

PSYCHOLOGIE: Durch die falsche Brille

Hamburg, 21. November 2009 – Wer gefälschte Markenbrillen auf der Nase trägt, verdirbt nicht nur seine Augen – sondern auch seinen Charakter. Das jedenfalls behauptet der US-amerikanische Psychologe Dan Ariely. Wie das Magazin GEO in seiner Dezember-Ausgabe berichtet, untersucht der Wissenschaftler von der Duke University in Durham das Phänomen moralischer Verwahrlosung, das mit einer leichten Verfehlung beginne und dann eine Kette weiterer Verstöße nach sich ziehe. Ariely hatte zwei Versuchsgruppen mitgeteilt, ob sie gefälschte oder echte „Chloé“-Brillen trugen. Als ihnen Geld versprochen wurde, wenn sie bei einer Testaufgabe mogelten, gingen vor allem die Fake-Träger darauf ein. Und sie ließen sich nicht nur eher zum Lügen verleiten: Sie waren auch besonders misstrauisch und zweifelten zugleich stark an der Ehrlichkeit ihrer Mitmenschen.

Die aktuelle GEO-Ausgabe umfasst 178 Seiten, kostet 6,30 Euro und ist ab sofort im Handel erhältlich.

Unter www.geo.de/presse-download finden Sie das aktuelle Heftcover zum Download.

Für Rückfragen:

Maike Pelikan
GEO Marktkommunikation
20444 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 / 37 03 - 21 57
Telefax +49 (0) 40 / 37 03 - 56 83
E-Mail pelikan.maike@geo.de
Internet www.geo.de