

**Peter Vitouch, Hans-Jörg Tinchon unter Mitarbeit von Alfred Dier und Günter Kernbeiß (Hg.): Cognitive Maps und Medien. Formen mentaler Repräsentation bei der Medienwahrnehmung**

Frankfurt/M., Berlin, Bern, New York, Paris, Wien: Lang 1996  
(Schriftenreihe zur empirischen Medienforschung, Bd. 1), 253 S.,  
ISBN 3-631-49943-4, DM 64,-

Im Vorwort der Herausgeber wird das Buch als Startband einer Reihe angekündigt, die mit einem Titel pro Jahr fortgesetzt werden und empirische Medienthemen vorstellen soll. Damit sollen „einer breiteren Öffentlichkeit“ Arbeiten des Wiener Ludwig Boltzmann-Instituts für Empirische Medienforschung „zugänglich gemacht werden.“ (S.5) Jeder Band soll ein Rahmenthema erhalten, der wissenschaftliche Zugriff prinzipiell interdisziplinär sein. „Das Ziel der neuen Schriftenreihe ist somit die Präsentation von neuen Forschungsansätzen sowie die Verknüpfung von Forschungsstrategien verschiedenster Fachbereiche als Anregung für eine innovative Sichtweise der empirischen Medienforschung.“ (S.6)

Der Band enthält drei Studien: Claudia Redtenbacher: „Kognitive Karten im Spielfilm“; Gerhard Lindner und Günter Kernbeiß: „Der Einfluß kognitiver Schemata auf die Rezeption von Werbespots“ sowie Elisabeth Baumgartner und Wolfgang Trauner: „Das Museum als Erlebnisraum und seine Präsentation in kognitiven Karten“. Man darf die empirischen Ergebnisse aller drei Beiträge getrost beiseite lassen. Sie bringen nichts wirklich Neues, und auch methodisch ist der angekündigte Fortschritt in Richtung „innovative Weiterentwicklung von Forschungsstrategien“ (S.5) nicht recht erkennbar. Der Wert des Bandes liegt in der breiten Darstellung kognitions- und gedächtnispsychologischer Literatur, die die Basis für einen neuen Umgang mit Medienprodukten und ihrer Wahrnehmung und Verarbeitung bieten können. Die zentrale Begrifflichkeit für Wahrnehmung und Repräsentation gruppiert sich einerseits um den Schemabegriff (Schema, Skript, Frame usw.), andererseits um Konzepte des Raumerlebens nach

Bollnow, Arnheim und vor allem Lynch. Alle drei Aufsätze präsentieren diese Grundlagenforschungen detailliert, aspektreich und, je nach thematischer Bindung des Aufsatzes, mit verschiedenen Schwerpunktsetzungen. Insofern ergibt sich bei der Lektüre des gesamten Bandes ein ausgezeichnetes Bild psychologischer Forschungsperspektiven als Basis für eine kognitiv gebundene Medienforschung.

Man sollte den Aufsätzen nicht den Vorwurf machen, daß hier die Auseinandersetzung mit der Forschungstradition zum jeweiligen Thema, z. B. zum Spielfilm, fehlt. Gerade zu diesem Thema gäbe es eine ganze Reihe von Querverbindungen zur konstruktivistischen Filmtheorie, die ebenfalls eine Film-Zuschauer-(Film-Verstehens-) Theorie ist. Das Positive dieses Bandes ist die Darstellung des Theoriegerüsts. Sicherlich werden die Folgebände zeigen, daß dies eine gute forschungsstrategische Basis für Arbeiten ist, die Medienwahrnehmung und die Auseinandersetzung mit Medien als alltagspraktische Tätigkeiten auffassen.

Hans Dieter Erlinger (Siegen)