



Name: _____

Klasse: _____

Zentrale Prüfungen – Deutsch

Deutsch, Abendrealschule

Erster Prüfungsteil: Leseverstehen

Rolf Dobelli: Social Proof. Wenn Millionen von Menschen eine Dummheit behaupten, wird sie deswegen nicht zur Wahrheit

(1) Sie sind auf dem Weg in ein Konzert. An einer Straßenkreuzung treffen Sie auf eine Gruppe Menschen, die alle in den Himmel starren. Ohne sich etwas zu überlegen, schauen auch Sie hoch. Warum? Social Proof. Mitten im Konzert, an einer erstklassig gemeisterten Stelle, beginnt einer zu klatschen, und plötzlich klatscht der ganze Saal. Auch Sie. Warum? Social Proof. Nach dem
5 Konzert stehen Sie an der Garderobe, um Ihren Mantel abzuholen. Sie beobachten, wie die Leute vor Ihnen eine Münze auf einen Teller legen, obwohl die Garderobe offiziell im Eintrittspreis inbegriffen ist. Was tun Sie? Sie werden wohl auch ein Trinkgeld hinterlassen.

Social Proof bedeutet: Ich verhalte mich richtig, wenn ich mich so wie die anderen verhalte. Anders ausgedrückt: Je mehr Menschen eine Idee richtig finden, desto korrekter ist diese Idee – was
10 natürlich absurd¹ ist. Man findet Social Proof unter anderem in der Kleidermode und im Freizeitverhalten.

(2) Das Solomon-Asch-Experiment² – zum ersten Mal 1950 durchgeführt – zeigt, wie Gruppendruck den gesunden Menschenverstand verbiegt. Einer Versuchsperson werden Linien verschiedener Länge gezeigt. Dabei muss die Person angeben, ob eine Linie länger, gleich lang oder
15 kürzer als eine Referenzlinie (Vergleichslinie) ist. Sitzt die Person allein im Raum, schätzt sie alle gezeigten Linien richtig ein, denn die Aufgabe ist wirklich einfach. Nun kommen sieben andere Leute in den Raum – alles Schauspieler, was die Versuchsperson aber nicht weiß. Einer nach dem anderen gibt eine falsche Antwort, sagt „kleiner“, obwohl die Linie offensichtlich größer als die Referenzlinie ist. Dann kommt die Versuchsperson dran. In 30 % der Fälle wird sie dieselbe falsche
20 Antwort liefern wie die Schauspieler vorher – aus reinem Gruppendruck.

(3) Warum ticken wir so? Weil dieses Verhalten sich in unserer evolutionären Vergangenheit als gute Überlebensstrategie erwiesen hat. Angenommen, Sie sind vor 50.000 Jahren mit Ihren Freunden in der Steppe unterwegs, und plötzlich rennen Ihre Begleiter davon. Was tun Sie? Bleiben Sie stehen, kratzen sich die Stirn und überlegen, ob das, was Sie sehen, nun wirklich ein Löwe ist
25 oder nicht vielmehr ein harmloses Tier, das nur wie ein Löwe aussieht? Nein, Sie spürten Ihren Freunden hinterher, so schnell Sie können. Reflektieren³ können Sie nachher – wenn Sie in Sicherheit sind. Dieses Verhaltensmuster ist so tief in uns verankert, dass wir es noch heute anwenden, auch dort, wo es keinen Überlebensvorteil bringt.

¹ absurd: unlogisch, widersinnig

² Solomon-Asch-Experiment: Experiment, das der Psychologe Solomon Asch entwickelt hat

³ reflektieren: nachdenken



Name: _____

Klasse: _____

- 30 (4) Ein einziger Fall kommt mir in den Sinn, wo Social Proof in der heutigen Zeit von Nutzen ist: Angenommen, Sie haben Karten für ein Fußballspiel in einer fremden Stadt und wissen nicht, wo das Stadion ist. Dann macht es Sinn, den Leuten hinterherzulaufen, die wie Fußballfans aussehen. Comedy und Talkshows nutzen Social Proof, indem sie an strategischen Stellen Gelächter einspielen, was die Zuschauer nachweislich zum eigenen Lachen anstiftet.
- 35 (5) Die Werbung nützt unsere Schwäche für Social Proof systematisch aus. Sie funktioniert am besten, wo die Situation unübersichtlich ist (nicht überblickbare Anzahl von Automarken, Reinigungsmitteln, Schönheitsprodukten usw. ohne offensichtliche Vor- und Nachteile) und wo Menschen „wie du und ich“ vorkommen. Seien Sie misstrauisch, wann immer eine Firma behauptet, ihr Produkt sei das „meistverkaufte“. Ein absurdes Argument, denn warum soll das Produkt besser sein, nur weil es das „meistverkaufte“ ist? Der Schriftsteller Somerset Maugham drückt es so aus:
- 40 Wenn 50 Millionen Menschen eine Dummheit behaupten, wird sie deswegen nicht zur Wahrheit.

Dobelli, Rolf: Social Proof. Wenn Millionen von Menschen eine Dummheit behaupten, wird sie deswegen nicht zur Wahrheit. In: Ders.: Die Kunst des klaren Denkens. 52 Denkfehler, die Sie besser anderen überlassen. München: Carl Hanser Verlag 2011. S. 17-19.



Name: _____

Klasse: _____

Aufgaben zum Leseverstehen

1. Kreuzen Sie die richtige Antwort an.

Mit „Social Proof“ ist im Textzusammenhang gemeint, dass man ...

a)	ohne Beeinflussung Entscheidungen trifft.	<input type="checkbox"/>
b)	sich einer Mehrheitsentscheidung anschließt.	<input type="checkbox"/>
c)	an einem Verhaltensvergleich teilnimmt.	<input type="checkbox"/>
d)	alleine einen größeren Überlebensvorteil hat.	<input type="checkbox"/>

2. Kreuzen Sie die richtige Antwort an.

Eine Idee ist laut Abschnitt 1 nicht dadurch richtig, dass sie ...

a)	von einer Mehrheit angenommen wird.	<input type="checkbox"/>
b)	erfolgversprechend ist.	<input type="checkbox"/>
c)	viele Lebensbereiche anspricht.	<input type="checkbox"/>
d)	nur von Einzelnen vertreten wird.	<input type="checkbox"/>

3. Erläutern Sie die Aussage „Man findet Social Proof unter anderem in der Kleidermode.“
(Z. 10).

4. Kreuzen Sie die richtige Antwort an.

Das Hauptergebnis des in Abschnitt 2 beschriebenen Experiment ist, dass ...

a)	Verhaltensversuche regelmäßig wiederholt werden müssen.	<input type="checkbox"/>
b)	Schauspieler für Versuche besonders geeignet sind.	<input type="checkbox"/>
c)	Versuchspersonen verunsichert werden können.	<input type="checkbox"/>
d)	oft Versuche mit Gruppen durchgeführt werden.	<input type="checkbox"/>



Name: _____

Klasse: _____

5. Kreuzen Sie die richtige Antwort an.

Der erste Schritt des in Abschnitt 2 beschriebenen Experiments war die Beurteilung ...

a)	gleich langer Linien durch zwei Personen.	<input type="checkbox"/>
b)	unterschiedlicher langer Linien durch acht Personen.	<input type="checkbox"/>
c)	gleich langer Linien nur durch eine Person.	<input type="checkbox"/>
d)	unterschiedlicher langer Linien durch eine Person.	<input type="checkbox"/>

6. Erläutern Sie, welche Funktion die drei Fragen in Abschnitt 3 haben.

7. Kreuzen Sie die richtige Antwort an.

Das Verweisen auf die menschliche Vergangenheit (Abschnitt 3) dient im Text als ...

a)	Beschönigung menschlichen Verhaltens.	<input type="checkbox"/>
b)	Kritik menschlichen Verhaltens.	<input type="checkbox"/>
c)	Bemänglung menschlichen Verhaltens.	<input type="checkbox"/>
d)	Erklärung menschlichen Verhaltens.	<input type="checkbox"/>

8. Kreuzen Sie die richtige Antwort an.

Social Proof ist laut Abschnitt 4 vorteilhaft ...

a)	beim Lesen eines Stadtplans in unübersichtlichen Städten.	<input type="checkbox"/>
b)	bei Großveranstaltungen mit auffälliger Fankleidung.	<input type="checkbox"/>
c)	bei langweiligen Live-Übertragungen im Fernsehen.	<input type="checkbox"/>
d)	für die Auswahl des passenden TV-Programms.	<input type="checkbox"/>



Name: _____

Klasse: _____

9. Erläutern Sie die Grafik und beziehen Sie sich dabei auf den Text.



10. Welche der folgenden Aussagen trifft zu, welche trifft nicht zu?
Kreuzen Sie jeweils an.

In der Werbung wird Social Proof genutzt (Abschnitt 5), um ...

		trifft zu	trifft nicht zu
a)	über eine Vielzahl von Produkten aufzuklären.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b)	vor den Gefahren der Beeinflussung zu warnen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c)	das Kaufverhalten von Menschen zu beeinflussen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d)	Kunden zu einem neuen Produkt zu befragen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e)	ein gewöhnliches Produkt hervorzuheben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f)	über die Qualität eines Produktes zu informieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Name: _____

Klasse: _____

11. Kreuzen Sie die richtige Antwort an.

Man soll misstrauisch sein (Abschnitt 5), wenn ...

a)	ein Unternehmen ein Produkt häufig verkaufen kann.	<input type="checkbox"/>
b)	mit hohen Verkaufszahlen eines Produktes geworben wird.	<input type="checkbox"/>
c)	viele Menschen die gleiche Meinung zu einem Produkt äußern.	<input type="checkbox"/>
d)	viele Menschen mehrere Produkte eines Herstellers erwerben.	<input type="checkbox"/>

12. Ordnen Sie die folgenden Überschriften den Textabschnitten 1 – 5 zu.

	Überschrift	Textabschnitt (1, 2, 3, 4, 5)
a)	Social Proof zeigt sich in Erwartungsdruck.	
b)	Social Proof ist alltäglich.	
c)	Social Proof kann Leben retten.	
d)	Social Proof kann nützlich sein.	
e)	Social Proof wird kommerziell genutzt.	

13. Ein Studierender sagt nach dem Lesen des Textes:

„Der Mensch ist steuerbar, da er in seinen Entscheidungen vom Verhalten anderer Menschen beeinflusst wird.“

Sie können dieser Aussage zustimmen oder nicht. Wichtig ist, dass Sie Ihre Meinung begründen und sich auf mehrere Textaussagen beziehen.

Begründung:
