

KOGNITIIVSETE EELARVAMUSTE MÕISTE JA NÕUANDED MÕTLEMISE PARANDAMISEKS

Mis on kognitiivsed eelarvamused?

Kognitiivsed eelarvamused on süsteemsed mõtlemisvead, mis tekivad teabe töötlemisel. Need on tingitud sellest, et meie aju püüab mõista meid ümbritsevat tohutut teabehulka, et aidata meil teha kiireid otsuseid.

Kognitiivsed eelarvamused tekivad tihti siis, kui sirvime veebilehti ega võta alati aega, et loetut kriitiliselt analüüsida.



Miks on see probleem?



Kui tõlgendame teavet valesti, võime teha otsuseid, mis ei põhine täpsetel andmetel.



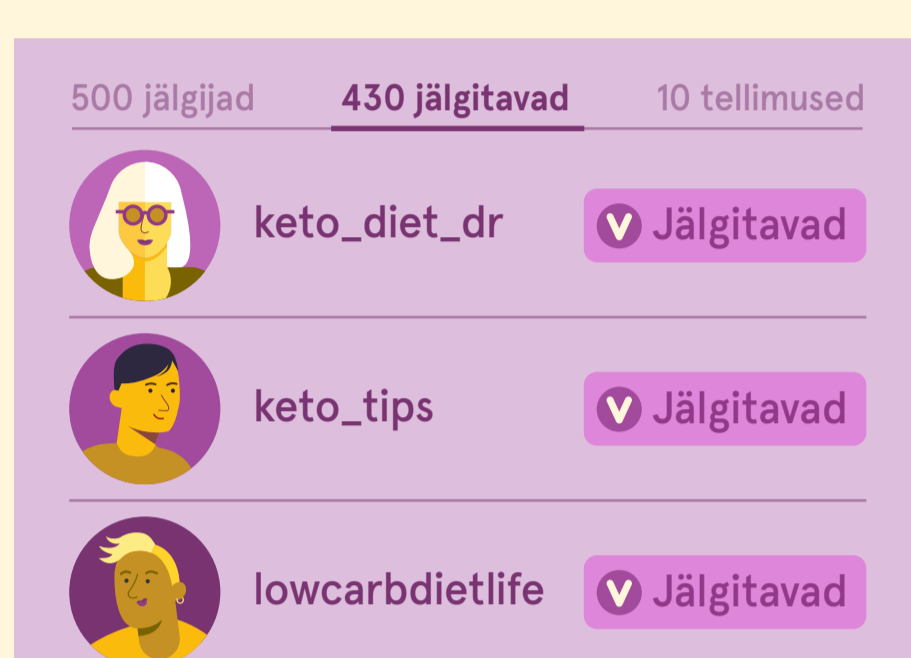
Kognitiivsed eelarvamused tekivad sageli alateadlikult, mistõttu jäävad need tavaliselt märkamatuks. Kui oleme neist teadlikud, saame vaidlustada oma mõtteviisi ja teha paremaid otsuseid.

Seitse levinud kognitiivset eelarvamust

1. Kinnituskalduvus

Määratlus: kalduvus otsida või valida teavet, mis kinnitab meie olemasolevaid uskumusi, mitte teavet, mis neid vaidlustab.

Näide: sotsiaalmeedias ainult nende inimeste jälgimine, kelle arvamused on kooskõlas meie enda arvamusel, jättes teistelt pärineva teabe seda hindamata kõrvale



2. (Tervisealane) haloefekt

Määratlus: ettekujutus, et miski on teie jaoks hea, isegi kui selle tõesuse kohta tõendid puuduvad või neid on vähe.

Näide: kui toodetel on märgis "looduslik", "orgaaniline" või "gluteenivaba", võime neid pidada tervislikeks, kuigi nende toiteväärtus ei pruugi olla nii hea, kui arvata võib



3. Negatiivsuskalduvus

Määratlus: kalduvus pöörata rohkem tähelepanu negatiivsele kui positiivsele teabele.

Näide: keskendumine võimalikule pestitsiididega väga väikese kokkupuute ohule, eirates samas puu- ja köögiviljade tõestatud kasu tervisele



4. Karjamentali teedi efekt

Määratlus: kalduvus mõelda või tegutseda teatud viisil peamiselt sellepärast, et teised teevad seda.

Näide: sellise moedieedi järgimine, mis ei ole toitainete poolest tasakaalustatud või jätkusuutlik, kuna see on sotsiaalmeedias populaarne



5. Ankurdamise efekt

Määratlus: kalduvus toetuda liiga palju esimesele teabele, mida me teema kohta saame.

Näide: kui näete kõigepealt üht suure suhkrusisaldusega karastusjooki ja seejärel teist, mis on veidi väiksema suhkrusisaldusega, kaldute nägema teist jooki tervislikumana, olgugi et see sisaldab samuti palju suhkrut



6. Vale põhjuse efekt

Määratlus: kalduvus ekslikult eeldada, et üks asi põhjustab midagi muud, sest oleme märganud nende suhet.

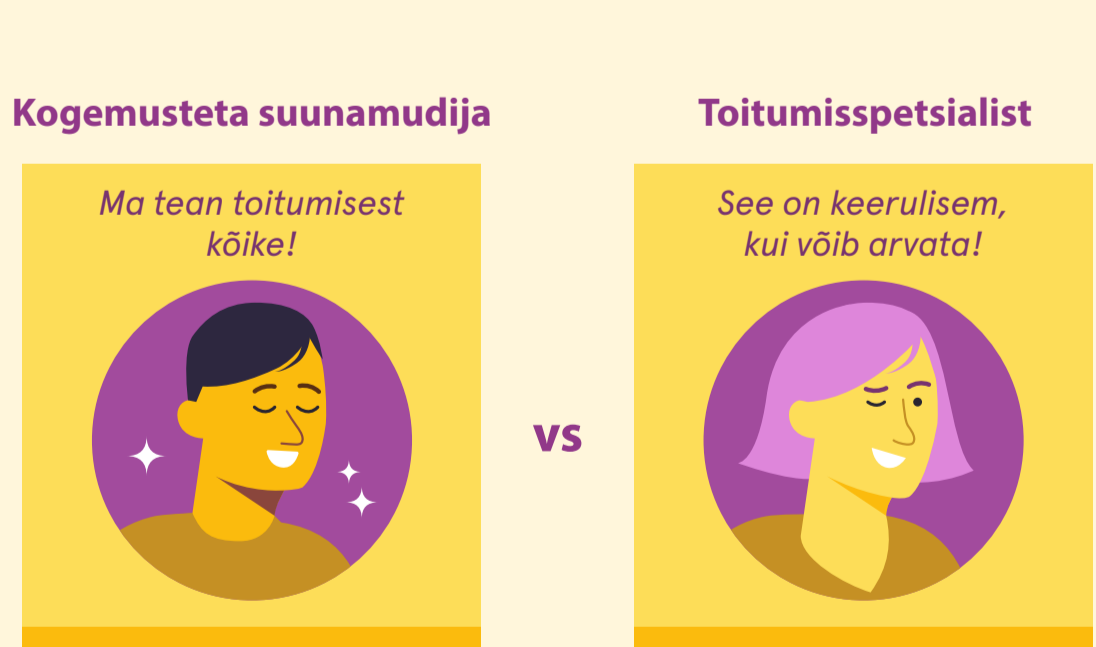
Näide: kehakaalu languse seostamine süsivesikute dieedist väljajätmisega, kui tegelikult kaotasite kehakaalu seepärast, et tekitasite oma üldises dieedis kaloripuuduse



7. Dunning-Kruger'i efekt

Määratlus: enda asjatundlikkuse ülehindamine konkreetses valdkonnas, sageli suutmatuse tõttu tunnustada, et vajalikud oskused või teadmised puuduvad.

Näide: toitumis- ja tervisealase kvalifikatsioonita sotsiaalmeedia suunamudijad, kes annavad nõu toidu ja toitumise kohta



Nõuanded eelarvamuste ületamiseks

- Olge teadlik** teadmine, kuidas eelarvamused mõjutavad meie mõtlemist, aitab meil vähendada nende mõju
- Olge uudishimulik** esitage küsimusi ja püüdke mõista vastupidist vaatenurka
- Kaaluge mitut vaatenurka** rääkige erinevate inimestega ja enne kui teete otsuseid, proovige tuvastada oma teadmistes kõik lüngad
- Kontrollige kvalifikatsioone** kontrollige inimeste kvalifikatsioone enne, kui otsustate, kas usaldada seda, mida nad teema kohta ütlevad
- Kahelge oma arvamus** veenduge, et te ei eiraks teavet ega annaks valele asjale liiga suurt kaalu