

Ausgabe Quartal II / 2024 | ISSN 2366-2336 | www.die-mediation.de
Deutschland 9,90 € | Luxemburg 9,90 € | Österreich 9,90 € | Schweiz 10,80 CHF

Die [REDACTED] **MEDIATION**

Fachmagazin für Konfliktlösung – Entscheidungsfindung – Kommunikation



Visionen

Aktiv die Zukunft gestalten

Die Vision einer ethischen KI
oder: Die neue Rolle der
Menschlichkeit!

Strategie braucht
Emotionen, damit
Visionen wahr werden

Multikulturell, divers und
integrativ – Gibt es für unsere
Schulen noch Hoffnung?

Das Forschungstelegramm



Kann eine Verhandlungsmasse im Hinblick auf die Ressourcen und Interessen der Teilnehmer allein durch die Art der Verhandlung vergrößert werden? Lässt sich das Ergebnis eines Münzwurfs vorhersagen? Können Menschen überhaupt noch Langeweile ertragen oder bedürfen sie eher einer Ablenkung, sei sie auch noch so unangenehm? Und lässt sich die menschliche Wahrnehmung täuschen, wenn es um die Beurteilung der Echtheit von KI-genierten Porträtbildern geht? Unser Forschungstelegramm gibt Ihnen Antworten auf diese und andere Fragen und liefert einen Überblick über aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse aus der psychologischen Forschung.

Den Kuchen vergrößern, nicht verderben

Ein häufig gebrauchtes Sinnbild aus der Verhandlungsforschung ist das „Vergrößern des Kuchens (*expanding the pie principle*)“. Es besagt, dass die Verhandlungsmasse im Hinblick auf die Ressourcen und Interessen der Teilnehmer vergrößert werden kann, wenn die Themen der Verhandlung nicht wie üblich nacheinander abgearbeitet, sondern zu Angebotspaketen, unter Berücksichtigung der jeweiligen Interessen, zusammengeschürt werden. Wie und unter welchen Umständen diese Technik am besten angewendet werden sollte und wann sie an ihre Grenzen stößt, haben nun die Verhandlungsforscher Marco Warsitzka, Hong Zhang, Bianca Beersma, Philipp Freund und Roman Trötschel der Leuphana Universität Lüneburg mithilfe eines metaanalytischen Ansatzes untersucht und im Fachblatt *Journal of Applied Psychology* veröffentlicht.

Dazu haben sie vorhandene Studien nach der Anzahl von Verhandlungsthemen im Hinblick auf die Ergebnisse der Verhandlungen analysiert und dabei zwei gegensätzliche Theorien getestet. Die eine Theorie besagt, dass durch mehr Verhandlungsthemen auch mehr Kompromissmöglichkeiten entstehen können. Bei der anderen Theorie wird in einer hohen Anzahl von Verhandlungsthemen eine hohe Informationslast gesehen, die den Verhandelnden die Übersicht nimmt und somit zu schlechteren Ergebnissen führt. Im Ergebnis kommt die vorliegende Studie zu dem Schluss, dass beide Theorien ihre Berechtigung haben, denn erst jenseits von drei Verhandlungsthemen leiden die Verhandlungsergebnisse unter der erhöhten Komplexität. Daher bietet sich für die Praxis an, bis zu drei Verhandlungspunkte in ein integratives Verhandlungsangebot zu packen.

Ein Münzwurf führt zu keiner Fifty-fifty-Chance

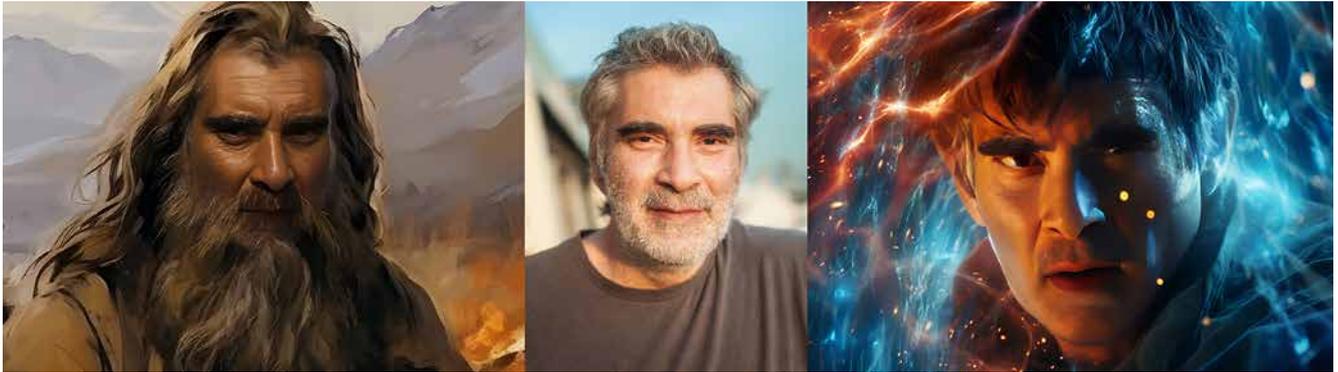
Der Münzwurf ist oft das Mittel der Wahl, wenn es darum geht, den Zufall zwischen zwei Auswahlmöglichkeiten entscheiden zu lassen – denken Sie beispielsweise an die Seitenwahl beim Fußball. Wahrscheinlich wegen seiner Alltäglichkeit besteht an der

Objektivität des Münzwurfs im Allgemeinen kein Zweifel und nur die Wenigsten haben über die statistischen und physikalischen Feinheiten dieses Prozesses jemals nachgedacht. Anders der quantitative Psychologe und Statistiker František Bartoš von der Universität von Amsterdam. Er hat zusammen mit vielen Kollegen die Ergebnisse von 350.757 Münzwürfen ausgewertet, um die These zu testen, dass geworfene Münzen eher dazu neigen, auf der Seite zu landen, mit der sie hochgeworfen wurden.

Diese Vorhersage hatten bereits die Herren Diaconis, Holmes und Montgomery vor einiger Zeit getroffen und mithilfe von Hochgeschwindigkeitsfotografie überprüft. Sie kamen zu dem Schluss, dass ein natürlicher Münzwurf mit einer Wahrscheinlichkeit von $p = 0,51$ wieder so landet, wie er hochgeworfen wurde. Diesen Wert unterstützen die nun erhobenen Daten von František Bartoš und Kollegen nachdrücklich. Die Münzen landeten öfter auf der Seite ($p = 0,508$), mit der sie hochgeworfen wurden – unabhängig davon, ob es sich um die Kopf- oder Zahlseite der Münze handelte.

Falls Sie denken, dies sei kein großer Effekt, hier ein Vergleich: Der Hausvorteil beim europäischen Roulette für einfache Werten wie „Rot oder Schwarz?“ liegt gerade einmal bei 51,4 Prozent und die Casinos verdienen mit diesem Vorteil sehr gut. Zur Verdeutlichung des Effekts geben die Autoren ein weiteres Beispiel: Stellen Sie sich vor, Sie setzen einen Euro auf das Ergebnis eines Münzwurfs (d. h. 1 Euro zahlen, um teilzunehmen, und je nach Ergebnis entweder den Euro verlieren oder 2 Euro zurückbekommen) und wiederholen diese Wette 1.000-mal, dann würden Sie im Schnitt 19 Euro gewinnen, wenn Sie die Startposition des Münzwurfs kennen.

In Summe legen die Ergebnisse der Studie nahe, dass der Münzwurf für einen fairen Zufallsprozess nicht taugt, und wenn Sie diesen Vorteil für sich nutzen wollen, dann sollten Sie gegenüber Ihrem Wettgegner die Startposition der Münze verschleiern und selbst auf die nach oben zeigende Seite setzen. Viel Glück!



Lieber Schmerz als Langeweile?

Die Fähigkeit, bewusst zu denken, sich von der unmittelbaren Umwelt zu lösen und in den eigenen Gedanken zu schweigen, ist eine wesentliche Eigenschaft, die uns von den meisten anderen Lebewesen unterscheidet. Doch Situationen, in denen wir genau dieser Fähigkeit nachgehen könnten, Situationen, die keine Ablenkung bieten, scheinen für einige Menschen eine eher unangenehme Erfahrung zu sein, die es unbedingt zu vermeiden gilt. Wie unangenehm der ablenkungsfreie Raum für manche Menschen sein kann und zu welchen ungewöhnlichen Handlungen diese Menschen neigen, hat sich der US-amerikanische Sozialpsychologe Timothy D. Wilson zusammen mit einer Reihe von Kollegen angeschaut und im hochkarätigen Wissenschaftsmagazin *Science* veröffentlicht.

In insgesamt elf Studien konnte das Forschungsteam zeigen, dass Menschen, die allein in einem Raum saßen, in dem es nichts anderes zu tun gab, als sich den eigenen Gedanken hinzugeben, bereits nach 6 bis 15 Minuten sehr gelangweilt waren und nach Ablenkung gierten. Eine „Ablenkung“, die den teilnehmenden Personen zur Verfügung gestellt wurde, waren Elektroschocks. Die Ergebnisse sind erstaunlich, denn eine Vielzahl von Personen bevorzugte es, sich leichte Elektroschocks zu verabreichen, statt ohne Ablenkung zu sein und sich einfach nur den eigenen Gedanken hinzugeben. Hierbei konnte ein starker Effekt nach Geschlecht festgestellt werden, denn speziell die männlichen Teilnehmer zogen die Verabreichung von Elektroschocks einem Schwelgen in Gedanken vor.

Künstlich ist das neue Echt – KI-Hyperrealismus

Mit der Weiterentwicklung und vermehrten Anwendung von künstlicher Intelligenz kommt es zwangsläufig auch vermehrt zu sogenannten *Deep Fakes*: Das sind sehr realistisch wirkende Medien- oder Nachrichteninhalte, die mithilfe von künstlicher Intelligenz erzeugt, abgeändert oder verfälscht wurden. Um die Interaktion und Wahrnehmung mit diesen Produkten der künstlichen Intelligenz besser verstehen zu können, haben die Kognitionspsychologin Sophie Nightingale von der englischen

Lancaster University und der Computerwissenschaftler Hany Farid von der Berkeley Universität in Kalifornien einen neuen Terminus definiert: *KI-Hyperrealismus*. Dieses Wort beschreibt die Tendenz, künstliche Bilder als echter und unverfälschter zu empfinden als tatsächlich echte Bilder.

Die Ergebnisse der zugrunde liegenden Studie, bei der die Teilnehmer Porträtbilder nach ihrer Echtheit kategorisieren mussten, haben die beiden Wissenschaftler kürzlich in der renommierten Wissenschaftszeitschrift *Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS)* veröffentlicht. Zwar konnten bereits vorherige Studien nachdrücklich dokumentieren, dass KI-generierte Gesichter nicht von natürlichen Porträtbildern zu unterscheiden sind, aber die Ergebnisse der aktuellen Studie gehen noch einen Schritt weiter. Sie zeigen, dass KI-generierte Porträtbilder sogar häufiger als natürliche Porträtbilder als „unverfälscht“ eingestuft werden – ein Phänomen, das sie als *KI-Hyperrealismus* bezeichnen. Paradoxiertweise waren die Menschen, die bei dieser Aufgabe die meisten Fehleinschätzungen trafen, sich am sichersten bei der Einschätzung ihrer Kategorisierung. Bleiben Sie daher wachsam und selbstkritisch, wenn es um die Beurteilung von medialen Inhalten geht: Der Schein kann trügen, und das besonders, wenn man sich ganz sicher ist. KH

Literatur

- Bartoš, František et al. (2023): Fair Coins Tend to Land on the Same Side They Started: Evidence from 350,757 Flips. arXiv:2310.04154. DOI: 10.48550/arXiv.2310.04153.
- Diaconis, Persi/Holmes, Susan/Montgomery, Richard (2007): Dynamical Bias in the Coin Toss. *SIAM Review* 49 (2), S. 211–35. DOI: 10.1137/S0036144504446436.
- Miller, Elizabeth J. et al. (2023): AI Hyperrealism: Why AI Faces Are Perceived as More Real Than Human Ones. *Psychological Science* 34 (12), S. 1390–1403. DOI: 10.1177/09567976231207095.
- Nightingale, Sophie J./Farid, Hany (2022): AI-Synthesized Faces Are Indistinguishable from Real Faces and More Trustworthy. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 119 (8): e2120481119. DOI: 10.1073/pnas.2120481119.
- Warsitzka, Marco et al. (2023): Expanding the Pie or Spoiling the Cake? How the Number of Negotiation Issues Affects Integrative Bargaining. *Journal of Applied Psychology*. Advance online publication. DOI: 10.1037/apl0001149.
- Wilson, Timothy D. et al. (2014): Just Think: The Challenges of the Disengaged Mind. *Science* 345 (6192), S. 75–77. DOI: 10.1126/science.1250830.