



Dofinansowane przez
Unię Europejską

Promowanie projektu ACTIVE oraz odpowiedzialnej postawy obywatelskiej w szkołach



Zestaw narzędzi

I. Metodologia dla nauczycieli

Moduł 2 Perspektywy wartości, normy i uprzedzenia



GYMNÁZIUM
JOSEFA RESSELA

Sukromna základna
škola
Felix



Slovakia



odpo
vědná
společ
nost



www.ecece.org

WSB University

Wsparcie Komisji Europejskiej w tworzeniu tej publikacji nie stanowi poparcia dla treści, które odzwierciedlają poglądy autorów; Komisja Europejska nie może odpowiadać za każdorazowe użycie informacji zawartych w niniejszej publikacji.



Dofinansowane przez
Unię Europejską



I. Metodologia dla Nauczycieli



Dokument objęty jest licencją: [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Przypisany:

Wypracowany w projekcie ACTIVE finansowanym w programie Erasmus +

Organizacja odpowiedzialna za stworzenie materiału: Odpovědná společnost, z. s.

We współpracy z partnerami w projekcie:

Autorzy: Mareš, Matěj & col.

Wersja 1.0

Wrzesień 2022

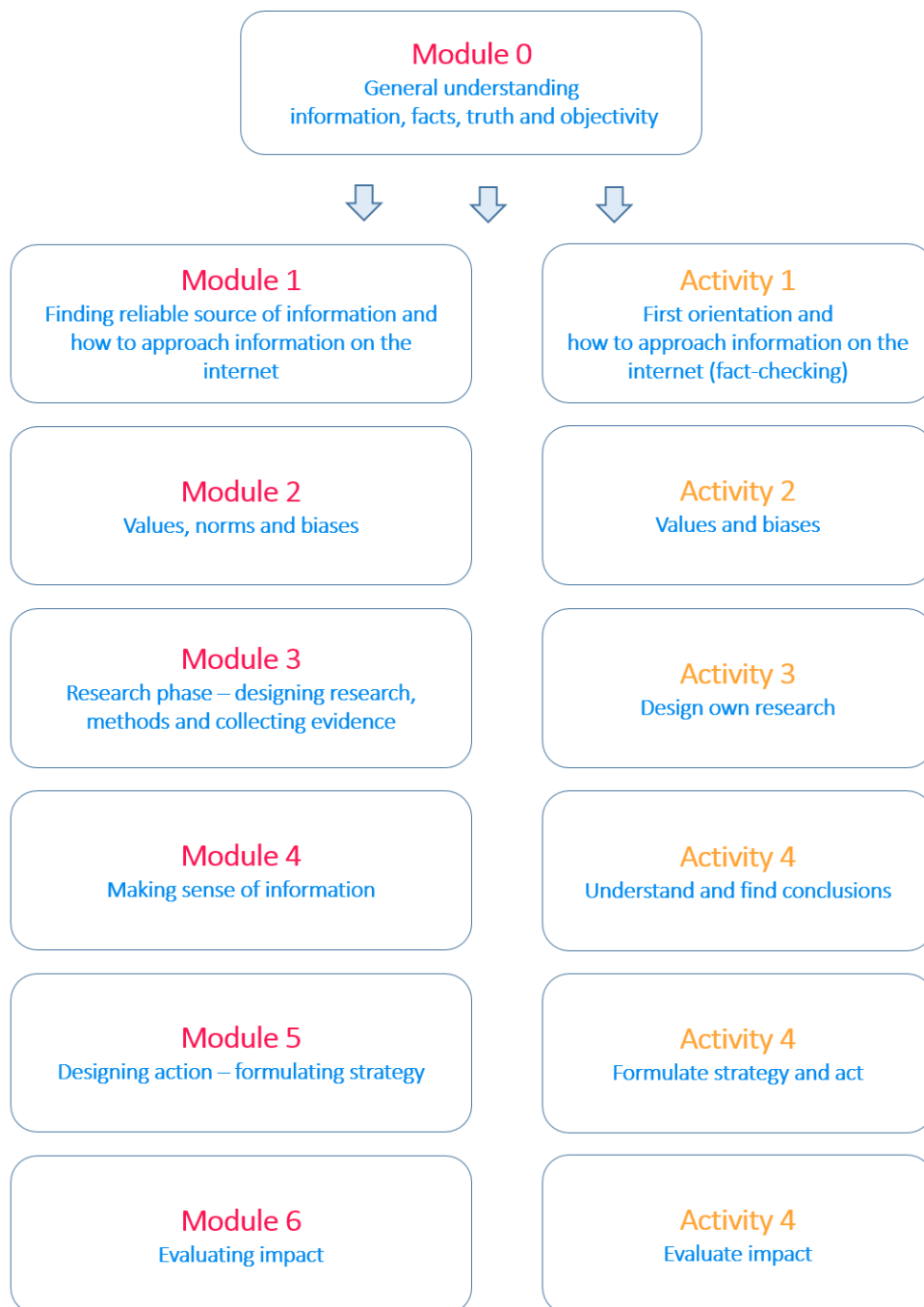
Spis treści

Spis treści.....	2
Przegląd Modułu oraz aktywności.....	3
MODUŁ 2: Wartości, normy i uprzedzenia.....	5
1. Czynniki wpływające na naszą percepcję i działanie	5
1.1. Normy, wartości i przekonania	7
1.2. Postawa, motywacja, nawyki i światopogląd.....	9
2. Typy osobowości (MBTI).....	11
3. Błędy poznawcze.....	12
3.1. Wybrane powszechne błędy poznawcze	12
3.2. Redukowanie stronniczości.....	17
4. Komunikacja empatyczna (bez przemocy).	18
4.1. Podstawy Porozumienia bez Przemocy (NVC)	19
4.2. Jak korzystać z Porozumienia bez Przemocy (NVC)	23
5. Logika, emocje i racjonalizacja.....	25
5.1. Intencje	28
5.2. Wyroki - dobre i złe (pojęcie dobra i zła)	28
6. Ramowanie	31
7. Rola mediów społecznościowych, do wzięcia pod uwagę, aby zrozumieć innych.....	31
8. Aktorzy i interesariusze	32
9. Podsumowanie – jak podejść do różnic	34



Przegląd Modułu oraz aktywności

Modules & Activities





Dofinansowane przez
Unię Europejską



I. Metodologia dla Nauczycieli



MODUŁ 2: Wartości, normy i uprzedzenia

"UMIĘTNOŚĆ OBSERWOWANIA BEZ OCENIANIA JEST NAJWYŻSZĄ FORMĄ
INTELIGENCJI." (Jiddu Krishnamurti)

Struktura modułu:

Omówione tematy:



Czynniki wpływające na naszą percepcję



Normy, wartości, przekonania



Postawy. Motywacja. Nawyki, światopoglądy



Osobowość oparta na typologii MBTI



uprzedzenia



Podejście Porozumienia bez Przemocy



Rola logiki i emocji



Media społecznościowe i nasza percepcja



Aktorzy i ich rola

Główne tematy modułu:

W tym module omówimy następujące tematy:

Jak i dlaczego rozumieć nasze wartości, normy i przekonania?

Czym są uprzedzenia i czy można je pokonać?

Jak nasze założenia i uprzedzenia wpływają na nasz osąd?

Co to jest kadrowanie?

Rola naszej percepcji w podejmowaniu decyzji?

Dobro i zło, jak to zdefiniować?

Jak media społecznościowe wpływają na naszą percepcję?

Czy logiczne myślenie jest odpowiedzią na odpowiednie zrozumienie?

Kim są zainteresowane podmioty (interesariusze)?

Jakie są postawy, wartości i normy zaangażowanych aktorów?

Jakie są Twoje wartości i normy (autorefleksja)?

1. Czynniki wpływające na naszą percepcję i działanie

"POZNAJ SIEBIE I ZROZUMIEJ INNYCH"



I. Metodologia dla Nauczycieli

Na to, jak postrzegamy otaczający nas świat i jak postępujemy, mają wpływ nasze wartości, postawy i przekonania, normy społeczne i nasza osobowość. Poza innymi czynnikami, jak nasza pozycja w danej sytuacji (czy jesteśmy nauczycielem, uczniem, kierownikiem czy technikiem...), predyspozycje fizyczne, genetyczne i tak dalej.

Zasadniczo działamy w oparciu o naszą interpretację otaczającego nas świata (naszą racjonalną i emocjonalną reakcję), a nie reakcję na sam świat.

Jeśli na sposób, w jaki postrzegamy otaczający nas świat i nasze decyzje, wpływają czynniki, których nie jesteśmy świadomi, jak moglibyśmy podejmować świadome i odpowiedzialne decyzje? Tak więc zrozumienie siebie i innych jest ważne, ponieważ chcemy być wolni w dokonywanych wyborach, aby **nasze decyzje były ukierunkowane na zaspokojenie naszych podstawowych ludzkich potrzeb**, aby mieć radosne i satysfakcjonujące życie (więcej wyjaśnień znajduje się w Dobitej komunikacji poniżej).

Odpowiedzialna decyzja to, w naszej ocenie, decyzja oparta na dostępnych odpowiednich informacjach (**decyzja oparta na dowodach lub decyzja oparta na informacjach**) oraz decyzja, która **prowadzi do zaspokojenia naszych potrzeb** (patrz poniżej). Przez decyzję rozumiemy (w kontekście tej Metodologii) właściwie każdą „decyzję”, która stoi za tym, że coś robimy: działamy, interpretujemy dane lub reagujemy na sytuację w określony sposób (zewnątrznie i wewnątrznie). **W tym sensie „decyzja” nie musi być w pełni lub w ogóle racjonalna.** Ponieważ racjonalność jest tylko jednym z elementów naszego podejmowania decyzji i gdybyśmy ograniczyli termin „decyzja” tylko do racjonalnego podejmowania decyzji, to nie mielibyśmy na końcu żadnej decyzji rzeczywiście spełniającej taką definicję.

Nieświadome aspekty **wpływają również na nasze postrzeganie informacji, a tym samym bezpośrednio zniekształcają sposób, w jaki gromadzimy dowody na poparcie naszych decyzji** lub zrozumienia danej kwestii lub tematu. W module 1 podkreśliliśmy, że wszyscy jesteśmy podatni na techniki manipulacji dezinformacją i fake newsami oraz że techniki te są skuteczne, gdy brakuje nam świadomości naszych wartości i norm społecznych, na które jesteśmy narażeni.

Percepcja (z łac. perceptio „gromadzenie, odbieranie”) to organizacja, identyfikacja i interpretacja informacji sensorycznych w celu przedstawienia i zrozumienia przedstawionych informacji lub środowiska.¹

Our perception can be distorted in many ways. That basically means that “what we see does not have to be what we see”. There are many aspects that influence our perception (our experience, personality, being human, our beliefs and values and other...).

EXAMPLE Take for example how differently will an architect compared to car enthusiast perceive the very same street. What would each other see and what impressions they would have to walk through the street? Note that they both would be in the same street and even if they do not distort the really their perception will be quite different. This example is easily showing us that we are in some way already biased by our experience and motivations (**we already see – perceive from some perspective**).

¹ Definicja pochodzi z: Schacter, Daniel (2011). *Psychology*. Worth Publishers. [ISBN 9781429237192](https://doi.org/10.1002/9781429237192) (pobrana z: [Wikipedia.org](https://en.wikipedia.org)).



I. Metodologia dla Nauczycieli

W module 1 widzieliśmy również, że **różni aktorzy mają różne motywacje**, na które wpływają te same czynniki, które wpływają na nasze własne zachowanie (mamy na myśli czynniki podstawowe, a nie sposób, w jaki przejawiają się one w rzeczywistości). Zrozumienie tych motywacji i czynników leżących u ich podstaw pomoże nam poruszać się między różnymi opiniami i źródłami danych podczas zbierania dowodów i nadawania sensu informacjom. Z tego powodu w tym module zbadamy czynniki, które wpływają na nasze (i kogokolwiek innego) podejście do informacji i podejmowania decyzji, a także podkreślimy nasze uprzedzenia wobec tematu.

WAŻNE Tematy w tym module można rozszerzyć na kilka dziedzin naukowych (psychologia, neuronauka, psychologia społeczna) i jako takie nie możemy objąć wszystkich tematów i wszystkich aspektów prezentowanych tematów. Celem jest przede wszystkim **zainspirowanie Ciebie jako nauczyciela** poprzez przedstawienie wybranych tematów i koncepcji, które możesz wykorzystać w codziennej pracy z uczniami. Zachęcamy do dalszego zgłębiania każdego tematu, który uznasz za interesujący i przydatny.

WAŻNE Chcielibyśmy z góry zaznaczyć, że tematy, które poruszymy w tym module mogą być **skomplikowane dla kogoś zakorzenionego w jakimkolwiek światopoglądzie**, który z założenia jest nastawiony na wiarę w jego prawdy jako jedyne słuszne. Z drugiej strony nie twierdzimy, że to, co jest przedstawione, jest prawdziwe wyryte w kamieniu. Wręcz przeciwnie, potraktuj to bardziej jako inspirację, w jaki sposób można podejść i zobaczyć te złożone i skomplikowane kwestie. W związku z tym jesteśmy otwarci na wszelkie dyskusje dotyczące przedstawionych tematów i koncepcji.

Serdecznie zapraszamy do otwartości i chęci odkrywania, a być może także kwestionowania „własnych prawd”.

...Zainspirujmy się...

1.1. Normy, wartości i przekonania

Na to, jak sobie radzimy, świadomie lub nieświadomie wpływa wiele czynników wynikających z naszych **predyspozycji i doświadczenia**. Czynniki te kształtują wartości, przekonania i postawy. Działamy również w określonym środowisku, w którym obowiązują określone normy i struktury społeczne.

Ponieważ może toczyć się niezliczona ilość debat, co wpływa na to, co i co jest rozważane pod każdym terminem, nie chcemy i nie potrzebujemy do naszych celów zagłębiać się w szczegóły i debatę akademicką. Ustalimy podstawowe ramy użytkowe, a także zapewnimy praktyczne narzędzia, które można wykorzystać w rzeczywistych sytuacjach komunikacyjnych (patrz poniżej).

Normy to przyjęte standardy lub sposoby bycia lub robienia rzeczy, które są **wspólne dla członków grupy społecznej** jako standardy zachowania. Norma jest konkretna, określa pewne rzeczy, które należy zrobić (lub pominąć). Normy odnoszą się i są (czasami pozornie) uzasadnione wartościami leżącymi u ich podstaw. **Normy odnoszą się do zachowań i postaw, które są uważane za „normalne”.**

Ale ważne jest również, aby zauważyć, że **każdy postrzega normy inaczej**, a postrzeganie to może, ale nie musi odzwierciedlać tego, co większość innych faktycznie robi lub oczekuje. **Mamy też wybór**, czy będziemy postępować „zgodnie” z tymi postrzeganymi normami. **Normy nie reprezentują jakichś**



I. Metodologia dla Nauczycieli

samodzielnych zasad, jak wszyscy się zachowujemy, ale są indywidualnie postrzeganymi ramami, w których działamy jako jednostka.

To, co może być i często jest problematyczne dla komunikacji i zrozumienia, to sytuacja, w której kwestie (ludzi, idee, działania itp.) są oceniane przez pryzmat normy jako środka prawdy, dobra i zła. Bez uznania, że normą jest zwykły zwyczaj. I jako takie nie ma w sobie i nie ma w sobie pierwszeństwa „dobroci” (nawet my moglibyśmy to tak postrzegać). Nie twierdzimy, że normy nie są ważne dla funkcjonowania społeczeństwa. Bądźmy jednak otwarci na ocenę, czy normy, które ustanawiamy, naprawdę dobrze nam służą.

WAŻNE Ponieważ naszym celem jest podejmowanie odpowiedzialnych decyzji, powinniśmy szukać najlepszego możliwego wariantu naszego działania w oparciu o nasze potrzeby i cel działania. Jeśli norma nam nie służy lub nie służy jej celowi, niech będzie otwarta na jej zmianę. Nie poprzez łamanie normy, ale poprzez dyskusję i znalezienie lepszych rozwiązań (podejście zależy od sytuacji i danej normy).

Wartości można rozumieć różnie (można powiedzieć na różnych poziomach). Niektóre (i powszechnie używane) definiują wartości jako „to, co uważamy za ważne w życiu” lub „na czym nam zależy”. Ta definicja może (naszym zdaniem) dobrze służyć organizacji takiej jak prywatna firma, która może zdefiniować swoje podstawowe „wartości”. Ale na poziomie osobistym taka definicja jest dość myląca, ponieważ wskazuje bardziej na pragnienia lub „artefakty” reprezentujące status w społeczeństwie, a nawet przedmioty (mogę dbać o przedmioty). W związku z tym nie możemy zgodzić się, że coś (wymieniane podczas przeglądania Internetu) jako „bogactwo” lub „fundament silnego małżeństwa” powinno być postrzegane jako wartość dla kogokolwiek. Nazwalibyśmy to raczej pragnieniami.

- x **Pragnienia nie są wartościami** W związku z tym nie możemy zgodzić się, że coś (jak często wspomina się podczas przeglądania Internetu) jako „bogactwo” lub „fundament silnego małżeństwa” powinno być postrzegane jako wartość dla kogokolwiek. Nazwalibyśmy to raczej pragnieniami.

Jak w takim razie definiować wartości? Zastanówmy się najpierw, co kryje się za wspomnianymi „pragnieniami”:

- Za pragnieniem bogactwa można było dostrzec wiele różnych potrzeb różnych ludzi, takich jak: bezpieczeństwo, przetrwanie, komfort, godność, wolność i wybór, szacunek, szacunek itp.
- Za pragnieniem „fundamentu silnego małżeństwa” można było dostrzec wiele różnych potrzeb różnych osób, takich jak: bezpieczeństwo emocjonalne, stabilność, bezpieczeństwo, szacunek, harmonia, wzajemność, wsparcie, zaufanie, komfort itp.

Widzimy, że **pojęcie „wartości” może być dość trudne**. Zasadniczo możemy powiedzieć, że coś ma dla nas wartość (pożądane i warte jest zainwestowania naszego wysiłku – czasu, pieniędzy... – aby to osiągnąć). W ten sposób moglibyśmy powiedzieć, że nasz samochód ma dla nas wartość, ale prawdopodobnie nie tego tutaj szukamy (jak byśmy to nazwali pragnieniem)... Możemy pójść trochę dalej i na przykład powiedzieć, że „edukacja ma wartość dla nas”. W tym przypadku również raczej szukalibyśmy motywacji, ponieważ mogą one być różne w zależności od osoby (dla jednego może to być chęć zdobycia lepszej perspektywy na pracę, dla innego chęć posiadania wiedzy).



I. Metodologia dla Nauczycieli

W ten sposób zaproponowalibyśmy (co do istoty) rozumienie **wartości jako podstawowych potrzeb człowieka**. Celem jest znalezienie podstawowej przyczyny lub okoliczności, które sprawiają, że naprawdę czujemy się spełnieni (szczęśliwi) jako istoty ludzkie. Pod tym względem **wartości (nasze prawdziwe potrzeby) mogą służyć jako najlepsza zasada przewodnia w naszym życiu** (więcej wyjaśnień znajduje się w rozdziale Komunikacja empatyczna poniżej).

Tak więc zwykle, gdy mówimy o wartościach, odnosimy się do czegoś, co reprezentuje lub wyraża „prawdziwą” podważającą potrzebę. Można powiedzieć, że „najbardziej ceni sobie rodzinę”, „stanowisko w pracy” itp. Język jest używany w określony sposób i taki jaki jest. Ale aby pogłębić nasze zrozumienie, dobrze jest zrozumieć, że te „wartości” „tylko” reprezentują i wyrażają nasze potrzeby w określonym kontekście społecznym i kulturowym.

Przekonania jest definiowane przez Cambridge English Dictionary jako „myśleć, że coś jest prawdziwe, poprawne lub rzeczywiste”. Dodalibyśmy bez dowodów. To jest prawdziwe znaczenie słowa „wierzyć”: **wierzyć to coś, czego tak naprawdę nie wiem (lub nie mogę) wiedzieć, czy to prawda, czy nie**. **Wiara to tak naprawdę formułowanie i ustalanie założeń, które nie mogą być (lub nie są w zasadzie) przedmiotem dalszych badań** – nie mogą być dalej kwestionowane i dyskutowane.

Powszechnie słowo „wierzyć” jest również używane w sytuacjach typu: „Wierzę tej osobie/ekspertowi” lub mógłbym nawet powiedzieć: „Wierzę, że jutro znów wszędzie słońce” (bo nie mogę tego być pewien ani faktycznie udowodnić, ponieważ jeszcze się to nie zdarzyło). Ale w tych okolicznościach wolelibyśmy raczej używać terminu takiego jak „**zaufanie**”, ponieważ w rzeczywistości nie opieramy tych stwierdzeń wyłącznie na „wierzeniu” bez żadnych **dowodów ani doświadczenia**. Mogę komuś zaufać, bo go znam i już się sprawdził, albo wiem, że cała nasza wiedza o Układzie Słonecznym daje prawie 100% szansę na to, że jutro wszędzie słońce, chociaż ja jeszcze nie mogę tego udowodnić.

Nie chcemy czepiać się słów i prawdopodobnie powszechne/normalne jest używanie terminu „wierzyć” w powyższych sytuacjach. Ale powinniśmy zrozumieć prawdziwe znaczenie i **różnicę między „wierzyć” (bez żadnych dowodów ani doświadczenia) a „ufnością lub osądem” opartym na dowodach lub doświadczeniu, które mogą wspierać taki osąd**. **Różnica polega na tym, że przy „wierzeniu” nie ma sensu pytać o solidność dowodów, bo to po prostu wiara**. Więc nawet my używamy/słyszymy termin „wierzyć”, powinniśmy być w stanie rozpoznać, czy jest to opinia lub osąd, który może być skłonny do zbadania solidności dowodów lub czystego przekonania.

1.2. Postawa, motywacja, nawyki i światopogląd

Postawa to nasza skłonność do oceniania jakiegoś symbolu, przedmiotu lub aspektu naszego świata w korzystny lub niekorzystny sposób. Postawę można zdefiniować jako **uczucie lub skłonność do faworyzowania lub przeciwstawiania się przedmiotom, osobom i sytuacjom**. Można to również zdefiniować jako stan umysłu lub uczucie w odniesieniu do jakiejś sprawy. Ale istnieje wiele definicji terminu postawa, a termin postawa jest również powszechnie używany stosunkowo luźno do zbierania własnych opinii, uprzedzeń i sentymentów,

Ważne jest to, że możemy być świadomi naszej własnej postawy lub postawa (wobec czegoś) może być nieświadoma, ale wciąż wpływająca na nasze zachowania.



I. Metodologia dla Nauczycieli

Motywacja mieszanka czynników, takich jak wyżej wymienione wartości, normy, postawy, osobowość (patrz poniżej), a także nasze doświadczenie i obecna sytuacja wpływają na naszą motywację do robienia tego, co robimy i jak to robimy. **Motywacja to konkretne pragnienie działania w celu osiągnięcia określonego celu lub zadania.** Motywacja to konkretny przejaw naszej osobowości, wartości, norm i postaw w rzeczywistości. W tym sensie motywacja jest ściśle związana z naszymi pragnieniami posiadania lub osiągnięcia czegoś (patrz wyżej). „**Jestem zmotywowany do zrobienia czegoś, ponieważ chcę „osiągnąć”* „coś”**. Motywacja może być świadoma (jestem świadoma tego, co chcę osiągnąć) lub nieświadoma (nie mam ustalonego ani wyartykułowanego celu).

***Osiągnięcie czegoś** nie musi mieć charakteru materialnego lub służyć osiągnięciu określonego celu (osiągnięcia). Na przykład ktoś jest zmotywowany do biegania dla czystej przyjemności, a niekoniecznie do wygrania wyścigu lub przebiegnięcia maratonu poniżej 3 godzin. Ale nadal widzimy, że motywacja pochodzi z chęci „osiągnięcia” przyjemności (doprowadzenia do stanu przyjemności lub dobrego samopoczucia po biegu). Więc w tym przypadku motywacja może być nawet nieświadoma.

Nawyki są również dość ważnymi warunkami wstępnymi naszego zachowania, tego, jak coś robimy. Nawyki są tym, **co robimy, ponieważ jesteśmy do tego przyzwyczajeni.** W sensie „robimy to, co robimy”. Jest to coś, co zwykle robimy regularnie. Nawyki mogą być dość silne i trudne do pozbycia się. Istnieje wiele książek motywacyjnych, jak zmienić i ustawić „właściwe” nawyki, aby dobrze Ci służyły. Z jednej strony widzimy, że nawyki mogą nam w życiu pomóc. Ale z drugiej strony, ponieważ naszym celem jest odpowiedzialne działanie (dla własnej korzyści), powinniśmy również zobaczyć, że **nawyki w rzeczywistości odmawiają wyboru i działania z wolnej woli.** Gdybyśmy wszystko robili w oparciu o nawyki, byłibyśmy jak automat. Zadajmy sobie pytanie, czy chcemy być automatyczną maszyną, czy też człowiekiem z możliwością wyboru działania.

Światopogląd można by zdefiniować jako całościową koncepcję lub ujęcie świata, zwłaszcza z określonego punktu widzenia² (punktu widzenia). **W ten sposób my lub społeczeństwo postrzegamy, konceptualizujemy i rozumiemy otaczający nas świat i nasze w nim miejsce.** Wiąże się z naszym rozumieniem i wiedzą, interpretacją zjawisk, którymi się zajmujemy oraz normami i wartościami. Powstaje w procesie raczej iteracyjnym, w którym nie można np. stwierdzić, czy normy są podstawą światopoglądu, czy też światopogląd jest podstawą ustanawiania norm. Ponieważ jedno wpływa na drugie w obie strony. Opierając się na swoim światopoglądzie, ludzie mają tendencję do podejmowania decyzji, co jest dobre, a co złe, co należy robić, a co nie, oraz dokonują ocen moralistycznych (patrz także poniżej Komunikacja empatyczna). Specyficzny i szczególnie silny (i nieświadomy) światopogląd jest często przyczyną stronniczego postrzegania i podejmowania decyzji.

(PODSUMOWANIE) Zabierz na zajęcia Na nasze działania, dotyczące również naszego podejścia do informacji, wpływa splot czynników (patrz wyżej). Aby zrozumieć siebie nawzajem, powinniśmy najpierw zrozumieć siebie, dopiero wtedy możemy zobaczyć, co „za” stoi za wyborami, decyzjami, działaniami innych.

² Źródło: www.merriam-webster.com/dictionary/worldview



2. Typy osobowości (MBTI)

“TO NIESAMOWITE W KOŃCU ZOSTAĆ ZROZUMIANYM I ZROZUMIEĆ INNYCH.”

(źródło: 16Personalities.com - zmodyfikowano)

Istnieje wiele sposobów, w jaki możemy zobaczyć i opisać osobowość. Pozwólcie, że przedstawimy jeden przykład, który uważamy za istotny i użyteczny, z którego nauczyciele mogliby się inspirować i wykorzystywać w pracy z uczniami.

Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) to test osobowości przeznaczony do określania typów osobowości, oparty na pracy Carla G. Junga na temat typów psychologicznych i rozszerzony o dodatkowe specyfikacje osobowości autorstwa Isabel Briggs Myers. [Koncentruje się na tym, jak różni ludzie postrzegają świat i podejmują decyzje](#), jakie są ich wartości, potrzeby i motywacje. Typologia osobowości MBTI jest jedną z najbardziej znanych i najczęściej stosowanych na przykład w rozmowach kwalifikacyjnych z kandydatami do pracy lub w celu rozwoju osobistego.

Test osobowości MBTI klasyfikuje ludzi według ich postaw i zachowań w określonych sytuacjach. Ocena typu składa się z czterech liter, które reprezentują najistotniejsze cechy danej osoby oraz sposób, w jaki podchodzi do informacji, podejmuje decyzje i zachowuje się w społeczeństwie. Testowanie najczęściej przybiera formę kwestionariusza, który zawiera starannie skonstruowany zestaw pytań dotyczących zachowania człowieka w codziennych sytuacjach.

Metodologia MBTI różnicuje ludzi według [czterech podstawowych cech osobowości](#):

- Ekstrawersja (I) vs Ekstrawersja (E)
- Zmysły (S) vs Intuicja (N)
- Logika (T) vs Uczucia (F)
- Ocenianie (J) vs Postrzeganie (P)

Zgodnie z tym podejściem każda osoba ma cztery dominujące cechy (zawsze jedną z przeciwieństw), które razem mówią nam o jej osobowości, mocnych i słabych stronach, predyspozycjach zawodowych czy zwyczajach w miejscu pracy, a także zachowaniach w związkach romantycznych, przyjaźniach, dzieciństwie, rodzicielstwie i ogólnych relacji międzyludzkich.

Aby uzyskać więcej informacji, odwiedź [następujące strony internetowe](#) dotyczące każdego typu osobowości, sposobu ich wykorzystania i testów, aby znaleźć swój typ MBTI: [16Personalities](#) lub [Truity](#).

WAŻNE Stosując typy MBTI należy uważać, aby [nie używać ich do osądzania innych](#) i wyznaczania im granic (np. mówienie, że nie nadadzą się do czegoś lub nie będą zajmować określonej pozycji lidera w zespole itp.). Typologia MBTI dotyczy sposobu, [w jaki byśmy postępowali i podchodzili do rzeczy, a nie tego, co możemy, a czego nie możemy osiągnąć](#). W związku z tym warto mieć świadomość, że w Internecie jest wiele źródeł, które w dość prymitywny i nieadekwatny sposób wyjaśniają typy MBTI.

(PODUSMOWANIE) [Zabierz na lekcję](#) Dzięki zrozumieniu typów MBTI zrozumiesz różnice, dlaczego ludzie (uczniowie) zachowują się w określony sposób i dlaczego mają tendencję do pełnienia określonych ról w zbiorowości (zespole). MBTI pozwala nam również zrozumieć, [jak my i inni postrzegamy pewne sytuacje oraz co nas motywuje](#), a co pozbawia motywacji lub nas rani. MBTI daje



I. Metodologia dla Nauczycieli

nam możliwość zrozumienia siebie i innych nie poprzez ocenianie tego, co jest dobre, a co złe, ale uznanie naszych naturalnych ustawień osobowości (kim jesteśmy i gdzie czujemy się dobrze i możemy się rozwijać). Abyśmy mogli wspierać uczniów w realizacji ich potencjału.

MBTI może służyć jako kluczowy instrument do wzajemnego zrozumienia i docenienia zamiast odrzucania odmienności. Ponieważ każdy typ ma swoją własną jakość i różnorodność, wnosi do społeczeństwa potencjał rozwojowy. Na przykład, jeśli weźmiemy typ Wyczuwalny (S) i Intuicyjny (N). Można nadzorować i zachowywać ustalone zasady (S) i można zobaczyć rzeczy, których jeszcze nie ma (N). Typ S może uznać, że typ N nie przestrzega zasad, a w przeciwieństwie do typu N może postrzegać typ S jako zbyt sztywny, aby posunąć sprawy do przodu. Tak więc w tym przypadku np. typ S powinien nauczyć się dostrzegać i doceniać potencjał, jaki może wnieść typ N w postaci nowych wizji. Ktoś może być bardziej spontaniczny (typ P), a ktoś może załatwić sprawę (typ J).

3. Błędy poznawcze

Ponieważ musimy poruszać się w bardzo złożonym środowisku, aby przetrwać i móc podejmować (względnie) szybkie decyzje, zostaliśmy wyposażeni w umiejętność interpretowania postrzeganych informacji, łącząc je z naszą „wiedzą” (bazującą na naszym doświadczeniu) i aktualnymi odczuciami. Ta umiejętność pomogła nam przetrwać, będąc w stanie podejmować szybkie decyzje, aby uniknąć niebezpieczeństwa lub wykorzystać okazję (w celu zdobycia pożywienia itp.). Jest to więc związane z naszym procesem przetrwania, innymi słowy z zachowaniem nas samych. Jest więc głęboko powiązany z poczuciem ochrony (obrony) lub wykorzystywania okazji.

Ale z drugiej strony ta umiejętność jest również odpowiedzialna za robienie „na skróty”³ podczas interpretacji informacji lub podejmowania decyzji i może (i często prowadzi) do błędnej interpretacji. Błędy te nazywane są zniekształceniami poznawczymi.

Błąd poznawczy to podświadomy błąd, który prowadzi do błędnej interpretacji postrzeganych informacji, a tym samym wpływa na trafność decyzji i osądów. Innymi słowy: prowadzi osąd lub interpretację informacji w sposób odbiegający od rzeczywistości.

- x **Błąd logiczny** nie jest błędem poznawczym. Błąd logiczny oznacza błąd w argumentacji logicznej. Błąd poznawczy jest związany z tym, jak postrzegamy i interpretujemy informacje.

3.1. Wybrane powszechne błędy poznawcze

Rzućmy okiem na niektóre z najczęstszych i dla naszych celów przydatne jest poznanie i rozpoznanie uprzedzeń:

Błąd potwierdzenia to skłonność ludzi do faworyzowania informacji, które potwierdzają ich uprzedzenia. Oznacza to zorientowanie się na otrzymywanie, postrzeganie i interpretowanie informacji w sposób, który potwierdza nasze „aktualne ja” (nasze przekonania, nasze koncepcje tematu, nasze modele mentalne, nasze pragnienia, nasz status, nasze zachowanie, nasze upodobania, nasze nastawienie itp.). Zasadniczo chodzi o otrzymywanie i/lub interpretację informacji, które wspierają czyjeś stanowisko w danej sprawie. Pozwala nam dojść do wniosku, że

³ zwana heurystyką (zobacz na przykład artykuł: [What Are Heuristics?](#))



I. Metodologia dla Nauczycieli

nasze poglądy są poprawne, ale często mogą zaciemniać rzeczywistość, ponieważ **nie widzimy myśli takimi, jakimi są, ale takimi, jakimi chcemy, aby były.**

W szerokim sensie możemy do pewnego stopnia argumentować, że wszystkie uprzedzenia są po prostu różnymi przejawami opartymi na potwierdzeniu. Wszystkie **uprzedzenia faktycznie „służą” nam do obrony naszego obecnego „ja”** (jak postrzegamy siebie lub jak chcemy być postrzegani przez innych). Z CZEGO SIĘ IDENTYFIKUJESZ, bronisz tego jako bycie sobą.

Błąd konfirmacji jest ściśle związany z potrzebą akceptacji, która przejawia się w dążeniu do walidacji i tożsamości (gdzieś przynależć). Jak widzimy w przypadku „teorii spiskowych” lub silnego nastawienia tożsamościowego (patrz Moduł 4), **im więcej ludzie zainwestowali w budowanie swojej osobowości wokół określonej roli w społeczeństwie lub światopoglądzie**, tym trudniej jest im spojrzeć z możliwej innej perspektywy, punkt widzenia.

Bardzo ważną rolę i powiedzmy lupę we wspieraniu efektu potwierdzenia odgrywa społeczeństwo grające w **media społecznościowe**. Algorytmy mediów społecznościowych mają za zadanie promować nam to, co już lubimy lub przemawia na korzyść naszego światopoglądu. Aby temu zaradzić, musimy inwestować w przemyślane działania w celu poszukiwania alternatyw (szczegóły w module 2).

Dokąd prowadzi nas efekt potwierdzenia:

- **Wyszukujemy** informacje potwierdzające nasz punkt widzenia (**ekspozycja selektywna**)
 - Poszukujemy informacji bliskich i potwierdzających nasz punkt widzenia
 - Pozwalamy, aby algorytmy mediów społecznościowych przedstawiały nam informacje, które tylko potwierdzają nasz punkt widzenia⁴
 - Osoby mocno oddane pewnym religiom często unikają kontaktu z informacjami lub osobami, które mogą „odwieść” ich od ich doktryny
- **Postrzegamy** informacje w sposób, który potwierdza nasz punkt widzenia (możemy zobaczyć lub usłyszeć tylko niektóre części przedstawionej historii/informacji i zignorować część, która nie pasuje do naszej koncepcji)
 - Bardzo ważne jest, aby zrozumieć, że **dzięki efektowi potwierdzenia nie jesteśmy nawet konfrontowani z innymi opiniami** lub informacjami sprzecznymi z naszym punktem widzenia (po prostu nie widzimy ich nawet wtedy, gdy są nam przedstawiane)
- Wspiera nasz punkt widzenia, ponieważ nie jesteśmy celowo (ale nieświadomie) konfrontowani z innymi poglądami
- **Interpretujemy** informacje, aby faworyzować nasz punkt widzenia
 - Kwestionowanie bez powodu lub przez nieuzasadnioną racjonalizację (zwróć uwagę, że **racjonalizacja odgrywa ważną rolę** w błędzie potwierdzenia)

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



I. Metodologia dla Nauczycieli

- Może to wynikać z **zaniedbania** lub **relatywizacji** informacji sprzecznych z naszym punktem widzenia
- W konsekwencji dochodzimy do **osądów** opartych na postrzeganiu i interpretacji niejasnej rzeczywistości
 - Taki osąd nie doprowadziłby nas do odpowiedzialnej decyzji i działania, które jest adekwatną reakcją (reakcją) na sytuację, a więc w istocie nie doprowadziłby do zaspokojenia naszych prawdziwych potrzeb

Co zrobić, aby uniknąć efektu potwierdzenia:



Należy pamiętać o błędzie potwierdzenia

- Zobacz na przykład, że przyjmujesz za pewnik (bez oceny) informacje, które potwierdzają twój punkt widzenia, a na drugiej stronie, jakie wysiłki podejmiesz, aby ocenić i ewentualnie „udowodnić błędne” informacje, które są sprzeczne z twoimi poglądami



Równo ocenia wszystkie informacje



Podejmuj świadomy wysiłek, aby szukać informacji (dowodów) przemawiających za różnymi punktami widzenia

Podstawowy błąd atrybucji polega na tym, że osoba przypisuje czyjeś zachowanie jakiejś **cechy osobowości tej osoby, a nie sytuacji/kontekstowi**, w jakim się ona znajduje. Najczęściej będzie to związane z projekcją z naszej strony opartą na naszych założeniach na temat tej osoby (**aby potwierdzić nasz stosunek do osoby**).

Co zrobić, aby uniknąć podstawowego błędu atrybucji:



Pamiętaj o podstawowym błędzie atrybucji

- Czy dokonuję projekcji mojego stosunku do osoby, aby wyjaśnić jej zachowanie



Weź pod uwagę, że środowisko może powodować określone zachowanie danej osoby

- Najpierw zobacz i zrozum sytuację, w której znajduje się dana osoba, zanim zinterpretujesz jej działania

Błąd ślepej plamki ma miejsce, gdy rozpoznajemy uprzedzenia u innych, ale nie dostrzegamy ich u siebie. Mamy tendencję do myślenia, że jesteśmy mniej skłonni do bycia stronniczymi niż inni⁵.

⁵ więcej na temat : [Researchers Find Everyone Has a Bias Blind Spot](#)



I. Metodologia dla Nauczycieli

Jeśli widzisz (lub wydaje ci się, że widzisz) uprzedzenia u innych, ale nie dostrzegasz własnych, **jest bardziej niż prawdopodobne, że to, co myślisz, że widzisz, to tylko twoje projekcje i błąd potwierdzenia.**

Co zrobić, aby uniknąć stronniczości w martwym punkcie:



Przyjmij do wiadomości, że wszyscy jesteśmy (i ja też) do pewnego stopnia stronniczy



Dobrze jest widzieć, jak inni ludzie są stronniczy, ale jeśli nie widzisz własnych uprzedzeń, to twoje postrzeganie innych może być niczym więcej niż twoją własną stronniczą opinią

- Zrozum siebie, powinniśmy być przede wszystkim refleksyjni nad własnym zachowaniem



Zawsze zadawaj sobie pytanie i **zrozum swój punkt widzenia na dany temat** tylko wtedy, gdy możesz zobaczyć, jak wpływa to na twoją percepcję i osąd

Błąd zakotwiczenia uprzedzenia to tendencja do zbyt dużego polegania lub ulegania wpływom istniejących wcześniej informacji, pierwszej informacji lub jakiejś koncepcji lub podejścia (kotwica). **Tak jakby pierwsza informacja była kotwicą dla naszego dalszego działania**, badań. Ta informacja jest (nieświadomie) powiązana z jakimś początkowym ekscytującym lub kuszącym pomysłem lub powiązana z moim punktem widzenia (patrz błąd potwierdzenia).

Zauważ, że może to doprowadzić nas albo do ślepej uliczki (i marnujemy dużo energii bez odpowiedniego wyniku), albo może w połączeniu z efektem potwierdzenia doprowadzić do rozwoju „teorii spiskowej”. Można sobie wyobrazić detektywa obsesyjnie podążającego za jednym tropem, który na końcu nie prowadzi do niczego istotnego lub prowadzi do fałszywego oskarżenia kogoś.

Z perspektywy metodologicznej zakotwiczenie może polegać na opieraniu się na podejściu (metodzie), które jest zasadniczo błędne lub nieodpowiednie do zajmowania się tematem badań (zob. Moduł 3 Projektowanie badań).

Co zrobić, aby uniknąć efektu zakotwiczenia:



Nie trzymaj się jednego dowodu. (Spróbuj) spojrzeć na problem z różnych perspektyw



Poszukaj innych dowodów i oceń ten, który masz



Nie opieraj się na podejściu (metodzie) tylko z zasady. Zobacz cel badania i zastosuj do niego odpowiednią metodę (patrz Moduł 3)

Błąd projekcji (uprzedzeń) polega na utrzymywaniu ukrytego założenia, że inni myślą, wierzą lub wiedzą to samo co my. Chodzi o nierozpoznawanie innych jako jednostek z własną osobowością, wartościami i przekonaniem. Błąd projekcji to zasadniczo **przecenianie lub wiara w normalność naszych przekonania**. W rzeczywistości jest to postrzeganie, w którym **tworzymy „uniwersalną” normę z naszej obecnej sytuacji, siebie.**

Błąd projekcji wiąże się z niską empatią. I dość interesujące jest to, że skłonność do projekcji wiąże się również z niską empatią wobec naszego przyszłego ja. Oznacza to skłonność do wiary, że w



I. Metodologia dla Nauczycieli

przyszłości będziemy myśleć, czuć i działać tak samo, jak teraz. Można to zaobserwować w zachowaniu, które podkreśla znaczenie czegoś, co w rzeczywistości nie ma żadnej wartości na dłuższą metę.

Co zrobić, aby uniknąć błędu projekcji:



Przyjmij do wiadomości, że rzeczy nie muszą być takie, jakie ja mam lub potrafię je sobie teraz wyobrazić



Pracuj nad empatią w kontaktach z innymi



Nie przedstawiaj własnych przekonań i przekonań jako wyjaśnienia działań innych



NIE twórz z własnych twardej i przekonań uniwersalnie obowiązujących norm, które należy stosować wobec innych

Błąd reprezentatywności to tendencja do **ocenia** prawdopodobieństwa hipotezy na podstawie ilości dostępnych danych, które ją przypominają.

Do pewnego stopnia robi się to również w **czasopismach naukowych**, zwłaszcza w metaanalizach i przeglądach systemowych. Wynik taki jak 8 badań opowiada się za argumentem A, a tylko dwa badania opowiadają się za argumentem B, więc A jest poprawne, nie powinno być uważane za istotne, ponieważ nie powinniśmy głosować za „prawdą”, ale powinniśmy zobaczyć prawdziwe dowody i jeśli to naprawdę zapewnia spójność wyjaśnienie (zobacz więcej w module 4) Nadawanie sensu informacjom.

Co zrobić, aby uniknąć błędu reprezentatywności:



Nie powinniśmy głosować nad „prawdą” według ilości informacji lub liczby artykułów lub ekspertów, którzy faworyzują określony punkt widzenia.

- Należy przedstawić dowody, które powinny stanowić spójne wyjaśnienie



Poszukaj dowodów i spójnych wyjaśnień (patrz moduł 4)

Błąd dostępności polega na tym, że jesteśmy pod wpływem informacji, które są dla nas łatwo dostępne. Jest to coś, czego tak naprawdę nie możemy uniknąć, ponieważ cały czas jesteśmy narażeni na informacje faworyzujące jakiś punkt widzenia. Na przykład zobacz wiadomości ze świata i porównaj je z prawdziwym światem „tam”.

Co zrobić, aby uniknąć błędu projekcji:



Należy pamiętać, że jesteśmy narażeni tylko na określony rodzaj informacji



Pamiętaj, że zawsze mamy ograniczone informacje na temat problemu

- Czy wystarczy sformułować odpowiedzialną decyzję? (patrz Moduł 3 o tym, jak zbierać odpowiednie dane i informacje a Moduł 4 Jak nadać sens informacjom)



I. Metodologia dla Nauczycieli

Istnieje **znacznie więcej uprzedzeń**, które można by opisać i zachęcamy do dalszych poszukiwań na własną rękę. Ale z powyższymi powinniśmy mieć solidną podstawę dla naszych celów związanych ze zrozumieniem innych (Ćwiczenie 2), projektowaniem badań (Ćwiczenie 3) oraz nadawaniem sensu danym i informacjom (Ćwiczenie 4).

3.2. Redukowanie stronniczości

Podjęto wysiłki i badania, aby znaleźć i ocenić możliwości celowego zmniejszenia uprzedzeń. Badania⁶ pokazują pozytywny wpływ specjalnie zaprojektowanych gier komputerowych, filmów wideo⁷ lub szkoleń na poniżanie, chociaż zawsze jest dość wątpliwe, jak faktycznie mierzyć redukcję uprzedzeń.

Na podstawie jednej metaanalizy możemy podsumować motywacje do obrony naszego punktu widzenia (błąd potwierdzenia) i motywację do bezstronnego podejmowania decyzji (motywacja trafności):⁸

Motywacja do postawy obronnej (trudno uniknąć błędu potwierdzenia):

- **przywiązanie** lub lojalność wobec poglądu (zaangażowanie istotne dla wartości)
- kiedy ludzie, którzy właśnie zgłosili postawę lub przekonania, lub zaangażowali się w zachowanie, otrzymują **wyzywające** (w porównaniu z wspierającymi) informacje (to powoduje, że ludzie wchodzą w stan obronny)
- obecność **pozornie wysokiej jakości informacji**, które wspierają ich punkt widzenia
- osobiste zaangażowanie jako poczucie silnego przywiązania do poglądu (poświęcenie dla poglądu, **poświęcenie dużej ilości czasu lub wysiłku na podjęcie decyzji**, swobodny wybór poglądu, publiczne wyjaśnienie poglądu)
- „osoby o zamkniętych umysłach”

Motywacja do dokładności (bezstronne podejmowanie decyzji):

- **zaangażowanie adekwatne do wyniku** (w przeciwieństwie do zaangażowania adekwatnego do wartości)
- **użyteczność informacji** jako zakres, w jakim informacja może być wykorzystana do ułatwienia podejmowania dobrych decyzji

Z praktycznego punktu widzenia redukcja stronniczości skutecznie oznacza:

- otrzymywać **informacje o uprzedzeniach** (dowiadując się, że jesteśmy na nie podatni) (w formie szkolenia, gry wideo lub filmu instruktażowego)
- poznać siebie – **promowanie autorefleksji i otwartości**
- **inwestowanie zasobów poznawczych** w podejmowanie decyzji (**aby przewyciężyć uprzedzenia konieczne jest inwestowanie przemyślanego wysiłku**), dlatego też prezentowane podejście nazywamy **POSTAWĄ ACTIVE** (trzeba być aktywnym)

⁶ Zobacz przykład tutaj: [How a Video Game Helped People Make Better Decisions](#)

⁷ Zobacz i użyj dla swoich celów wideo zamieszczone tutaj: <https://www.youtube.com/watch?v=cNWmnZJnNnE>

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



I. Metodologia dla Nauczycieli

- stworzyć atmosferę i dać więcej miejsca, przestrzeni i zasobów, aby wspierać poszukiwanie i inwestować zasoby poznawcze w podejmowanie decyzji
- stosować „podejście naukowe”, które moglibyśmy nazwać formułowaniem i testowaniem hipotez. Nie bierz swojego pomysłu ani pierwszego wrażenia za pewnik, ALE traktuj to jako założenie/hipotezę do dalszego sprawdzenia (na podstawie dowodów lub doświadczenia).

The Toolkit presented in the ACTIVE project with its Methodology and Activities is designed to promote above mentioned predisposition for debasing.

Niektóre badania naukowe i informacje, które można znaleźć w Internecie, mają na celu poniżenie promowania podejść, z którymi nie możemy się zgodzić⁹:

- x **Korzystaj z zachęt.** Uważaj na próby „odrzucenia uprzedzeń” uczniów poprzez motywowanie ich do wykonania określonego działania i przestrzegania określonych norm (zdrowe odżywianie, potępienie tego, co nazywam „złym” itp.). **Będzie to tylko tworzenie nowej koncepcji i uprzedzeń.**
- x **Użyj teorii sugestii do „odrzucenia uprzedzeń”.** Teoria zachęty „proponuje pozytywne wzmocnienie i pośrednie sugestie jako sposoby wpływania na zachowanie i podejmowanie decyzji przez grupy lub jednostki”¹⁰. **Jeśli zamierzasz wywierać wpływ, aby zrobić coś nieumyślnie, dokładnie oznacza to promowanie stronniczych decyzji, podejmowanie „pod wpływem” (jak to się mówi) kogoś lub czegoś. Jest to przeciwieństwo poniżania.**

WAŻNE Gdy rozważamy poniżanie, możemy wpływać jedynie na otwartość i świadomość, a nie na konkretne normy działania! Nie próbuj przekonywać kogoś do pewnych przekonań lub atrakcyjności/niechęci, aby przezwyciężyć uprzedzenia. Ponieważ byłoby to tylko uprzedzeniem osoby w określony sposób.

4. Komunikacja empatyczna (bez przemocy).

“NIKT NIE MOŻE ZMUSIĆ CIĘ DO ZROBIENIA CZEGOKOLWIEK. TO TWÓJ WYBÓR.”

“Być może nie zawsze podobają nam się wybory, które mamy, ale nikt nie może nas zmusić do zrobienia czegoś, co nie jest naszym wyborem.” (Marshall Rosenberg)

Nonviolent Communication to podejście opracowane i propagowane przez Marshalla Rosenberga. Rosenberg otrzymał doktorat z psychologii i stosował metodę komunikacji bez przemocy (obecnie nazywaną czasem „komunikacją empatyczną”) jako mediatora w różnych środowiskach, takich jak szkoły lub programy pokojowe na obszarach objętych konfliktem (Palestyna i Izrael, Rwanda, Sri Lanka i inne). Do tej pory istnieje wielu zwolenników i trenerów, którzy praktykują komunikację bez przemocy.

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

¹⁰ Wikipedia: Nudge theory https://en.wikipedia.org/wiki/Nudge_theory



4.1. Podstawy Porozumienia bez Przemocy (NVC)

Poniżej przedstawiamy podstawowe koncepcje i podejście do komunikacji bez przemocy z serii filmów Porozumienie bez przemocy z Marshalllem Rosenbergiem. Ponieważ ta Metodologia zostanie przetłumaczona na język czeski, polski, słowacki, niemiecki i włoski, chcielibyśmy również w tej formie przedstawić idee Porozumienia bez Przemocy nauczycielom, którzy nie mówią po angielsku.

Celem Porozumienia bez Przemocy (NVC) to „Zaspokojenie potrzeb wszystkich. A potrzeba jest zaspokajana przez ludzi, którzy dają dobrowolnie (z serca), a nie z przymusu”.

Według „**potrzeb**” NVC zaspokajają podstawowe potrzeby ludzkie (patrz poniżej). Zaspokojenie tej podstawowej ludzkiej potrzeby jest istotnym czynnikiem napędzającym nasze zachowanie. Podstawowym założeniem NVC jest to, że kiedy naruszamy podstawowe potrzeby innych, to tak się stanie i nam też to nie służy. Jak mówi Rosenberg: „**Możesz powiedzieć NIE potrzebom innych, ale ta druga osoba najprawdopodobniej zareaguje na ciebie w sposób, który nie leży w twoim najlepszym interesie.** Ale jeśli powiesz, że potrzeba stoi za NIE, jest to mniej prawdopodobne.

„Jeśli zrobimy **coś w obawie przed karą, wszyscy za to zapłacą**” Ponieważ nie robimy tego dobrowolnie i z radością. Jeśli zrobimy coś dla kogoś niechętnie, pozwolimy tej osobie „za to zapłacić”. Będziemy nienawidzić siebie za to i wiedzą innym, że musimy to robić za nich (i że nie okazują wystarczającej wdzięczności). „**Dawanie z serca**” ma miejsce wtedy, gdy cieszymy się dawaniem, rzeczami, które robimy, cieszymy się z relacji i ostatecznie cieszymy się z naszych życie.

„Za wszystko, co robimy dla nagrody, płacą wszyscy.

Za wszystko, co robimy, aby ludzie nas lubili, płacą wszyscy.

Za wszystko, co robimy z poczucia winy, wstydu, obowiązku, płacą wszyscy”.

Zamiast ścinać (dawać z serca) gramy w **grę „kto ma rację”**, grę, w której wszyscy przegrywają. „Ta gra obejmuje dwie najbardziej przebiegłe rzeczy, z jakimi kiedykolwiek spotkały się istoty ludzkie. To kara, jak gdybyś się mylił, zasługujesz na cierpienie”. NVC twierdzi, że takie podejście **stworzyło już wystarczająco dużo przemocy** na planecie.

Jeśli **wierzysz, że ludzie są z natury źli**, to „myślisz, że sposobem na zmianę, gdy ludzie zachowują się w sposób, który ci się nie podoba, jest sprawienie, by ludzie nienawidzili siebie za to, co robią”. Z tego powodu rozwinął się język, który Rosenberg nazywa „**językiem szakala**”. „Ten język odcina nas od życia i bardzo ułatwia przemoc. Właściwie tworzy społeczeństwo, w którym przemoc jest przyjemnością”.

„Język szakala” (język dominacji, propagujący przemoc) jest:

- językiem **moralistycznych osądów**, myśl w kategoriach, kto ma rację, kto się myli, kto jest dobry.
 - Myślenie w kategoriach dobra i zła, dobra i zła, normalności i nienormalności
- np. etykietowanie kogoś (jako... „idioty”, „niekompetentnego”...)
- **Język, który zaprzecza możliwości wyboru i odpowiedzialności** za działanie
 - Amtssprache (amt = office, więc możemy to nazwać językiem biurokratycznym): Kiedy niemiecki nazista Adolph Eichmann podczas procesu zapytał: „Czy było ci trudno wystąpić te dziesiątki tysięcy ludzi na śmierć?” Eichmann odpowiedział: „Prawdę



I. Metodologia dla Nauczycieli

mówiąc, było to łatwe. Nasz język to ułatwił. ... to język, który zaprzecza odpowiedzialności za twoje czyny”

- ”Nadrzędne rozkazy, polityka firmy kazały mi to zrobić. Nie mogłem zrobić inaczej”.
- Język, który uczy (dziecko), że trzeba coś zrobić
- Język, który sugeruje, że ktoś sprawia, że czujesz się... zły, zraniony,...
- Osądy typu: „Za dużo mówi”, jak byśmy wiedzieli, mają prawo decydować, jaka jest właściwa ilość mówienia.

Rosenberg zwraca uwagę, że „Porozumienie bez przemocy nie polega na mówieniu w określony sposób, ale na mówieniu z określonego punktu widzenia”.

Jak komunikować się bez przemocy:

Zasadniczo wyrażając to, jacy jesteśmy i czego byśmy chcieli – wyrażając nasze potrzeby.

Jak komunikować o konkretnej rzeczy, którą on/ona (oni) robią, a ty nie lubisz. To, że ktoś robi coś, czego nie lubisz, nie czyni twojego życia cudownym.

1. Określ, co ci się nie podoba, co robi „ta” osoba.

- Pytanie dotyczy „konkretne zachowania, co ktoś robi - obserwacji”.
- Nie ocena, która implikuje błąd (dobry i zły). Czasami nie możemy oddzielić Faktu od Opinii.
- **Nie postrzegaj drugiego jako wroga** – obraz wroga, zła jest barierą w komunikacji. To zaciemnia rzeczywistość, ponieważ nie widzimy zachowania, widzimy tylko obraz wroga. Nie widzimy (tylko) osoby, ale (nasz) obraz lub osąd, którego dokonaliśmy.
- **Nie osądzajcie:** „Za dużo mów, za mało”. Jakbyś miał prawo (jesteś jedyny) decydować, co jest słuszne, a czego jest za dużo, za mało
 - **Potrzeba oddzielenia zachowania (obserwacji) od osądu**
 - „Mamy skłonność do myślenia o tym, co jest dobre, a co złe, co jest normalne i nienormalne, właściwe i nieodpowiednie, i nie widzimy rzeczywistości. Wszystko, co widzimy, to obrazy naszych wrogów”.
 - Ludzie przyjmują postawę defensywną, jeśli mieszamy te osądy i nie zajmujemy się faktycznym problemem
- Bez osądzania zobaczysz (usłyszysz), że ludzie „istoty ludzkie zawsze mówią tylko proszę i dziękuję”.
- „Surowe osądy, krytyka, osądy, obwinianie to po prostu tragiczne samobójcze wyrazy zadowolenia”.
- „Każda ocena innych, która implikuje niesłuszność, jest tragicznym wyrazem niezaspokojonej potrzeby”.
 - Wyrażenia takie jak: „mówi głośno, wrzeszczy na mnie...” to oceny



I. Metodologia dla Nauczycieli

- Rosenberg pokazuje różnicę między: „Uczeń ranny nie siedzi” (ocena) a „Uczeń nie siedzi, kiedy mu to powiem” (obserwacja)
- **„Osąd zmniejsza prawdopodobieństwo, że dostaniemy to, czego chcemy”** (nawet jeśli myślimy w ten sposób, nie trzeba tego mówić) „i zwiększa prawdopodobieństwo przemocy”
 - „co może być bardziej tragiczne niż wyrażanie siebie w sposób, który przeszkadza nam w uzyskaniu tego, czego chcemy”

2. Powiedz (wyraź) swoją POTRZEBĘ i poproś o działanie

- Tak oceniamy w komunikacji bez przemocy
- Oceniamy od serca
- Wydajemy osądy, ale **potrzebujemy służenia osądom**
 - Ocenianie, czy to, co robią ludzie, zaspokaja potrzeby, czy nie
 - Oceniać, czy służy życiu, czy nie, ponieważ nasze (prawdziwe) potrzeby są bezpośrednim połączeniem z życiem. Potrzeby są w nas wyrazem dążenia do życia. Więc oceniamy w odniesieniu do tego.
 - **nie oceniać moralnie** osoby za to, co zrobiła
- Wymaga dwóch rodzajów umiejętności: **uczuć i potrzeb**
 - **Uczucia**: Jak się czujesz, gdy druga osoba to robi?
 - Uczucia: złość, strach, niepokój, niecierpliwość, zranienie, rozczarowanie (jestem rozczarowany X nie Ty mnie rozczarowałeś), bezsilność, frustracja,
 - X następujące nie są uczuciami (Resenberg podaje przykłady): onieśmielony (jest to coś, co inni ludzie ci robią, nie uczucie, ale diagnoza), czuję się niezrozumiany, czuję się wykorzystany, czuję się manipulowany, czuję się osądzony, czuję się zdradzony, czuję się krytykowana, czuję się ignorowana, czuję się odrzucona
 - W ten sposób interpretujesz zachowanie innej osoby
 - X nie: „Myślę...”, ale to, co czujesz.
- Nie używaj uczuć w sposób gwałtowny (zamiast łączący):
 - X nie: „Czuję, że robię to z twojego powodu”. lub „Sprawiasz, że czuję się... zły”.
 - X Uczucia jako instrument do wykorzystywania poczucia winy jako sposobu manipulacji ludźmi
 - Spraw, aby ludzie czuli się winni, aby zmienić swoje zachowanie
 - Jako: „Naprawdę boli mnie, kiedy nie sprzątasz swojego pokoju” lub „złości mnie, kiedy tak mówisz”.
- Sformułuj prośbę (o działanie) z nawiązaniem do Twoich potrzeb



I. Metodologia dla Nauczycieli

Uważaj na „nieczułe” słowa... Ważne jest, aby wybierać słowa, które naprawdę wyrażają uczucia. Jeśli użyjesz słów takich jak „opuszczony”, „wprowadzony w błąd” lub „odrzucony”, możemy uniemożliwić sobie dotarcie do „PRAWDZIWYCH” uczuć. Te „nieczułe” słowa bardziej przypominają oskarżenia lub osądy niż uczucia¹¹.

Lista uczuć¹²

When needs are met

*adventurous – engaged – loving
affectionate – excited – moved
alive – fascinated – peaceful
calm – friendly – playful
confident – glad – relaxed
content – happy – satisfied
curious – hopeful – tender
delighted – interested – thrilled
energetic – joyful – warm*

When needs are not met

*agitated – embarrassed – nervous
alarmed – exasperated – overwhelmed
ambivalent – flustered – protective
angry – grief – sad
annoyed – heartbroken – scared
anxious – helpless – stressed
confused – hopeless – suspicious
despairing – impatient – tense
devastated – irritated – terrified
disconnected – lonely – torn
discouraged – longing – troubled*

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

¹² Źródło: <https://www.sociocracyforall.org/nvc-feelings-and-needs-list/> LUB zobacz bardziej obszerną listę: <https://www.nycnvc.org/feelings>



I. Metodologia dla Nauczycieli

Wykaz potrzeb przedstawiony przez Centrum Porozumienia bez Przemocy (nie jest wyczerpujący)¹³

<i>CONNECTION</i>	<i>CONNECTION continued</i>	<i>HONESTY</i>	<i>MEANING</i>
<i>acceptance</i>	<i>safety</i>	<i>authenticity</i>	<i>awareness</i>
<i>affection</i>	<i>security</i>	<i>integrity</i>	<i>celebration of</i>
<i>appreciation</i>	<i>stability</i>	<i>presence</i>	<i>life</i>
<i>belonging</i>	<i>support</i>	<i>PLAY</i>	<i>challenge</i>
<i>cooperation</i>	<i>to know and be known</i>	<i>joy</i>	<i>clarity</i>
<i>communication</i>	<i>to see and be seen</i>	<i>humor</i>	<i>competence</i>
<i>closeness</i>	<i>to understand and</i>	<i>PEACE</i>	<i>consciousness</i>
<i>community</i>	<i>be understood</i>	<i>beauty</i>	<i>contribution</i>
<i>companionship</i>	<i>trust</i>	<i>communion</i>	<i>creativity</i>
<i>compassion</i>	<i>warmth</i>	<i>ease</i>	<i>discovery</i>
<i>consideration</i>	<i>PHYSICAL WELL-BEING</i>	<i>equality</i>	<i>efficacy</i>
<i>consistency</i>	<i>air</i>	<i>harmony</i>	<i>effectiveness</i>
<i>empathy</i>	<i>food</i>	<i>inspiration</i>	<i>growth</i>
<i>inclusion</i>	<i>movement/exercise</i>	<i>order</i>	<i>hope</i>
<i>intimacy</i>	<i>rest/sleep</i>	<i>AUTONOMY</i>	<i>learning</i>
<i>love</i>	<i>sexual expression</i>	<i>choice</i>	<i>mourning</i>
<i>mutuality</i>	<i>safety</i>	<i>freedom</i>	<i>participation</i>
<i>nurturing</i>	<i>shelter</i>	<i>independence</i>	<i>purpose</i>
<i>respect/self-respect</i>	<i>touch</i>	<i>space</i>	<i>self-expression</i>
	<i>water</i>	<i>spontaneity</i>	<i>stimulation</i>
			<i>to matter</i>
			<i>understanding</i>

4.2. Jak korzystać z Porozumienia bez Przemocy (NVC)

(PODSUMOWANIE) Zabierz na zajęcia Porozumienie bez przemocy jest właściwie dość trudne do opanowania. Spróbuj sam, a zobaczysz, jak mieszamy nasze sądy i oceny z obserwacjami, jak trudno jest sformułować to, co czujemy (nie obwiniając innych) i dotrzeć do naszych (często niespełnionych) potrzeb, które leżą u podstaw naszego uczucie i działanie. NVC należy stosować, jeśli chcemy stworzyć środowisko, w którym potrzeby wszystkich są zaspokojone (aby nie używać języka dominacji). Ale dla naszych celów możemy (zanim to opanujemy :) wykorzystać podstawowe koncepcje, aby zrozumieć innych i ich punkt widzenia, a co najważniejsze, podstawowe potrzeby. **Widzieć innych nie jako wrogów, ale kogoś z niezaspokojonymi potrzebami. Bez zrozumienia i szacunku dla innych nie możemy oczekiwać, że będą postępować w sposób, który przyniesie mi korzyść.** NVC daje nam również bardzo interesującą perspektywę i przydatny wgląd w rolę uczuć i racjonalizacji (Zobacz NVC w pigułce poniżej).

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



I. Metodologia dla Nauczycieli

Porozumienie bez przemocy dostarcza nam informacji Dlaczego (powód) i Jak (metoda/podejście) zrozumieć i zobaczyć innych bez osądów. W ten sposób tak naprawdę bezpośrednio uczy nas, jak widzieć i komunikować się z innymi bez naszych uprzedzeń (bez naszej projekcji lub podstawowego błędu atrybucji lub potrzeby obrony przed potwierdzeniem, że mamy rację).

Podejście NVC w pigułce:

Porozumienie bez przemocy (podejście do innych):

OBSERWACJA (co się dzieje) → NASZE (Jego/Jej) UCZUCIA → NASZE (Jego/Jej) NEEDS → PROŚBA O DZIAŁANIE

„Gwałtowna” komunikacja (podejście do innych):

OCENY i Osądy (często stronnicze z naszego punktu widzenia): → NASZE MYŚLENIE (głównie zmyślanie) → NASZA STRATEGIA → NASZE WYMAGANIA

Uczucia dostarczają nam informacji o tym, czy moje potrzeby są zaspokajane. Problem polega na tym, kiedy zaczynam oceniać uczucia jako dobre i złe. To tylko informacja. Powinniśmy oswoić się z nieprzyjemnymi uczuciami.

Problem polega na tym, że zaczynam racjonalnie oceniać to uczucie i obwiniać siebie lub innych... „To wina tego a tego” „To twoja wina” „To moja wina, jestem bezużyteczny...”

Na pierwszym miejscu jest zrozumienie i połączenie, a potem poszukiwanie strategii. „Łączę, zanim poprawię”.

Uczucia należy interpretować w kategoriach potrzeb (**Potrzeb**). Jakie potrzeby nie są w nim (mnie) zaspokajane, że to powoduje, że on/ona (ja) tak się czuje? **Jakie mam potrzeby? Łączenie się z moimi potrzebami da mi więcej możliwości, a moje strategie będą lepiej dopasowane do tych potrzeb.**

Prośby jako małe zaproszenia, aby uczynić moje życie wspanialszym. Jeśli powiesz tak, będę zachwycony, jeśli powiesz NIE, będzie dobrze. „Rzucam strategię w mojej prośbie”.

Język dominacji:

- **Diagnoza** (powiem ci co jest z tobą nie tak „co jest z tobą nie tak i musisz to naprawić”)
- **Żądania** (co masz zrobić, nie masz wyboru) - walka o władzę (język: musisz, musisz, powinieneś) Daje tylko dwa wyjścia: zbuntować się lub poddać (posłuszeństwo, poddanie się). Kiedy odbieramy komuś możliwość wyboru, prowadzi to do rozłączenia
- **Odmowa wyboru** („Robię tylko to, co mi kazano”), zwalnianie się z odpowiedzialności

Podsumowanie Porozumienia bez Przemocy:

- **Cel:** Ludzie chętnie dają, aby wszystkie potrzeby zostały zaspokojone.
- Jeśli ktoś **nie daje dobrowolnie** (z serca) to wszyscy za to płacą. Ty i inni
- **W grze** „kto się myli, kto ma rację, nagroda i kara, wygrana lub przegrana lub kontrolowanie losu lub wstydu” jest **grą, w której potrzeby nie zostaną zaspokojone**
- **Oddziel fakt i opinię** (słuszne/słuszne, wizerunek wroga, osąd, moralizatorstwo)
- Istoty ludzkie zawsze mówią tylko **proszę i dziękuję** (nie atakują nas)
- Nasze **uczucie** daje nam informację, czy nasze potrzeby są spełnione, czy nie



I. Metodologia dla Nauczycieli

- **Wyraź swoją potrzebę.** Sformułuj prośbę z powiązaniem z Twoimi potrzebami (które zostaną spełnione). Język działania: jakie konkretne działanie chcemy, aby ta osoba podjęła i dlaczego (jaka moja potrzeba zostanie zaspokojona)
- **Żądanie to nie żądanie.** Prośba daje wolność wyboru.

5. Logiką, emocje i racjonalizacja

W tym rozdziale chcielibyśmy odnieść się do jednego powszechnego nieporozumienia. Jeśli ktoś podejmuje jakąś decyzję, którą uważamy (w brutalny sposób) za „głupią” lub innymi słowami za nieodpowiedzialną decyzję (patrz wyżej), to często mówi się i myśli, że „to nie była racjonalna decyzja” lub „decyzja została podjęta na podstawie emocje”. Wiadomość i **wspólne zrozumienie jest takie, że racjonalna decyzja = ta właściwa i słuszna.**

Ale jeśli przyjrzymy się bliżej, nie zobaczymy, że to jest rzeczywiście prawda. Bardzo dobre zrozumienie tego zostało już wepchnięte przez podejście do komunikacji bez przemocy (NVC) (patrz wyżej). NVC w przeciwieństwie do potocznego rozumienia „racjonalnej decyzji” jest popychaniem tej **racjonalizacji, która prowadzi do sądów i ocen, które są oderwane od rozumienia sytuacji takiej, jaka jest.** I tak jest przyczyną działania, które nie prowadziłyby do zaspokojenia naszych potrzeb (czego tak naprawdę pragniemy).

Z innej perspektywy możemy zobaczyć przykład każdego zwolennika jakiegokolwiek **teorii spiskowej** lub demagogii/polityka populistycznego. Przekonaj się, jakie „argumenty” i punkt widzenia prezentują zwolennicy. Przedstawiają „**racjonalne**” **wyjaśnienia oparte na racjonalizacji jako dowód na to, że teoria spiskowa lub polityk ma rację** (mieć prawdę).

Emocje i uczucia, choć mają różny charakter, tak naprawdę ostatecznie przedstawiane są w tych samych kategoriach. Emocje opierają się na reakcji chemicznej organizmu na sytuację (lub naszym postrzeganiu sytuacji) i trwają (niektórzy mówią) sześć sekund. Uczucia z drugiej strony najmniej dłużej. Ale reakcja psychologiczna (to, jak się czujemy) jest opisana w tych samych terminach, co emocje (gniew jako emocja i złość jako uczucie; radość i uczucie radości).

Racjonalizacja to wyjaśnianie lub usprawiedliwianie działania lub opinii za pomocą logicznych powodów, nawet jeśli nie muszą one być właściwe. Za racjonalizacją stoi logiczne (racjonalne) myślenie, które zwykle operuje ograniczonymi i/lub stronniczymi informacjami. Opinia oparta na racjonalizacji może być słuszna lub nie, ponieważ dostępne lub wykorzystane dowody w rzeczywistości nie uprawniają do sformułowania takiego wniosku.

Ważne jest, aby zrozumieć (jak mogłoby się wydawać w przypadku niektórych argumentów), że **NIE chodzi tu o niewłaściwą racjonalność lub logikę.** Nawet (paradoksalnie) wtedy, gdy tak się wydaje, a nawet może pokazywać, że decyzje nie są logiczne. Dlaczego więc?

Scenariusz pierwszy (logika stronnicza): Ponieważ **logika** w zasadzie (w swojej istocie) może działać tylko z informacjami, które posiadamy („posiadamy”). **Nie możemy przeprowadzić żadnej racjonalnej i logicznej operacji na informacjach, których nie posiadamy.** I jak wyjaśniliśmy powyżej (patrz uprzedzenia powyżej), jeśli połączymy naszą percepcję z błędem potwierdzenia i innymi uprzedzeniami, możemy zrozumieć, że dana osoba nawet nie pozwala, aby **informacje, które nie odpowiadają jej/jej punktowi widzenia, dostały się do**



I. Metodologia dla Nauczycieli

jego umysłu . Tak więc ta informacja jest w rzeczywistości niedostępna dla racjonalnego myślenia tej osoby (informacja nie została wyszukana lub została zignorowana, ale w umyśle osoby ta informacja faktycznie nie istnieje). **Tak więc on/ona (np. wyznawca teorii spiskowej) faktycznie wykonuje operacje logiczne na tendencyjnym zbiorze informacji**. Nie żeby nie myślał w „logiczny sposób” dla tej osoby jest to absolutnie logiczne (odpowiadające informacjom, którymi dysponuje).

Scenariusz drugi (racjonalizacja możliwych konsekwencji sytuacji lub możliwa interpretacja sytuacji): Pozwala na to, co właściwie jest pierwszym odczuciem lub racjonalizacją sytuacji, która jeszcze się nie wydarzyła? Jeśli coś się jeszcze nie wydarzyło, jak moglibyśmy coś o tym myśleć, chyba że wymyślimy lub wymyślimy możliwe (właściwie wyimaginowane) scenariusze. W rzeczywistości jest to racjonalizacja typu: Co mogłoby/by się stało, gdyby...? Mówi się, że decyzja była podyktowana emocjami. Ale co kryje się za emocjami? Jeśli ktoś jest „przeciw” uchodźcom i w zasadzie sprzeciwia się jakiegokolwiek polityce, która im pomaga. Mówi się, że zachowuje się tak ze strachu i nie jest to racjonalne. Ale skąd bierze się ten strach? **Boimy się czegoś, co jeszcze się nie dzieje, bo spodziewamy się (racjonalizacja), że może nam to zaszkodzić** (wychodzimy z niebezpiecznymi scenariuszami, że sytuacja może się wydarzyć). Zatem w tym przypadku **emocja podąża za „racjonalizacją” możliwych (wyimaginowanych) konsekwencji sytuacji**.

Scenariusz trzeci (racjonalizacja możliwej interpretacji sytuacji): Zasada ta jest faktycznie stosowana również w bieżących sytuacjach, **kiedy nadajemy sytuacji (osobie itp.) znaczenie na podstawie naszej interpretacji** opartej na naszym osądającym myśleniu (możemy to również nazwać projekcjami) . Np. myślimy w pewnym sensie: „Zrobiła to, ponieważ mnie nienawidzi” (nawet to może nie być prawdą). Tak więc mamy tendencję do odczuwania (np. gniewu) opartego na naszym myśleniu. Więc znowu myślenie przed stworzeniem poczucia braku dokładnego odzwierciedlenia sytuacji.

Czwarty scenariusz (racjonalizacja przyczyny naszych uczuć): Zwykle racjonalizujemy nasze uczucia, aby znaleźć „przyczynę” lub „złoczyńcę” odpowiedzialnego za nasze nieprzyjemne (lub prawdopodobnie przyjemne) uczucia. Nasze uczucie strachu może pokazywać nam, że nasza potrzeba (powiedzmy) bezpieczeństwa nie jest zaspokojona (to jest rzeczywista sytuacja). Ale potem przychodzi **racjonalizacja i ocena, kogo winić**. Tak więc nasza niechęć do kogoś nie wynika z naszych uczuć, ale z racjonalizacji (znajdowania wyjaśnień) naszych uczuć. Uczucie to uczucie i nie ma w nim winy ani oceny. Wszystko to jest racjonalnymi („logicznymi”) operacjami. **Tak więc sądy i oceny są wynikiem racjonalnych wyjaśnień czegoś, co postrzegamy lub czujemy**.

PRZYKŁAD Jeśli mój ulubiony polityk ma do niego zdecydowanie pozytywne nastawienie, ktoś, komu głęboko ufam, zostaje oskarżony o posiadanie nielegalnych materiałów znalezionych w jego domu, jakie jest „logiczne wytłumaczenie” tego? Z pewnością zostało to ustawione, a policja podrzuciła te dowody do jego domu, aby postawić zarzuty. To jest (lub faktycznie mogłoby być) logicznie poprawne wyjaśnienie. Twierdzilibyśmy więc, **że jest to logiczne, ale chodzi o to, że nie jest oparte na żadnych lub odpowiednich dowodach, aby mieć co do tego pewność**. W rzeczywistości jest to myślenie dedukcyjne (zob. moduł 3) oparte na błędnych założeniach i kierowane przez potwierdzenie oraz



I. Metodologia dla Nauczycieli

stronniczość w martwym punkcie – myślenie, że wszyscy inni są uprzedzeni wobec mojego podziwianego polityka i że postrzegam go takim, jakim naprawdę jest (zob. uprzedzenia powyżej).

(PODSUMOWANIE) Zabierz na zajęcia Z naukowego punktu widzenia (i punktu widzenia promowanego w tej metodologii) byłoby właściwie **całkowicie poprawnym podejściem do zdefiniowania założeń** (ponieważ nie jest to poparte dowodami), ALE wiedząc, że jest to tylko założenie, które musi być dalej testowane jako hipoteza przez odpowiednie podejście badawcze (zob. Moduł 3).

PRZYKŁAD Aby pokazać, że nie musi to ograniczać się do „teorii spiskowych”, przyjrzyjmy się przykładowi z wybitnej nauki, a właściwie z **całej dziedziny nauki**. Cała ekonomia głównego nurtu została oparta na założeniu, że ludzie postępują racjonalnie. Ciekawe jest to, że (prawie) wszyscy wiedzą, że to po prostu nie odpowiada rzeczywistości, ale nie doprowadziło to do zmiany myślenia głównego nurtu ekonomicznego. Nawet uznany **psycholog i ekonomista Daniel Kahneman** otrzymał Nagrodę Nobla w dziedzinie nauk ekonomicznych w 2022 roku za swoje badania empiryczne **kwestionujące ludzką racjonalność** jako główny czynnik podejmowania decyzji i osądów, że to myślenie, a właściwie modele oparte na tym błędnym założeniu są nadal obecne w myśleniu ekonomicznym. Możemy to powiązać z tendencją do zakotwiczenia, dostępności i reprezentatywności – przyklejania się do czegoś i bycia pod wpływem tego, na co jesteśmy narażeni, oraz ilości wspierających to informacji (zobacz o uprzedzeniach powyżej).

Związek między emocjami a myśleniem opisali również neuronaukowcy Mary Helen Immordino-Yang i Antonio Damasio¹⁴. Opierają się na swoich badaniach, które dowiodły, że: „Naprawdę **nie ma czegoś takiego jak myśl, z którą nie jest związana emocja** lub która nie ma towarzyszącej jej emocji. Kiedy obserwujemy otaczający nas świat, zareaguj emocjonalnie na tę ocenę. Ta emocjonalna reakcja zmienia sposób, w jaki myślimy w następnej chwili i łącznie w czasie”.

WAŻNE Ale możemy również argumentować, że poprzez niektóre **praktyki, takie jak medytacja**, możesz zdystansować się od swoich myśli i emocji. Więc w tym przypadku nie byłoby żadnych emocji związanych z tą myślą. Ale to w rzeczywistości nie jest sprzeczne z tym, co zaobserwowali neuronaukowcy. Nawet mistrzowie jogi zauważyliby, że myśli i emocje idą razem (w niektórych tradycjach jogicznych twierdziliby nawet, że nie ma między nimi różnicy i właściwie należą do tej samej kategorii). Chodzi o to, czy potrafimy się od nich zdystansować i **zobaczyć, że nie jesteśmy tymi myślami i emocjami**. Zobacz także podejście Nonviolent communication (powyżej) twitch wskazuje na „problem” i **wpływ wymiany obserwacji (wolnej od osądów) na myślenie i racjonalizację prowadzącą do osądów – nie widzenie rzeczy takimi, jakimi są (jasno), ale sposób, w jaki interpretować je (z naszymi ograniczonymi informacjami i uprzedzeniami)**.

WAŻNE Nie chcemy powiedzieć, że można zobaczyć rzeczy obiektywnie – „takimi, jakimi naprawdę są”. Jak to właściwie miałyby wyglądać? Wyobraź sobie człowieka i ptaka lub węża. Każdy ma inne postrzeganie świata. Który jest właściwy, obiektywny? **Nie chodzi więc o to, by widzieć „obiektywnie”, ale by zobaczyć bez osądzania, czy to jest złe, czy dobre**. Ale zawsze będzie istniała nasza perspektywa oparta na naszej percepcji ograniczonej przez nasze ludzkie ciało (lub nasz sprzęt) i nasze doświadczenie.

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



I. Metodologia dla Nauczycieli

(PODSUMOWANIE) Zabierz na zajęcia Nie chcemy powiedzieć i nie mówimy, że istnieje myślenie, które można by uznać za logiczne lub nielogiczne, ale chcieliśmy obalić powszechne zrozumienie i uwierzyć :) że logika jest (zawsze) poprawna i że nieodpowiedzialne decyzje są nieodpowiedzialne, ponieważ są oparte na emocjach i uczuciach (nielogiczne). To nie byłoby odpowiednie zrozumienie i wprowadziłbym nas w błąd do znalezienia rozwiązań, które nie działają. Ważne jest, aby zrozumieć, że racjonalizacja (a właściwie logika) stoi również za nieodpowiedzialnymi decyzjami i nastawieniem opartym na teoriach spiskowych (patrz także Moduł 4) i że jest to nie tylko (błędna) logika, ale także nieodłączny aspekt racjonalności. W tym sensie racjonalność bez świadomości i otwartości mogłaby być i „jest ślepa” na prawidłowe interpretowanie otaczającego nas świata i powodowanie naszych nieodpowiedzialnych decyzji, a nie uczuć, jak się zwykle mówi. Działamy zgodnie z naszymi uczuciami, ale w jaki sposób postrzegamy i interpretujemy (świadomie lub nieświadomie) te uczucia. To my działamy, a nie nasze uczucia, jesteśmy odpowiedzialni za nasze działania...

Widzimy również, że racjonalizacja odgrywa kluczową rolę w błędach potwierdzających. Racjonalizujemy, ponieważ chcemy potwierdzić/obronić (efekt potwierdzający) nasze stanowisko i punkt widzenia (patrz także rozdział o uprzedzeniach powyżej).

5.1. Intencje

W tym temacie powinniśmy również zwrócić uwagę, że ludzie faktycznie działają z „najlepszymi intencjami”, aby „czynić dobro”. Nawet jeśli tego nie widzi lub nie może być tak interpretowane przez innych, ludzie działają tak, jak robią, aby poprawić sytuację. Jak mówi: **Najstraszniejsze rzeczy zostały zrobione w najlepszych intencjach**. Aby wziąć kilka przykładów. Nawet ludzie tacy jak Anders Breivik czy państwo islamskie przeglądali „lepsze słowo” w imię wyższych zasad, według własnych norm.

(PODSUMOWANIE) Zabierz na zajęcia Jest to zupełnie inna perspektywa, gdy rozumiemy, że on/ona/oni przeglądają lepszy świat, nawet jeśli mogłoby to być przez nasze normy uznane za wykroczenie. Nie chodzi o to, że musimy to zaakceptować, ale jest to kluczowe, gdy chcemy nadać sens działaniom innych. Takie podejście „wypycha” nas również z naszych własnych „prawd”, przekonań i uprzedzeń.

5.2. Wyroki - dobre i złe (pojęcie dobra i zła)

“ZAMIAST MIEĆ RACJĘ, DLACZEGO NIE PRÓBOWAĆ BYĆ ROZSĄDNYM I ROBIĆ TO, CO JEST ISTOTNE/POTRZEBNE W RZECZYWISTEJ SYTUACJI”

Skoro mówimy o widzeniu drugiego bez osądów, aby móc go zrozumieć, powinniśmy przyjrzeć się, skąd te osądy się biorą. Kiedy kogoś osądzamy, tak naprawdę porównujemy jego działanie z naszym postrzeganiem (wiarą) w to, co jest dobre, a co złe.

Omówimy temat „dobra i zła” w Ewaluacji Modułu 6. Podsumujmy na potrzeby tego Modułu, że postrzeganie tego, co jest dobre, a co złe, opiera się na naszej definicji celów (co powinno zostać osiągnięte). Działania prowadzą do określonych wyników i skutków, a to, czy są one postrzegane jako pozytywne (dobre), czy negatywne (złe), zależy wyłącznie od tego, co chcemy osiągnąć.

Dobry = zgodny z naszymi celami

Zły = niezgodny/sprzeczny z naszymi celami



I. Metodologia dla Nauczycieli

Zatem koncepcja dobra i zła jest koncepcją opartą na naszych celach – tym, co uważamy za pożądane do osiągnięcia. W tym sensie widzimy, że to **my decydujemy, co jest dobre, a co złe** i nie ma nikogo innego. Może to brzmieć okropnie i jako nieuchronny dzień zagłady (każdy wybiera, co jest dobre, a co złe). Ale możemy to zobaczyć z przeciwnej perspektywy. **Jeśli ktoś twierdzi, że posiada jedyne prawdziwe prawo do decydowania (na jakiegokolwiek podstawie), co jest powszechnie złe, a co dobre** (dla wszystkich innych), byłby to i w historii wiele razy był to prawdziwy dzień zagłady, w którym wielu ludzi naprawdę cierpiało.

Tylko wtedy, gdy **uznamy, że kategorie dobra i zła są w rzeczywistości oparte na naszych celach**, możemy o tym porozmawiać i uzgodnić cele, które najbardziej nam odpowiadają (nasze potrzeby, patrz Porozumienie bez przemocy). I możemy zmienić podejście, gdy dowiemy się, że cele nie okazały się nam dobrze służyć lub zmieniają się okoliczności. Możemy przyjrzeć się konsekwencjom (skutkom) naszych działań i odpowiednio podejmować decyzje. A co najważniejsze, aby być odpowiedzialnym za nasze decyzje i wpływ naszych działań.

Ponieważ ten temat jest trudny do wyjaśnienia i zaakceptowania, a zostanie znacznie lepiej zrozumiany po module 5 i 6, w którym wyjaśnione zostanie ustalanie celów i ocena wpływu, pokażemy kilka przykładów z wykorzystaniem przedstawionego podejścia:

PRZYKŁAD Powyższe nie oznacza w żaden sposób, że nie może istnieć najwyższa władza. Ale trudno byłoby argumentować, że wiemy, co dokładnie robić, opierając się na jakimkolwiek najwyższym autorytecie. Nawet w kręgach religijnych kierowanych przez jedno pismo święte istnieją różne interpretacje i postrzeganie tego, co „jest dobre, a co złe” (patrz np. pogląd na małżeństwa gejów i lesbijek w Kościele katolickim). Chodzi o to, że **zawsze jest ktoś, kto interpretuje**, co „jest dobre, a co złe”, więc ostatecznie władza nie jest najwyższą istotą, ale człowiekiem lub grupą ludzi posiadających władzę. I nawet jeśli stosujemy się do jakichkolwiek zasad „nadanych” przez byt najwyższy, to i tak to my decydujemy, co robić (i cieszyć się). Więc to nadal nasza decyzja (cel). (w niektórych kulturach może nawet nie być bogów, za którymi ktokolwiek chciałby podążać).

PRZYKŁAD A co na przykład z paleniem: czy **palenie** jest dobre, czy złe/złe? Można by się sądzić, że założenia jest zdecydowanie zły... Ale faktycznie widać, że będzie powód do tych osądów. Innymi słowy, zostanie **założony lub postrzegany cel**, powiedzmy: żyć zdrowo. Wtedy na pewno palenie nie byłoby najlepszą strategią. Ale jeśli twoim celem byłoby narażenie swojego ciała lub innych celów o wyższym priorytecie niż zdrowie, niż mógłbyś być dla palenia.

PRZYKŁAD Jedno z Dziesięciu Przykazań (ósmie) mówi: „Nie kradnij”. Jeśli myślimy o najwyższej moralności, możemy również, co ciekawe, rozważyć, że w niektórych kulturach (takich jak Indianie i historyczne kultury łowieckie) właściwie nie istniało pojęcie własności¹⁵. Więc nie było też żadnej koncepcji kradzieży. Ten przykład tylko pokazuje, że **„uniwersalność” ogranicza się do określonych norm kulturowych** opartych na określonej strukturze i normach.

PRZYKŁAD Zobacz na przykład tragiczny przykład wojny. Moglibyśmy powiedzieć, że według pewnych nadrzędnych wartości moralnych rozpoczynanie wojny i zabijanie jest złe. Ale czy naprawdę

¹⁵ Antropolodzy nazywają to „podziałem popytu” i działało to w następujący sposób: jeśli mam coś w swoim posiadaniu, czego aktualnie nie używam, a ty tego potrzebujesz lub chcesz, zażądasz tego ode mnie, a ja ci to dam. Nie odmówiliby nawet komuś z innego plemienia.



I. Metodologia dla Nauczycieli

potrzebujemy najwyższych zasad moralnych, aby kierować się takimi wartościami? Dlaczego po prostu nie dostrzegając, że jest to coś, co nie służy ludziom (nam) dobrze. I nawet gdybyśmy myśleli, że z naszej perspektywy możemy zyskać, to i tak zacniemy kręcić kołem efektów, które później obróca się przeciwko nam. Użyjmy logiki z komunikacji bez przemocy, że przemoc jest tylko produkcją przemocy, lepkiem, niekończącym się cyklem. Możemy zapytać, czy ludzie w Rosji naprawdę poparliby wojnę z Ukrainą, gdyby mieli wolny wybór (i informacje potrzebne do tego wolnego wyboru, aby zobaczyć rzeczywiste skutki wojny)?

WAŻNE Z jednej strony mówimy, że nie ma najwyższych standardów moralnych, ponieważ nie ma żadnej nadrzędnej władzy, która by je tu propagowała i znała. Ale to nie znaczy, że jako ludzie nie moglibyśmy uzgodnić standardów, które propagowałyby ludzkie wartości, wartości, które zapewniają nam realizację naszego potencjału i dobrobytu. Zapewne niektórzy zwróciliby uwagę na to, że istnieje coś, co nas przekracza i możemy się z tym połączyć i sformułować takie wartości (innymi słowy, nie żylibyśmy radośnie, gdybyśmy nie podążali za tym, co jest nieodłączne/naturalne dla istot ludzkich). Ale to nadal do nas należy wyznaczenie i przestrzeganie takich celów i standardów oraz branie za nie odpowiedzialności.

WAŻNE każda decyzja i działanie, które podejmiemy, z pewnością będzie zawierało jakiś błąd (nie byłoby to idealne). Dzięki decyzjom politycznym zawsze znajdzie się ktoś, kto zyska więcej niż inni na tej decyzji, ponieważ mamy ograniczone zasoby. A w niektórych przypadkach agresję można powstrzymać tylko siłą. Ale to nadal są nasze decyzje i ponosimy za nie odpowiedzialność.

(PODSUMOWANIE) Zabierz na zajęcia Uznaj, że to my decydujemy o tym, **co dobre, a co złe (że wybieramy cele dla siebie i społeczeństwa), otwiera możliwość odpowiedzialnego podejmowania decyzji i działania.** Takie działanie można **ocenić czy nam służy (naszym celem).** Kiedy prawowitość ma się opierać na jakiejś wyższej zasadzie (pochodzącej spoza nas bez możliwości jej zakwestionowania) niż **ta, która twierdzi, że ma prawo** do interpretacji, ma tylko jeden sposób na osiągnięcie tego celu, a mianowicie zmuszenie innych, zmuszać innych do robienia czegoś niechętnie, zamiast robić to chętnie i z radością (patrz Komunikacja bez przemocy powyżej). I możesz sobie wyobrazić, jak **uczniowie będą uczestniczyć, jeśli to, co robią, sprawia im przyjemność** (kiedy ma to dla nich sens), w przeciwieństwie do sytuacji, gdy są do czegoś zmuszeni...

Z punktu widzenia zrozumienia różnych perspektyw (temat tego Modułu). Zrozumienie, że to my wyznaczamy cele (co ma być zrobione), a co za tym idzie, co jest dobre, a co złe, **otwiera możliwość dyskusji o tych celach i wpływie naszego (każdego z nas) działania.** Wtedy możemy zapytać, czy dobrze nam to służy, czy sprawia, że czujemy się spełnieni? Zobacz także **Typy osobowości,** aby zobaczyć, że **każdy ma inne potrzeby i jest zmotywowany lub dąży do innych celów** (realizuje się na różne sposoby). Istnieje również dość **silny związek z uprzedzeniami.** Uprzedzenia (głównie potwierdzenie) dają poczucie **pewności,** że robimy lub „walczyliśmy” o właściwe myślenie. Istotne jest to, że **pod wpływem konfirmacji i innych uprzedzeń (takich jak błąd projekcji) postrzegamy nasze działanie jako uzasadnione, nie uznając odmiennych perspektyw i ewentualnie samej rzeczywistości (rzeczywistego wpływu naszego działania)...**



6. Ramowanie

„Ramowanie” jest ważną koncepcją, którą należy zrozumieć, gdy chcemy głębiej zrozumieć, w jaki sposób komunikuje się problem.

Kadrowanie to sposób, w jaki coś jest prezentowane publiczności (nazywane „ramą”). Sposób przedstawienia informacji/problemu **wpływa na to, jak ludzie postrzegają i przetwarzają te informacje oraz jakie wybory/opinie na ich podstawie dokonują**. Ramowanie to **nie tylko to, co zostało powiedziane, ale także to, jak to zostało powiedziane**.

W kadrowaniu rama **reprezentuje granice obrazu** (np. newsa), który przedstawia prezentowany temat. Na obraz w kadrze (przedstawiony temat) ma wpływ dobór słów, użycie metafor, żargonu, środków wokalnych itp.

W rzeczywistości nie możemy przezwyciężyć ram, kiedy się komunikujemy, po prostu dlatego, że środki komunikacji zawsze wskazują i interpretują rzeczywistość (patrz omówienie definicji terminu w module 0). Każde narzędzie komunikacji (tekst, obraz, wideo, wzór matematyczny) ma swoje ograniczenia i wymiary. W tym sensie ramy są **abstrakcjami, które organizują lub strukturyzują znaczenie**.

Na kadrowanie, oprócz rodzaju narzędzia komunikacji, mają wpływ również oczekiwani odbiorcy (np. dzieci, grupa docelowa mediów itp.) oraz cel komunikacji. Będzie to oczywiście miało **wpływ na uprzedzenia** (z błędem potwierdzenia przedstawię temat w konkretny sposób, aby poprzeć mój punkt widzenia). Wrabianie jest jak widać bardzo **potężnym narzędziem do dezinformacji**.

7. Rola mediów społecznościowych, do wzięcia pod uwagę, aby zrozumieć innych

Omówiliśmy już rolę mediów społecznościowych w module 1. Podsumujmy tutaj niektóre istotne aspekty mediów społecznościowych dla wzajemnego zrozumienia i formułowania światopoglądu oraz opinii istotnych dla modułu 2.

Bańka społeczna reprezentuje „nasz własny mały świat, w którym podobnie myślący ludzie odbijają się echem. Opiera się na tym, co lubisz, udostępniasz i angażujesz się online, i selektywnie pokazuje odpowiednie informacje.”

Ważne jest, aby zobaczyć, że bańka społeczna nie tylko wpływa na to, jakie informacje posiadamy/uzyskamy (patrz luka informacyjna poniżej), ale wpływa na sposób, **w jaki postrzegamy problem i związane z nim informacje**¹⁶.

Luka informacyjna Media społecznościowe dzielą grupy o różnych perspektywach. Każda z grup często widzi zupełnie inną treść, dowody i argumenty. Tak więc nie są one w stanie faktycznie komunikować się między sobą, ponieważ „**przeciwstawne**” grupy mają **do czynienia z zupełnie innymi „faktami”**. Bez zrozumienia nie tylko stosowności „innego”, ale i dowodów leżących u podstaw tej perspektywy. Nie wiedząc, że dowody używane do argumentów są sfabrykowane, nie mamy szans na znalezienie odpowiednich argumentów.

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



I. Metodologia dla Nauczycieli

Media społecznościowe również wspierają potwierdzenie i inne **uprzedzenia**, ponieważ **bardziej kontrowersyjne i szokujące wiadomości rozprzestrzeniają się znacznie szybciej**. Niestety **fałszywe wiadomości** i **dezinformacje** mają na celu wywołanie kontrowersji i szoku oraz wywołanie emocji, dlatego są udostępniane i oszczędzane szybciej (prawdopodobieństwo retweetowania fałszywych wiadomości jest o 70 procent większe niż prawdziwych)¹⁷.

8. Aktorzy i interesariusze

W Ćwiczeniu 2 będziemy pracować z terminem aktor, więc krótko przedstawimy perspektywę, kto będzie nazywany aktorem w Metodologii AKTYWNEJ i Aktywnościach.

Aktorzy W metodologii ACTIVE i działaniach jako aktorzy będziemy rozumieć każdy podmiot (organizację lub osobę fizyczną), który jest zaangażowany w zagadnienie/temat, który badamy. Przez zaangażowanego rozumiemy każdego, kto aktywnie lub biernie wpływa na daną kwestię (poprzez podejmowanie decyzji, działanie, opinie itp.) i/lub jest pod wpływem danej kwestii (grupa docelowa). W kulturze projektowej tych aktorów określa się mianem „**interesariuszy**”.

Aktorami mogą być dowolne podmioty, takie jak organizacja lub osoba fizyczna, takie jak (przykłady):

- rząd i organizacje rządowe
- firmy
- organizacje pozarządowe
- Instytucje badawcze i szkolne
- obywatele (osoby fizyczne)
- wszelkie zorganizowane lub niezorganizowane grupy
 - o wspólnota
 - o Grupa zainteresowań
 - o wojskowy
 - o grupa tubylcza
 - o itp.
- i inni...

Aktorzy mogą pełnić różne **role** w danej kwestii:

- podejmowanie decyzji, ustalanie lub wiążące zasady dla innych (autorytet)
- akcja (wykonanie czynności – zrobienie czegoś)
- ekspert/opiniodawca

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



I. Metodologia dla Nauczycieli

- wpływ / grupa docelowa interwencji / użytkownicy
- poszukiwanie interesu – wpływanie na decyzje
- itp.

Aktorzy mają różne **motywacje** w związku z badaną przez nas kwestią. Motywacje te mogą być świadome i nieświadome. Mogą opierać się na pewnych podstawowych potrzebach lub po prostu na rzeczywistej możliwości lub dążeniu do celu (tak jak zysk, władza, kontrola, dominacja itp.).

Konflikt interesów. Ważne jest, aby uważać, aby nie popaść w „paranoję”, widząc wszędzie „**motywy zysku**” (**wiele osób robi to, ponieważ w to wierzy**). A także powinniśmy przyznać, że **dążenie do zysku nie jest właściwie niczym złym** (w gospodarce rynkowej ma to całkiem sens). Ale to, o czym mówimy, to „oskarżenia/ustalenia” (poparte dowodami lub nie), że ktoś (naukowiec, organizacja pozarządowa) robi coś z powodu pieniędzy, które otrzymuje. Z jednej strony należy wyróżnić **konflikt interesów** (naukowiec opłacany przez firmę produkującą badany produkt, polityk uczestniczący w biznesie, na który wpływa polityka, organizacja pozarządowa faktycznie działająca na zlecenie interesów biznesowych). A z drugiej strony źródło dochodu, które należy uznać za „normalne”, bo każdy musi jakoś żyć i pokrywać wydatki. Ponieważ w wielu przypadkach granica może być cienka, powinniśmy na końcu **przyjrzeć się dowodom, które ci aktorzy faktycznie dostarczają. Zamiast toczyć (czasem rozsądną, a czasem nie) debatę, kto jest bardziej obiektywny, powinniśmy zawsze badać istotność dowodów i spójność dostarczonych danych i informacji** (zob. moduł 4).



9. Podsumowanie – jak podejść do różnic

„NAJPIERW ZROZUMIEĆ, A PÓŹNIEJ DZIAŁAĆ...”

„JEŚLI CHCESZ SIĘ KOMUNIKOWAĆ NAJPIERW, POWINIENESZ ZROZUMIEĆ, CO MÓWI DRUGI I DLACZEGO”

Na nasze działania, dotyczące również naszego podejścia do informacji, wpływa splot czynników (patrz wyżej). Aby zrozumieć siebie nawzajem, powinniśmy najpierw zrozumieć siebie i innych, dopiero wtedy możemy zobaczyć, co „stoi” za wyborami, decyzjami i działaniami.

Jak więc wykorzystać wszystkie powyższe do naszych celów? Najpierw przypomnijmy sobie, jaki jest cel.

CELE:

1. **Podjmuj odpowiedzialne decyzje**, które doprowadzą do zaspokojenia naszych (prawdziwych) potrzeb (nie doczesnych uczuć)
2. **Komunikować się z innymi** w sposób, który doprowadzi do zaspokojenia naszych (prawdziwych) potrzeb (nie doczesnych uczuć)

WAŻNE *Chodzi o nasze działania i środowisko, które możemy stworzyć i „wpływać” wokół nas. Nie oznacza to, że musimy umieć wpływać na innych, aby postępowali w ten sposób. Ale wtedy możemy zobaczyć i zrozumieć, że działania, które nie są zgodne z tym celem, w rzeczywistości nie służą dobrze aktorowi (czy to nam, czy komuś innemu).*

3. Chcemy umieć **radzić sobie z różnicami** (różnymi opiniami, przekonaniem, postawami, wartościami i normami) w sposób, który zaspokaja (prawdziwe) potrzeby wszystkich
 - a. Dlaczego? Ponieważ jeśli działamy w sposób naruszający inne potrzeby, oni (najprawdopodobniej) będą działać w sposób, który nie jest na naszą korzyść, ponieważ przemoc promuje przemoc (patrz Komunikacja bez przemocy powyżej)
4. Chcemy **zrozumieć** daną kwestię lub temat w taki sposób, aby dysponować odpowiednimi informacjami (dowodami), które nie wprowadzają nas w błąd

Jakie są warunki realizacji powyższych celów?



Zrozumienie nas samych

- Zrozumieć swoją **osobowość** (np. przez typologię MBTI)
- Autorefleksja i zrozumienie swoich **wartości, postaw, przekonań i światopoglądów**
- Świadomość i refleksja nad swoimi **uprzedzeniami**
- Odzwierciedlaj nasze **uczucia** i komunikuj nasze **potrzeby** (patrz podejście do komunikacji bez przemocy powyżej)



Zrozumieć, co kryje się za naszą „logiką”



I. Metodologia dla Nauczycieli

- Zapoznaj się z **załoženiami**, na których opieramy naszą logikę i zapytaj, czy te założenia są aktualne, czy też powinny zostać poddane dalszej ocenie
- Bądź świadomy naszych **uprzedzeń**, ponieważ zakłócają one gromadzenie i interpretację dowodów
- Jakie **informacje** i dane wykorzystujemy (zbieramy i konsumujemy), czy dają one adekwatny i pełny obraz tematu? (zob. rozdział Moduł 1 Jakość danych i informacji, głównie kryteria **kompletności**)
 - Ktoś w tym względzie rozróżnia łowiectwo od zbierania informacji
 - **polowanie na informacje** = poszukiwanie konkretnych informacji na poparcie moich przypuszczeń (połączonych z **potwierdzeniem i innymi uprzedzeniami**)
 - **zbieranie informacji** = zbieranie odpowiednich informacji w celu omówienia tematu w odpowiedni sposób (zgodnie z kryteriami kompletności)
 - Świadomość tego, jakie informacje konsumuję i w jaki sposób
 - Czy świadomie wyszukuję informacje lub konsumuję te, które dostarczają mi **algorytmy mediów społecznościowych**? (więcej informacji znajduje się w module 1)
 - Pamiętaj, że musimy włożyć **celowy wysiłek** w znalezienie odpowiednich informacji
 - Nie oznacza to inwestowania w celu znalezienia „istotnych” informacji wspierających nasz punkt widzenia, kierując się błędem potwierdzenia (tak było w przypadku zwolenników QAnon w USA).
- Bądź świadomy **zaufania** i **racjonalizacji** (formułowanie wniosków bez dowodów)
 - Więcej informacji można znaleźć w module 4 Nadawanie sensu informacjom
- Spójrz na problem z różnych **perspektyw**
 - Tu nie chodzi o relatywizację, tu chodzi o zrozumienie różnych perspektyw
- Dlaczego podjąłem decyzje, które podjąłem? Jakie informacje, założenia, wartości, normy, przekonania i cele się za tym kryją?



Zrozum perspektywę innych

- Nie opieraj swojego rozumienia innych na osądach (**racjonalizacja**)
- Uważaj na **błąd projekcji**
 - Nie twórz z własnych przekonań i przekonań powszechnie obowiązujących norm, których używasz do mierzenia rzeczy (dobrych lub złych)
- **po 1. zrozumieć drugą stronę** przed wyciągnięciem wniosków



I. Metodologia dla Nauczycieli

- Ale nie opieraj tego „zrozumienia” na naszej interpretacji lub sądzie moralistycznym, ale w oparciu o perspektywę drugiego (Jak wyrażają swoje motywacje, potrzeby, wartości, normy?)
- Zrozumieć inne **perspektywy** i punkty widzenia (Co się za tym kryje?)
 - **po 1. nie argumenty, ale zrozumienie**
 - **Jak chcesz się z kimś kłócić, jeśli wiesz, co i dlaczego mówi to, co mówi?**
 - **Na czym opiera się ta perspektywa?**
 - motywacje, potrzeby, wartości, normy
 - Na jakich danych i informacjach opierają swoją opinię/perspektywę? (należy pamiętać o możliwej „luce informacyjnej”, więcej informacji można znaleźć w module 1)
 - Jak jest właściwie postrzegany przez aktorów jako „problem” (definicja problemu)
 - Zobacz wzorce komunikacji: Jak aktor przedstawia problem?
 - **Nie musimy zgadzać się z drugą osobą, ale powinniśmy ją rozumieć**
 - Różne perspektywy nie oznaczają, że wszystko jest możliwe, a prawda jest względna, chodzi o zrozumienie (Co kryje się za perspektywami?)