

Waffen der Massentäuschung - So einfach werden wir manipuliert

21.11.2020 | [Adam Taggart](#)

Einer der am meisten gesehenen Dokumentarfilme auf Netflix ist derzeit The Social Dilemma, ein Exposé darüber, dass die Technologiebranche unser Denken und unser Verhalten in großem und kleinem Ausmaß manipuliert. Und die meiste Zeit sind wir dem gegenüber vollkommen blind.

Diese Unternehmen nutzen die Schwächen unserer zerebralen Programmierung aus; sie verwenden unsere Ängste, unsere Hoffnungen und das Verlangen unseres Gehirns nach Dopamin, um uns das tun zu lassen, was ihre Werbekunden möchten - ob es nun um den Konsum bestimmter Inhalte, den Kauf bestimmter Produkte oder das Wählen eines bestimmten Kandidaten geht.

Das ist ein massives, gesellschaftliches Problem, dem wir nun gerade erst als Gesellschaft gewahr werden. Wie viel mehr Kontrolle haben diese Unternehmen über unsere Gedanken und unser Verhalten als wir derzeit realisieren? Wie viel ist akzeptabel? Wie schützen wir uns in Zukunft?

Zu versuchen, uns von diesen Bemühungen "abzukapseln" wird nicht einfach sein - wie jeder Elternteil weiß, der einmal versucht hat, das eigene Kind einige Tage (oder Stunden) von den sozialen Medien fernzuhalten. Doch so groß dieses Problem auch ist, es ist weder neu noch auf den Technologiesektor beschränkt. Vermarkter und Politiker haben unsere evolutionäre Programmierung schon seit Jahrzehnten absichtlich ausgenutzt, um uns dazu zu bringen, nach ihrer Pfeife zu tanzen.

Die Psychologie des Überredens

Ein gutes Buch, das die Psychologie hinter dieser Manipulation erklärt ist "Influence: The Psychology Of Persuasion" von Robert Cialdini. Er beginnt das Buch mit der Enthüllung, dass alle Tierarten, einschließlich Menschen, stereotypische "Verhaltensreaktionen" auf bestimmte Stimuli entwickelt haben. Grund dafür ist die Tatsache, dass das Leben (zunehmend) komplex ist und diese standardisierten Reaktionen einen evolutionären Vorteil darstellen. Zumindest war dies einst der Fall.

Cialdini bezeichnet diese festgelegten Handlungsmuster als den "Klick-Surren-Effekt." Wenn sie ausgelöst werden, dann ist es, als würde ein Knopf in unserem Gehirn betätigt (Klick!), der uns dann zur Ausführung einer bestimmten Reihe an Handlungen bringt (Surr!). Klick! Ein möglicher Fressfeind? Surr! Steigende Herz- und Atemfrequenz, geweitete Pupillen, angespannte Muskeln, ausgeschüttetes Adrenalin, Vorbereitung auf Kampf/Flucht.

Diese Art automatische Reaktion leistete unseren sammelnden und jagenden Vorfahren gute Dienste. Diejenigen, die eine stärkere Version dieses Effekts besaßen, überlebten wahrscheinlicher als diejenigen, die das nicht taten. Doch in der heutigen, modernen Welt - fernab der afrikanischen Savannen, in denen sich der Mensch erstmals entwickelte - bringen uns diese festgelegten Reaktionsmuster nicht mehr dieselben Vorteile. Tatsächlich können sie sogar zu unserem Nachteil ausgenutzt werden.

Der Truthahn und der Iltis

Ein gutes, nicht-menschliches Beispiel ist eine Studie, die vom Tierverhaltensexperten M.W. Fox in den 1970er Jahren durchgeführt wurde. Weibliche Truthähne besitzen ein sehr starkes Reaktionsverhalten gegenüber Iltissen. Ein Iltis ist eine Art Wiesel, der es liebt, die Küken von Truthähnen zu fressen. Wenn ein weiblicher Truthahn also einen Iltis sieht - wenn auch nur einen ausgestopften - dann verfällt er in eine Art Berserkerwut und tut alles, um den Eindringling zu kratzen und zu picken. Doch ein weiblicher Truthahn besitzt ebenfalls ein starkes Reaktionsverhalten auf das Piepsen der Küken. Wenn er es hört, verfällt er in einen Pflege-Modus: Füttern, Umsorgen, Wärmen und Putzen.

Diese Reaktion ist so stark, dass es die Programmierung gegenüber Iltissen übertrifft. Wie erwähnt, wird der Truthahn den ausgestopften Iltis attackieren, sobald er ihn sieht. Doch wenn ein Gerät im Inneren platziert wird, der das Piepsen der Küken imitiert, verändert der Truthahn sein Verhalten. Statt ihn zu attackieren, umsorgt er den Iltis wie eines der eigenen Küken. Die natürliche Programmierung gegenüber dem Iltis wurde gehackt. Und nun agiert der Truthahn in dessen besten Interesse, nicht seinem eigenen.

Wir wurden gehackt!

Sicher, denken Sie vielleicht, das ist ein Truthahn. Ich bin deutlich intelligenter als irgendein dummer Vogel. Niemand kann mich so täuschen. Leider, so Cialdini, ist dies nicht der Fall. Menschen haben genauso viele festgelegte Verhaltensmuster. Tatsächlich denkt Cialdini, dass wir noch verwundbarer sind als der Truthahn, weil unsere Spezies in einem rapide verändernden und komplexen Umfeld lebt. Wir brauchen diese "Verhaltensreaktionen", um diese Komplexität zu überstehen.

Und hier liegt die Gefahr: Genau wie M.W. Fox herausfand, dass er das Verhalten des Truthahns verändern konnte, so haben politische Entscheidungsträger und Vermarkter herausgefunden, wie sie das bei uns tun können. Es gibt eine Litanei an festgelegten Verhaltensmustern, die im menschlichen Gehirn verankert sind. Das ist die Basis von Cialdinis Buch. Er beschreibt sie detailliert mit einer Warnung: Diejenigen, die auf Macht und Profit aus sind, werden unsere Ignoranz dieser Trigger gegen uns verwenden. Nicht überzeugt? Hier sind zwei Beispiele.

1. Teuer = Gut

Eine weitverbreitete, mentale Reaktion ist, dass "teuer = gut" ist. Und unsere täglichen Erfahrungen bestärken diesen Glauben allgemein. Ein neuer Tesla kostet mehr als ein gebrauchter AMC Gremlin. Ein Zimmer im Ritz-Carlton kostet mehr als ein Motelzimmer. Bessere, hochqualitative Waren und Dienstleistungen kommen üblicherweise zu einem hohen Preis.

Cialdini zitiert ein unabsichtliches Experiment, bei dem ein Juwelier frustriert versuchte, überschüssigen Türkisbestand während der Tourismussaison loszuwerden. Sie hatte versucht, den Schmuck gut zu bewerben und ihre Angestellten angehalten, das Produkt anzupreisen. Doch nichts funktionierte.

Aufgebend und als sie zu einer Geschäftsreise aufbrach, hinterließ sie ihrem Geschäftsführer eine Instruktion, dass der Preis um die Hälfte reduziert werden sollte. Als sie zurückkehrte, war sie überrascht, dass alles verkauft worden war.

Doch noch überraschender war die Tatsache, dass ihre Instruktionen falsch ausgelegt worden waren. Anstatt den Preis um die Hälfte zu reduzieren, hatte der Geschäftsführer ihn verdoppelt. Die Kunden, die einen deutlich höheren Preis für den Schmuck sahen, schlussfolgerten einfach, dass er wertvoll sein müsste. Und somit begehrenswerter. Ausreichend, um sie zum Kaufen zu bewegen.

Obgleich dieses Beispiel unabsichtlich war, so nannte Cialdini zahlreiche Momente, in denen das Reaktionsverhalten auf "Teuer = Gut" verwendet wurde, um uns zu Käufen zu bringen, die wir normalerweise nicht getätigt hätten.

2. Die Macht des "Weil"

Wenn uns jemand um einen Gefallen bittet, ist es wahrscheinlicher, dass wir zustimmen, wenn uns ein Grund dafür genannt wird. Interessant ist, dass nicht die Aussagekraft des Grundes zählt. Alleine die Tatsache, dass uns ein Grund geboten wird, ist ausreichend. Wir sind praktisch gewillt, etwaigen Grund zu rationalisieren, um unseren Willen zur Zustimmung zu erklären. Cialdini bezieht sich auf eine Studie unter Verwendung eines Kopiergeräts, die das gut illustriert.

Wenn vor dem Gerät eine Schlange steht und jemand nach vorne eilt und fragt: "Entschuldigen Sie mich, ich muss fünf Seiten kopieren. Könnte ich den Kopierer benutzen, weil ich in Eile bin?" dann hat diese Person eine Erfolgswahrscheinlichkeit von 94%. Fast jeder wird ihn verlassen. Doch wenn "weil ich in Eile bin" weggelassen wird, dann fällt die Erfolgswahrscheinlichkeit auf nur 60%. Ohne gebotenen Grund sind weniger Leute gewillt, ihren Platz in der Schlange aufzugeben.

An dieser Stelle wird es nun interessant. Praktisch jeder Grund ist ausreichend, egal wie schwach oder irrelevant er ist. Wenn das Skript zu "Entschuldigen Sie mich, ich muss fünf Seiten kopieren. Könnte ich den Kopierer benutzen, weil ich einige Kopien machen muss?" geändert wird, dann steigt die Wahrscheinlichkeit zurück auf 93%.

Es stellt sich heraus, dass das Wort "weil" eine starke Reaktion bei Menschen auslöst. Es ist eine mentale Verhaltensreaktion, die uns sagt "Ich sollte tun, was diese Person sagt, weil sie einen guten Grund hat."

Fragen Sie sich, warum Lebensmittelhersteller wollen, dass wir ihre Produkte kaufen, "weil sie voller essentieller Vitamine und Mineralien sind?" Oder warum L'Oreals Slogan "weil Sie es sich wert sind" ist?

Oder warum uns Politiker darum bitten, eine neue Politik zu akzeptieren, "weil es das Richtige ist?"

Sie verwenden absichtlich die Verhaltensreaktion der Zielgruppe, um so viele Menschen wie möglich dazu zu bringen, so zu reagieren, wie sie es möchten. Wie oft wird unser Knopf von externen Akteuren betätigt? Wie oft sind sie erfolgreich dabei, unsere Gedanken oder unser Verhalten zu beeinflussen? Sind Sie sich Ihrer Antwort sicher? Definitionsgemäß nehmen wir diese Muster üblicherweise unterbewusst wahr und rationalisieren unser Verhalten im Nachhinein.

Denken Sie zweimal darüber nach, wenn Sie zum "Handeln" ermutigt werden

In der heutigen Gesellschaft - in der Unternehmenskartelle nahezu jeden Geschäftssektor kontrollieren, in der 90% der Medien sechs Unternehmen gehören, in der mächtige, spezielle Interessen unsere politischen Parteien finanzieren und kontrollieren, in der Datenbranche und soziale Medien unsere persönlichen Informationen sammeln und kommerzialisieren - unterliegen wir dem höchsten Maße an psychologischer Manipulation, die es in der Geschichte jeder Spezies jemals gab.

Um zu verhindern, Opfer zu werden, müssen wir verstehen, wie diese Hacks gegen uns verwendet werden, damit wir sie erkennen und Schritte unternehmen können, sie zu entkräften. Das wird nicht einfach werden. Die heutige Manipulation wurde über Jahrzehnte verfeinert und verwendet aktuellste Wissenschaft und Technologie. Sie ist spezifisch darauf ausgelegt, unsere Emotionen anzuregen, unsere Ängste auszunutzen und unsere Sehnsüchte anzufachen. Sie ist oftmals von einer falschen Moralität umgeben, die darauf ausgelegt ist, uns Glauben zu machen, dass Widerstand unethisch ist.

Nehmen wir den großen Neustart als Beispiel, den die Weltmächte (World Economic Forum, IWF, etc.) derzeit so kräftig befürworten. Es wird eine sehr spezifische Reihe an Handlungen für die Länder dargelegt, die über Bürger verhängt werden müssen; und all das wird unter dem noblen Deckmantel einer nachhaltigen Zukunft für den Planeten präsentiert.

Wie viel von dem, was der große Neustart empfiehlt, ist tatsächlich notwendig und in unserem besten Interesse? Und wie stark dient er den selbstsüchtigen Interessen der Machthaber? Diese wichtigen Fragen können wir nicht beantworten, wenn wir es unserer Verhaltensreaktion erlauben, uns automatisch zur Zustimmung zu verleiten. Wir müssen die mentale Manipulation erkennen und ihr widerstehen. Und nur dann können wir die Situation evaluieren und unsere Entscheidungen überdenken.

© Adam Taggart
[Peak Prosperity](#)

Der Artikel wurde am 13. November 2019 auf www.peakprosperity.com veröffentlicht und exklusiv für GoldSeiten übersetzt.

Dieser Artikel stammt von GoldSeiten.de
Die URL für diesen Artikel lautet:
<https://www.goldseiten.de/artikel/472755--Waffen-der-Massentaeuschung---So-einfach-werden-wir-manipuliert.html>

Für den Inhalt des Beitrages ist allein der Autor verantwortlich bzw. die aufgeführte Quelle. Bild- oder Filmrechte liegen beim Autor/Quelle bzw. bei der vom ihm benannten Quelle. Bei Übersetzungen können Fehler nicht ausgeschlossen werden. Der vertretene Standpunkt eines Autors spiegelt generell nicht die Meinung des Webseiten-Betreibers wieder. Mittels der Veröffentlichung will dieser lediglich ein pluralistisches Meinungsbild darstellen. Direkte oder indirekte Aussagen in einem Beitrag stellen keinerlei Aufforderung zum Kauf-/Verkauf von Wertpapieren dar. Wir wehren uns gegen jede Form von Hass, Diskriminierung und Verletzung der Menschenwürde. Beachten Sie bitte auch unsere [AGB/Disclaimer!](#)

Die Reproduktion, Modifikation oder Verwendung der Inhalte ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung ist untersagt!
Alle Angaben ohne Gewähr! Copyright © by GoldSeiten.de 1999-2025. Es gelten unsere [AGB](#) und [Datenschutzrichtlinien](#).