

I.A.17

Ich und die anderen

Wie argumentiere ich richtig? – Tipps und Übungen

Andrea Steinbach



Was bedeutet „logisch“? Wie argumentiert man rational und logisch? Und welche Manipulationsstrategien gibt es eigentlich? In dieser Unterrichtseinheit erarbeiten die Schülerinnen und Schüler den Begriff „Logik“ anhand eines Textes und setzen sich mit grundlegenden Formen logischen Argumentierens wie dem Syllogismus von Aristoteles auseinander. Ihr erworbenes Wissen trainieren sie in einer Talkshow zum Thema „Facebook“. Nicht zuletzt schulen die Jugendlichen ihre Fähigkeit, zuzuhören und die Argumentation anderer nachzuvollziehen.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe: 10

Dauer: 4 Unterrichtsstunden

Kompetenzen: den Begriff „Logik“ erarbeiten; Argumentationsstrategien reflektieren und einsetzen; Manipulationsstrategien beim Kaufverhalten verstehen; Grundprinzipien rationalen Argumentierens kennenlernen und anwenden

Thematische Bereiche: Anthropologie, Argumentieren üben

Medien: Texte, Bilder, Werbeplakate

Methoden: Gruppenarbeit, Rollenspiele



M 1

Du solltest tun, was ich sage, weil ... – Redekärtchen mit Sprechanlässen

Wie überzeugend bist du? Erprobe deine rhetorischen Fähigkeiten, indem du dein Gegenüber für eine außergewöhnliche Aufgabe zu gewinnen versuchst.



<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... mithilfe einer Unmenge mit Helium gefüllter Luftballons über das Schulgebäude zu fliegen.</p>	<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... nur noch in Hawaii-Hemden in die Schule zu kommen.</p>
<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... die Nachbarn zu fragen, ob er/sie bei ihnen Flöhe für einen Flohzirkus fangen kann.</p>	<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... noch heute eine umfangreiche Stecknadelsammlung anzulegen.</p>
<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... sich eine Giftspinne als Haustier zuzulegen.</p>	<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... eine Nacktschneckenzucht in der eigenen Wohnung zu beginnen.</p>
<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... den Kindern, die in der Pausenverkaufsschlange stehen, zur Verkürzung der Wartezeit das eigene Lieblingslied vorzutragen.</p>	<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... einem Lehrer seiner/ihrer Wahl ein selbst geschriebenes Liebesgedicht vorzutragen.</p>
<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... sich als Schilfschärfe-Tester zu verdingen.</p>	<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... sich die Haare am Kopf komplett abrasieren zu lassen.</p>
<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... beim Direktor eine Landeerlaubnis für den Schulhof zu beantragen – für das Raumschiff von E.T.</p>	<p>Du hast 3 Minuten Zeit, um deinen Partner/ deine Partnerin davon zu überzeugen, dass es sinnvoll und notwendig ist, ...</p> <p>... einen Weltrekordversuch im Dauernasenbohren zu starten.</p>

Gruppe 1: Wie hängen Umwelteinflüsse und Kaufverhalten zusammen?

M 2

Aufgabe

Lest den Text. Wie werden Kunden beeinflusst? Macht euch Notizen und stellt eure Ergebnisse in der Klasse vor.

Neuerdings ermitteln Hirnforscher, wie bestimmte Umwelteinflüsse auf das Kaufverhalten wirken. Dieses Neuromarketing ist der letzte Schrei bei den Marketing-Experten. Die Wissenschaftler haben zum Beispiel herausgefunden, dass die Gehirne der Kunden beim Betrachten von Logos nur wenig und nur in ausgewählten Regionen aktiv sind. Ist auf der Packung dagegen ein Gesicht zu sehen, werden auch mit Gefühlen und Gedächtnis verbundene Regionen angesprochen. Dadurch kann sich der Kunde an die so beworbenen Produkte später besser erinnern.

Wichtig ist auf jeden Fall die Qualität der Abbildungen auf Verpackungen. „Fotografen, die Fertiggerichte für Verpackungen ablichten, hätten eigentlich den Nobelpreis für hervorragendes Fälschen verdient. Nirgendwo ist der Unterschied zwischen Foto und Packungsinhalt größer als in diesem Segment“, sagt Bruhn.



Gruppe 2: Warum beeinflussen Musik und Duft das Kaufverhalten?

M 3

Aufgabe

Lest den Text. Wie werden Kunden beeinflusst? Macht euch Notizen und stellt eure Ergebnisse in der Klasse vor.

Die Wissenschaftler untersuchen mittlerweile sämtliche Einflüsse in einem Geschäft. Am besten kaufen sie sich zum Beispiel bei 19 Grad Celsius ein. Ist es zu warm, werden die Kunden träge, ist es zu kühl, verlassen sie zu schnell wieder den Markt.

Besondere Einfluss haben auch Düfte. Riecht es nach Vanille, kaufen Frauen mehr Kleidung als bei neuem Duft. Bei Männern sollte es ein würziges Aroma sein. Viele Supermärkte haben nur deshalb eine Bäckerei, weil es dort immer nach frischen Brötchen duftet.

Auch die Musik kommt ohne Wahllos aus den Lautsprechern. Gehen morgens die Rentner einkaufen, sind die Klänge ein wenig rustikaler, kommen die Jugendlichen mittags aus der Schule, wird es lauter, und für die gestressten Büroangestellten erklingen nachts ruhige Stücke. Wein verkauft sich am besten bei Berieselung mit klassischer Musik. Gibt es deutsche Weisen zu hören, greifen die Kunden eher zu Riesling, erklingt italienische Musik, ist es der Chianti. Am besten ist Musik, wenn sie gemäßigte 72 Taktschläge pro Minute liefert. Alles andere schläfert ein oder schlägt Kunden in die Flucht.



© ZargonDesign / E+

Texte zu finden unter: <https://www.welt.de/wirtschaft/article2073468/Wie-Supermaerkte-ihre-Kunden-manipulieren.html> (aufgerufen am 23.6.2020)



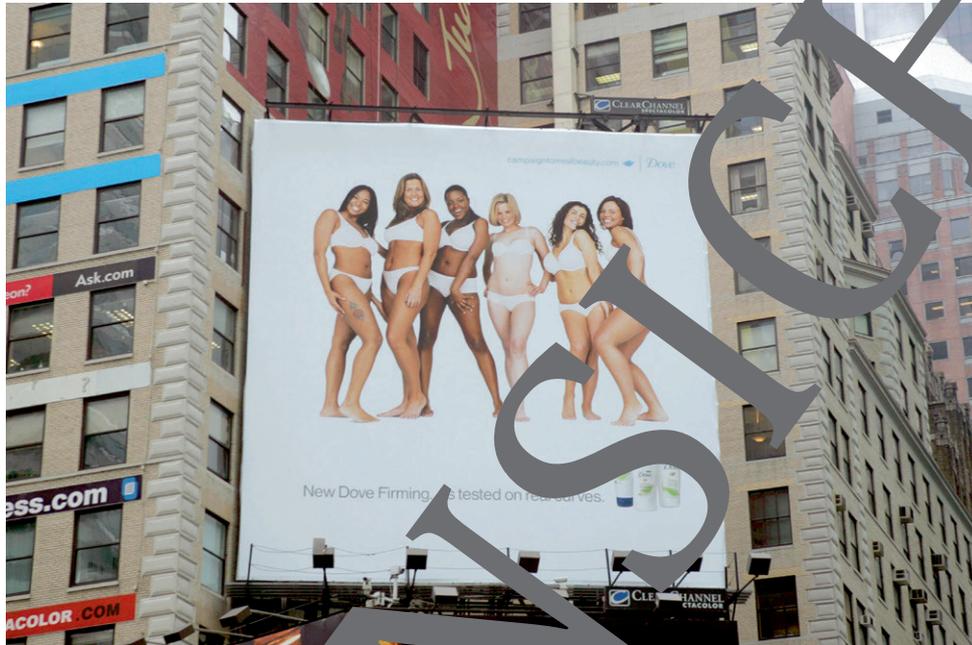
M 8



Gruppe 7: Kauf mich! Ich mach dich glücklich! – Wie Werbung uns zu beeinflussen versucht

Aufgabe

Analysiert die Werbeplakate. Wie versuchen sie den Betrachter zu überzeugen und zum Kauf zu animieren? Macht euch Notizen und stellt eure Ergebnisse in der Klasse vor.



© imago images



© imago images

Beispiel B



© Wavebreakmedia / iStock / Getty Images Plus

Auf welches Grundprinzip wird hier Bezug genommen?

- Folgerichtigkeit
 Widerspruchsfreiheit
 Wahrheitsverpflichtung

Wird das Prinzip eingehalten oder verletzt?

- eingehalten
 verletzt

Beispiel C

Aussage 1: Alle Menschen sind sterblich.
Aussage 2: Alle Philosophen sind Menschen.
 ↓
Schlussfolgerung: Philosophen sind sterblich.

Auf welches Grundprinzip wird hier Bezug genommen?

- Folgerichtigkeit
 Widerspruchsfreiheit
 Wahrheitsverpflichtung

Wird das Prinzip eingehalten oder verletzt?

- eingehalten
 verletzt

© RAABE 2020

VORANSICHT

Hinweise: Techniken des Schlussfolgerns – Grundprinzipien erarbeiten

Stunde 5

Einstieg

Zu Beginn werden die Ergebnisse der vorhergehenden Stunde aufgegriffen. Der gemeinsam erarbeitete Logikbegriff wird wiederholt. Logik, so wurde deutlich, stellt eine Form der Schlussfolgerung dar. Sie ermöglicht uns, von zwei Aussagen sinnvoll auf eine dritte zu schließen. Warum aber ist es so wichtig, im Umgang miteinander vernünftig zu argumentieren? Diese Frage zu beantworten, hilft Arbeitsblatt M 12. Es veranschaulicht Grundprinzipien rationalen Argumentierens.

Erarbeitungsphase I

Die Bearbeitung des Arbeitsblattes kann im Plenum, aber auch in Einzel- bzw. Gruppenarbeit erfolgen. Die Schülerinnen und Schüler verbinden die genannten Grundprinzipien mit den entsprechenden Beispielsituationen, erörtern die Bedeutung der Grundprinzipien und formulieren abschließend selbst Beispiele, in denen diese Grundprinzipien umgesetzt werden.

Erarbeitungsphase II

Anschließend beobachten die Lernenden ein improvisiertes Rollenspiel. Drei Schüler bzw. Schülerinnen spielen zwei Dialogszenen. Sie erhalten dazu Rollenkarten, die nicht nur das Diskussthema ausweisen, sondern zugleich auch zwei unterschiedliche Gesprächsformen. In dem Rollenspiel spricht zuerst der Schüler/die Schülerin, der/die überzeugt/überredet wurde. Er/Sie legt dar, wie die beiden Gespräche empfunden wurden und worin der Unterschied in der Gesprächsführung lag. Die genannten Unterschiede werden an der Tafel gesammelt.

Erwartungshorizont (M 12)

- Die Bilder aus Beispiel A widerlegen die Aussage Donald Trumps, dass bei seiner Vereidigung mehr Menschen anwesend waren als bei den Vereidigungen seiner Vorgänger. Diese Bilder illustrieren somit eine Verletzung der Widerspruchsfreiheit. Beispiel B zeigt eine Vereidigung vor Gericht. Illustriert ist die Wahrheitsverpflichtung. Beispiel C ist ein Syllogismus und illustriert das Prinzip der Folgerichtigkeit.
- Beispiel A, die Aussage Trumps, verletzt das Prinzip der Widerspruchsfreiheit. Beispiel B illustriert das Prinzip der Wahrheitsverpflichtung. Beispiel C illustriert das Prinzip der Folgerichtigkeit.

Erwartungshorizont (M 13)

Diskussion 1: partnerschaftliche Orientierung → Kompromissmodell	Diskussion 2: nicht partnerschaftliches Argumentieren → Sieg-Niederlage-Modell
Die Ansichten des Diskussionspartners sind wichtig und werden wahrgenommen.	Die Ansichten des jeweiligen Diskussionspartners sind egal. Sie werden ignoriert.
Der andere wird nicht überredet, er wird überzeugt.	Der andere wird nicht überzeugt, er wird überredet.
Ziel ist es, zu gemeinsamem Einverständnis zu gelangen bzw. einen Kompromiss zu erzielen.	Ziel ist es, den eigenen Standpunkt um jeden Preis durchzusetzen.
→ Langfristig vertrauensvoller Kontakt ist möglich.	→ Langfristig ist so kein Vertrauensverhältnis möglich.

M 14



Welcher Überzeugung bin ich? – Rollenkarten für eine Talkshow

Facebook ist ein soziales Netzwerk und eine der am häufigsten besuchten Internetseiten weltweit. Wer Facebook nutzen möchte, muss ein persönliches Profil anlegen und zahlreiche Informationen über sich preisgeben. Man kann alles in der weltweit größten Online-Community posten, ist das aber auch sinnvoll?

Moderator

Du bist der Moderator.

- Zu Beginn der Diskussion gibst du deinen Zuschauern eine kurze Einführung in das Thema. Anschließend stellst du deine Gäste vor. Du hältst die Diskussion am Laufen und stellst Zwischenfragen, wenn etwas unklar ist oder das Gespräch ins Stocken gerät. Du sicherst, dass jeder der Beteiligten zu Wort kommt und sich alle an die Gesprächsregeln halten.
- Am Ende ziehst du ein Fazit.



Shitstorm-Opfer auf Facebook

Du bist Opfer eines Shitstorms auf Facebook geworden.

- Seit du Opfer eines Shitstorms auf Facebook geworden bist, hältst du von der Nutzung sozialer Netzwerke, insbesondere von Facebook, ab.
- Du bist wütend, dass Facebook nicht früher reagiert hat.
- Noch immer ist es nicht möglich, den eigentlichen Urheber ausfindig zu machen und zur Rechenschaft zu ziehen.



Facebook-Vertreter

Du bist ein Vertreter von Facebook.

- Du siehst Facebook und seine vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten positiv an.
- Probleme bestehen, klar, aber man diesen wird gearbeitet.
- Jeder Regel in Kritik, die geäußert wird, nicht berechtigt.
- Als offizieller Vertreter versuchst du, ruhig und gelassen die Position deines Arbeitgebers zu vertreten.



Besorgte Mutter

Du bist Mutter. Deine Kinder sind bei Facebook.

- Als Mutter machst du dir Sorgen um das Wohl deiner Kinder. Sind die Informationen, die diese auf Facebook posten, dort gut aufgehoben? Was ist mit dem Schutz der Privatsphäre des Einzelnen? Dir wäre es lieber, Kinder hätten keinen Zugang zu Facebook.
- Du glaubst nicht, dass sie damit umgehen können, möchtest es ihnen aber auch nicht verbieten.



© Bild 1: Thinkstock/iStockphoto; Bild 2: shapecharge/iStock/Getty Images Plus; Bild 3: Compassionate Eye Foundation/Digital Vision

Der RAABE Webshop: Schnell, übersichtlich, sicher!



Wir bieten Ihnen:



Schnelle und intuitive Produktsuche



Übersichtliches Kundenkonto



Komfortable Nutzung über
Computer, Tablet und Smartphone



Höhere Sicherheit durch
SSL-Verschlüsselung

Mehr unter: www.raabe.de