aber in der Vorstellung der Person existiert die Information tatsächlich nicht). Also führt er/sie (z. B. Anhänger der Verschwörungstheorie) tatsächlich logische Operationen mit den voreingenommenen Informationen durch. Nicht, dass er/sie nicht auf „logische Weise“ für diese Person denken würde, es ist absolut logisch (entsprechend den Informationen, über die er/sie verfügt).

Zweites Szenario (Rationalisierung der möglichen Konsequenzen der Situation oder mögliche Interpretation der Situation): Geht es darum, was eigentlich zuerst das Gefühl oder die Rationalisierung der Situation ist, die noch nicht eintritt? Wenn etwas noch nicht passiert ist, wie könnten wir darüber etwas empfinden, wenn wir nicht an mögliche (eigentlich imaginäre) Szenarien denken oder herauskommen. Das ist eigentlich eine Rationalisierung wie: Was könnte /würde passieren, wenn...? Es wird gesagt, dass die Entscheidung auf Emotionen beruhte. Doch was steckt hinter der Emotion? Wenn jemand „gegen“ Flüchtlinge ist und grundsätzlich gegen jede Hilfpolitik ist. Es wird gesagt, dass er/sie aus Angst so handelt und dass es nicht rational ist. Aber woher kommt diese Angst? Wir fürchten etwas, das noch nicht eintritt, weil wir erwarten (Rationalisierung), dass es uns schaden könnte (wir kommen mit gefährlichen Szenarien heraus, dass die Situation möglicherweise eintreten könnte). Die Emotion folgt in diesem Fall also der „Rationalisierung“ der möglichen (imaginären) Folgen der Situation.

Drittes Szenario (Rationalisierung der möglichen Interpretation der Situation): Dieses Prinzip wird tatsächlich auch in aktuellen Situationen angewendet, wenn wir der Situation (Person usw.) aufgrund unserer Interpretation auf der Grundlage unseres wertenden Denkens (wir können es auch Projektionen nennen) Bedeutung geben. ZB denken wir in gewisser Weise „sie hat es getan, weil sie mich hasst“ (selbst das könnte nicht der Fall sein). Also tendieren wir auch dazu, basierend auf unserem Denken Gefühle (z. B. Wut) zu haben. Also wieder das Denken vor dem Fühlen der Schöpfung, keine genaue Widerspiegelung der Situation.

Viertes Szenario (Rationalisierung der Ursache unserer Gefühle): Wir neigen dazu, unsere Gefühle zu rationalisieren, um die „Ursache“ oder den „Bösewicht“ zu finden, der für unsere unangenehmen (oder möglicherweise angenehmen) Gefühle verantwortlich ist. Unser Gefühl der Angst könnte uns zeigen, dass unser Bedürfnis nach (sagen wir) Sicherheit nicht erfüllt ist (es ist die tatsächliche Situation). Aber dann kommt die Rationalisierung und Einschätzung der Schuldigen. Unsere Abneigung gegen jemanden ist also nicht auf unsere



Gefühle zurückzuführen, sondern auf unsere Rationalisierung (das Finden von Erklärungen) für unser Gefühl. Gefühl ist Gefühl und es gibt keine Schuld oder Bewertung darin. Das sind alles rationale („logische“) Operationen. **Die Urteile und Bewertungen sind also Ergebnisse rationaler Erklärungen von etwas, das wir wahrnehmen oder fühlen.**

BEISPIEL Wenn mein Lieblingspolitiker, jemand, dem ich zutiefst vertraue, ihm gegenüber eine stark positive Einstellung hat, angeklagt wird, illegales Material zu besitzen, das in seinem Haus gefunden wurde, was ist dann „die logische Erklärung“ dafür? Sicherlich wurde es eingerichtet und die Polizei schob diese Beweise zu seinem Haus, um diese Behauptungen aufzustellen. Dies ist (oder könnte tatsächlich eine) logisch korrekte Erklärung sein. Wir würden also argumentieren, dass **dies logisch ist, aber der Punkt ist, dass es nicht auf irgendwelchen oder angemessenen Beweisen basiert, um darauf vertrauen zu können**. Es ist tatsächlich deduktives Denken (siehe Modul 3), das auf falschen Annahmen basiert und von Bestätigung und blinder Fleck-Voreingenommenheit geleitet wird – zu denken, dass alle anderen gegen meinen bewunderten Politiker voreingenommen sind und dass ich ihn so sehe, wie er wirklich ist (siehe oben über Vorurteile).

(ZUSAMMENFASSUNG) Mit in die Klasse nehmen Aus **wissenschaftlicher Sicht** (und aus Sicht dieser Methodologie) wäre es eigentlich **vollkommen richtig, Annahmen zu definieren** (da dies nicht durch Beweise gestützt wird), ABER zu wissen, dass es sich nur um **eine Annahme handelt als Hypothese durch entsprechende Forschungsansätze weiter zu prüfen** (siehe Modul 3).

BEISPIEL Um zu zeigen, dass dies nicht auf „Verschwörungstheorien“ beschränkt sein muss, sehen wir uns einige Beispiele aus der prominenten Wissenschaft, eigentlich aus dem **gesamten Wissenschaftsbereich an**. Die gesamte Mainstream-Ökonomie basiert auf der Annahme, dass Menschen rational handeln. Interessant ist, dass (fast) jeder weiß, dass dies einfach nicht der Realität entspricht, aber dies hat nicht dazu geführt, dass sich das ökonomische Mainstream-Denken geändert hat. Sogar gedacht Der **Psychologe und Wirtschaftswissenschaftler Daniel Kahneman** wurde 2002 mit dem Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften ausgezeichnet, basierend auf seiner empirischen Forschung, **die die menschliche Rationalität in Frage** stellt Hauptfaktor für unsere Entscheidungen und Urteile ist dieses Denken, oder eigentlich Modelle, die auf dieser falschen Annahme basieren, immer noch im ökonomischen Denken vorhanden. Wir könnten dies mit Verankerungs-, Verfügbarkeits- und Repräsentativitätsverzerrung in Verbindung bringen – an etwas festhalten/verankern und von dem beeinflusst werden, dem wir ausgesetzt sind, und von der Menge an Informationen, die dies unterstützen (siehe oben über Vorurteile).

Zusammenhang zwischen Emotionen und Denken wurde auch **von den Neurowissenschaftlern** Mary Helen Immordino -Yang und Antonio Damasio beschrieben ¹⁴. Sie stützen sich auf ihre Forschung, die Folgendes betont: „Es gibt wirklich **keinen Gedanken, an den keine Emotion gebunden ist** oder dem keine Emotion folgt. Wenn wir die Welt um uns herum aufnehmen, wir eine emotionale Reaktion auf diese Bewertung haben. Diese emotionale Reaktion verändert die Art und Weise, wie wir denken, im nächsten Moment und kumulativ im Laufe der Zeit.“

WICHTIG Aber wir könnten auch argumentieren, dass Sie sich durch einige **Praktiken wie Meditation** von Ihren Gedanken und Emotionen distanzieren können. In diesem Fall wären also keine Emotionen mit diesem Gedanken verbunden. Aber das widerspricht eigentlich nicht den Beobachtungen der

¹⁴ Siehe: [Emotions Are the Rudder That Steers Thinking](#)



Neurowissenschaftler. Sogar Yoga-Meister würden darauf hinweisen, dass Gedanken und Emotionen zusammenkommen (in einigen Yoga-Traditionen würden sie sogar argumentieren, dass es keinen Unterschied zwischen ihnen gebe und tatsächlich in dieselbe Kategorie fallen). Der Punkt ist, ob wir uns von ihnen distanzieren und **sehen können, dass wir nicht diese Gedanken und Emotionen sind**. Siehe auch den Ansatz der gewaltfreien Kommunikation (oben). Twitch weist auf **das „Problem“ und die Auswirkungen des Austauschs von Beobachtung (frei von Urteilen) mit Denken und Rationalisierung hin, die zu Urteilen führen – die Dinge nicht so zu sehen, wie sie sind (klar), sondern so, wie wir interpretieren sie (mit unseren begrenzten Informationen und Vorurteilen)**.

WICHTIG Wir wollen nicht sagen, dass es möglich ist, die Dinge objektiv zu sehen – „wie sie wirklich sind“. Wie müsste das eigentlich aussehen? Stellen Sie sich einfach einen Menschen und einen Vogel oder eine Schlange vor. Alle haben eine andere Wahrnehmung der Welt. Welche ist die richtige, objektive? Es geht also **nicht darum, „objektiv“ zu sehen, sondern ohne Urteile zu sehen, ob es falsch oder richtig ist**. Aber es wird immer unsere Perspektive geben, die auf unserer Wahrnehmung basiert, die durch unseren menschlichen Körper (oder unsere Ausrüstung) und unsere Erfahrung begrenzt ist.

(ZUSAMMENFASSUNG) Mit in die Klasse nehmen Wir wollen nicht sagen und sagen nicht, dass es Denkweisen gibt, die als logisch oder unlogisch angesehen werden könnten, aber wir wollten das **allgemeine Verständnis widerlegen und glauben :) dass logisch (immer) richtig ist** und dass unverantwortliche Entscheidungen unverantwortlich sind, weil sie es sind basierend auf Emotionen und Gefühlen (unlogisch). Dies wäre kein relevantes Verständnis und könnte uns dazu verleiten, Lösungen zu finden, die nicht funktionieren. Es ist wichtig zu verstehen, dass **Rationalisierung (und eigentlich Logik) auch hinter unverantwortlichen Entscheidungen und verschwörungstheoretischer Denkweise steckt** (siehe auch Modul 4) und dass es sich nicht nur um (falsche) Logik handelt, sondern auch um einen inhärenten Aspekt der Rationalität. In diesem Sinne **könnte und „ist“ Rationalität ohne Bewusstsein und Offenheit blind, die Welt um uns herum richtig zu interpretieren und unsere unverantwortlichen Entscheidungen zu verursachen, nicht unsere Gefühle, wie man sagt**. Wir handeln aus unserem Gefühl heraus, aber wie wir diese Gefühle (bewusst oder unbewusst) wahrnehmen und interpretieren. **Wir sind diejenigen, die handeln, nicht unsere Gefühle, wir sind für unser Handeln verantwortlich ...**

Wir können auch sehen, dass **Rationalisierung eine entscheidende Rolle bei Bestätigungsverzerrungen spielt**. Wir rationalisieren, weil wir unsere Haltung und unseren Standpunkt bestätigen/verteidigen wollen (Confirmation Bias) (siehe auch Kapitel über Bias oben).

1.5.1. Intentionen

Bei diesem Thema sollten wir auch darauf hinweisen, dass Menschen eigentlich in „bester Absicht“ handeln, um „Gutes zu tun“. Auch wenn es von anderen nicht so gesehen oder interpretiert werden könnte, handeln die Menschen so, wie sie es tun, um die Situation zu verbessern. Wie es hieß: **Die meisten schrecklichen Dinge wurden mit den besten Absichten getan**. Um einige Beispiele zu nennen. Sogar Leute wie Anders Breivik oder der Islamische Staat haben das „bessere Wort“ im Namen höherer Prinzipien durch ihre eigenen Normen durchgelesen.

(ZUSAMMENFASSUNG) Mit in die Klasse nehmen Es ist eine ganz andere Perspektive, wenn wir verstehen, dass er/sie/sie die bessere Welt durchforstet, auch wenn es nach unseren Normen als Fehlverhalten angesehen werden könnte. Das ist nicht so, dass wir es akzeptieren müssen, aber es ist



der Schlüssel, wenn wir das Handeln anderer verstehen wollen. Dieser Ansatz „zwingt“ uns auch aus unseren eigenen „Wahrheiten“ und Überzeugungen und unseren Vorurteilen heraus.

1.5.2. Urteile - richtig und falsch (Konzept von Gut und Böse)

„STATT RECHT ZU HABEN, WARUM NICHT VERSUCHEN, VERNÜNFTIG ZU SEIN UND DAS ZU TUN, WAS FÜR DIE TATSÄCHLICHE SITUATION RELEVANT/NOTWENDIG IST?“

Da wir darüber sprechen, den anderen ohne **Urteile** zu sehen, um ihn/sie verstehen zu können, sollten wir uns ansehen, woher diese Urteile kommen. Wenn wir jemanden beurteilen, vergleichen wir **seine Handlung tatsächlich mit unserer Wahrnehmung (glauben), was richtig und was falsch ist.**

Auf das Thema „Richtig und Falsch“ gehen wir in der Modul 6 Evaluation ein. Lassen Sie uns für die Zwecke dieses Moduls zusammenfassen, dass die Wahrnehmung dessen, was gut und was schlecht ist, auf unserer Definition der Ziele basiert (was erreicht werden sollte). Handlungen führen zu bestimmten Ergebnissen und Wirkungen, und ob diese als positiv (gut) oder negativ (schlecht) wahrgenommen werden, hängt allein davon **ab, was wir erreichen wollten.**

Gut = entspricht unseren Zielen

Schlecht = entspricht nicht/widerspricht unseren Zielen

Das Konzept von Gut und Böse ist also ein Konzept, das auf unseren Zielen basiert – was wir als wünschenswert erachten. In diesem Sinne können wir sehen, dass **wir diejenigen sind, die entscheiden, was gut oder schlecht ist,** und es gibt niemand anderen. Es mag schrecklich und wie ein unvermeidlicher Weltuntergang klingen (jeder entscheidet, was richtig und was falsch ist). Aber wir können es aus der entgegengesetzten Perspektive sehen. **Wenn jemand behauptet, er/sie besitze das einzig wahre Recht, zu entscheiden (auf welcher Grundlage auch immer), was allgemein falsch und was gut** (für alle anderen) ist, wäre dies und in der Geschichte viele Male ein echter Tag des Weltuntergangs gewesen, an dem viele Menschen wirklich gelitten.

Erst wenn wir **anerkennen, dass Kategorien von Gut und Böse tatsächlich auf unseren Zielen basieren**, können wir darüber diskutieren und uns auf die Ziele einigen, die am besten zu uns passen (unsere Bedürfnisse, siehe Gewaltfreie Kommunikation). Und wir können den Ansatz ändern, wenn wir feststellen, dass die Ziele uns nicht gut gedient haben oder sich die Umstände ändern. Wir können die Konsequenzen (die Auswirkungen) unseres Handelns betrachten und entsprechende Entscheidungen treffen. Und vor allem für unsere Entscheidungen und die Auswirkungen unseres Handelns verantwortlich zu sein.

Da dieser Themenabend schwer zu erklären und zu akzeptieren ist und nach den Modulen 5 und 6, in denen die Festlegung von Zielen und die Bewertung der Auswirkungen erklärt werden, viel besser verstanden wird, lassen Sie uns einige Beispiele mit dem vorgestellten Ansatz zeigen:

BEISPIEL Das Obige erklärt keineswegs, dass es keine oberste Autorität geben könnte. Aber es wäre schwer zu argumentieren, dass wir auf der Grundlage einer höchsten Autorität genau wissen, was zu tun ist. Sogar in den von einer Schrift geleiteten religiösen Kreisen gibt es unterschiedliche Interpretationen und Wahrnehmungen dessen, was „richtig und was falsch ist“ (siehe zum Beispiel Ansichten zur schwul-lesbischen Ehe in der katholischen Kirche). Der Punkt ist, dass **es immer jemanden gibt, der interpretiert,** was „richtig und was falsch ist“, sodass die Autorität am Ende nicht das höchste Wesen ist, sondern der Mensch oder die Gruppe von Menschen mit der Autorität. Und selbst wenn wir irgendwelche Regeln befolgen, die „vom“ höchsten Wesen „gegeben“ werden, sind es



immer noch wir, die entscheiden, was wir tun (und genießen). Es ist also immer noch unsere Entscheidung (Ziel). (In einigen Kulturen gibt es vielleicht sogar keine Götter, denen jemand folgen möchte).

BEISPIEL Was ist zum Beispiel mit dem Rauchen: Ist **Rauchen** gut oder schlecht/falsch? Man könnte überzeugt sein, dass es im Prinzip definitiv schlecht ist... Aber eigentlich können wir sehen, dass es einen Grund für dieses Urteil geben wird. Mit anderen Worten, es wird ein **angenommenes oder wahrgenommenes Ziel** , sagen wir mal, ein gesundes Leben führen. Dann wäre das Rauchen sicherlich nicht die beste Strategie. Aber wenn es Ihr Ziel wäre, Ihren Körper oder andere Ziele mit höherer Priorität als die Gesundheit zu gefährden, dann könnten Sie für das Rauchen sein.

BEISPIEL Eines der Zehn Gebote (das ^{8.}) sagt: „Du sollst nicht stehlen“. Wenn wir an höchste Moral denken, könnten wir auch und interessanterweise bedenken, dass es in einigen Kulturen (wie den Indianern und in historischen Jagdkulturen) tatsächlich kein Konzept von Eigentum gab ¹⁵. Es gab also auch kein Konzept des Stehlens. Dieses Beispiel zeigt nur, dass **die „Universalität“ auf spezifische kulturelle Normen beschränkt ist**, die auf spezifischen Strukturen und Normen basieren.

BEISPIEL Siehe zum Beispiel ein tragisches Beispiel als Krieg. Wir könnten sagen, dass es nach einigen höchsten moralischen Werten falsch ist, einen Krieg zu beginnen und zu töten. Aber brauchen wir wirklich eine höchste Moral, um solchen Werten zu folgen? Warum einfach nicht sehen, dass es etwas ist, das den Menschen (uns) nicht gut dient. Und selbst wenn wir denken, dass wir aus unserer Sicht einen gewissen Gewinn erzielen könnten, werden wir dennoch anfangen, das Rad der Effekte zu drehen, das später auf uns zurückfeuern wird. Lassen Sie uns die Logik der gewaltfreien Kommunikation verwenden, dass Gewalt nur Gewalt hervorbringt, ein zähflüssiger, nie endender Kreislauf. Wir können fragen, ob die Menschen in Russland den Krieg gegen die Ukraine wirklich unterstützen würden, wenn sie die freie Wahl hätten (und Informationen, die für diese freie Wahl benötigt werden, um die wirklichen Auswirkungen des Krieges zu sehen)?

WICHTIG Einerseits sagen wir, dass es keine höchsten moralischen Standards gibt, da es keine höchste Autorität gibt, die sie hier verbreitet und kennt. Aber das bedeutet nicht, dass wir uns als Menschen nicht auf Standards einigen könnten, die menschliche Werte propagieren, Werte, die sicherstellen, dass wir unser Potenzial und unser Wohlbefinden ausschöpfen können. Einige würden wohl darauf hinweisen, dass es etwas gibt, das über uns hinausgeht und wir uns damit verbinden und solche Werte formulieren können (mit anderen Worten, wir würden nicht freudig leben, wenn wir nicht dem folgen, was dem Menschen innewohnt/natürlich ist) . Aber es liegt immer noch an uns, solche Ziele und Standards zu setzen, zu verfolgen und dafür Verantwortung zu übernehmen.

WICHTIG Jede Entscheidung und Handlung, die wir treffen werden, wird mit Sicherheit einen Fehler enthalten (es wäre nicht perfekt). Durch politische Entscheidungen wird es immer jemanden geben, der mehr als andere von dieser Entscheidung profitiert, da wir knappe Ressourcen haben. Und in manchen Fällen kann Aggression nur mit Gewalt gestoppt werden. Aber das sind immer noch unsere Entscheidungen und wir tragen die Verantwortung dafür.

¹⁵ Anthropologen nennen es „Demand Sharing“ und funktionierten folgendermaßen: Wenn ich etwas in meinem Besitz habe, das ich derzeit nicht benutze, und Sie es brauchen oder wollen, werden Sie es von mir verlangen, und ich werde es geben. Sie würden nicht einmal jemanden aus einem anderen Stamm ablehnen.



ZUSAMMENFASSUNG) Mit in die Klasse nehmen Anzuerkennen, dass wir entscheiden, was gut oder schlecht ist (dass wir die Ziele für uns und die Gesellschaft wählen), eröffnet Möglichkeiten für verantwortliches Entscheiden und Handeln. Ein solches Handeln kann beurteilt und bewertet werden, ob es uns (unseren Zielen) dient. Wenn behauptet wird, dass die Rechtmäßigkeit auf einem höheren Prinzip beruht (das von außerhalb von uns kommt, ohne die Möglichkeit, es in Frage zu stellen), als derjenige, der behauptet, das Recht zu haben, es zu interpretieren, hat nur eine Möglichkeit, dieses Ziel zu erreichen, und das ist, andere zu zwingen, andere zu zwingen, etwas unfreiwillig zu tun, anstatt es bereitwillig und mit Freude zu tun (siehe Gewaltfreie Kommunikation oben). Und Sie können sich vorstellen, wie die Schüler teilnehmen werden, wenn sie Spaß daran haben, was sie tun (wenn es für sie Sinn macht), im Gegensatz zu Situationen, in denen sie gezwungen werden, etwas zu tun ...

Unter dem Gesichtspunkt des Verständnisses unterschiedlicher Perspektiven (Thema dieses Moduls). Zu verstehen, dass wir diejenigen sind, die die Ziele festlegen (was getan werden soll) und damit was richtig und falsch ist, eröffnet die Möglichkeit zur Diskussion über diese Ziele und die Auswirkungen unseres Handelns (jedes von uns). Dann könnten wir fragen, ob es uns gut tut, uns erfüllt? Siehe auch Persönlichkeitstypen, um zu sehen, dass jeder unterschiedliche Bedürfnisse hat und motiviert ist oder unterschiedliche Ziele verfolgt (wird auf unterschiedliche Weise erfüllt).

Es gibt auch eine ziemlich starke Verbindung mit Vorurteilen. Die Vorurteile (hauptsächlich die Bestätigung) vermitteln die Vorstellung von Zuversicht, dass wir tun oder für das Richtige „kämpfen“. Der wichtige Punkt ist, dass wir unter dem Einfluss von Bestätigungs- und anderen Vorurteilen (wie Projektionsvoreingenommenheit) unser Handeln als gerechtfertigt wahrnehmen, ohne unterschiedliche Perspektiven und möglicherweise die Realität selbst (die wirkliche Auswirkung unseres Handelns) anzuerkennen.

1.6. Rahmung

Rahmung ist ein wichtiges Konzept, das es zu verstehen gilt, wenn wir tiefer in das Verständnis einsteigen wollen, wie das Thema kommuniziert wird.

Rahmung ist, wie etwas dem Publikum präsentiert wird (als „Frame“ bezeichnet). Die Art und Weise, wie die Informationen/Themen präsentiert werden, beeinflusst, wie Menschen diese Informationen wahrnehmen und verarbeiten und welche Entscheidungen/Meinungen sie daraus treffen. Beim Framing geht es nicht nur darum, was gesagt wird, sondern auch darum, wie es gesagt wird.

Beim Rahmung repräsentiert der Rahmen die Grenzen eines Bildes (z. B. eines Nachrichtenartikels), das das präsentierte Thema darstellt. Das Bild im Rahmen (vorgestelltes Thema) wird durch Wortwahl, Verwendung von Metaphern, Jargon, Sprachmitteln usw. beeinflusst.

Wir können das Rahmung eigentlich nicht überwinden, wenn wir kommunizieren, einfach weil die Kommunikationsmittel immer nur auf die Realität hinweisen und sie interpretieren (siehe Diskussion zur Begriffsdefinition in Modul 0). Jedes Kommunikationsmittel (Text, Bild, Video, mathematische Formel) hat seine Grenzen und Dimensionen. In diesem Sinne sind Rahmen Abstraktionen, die dazu dienen, Bedeutungen zu organisieren oder zu strukturieren.

Die Rahmung wird neben der Art des Kommunikationsmittels auch durch das erwartete Publikum (z.B. Kinder, Zielgruppe der Medien etc.) und den Zweck der Kommunikation beeinflusst. Es wird natürlich von Vorurteilen beeinflusst (mit Bestätigungs-voreingenommenheit werde ich das Thema auf



spezifische Weise darstellen, um meinen Standpunkt zu untermauern). Das Framing ist, wie Sie sehen können, ein sehr **mächtiges Werkzeug, das für Desinformation verwendet werden kann** .

1.7. Zu berücksichtigende Rolle von Social Media beim Versuch, andere zu verstehen

Wir haben die Rolle von Social Media bereits in Modul 1 besprochen. Lassen Sie uns hier einige relevante Aspekte zu Social Media zusammenfassen, um einander zu verstehen und Weltbilder und Meinungen zu formulieren, die für Modul 2 relevant sind.

Soziale Blase repräsentiert „unsere eigene kleine Welt, in der sich Gleichgesinnte gegenseitig widerspiegeln. Es basiert darauf, was Ihnen gefällt, was Sie teilen und womit Sie sich online beschäftigen, und zeigt Ihnen selektiv relevante Informationen“¹⁶

Wichtig ist zu sehen, dass die soziale Blase nicht nur beeinflusst, welche Informationen wir haben/erhalten (siehe Informationslücke unten), sondern auch die Art und Weise, wie wir das Problem und die entsprechenden Informationen **wahrnehmen** .

Informationslücke Soziale Medien sind trennende Gruppen unterschiedlicher Perspektiven. Jeder aus der Gruppe sieht oft absolut unterschiedliche Inhalte, Beweise und Argumente. Diese können also nicht wirklich miteinander kommunizieren , da **die „gegnerischen“ Gruppen mit völlig anderen „Fakten“ zu tun haben**. Ohne nicht nur das jeweilige des „Anderen“ zu verstehen, sondern auch die Evidenz, die dieser Perspektive zugrunde liegt. Ohne zu wissen, dass die Beweise, die für Argumente verwendet werden, fabriziert sind, haben wir keine Chance, richtige Argumente zu finden.

Die sozialen Medien unterstützen auch die Bestätigung und andere **Vorurteile** , da **Umstrittenere und schockierender Nachrichten werden viel schneller verbreitet**. Leider sind **Fake-News** und **Desinformationen** so konzipiert, dass sie kontrovers und schockierend sind und Emotionen hervorrufen, und solche werden schneller geteilt und verschont (falsche Nachrichten werden mit 70 Prozent höherer Wahrscheinlichkeit ‚re-tweetet‘ als wahre Geschichten).¹⁷.

1.8. Akteure und Stakeholder

In Aktivität 2 werden wir mit dem Begriff Akteur arbeiten, daher werden wir kurz die Perspektive vorstellen, die in der ACTIVE-Methodik und den Aktivitäten als Akteur bezeichnet wird.

Schauspieler Wir werden in der ACTIVE-Methode und -Aktivitäten als Akteur jedes Subjekt (Organisation oder natürliche Person) verstehen , das **an dem Problem/Thema beteiligt ist, das wir untersuchen**. Unter Beteiligten verstehen wir jeden, der das Thema aktiv oder passiv beeinflusst (durch Entscheidungen, Handlungen, Meinungen etc.) und/oder von dem betreffenden Thema beeinflusst wird (Zielgruppe). In der Projektkultur werden diese Akteure als „ **Stakeholder** “ bezeichnet.

Die Akteure können beliebige Subjekte wie Organisationen oder natürliche Personen sein wie (Beispiele):

- Regierung und Regierungsorganisationen

¹⁶ von : <https://inoculation.science/>

¹⁷MIT-Studie: [On Twitter, false news travels faster than true stories](#)



- Firmen
- NGOs
- Forschungs- und Schuleinrichtungen
- Bürger (natürliche Personen)
- alle organisierten oder nicht organisierten Gruppen
 - Gemeinschaft
 - Interessengruppe
 - Militär-
 - indigene Gruppe
 - usw.
- und andere ...

Die Akteure können in dem jeweiligen Thema unterschiedliche **Rollen einnehmen**:

- Entscheidung Regeln für andere aufstellen , festlegen oder binden (Autorität)
- Handlung (Ausführung einer Tätigkeit – etwas tun)
- Experte / Meinungsbildner
- beeinflusst von / Ziel Gruppe von Intervention / Benutzer
- Interesse suchen - Beeinflussung Entscheidungen
- usw. _

Die Akteure haben unterschiedliche **Motivationen** in Bezug auf das Thema, das wir untersuchen. Diese Motivationen können bewusst und unbewusst sein. Sie können auf einigen Grundbedürfnissen basieren oder nur auf einer tatsächlichen Gelegenheit oder Zielsuche (wie Profit, Macht, Kontrolle, Dominanz usw.).

Konflikt von Interesse . Es ist wichtig, darauf zu achten , nicht „paranoid“ zu werden, „Gewinnstreben“ überall zu sehen (**viele Menschen tun es, weil sie daran glauben**). UND wir sollten auch anerkennen, dass das **Streben nach Gewinn eigentlich nichts grundsätzlich Falsches ist** (in der Marktwirtschaft macht es sogar durchaus Sinn). Aber worauf wir uns beziehen, sind „Anschuldigungen/Befunde“ (unterstützt durch Beweise oder nicht), dass jemand (Forscher, NGO) etwas wegen des Geldes tut, das er erhält. Auf der einen Seite sollten wir zwischen **Interessenkonflikten unterscheiden** (Forscher, die von einem Unternehmen bezahlt werden, das ein erforschtes Produkt herstellt, Politiker, die an Geschäften beteiligt sind, die von der Politik beeinflusst werden, NGO, die tatsächlich im Auftrag von Geschäftsinteressen arbeiten). Und auf der anderen Seite eine Einnahmequelle, die als „normal“ angesehen werden sollte, da jeder irgendwie leben und die Ausgaben decken muss. Da die Grenze in vielen Fällen sehr dünn sein kann, sollten wir uns am Ende zuerst **die Beweise ansehen, die diese Akteure tatsächlich liefern**. **Anstatt zu diskutieren (manchmal vernünftig, manchmal nicht), wer objektiver ist, sollten wir immer die Relevanz der Beweise und die Kohärenz der bereitgestellten Daten und Informationen prüfen** (siehe Modul 4).



1.9. Zusammenfassung – wie man Unterschiede angeht

„ERST VERSTEHEN UND DANN HANDELN ...“

„WER ERST KOMMUNIZIEREN WILL, SOLLTE VERSTEHEN, WAS DER ANDERE SAGT UND WARUM“

Unser Handeln, auch unser Umgang mit Informationen, wird durch verschiedene Faktoren beeinflusst (siehe oben). Um einander zu verstehen, sollten wir zuerst uns selbst verstehen und den anderen erst dann, wenn wir sehen können, was „hinter“ den Entscheidungen, Entscheidungen und Handlungen steht.

Wie können wir also alles oben Erwähnte für unsere Zwecke verwenden? Erinnern wir uns zuerst daran, was das Ziel ist.

ZIELE:

1. Treffen Sie verantwortungsvolle Entscheidungen , die zur Erfüllung unserer (wahren) Bedürfnisse führen (nicht zeitlicher Neigungen)
2. Kommunizieren Sie mit anderen auf eine Weise, die zur Erfüllung unserer (wahren) Bedürfnisse führt (nicht zeitlicher Neigungen)

WICHTIG *Es geht um unser Handeln und die Umgebung, die wir um uns herum erschaffen und „beeinflussen“ können. Das bedeutet nicht, dass wir in der Lage sein müssen, andere dazu zu bewegen, so zu handeln. Aber dann können wir sehen und verstehen, dass die Handlungen, die diesem Ziel nicht folgen, dem Akteur (sei es uns oder jemand anderem) nicht wirklich nützen.*

3. Wir wollen mit Unterschieden (unterschiedliche Meinungen, Überzeugungen, Einstellungen, Werte und Normen) so umgehen können, dass die (wahren) Bedürfnisse aller erfüllt werden
 - a. Wieso den? Denn wenn wir auf eine Weise handeln, die andere Bedürfnisse verletzt, werden sie (höchstwahrscheinlich) auf eine Weise handeln, die nicht zu unseren Gunsten ist, da Gewalt Gewalt fördert (siehe Gewaltfreie Kommunikation oben).
4. Wir möchten ein betroffenes Problem oder Thema so verstehen , dass wir über relevante Informationen (Beweise) verfügen, die uns nicht irreführen

Was sind die Voraussetzungen, um die oben genannten Ziele zu erreichen?



Uns selbst verstehen

- Verstehen Sie Ihre **Persönlichkeit** (z. B. durch MBTI-Typologie)
- Selbstreflexion und Verständnis Ihrer **Werte, Einstellungen, Überzeugungen und Weltanschauungen**
- Bewusstsein und Reflexion Ihrer **Vorurteile**
- Reflektieren Sie unsere **Gefühle** und kommunizieren Sie unsere **Bedürfnisse** (siehe Ansatz der gewaltfreien Kommunikation oben)



Verstehe, was hinter unserer „Logik“ steckt

- Sehen Sie sich die **Annahmen** an, auf denen wir unsere Logik basieren, und fragen Sie, ob diese Annahmen bestehen oder weiter bewertet werden sollten



- Seien Sie sich unserer **Vorurteile bewusst**, da diese die Sammlung und Interpretation der Beweise stören werden
- Welche **Informationen** und Daten verwenden wir (sammeln und konsumieren), geben diese das relevante und vollständige Bild über das Thema? (siehe Modul 1 Kapitel Daten- und Informationsqualität, hauptsächlich **Vollständigkeitskriterien**)
 - Jemand ¹⁸unterscheidet in dieser Hinsicht das Jagen vs. das Sammeln von Informationen
 - **Jagdinformationen** = Suche nach bestimmten Informationen, um meine Annahmen zu stützen (verbunden mit **Bestätigung und anderen Vorurteilen**)
 - **Informationen sammeln** = relevante Informationen sammeln, um das Thema relevant abzudecken (nach den Kriterien der Vollständigkeit)
 - Sich bewusst sein, welche Informationen ich wie konsumiere
 - Suche ich bewusst nach Informationen oder konsumiere ich die, die mir die **Algorithmen der sozialen Medien liefern**? (siehe Modul 1 für weitere Details)
 - Denken Sie daran, dass wir **bewusst Anstrengungen unternehmen müssen**, um relevante Informationen zu finden
 - Dies bedeutet nicht, dass wir investieren, um „relevante“ Informationen zu finden, die unsere Sichtweise unterstützen, die durch Bestätigungsverzerrung geleitet wird (dies war bei QAnon der Fall Anhänger in den USA).
- Achten Sie auf **Vertrauen** und **Rationalisierung** (Formulierung von Schlussfolgerungen ohne Beweise)
 - Weitere Informationen finden Sie in Modul 4 Informationen sinnvoll nutzen
- Sie das Problem aus verschiedenen **Perspektiven**
 - Dabei geht es nicht um Relativierung, sondern um das Verstehen unterschiedlicher Perspektiven
- Warum habe ich die Entscheidungen getroffen, die ich getroffen habe? Welche Informationen, Annahmen, Werte, Normen, Überzeugungen und Ziele stecken dahinter?



Verstehen Sie die Perspektive des anderen

- Basieren Sie Ihr Verständnis von anderen nicht auf Urteilen (**Rationalisierung**)
- Beachten Sie **die Projektionsverzerrung**
 - Machen Sie nicht aus Ihren eigenen Zähigkeiten und Überzeugungen allgemein gültige Normen, die Sie als Maß der Dinge verwenden (richtig oder falsch)
- **1. verstehen Sie den anderen**, bevor Sie Schlussfolgerungen ziehen

¹⁸ Wir haben es von jemandem gehört, aber die Quelle vergessen und konnten es im Nachhinein nicht im Internet finden...



- Aber stützen Sie dieses „Verstehen“ nicht auf unsere Interpretation oder moralische Beurteilung, sondern auf die Perspektive des anderen (Wie drücken sie ihre Motivationen, Bedürfnisse, Werte, Normen aus?)
- **Perspektiven** und Standpunkte verstehen (Was steckt dahinter?)
 - **1. nicht argumentieren, sondern verstehen**
 - **Wie willst du mit jemandem streiten, wenn du weißt, was und warum er/sie sagt, was er/sie sagt?**
 - **Worauf basiert diese Perspektive?**
 - **Motivationen, Bedürfnisse, Werte, Normen**
 - welche Daten und **Informationen** stützen sie ihre Meinung / Perspektive? (achten Sie auf mögliche „**Informationslücken**“, siehe Modul 1 für weitere Details)
 - Wie wird eigentlich von den Akteuren das „Problem“ wahrgenommen (**Problemdefinition**)
 - Sehen Sie sich die Kommunikationsmuster an: Wie formuliert der Akteur **das** Problem?
 - **Wir müssen dem anderen nicht zustimmen, aber wir sollten ihn oder sie verstehen**
 - Unterschiedliche Perspektiven bedeuten nicht, dass alles möglich ist und Wahrheit relativ ist¹⁹, es geht um Verständnis (Was steckt hinter den Perspektiven?)

¹⁹ Tatsächlich ist die Förderung dieser Vorstellung eine bekannte Strategie zur Förderung von Desinformation und Verwirrung (an allem zu zweifeln und daran zu denken, dass alles möglich oder lügen kann). Das schafft Raum für Lügen zum Weiterleben.