

23. Oktober 2008

COMMUNICATION.AG

Der Dr. Fox Effekt

Erfunden und durchgeführt wurde der Test 1970 von drei Wissenschaftlern der University of Southern California School of Medicine, der Southern Illinois University School of Medicine und der USC Division of Continuing Education in Psychiatry.

Die Hypothese war, dass ein guter Vortrag selbst erfahrenen Zuhörern das Gefühl vermitteln kann, etwas gelernt zu haben, auch wenn der Inhalt falsch und sogar widersprüchlich ist.

So hielt der Schauspieler Michael Fox, er hatte ein angenehmes Auftreten und eine bestimmende Stimme, als Dr. Myron L. Fox vor versammelten Experten einen Vortrag, der den eindrucksvollen Titel „Die Anwendung der mathematischen Spieltheorie in der Ausbildung von Ärzten“ trug. Den Teilnehmern des Weiterbildungsprogramms der University of Southern California School of Medicine wurde Fox als „Autorität auf dem Gebiet der Anwendung von Mathematik auf menschliches Verhalten“ vorgestellt.

Er beeindruckte die Zuhörer mit seinem gewandten Auftritt derart, dass keiner von ihnen merkte: Der Mann war Schauspieler und hatte keine Ahnung von Spieltheorie. Alles, was Fox getan hatte, war, aus einem Fachartikel über Spieltheorie einen Vortrag zu entwickeln, der ausschließlich aus unklarem Gerede, erfundenen Wörtern und widersprüchlichen Feststellungen bestand, die er mit viel Humor und sinnlosen Verweisen auf andere Arbeiten vortrug.

Hinter dieser Täuschung standen John E. Ware, Donald H. Naftulin und Frank A. Donnelly, die mit dieser Demonstration eine Diskussion über den Inhalt des Weiterbildungsprogramms initiieren wollten. Das Experiment sollte die Frage beantworten: Ist es möglich, eine Gruppe von Experten mit einer brillanten Vortragstechnik so hinters Licht zu führen, dass sie den inhaltlichen Nonsens nicht bemerken?

John Ware übte stundenlang mit dem Schauspieler: „Das Problem war, Fox davon abzuhalten, etwas Sinnvolles zu sagen“. Fox war sich sicher, dass der Schwindel auffliegen würde. Doch das Publikum hing an seinen Lippen und begann nach dem einstündigen Vortrag, fleißig Fragen zu stellen, die er so virtuos nicht beantwortete, dass niemand es merkte. Auf dem Beurteilungsbogen gaben alle zehn Zuhörer an, der Vortrag habe sie zum Denken angeregt, neun fanden zudem, Fox habe das Material gut geordnet, interessant vermittelt und ausreichend Beispiele eingebaut.

Mit dem Experiment zeigt sich die Erkenntnis aus der Rhetorik, dass der Inhalt der Rede nur einen kleinen Teil des Erfolges ausmacht. Das Auftreten (Visuelle Kommunikation 50%), die Art der Vermittlung (Akustik 40%) sind viel wichtiger für den Teil, welcher beim Empfänger verbleibt. Der Inhalt (10%) hat nur einen kleinen Anteil. Dass dieser sogar ganz wegfallen kann, hat dieses Experiment gezeigt. Das Experiment erhielt den Namen „Dr.-Fox-Effekt“.

<http://www.er.uqam.ca/nobel/r30034/PSY4180/Pages/Naftulin.html>