

Zusammenfassung aus Buch „Werbe- und Konsumentenpsychologie“

Kapitel 6 – Automatische Handlungssteuerung von außen

1. Ziele wirken auch dann handlungssteuernd, wenn sie nicht von Individuum selbst, sondern durch Außenreize gesetzt werden. Ziele können auch automatisch und ohne die bewusste Aufmerksamkeit der handelnden Person aktiviert werden.
2. Menschen haben eine automatische Neigung, beobachtetes Verhalten nachzuahmen. Entsprechende Impulse werden durch die Wahrnehmung oder Imagination von Bewegungen ausgelöst.
3. Wir kooperieren stärker mit Personen, die unsere eigenen Verhaltensweisen spiegeln bzw. nachahmen.
4. Das Priming von mentalen Konzepten und metaphorischen Bedeutungen kann sich auf konkretes Verhalten auswirken. Menschen neigen zu Verhaltensweisen, die zu denjenigen Konzepten passen, mit denen sie kurz zuvor konfrontiert wurden. Die Forschungen zum Priming mit konkreten Verhaltensfolgen erweisen sich in Replikationsstudien häufig als instabil. Entsprechende Ergebnisse sollten also mit Vorsicht interpretiert werden.
5. Unterschwellige Wahrnehmung kann unser Verhalten beeinflussen. Unterschwellige Aufforderungen sind aber mit Sicherheit wirkungslos. Unterschwellig präsentierte Stimuli können jedoch im Sinne eines Primings bereits vorliegende Ziele oder Bedürfnisse aktivieren und damit auf das Verhalten wirken. Auch eine Konditionierung mit unterschwellig präsentierten Stimuli ist möglich. Die Effekte unterschwelliger Beeinflussung sind aber nicht größer als andere Effekte einer unbemerkten, aber überschwelligen Informationsaufnahme.