

Kosmo:Polit! Nur Rassismus kennt Grenzen

Workshop-Reihe für Multiplikator*innen



Workshop-Reihe für Multiplikator*innen

- Wann? Dienstag, 8.11., Mittwoch, 9.11., Dienstag, 15.11. & Mittwoch, 16.11.2022 jeweils von 16.30 – 21.00 Uhr (inkl. Pausen)
- Wo? via Zoom
- Leitung: Moritz Glenk (M.A. Soziologie / B.A. Politikwissenschaft, politischer Bildner & Projektreferent der Stiftung gegen Rassismus)
- David Piesk (Master Internationale Beziehungen, politischer Bildner & wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Marburg)



Ziele der Workshop-Reihe

- Eigene Privilegien und Vorurteile hinterfragen
- Diskurstrategien erkennen und benennen
- Auseinandersetzung mit der Neuen Rechten
- Digitale und analoge Handlungskompetenzen im Umgang mit Rassismus stärken
- Strategien und Handlungsoptionen für das eigene Engagement erarbeiten



Tagesseminar 4: Agieren statt Reagieren – Impulse für das Engagement gegen Rassismus und Diskriminierung

- Perspektivwechsel und Auseinandersetzung mit Diskriminierungserfahrungen
- Hinterfragen und Bewusstmachung der Komplexität öffentlicher Debatten
- Identifikation von potentiellen Zielgruppen / Verbündeten der "skeptischen Mitte"
- Erarbeitung und Stärkung von Handlungskompetenzen



Darüber habe ich mich diese Woche gefreut...



Erwartungen an das heutige Seminar..



Vorstellungsrunde

- Suchen Sie sich einen Gegenstand, den Sie mit den Themen des heutigen Seminars verbinden



Vorstellungsrunde

- Name
- Warum habe ich mich für diesen Workshop entschieden?
- Warum habe ich diesen Gegenstand gewählt?
- Was ist mir für den Austausch miteinander wichtig?



Hintergründe Vorgehensweise heutiges Tagesseminar

Social Justice Ansatz - Narrative Change Kampagnen



Die Zielsetzung von Social Justice Trainings liegt u. a. darin:

1. Selbstreflexion und Auseinandersetzung mit Diskriminierungsformen voranzubringen
2. einzelne Diskriminierungsformen inhaltlich, theoretisch, historisch etc. zu vermitteln und ihre Verbindung im Sinne der Intersektionalität aufzuzeigen
3. individuelle, institutionell-strukturelle und kulturelle Ebenen von Diskriminierung aufzuzeigen und zu vermitteln
4. Handlungsoptionen aufzuzeigen und zu entwickeln
5. eine neue Methode, die Mahloquet, zu vermitteln
6. über die Methode eine spezifische ethische und politische Haltung zu vermitteln



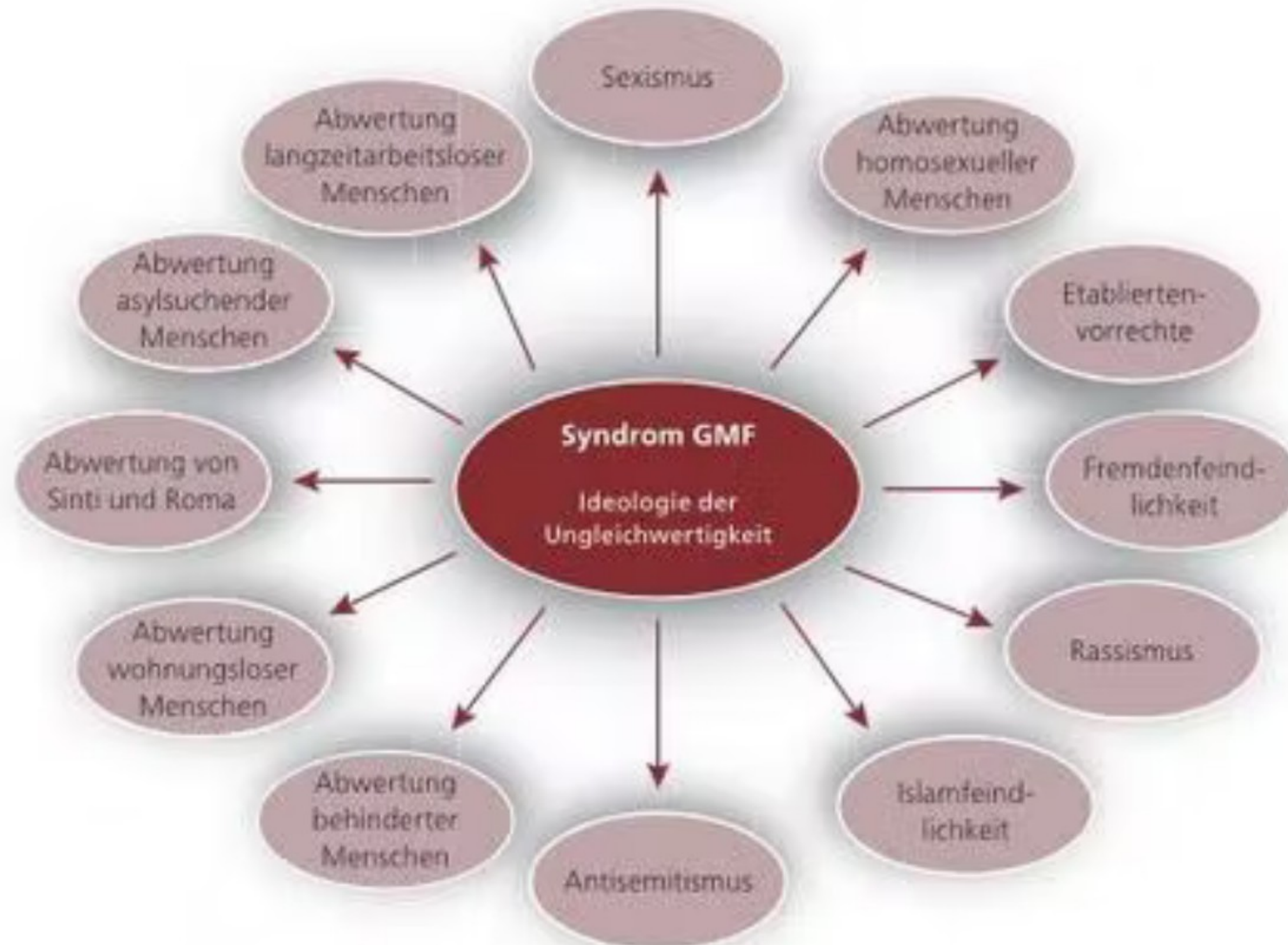
Eintreten für:

Verteilungsgerechtigkeit bedeutet die Ressourcen in einer Gesellschaft so zu verteilen, dass alle Menschen partizipieren können und physisch wie psychisch in Sicherheit und Wohlbefinden leben können.

und

Anerkennungsgerechtigkeit bedeutet, die partizipative Anerkennung aller Menschen, so dass niemand strukturell, kulturell und individuell diskriminiert wird. Dabei werden Menschen als gesellschaftliche Akteur*innen aufgefasst, die für ihr eigenes Handeln als Individuum oder in einer Gruppe, sich selbst und der Gesellschaft gegenüber Verantwortung übernehmen.

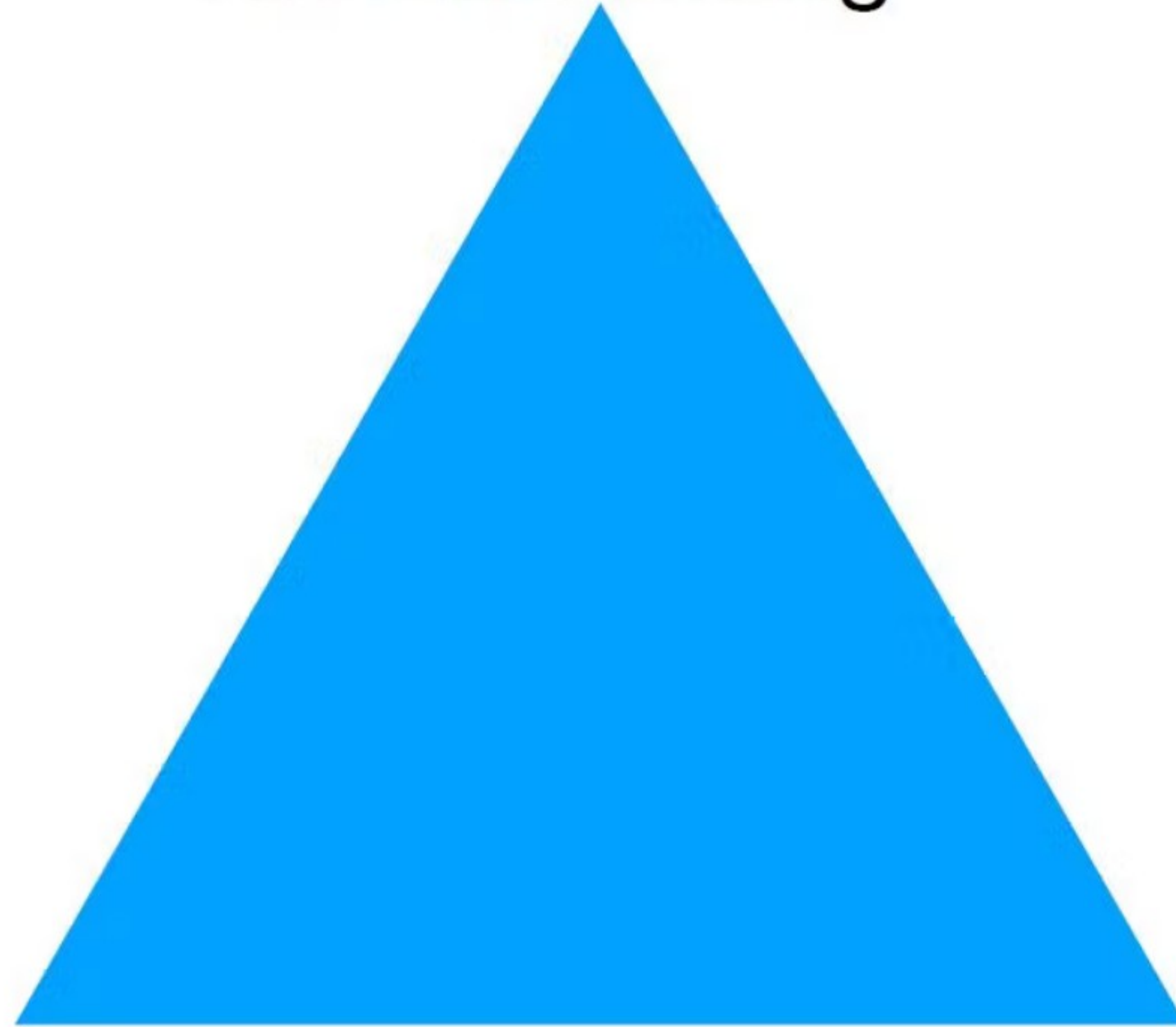




Aus: Andreas Zick / Anna Klein: Fragile Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2014, S.64



Normalisierung



Trilemma von Mai Anh Boger

Empowerment

Dekonstruktion

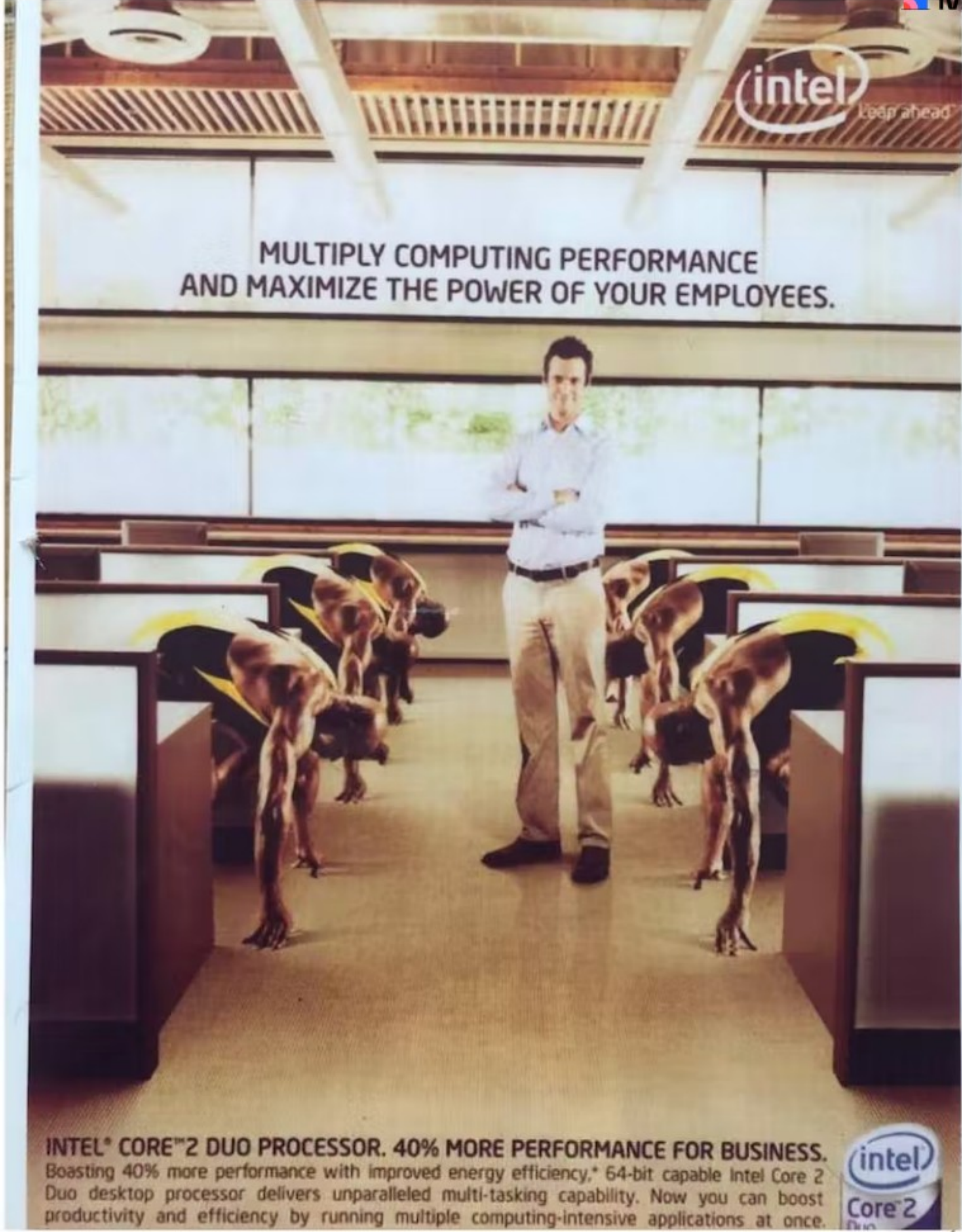


Alltagsrassismus in Werbebildern

Alltagsrassismus in Werbebildern



25.11.2021

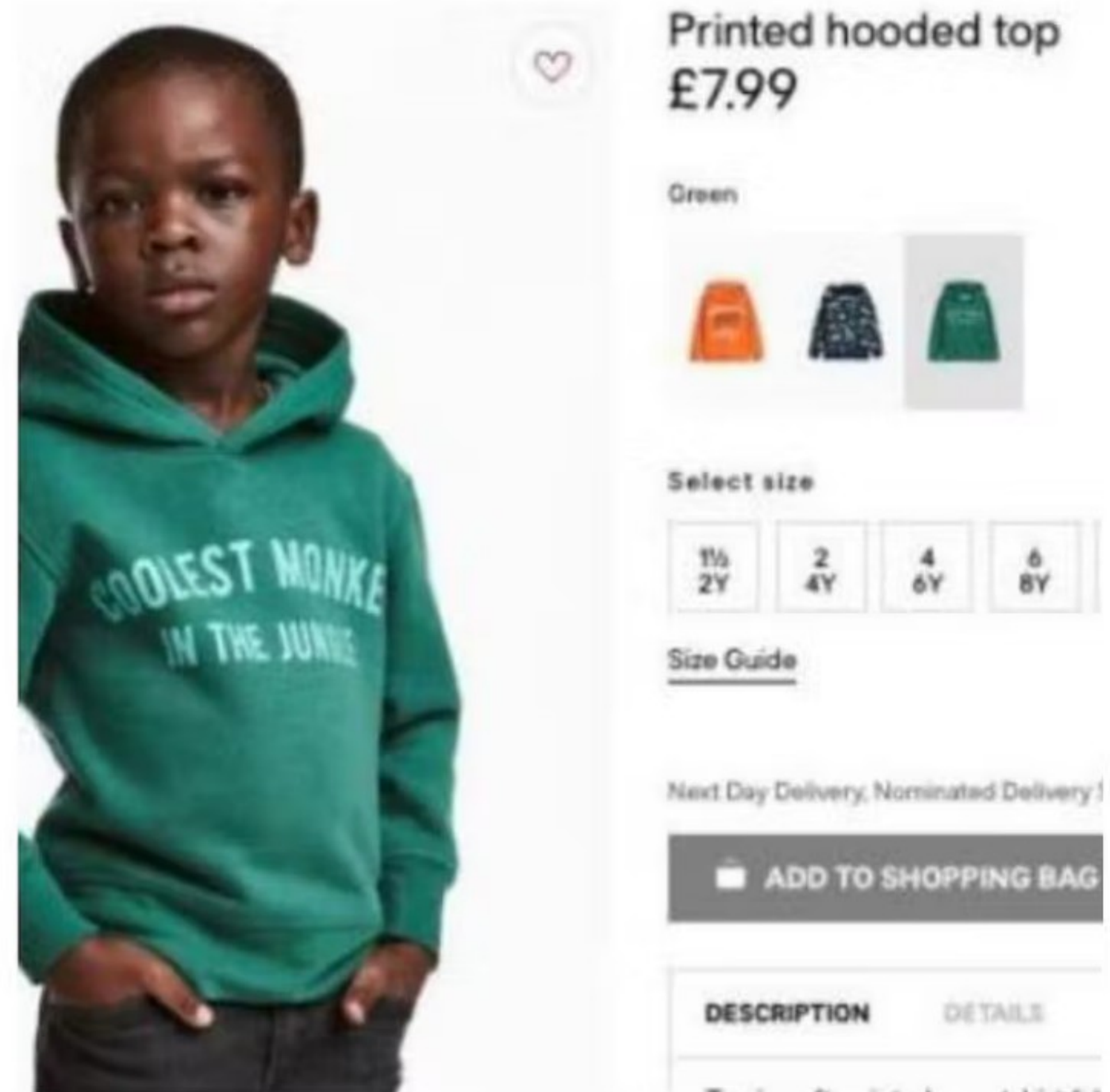


Alltagsrassismus in Werbebildern

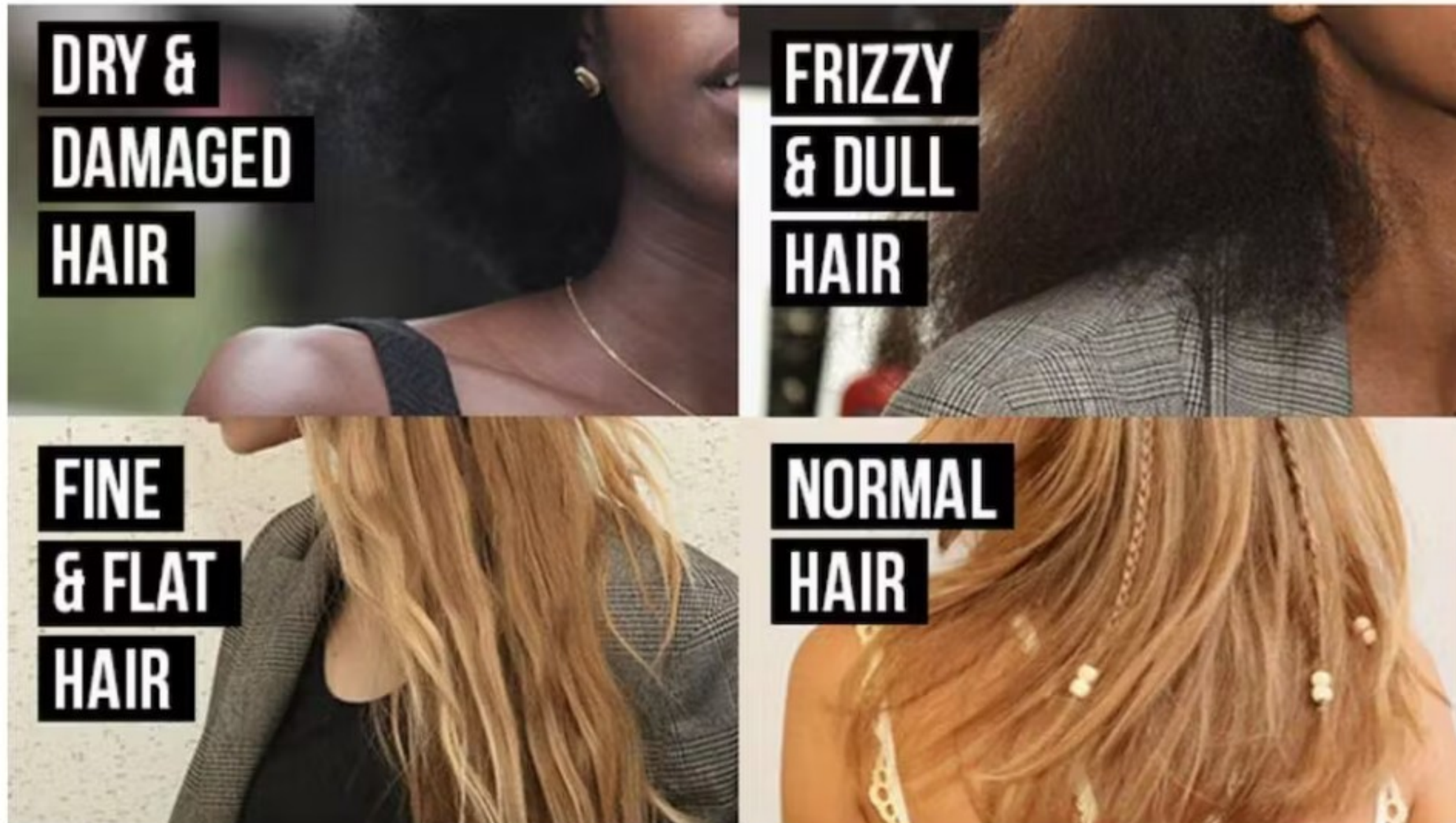


Alltagsrassismus in Werbebildern

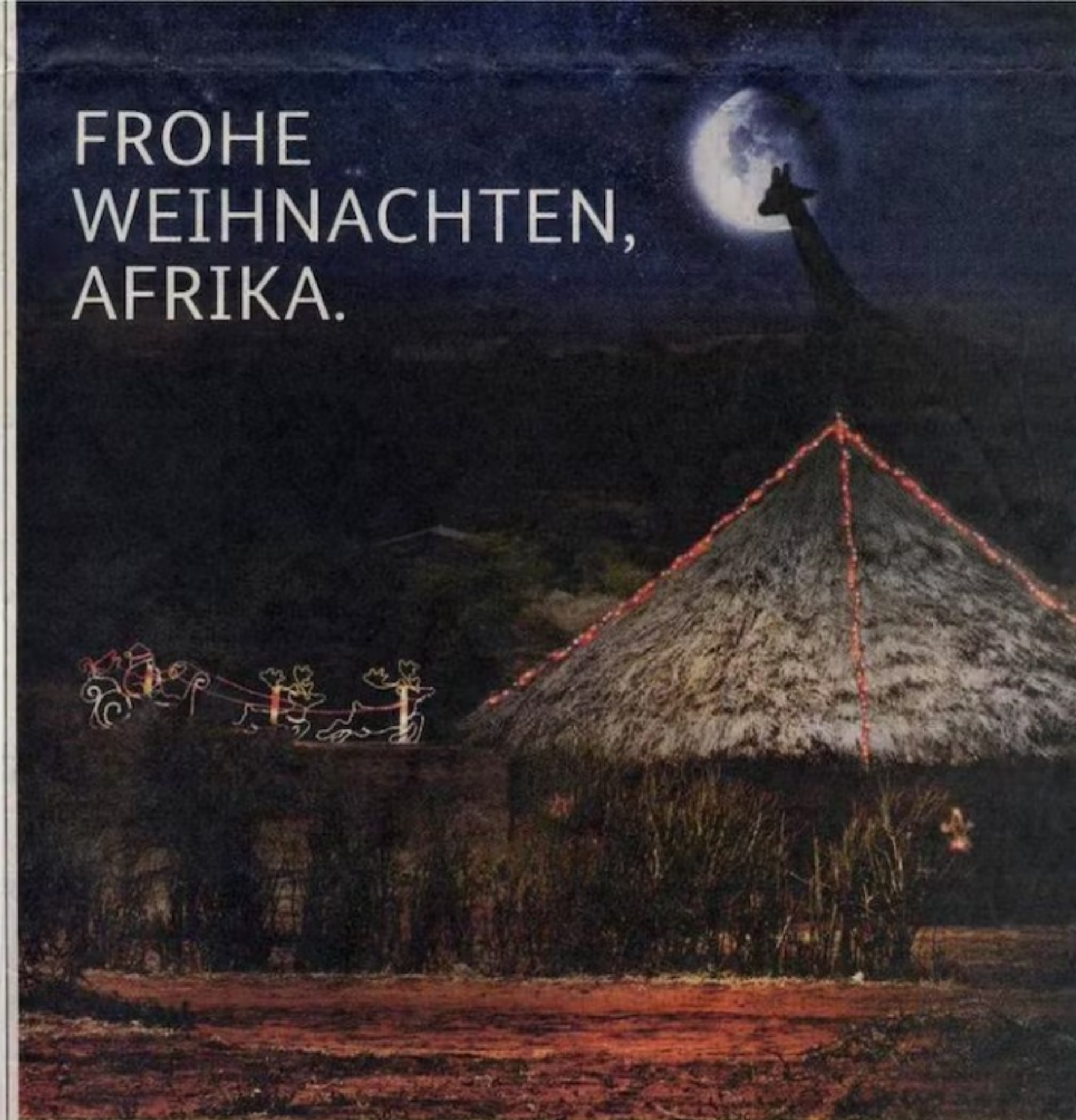
<https://www.horizont.net/marketing/charts/HM-Dove--Co-Diese-5-Kampagnen-standen-wegen-vermeintlichem-Rassismus-in-der-Kritik-163862>



Alltagsrassismus in Werbebildern



25.11.2021



Mentimeter


FROHE WEIHNACHTEN, AFRIKA.

„Vieles haben wir schon bewegt. Mit Ihrer Hilfe können wir noch mehr.

Helfen Sie mit, die Vision von der einen, friedlichen und freien Welt für alle Menschen ein Stück näher zu bringen! Engagieren Sie sich. Damit wir mit Ihrem Engagement noch mehr erreichen können.“



Dirk Niebel
Bundesminister für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung
Mitglied des Deutschen Bundestages

BMZ  Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

www.engagement-global.de

NWZ, 21-12
2012

Speed-Dating

1. Welche Herausforderungen erleben Sie in der öffentlichen Debatte über die Themen Integration, Zuwanderung und offene vielfältige Gesellschaft?
2. Welche Erfahrungen (Erfolge / Misserfolge) haben Sie beim (öffentlichen) Einsatz / Engagement für eine offene und vielfältige Gesellschaft gemacht?



The Monkey Business Illusion

Share



(c) 2010 Daniel J. Simons

Watch on  YouTube





Troy Library

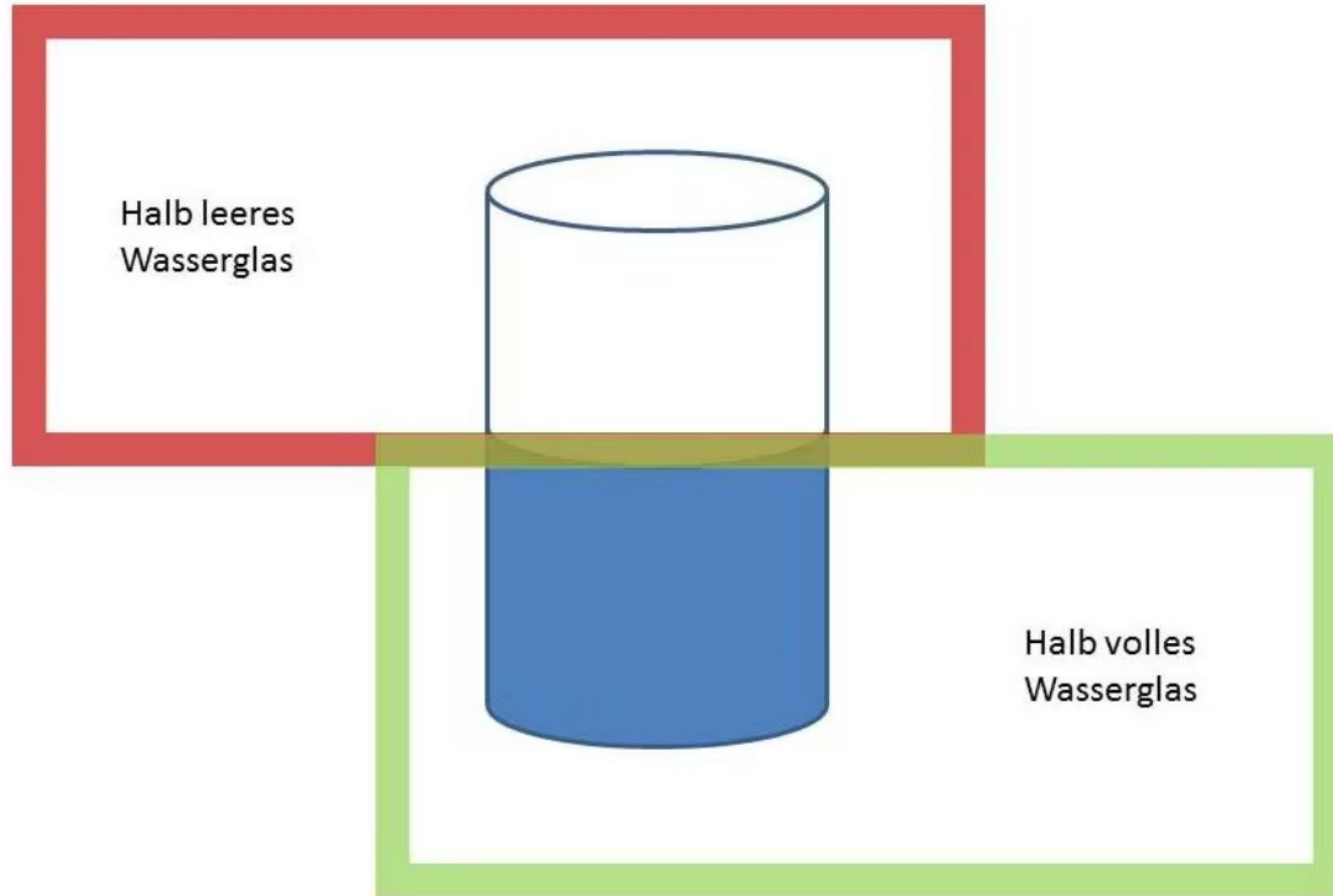


Diskutieren Sie folgende Punkte der Reihe nach:

1. Ihre Erkenntnisse zu Framing(-Effekten) aus den beiden Videos
2. Was bedeutet dies für das Engagement gegen Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit?



Framing



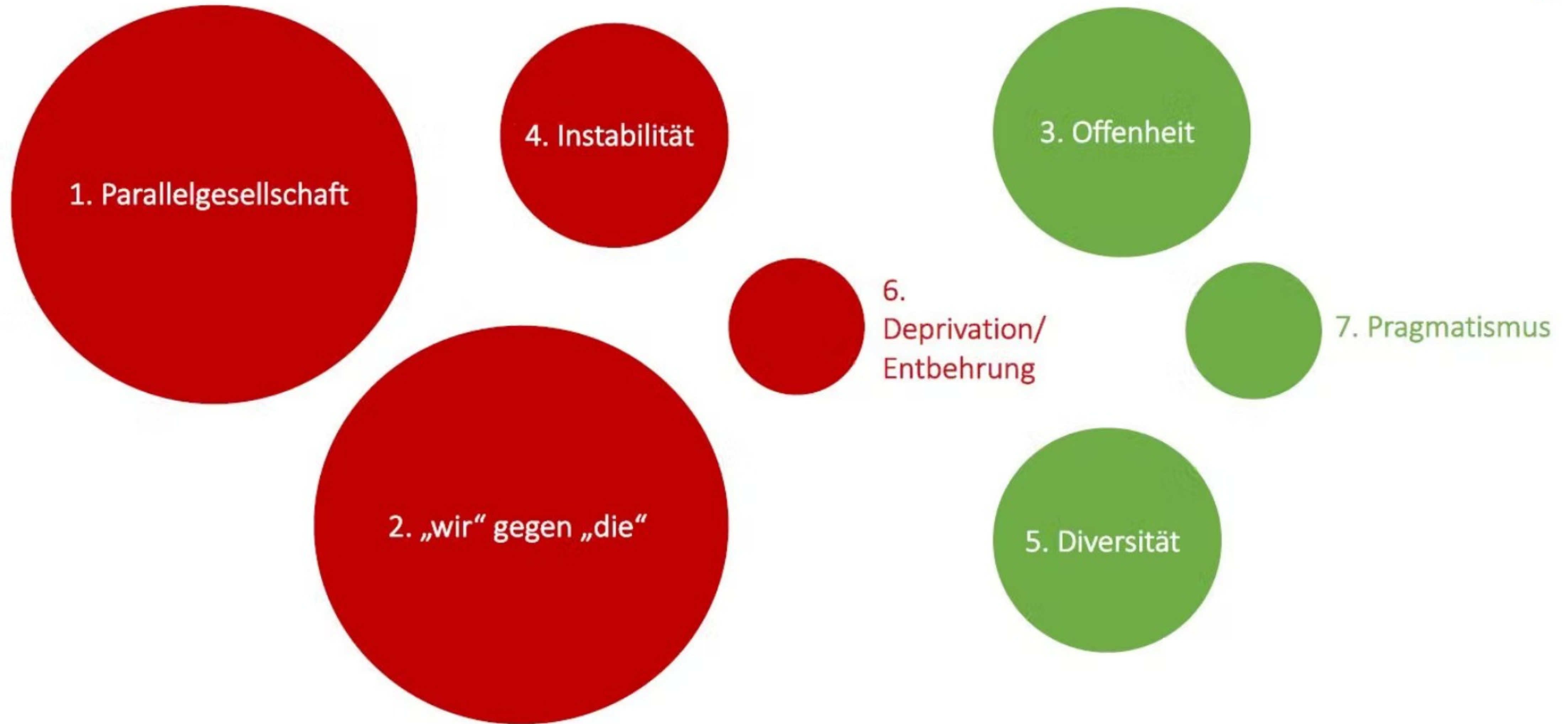
„Es geht nicht darum, was du sagst, sondern was du triggerst“



„Aktivierung des kognitiven Unterbewusstseins“
Lakoff

Triggern als „kulturelle Akkupunktur“
Narratives Initiative





Basierend auf einer Analyse von öffentlichen Social-Media-Posts, in Auftrag gegeben bei bakamosocial.com (Oktober 2019 bis Oktober 2020)

Frame-Map der Social-Media-Debatte 2020 (Quelle: ICPA / reset)



dbate® Macht der Worte: Flüchtlingskrise oder Willkommenskultur? (Framing: Kino im Kopf) [Share](#)



KINO IM KOPF

Watch on  YouTube



Diagramm 1

Die sechs gesellschaftlichen Typen

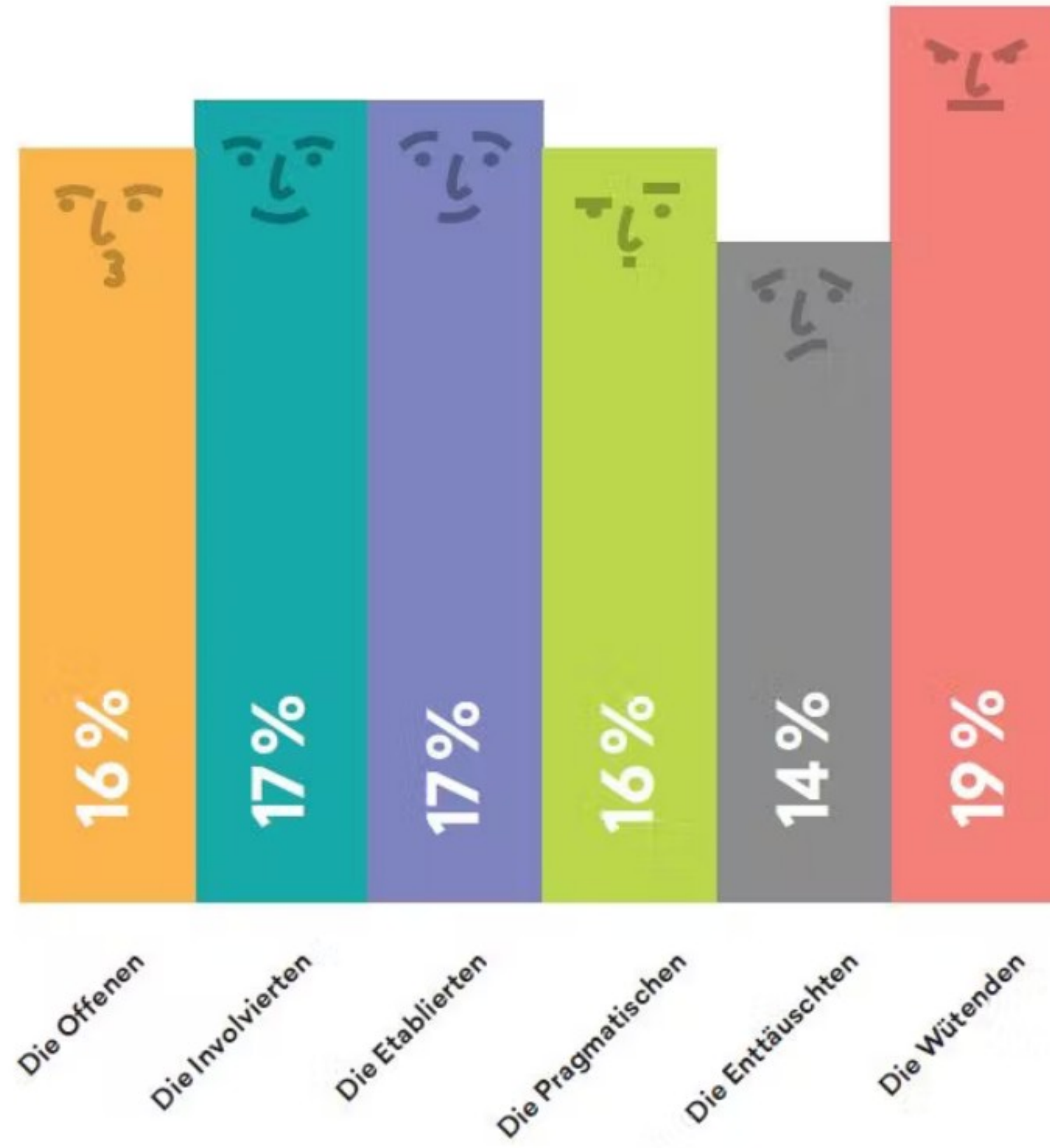


Diagramm 2 Dreiteilung der Gesellschaft

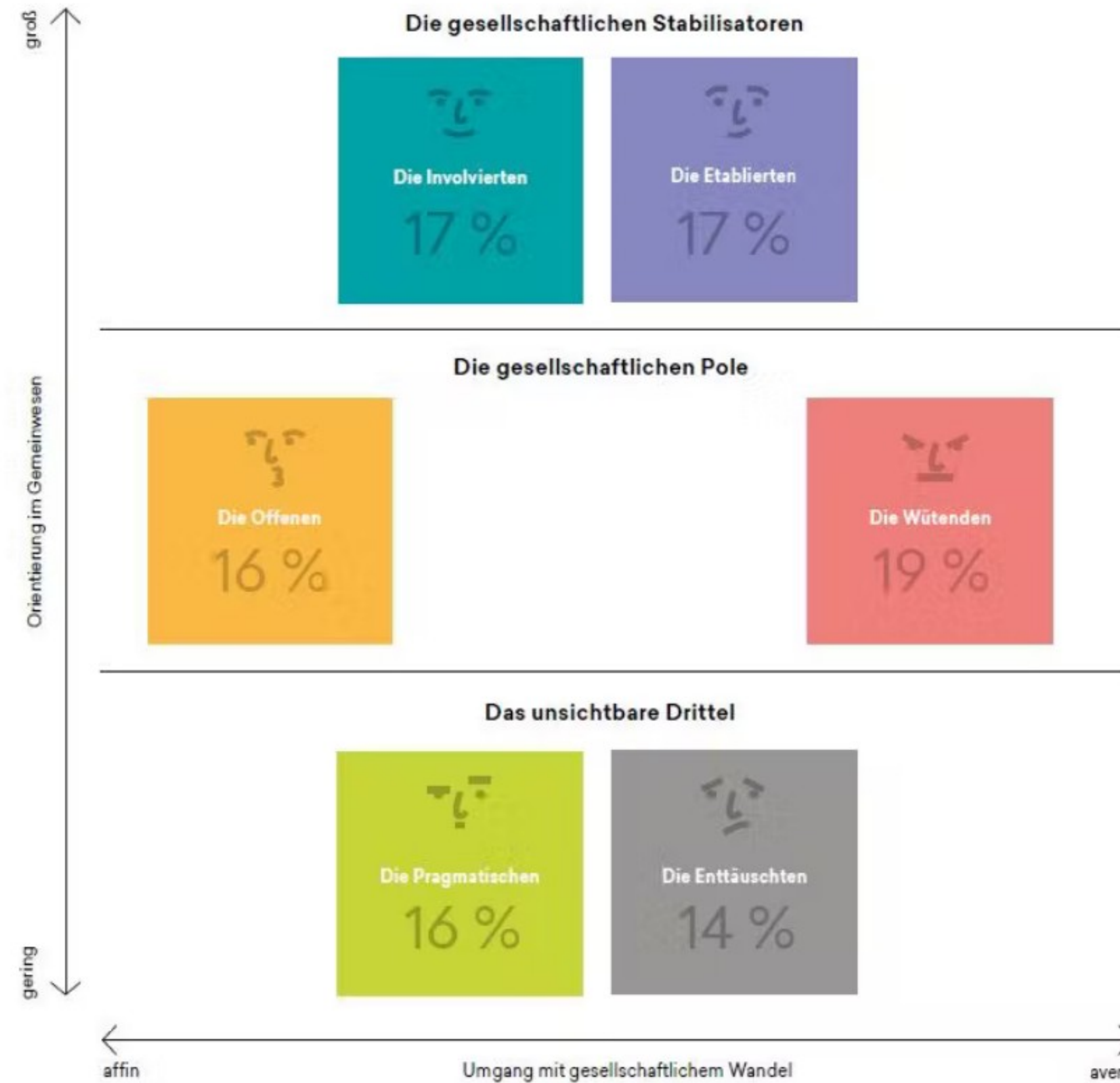
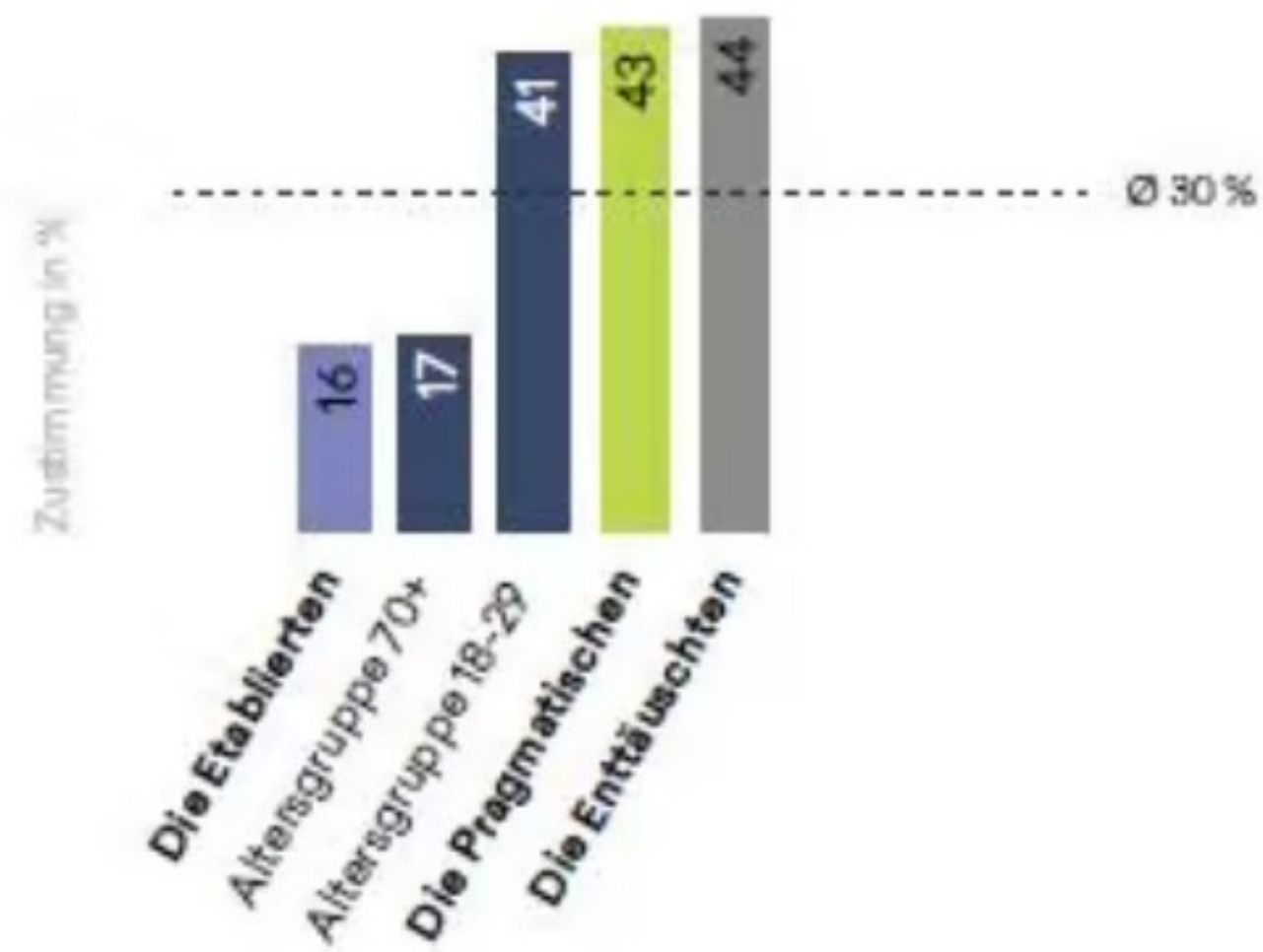


Diagramm 4

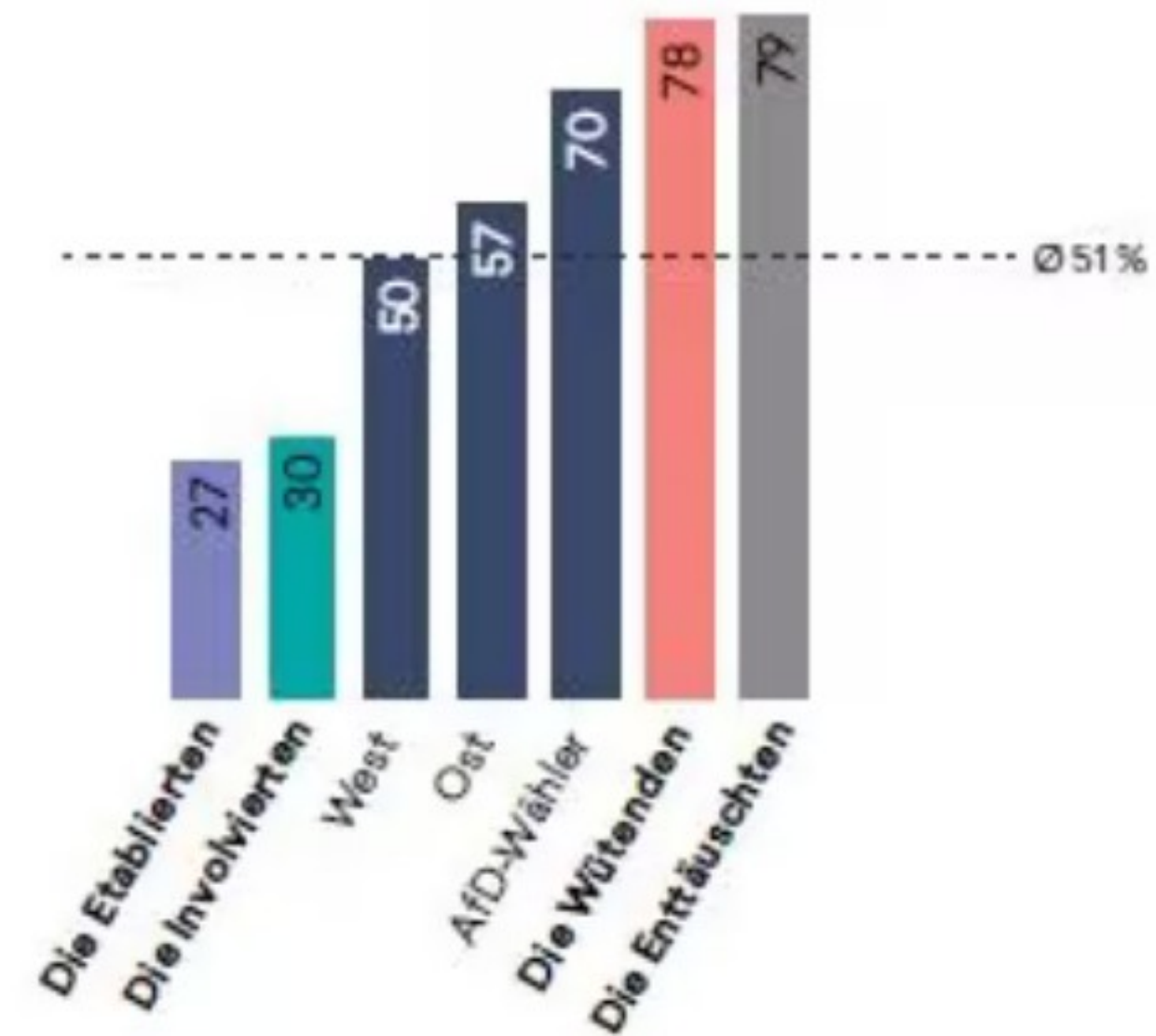
Grundüberzeugungen und demografische Indikatoren

Die Typen, die wir auf Basis stabiler Grundüberzeugungen identifiziert haben, sind an vielen Stellen aussagekräftiger als zum Beispiel demografische Indikatoren, anhand derer gesellschaftliche Fragen üblicherweise diskutiert werden.

„Ich fühle mich oft einsam“



„Ich fühle mich häufig als Bürger zweiter Klasse“

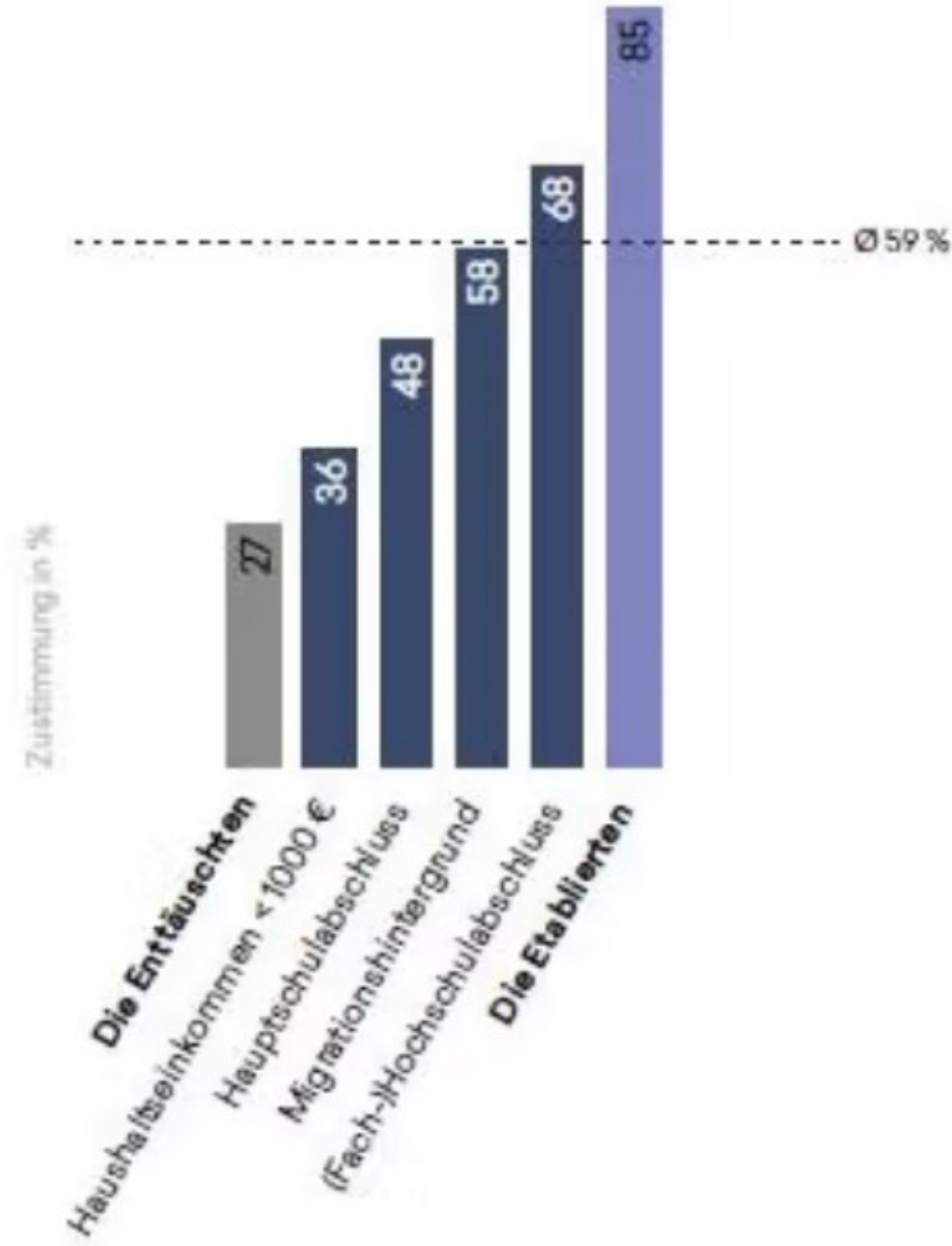


„Ich habe ausreichend Chancen, im Leben voranzukommen“

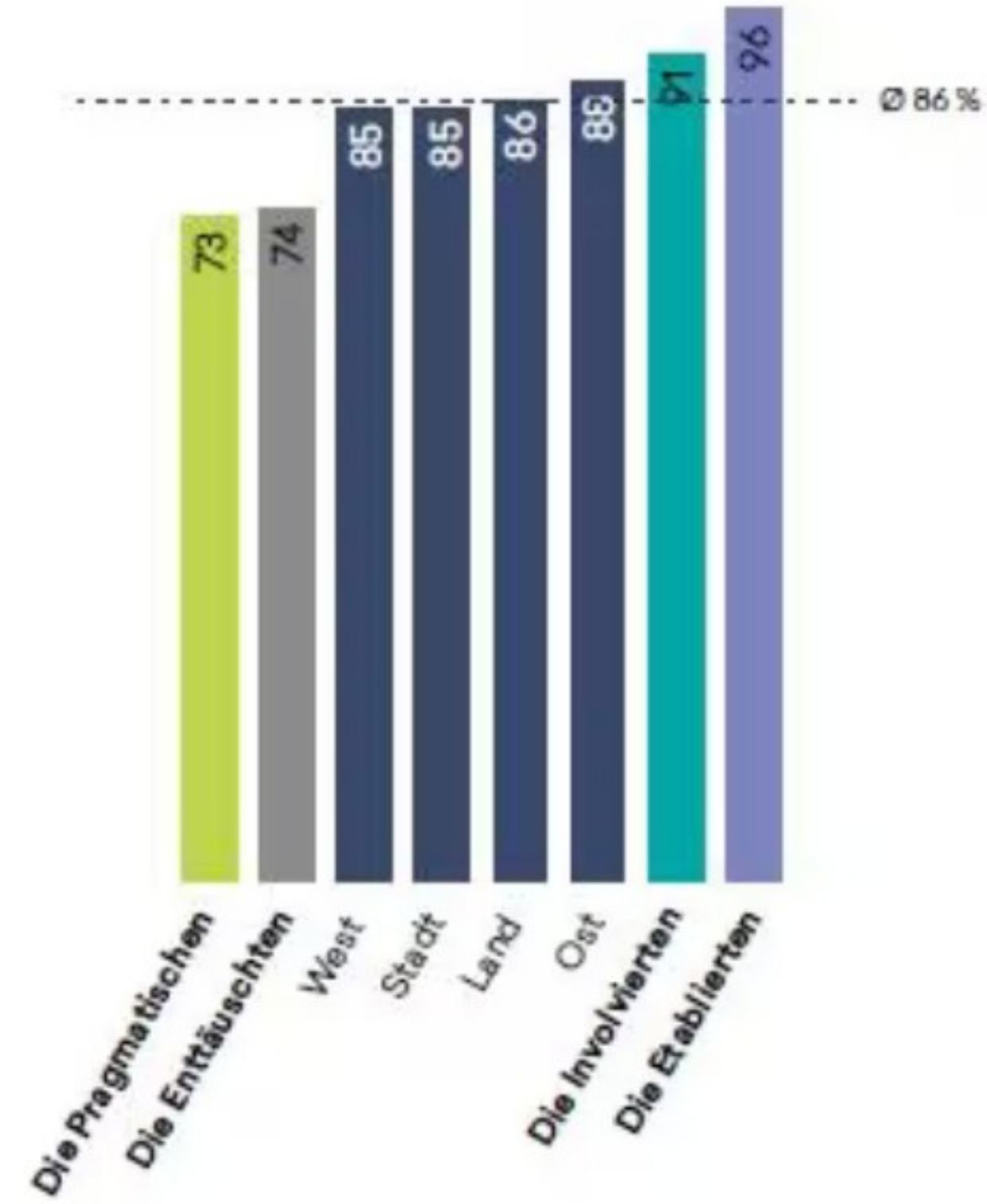
„Ich weiß genau, wo ich mich zu Hause fühle und wo ich hingehöre“



„Ich habe ausreichend Chancen, im Leben voranzukommen“



„Ich weiß genau, wo ich mich zu Hause fühle und wo ich hingehöre“



Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Quelle: More in Common (2019)

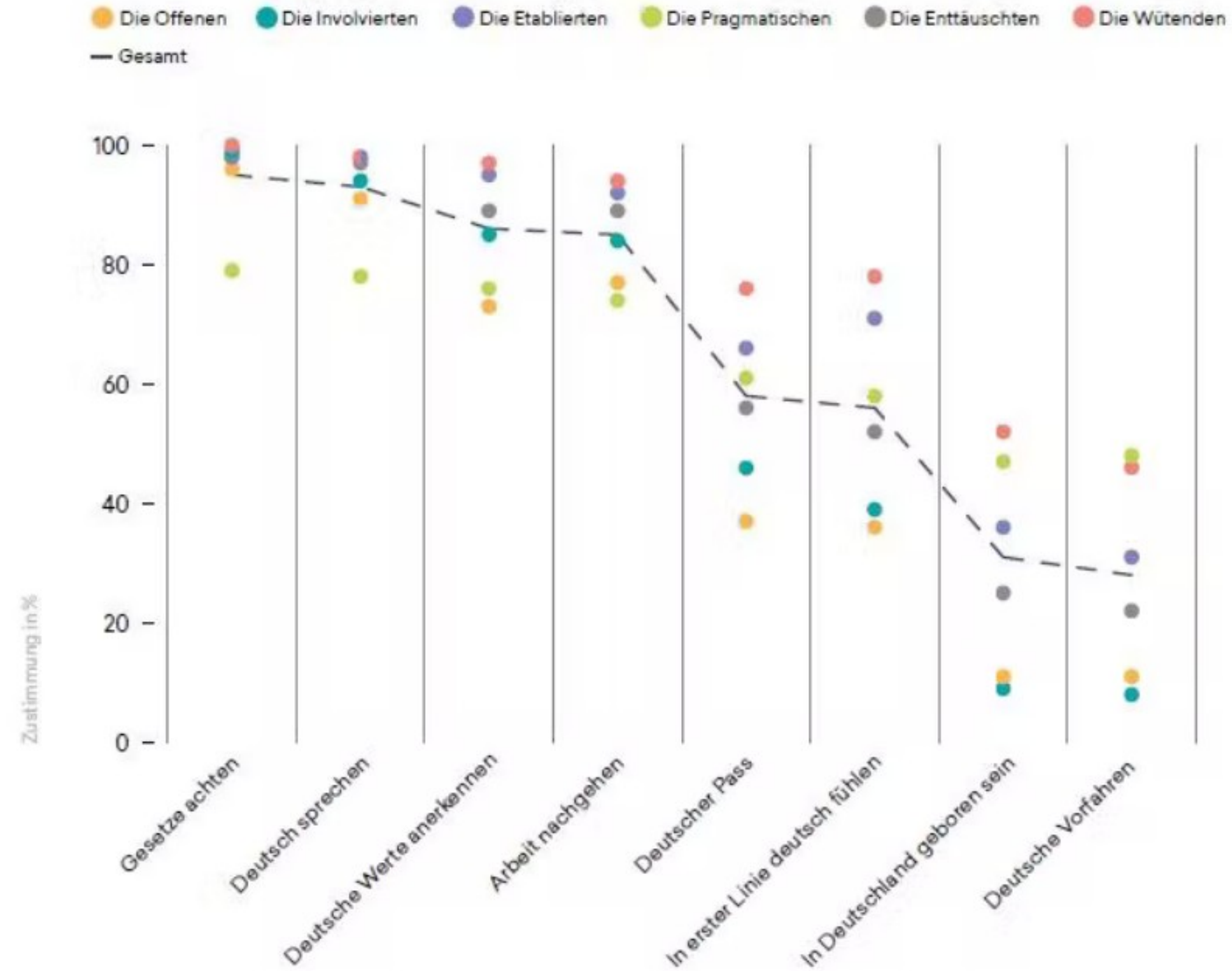


Diagramm 15

Deutsche Identität im Wandel

Zugehörigkeitskriterien zur deutschen Gesellschaft sind nicht mehr nur Geburt und Abstammung, sondern erwerbbar.

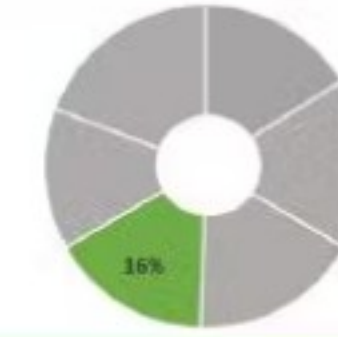
Für Zugehörigkeit zur deutschen Gesellschaft muss eher erfüllt sein ...



In welchem Maße müssen die folgenden Bedingungen Ihrer Meinung nach erfüllt sein, damit jemand zur deutschen Gesellschaft gehört?
 Quelle: More in Common (2019)



4) Die Pragmatischen



Zentrale Themen: Gerechte Löhne; Altersvorsorge/Rente; bezahlbarer Wohnraum

Einstellungen zu Migration		Ängste & Demografie	
Wirtschaft <ul style="list-style-type: none"> • Unsicher, ob Migration gut für die Wirtschaft ist • Einige denken, dass sie Vorteile für Arbeitgeber*innen hat • Neigen dazu zu denken, dass sie die Sozialsysteme nicht stärken wird • Stimmen aber zu, dass Migrant*innen der 2. & 3. Generation gleich viel beitragen 	Kultur <ul style="list-style-type: none"> • Unsicher, ob Migration gut für das kulturelle Leben ist • Geteilt zur Frage, ob Migration zu einem Verlust von „Deutsch-Sein“ führen wird • Manche fühlen sich wie „Fremde im eigenen Land“ • Unsicher, ob Menschen mit verschiedenen Hintergründen & Glauben gut zusammenleben 	Vertrauen & Ängste <ul style="list-style-type: none"> • Ziemlich misstrauisch • Neigen dazu, sich wertgeschätzt zu fühlen • Fühlen sich wirtschaftlich etwas ausgegrenzt • Unsicher, ob sie sich als Bürger*innen zweiter Klasse fühlen • Neigen dazu, zu denken, dass sich die Welt zu schnell ändert • Neigen zum Gefühl der Kontrolle über ihre Zukunft 	<ul style="list-style-type: none"> • Gespalten in ihrer Zufriedenheit mit der Demokratie • Neigen dazu, Politiker*innen nicht zu vertrauen • Frustriert mit „Political Correctness“ • Insgesamt besorgt über Rechts-extremismus
Islam/Muslim*innen <ul style="list-style-type: none"> • Denken insg., dass Islam & deutsche Gesellschaft inkompatibel sind • Unsicher, ob Muslim*innen Teil der Gesellschaft sind • Stimmen nicht zu, dass Muslim*innen ähnliche Werte wie sie vertreten • Aber einige sind besorgt über die Ablehnung von Muslim*innen in der Gesellschaft 	Sonstiges <ul style="list-style-type: none"> • Unsicher, ob Migrant*innen versuchen, sich zu integrieren • Sagen eher, dass gut integrierte „Gastarbeiter“ bleiben können • Glauben eher, dass Migration zu mehr Kriminalität führt, sind aber uneins, ob sie zu Verlust staatlicher Kontrolle führt • Stimmen eher zu, dass Geflüchtete Asyl verdienen 	Demografie <ul style="list-style-type: none"> • Jüngste (56% 18-39) • Höchster Anteil mit Migrationshintergrund (1 von 5) • Eher vorstädtisch • Eher katholisch • Unsicher, wen sie wählen, aber einige Anhänger*innen von Union, SPD & AfD • Durchschnittliche Bildung & Einkommen 	

Blau: Swayable; Schwarz: More in Common

Entwickelt durch den Research and Evaluation Hub, ICPA-Inkubator für Strategische Kommunikation.

Die Profile basieren auf zwei Quellen: 1) Segmentierungsdaten der More in Common 2019 Studie - <https://www.dieandereteilung.de> & 2) Segmentierung von Umfragedaten zu den Einstellungen der deutschen Öffentlichkeit zu Migration, Muslim*innen und Islam aus einem Swayable-Test von Kampagnenmaterialien, der 2019 durchgeführt wurde, mit einer von ICPA in Auftrag gegebenen Analyse von Dr. James Dennison (Migration Policy Centre) 2020

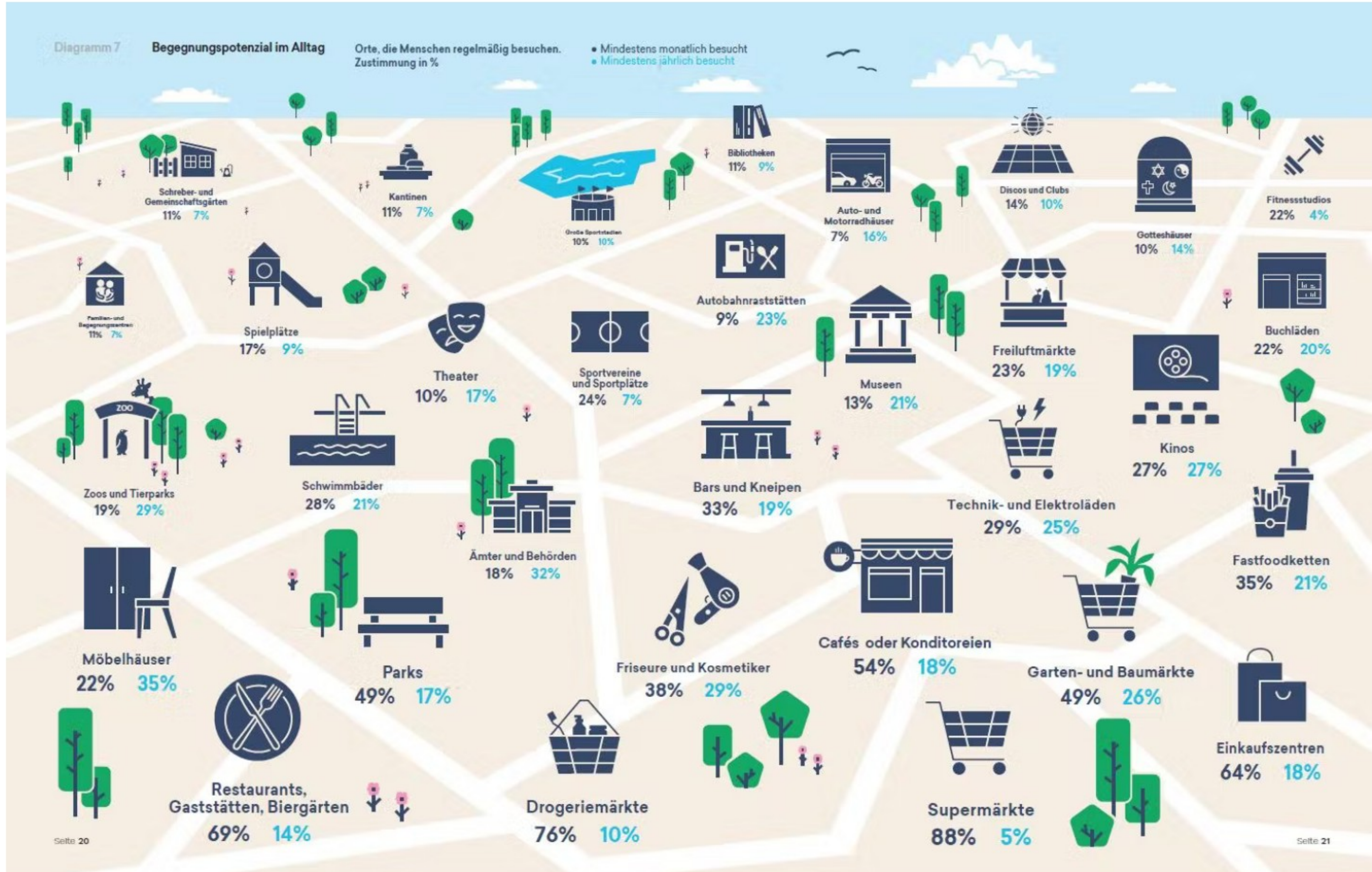
Segmentierung der deutschen Bevölkerung zu Einstellungen zu Migration/Integration & Islam/Muslim*innen (2019)



Aufgabe:

1. Beschreiben Sie die "Die Pragmatischen" mit 5 Adjektiven
2. Wie kann man die Einstellung der Gruppe zu Migration beschreiben?
3. Welche Werte sind der Gruppe Ihrer Meinung nach wichtig?





12 Schlüssel für die Neuausrichtung der Migrationsdebatte

Quelle: ICPA



01

**Stärke Deine Basis — Binde
die Mitte ein — Bestimme die Extreme
und dränge sie ins Abseits.**

<https://www.narrativechange.org/de/toolkit/hauptlektionen>



02

»**Verneinst** Du einen Frame,
rufst Du ihn dennoch hervor.«



03

**Werte vereinen,
Positionen entzweien.**



04

Versetze Dich *in ihre Lage.*



05

Verstehen heißt nicht
Zustimmen.



06

**Ordne die Debatte (neu)
durch **positive Botschaften**
und Lösungen.**



07

Bilder sprechen Bände.



08

**Botschaften brauchen ein
ausgewogenes Verhältnis zwischen
Resonanz und Dissonanz.**



Kampagnenbeispiel



JUMA-Kampagne #gemeinsammenschlich



6 Plakate



Inwieweit passt der Narrative-Change-Ansatz mit seiner Einbindung skeptischer mittlerer Zielgruppen zu Ihrem beruflichen / privaten Engagement?

Diskussionsfrage



Drei Wörter um das Seminar zu beschreiben..



Bewertung des Seminars

Trifft gar nicht zu

Ich konnte noch einmal einen anderen Blickwinkel auf öffentliche Debatten gewinnen

Ich konnte mein Verständnis bestimmter gesellschaftlicher (Ziel-)Gruppen vertiefen

Ich konnte neue Ideen für mein eigenes Engagement mitnehmen

Ich konnte mich im Seminar genügend einbringen

Ich bin mit der Programmgestaltung des Seminars zufrieden

Trifft vollkommen zu



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

