



Cyber Café 11. Oktober 2022

Cyber-Topic

mit Ueli R. Frischknecht zum Thema «**Bias - Kognitive Verzerrungen prägen unsere Realität**». Unterschiedlichste Faktoren, wie physiologisches Vermögen, Kultur, Erfahrung, Prägung etc. führen dazu, dass wir einerseits bereits das reiche Angebot der Realität selektiv wahrnehmen und gleichzeitig das Wahrgenommene verzerrt interpretieren und bewerten.

Die Psychologie spricht von **Bias** oder *kognitiver Verzerrung*. Im Training mit NLP Neuro-Linguistisches Programmieren anerkennen wir diese Vorgänge (konstruktivistische Weltsicht) und versuchen, diese ins persönliche Bewusstsein zu heben.

Dabei geht es im ersten Schritt einfach mal um nicht-wertende Beobachtung und Anerkennung der persönlichen Tendenzen zur Verzerrung. Erst anschliessend folgt allenfalls eine Bewertung und Korrektur bzw. Erweiterung des Verständnisses. Hilfreiche Prozesse dazu sind Reframing, Meta-Mirror, Assoziation/Dissoziation und viele mehr.

Porträt

Ueli R. Frischknecht



eidg. dipl. Erwachsenenbildner HF; NLP-Lehrtrainer NLPA, DVNLP, IANLP und International NLP, USA; Supervisor/Coach/Organisationsberater bso; Master in Advances Studies in Beratungswissenschaften PHSG; Member NLP Leadership Summit.

«Mit Schalk, analytischem Vorgehen und kreativer Neugierde auf individuelle Lösungen helfe ich den Seminarteilnehmer*innen, ihre Visionen und Werte, privat wie am Arbeitsplatz, besser zu verwirklichen. NLP - das Modell für Business mit Herz und Verstand.»

Seit 2000 ehrenamtlich als Secretary General der IANLP tätig (www.ia-nlp.org). Trainerportrait auf NLPedia (<https://nlpportal.org/nlpedia/wiki/>)

NLP Akademie Schweiz uf@nlp.ch / www.nlp.ch

'Bias' – kognitive Wahrnehmungs-Verzerrungen



„Ich bin
offen für
alles!“ ?

Realität ?

Verzerrung ?

„Ich
interpretiere
nie!“ ?



'Bias' – kognitive Verzerrungen

5 Thesen

A

Menschen sind nicht befähigt die ganze Realität wahrzunehmen.

B

Diese Unfähigkeit wird sowohl durch **physische**, wie auch **psychische Faktoren** definiert.

C

Physische Limitationen sind eher im Bewusstsein bzw. – da sie alle Menschen 'gleichermassen' betreffen – in der zwischenmenschlichen Kommunikation weniger störend.

D

Psychische Limitationen und daraus resultierende Wahrnehmungsverzerrungen sind eher unbewusst und deshalb 'heikler'.

E

Professionelle Kommunikator:innen sind interessiert daran, eigene Tendenzen zum Bias zu kennen und so die Auswirkungen zu reduzieren.

Das Training in NLP hilft, eigene Muster und Wahrnehmungsvorlieben zu erkennen. Es hilft auch darin, unterschiedliche Perspektiven und andere Weltmodelle einnehmen zu können.

Dabei steht nicht die Veränderung, sondern vielmehr die **Erweiterung der persönlichen Optionen** im Focus.

Bias ?

'Bias' – kognitive Verzerrungen



Metamodell der Sprache hilft Wahrnehmungsverzerrungen aufzulösen.

In welchen Situationen ist es besonders wichtig auf Wahrnehmungsverzerrungen wach zu sein ?



'Bias' – kognitive Verzerrungen

Die Sozialwissenschaften beschreiben unterschiedliche

Einflussfaktoren auf unsere Wahrnehmung

- | | |
|--|-------------------------------|
| (1) <i>Selektive Wahrnehmung</i> | (7) <i>Reihenfolge Effekt</i> |
| (2) <i>Vorinformationen</i> | (8) <i>Projektion</i> |
| (3) <i>Erster Eindruck</i> | (9) <i>Beharrungseffekt</i> |
| (4) <i>Kategorisierungen / Stereotype Bilder</i> | (10) <i>Übertragung</i> |
| (5) <i>Halo Effekt</i> | (11) <i>Sympathie-Effekt</i> |
| (6) <i>Logischer Fehler</i> | (12) <i>Self-Image Bias</i> |

Kategorien

(1) Selektive Wahrnehmung

Wahrnehmung ist nie allumfassend oder "neutral". Aufgrund unseres persönlichen Hintergrundes und unserer Absicht in der jeweiligen Situation beobachten wir immer nur ausgewählte Teilaspekte.

Auswahlbias oder 'selective exposure bias'

Zahlreiche psychologische Studien haben ergeben, dass wir nach Informationen suchen, die unsere bereits bestehenden Ansichten unterstützen - und Informationen vermeiden, die ihnen widersprechen könnten. Dies gilt insbesondere für politische Themen.

Kategorien

(2) Vorinformationen

Schriftliche oder durch Drittpersonen mündlich überlieferte Informationen über unser Gegenüber, seinen sozialen Hintergrund, vorangegangene Leistungen etc. beeinflussen unter Umständen unsere Wahrnehmung, Beobachtung und Beurteilung stark.

(3) Erster Eindruck

Hier spielen unsere persönlichen Sympathien und Antipathien zentrale Rollen. Eine mögliche Fehleinschätzung unseres Gegenübers liesse sich so erklären, dass für uns in diesem Moment unsere persönlichen Vorerfahrungen, nicht aber unser Gegenüber im Vordergrund stehen, (vgl. Sympathiefehler; Übertragungen).

(4) Kategorisierungen / Stereotype Bilder

Aufgrund bestimmter "Signalbeobachtungen" schliessen wir auf ein vollständiges Bild und schreiben dem Gegenüber somit Eigenschaften zu, ohne diese auf ihre Richtigkeit hin zu überprüfen.

(5) Halo Effekt

Eine Eigenschaft wird für uns so zentral, dass sie alle anderen überlagert (griech. Halo = "Hof" um eine Lichtquelle). z.B.: gute/schlechte Leistungen auf einem Gebiet → "Alles- bzw. Nichtsköner/in".

'Bias' – kognitive Verzerrungen

Kategorien**(6) Logischer Fehler (wenn → dann)**

Spezialfall zu Halo-Effekt: Wir ordnen bestimmten Eigenschaften 'zwingend' andere zu, die scheinbar logisch zusammengehören. z.B.: intelligent und ehrlich; unordentlich und faul...

(7) Reihenfolge Effekt

Fehlbewertungen können sich auch aus der Reihenfolge ergeben, in der die Kandidaten/in dem/der Beurteilenden begegnen. Als Beispiel sei der Kontrast-Effekt genannt: Eine mittelmässige Gesprächspartner/in wird häufig höher bewertet, wenn er/sie auf einen schwachen Partner folgt, als wenn der/die vorherige Interviewpartner/in besonders qualifiziert war.

Kategorien

(8) Projektion

Menschen neigen dazu, eigene Eigenschaften, die ihnen unlieb sind, in anderen "wieder zu erkennen" und dort zu bekämpfen.

(9) Beharrungseffekt

Tendenz, an einer einmal getroffenen Beurteilung auch in einer weiteren Begegnung festzuhalten «Sie war, ist und bleibt so!» oder «Es wird schon gut kommen!». – Der Beharrungseffekt wird tendenziell grösser, je mehr man bereits investiert hat (Zeit, Geld, Ansehen).

Kategorien

(10) Übertragung

Unbewusstes Übertragen von Gefühlen, Einstellungen oder Abwehrhaltungen aus einer früheren Beziehung auf eine gegenwärtige Person, die nichts mit der Person zu tun hat. (s. Psychoanalyse)

(11) Sympathie Effekt

Menschen, die einem sympathisch sind, werden zumeist in besonders günstigem Licht gesehen. Unpassendes Verhalten wird leicht übersehen oder positiv um-interpretiert.

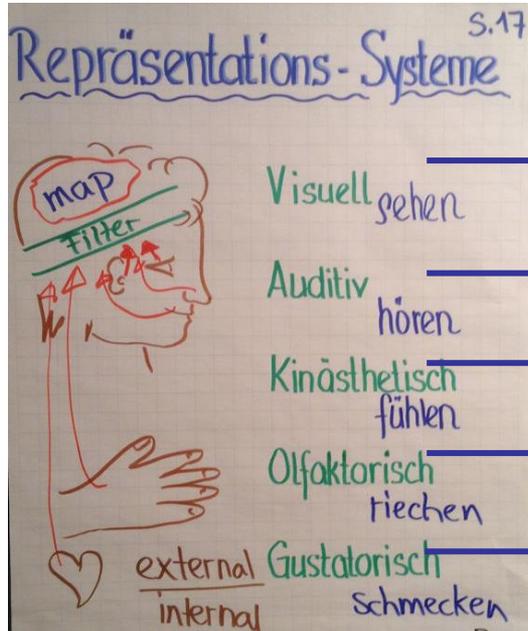
(12) Self Image Bias

Jugendpsycholog:innen berichten vermehrt über seelische Probleme von Jugendlichen, weil es ihnen im Alltag nicht (mehr) gelingt dem eigenen (in den sozialen Medien geposteten) Image nachzuleben.

'Bias' – kognitive Verzerrungen

Realität trägt – Wahrnehmung ist selektiv

Achtung Bias!
Wahrnehmung und Interpretation sind verzerrt!



Wahr!

