

cally constructed, some constructions are surely preferable to others.« Zudem können rhetorische Begründungsgänge geeignet sein »to discover the better reason and also help make the better appear the better reason«.

M. MICHAEL NICKL, Erlangen

Karin Böhme-Dürr / Jürgen Emig / Norbert M. Seel (Hrsg.): *Wissensveränderung durch Medien*. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen. – München, London, New York und Paris: K. G. Saur Verlag GmbH & Co. KG 1990, 319 Seiten mit zahlr. Tab. und Schaubildern.

Welche Rolle spielen Medien beim Wissenserwerb? Welche Bedingungen sind dem medialen Wissenserwerb förderlich? Mit diesen Fragen beschäftigten sich die Teilnehmer eines interdisziplinären Symposiums im Juni 1987 in Saarbrücken, dessen Beiträge nun in einem Tagungsband vorliegen.

Im Kapitel »theoretische Grundlagen« kritisiert *Klaus Merten* an der bisherigen Forschung zu diesem Thema die Vernachlässigung inhaltlicher Aspekte. Für ihn ist die Relevanz eine wichtige Determinante des Wissens, denn sie kann die Selektivität des Rezipienten enorm steigern.

Für die Erforschung der Wissensvermittlung fordert *Silke Kledzik* die Abkehr vom technischen Medienbegriff. Der statt dessen eingeführte »semiotische« Medienbegriff berücksichtigt den Einfluß der Medienform (z. B. AV-Medium) auf die Bedeutungen, die ein Rezipient Medieninhalten zuweist.

Im Bereich der psychologischen Grundlagenforschung liegen vier Aufsätze vor: Die Sprachpsychologen *Adolf Vukovich* und *Josef Krems* greifen bestimmte Kommunikationsfiguren, sogenannte Schemata, auf, die zur Verständlichkeit von Medieninhalten beitragen können. Anhand von drei Experimenten erläutern sie die Bedeutung der Schemata »Informationsbündelung« (z. B. Erfassung von Einzelteilen durch Sammelbegriff) und der »anbahnungstreuen Äußerungsergänzungen« (z. B. Wecken von Rezeptionserwartungen). Von gewisser Brisanz sind die Ergebnisse von Laborexperimenten zur Wort-

erkennung, die *Walter J. Perrig* vorstellt: Auch Informationen, die nur für Bruchteile von Sekunden eingeblendet werden und an die sich ein Rezipient nicht bewußt erinnert, können sein Verhalten beeinflussen. Wenn sich die Ergebnisse bestätigen, würde dies sicherlich die Verwendung von »Subliminals« in den Medien weiter fördern. Die Wissensveränderung z. B. bei der Rezeption von Nachrichtensendungen hängt im hohen Maße von der »Modalität« der Information ab, d. h. von der Verteilung auf den visuellen und den auditiven Kanal. *Johannes Engelkamp* und *Hubert D. Zimmer* zeigen, unter welchen Bedingungen es zu »Interferenzen« zwischen der Präsentation von Wörtern und Bildern sowie der Sprachübertragung kommt. *Sigmar-Olaf Tergan* verweist in seinem Aufsatz zur »themenorientierten qualitativen Wissensdiagnose in der Medienforschung« auf eine Lücke zwischen angewandter Medienforschung und gedächtnispsychologischer Grundlagenforschung. Die von ihm entwickelte Wissensdiagnose, die er am Beispiel »Computerinstruktionen« verdeutlicht, basiert auf dem Vergleich eines hypothetischen »idealen« Wissensmodells mit dem individuellen Erwerb von Wissen.

Das Kapitel zu kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen enthält drei Studien, die den Wissenserwerb für spezielle Rezeptionssituationen untersuchen. Nach *Karsten Renckstorf* sollte nicht das absolute erreichbare Wissen, sondern »der (relative) Wert bei der sinnvollen Strukturierung einer subjektiv gegebenen Umwelt« im Vordergrund stehen. Daran anschließend führt er die Konzepte »Informationswert« und »Gebrauchswert« zur empirischen Messung von »Akzeptanz« ein und überprüft sie anhand von Nachrichtenbeiträgen im Regionalfernsehen. Unklar bleibt allerdings, warum Renckstorf Indikatoren wie »anschaulich« oder »eintönig« zur Bewertung des Gesamteindrucks als »Wahrnehmungen« bezeichnet.

Es folgen zwei Studien zum dynamisch-transaktionalen Modell. *Klaus Schönbach* und *Wolfgang Eichhorn* befassen sich im Rahmen einer Studie zum Dortmunder Lokalwahlkampf 1984 mit zwei Bedingungen des Rezipientenwissens: Das »Image«, das der Rezipient von Journalisten hat, beeinflußt die Zeitungsnutzung. Diese wiederum fördert das Faktenwissen über die Wahl.

Dabei spielt es wider Erwarten keine Rolle, ob das Journalistenimage positiv oder negativ ist. Im Laufe der Zeit reduziert und modifiziert der Rezipient Medieninformationen gemäß seines »kognitiven Stils«, behält sie aber im Kern. Zu diesem Ergebnis kommt *Werner Früh* mit Hilfe des Inhaltsanalyse-Verfahrens SSI (= Semantische Struktur- und Inhaltsanalyse) und bestätigt damit wichtige Annahmen des dynamisch-transaktionalen Modells.

Ein Hauptgebiet der medialen Wissensforschung ist seit jeher die Nachrichtenforschung. Im ersten von drei Beiträgen aus diesem Bereich äußert *Peter Winterhoff-Spurk* Kritik an der derzeitigen Auffassung, Fernsehnachrichten sollten breit informieren. Die bisherige Nachrichtenforschung habe gezeigt, daß Personen Nachrichten nur im geringen Umfang rezipieren, behalten und verstehen. Im Vordergrund solle deshalb neben der Veränderung der Präsentation die Veränderung des journalistischen Anspruchs an Nachrichten stehen: Sie sollen lediglich einen interessanten Einstieg (»spotlighting«) in tagesaktuelle Themen bieten. Hier wiederum ist Kritik an Winterhoff-Spurks Vorschlägen angebracht: Diese »marktorientierte« Aufbereitung könnte im Extremfall dazu führen, daß wirtschaftliche und politische Themen in den Hintergrund rücken und kein Interesse an diesen vermeintlich weniger wichtigen Themen geweckt werden kann.

Im Falle der AV-Medien streiten sich die Gelehrten, wie Informationen des auditiven und visuellen Kanals beschaffen sein müssen, um vom Rezipienten optimal verarbeitet (»integriert«) zu werden. *Steffen-Peter Ballstaedt* kritisiert in diesem Zusammenhang die bisherige Nachrichtenforschung, die seiner Meinung nach zu wenig auf die kognitive Grundlagenforschung zurückgreift.

*Hans-Bernd Brosius* schließlich stellt ein Experiment zum Einfluß der Informationspräsentation (Menge, Redundanz, Personalisierung und Bildeinsatz) auf freie Erinnerung und Wiedererkennungseistung von Nachrichtenitems vor.

Zwei weitere große Forschungsgebiete zur »Wissenveränderung durch Medien« sind in diesem Band vertreten: So behandelt *Karin Böhme-Dürr* den Wissenserwerb von Kindern und Jugendlichen. In einer Befragung weist sie nach,

daß Fernsehen und Video die Stereotypenbildung fördern – gemeint sind allerdings die Stereotypen von 313 befragten Medienexperten. Daß sich jedoch Klischees wie die Zunahme von Weltwissen oder die Hemmung der Lesefähigkeit durch Medien nur bedingt bestätigen, zeigt die von ihr sehr ausführlich dargestellte empirische Forschungsliteratur. Auf dem zweiten Gebiet – der Wissensvermittlung von Instruktionstexten – beschäftigt sich *Ludwig J. Issing* mit der »Visualisierung« durch »Bild-Analogien«. Diese metaphorischen Erläuterungen in Lehrtexten fördern nach den Ergebnissen zweier Untersuchungen die Lernleistungen, wenn sie einem hier vorgestellten Katalog von Kriterien (Klarheit, Validität u. a.) genügen.

Zurück zur Ausgangsfrage: Können die Medien nun das Wissen ihrer Rezipienten beeinflussen? Die Aufsätze dieses Bandes bieten zwar einen bunten Strauß von Einzelbefunden, deren Reihenfolge nicht immer ganz einsichtig ist – ein schlüssiges Gesamtkonzept des Wissenserwerbs durch Medien zeichnet sich jedoch nicht ab. Auch Mitherausgeber *Norbert M. Seel* kommt in seinem Ausblick zu dem Schluß, »daß einer beeindruckenden Anhäufung von Forschungsvorhaben eine nur mäßige Synthese, Integration und Entwicklung theoretischer Erklärungsansätze entspricht«. Er schlägt als Orientierungsrahmen das Konzept des »Radikalen Konstruktivismus« vor, das für die weitere Kommunikationsforschung fruchtbar sein soll. Somit ist zu erwarten (und zu hoffen), daß sich dieses Konzept als prägend für den nächsten Kongreß zu diesem Thema erweisen wird.

LUZ GOERTZ, Hannover

Wolfgang Benz (Hrsg.): *Legenden, Lügen, Vorurteile*. Ein Lexikon zur Zeitgeschichte. – München: Moos & Partner 1990, 222 Seiten.

Wolfgang Benz, Historiker am Institut für Zeitgeschichte, hat mit dem vorliegenden Lexikon ein Buch gegen die »Apologie des NS-Staates« herausgegeben. 30 Wissenschaftler, unter ihnen bekannte Namen wie Hermann Graml, Peter Steininger und der Herausgeber selbst, haben in 82 Beiträgen zur NS- und frühen Nachkriegszeit